

+ 1 template  
diagnostic

# 5 contenus à tester

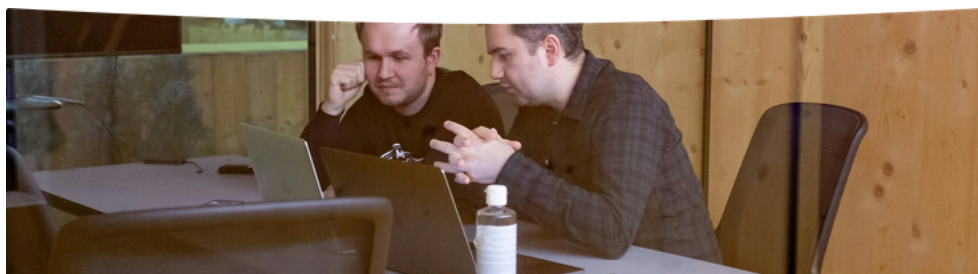
pour redynamiser votre  
Com' interne



▼ pitchy x Powell

# Sommaire

Édito	3
<b>Avant de commencer : poser un diagnostic clair</b>	
Objectif	5
Faire un état des lieux rapide	5
Structurer les bases	6
<b>5 contenus à tester pour redynamiser votre com' interne</b>	
1. L'interview collaborateur version social media	10
2. Transformer un contenu qui ne performe pas	12
3. Créer du contenu même sans actualité	13
4. Simplifier un contenu complexe	15
5. Le format "micro-trottoir interne"	17
Ce qu'il faut retenir	19



## **Produire du contenu, c'est bien. S'assurer qu'il soit vu, compris et mesuré, c'est mieux.**

Ce guide est né d'un constat simple : la plupart des équipes de communication interne savent quoi dire, mais peinent à trouver comment le dire autrement, à qui le diffuser précisément, et si ça a vraiment fonctionné.

C'est exactement pour ça que Pitchy et Powell ont décidé de l'écrire ensemble.

**Pitchy** est la plateforme de création vidéo B2B qui permet à n'importe quel collaborateur de produire des vidéos engageantes, sans compétences techniques, sans délai. C'est aussi une agence, le Pitchy Studio, pour vos projets clés.

**Powell** est la solution intranet qui transforme Microsoft 365 en une plateforme de communication interne que les collaborateurs ont envie d'utiliser ; personnalisée, mesurable, et accessible depuis n'importe quel device.

Ensemble, ils couvrent la chaîne complète :

**Avec Pitchy vous créez → Avec Powell vous diffusez et mesurez**

Ce guide vous propose 5 formats concrets à tester en 30 jours, précédés d'un diagnostic pour partir sur de bonnes bases.

Pour chaque format : un objectif clair, des exemples réels, et les outils pour en mesurer l'impact.

**La seule question qui reste : par quel format allez-vous commencer ?**



**Avant de commencer :**

**Poser**

**un diagnostic clair**



# Objectif du diagnostic

Comprendre votre communication interne actuelle pour identifier ce qui fonctionne... et surtout ce qui doit évoluer.

## 1 - Faire un état des lieux rapide

Prenez un moment pour cartographier votre existant :

### Vos canaux de communication internes

- E-mail
- Intranet
- Réseau social d'entreprise (type Slack, Teams...)
- Intranet (App mobile)
- Réunions (point d'équipe)
- Autres : \_\_\_\_\_

### Vos populations cibles

- Équipes terrain
- Équipes bureau
- Management
- Direction
- Autres : \_\_\_\_\_

### Vos contenus

Identifier les contenus les plus consultés :

---

---

---

---

Repérer ceux qui ne fonctionnent pas :

---

---

---

---



### Le ressenti collaborateur

Recueillir quelques verbatims et frustrations principales :

---

---

---

---

## Votre organisation

Nommer un "Comms Champion" par département :

Département	Comms Champion
Marketing / Com'	
RH	
Administratif	
Comptabilité	
IT	
Produit	
Commercial	
Autres : _____	



## 2 - Structurer les bases

Avant de produire du contenu, posez des fondations solides.

### Choisissez vos formats prioritaires

- Sélectionner 2 à 3 formats à tester (et s'y tenir)  
Exemples :
  - Vidéo courte de la direction
  - Post intranet illustré
  - FAQ vidéo
  - Portrait collaborateur
- Adapter les formats à votre cible (et non l'inverse)

### Optimisez votre intranet (point d'entrée clé)

- Mettre à jour la page d'accueil  
Téléchargez la [Checklist des 9 étapes pour une page d'accueil performante](#) réalisée par Powell.
- Mettre en avant les actualités récentes
- Ajouter des liens utiles et accessibles
- Clarifier la **navigation** (expérience de recherche)



## Ayez un niveau d'information personnalisé pour chaque individu

### Pour TOUS les employés

→ votre communication institutionnelle et de crise

### Pour VOTRE profil

→ selon votre département, lieu de travail, hiérarchie

### Ce que l'employé choisit

→ personnalisable

Avec **Powell**, cette logique des 3 niveaux est intégrée nativement à votre intranet. Pas besoin de créer plusieurs pages : un seul intranet s'adapte automatiquement à chaque profil connecté. Un collaborateur terrain verra un contenu différent de celui d'un manager au siège, sur le même outil.

## Construisez un calendrier éditorial simple

- Planifier les 4 prochaines semaines
- Définir :
  - Pourquoi on communique ?
  - Pour qui, et avec quel niveau de personnalisation ?
  - Avec quels formats et quels canaux ?
  - Comment on mesure si ça a fonctionné ?

Téléchargez le [Calendrier de la Com' interne 2026](#) réalisé par Pitchy



**ASTUCE - Thèmes saisonniers** : Comme pour votre garde-robe, changer le design de votre intranet selon les saisons, les actualités, les Fêtes (rentrée, fêtes de fin d'année, semaine RSE, Octobre Rose...). Powell propose des thèmes prêts à l'emploi pour habiller votre intranet sans repartir de zéro. Idéal pour caler votre calendrier éditorial sur des temps forts déjà désignés.

## Activez vos relais internes

- Activer les "Comms Champions" les plus engagés
- Leur proposer des actions concrètes :
  - Partager une actualité
  - Témoigner (écrit ou vidéo)
  - Relayer des contenus

## Posez votre base analytique

Configurez votre tableau de bord de suivi. Vous aurez besoin de points de comparaison pour mesurer l'impact de vos actions.

Notamment de ces chiffres :

- Nombre de vues par post et par vidéo
- Taux d'engagement (likes, commentaires, partages)
- Temps de lecture ou visionnage moyen
- Taux de couverture (% de collaborateurs touchés)

**Bon à savoir** : sans cette base, impossible de savoir si votre communication s'améliore vraiment. 5 minutes de setup d'analytics aujourd'hui vous feront économiser beaucoup d'intuitions hasardeuses dans 30 jours.

Avec **Powell**, vos "Comms Champions" peuvent recevoir des droits de contribution ciblés : ils publient directement sur l'intranet, dans leur espace ou département, sans passer par l'équipe Com' centrale. Vous gardez la main sur la gouvernance, eux gagnent en autonomie.

## À la fin de ce diagnostic, vous devez pouvoir répondre clairement à 3 questions :

- Pourquoi on communique ?
- Pour qui ?
- Avec quels formats et quels canaux ?

Si ces réponses sont claires,  
vous êtes prêts à produire des contenus qui auront vraiment de l'impact





5

contenus à tester

pour redynamiser

votre Com' interne



# 5 contenus à tester pour redynamiser votre Com' interne

## 1. L'interview collaborateur version social media

**Objectif :** casser les formats trop institutionnels et mettre en lumière les collaborateurs, notamment ceux qu'on voit peu.

L'idée est de créer plus de proximité et d'authenticité dans votre communication interne.

### Réaliser des interviews vidéo de collaborateur(s)

Courtes, rythmées et inspirées des codes *social media* (questions rapides, ton spontané, face caméra, cuts dynamiques), les interviews vidéo de collaborateur est un excellent moyen de faire découvrir des métiers, des parcours ou des projets internes autrement.



### "Day in the life" d'un collaborateur au format vidéo

L'idée est de suivre une journée type d'un collaborateur en vidéo. Un format immersif et authentique pour montrer les coulisses d'un métier ou d'un service.

→ **Humanise la communication**

→ **Donne la parole à ceux qu'on n'entend jamais**

Facilitez la création d'interviews collaborateurs, même sans compétences techniques avec Pitchy. Grâce à notre **application mobile**, chacun peut se filmer simplement, où qu'il soit, en toute **autonomie**. Pour les accompagner, un **guide de tournage** intégré apporte des conseils concrets sur le **cadrage**, la **posture** et le **rythme**.

Résultat : des vidéos plus naturelles, homogènes et qualitatives, sans friction.

Ensuite, diffusez vos vidéos au bon endroit, au bon moment pour maximiser leur impact grâce à votre intranet Powell. Intégrez vos interviews directement en page d'accueil de l'intranet, avec une **lecture automatique** pour capter immédiatement l'attention de vos collaborateurs dès leur connexion. Vous pouvez également créer une **bannière WebTV** dédiée (ex : "Portraits", "On vous présente...") afin d'installer un rendez-vous régulier et valoriser vos contenus dans la durée. Enfin, grâce au **ciblage par profil**, adressez chaque vidéo aux bonnes audiences.

## Mesurez l'impact réel de votre test :

Indicateur	Objectif à 30 jours	Vos résultats
Vues de la vidéo (sur l'audience ciblée)	Débutant : 15-25% Intermédiaire : 30-50% Avancé : 55-75%	
Vues du post (sur l'audience ciblée)	Débutant : 10-20% Intermédiaire : 25-40% Avancé : 45-65%	
Taux d'engagement (réactions, commentaires, etc.)	Débutant : 1-3% Intermédiaire : 4-8% Avancé : 9-15%	
Taux de couverture (% de collaborateurs touchés)	Débutant : 10-20% Intermédiaire : 25-45% Avancé : 50-70%	

**Powell** s'intègre nativement à Microsoft Stream ; vos vidéos hébergées sur Stream remontent automatiquement dans l'intranet, sans double saisie ni lien à copier-coller.

→ Résultat : votre vidéo ne reste pas dans un email ou un canal Teams perdu. Elle vit sur l'intranet, elle se voit, elle se mesure.



## 2. Transformer un contenu qui ne performe pas

**Objectif** : maximiser l'impact de vos contenus existants et éviter qu'ils tombent dans l'oubli.

Vous avez organisé un événement interne, publié un article ou partagé quelques photos... sans réel engagement ?

**Transformez ce contenu en une vidéo dynamique qui résume les temps forts et capte pleinement l'attention.**

### Rétrospective d'événement

En quelques clics sur Pitchy, créez votre rétrospective d'événement à partager en interne. Choisissez un thème, des séquences et dynamisez la vidéo grâce aux animations créées par nos Motion Designers.



→ **La vidéo capte beaucoup plus l'attention**

→ **Permet de recycler intelligemment l'existant**

Créez facilement sur Pitchy des vidéos engageantes, même à partir de contenus existants. Profitez de **+150 thèmes personnalisables** pour respecter votre charte, de **+800 séquences** prêtes à l'emploi pour structurer rapidement vos vidéos, et de **+1500 animations** pour leur donner du rythme. Vous avez également accès à une bibliothèque de 4 millions de photos et vidéos libres de droits pour enrichir vos contenus.

Résultat : un contenu recyclé, mais beaucoup plus engageant.

Grâce à Powell, vous redonnez une seconde vie à vos contenus et vous vous assurez qu'ils soient réellement vus. Remettez vos vidéos en avant en page d'accueil de votre intranet pour maximiser leur **visibilité**, même plusieurs jours après leur publication initiale. Relancez efficacement grâce à des **notifications Push ciblées**, envoyées uniquement aux collaborateurs qui n'ont pas encore vu le contenu.

Vous pouvez aussi **programmer** leur republication à l'avance pour automatiser leur diffusion.

Indicateur	Objectif à 30 jours	Vos résultats
Vues de la vidéo (sur l'audience ciblée)	Débutant : 15-25% Intermédiaire : 30-50% Avancé : 55-75%	
Vues du post (sur l'audience ciblée)	Débutant : 10-20% Intermédiaire : 25-40% Avancé : 45-65%	
Taux d'engagement (réactions, commentaires, etc.)	Débutant : 1-3% Intermédiaire : 4-8% Avancé : 9-15%	
Taux de couverture (% de collaborateurs touchés)	Débutant : 10-20% Intermédiaire : 25-45% Avancé : 50-70%	

### 3. Créer du contenu même sans actualité

**Objectif :** maintenir une communication régulière et engageante, même en période creuse.

L'idée est de proposer des formats ludiques comme un quiz interactif, ou des vidéos pédagogiques (ex : gestes RSE, bonnes pratiques au travail, sécurité...). Des contenus simples mais utiles, qui favorisent l'interaction.

**Vidéo pédagogique :**

**Gestes RSE en entreprise**

Pour répondre aux besoins des équipes RH, qu'il s'agisse de partager des initiatives RSE en interne ou de diffuser des conseils sur le bien-être au travail, la vidéo permet de mieux faire passer les messages, tout en restant ludique.



→ Encourage la participation

→ Crée du lien sans dépendre de l'actu

Générez **rapidement** des idées de contenus et structurez vos messages sans partir de zéro sur Pitchy.

L'**IA** de génération de **storyboard** vous aide à imaginer des formats pertinents en quelques clics, tandis que l'aide à la rédaction vous accompagne pour clarifier et organiser vos contenus.

Résultat : un vrai gain de temps et des vidéos plus impactantes, dès la phase de conception.

Vous pouvez transformer vos contenus ponctuels en rendez-vous réguliers en vous appuyant sur des **thèmes saisonniers** prêts à l'emploi. Grâce à Powell, intégrez facilement vos vidéos aux temps forts de l'année, et créez une rubrique dédiée en page d'accueil intranet pour installer ce format dans la durée. Grâce à la diffusion automatique multilingue, un seul contenu peut toucher efficacement l'ensemble de vos collaborateurs.

**Maximisez la participation :**

**1. Sondages & widgets**

**interactifs** : complétez vos vidéos quiz Pitchy avec un sondage natif Powell directement sur la même page ; les collaborateurs réagissent sans quitter l'intranet.

**2. Mise en avant des résultats :**

publiez les résultats du quiz en homepage la semaine suivante ; cela crée de l'anticipation et fidélise l'audience

**3. Commentaires ouverts :**

activez les réactions sur ces posts pour transformer un contenu descendant en véritable échange

→ **Résultat : vos périodes creuses deviennent des opportunités d'engagement. La communication interne devient un rendez-vous, pas une interruption.**

## Mesurez concrètement l'impact de votre action :

Indicateur	Objectif à 30 jours	Vos résultats
Vues de la vidéo (sur l'audience ciblée)	Débutant : 15-25% Intermédiaire : 30-50% Avancé : 55-75%	
Vues du post (sur l'audience ciblée)	Débutant : 10-20% Intermédiaire : 25-40% Avancé : 45-65%	
Taux d'engagement (réactions, commentaires, etc.)	Débutant : 1-3% Intermédiaire : 4-8% Avancé : 9-15%	
Taux de couverture (% de collaborateurs touchés)	Débutant : 10-20% Intermédiaire : 25-45% Avancé : 50-70%	



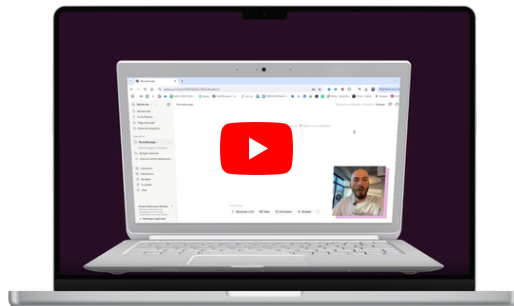
## 4. Simplifier un contenu complexe

**Objectif** : s'assurer que les contenus importants (documents stratégiques, procédures...) soient réellement consultés et compris.

### Tutoriel vidéo d'un long document

Transformez un document long (présentation, PDF de 70 pages...) en une vidéo courte qui synthétise les points clés afin de faciliter la compréhension et capter rapidement l'attention des collaborateurs.

Avec la feature "**Doc to Video**" de Pitchy : importez votre document, et la plateforme génère automatiquement un script et un storyboard prêts à être montés. Vous transformez ainsi rapidement un contenu dense en une vidéo claire, structurée et engageante.



**Tips** : Avec Pitchy, enregistrez votre écran et filmez-vous en même temps afin d'embarquer votre audience à votre tutoriel.



**Format rapide à consommer**



**Meilleure mémorisation**

### Assurez-vous que le contenu est vu par les bonnes personnes

Diffusez vos contenus de façon ciblée, uniquement aux collaborateurs concernés (ex : procédures terrain, notes RH), pour éviter le bruit et les oublis. Grâce aux **notifications push**, alertez immédiatement vos équipes sur desktop et mobile, même si elles ne consultent pas spontanément l'intranet. Vous pouvez également mettre vos contenus en avant sur la **homepage**, en position prioritaire, jusqu'à ce qu'ils atteignent un seuil de lecture défini, pour garantir leur visibilité.

### Sachez précisément qui a compris, pas seulement qui a cliqué

Suivez l'impact de vos contenus grâce au nombre de **vues** et au **temps de lecture** moyen. Un collaborateur qui regarde seulement 10 secondes sur 90 n'a pas réellement consulté le contenu. Pour les informations critiques (procédures légales, règles de sécurité, politiques RH), ajoutez un bouton "**J'ai lu et compris**" pour obtenir une preuve de diffusion par collaborateur. Vous pouvez également programmer des **relances automatiques** auprès de ceux qui n'ont pas encore consulté le contenu, sans intervention manuelle.



**Bon à savoir** : l'accusé de lecture Powell est particulièrement utile dans les secteurs réglementés (santé, industrie, finance) où la preuve de diffusion d'une procédure peut avoir une valeur juridique.

→ **Résultat** : vous ne publiez plus dans le vide. Vous savez qui a vu, qui a compris, et qui doit être relancé, en temps réel.

Grâce aux **analytics de Powell**, mesurez concrètement l'impact de votre action :

- Vues de la vidéo
- Temps de visionnage moyen
- Vues du post
- Commentaires / réactions
- Taux de couverture
- Accusés de lecture recueillis
- Répartition desktop / mobile (clé pour les équipes terrain)
- Collaborateurs relancés automatiquement

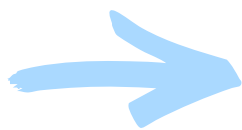


## 5. Le format “micro-trottoir interne”

**Objectif :** créer de l’engagement rapidement et faire remonter la voix des collaborateurs de manière spontanée.

### Interview “micro-trottoir”

L’idée est de poser une question simple à plusieurs collaborateurs (ex : “Votre meilleur conseil pour bien travailler en équipe ?”, “Le truc qui vous fait gagner du temps au quotidien ?”, “Le conseil que vous avez reçu à votre arrivée et qui vous a vraiment aidé ?”) et compiler leurs réponses en une vidéo courte et rythmée.



**Donne la parole à plusieurs profils**



**Crée de la proximité et du collectif**

Facilitez la création de formats dynamiques et incarnés avec Pitchy, grâce à un **tournage mobile** simplifié qui permet de multiplier facilement les prises. Le montage rapide via des **templates** aide à enchaîner les réponses de manière fluide, tandis que les animations et sous-titres apportent du rythme et renforcent l’engagement.

Résultat : un contenu vivant, authentique et facile à produire en série.

Installez un véritable **rendez-vous éditorial** avec Powell, plutôt qu’un simple one-shot. Créez une rubrique dédiée (ex. “La parole à...”, “Ils ont répondu”, “La question de la semaine”) où chaque nouvel épisode s’inscrit dans la continuité, pour donner un **repère clair** à vos collaborateurs. Programmez la publication à l’avance afin d’ancrer ce format dans la durée, sans contrainte de dernière minute. Enfin, jouez sur le **ciblage croisé** pour diffuser certains contenus plus largement et créer des ponts entre des équipes qui ne se croisent pas au quotidien.

### Transformez les spectateurs en participants :

1. **Commentaires ouverts :** invitez les collaborateurs à poster leur propre réponse en commentaire sous la vidéo ; le micro-trottoir devient un échange, pas une diffusion à sens unique

2. **Sondage associé :** ajoutez un widget sondage Powell sur la même page (“Et vous, quelle est votre réponse ?”) pour prolonger l’interaction au-delà de la vidéo

3. **Notification de lancement :** alertez l’ensemble des collaborateurs ciblés dès la mise en ligne ; le format court mérite une visibilité immédiate



**Bon à savoir :** le micro-trottoir est l'un des formats les plus partagés en interne. Dans votre intranet, activez l'option de partage entre collègues ; un collaborateur qui se reconnaît dans une vidéo la transmettra naturellement à son équipe, multipliant votre portée sans effort supplémentaire.

→ **Résultat :** votre micro-trottoir ne reste pas une vidéo sympa vue une fois. Il devient le format signature de votre communication interne ; attendu, commenté, partagé.

**Mesurez concrètement l'impact de votre action :**

Indicateur	Objectif à 30 jours	Vos résultats
Vues de la vidéo (sur l'audience ciblée)	Débutant : 15-25% Intermédiaire : 30-50% Avancé : 55-75%	
Vues du post (sur l'audience ciblée)	Débutant : 10-20% Intermédiaire : 25-40% Avancé : 45-65%	
Taux d'engagement (réactions, commentaires, etc.)	Débutant : 1-3% Intermédiaire : 4-8% Avancé : 9-15%	
Taux de couverture (% de collaborateurs touchés)	Débutant : 10-20% Intermédiaire : 25-45% Avancé : 50-70%	



# Ce qu'il faut retenir

La vidéo est l'un des formats les plus efficaces pour capter l'attention en communication interne, à condition d'être courte, ciblée et régulière.

En effet, les formats simples, incarnés et récurrents sont souvent les plus performants.

Pour maximiser l'impact, tout se joue à trois niveaux :

1. la **création**, avec Pitchy pour produire facilement et à grande échelle ;
2. la **diffusion**, avec Powell pour toucher les bonnes personnes au bon moment ;
3. et le **pilotage**, également avec Powell, pour mesurer, ajuster et relancer intelligemment.

**L'enjeu n'est pas de faire "une bonne vidéo", mais de mettre en place un système durable de communication vidéo.**





# Un logiciel pour vos vidéos du quotidien, une agence pour aller plus loin

## pitchy solutions

Logiciel boosté à l'IA

Créez des **vidéos professionnelles** en toute autonomie grâce à notre plateforme intelligente, des centaines de **modèles personnalisables** et une app mobile pour la captation.

## pitchymax

Logiciel + Agence

Créez en autonomie vos vidéos quotidiennes grâce à notre plateforme **Pitchy Solutions** et confiez vos projets clé à notre agence premium, **Pitchy Studio**.

## pitchystudio

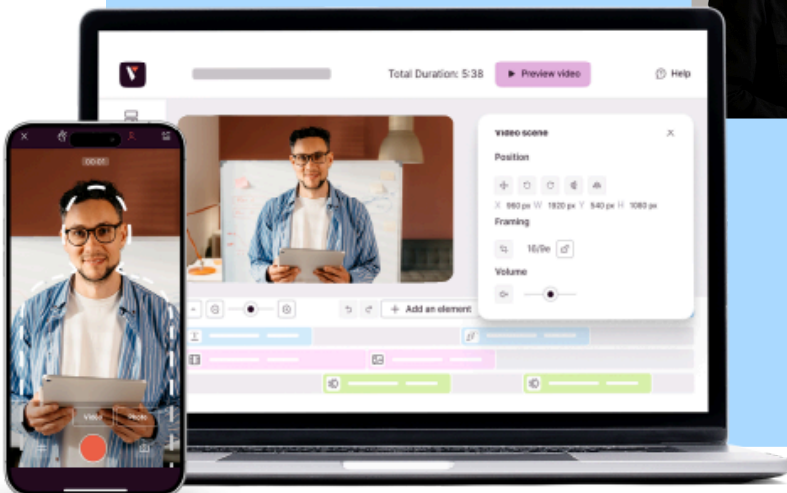
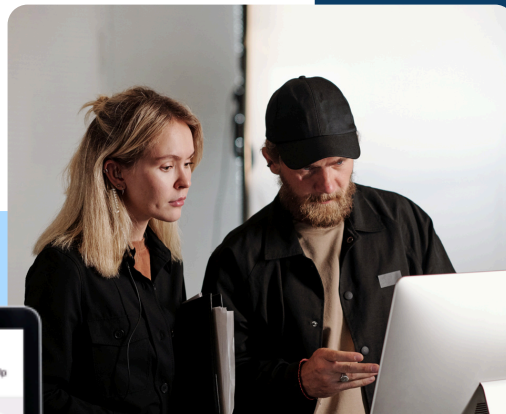
Agence

Confiez vos projets à notre **agence premium** : 12 ans d'expérience créative alliés à une puissance technologique pour des réalisations **sur-mesure**, impactantes et moins onéreuses.

+12 ans  
expérience

+500  
clients

1  
partenaire  
unique



+1M  
projets  
vidéos

Une question  
sur nos offres ?

[Demander une démo](#)

# Powell

Powell transforme Microsoft 365 en une plateforme de communication interne que vos collaborateurs ont vraiment envie d'utiliser. Personnalisée, mesurable, accessible depuis n'importe quel device, et conçue pour que chaque contenu soit vu, lu et compris.

Parce que diffuser un bon contenu, c'est bien. S'assurer qu'il atteint les bonnes personnes, au bon moment, sur le bon canal, c'est mieux.

## **Demandez une démo**

[www.powell-software.com](http://www.powell-software.com)

+550  
clients

2M+  
utilisateurs

50+  
partenaires  
intégrateurs



# pitchy x Powell

