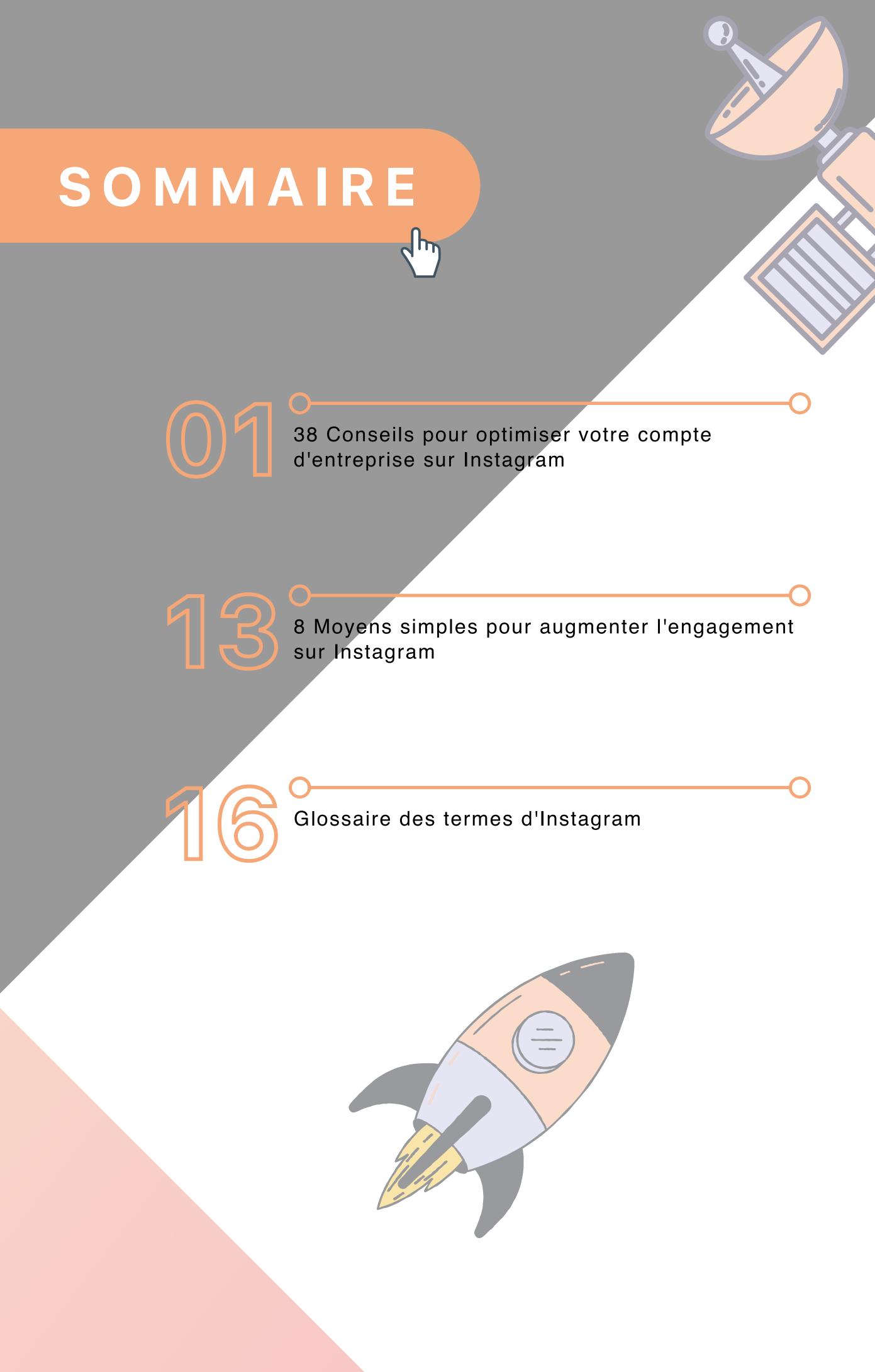
MARKETING GUIDE INSTAGRAM





Avez-vous des difficultés à booster votre compte Instagram d'entreprise?

Nous avons 38 hacks pour vous!

INSTAGRAM BUSINESS: OPTIMISATION DE PROFIL

1 PHOTO DE PROFIL



c'est une façon simple d'améliorer la notoriété de votre marque.

Quand nous visitons un profil sur Instagram, la première chose que nous voyons est le logo de la marque – et quand nous nous rendons sur d'autre plateforme (par exemple sur un autre réseau social) Nous aurons davantage tendance à reconnaître votre marque de fabrique si votre logo est présent.

Avant de le publier sur votre profil, assurez-vous que la résolution en pixels de votre logo soit 110 x 110px.

NOM D'ENTREPRISE (

Encore une fois le but est d'améliorer la reconnaissance de votre marque, cette fois ci en mettant le nom de votre entreprise comme le nom de votre compte.

Sur Instagram, votre nom est le texte en gras qui se trouve au-dessous de votre photo de profil.

L'inclusion d'un mot clé dans votre nom d'entreprise (par exemple « Instafrenchie – Instagram Tips » au lieu d' « Instafrenchie » uniquement) aidera les gens à vous trouver plus facilement sur Google et d'autres moteurs de recherche.





3 PASSER À UN COMPTE PROFESSIONNEL

Si votre compte n'est pas déjà professionnel, il est temps de faire la transition afin de pouvoir profiter des fonctions qu'Instagram vous cachait jusque la !

Voici comment faire : Allez dans la rubrique paramètres (depuis votre compte), puis tapez sur « compte » et vous pouvez passer à un compte professionnel (au lieu de personnel).

Une fois votre compte passé en professionnel, Instagram vous demandera de choisir une catégorie. Il y en a plusieurs, c'est pourquoi Il est primordial de réfléchir attentivement à la catégorie qui décrit le mieux votre entreprise. Avec un compte professionnel, vous pourrez ajouter une adresse email, un numéro de téléphone et l'adresse physique de votre entreprise.



BIO

4

Agence de médias sociaux



Booster vos followers

Paris, France

↓ Venez nous rejoindre ↓
instafrenchie.fr/

Le bio vous permet d'expliquer brièvement aux visiteurs de votre profil qui vous êtes et ce que vous faites.

Prenez cette opportunité pour montrer la personnalité de votre marque. N'hésitez pas à inclure quelques mots clés aussi!

Il est aussi très important d'inclure un call to action – par exemple, vous pouvez demander aux gens de cliquer sur un lien vers votre site web.

5 URL

Vous ne disposez que d'un seul lien dans votre profil Instagram 🏖 ?

Avec Linktree, vous pouvez offrir plus d'options à vos visiteurs. Linktree vous donnera un lien où vous pourrez ajouter plusieurs autres liens, tels que votre site web, chaîne YouTube, ou tout autre chose que vous souhaitez faire connaître.





6 STORIES À LA UNE

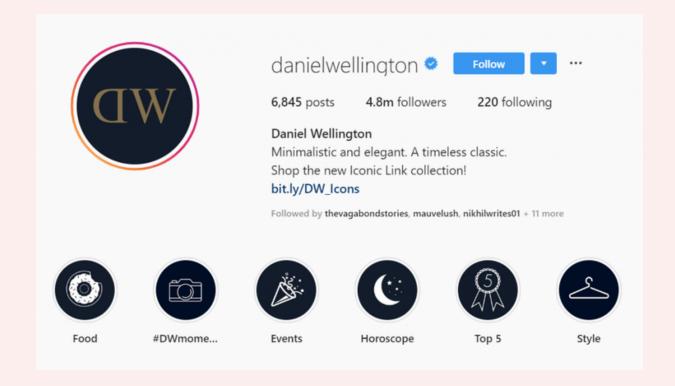
Bon à savoir!

Il est possible de montrer aux visiteurs des stories normalement disponible que 24h de façon permanente.

Comment ? En les ajoutants à la une !

Il faut tout simplement catégoriser vos stories par sujet, et c'est encore mieux si vous créez des couvertures personnalisées pour renforcer la charte graphique de votre marque.

Voici un exemple de la marque Daniel Wellington :



CRÉER UNE IMAGE DE MARQUE COHÉRENTE 7



Il est important d'avoir une image de marque cohérente avec l'univers que vous proposez.

Pour atteindre cet objectif, il faut tout d'abord choisir un thème et une palette de couleurs pour votre compte Instagram.

Inspirez-vous des couleurs de votre logo, par exemple.

8 CRÉER UNE VARIÉTÉ DE CONTENU

Il y a trois grandes catégories de photos publiables de vos produits sur Instagram :

- des photos qui se focalisent sur les détails du produit
- Celles qui montrent un mannequin portant ou utilisant le produit
- et ce qu'on appelle les « flatlays » images d'objet ou produit, placé sur une surface plane (comme une table par exemple).

Mais il faut aussi poster des images qui montrent autre chose que vos produits, pour proposer de la variété sur votre feed.

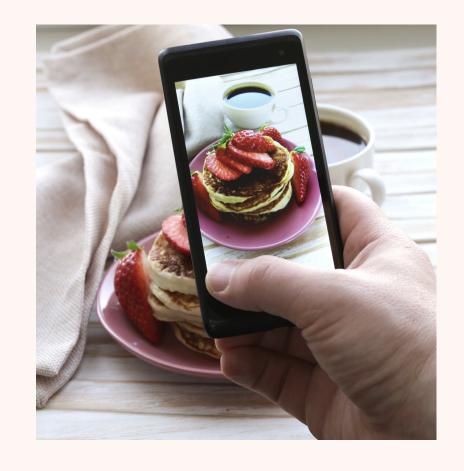


PARTAGER DES CONTENUS CRÉÉS PAR LES USAGERS

En plus de publier du contenu original, vous pouvez partager les posts créés par vos clients. Vous trouverez ces posts sur votre hashtag de marque (si vous en avez un), vos photos taguées et les @mentions.

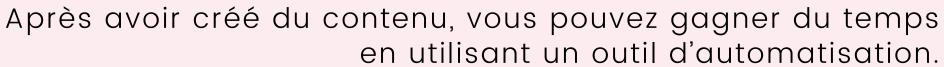
Assurez-vous de demander la permission au créateur, et l'identifier dans la photo et/ou la description du post.

Ce type de contenu peut souvent résulter sur plus d'engagements !



UTILISER UN OUTIL D'AUTOMATISATION 10

0 00 00



Il y en a trois types :

- 1. Les planificateurs Pour planifier votre feed en avance et publier les posts automatiquement
 - 2. Croissance Gagner des followers et augmenter votre engagement de manière organique et automatisée
- 3. Statistiques Analyser vos statistiques afin d'améliorer le retour sur investissement de vos campagnes.



COMMENT ÉCRIRE UNE BONNE LÉGENDE

Une bonne légende peut augmenter de manière significative votre taux d' engagement.

Ci-dessous la recette magique pour améliorer vos légendes :



11 MONTRER LA PERSONNALITÉ DE VOTRE MARQUE

Personne n'aime les légendes ennuyeuses.

Ajoutez y un peu d'humour et laisser briller la personnalité de votre marque !



CONTEXTE 12



Votre légende doit être en accord avec votre photo. Il est recommandé d'ajouter un texte pour recontextualiser une photo, ou aider vos internautes à comprendre cette dernière.

13 RACONTER L'HISTOIRE DE VOTRE MARQUE

Comment a-t-elle débuté ? Quel était votre premier produit ? Comment êtes-vous arrivés là où vous êtes aujourd'hui ?



En partageant ce type d'informations, vous pouvez établir une relation plus personnelle avec vos followers.



PARTAGER DE L'INSPIRATION

Une des raisons principales pour lesquelles nous utilisons les réseaux sociaux, est d'y trouver l'inspiration nécéssaire pour passer une bonne journée – alors n'hésitez pas à partager votre vision inspirante!

15 COMPRENDRE VOTRE PUBLIC

Faites attention à bien connaitre votre audience cible, cela vous permettra d'optimiser votre message.

Si vous faites appel aux services d'un community manager, une bonne astuce peut être d'engager une personne ayant le même âge, la même façon de penser que votre cible.





16 EDUQUER VOS ABONNÉS

Aidez vos followers à apprendre quelque chose de nouveau sur le monde ; partagez des légendes avec des informations qui sont pertinentes et en rapport avec votre secteur d'activité. instafrenchie.fr Comment fonctionnent les hashtags sur Instagram ?

Les hashtags vous aident à améliorer votre reach sur Instagram en catégorisant le contenu

Les mots ou phrases clés que vous choisissez se transforment en des liens recherchables

Par conséquent votre post devient plus visible aux abonnés potentiels, d'autant plus que les usagers peuvent également suivre les hashtags 🐇

Avec 12,6 % plus d'interactions sur les posts ayant au moins un hashtag, vous n'avez rien à perdre en en incluant quelques-uns!



METTRE UN COLLABORATEUR EN AVANT 17

Soyez naturel! Montrez les coulisses de l'élaboration du produit que vous commercialisez est un excellent moyen de générer plus d'interactions avec vos posts et votre profil.

Les photos de visages fonctionnent aussi généralement très bien, N'hésitez pas à prendre une photo d'un collaborateur et racontez son histoire..

18 CITER UN EXPERT

N'hésitez pas à tagger un expert de votre secteur d'activité, en le citant, ou en le mettant en avant dans votre légende de post.





INCLURE UN APPEL À L'ACTION (CTA)

Demandez à vos followers de réaliser une action spécifique – Cela peut être de cliquer sur un lien de produit dans la photo, taguer un ami dans les commentaires, ou aller voir le lien dans votre bio.

20 UTILISER DES EMOJIS

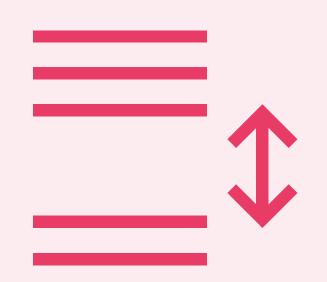
Les emojis ajoutent un peu de fun à vos légendes et assure une meilleure compréhension du message.

Il ne faut pas aller trop loin, cependant deux ou trois petits emojis bien placés et pertinents peuvent améliorer votre taux d'engagement.



21 AJOUTER DES ESPACES

La forme du texte contribue fortement à la compréhension du message. Un grand bloc de texte est "lourd", et on a pas envie de le lire ; incluez plutôt des espaces entre les phrases pour aérer votre message.





AJOUTER DES MENTIONS

22

Mentionner d'autres utilisateurs enrichit l'expérience de vos lecteurs, cela leur permet également de trouver d'autres comptes pertinents en rapport avec leurs centre d'intérêts.

ON POSTE QUOI SUR LES STORIES?

Voici 9 idées pour profiter au maximum de cette feature d'Instagram :





GÉOLOCALISATION

23

Géolocaliser un post permet d'améliorer sa visibilité. Il permet également d'ancrer une situation, et de fournir une information supplémentaire à un post.

24 PARTAGER D'AUTRES POSTS

Si vous voyez un post dans votre feed que vous voulez partager, votre story est le moyen idéal pour le faire !

C'est une façon unique de se rapprocher de vos clients.



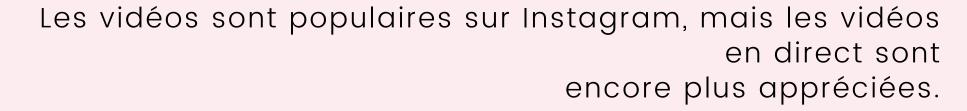
SWIPE-UP

La fonction « swipe-up » sur les stories est une manière efficace de diriger vos abonnés vers votre site web, cela permet d'augmenter votre trafic et par conséquent vos ventes.

Disponible à partir de 10K followers.



EN DIRECT 26



80 % des utilisateurs préfèrent regarder une vidéo en direct que lire un article de blog et 82 % les préfèrent aux posts standards sur les réseaux.

Vous pouvez utiliser cette fonction pour annoncer un nouveau produit ou pour montrer ce qui se passe dans les coulisses - De plus la vidéo peut être sauvegardé après émission.



LES SONDAGES

Les sondages vous permettent de recevoir plus d'engagement et peuvent vous aider à mieux comprendre qui sont vos abonnés et ce qu'ils aiment.

Avec cette information vous pouvez cibler une audience plus spécifique et gagner des followers.



POSER DES QUESTIONS

Poser des questions à votre audience peut susciter plus d'interactions, ce qui permet de créer un rapport plus proche et familier.

Comme les sondages, les questions peuvent également apporter une meilleure connaissance de votre clientèle cible



« CONTACTE-MOI »

Instagram a récemment introduit un sticker « contacte-moi » qui vous permet de commencer des conversations directement sur les stories.



QUE POUVEZ VOUS AUGMENTER AVEC INSTAFRENCHIE ?
(A) Votre reach
B Votre engagement
C Votre nombre de followers
D Tous les trois!

FAIRE UN QUIZ 30

Les questionnaires présentent une opportunité divertissante pour votre audience d'apprendre plus sur vous et votre entreprise.

Utilisez cette fonction pour partager des faits amusants par exemple.

31 GIF ET STICKERS

Les stickers et les GIF ajoutent un peu de fun à vos stories.

Les gens ont tendance à feuilleter les stories rapidement, donc un sticker ou un GIF peut vous aider à attirer leur attention.



COMMENT FAIRE CROÎTRE VOTRE COMPTE EN UTILISANT INSTAGRAM BUSINESS

L'un des meilleurs moyens de développer votre Instagram est d'utiliser des hashtags. Les hashtags sur les posts Instagram peuvent augmenter votre reach.

Vous pouvez apparaître sur la page "Explore" du hashtags et confronter votre post à une nouvelle audience.

Il vous faudra trouver des hashtags en rapport avec votre secteur d'activités, des hashtags à fort traffic, et des # de niche.

Voici d'autres conseils sur l'utilisation des hashtags pour développer votre compte et obtenir plus de followers sur Instagram :

32 COMMENT UTILISER LES HASHTAGS SUR VOS POSTS

La première étape pour sélectionner vos hashtags est de faire un petit brainstorming.

Réfléchissez:

- Votre produit ou service
- Votre public cible et ses intérêts
- Votre localisation

Notez une liste de hashtags qui pourraient fonctionner. Si vous avez du mal à penser aux hashtags, regardez ce que font vos concurrents ou utilisez un générateur de hashtags gratuit.

Sauvegardez les hashtags que vous avez choisi et gardez-les en sécurité, par exemple dans les notes de votre portable ou dans l'outil de planification des médias sociaux que vous utilisez.

instafrenchie.fr Comment fonctionnent les hashtags sur Instagram? 💡

Les hashtags vous aident à améliorer votre reach sur Instagram en catégorisant le contenu

O Les mots ou phrases clés que vous choisissez se transforment en des liens recherchables

Par conséquent votre post devient plus visible aux abonnés potentiels, d'autant plus que les usagers peuvent également suivre les hashtags 🤞

Avec 12,6 % plus d'interactions sur les posts ayant au moins un hashtag, vous n'avez rien à perdre en en incluant quelques-uns!

#entreprise #entreprisefrançaise #entreprenariat #conseilsinstagram #conseilsmarketing #bosser #travail #communitymanagerfrance #reseauxsociaux #instagramfrance #digitalmarketing #digitalmarketingtips #digitalmarketingtips #instagramtips #instagrambusiness #igersfrance #communitymanagement #growthhacking #businessgrowth #instagramgrowth #entrepreneurlife #marketingonline #socialmediatips #socialmediamarketingtips #socialmediaforbusiness #growthmindset #smallbizlife #smallbusinesstips #communitymanager #entreprendreautrement

Mettez vos hashtags dans votre légende ou dans le premier commentaire de votre post, puis testez-les pour voir s'ils fonctionnent bien. Répétez ce cycle, en modifiant vos hashtags si nécessaire.

N'oubliez pas d'utiliser des hashtags sur les stories aussi - vous pouvez insérer des hashtags sur votre story en utilisant un texte ou un sticker.

TAGS DE LOCALISATION 33

Une autre façon de développer votre compte en utilisant Instagram Business est de sélectionner des tags de localisation pour que les clients locaux puissent vous trouver.

Tout d'abord, élaborez une stratégie de localisation spécifique à l'endroit où vous vous trouvez ; si vous êtes une entreprise qui sert seulement la communauté locale, vous devrez vous concentrer sur votre ville. Si vous servez également des clients dans d'autres endroits, il peut être utile de privilégier les endroits populaires.

Vous obtiendrez des meilleurs résultats si vous élaborez votre stratégie de localisation avec une combinaison des deux méthodes.

Choisissez avec soin vos tags de localisation ; il faudra que les tags que vous choisissez aient suffisamment de trafic pour mériter votre temps, mais ils ne doivent pas être si petits que personne ne les recherchera. Commencez à utiliser les tags que vous avez choisis dans les posts et les stories, petit à petit.



34 LES CONCOURS

Vous pouvez développer votre profil Instagram Business en organisant des concours.

Choisissez un article à offrir en cadeau (un produit ou un service gratuit) et puis choisissez la manière dont vous voulez que vos followers participent – demandez-leur de commenter votre post, de taguer un ami (cela peut vous aider à obtenir plus de followers), de vous suivre, de poster sur leur propre compte ou de faire une combinaison des actions ci-dessus.

Lorsque le temps prévu par le tirage au sort est passé, mettez tous les noms dans un générateur de nom randomisé et annoncez le gagnant.



COMMENT RÉALISER DES VENTES SUR INSTAGRAM BUSINESS AVEC LE SHOPPING



Votre profil Instagram Business est optimisé et prêt à partir - il est maintenant temps de commencer à faire des ventes. Instagram est une excellente plateforme pour le e-commerce grâce à sa fonction assez récente des tags de produits.

Lorsque vous publiez une photo avec un tag de produit, les gens peuvent faire leurs achats sur votre site web en seulement quelques clics. Les tags de produits sont pratiques, mais aussi subtils, et s'intègrent parfaitement à l'esthétique de la plateforme.

Avant de commencer à créer des posts de shopping, reliez votre Shopify à votre Instagram (si vous avez un Shopify - ce n'est pas nécessaire). Vous pouvez ensuite taguer un produit en publiant une photo et en choisissant jusqu'à cinq produits à taguer, en les identifiant tout comme vous le feriez avec une autre personne.

Lorsque vous postez une photo avec des étiquettes de produits, vous verrez un bouton "Boutique" apparaître sur votre profil, ce qui permettra aux gens de voir tous vos articles à la fois. Pour tirer le meilleur parti de vos posts de shopping, utilisez Instagram Insights pour obtenir des informations concernant l'optimisation de vos posts.

N'oubliez pas d'ajouter des stickers produits à vos stories aussi.

35

COMMENT PROMOUVOIR VOTRE COMPTE

Vous pouvez promouvoir votre compte Instagram de trois manières : par le marketing d'engagement, par des influenceurs ou par des ads Instagram. Voyons un peu plus en détail chacun de ces éléments.

MARKETING D'ENGAGEMENT

Le marketing d'engagement est simplement un terme qui signifie attirer davantage de personnes vers votre entreprise grâce à de réelles connexions c'est un peu comme le networking.

Vous pouvez exploiter la puissance du marketing d'engagement tout simplement en passant du temps à interagir avec vos followers potentiels, de la même manière que vous le feriez avec des amis.

Le marketing d'engagement est un moyen rentable d'accompagner la croissance de votre compte.



INFLUENCEURS (37)

Vous connaissez probablement déjà le principe général du marketing d'influence, qui s'appuie sur des experts reconnus de l'industrie pour promouvoir un produit ou un service.

Mais avez-vous déjà envisagé de travailler avec des micro-influenceurs ? Les micro-influenceurs sont simplement des leaders d'opinion qui ont une base de fans moins importante, et ils pourraient être un bon complément pour votre entreprise.



Souvent, les micro-influenceurs ont un taux d'engagement plus élevé que celui des personnalités très populaires - et elles coûtent moins cher, ce qui en fait une option économique.

Vous pouvez contacter les influenceurs par le biais d'e-mail ou Message privée. Trouvez des influenceurs qui vous semblent pertinents et envoyez-leur un e-mail, en leur offrant quelque chose en contrepartie d'une parution.

L'objectif final est de cultiver une relation à long terme avec ces influenceurs et de travailler avec eux plusieurs fois

38 ANNONCES

Le dernier moyen de promouvoir votre Instagram est par le biais des annonces sponsorisées

Choisissez un format de publicité (comme les articles d'Instagram, une publicité vidéo, une publicité en carrousel, etc.) et utilisez ensuite une image de marque cohérente avec le format de publicité choisie; veillez toujours à inclure un bouton ou CTA fort qui pousse les gens vers un objectif spécifique, que ce soit de visiter votre site web ou d'appuyer sur "Follow".



8 MOYENS SIMPLES D'AUGMENTER L'ENGAGEMENT SUR INSTAGRAM

L'algorithme d'Instagram change fréquemment la façon dont on utilise l'application, donc il est important d'essayer de nouvelles stratégies, d'itérer, de comparer.

Dans ce chapitre, nous allons vous présenter 8 façons simples de le faire, avec des exemples concrets que vous pouvez facilement appliquer à votre propre compte

POSTER AU MOMENT OPTIMAL

1



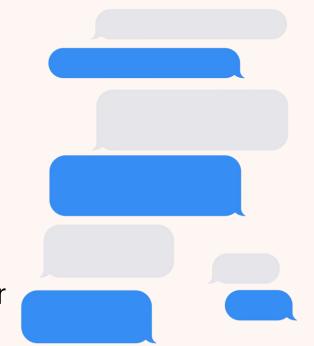
Un moyen très simple de satisfaire l'algorithme et d'augmenter votre engagement sur Instagram, est de poster en même temps que votre public cible. En effet, l'algorithme suit la vitesse à laquelle vos posts reçoivent des j'aimes et des commentaires, il est inutile de poster quand tout le monde dort.

Malheureusement, il n'y a pas de solution universelle pour déterminer le meilleur moment pour poster sur Instagram, car cela varie complètement en fonction de l'âge et de la localisation du public.

2 MESSAGES DIRECTS

La communauté est au cœur d'Instagram, et une partie essentielle de celle-ci est la conversation.

Il existe plusieurs façons d'utiliser les messages directs pour accroître l'engagement sur Instagram. Tous ces moyens sont centrés sur la création d'une communauté et sur un intérêt réel pour votre public.





STICKERS SUR INSTAGRAM STORIES

L'algorithme Instagram analyse tous les types d'engagement, et bien que les stickers Story ne vous apportent pas plus de j'aimes et de commentaires sur vos posts, ils augmentent le taux d'engagement global de votre compte. Cela signifie que vos posts seront plus visibles dans les feeds de vos followers!

Il existe de nombreuses façons d'utiliser les stickers de sondage, de quiz et de questions, et les marques proposent des Stories de plus en plus créatives.

Voici quelques moyens d'accroître l'engagement sur Instagram en les utilisant :

3 SONDAGES

Les stickers de sondage permettent aux utilisateurs d'Instagram de demander l'avis de leurs followers sur des sujets variés.

Ils sont parfaits pour les études de marché, les feedbacks, ou simplement pour s'amuser à connaître son public. Les stickers de sondage augmentent l'engagement sur Instagram car ils ne révèlent les résultats qu'une fois que l'utilisateur a voté luimême.

OUI

La curiosité humaine fait que la majorité des visiteurs votent sur un sondage, et en plus, il n'y a qu'une seule tape à faire!

QUESTIONS 4

Posez-nous une question

Écrivez quelque chose...

Le sticker de question est un excellent moyen de donner à vos followers la possibilité d'en savoir plus sur vous ou votre marque.

De nombreuses marques et influenceurs utilisent ce sticker pour encourager leur public à leur poser des questions et partagent leurs réponses sur leurs stories. Cela peut se faire en tapant la réponse à la question ou en réalisant une vidéo qui y répond personnellement!

QUIZ

Les stickers de quiz vous permettent de tester votre public sur votre marque, un sujet important pour vous ou, plus généralement, de récueillir un consensus sur un sujet donné.

Si vos followers sont curieux ou compétitifs, vous pouvez garantir que l'utilisation d'un sticker de quiz augmentera l'engagement.





6 LANCER UN CONCOURS

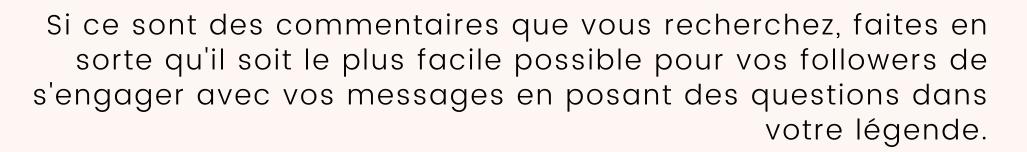
Les concours Instagram offrent un moyen efficace d'accroître l'engagement, car pour participer, il faut généralement aimer et commenter un post.

Cela permet non seulement de faire remonter le post dans la hiérarchie de l'algorithme, mais aussi d'introduire de nouveaux utilisateurs sur votre profil si vous demandez aux participants de taguer un ami. Les cadeaux sont la forme la plus courante des concours Instagram, donc si vous avez un produit ou un abonnement à utiliser comme prix, c'est parfait!

Si votre niche est plus créative, vous pouvez également organiser un concours photo, dans lequel les participants publient sur leur propre profil une photo d'un objet correspondant à un thème que vous avez sélectionné. N'oubliez pas de choisir un hashtag unique pour garder une trace de toutes les participations!



POSEZ DES QUESTIONS DANS VOS LÉGENDES 7



Avec la réduction de la durée d'attention, un simple appel Call to action (CTA) fait toute la différence. Demander des opinions, des idées ou de l'inspiration est un excellent angle d'attaque, car les gens aiment généralement partager ce genre de connaissances.

Assurez-vous de répondre à tous les commentaires sur vos posts Instagram! Maintenez les conversations vivantes et montrez que vous appréciez vos followers pour avoir pris le temps d'exprimer leur opinion sur votre post. Encourager et nourrir cette communauté ne fera que vous aider à accroître votre engagement sur Instagram.

8 COLLABORER AVEC D'AUTRES COMPTES

Une autre excellente méthode pour accroître l'engagement sur Instagram est la collaboration !

En travaillant avec des marques et des influenceurs qui ont le même public cible que vous, vous vous présentez à un tout nouveau groupe de personnes auxquelles votre contenu est orienté.







GLOSSAIRE DES TERMES D'INSTAGRAM

1 ALGORITHME

L'algorithme Instagram détermine l'ordre dans lequel les utilisateurs voient les messages sur leur feed.

Les algorithmes sont courants dans le domaine de l'informatique - à la base, un algorithme est une procédure qui aide à faire des calculs. En ce qui concerne les médias sociaux, les algorithmes contrôlent beaucoup de choses : Ils sont responsables de la tendance des hashtags, du contenu que certains utilisateurs voient ou ne voient pas, et plus encore. Chaque plateforme de média social a un algorithme. Sur Instagram, l'engagement de la marque peut parfois aider à changer l'algorithme et à faire en sorte qu'un post soit vu plus souvent.



BIO (

Agence de médias sociaux

#instagramtips

Booster vos followers

Paris, France

Venez nous rejoindre ↓

instafrenchie.fr/

Une bio Instagram est la partie du texte sous le nom d'utilisateur où vous pouvez donner des informations sur votre marque.

Votre biographie Instagram est l'endroit idéal pour expliquer un peu votre entreprise et ce qu'elle fait. Souvent, ce petit texte est la première chose que les gens voient quand ils visitent votre profil,

3 PSEUDO

Un pseudo est un autre terme pour le nom d'utilisateur – le nom utilisé sur Instagram pour définir un profil spécifique.

Sur votre profil, votre pseudo Instagram se trouve tout en haut, en lettres noires. Lorsque vous vous inscrivez à Instagram, le choix d'un nom d'utilisateur est l'une des toutes premières choses que vous serez amené à choisir.

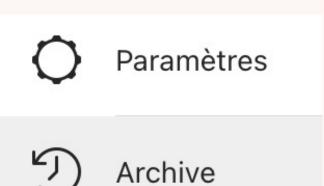




CARROUSEL

Une méthode permettant de partager jusqu'à 10 photos/vidéos dans un post.

Lorsque vous postez un "carrousel" Instagram, vous créez un post avec plusieurs photos et/ou vidéos. Vos followers pourront feuilleter les images.



Statistiques

ARCHIVE 5

Cacher les anciens posts sans les supprimer.

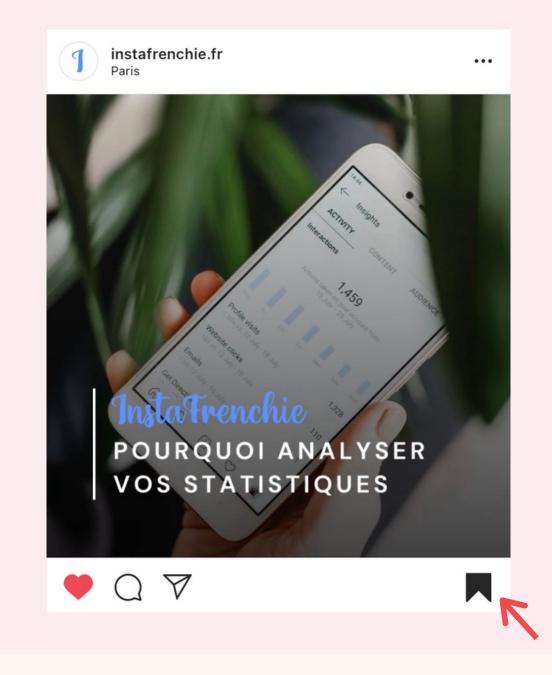
En "archivant" un post, vous pouvez retirer un ancien post de votre profil sans le supprimer. Vous pourrez voir le post archivé en appuyant sur "archive" (situé sous les trois lignes horizontales en haut à droite de votre profil), mais personne d'autre ne pourra le voir.

ENREGISTREMENTS

Une façon de garder des posts que vous voulez revoir

Vous pouvez sauvegarder un post en appuyant sur l'icône de bannière en bas à droite, juste au-dessus de la légende.

Le post sera alors enregistré dans votre bibliothèque d'enregistrements, accessible sur votre profil. En parcourant votre feed Instagram, vous pouvez sauvegarder des posts dont vous pourrez vous inspirer plus tard.





ENGAGEMENT

Interagir avec les utilisateurs sur les réseaux sociaux.

Celui-ci est assez simple - l'engagement fait simplement référence aux personnes qui interagissent entre elles sur les médias sociaux.

Répondre à des commentaires et faire une séance de questions-réponses en direct sur Instagram, par exemple, sont des stratégies d'engagement avec votre public.



8 STATISTIQUES

Une section de statistiques qui vous aide à connaître votre public, votre contenu et ses performances.

Les statistiques vous permettent de voir comment vos posts sont réceptionnés, comment les gens les découvrent, et même des petits détails comme le moment de la journée où le plus grand nombre de personnes interagissent avec votre contenu.



Ces informations peuvent vous aider à mieux cibler votre stratégie de contenu.

FOLLOWERS

9



Les utilisateurs Instagram qui suivent votre compte.

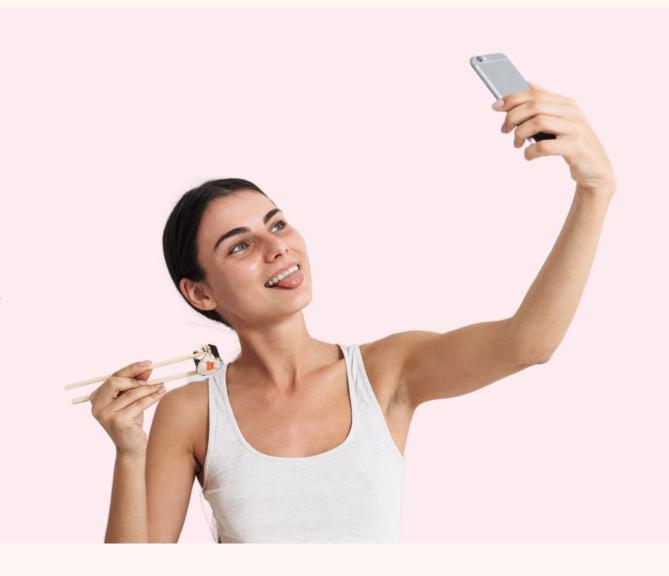
Lorsque vous créez un profil Instagram, les gens peuvent vous suivre ; vous pouvez voir votre nombre de followers en haut de votre profil Instagram. Vos followers verront vos posts dans leur fil d'actualité.

10 INFLUENCEUR

Quelqu'un qui produit des contenus pour un large public, souvent dans un niche spécifique.

Un influenceur crée un contenu attrayant pour ses followers ; la plupart des influenceurs se concentrent sur un domaine spécifique.

En général, les influenceurs ont plus de 10 000 followers.



MARKETING D'INFLUENCE

1 1



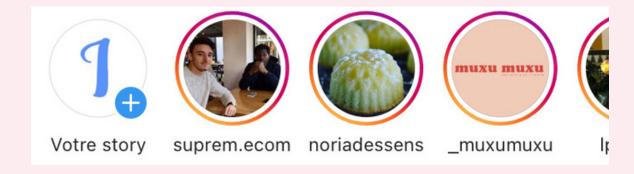
Les entreprises s'associent souvent à des influenceurs et leur demandant de promouvoir un produit ou un service sur Instagram afin que les followers de la personne en question en apprennent davantage sur l'entreprise.



GLOSSAIRE DES TERMES D'INSTAGRAM

STORIES

Des posts de 24 heures trouvés en haut du fil d'actualité d'Instagram.



Les stories peuvent être des photos ou des vidéos ; elles apparaissent en haut du flux d'actualités Instagram et, à moins que vous ne sauvegardiez vos Stories à la une, elles disparaîtront au bout de 24 heures. Les stories Instagram comportent plusieurs fonctions interactives telles que des sondages et des réactions.



BOOMERANG 13

Une courte vidéo qui tourne en boucle.

Souvent utilisés dans les stories, les boomerangs sont de courtes vidéos qui jouent en continu (comme un gif).

14 LA PAGE D'EXPLORATION

Une section d'Instagram qui vous recommande des posts.

La page d'exploration se trouve sous l'onglet de recherche et propose une collection de nouveaux posts pour chaque utilisateur en fonction du type de posts avec lesquels vous interagissez habituellement.

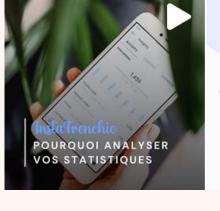
D'un point de vue commercial, la page d'exploration peut être très utile : si vos posts ont des géotags et suscitent beaucoup d'intérêt, ils peuvent apparaître sur cette page, ce qui vous donne plus de visibilité.















THÈME 15

Cohérence visuelle sur votre feed Instagram.

De nombreux comptes Instagram choisissent un certain thème à suivre lorsqu'ils publient des images et des graphiques - il peut s'agir de couleurs pastel et de nombreuses fleurs pour une marque, ou d'un thème plus sombre avec beaucoup de noir et de gris pour une autre. En restant cohérent avec un thème, vous pouvez rendre votre compte plus attrayant pour les followers potentiels.