



eversports
manager

**Se lancer dans la vidéo :
le guide complet !**

EBOOK GRATUIT



2 INTRODUCTION
Pour bien commencer !

4 POURQUOI LA VIDÉO ?
L'impact du COVID-19 et tendance à suivre

9 LES AVANTAGES
7 avantages à vous lancer dans la vidéo !

15 CRÉER DES VIDÉOS
Tout ce qu'il faut savoir pour faire des vidéos

25 VENDRE VOS VIDÉOS
Découvrez comment créer une vidéothèque

33 EN BREF
On résume le guide !

Plus de 22 milliards de vidéos sont visionnées sur internet et les réseaux sociaux chaque jour dans le monde.

Intro

Cela fait maintenant quelques années que la vidéo fait partie intégrante de notre quotidien. Cela a commencé dû à l'engouement qu'ont suscité des plateformes vidéo comme YouTube. Depuis, tous les médias se sont mis à produire du contenu vidéo et récemment même Instagram a lancé sa propre plateforme de partage vidéo : IGTV.

Beaucoup de professionnels du secteur du sport se sont emparés de cette opportunité et se sont lancés dans la vidéo. On pense par exemple à Adriene Mishler, professeure de yoga américaine, qui comptabilise plus de 5 million d'abonnés sur sa chaîne Yoga With Adriene ou encore la coach sportif diplômée Lucile Woodward et ses vidéos de remise en forme.

Depuis le confinement lié au Covid-19, c'est maintenant les salles de sport et les studios de Yoga, Pilates et Fitness qui saisissent cette opportunité et proposent des cours en ligne en direct via Zoom mais aussi en format vidéo !



D'ici 2021, 82% du trafic internet sera consacré à la vidéo.

L'offre sportive évolue et en tant que gérant de studio ou salle de sport, professeur ou coach sportif vous devez vous poser la question : dois-je suivre le mouvement et comment faire pour me lancer ?

Ce guide est là pour vous éclairer ! Découvrez pourquoi le contexte actuel est intéressant pour vous lancer et proposer des vidéos à votre communauté, quels sont les avantages pour vous et vos clients et enfin comment commencer de zéro et vendre vos vidéos en quelques clics. Vous trouverez également dans ce guide des conseils pratiques et des témoignages d'autres gérants de studio qui ont déjà sauté le pas ! Nous répondons aux questions suivantes :

- ▶ **Quel impact le Covid-19 a-t-il eu sur le secteur du sport ?**
- ▶ **Quels sont les avantages des cours en vidéo ?**
- ▶ **Quelle stratégie mettre en place ?**
- ▶ **De quels outils avez-vous besoin ?**
- ▶ **Comment vendre vos vidéos ?**



"La difficulté n'est pas l'escalier, c'est la première marche !"

1

Pourquoi se lancer dans la vidéo dès maintenant ?



1 L'impact du Covid-19 sur le secteur du sport

Depuis mars 2020, nous avons dû limiter drastiquement nos contacts sociaux pour empêcher la propagation du virus. Cela est passé par une mesure extrême : le confinement. Une première pour tout le monde et notamment les studios et salles de sport qui ont été forcés de s'adapter et de passer en ligne pour garder le lien avec leurs clients et surtout continuer leur activité.

Économiquement, l'impact du Covid-19 se fait clairement sentir dans les studios et les salles de sport :



Même après la réouverture, les salles de sport et les studios ont accueilli moins de personnes qu'avant notamment à cause de :

- la limitation des places pour respecter les distances
- la crainte de contamination

Pourtant, la demande n'a pas diminué ! Les gens sont plus motivés que jamais pour faire du sport et rester en forme : encore plus lorsqu'on passe tout notre temps à la maison et qu'on reste 80% de la journée assis ! Alors, il y a toujours de l'espoir pour le secteur du sport et des opportunités à saisir.



"Nous sommes dans une situation où il faut travailler tous ensemble à ce que sera demain : il faudra nous adapter à un monde différent."

Jean Michel Brun, France Olympique

2 La vidéo : plus pertinente que jamais aujourd'hui

Se tenir en forme est le meilleur moyen d'assurer une bonne santé ! Par le biais du mouvement, les studios et les salles de sport contribuent ainsi à la santé humaine. En proposant des cours de Yoga, Pilates ou Fitness sous format de vidéos à la demande (VOD), vous pouvez encourager les gens à pratiquer depuis chez eux !

Le succès de Netflix et de YouTube a prouvé ces dernières années qu'il existe un marché pour les vidéos. De plus, depuis le premier confinement, le marché de la VOD a explosé. Cela signifie que les consommateurs sont de plus en plus disposés à payer pour des abonnements vidéos.

La vidéo permet à vos clients de suivre vos cours où et quand ils le souhaitent. Et parallèlement, vous pouvez continuer à générer des revenus !

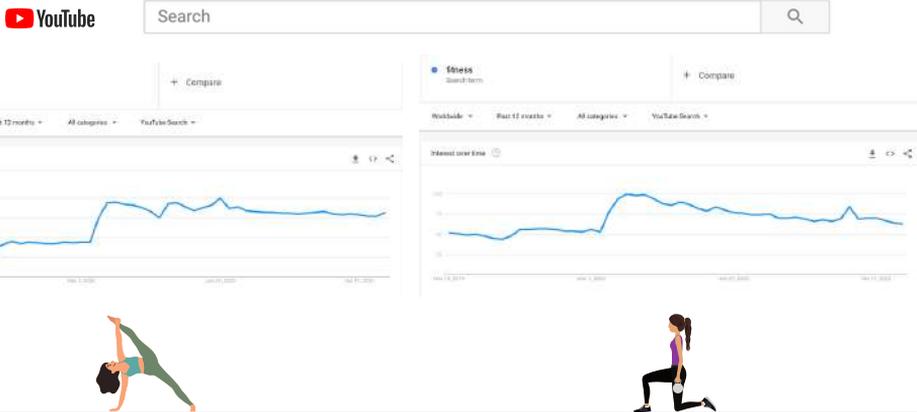


Le marché de la vidéo à la demande a bondi de 36,5% début 2020 !

3 Le sport à la maison : tendance amenée à rester ?

Charles Savreux, le responsable communication de Google et Youtube, nous dit même que le nombre de vidéos mises en ligne sur Youtube dans le monde avec "Faire des exercices à la maison" dans le titre a augmenté de 55% par rapport à la moyenne quotidienne. Et ce n'est pas un hasard : la demande est présente !

En effet, jetez un œil au graphique ci-dessous. Vous voyez ici le nombre de fois où le terme "YOGA" et "FITNESS" ont été saisis dans la barre de recherche de Youtube. Que remarquez-vous ?



En mars 2020, le nombre de recherches a fortement augmenté. Ce n'est pas un hasard si cela a coïncidé avec la période du premier confinement. Depuis, le nombre de recherches a légèrement diminué et s'est stabilisé, mais il est à noter que le nombre est toujours plus élevé qu'auparavant.

Pour les propriétaires de studios, les professeurs et les coaches, Youtube est devenu un outil pratique pour se faire connaître en ligne. Les courbes ci-dessus prouvent qu'il existe également une demande importante pour de telles vidéos.

4 Résumons !

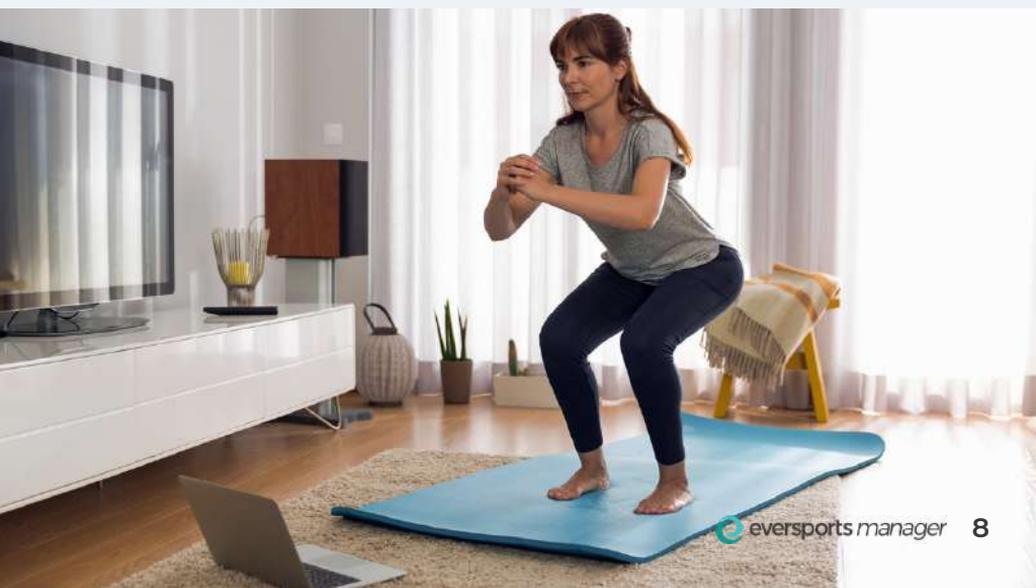
Les vidéos de sport sont très tendances aujourd'hui et donc une opportunité à saisir pour les studios et salles de sport. Comme l'explique notre partenaire Pascale Burlet dans le [podcast *Mon business sportif*](#), elle s'est dit la chose suivante avant de se lancer dans les cours en ligne :



“Il y a le train qui passe, les autres sont déjà dans le train : tu restes sur le quai ou tu montes dans le train ? Vu mon tempérament, je suis montée dans le train et j'ai fait des cours en ligne !”

Pascale, L'Ecole du Mouvement

Nous voyons en effet qu'il y a de la demande en ce moment sur le marché. Mais alors, pourquoi devriez-vous aussi “prendre ce train” et vous lancer dans les cours en ligne en vidéo ? Quels sont les avantages pour vous et pour vos clients ?



2

Quels sont les avantages de proposer des vidéos ?

En plus du contexte actuel et de la demande qui se tourne vers la vidéo, il y a plein d'avantages à vous lancer dans la création d'une vidéothèque pour vos cours. Évidemment, cela ne veut pas dire que vous allez remplacer les cours en présentiel, mais plutôt comme une valeur ajoutée à votre offre actuelle, notamment pendant la crise du Covid-19.

Voici donc les 7 raisons qui peuvent vous intéresser ainsi que vos élèves :

1 Générez des revenus supplémentaires

Chaque vidéo que vous vendez à vos clients via votre vidéothèque en ligne génère des revenus supplémentaires pour votre studio. Et cela sans avoir à ajouter des cours à votre emploi du temps ou bien d'engager des nouveaux professeurs ou coachs sportifs.

Vous pouvez donc augmenter vos ventes en fixant un prix fixe pour chaque vidéo ou rendre vos abonnements plus attractifs en donnant à vos membres un accès illimité à votre vidéothèque en ligne.



"Quand j'ai entendu parler de la fonction vidéothèque d'Eversports, je l'ai tout de suite mise en place et j'ai très vite vendu des vidéos."

Caro, Mindful Yoga by Caro



2 Restez ouvert 24 heures sur 24



Avec la vidéo à la demande, votre studio est ouvert à vos clients 24 heures sur 24. Avez-vous des clients qui sont toujours en retard au cours ou des lève-tôt ? Parfait ! Avec une vidéothèque en ligne, vous pouvez facilement répondre aux besoins de tous vos clients. En effet, avec les vidéos, vos clients sont libres de décider quand ils veulent pratiquer. Vos vidéos peuvent être achetées à tout moment de la journée !

3 Fidélisez vos clients

Avec la vidéo à la demande, vous complétez votre offre existante et offrez à vos clients un choix encore plus large pour pratiquer avec leurs professeurs ou coachs préférés. Cela augmente également les points de contact avec vos clients, à commencer par les heures passées dans votre studio, vos clients peuvent également être en mesure de participer à vos cours en direct ou de commencer la journée avec l'une des vidéo ou dès qu'ils trouvent le temps. Nos studios partenaires le confirment : en vendant des vidéos, vous incitez vos clients existants à pratiquer plus souvent avec votre studio.



Je suis contente de m'être lancée dans les cours en ligne ! Mes clients qui n'utilisent que les canaux en ligne pratiquent plus régulièrement que ceux qui viennent au studio.

Anna, ALL GOOD YOGA

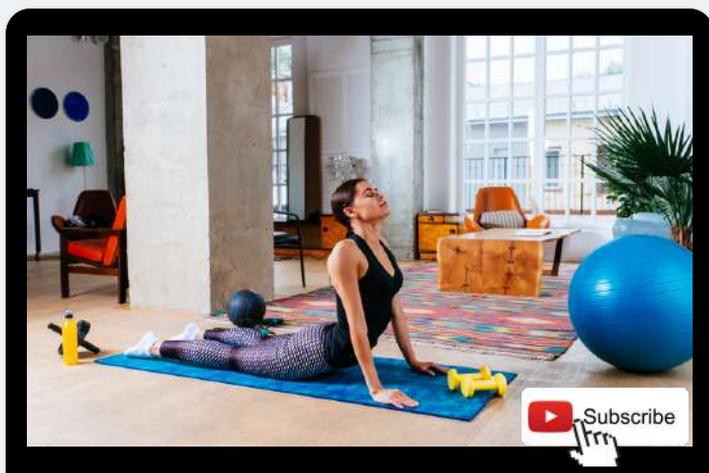
4 **Vendez des vidéos sans travail supplémentaire**

Au début, les vidéos demandent un petit peu de temps de création. Mais une fois que votre vidéothèque est en ligne, vous pouvez continuer à gagner de l'argent en vendant ces vidéos. Contrairement au présentiel, vous n'avez pas à investir du temps dans la préparation du cours et à donner les cours plusieurs fois. Avec la vidéothèque, cet effort est unique. Une fois que votre vidéo est en ligne pour la vente, vous pouvez vous reposer !



One time effort!

Commencer à créer une vidéothèque ?
[Réservez une démo ici!](#)



5 Ne laissez pas vos clients migrer vers YouTube

Il y a déjà un surplus de vidéos gratuites de Yoga, Pilates et Fitness sur YouTube. Par exemple, 1,68 millions de personnes se sont abonnées à [la chaîne YouTube de Sissy MUA](#) et ont suivi ses cours en ligne pendant le confinement ! De nombreuses personnes profitent déjà de ces courtes vidéos pour faire un peu de sport dans leur vie quotidienne.

Cependant, votre plus grand avantage est que vos clients vous connaissent déjà, vous et votre studio. Et quoi de plus agréable que de pratiquer à la maison avec ses professeurs habituels ? Vos clients ont confiance en vous. Si vous mettez à leur disposition des cours à suivre en vidéos, vos clients préféreront vos cours personnalisés plutôt qu'un cours sur YouTube.

6 Élargissez votre offre

En tant que propriétaire de studio ou salle de sport, vous devez toujours réfléchir à la manière dont vous pouvez augmenter vos ventes et élargir votre offre. Proposer à vos clients d'accéder au cours de votre studio préféré depuis chez eux est un excellent service supplémentaire. De plus, la vente de vidéos vous donne la possibilité de générer un revenu sécurisé.

7 Attirez de nouveaux clients pour votre studio

Mais la vidéo à la demande n'est pas seulement un excellent service pour vos clients existants. Avec vos vidéos, la localisation n'a plus d'importance ! Vous pouvez élargir votre groupe cible à tous les francophones. Pensez simplement aux nombreux clients qui ne peuvent pas venir dans votre studio à cause de la distance. Si votre stratégie de communication est bien établie, alors la vidéo à la demande offre beaucoup de potentiel pour gagner de nouveaux clients pour votre studio ou salle de sport !



3

Comment créer des vidéos ?



Vous avez maintenant compris que créer et vendre des vidéos est à la fois une opportunité à saisir et une tendance à suivre pour votre studio ou votre salle de sport.



ET... ACTION !



Tout d'abord, vous allez apprendre à définir une stratégie qui s'adapte à vos besoins et votre image. Ensuite, vous verrez quels sont les outils indispensables pour réaliser et produire vidéos en ligne. Enfin, vous trouverez les conseils précieux d'autres professionnels qui se sont déjà lancés.

Commencer à créer une vidéothèque ?
[Réservez une démo ici !](#)

1 Faire des vidéos, oui ? Mais d'abord la stratégie !

Avant de se lancer dans un nouveau projet, il faut prendre le temps d'y réfléchir pour augmenter les chances de réussite. Alors voilà ce que vous devez prendre en compte pour construire votre stratégie avant de vous lancer dans la création de vidéos :

Pour qui ?

Quoi ?

Comment ?

"À vouloir parler à tout le monde, on ne parle à personne !"

Quels types de vidéos souhaitez-vous proposer ?

▶ Les rediffusions de vos cours en ligne

Depuis le confinement, les cours en ligne ont explosé. Par conséquent l'un des formats vidéos qui a émergé est tout simplement le "replay", c'est-à-dire les rediffusions des cours en direct en ligne. L'avantage est que cela vous permet de vendre un contenu qui a déjà été produit. Ainsi, vous gagnez donc du temps de production ! De plus, vos cours en direct en ligne sont déjà qualitatifs. Alors, pourquoi ne pas les recycler pour qu'ils servent à d'autres personnes qui n'ont pas pu y participer en direct ?

▶ Les vidéos individuelles et les tutoriels

La seconde option que vous pouvez également choisir est de créer des vidéos individuelles de A à Z spécialement pour les vendre en ligne. Dans ces cas-là, vous pouvez même choisir de faire des cours normaux de 60 min ou des tutoriels de 7 à 15 minutes pour travailler des exercices ou des postures spécifiques.



Sachez que la première option est totalement compatible avec la deuxième, elles sont même complémentaires !

Comment répondre aux besoins de vos clients ?

Avant de vous lancer dans cette nouveauté, assurez-vous de connaître les besoins de votre client idéal, c'est-à-dire celui qui va acheter vos vidéos. Le but ? Proposez des vidéos qui l'intéressent et à un prix qu'il est prêt à payer.

▶ L'exercice du persona

Pour créer une bonne stratégie il faut toujours connaître sa cible. Pour cela, nous vous conseillons de créer un persona. Alors qu'est-ce que c'est exactement ?

Il s'agit de dresser un portrait détaillé de votre "client idéal". Posez-vous toutes les questions possibles qui vous permettront de mieux cerner votre client idéal, ses moyens et ce qu'il vient chercher chez vous et par conséquent ce que vous pouvez lui offrir.



Cliquez ici pour en savoir plus sur comment créer un persona

▶ Questionnaires et sondages

Maintenant, rien de mieux que d'utiliser les avis de votre communauté existante ! Surtout si vous avez déjà construit une bonne base de clients fidèles. Demandez-leur directement ce qu'ils attendent des vidéos et s'ils seraient intéressés. Pour cela, vous pouvez leur poser la question via téléphone ou email. Si votre communauté vous suit activement sur les réseaux, vous pouvez également l'engager en lui demandant ses préférences à l'aide d'un sondage en story Instagram ou en groupe Facebook si vous en avez un. Vous pouvez par exemple leur poser ces questions :

Questions ouvertes :

- Quel est votre cours préféré et pourquoi ?
- Je vais proposer des tutoriels en ligne. Souhaitez-vous que j'aborde des postures/exercices en particulier ?
- Seriez-vous prêt à payer pour des cours en vidéo ?
Si oui, combien ?

Questions oui/non :

- Si nous proposons nos cours en replay en vidéo pendant 24h, pensez-vous pratiquer plus souvent ?
- Si nous donnons accès illimité aux "replay" de nos cours en ligne à tous nos membres, seriez-vous intéressé par l'achat d'un abonnement ?

Sondages :

- Vous préférez : les cours en direct en ligne ou en vidéo ?
- Je vais créer une vidéothèque prochainement. Quel format préférez-vous : 60min ou 45min ?



Quels objectifs souhaitez-vous atteindre ?

Définir des objectifs clairs, mesurables et précis vous permettront de construire votre offre vidéo par la suite en fonction, cette fois-ci, de vos besoins. C'est pourquoi vous devez vous poser la question : qu'est-ce que j'attends de ces vidéos ?



Par exemple, cela peut être :

- **augmenter le CA de 15% en 3 mois**
- **vendre 40 abonnements vidéos**
- **vendre 5 vidéos/semaine**

Par exemple, notre partenaire Dolly, fondatrice du studio Yoga on Call, avait pour principal objectif de recycler ses anciennes vidéos YouTube et avait estimé en vendre 10 en 1 mois. Finalement, elle en a vendu 130 les deux premières semaines. Objectif plus que réussi, elle a donc décidé de continuer !

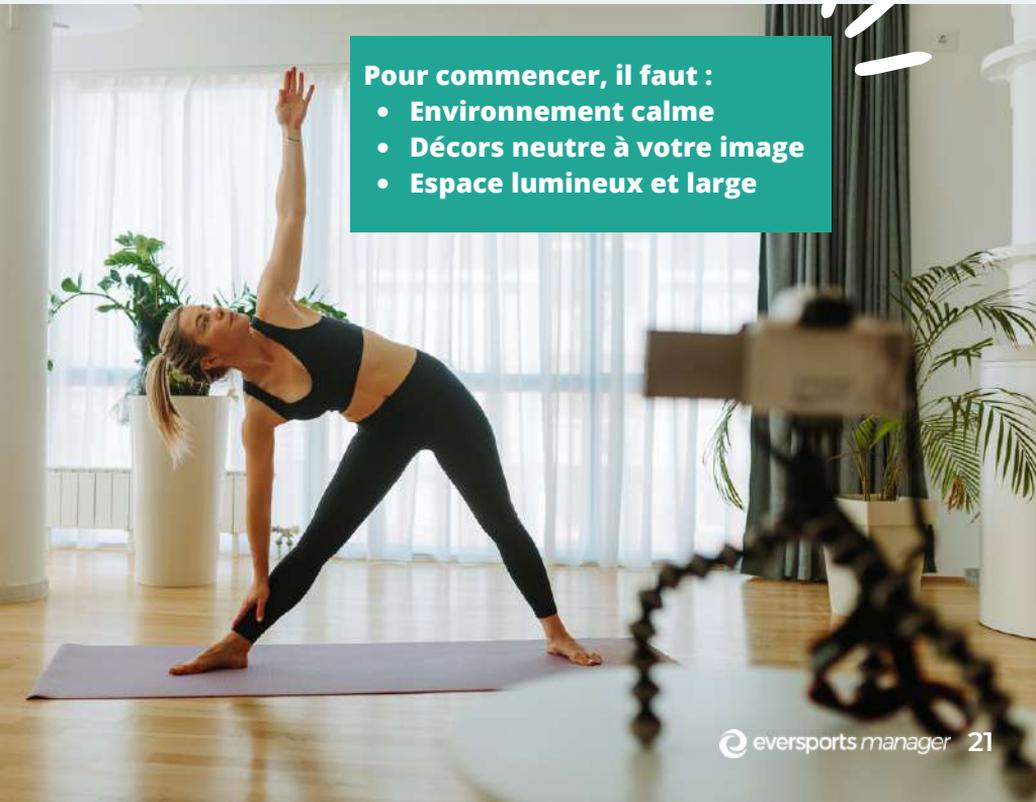
Une fois que vous avez pris le temps de réfléchir à votre stratégie, vous devez maintenant passer à l'action : faire des vidéos et les vendre. Alors, techniquement, comment fait-on ?

2 Choisissez les bons outils et la technique suivra !

Vous avez peur de vous lancer dans la production vidéo ? On vous rassure : de nos jours, pas besoin d'être Spielberg pour faire une vidéo de bonne qualité ! Il vous suffit de choisir les bons outils et d'apprendre à les utiliser avec quelques tutoriels en ligne.

Silence, ça tourne : ce que l'on vous recommande !

Si vous avez lu notre dernier ebook sur les cours en ligne, vous verrez beaucoup de similitudes. Notamment si vous choisissez l'option 1 : la rediffusion de vos cours en direct. Finalement, les outils qui vous serviront à filmer votre vidéo seront les mêmes que ceux pour vos cours en ligne. On vous explique !



Pour commencer, il faut :

- Environnement calme
- Décors neutre à votre image
- Espace lumineux et large

LES TIPS TECHNIQUES DE PASCALE !



Afin d'assurer une qualité visuelle et auditive optimale, voici ce que nos partenaires vous recommandent :

Pascale Bulet, fondatrice du studio [L'Ecole du mouvement](#) a l'habitude de faire des vidéos. En effet, avant de se consacrer à 100% au yoga, Pascale était technicienne de spectacle. Elle nous a partagé ses bons plans en termes de matériels :



Pour l'image : la [Logitech Brio Webcam](#) sur un trépied pour caméra à une distance qui permet une bonne visibilité des mouvements.



Pour le son : [Rode Wireless GO](#). Petit conseil pour les micro cravates, vous pouvez les fixer avec du sparadrap afin qu'il ne bouge pas pendant la pratique.



Pour la lumière : [2 spots led sur pied](#) (installation en V).



"Chaque studio doit s'adapter suivant sa situation. Mais je pense que le plus important est de faire attention au son !"



LES TIPS TECHNIQUES DE ROBIN !

Robin Vincent, fondateur de l'association [Atout Forme Côte de Nacre](#), s'est aussi lancé dans la vidéo comme une valeur ajoutée en plus des cours habituels.

Il préfère donner des cours en ligne en vidéo, plutôt qu'en direct, avec Zoom afin d'assurer la qualité. Et pour cela, il a investi dans l'équipement suivant :



Pour l'image : un appareil photo [Canon 50M Dual Pixel](#) qui suit le visage : "très pratique car il n'y a pas besoin de cameraman".

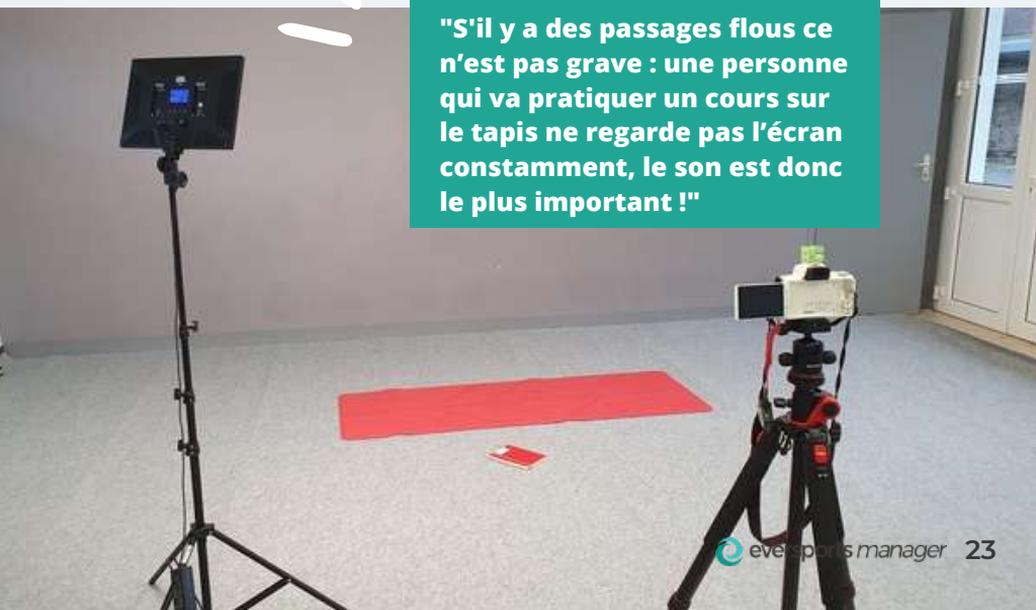


Pour le son : même micros que Pascale ([RODE](#)) couplés avec [un micro serre-tête](#) relié à un boîtier dans la poche et un autre relié à l'appareil photo.



Pour la lumière : [un panneau LED "PIXEL"](#) et un [panneau LED falcon eye](#).

"S'il y a des passages flous ce n'est pas grave : une personne qui va pratiquer un cours sur le tapis ne regarde pas l'écran constamment, le son est donc le plus important !"



3 Publier vos vidéos en ligne : vous avez le choix !

Pour vendre des vidéos en ligne, il faut que ces dernières soient hébergées en ligne sur une plateforme dédiée. Il en existe plusieurs sur le marché. Voici un tableau comparatif des 4 plateformes les plus connues et recommandées par nos partenaires :

	11,66 € / mois pour 1 GB dans le cloud	- adapté pour "rediffusions" - qualité cours en direct	- lien de la vidéo non-protégée (partageable) - compatible avec Eversports
	En savoir plus		

	- Gratuit et illimité - publier les vidéos "non répertorié"	- publicité et suggestions à la fin de la vidéo - qualité dépend de l'équipement choisi	- lien de la vidéo non-protégée (partageable) - compatible avec Eversports
--	--	--	---

	6 € par mois pour 5 GB/semaine	La qualité dépend de l'équipement choisi	Intégration directe dans Eversports : lien de la vidéo protégée et mot de passe optionnelle
	En savoir plus		

	- 15GB gratuits - 1,99€ pour 100 GB	La qualité dépend de l'équipement choisi	- lien de la vidéo non-protégée (partageable) - compatible avec Eversports
	En savoir plus		

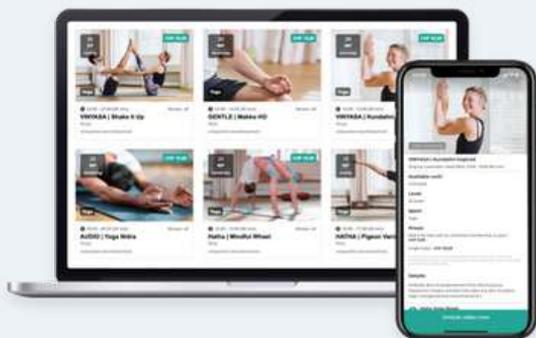
Nous vous recommandons Zoom si vous faites déjà des cours en direct en ligne avec cet outil. Autrement, nous vous conseillons de prendre l'abonnement Vimeo pour assurer la qualité et protéger le lien de votre vidéo. C'est d'ailleurs le choix qu'à fait Robin de Atout Forme Côte de Nacre.

4

Comment vendre des vidéos ?

1 Gérez la vente de vos vidéos en ligne

Votre plateforme de stockage vidéo vous permet d'enregistrer et de mettre en ligne vos vidéos, mais aussi de les partager. Si vous souhaitez les vendre, il vous faut maintenant un système pour permettre à vos clients de les acheter facilement !



Vous pouvez évidemment rendre disponible gratuitement toutes vos vidéos. Cependant, vous n'allez pas pouvoir augmenter vos revenus et vendre plus d'abonnements. C'est pourquoi nous vous conseillons de vous munir d'un outil qui va gérer la vente en ligne de vos vidéos et autoriser leur accès seulement aux personnes qui ont payé pour les voir. Pour cela, nous vous recommandons la plateforme de gestion et de réservation en ligne [Eversports Manager](#).

Partenaire de studios et salles de sport depuis 2013

Depuis plus de 7 ans Eversports Manager accompagne les studios et salles de sport et les aide à gérer leur business. En utilisant le logiciel, nos partenaires peuvent proposer à leurs clients d'avoir accès au planning de leurs activités en 1 clic, de pouvoir sélectionner le cours ou l'abonnement qui leur convient puis de réserver et payer en ligne.

A circular inset image shows a man in profile, shirtless and wearing black leggings, performing a Pilates exercise. He is standing on a wooden Pilates stool with his right foot on the top bar and his left foot on the floor. His arms are raised and bent at the elbows, with his hands behind his head. The background is a lush green landscape with trees and a body of water under a clear blue sky.

“J'utilise Eversports Manager pour gérer mon planning au quotidien, suivre les paiements de mes élèves et faire mes factures. Ça me permet de gagner beaucoup de temps et de bien m'organiser !”

Mikael Form & Pilates

Un logiciel qui évolue avec vous

La plateforme Eversports Manager a d'abord été conçue pour les cours et activités sportives des studios et salles de sport en présentiel. Cependant, depuis le premier confinement et suite à la demande des utilisateurs de la plateforme, nos équipes ont adapté le logiciel et ont intégré les fonctionnalités de cours en ligne et de vidéothèque. Par conséquent, les fonctionnalités ont été ajoutées et améliorées constamment grâce aux retours en direct de nos studios et salles de sport partenaires !



"La réactivité et le soutien personnel de toute l'équipe est vraiment exceptionnel. J'ai clairement le sentiment que nous travaillons ensemble. Sans oublier toutes les fonctionnalités que vous avez ajoutées pour nous adapter à la situation actuelle ! Merci."

Anne - Bubble Yoga



“C’est super facile à mettre en place et en 1 mois seulement nous avons déjà vendu plus de 130 vidéos ! Cela nous permet de souffler un peu pendant cette période mouvementée.”

Dolly, Yoga on Call

Plus qu’un simple outil de gestion de vidéo en ligne

C’est pour cette raison que la plateforme est maintenant prête à aider les studios et salles de sport à se digitaliser entièrement. C’est aussi un outil qui vous permet d’être flexible en proposant à la fois des cours en présentiel et en ligne en direct ou en vidéo, mais surtout de pouvoir switcher de l’un à l’autre sans problème en cas de confinement !

En savoir plus sur Eversports Manager ?

[Demandez une démo ici.](#)



Monétisez vos vidéos !

2 Comment ça fonctionne en 3 étapes ?

Une fois que vous avez filmé ou enregistré vos cours en ligne et bien entendu que vous les téléchargez sur une plateforme d'hébergement vidéo, vous pouvez maintenant passer aux choses sérieuses : créez votre vidéothèque en ligne et vendez vos vidéos ! Pour cela, comment faire ?

1

Créez votre vidéothèque

Il vous suffit de copier le lien de votre vidéo et le copier :

- dans l'activité dédiée s'il s'agit d'un replay
- dans les paramètres de votre nouvelle vidéo

Vous pouvez ajouter une description, proposer un prix unique, associer à un ou plusieurs abonnements, ajouter une image d'aperçu et les ranger par catégories.

Eversports génère automatiquement votre vidéothèque !

2

Partagez votre vidéothèque

Vos clients pourront acheter vos vidéos directement en ligne depuis :

- votre site internet
- l'application Eversports (Android et IOS)



3

Analysez vos statistiques

Le tableau de bord d'Eversports Manager vous donne des statistiques sur vos vidéos les plus achetées afin que vous puissiez adapter votre offre.

Niveau: Tous les niveaux

Pranayama 3. Respiration alternée et bhakti

disponibilité illimitée

Niveau: Tous les niveaux

Pranayama 2

Robin

disponibilité illimitée

Niveau: Tous les niveaux

Introduction au pranayama

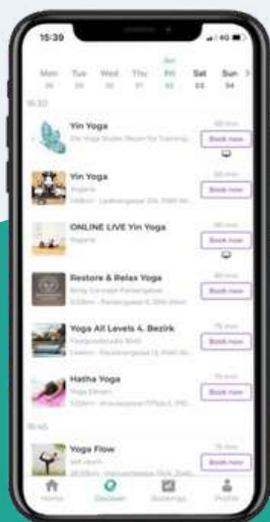
Robin

disponibilité illimitée



Créer votre vidéothèque maintenant ?

Vous pouvez créer facilement votre vidéothèque pour vos cours de Yoga, Pilates, Fitness avec le logiciel Eversports Manager. Pour voir comment fonctionne Eversports Manager en direct et poser toutes vos questions à nos équipes, [demandez une démo gratuite ici](#).



Démo gratuite

3 **Votre vidéothèque est prête ? Communiquez !**

On est d'accord qu'avoir des vidéos c'est bien, encore faut-il savoir les vendre à votre clientèle. En effet, un peu de marketing et de publicité ne fera pas de mal !



Quels prix proposer pour vos vidéos ?

Tout d'abord, il faut réfléchir en fonction de la stratégie que vous avez décidé d'adapter précédemment, mais également vos tarifs habituels. Mais pour avoir un ordre d'idée, voici ce quelques exemples des offres de nos partenaires :

Vidéo comme valeur ajoutée en plus des cours en ligne

Prix attractif :

- 5€ / vidéo (disponibilité limitée à 2 semaines)
- Accès illimité aux vidéos pour les membres (pour vendre plus d'abonnements)

[Voir un exemple.](#)

Vidéos comme activité principale en ligne

Prix similaire à un cours en ligne :

- 8 à 15€ / vidéo (disponible 24h seulement)
- Abonnements spécial vidéo (exemple 5 vidéos - 29€)

À noter : ceci sont des exemples de prix. Vous devez adapter en fonction de vos tarifs habituels et votre stratégie.

Informez votre communauté !

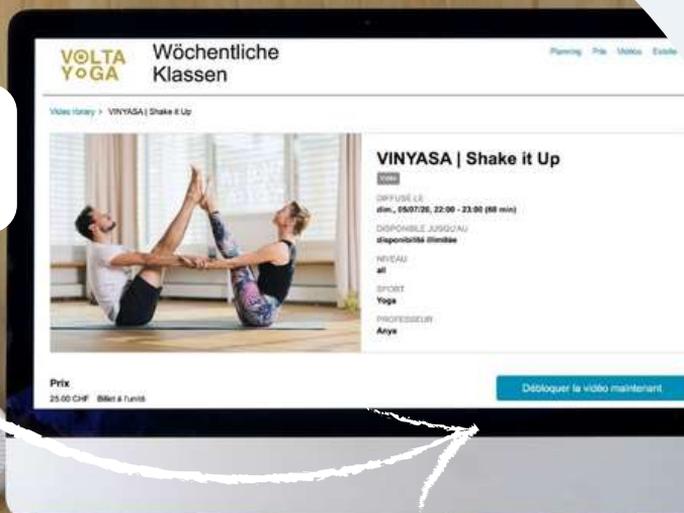
Expliquez à vos clients que c'est maintenant super simple de retrouver vos vidéos en ligne et de les acheter !

Vous ne savez pas quoi leur dire ? Restez simple et droit au but ! Annoncez leur la bonne nouvelle :

“La vidéothèque est disponible ! Vous pouvez dès maintenant acheter les vidéos à l'unité ou par un abonnement ici : insérer le lien vers votre vidéothèque.”

Pensez toujours à donner le lien de votre vidéothèque pour simplifier le parcours d'achat de votre client ! De la même manière que pour les cours en ligne, mettez vos vidéos en avant sur votre site internet comme l'offre du moment et communiquez sur vos réseaux sociaux ! Pour aller plus loin dans la stratégie de communication, vous pouvez lire notre article : [3 moyens de promouvoir vos cours en ligne.](#)

Vos vidéos peuvent être achetées sur votre site internet.



5

EN BREF

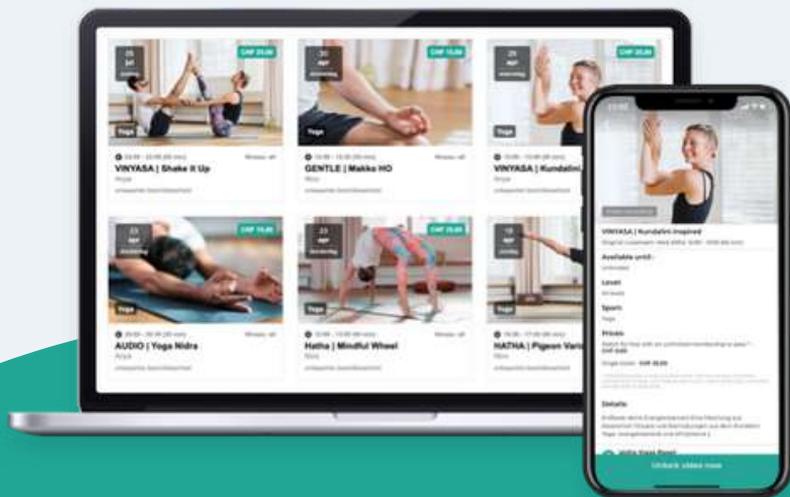


2020 a marqué un tournant dans la manière dont les gens consomment le sport. Le confinement a obligé les studios et les salles de sport à passer en ligne. Tout le monde s'est essayé à faire du sport de manière autonome à la maison. Finalement, certains y trouvent même des avantages !

Avant de vous lancer, il est important de réfléchir à votre stratégie, notamment si vous souhaitez en extraire un bénéfice. Question équipement, le plus important est d'investir dans un bon matériel pour avoir un son de qualité.

Une fois les cours enregistrés, vous pouvez facilement les télécharger sur une plateforme d'hébergement vidéo et les lier avec Eversports Manager pour créer votre vidéothèque en ligne ! Et ensuite, il vous suffit de la partager à votre communauté.

“Nous espérons que notre guide vous a été utile et que vous êtes maintenant prêt à vous lancer dans la vidéo !”



**En savoir plus sur Eversports Manager
et commencer à créer votre vidéothèque !**

Démo gratuite

- ✓ Vidéothèque et intégration avec Vimeo
- ✓ Intégration avec Zoom pour cours en ligne
- ✓ Réservation et paiement en ligne
- ✓ Création de votre propre planning
- ✓ Support client

Eversports Manager est noté 4.5 sur 5.

