

INSTAGRAM



CCN- décembre 2019

INSTAGRAM



INSTAGRAM

➤ Que peut vous apporter INSTAGRAM ?

- montrer votre créativité
- mettre en valeur vos services
- raconter une histoire en images

➤ Un smartphone est indispensable : la plupart des actions se font à partir d'application (dispo sur IOS ou Android)

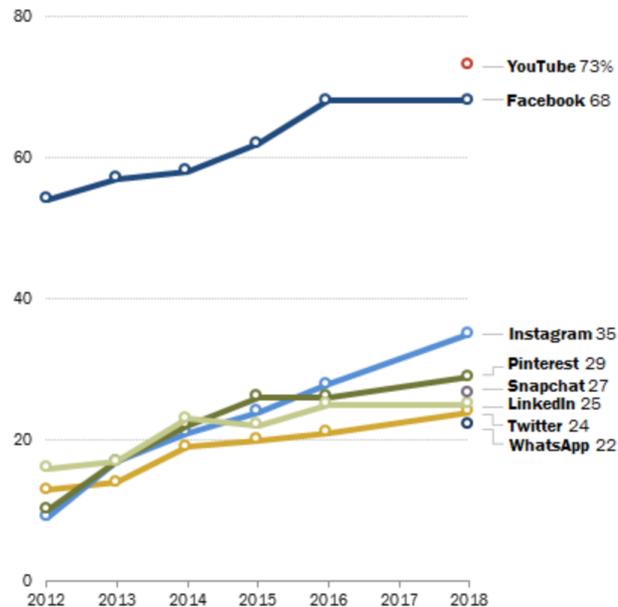
INSTAGRAM : QUEL PUBLIC ?

➤ Etude Pew Resarch Center

Etude auprès des ados américains

Majority of Americans now use Facebook, YouTube

% of U.S. adults who say they use the following social media sites online or on their cellphone



Note: Pre-2018 telephone poll data is not available for YouTube, Snapchat or WhatsApp.
 Source: Survey conducted Jan. 3-10, 2018. Trend data from previous Pew Research Center surveys.
 "Social Media Use in 2018"

PEW RESEARCH CENTER

Which social platform do you use at least once per month?

	Spring 2016	Fall 2016	Spring 2017	Fall 2017	Spring 2018	Fall 2018
Snapchat	75%	80%	81%	82%	83%	84%
Instagram	74%	79%	79%	81%	82%	85%
Twitter	58%	56%	56%	50%	53%	47%
Facebook	60%	52%	51%	45%	45%	36%
Pinterest	27%	25%	25%	23%	24%	23%
Google+	23%	22%	19%	16%	13%	14%

What is your favorite social platform?

	Spring 2016	Fall 2016	Spring 2017	Fall 2017	Spring 2018	Fall 2018
Snapchat	24%	35%	39%	47%	45%	46%
Instagram	23%	24%	23%	24%	26%	32%
Twitter	16%	13%	11%	7%	9%	6%
Facebook	15%	13%	11%	9%	8%	5%
Pinterest	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Google+	1%	1%	0%	0%	0%	1%

Source: Piper Jaffray

INSTAGRAM

CREATION DE PAGE ET PARAMETRAGE

Créer un compte professionnel Instagram

- **Application mobile**; les fonctionnalités sur ordinateur ne sont pas toutes disponibles => usage en mobilité
- Vous devez impérativement **disposer d'une Page Facebook** pour que la procédure aboutisse = votre profil entreprise Instagram doit être lié à la Page Facebook que vous administrez.
- Ouvrez l'application et connectez-vous avec un téléphone ou une adresse e-mail.
- Ajoutez une photo et renseignez votre nom et un mot de passe. Choisissez un nom d'utilisateur disponible. **Veillez à ce que votre nom et votre nom d'utilisateur sur Instagram correspondent au nom de votre marque.**

Créer un compte professionnel Instagram

- Dans les options de votre profil, sélectionnez « **passer au profil professionnel** »(depuis fin 2016)
- Liez votre profil professionnel Instagram à votre Page Facebook. Connectez-vous soit via l'application Facebook soit via un mobile ou un e-mail. Autorisez Instagram à gérer vos Pages et choisissez la Page Facebook à lier.

Installation sous Mac

➤ Les possesseurs d'un PC peuvent installer l'appli Instagram à partir de Windows Store

➤ Pour les utilisateurs de Mac :

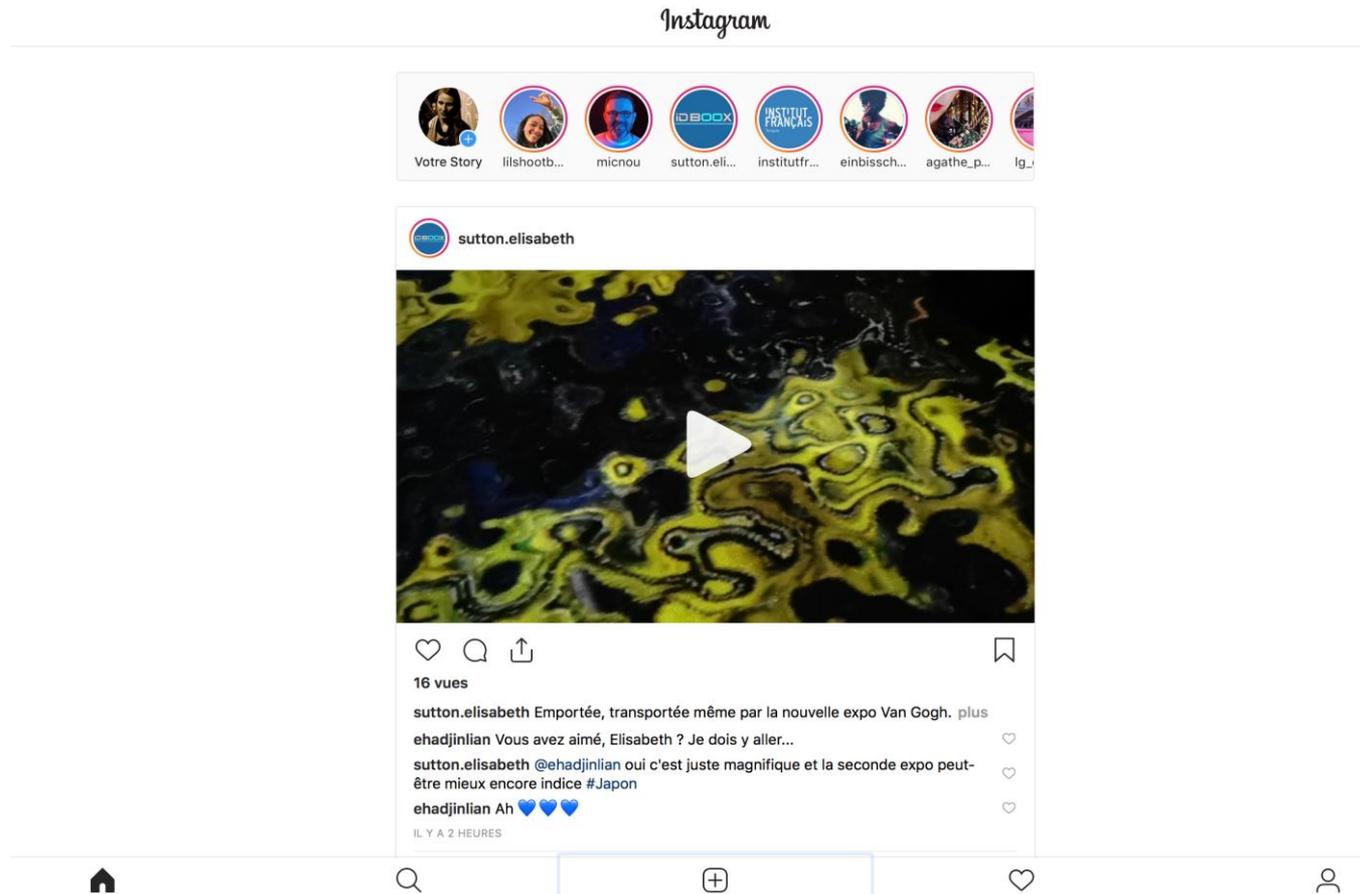
Utilisez le navigateur Safari (avec un autre navigateur, vous pouvez afficher des photos, les liker ou les commenter mais vous ne pouvez pas en télécharger)

➤ => intérêt professionnel de pouvoir le faire de son ordinateur

Installation sous Mac

- **Comment procéder ?**
- Ouvrir Safari
- Dans Préférences, cliquer sur l'onglet Avancées et cocher la case « Afficher le menu Développement », puis fermer Préférences
- Cliquer sur Développement, aller sur « Agent utilisateur », puis cliquer sur Safari-Iphone
- Ouvrez le site web Instagram et connectez-vous
- Avec l'icône +, vous pouvez ajouter des photos

Installation sous Mac : sur Safari



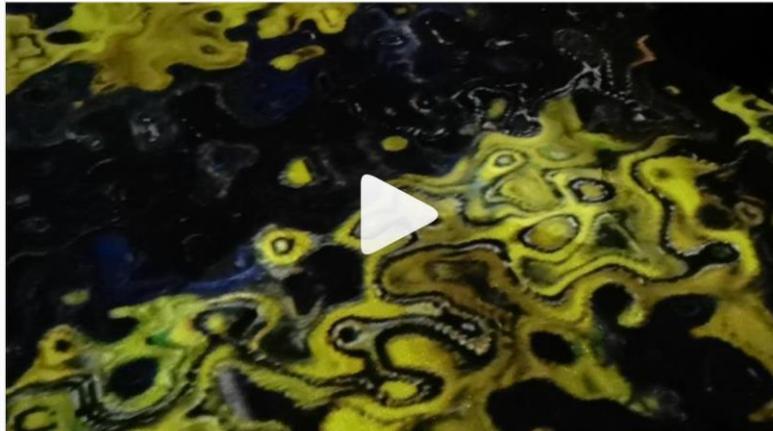
Installation sous Mac : hors Safari

Instagram

Rechercher



sutton.elisabeth



16 vues

sutton.elisabeth Emportée, transportée même par la nouvelle expo Van Gogh. plus ehadjinlian Vous avez aimé, Elisabeth ? Je dois y aller...

sutton.elisabeth @ehadjinlian oui c'est juste magnifique et la seconde expo peut-être mieux encore indice #Japon

ehadjinlian Ah

IL Y A 2 HEURES



cpalusinski
CECILE PALUSINSKI

Stories

Tout regarder



ilshootbaldanslatete
IL Y A 13 HEURES



micnou
IL Y A 2 HEURES



sutton.elisabeth
IL Y A 3 HEURES



institutfrancaisdeturquie

Suggestions pour vous

Voir tout



benjaminlacombe
Suivi(e) par julielagran...

S'abonner



editions2024
Suivi(e) par fmdey + 6 ...

S'abonner



villarenelaique
Suggestions pour vous

S'abonner

À Propos De Nous · Support · Presse · API · Emplois · Confidentialité · Conditions · Répertoire · Profils · Hashtags · Langue

© 2019 INSTAGRAM

Créer un compte professionnel Instagram

➔ Intérêts d'avoir un compte professionnel :

- planifier son contenu
- accès à des boutons de prise de contact
- si vous avez un compte pro avec plus de 10 000 followers vous pouvez ajouter des liens à vos Stories Instagram.
- Instagram a également lancé les “**publications shopping**”, ce qui facilite l'étiquetage et l'achat de produits directement à partir de vos publications.
- possibilité de faire de la **publicité sur Instagram** à partir de l'application plutôt que par le biais de l'outil de publicité Facebook
- accès aux **statistiques**

Combinez Facebook et Instagram

- Avec un profil d'entreprise, les pages Facebook sont liées à votre compte Instagram, ce qui vous donne l'option de partager vos messages directement sur votre page Facebook.
- **Le seul inconvénient** : les profils personnels sur Instagram peuvent être partagés avec plusieurs pages Facebook, alors **qu'un compte d'entreprise ne peut être partagé qu'avec la page d'entreprise Facebook à laquelle il est associé.**

INSTAGRAM

- Choisir une photo de profil qui représente bien la marque
- Bio Instagram : choisir 2 ou 3 mots clés qui mettront vos activités en évidence + incitation à l'action : visitez notre site Web, etc. (si vous utilisez Google Analytics, pour pouvoir identifier le trafic provenant d'Instagram, utilisez un service de réduction d'URL (ex : Bitly) ce qui permettra d'identifier les clics issus d'Instagram

INSTAGRAM

Atteindre sa cible

Définir ses objectifs

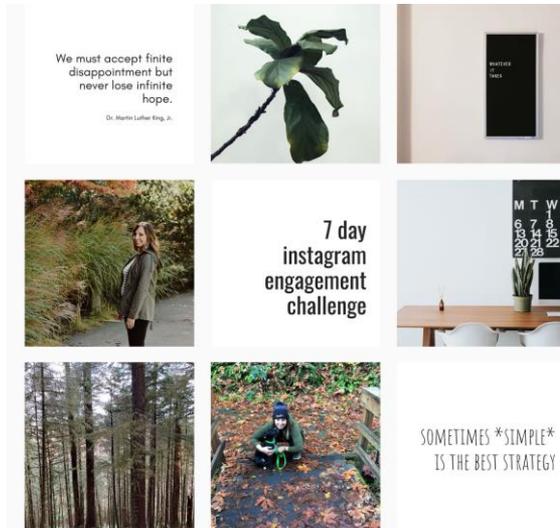
➤ Déterminer vos objectifs :

- identification de votre structure/marque (image)
- diffuser du contenu
- impliquer et développer sa communauté
- augmenter le trafic sur votre site
- collecter des données sur vos publics

Définir ses objectifs

- Constituer son équipe Instagram
- Définir le ton/discours
- Définir son style : logo, style visuel (photos/vidéos, inscription ou non de textes, couleurs dominantes, filtres utilisés, nombre de hashtags, style de légendes, etc.) = charte graphique
- Chercher des idées et inspirations (analyse des pages de la concurrence, en notant les publications qui ont le plus d'engagements)

Définir ses objectifs



Quel contenu ?

➤ Définir votre contenu

- présenter vos services
- témoignages
- définir des hashtags hebdomadaires
- coulisses

Calendrier de publication

- **Etablir un calendrier de publication** : penser stratégiquement votre publication de contenus
- => planification avec Excel/ Google Sheet ou avec des outils comme Later :
- <https://app.later.com/1RS14/schedule/calendar>
- Planification à plusieurs mois
- Prise en compte des événements majeurs => réservation de dates dans le calendrier; sur les espaces vides, places pour d'autres formes de contenus (conseils, la citation de la semaine, etc.)
- Estimation du coût éventuel de publicités pour certaines publications

Calendrier de publication

The screenshot shows the Later.com web interface for scheduling social media posts. The browser address bar displays `https://app.later.com/1RS14/schedule/calendar`. The interface includes a navigation sidebar on the left with icons for home, calendar, media, and settings. The main content area features a calendar for the week of February 17-23, 2019, in London. The calendar grid shows time slots from 7 AM to 9 PM. Two posts are scheduled: one on Friday, February 22, at 7:20 AM, and another on Wednesday, February 20, at 3:34 PM. Both posts are labeled 'Auto'. The interface also includes an 'Upload Media' button, a 'Show Filters' option, and a '28 Instagram Posts Left' notification. A green 'Upgrade Plan' button is visible in the top right corner.

Instagram

- Programmez vos publications Instagram pour optimiser l'engagement : uniquement pour les pages Pro.
- **Site Web et application mobile LATER**
- <https://app.later.com/>
- Permet de planifier ses contenus
- Permet de préparer ses contenus à l'avance en important des photos ou vidéos
- Ajouter des collaborateurs qui peuvent rédiger le contenu sans le publier

Application Later

➔ <https://later.com/pricing/>

➔ Autres outils :

➔ Sprout social

The screenshot displays the Sprout Social pricing page. At the top, the Sprout Social logo is on the left, and navigation links for Solutions, Platform, Pricing, Partners, Company, and Login are on the right. The main content area features three pricing cards for Standard, Professional, and Advanced plans. Each card includes a 'Start Your Free Trial' button, a note that no credit card is required, and a list of features. The Standard plan is \$99 per user/month, Professional is \$149, and Advanced is \$249. The Advanced plan includes all features from the other two plans plus additional advanced tools and reports.

Plan	Price	Key Features
Standard	\$99 PER USER/MONTH	Essential tools for professionals: Complete social media management, All-in-one social inbox, Monitor profiles, keywords and locations, Tasking and social CRM toolset, Publish, schedule, draft and queue posts, Social content calendar, Group, profile and post-level reporting, iOS and Android mobile apps, Includes 5 social profiles.
Professional	\$149 PER USER/MONTH	Powerful tools for social business: + INCLUDES ALL STANDARD FEATURES, Tag, categorize and report on inbox messages, Trends and engagement reports, Team and productivity reporting, Approval workflow and audience targeting, Campaign tagging and reporting, Competitive benchmark reporting, Add-on: Advanced social listening suite*, Includes 10 social profiles.
Advanced	\$249 PER USER/MONTH	Advanced tools for social business at scale: + INCLUDES ALL PROFESSIONAL FEATURES, Advanced customer care tools and reports, Advanced keyword report, Custom chatbots with automation tools, Custom URL tracking, Store media in a shared asset library, Report builder and scheduled report delivery, Add-on: Advanced social listening suite*, Includes 10 social profiles.

Application Later

The screenshot displays the Later.com web application interface. At the top, the browser address bar shows the URL <https://app.later.com/1RS14/schedule/calendar>. The user profile 'cpalusinski' is shown with social media icons for Instagram, Pinterest, Facebook, and Twitter. A notification indicates '29 Instagram Posts Left' and an 'Upgrade Plan' button is present.

The main interface is a calendar for the week of June 24-30, 2018, in the 'London' time zone. The calendar grid shows a single post scheduled for Friday, June 29th at 3:16 PM. The post is a video, as indicated by the 'Auto' icon and the video player thumbnail.

The left sidebar contains navigation options: Calendar, Media Library, Conversations, Analytics, Search & Repost, and Linkin.bio. Below these is a 'Main Group' section with '1 Social Profiles' and a 'Settings' option.

The central area shows a 'No Filtered Media' message, indicating that no media items match the selected filters.

Applications de programmation de posts

- Hootsuite
- Sprout social
- Tableaux de bord de gestion de plusieurs comptes en même temps

Hootsuite™ [Commencez votre essai gratuit](#)

« L'innovation constante dont fait preuve Hootsuite lui permet d'asseoir son statut au sein du secteur. »
The Forrester Wave™: Social Media Management Solutions, Q2 2017

Choisissez d'abord votre forfait

PROFESSIONAL	TEAM	BUSINESS	ENTERPRISE
€25 /mois*	€109 /mois*	€599 /mois*	Contactez-nous pour connaître les tarifs
<i>Tous les tarifs sont sur la base d'un forfait annuel</i>	<i>Tous les tarifs sont sur la base d'un forfait annuel</i>	<i>Tous les tarifs sont sur la base d'un forfait annuel</i>	Solutions personnalisées
10 profils de médias sociaux 1 utilisateur	20 profils de médias sociaux 3 utilisateurs	50 profils de médias sociaux 5 utilisateurs	
Essai gratuit de 30 jours	Essai gratuit de 30 jours	Demander une démo	Demander une démo

REPOST FOR INSTAGRAM

- ➔ **Repost for Instagram est une application mobile qui permet de partager les contenus d'autres comptes Instagram**



REPOST FOR INSTAGRAM

- Il faut copier le lien d'une publication à partir d'Instagram puis d'ouvrir repost sur ton téléphone mobile
- Intérêts de Repost for Instagram :
 - partager du contenu produit par les membres de sa communauté
 - mettre en avant le contenu de sa communauté (événement de crowdsourcing par exemple)

REPOST FOR INSTAGRAM

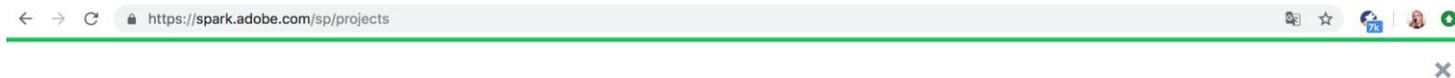
- Demander l'autorisation de reproduction des images
- Mettre en place un #mot clé pour la communauté
- Inciter sa communauté à partager des publications autour de ce mot clé ex #jaimelefrançais ...

INSTAGRAM

Comment rédiger ? |

La rédaction de contenus

- Quelques applications de création de contenus :
- **Adobe Spark** : <https://spark.adobe.com/sp/projects> (version gratuite + forfaits progressifs)



Pick a template or start from scratch

Start from scratch

Business



La rédaction de contenus

➔ Canva

The screenshot shows the Canva Teams management page. At the top, there's a navigation bar with the Canva logo, a 'Créer un design' button, and a 'Personnel' section header. Below the header, there's a 'Mise à niveau' button. The main content area is titled 'Inviter gratuitement des membres dans votre équipe'. It includes a sub-header, a paragraph explaining the benefits of creating a team, and a list of five invitation forms. Each form has a text input field for an email address and a dropdown menu set to 'Membre'. Below the list is a '+ Ajouter une autre invitation' link and an 'Envoyer des invitations' button. On the left sidebar, there are navigation options: 'Accueil', 'Identité visuelle', 'Créer une équipe' (highlighted), 'Dossiers', 'Tous vos designs', 'Partagés avec vous', and 'Corbeille'. At the bottom left, there's a 'Mettre à niveau' button and a user profile for 'Cécile Palusinski' with a dropdown arrow. At the bottom right, there's an 'Aide ?' button. The browser address bar shows 'https://www.canva.com/teams/'.

Personnel

Mise à niveau

Créer un design

Accueil

Identité visuelle

Créer une équipe

Dossiers

Tous vos designs

Partagés avec vous

Corbeille

Mettre à niveau

CP Cécile Palusinski

Membres (1)

Inviter gratuitement des membres dans votre équipe

La création d'une équipe gratuite facilite le partage des designs et des dossiers. Effectuez une mise à niveau vers Canva for Work pour déverrouiller toutes les fonctionnalités et tous les avantages des équipes.

Saisir une adresse e-mail... Membre

+ Ajouter une autre invitation

Envoyer des invitations

Les équipes permettent de faciliter le partage des designs et des dossiers. Une fois que vous avez créé une équipe, vous pouvez également créer des groupes. **Commencez par inviter les membres de votre équipe !**

Aide ?

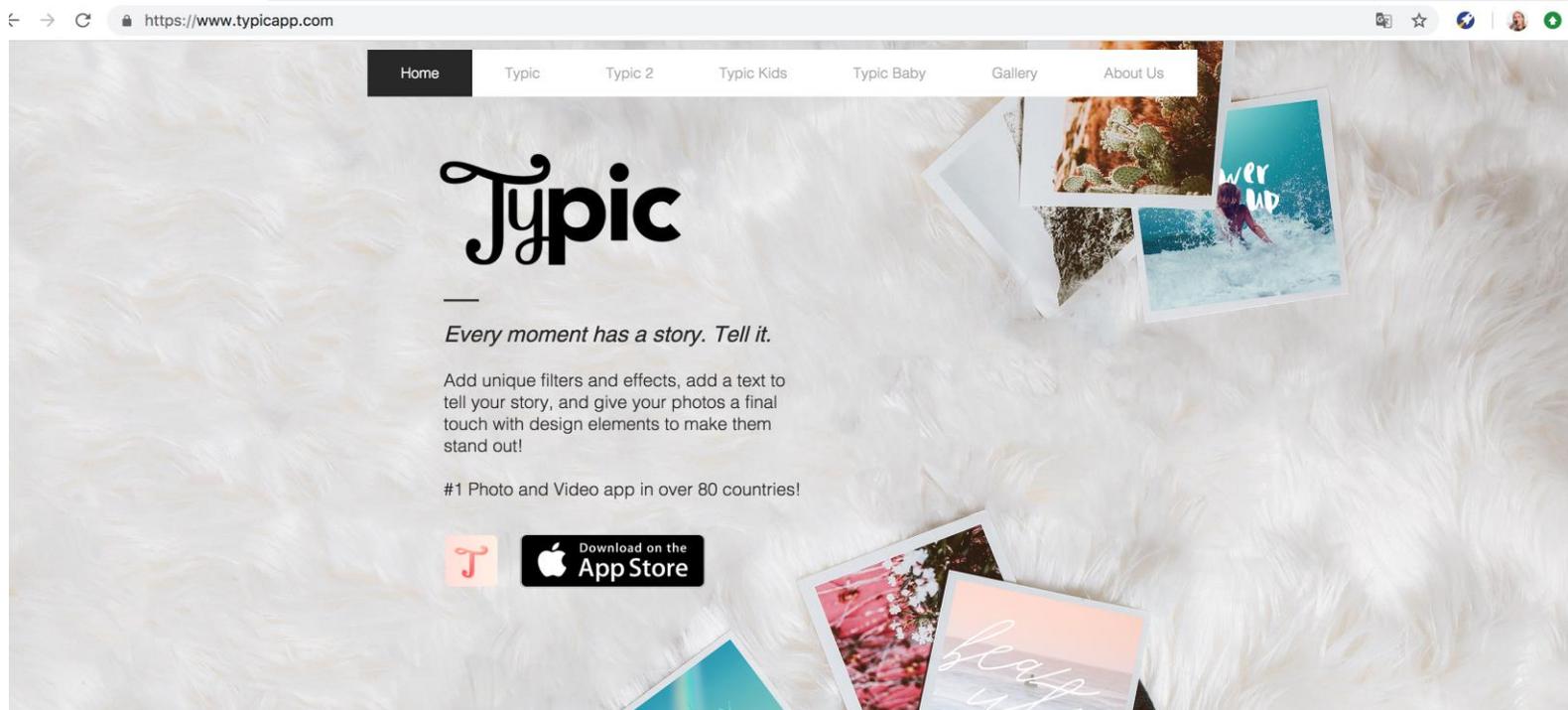
La rédaction de contenus

https://about.canva.com/fr_fr/tarification/

Canva	RECOMMANDÉ(S) POUR VOUS Canva for Work	Canva Entreprise
<p>DÉFINITIVEMENT LIBRE</p> <p>Accédez à notre éditeur simple en glisser-déposer</p> <p>Votre abonnement actuel</p> <p>Vos outils préférés de l'application Canva incluent notamment :</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Deux dossiers pour classer vos designs✓ Stockage d'1 Go pour les photos et ressources✓ Accès à plus de 8 000 modèles✓ Téléchargez vos propres images✓ Accédez à des millions de photos à partir d'1 USD chacune <p>Accès exclusif à 400 000 photos, illustrations et modèles</p> <p>Redimensionnez vos designs comme par magie</p> <p>Téléchargez des polices personnalisées pour votre marque</p> <p>Définissez des palettes de couleur pour votre marque</p> <p>Enregistrez des modèles pour vous et votre équipe</p> <p>Classez vos photos dans des dossiers</p> <p>Trouvez facilement vos designs avec la fonction</p>	<p>\$ 12,95 par membre d'équipe / mois</p> <p>Collaborez, concevez et modifiez vos créations en équipe</p> <p>Mise à niveau gratuite de 30 jours</p> <p>Canva for Work offre toutes les fonctionnalités de Canva, plus :</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Dossiers illimités pour vos designs✓ Fonctionnalités d'équipe✓ Stockage illimité pour les photos et ressources✓ Téléchargez vos propres images✓ Accédez à des millions de photos à partir d'1 USD chacune✓ Accès exclusif à 400 000 photos, illustrations et modèles✓ Redimensionnez vos designs comme par magie✓ Téléchargez des polices personnalisées pour votre marque✓ Définissez des palettes de couleur pour votre marque✓ Enregistrez des modèles pour vous et votre équipe✓ Classez vos photos dans des dossiers✓ Trouvez facilement vos designs avec la fonction	<p>NOUS CONTACTER</p> <p>Travaillez avec des équipes de plus de 30 membres</p> <p>Contactez-nous</p> <p>Canva Entreprise offre toutes les fonctionnalités de Canva for Work, plus :</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Contrôles administratifs des équipes✓ Plans de tarification d'équipe✓ Incitations à l'intégration✓ Responsable de compte dédié✓ Contrat de niveau de service avec temps de disponibilité de 99,9 %

La rédaction de contenus

➤ Typic : www.typicapp.com



Le traitement des images

➤ **Traitement de la photo**

➤ Filtres

➤ Ajuster, luminosité, contraste, Lux (exposition + luminosité), structure (renforce les détails de l'image), saturation, chaleur, couleur, estomper, vignette (arrondit les angles), maquette (floute les bords extérieurs)

➤ Enrichissement de la photo

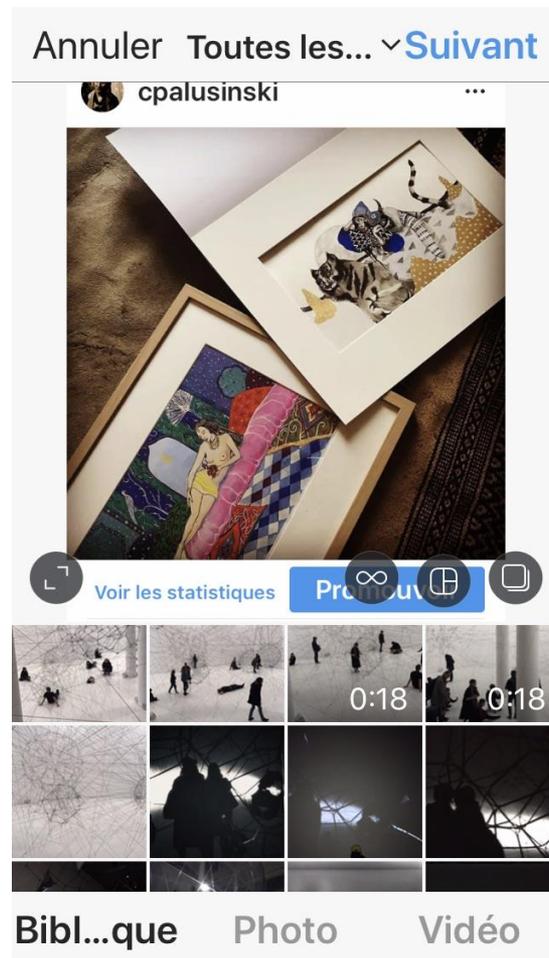
➤ Description : 2 200 caractères maximum

➤ Ajouter des personnes (identification)

➤ Ajouter un lieu

Le traitement des images

- Possibilité de publier jusqu'à 10 photos par post (en cliquant sur l'icône Sélection multiple (à droite))

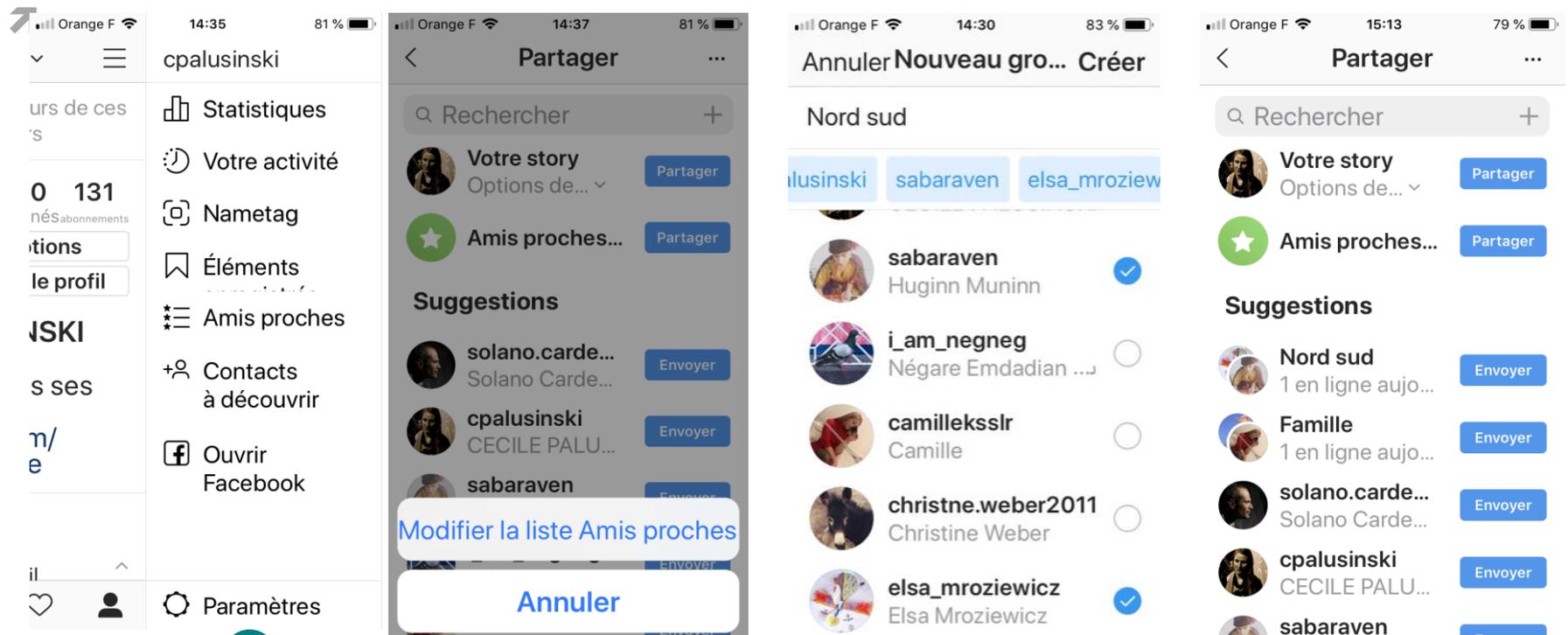


Vidéos sur Instagram

- Vidéos de 3 secondes à 1 minute : à filmer à partir d'Instagram ou à sélectionner dans la Bibliothèque
- Possibilité d'améliorer les vidéos en y appliquant un filtre, en modifiant l'image de couverture

Partage de la publication

- Il est possible d'utiliser le service Instagram direct pour partager des photos et vidéos dans un message privé à un abonné ou un groupe de 2 à 15 followers (Nouveau groupe ou Amis proches)



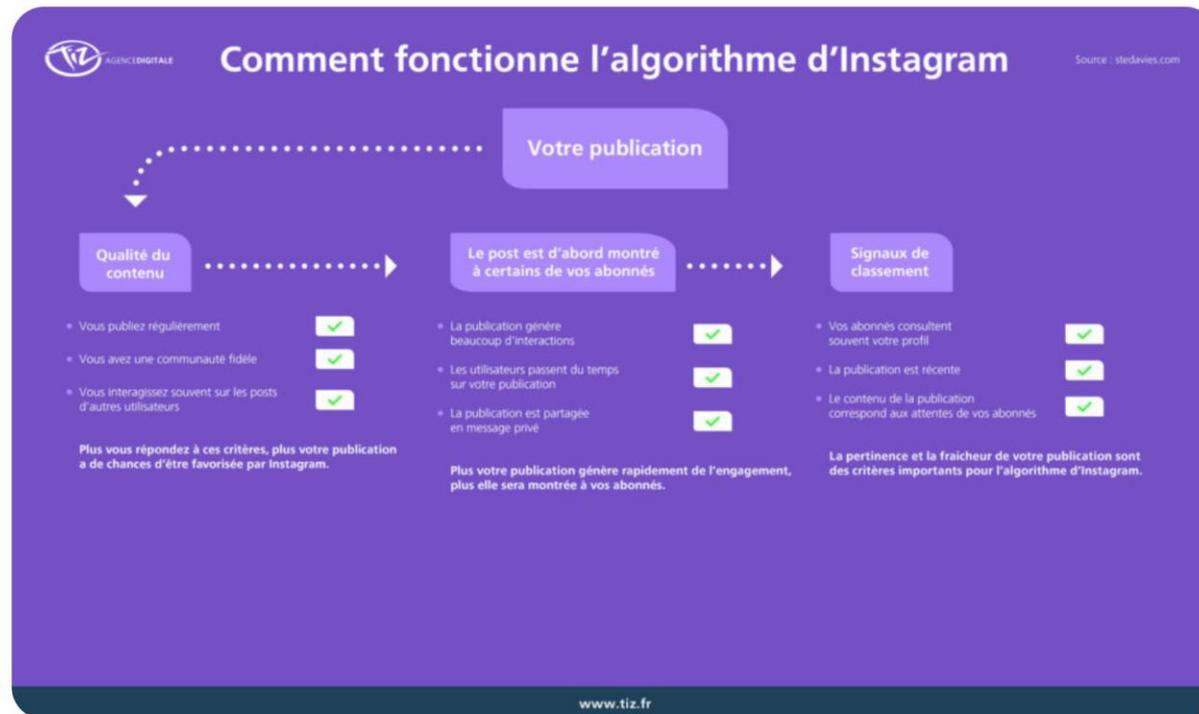
INSTAGRAM

Communiquer|

Instagram

- Réseau social qui offre **le plus haut taux d'engagement par rapport à Facebook et Twitter.**
- Bien que les images soient ce qui compte le plus sur Instagram, **les légendes jouent également un rôle important** : leur pertinence favorise l'engagement et accroît le nombre de mentions J'aime et de commentaires. Choisir un ton pour ses légendes.
- Les légendes peuvent comprendre des **emojis** et compter **jusqu'à 2 200 caractères et 30 hashtags.**
- Mettre en avant votre message clé ou votre appel à l'action dès le début. Insérez les @mentions et les hashtags éventuels à la fin.
- Programmez vos publications Instagram pour optimiser l'engagement

Algorithme Instagram



Cette infographie peut être librement reprise et diffusée, sans modification et avec la mention ©Agence Tiz en faisant un lien vers www.tiz.fr

L'algorithme Instagram

- Le fil d'actualités Instagram est classé depuis 2017 non plus par ordre chronologique mais par préférence, nombre d'impressions, de likes, de commentaires.
- Règles de base de l'algorithme :
- - poster tous les jours, de manière régulière => votre compte sera mis en avant (sont pris en compte le nombre de fois où vous vous connectez à l'application, votre nombre de follows ou le temps passé sur Instagram).
- - Instagram privilégie les comptes qui s'engagent (liker, commenter (avec plus de 4 mots cf spam))
- - la nouveauté la plus importante de l'algorithme 2018 est la règle des 10/90: Lorsque vous postez une nouvelle image, Instagram va montrer ce post à 10% de vos abonnés (les plus engagés, ceux qui commentent et likent le plus vos publications). Si ceux-ci s'engagent beaucoup, alors Instagram va montrer votre post aux 90% restants de votre audience.

L'algorithme Instagram

- - Instagram utilise les centres « intérêts » identifiés.
- - Instagram tient compte de la « fraîcheur » d'un post.
- - Instagram tient compte du temps passé sur un post (raconter une histoire en images, etc.)
- - Instagram tient compte de vos « relations ». Plus un utilisateur interagit avec vous, en vous citant ou en vous taguant sur un post, plus son contenu va remonter dans votre fil d'actualité.
- D'autres variables d'ajustement sont également prises en compte comme le nombre de fois où vous vous connectez à l'application, votre nombre de follows ou le temps passé sur Instagram.

Les Pods Instagram

➤ LES PODS INSTAGRAM : COMMENT CONTOURNER LA RÈGLE DES 10/90 ?

➤ Le principe

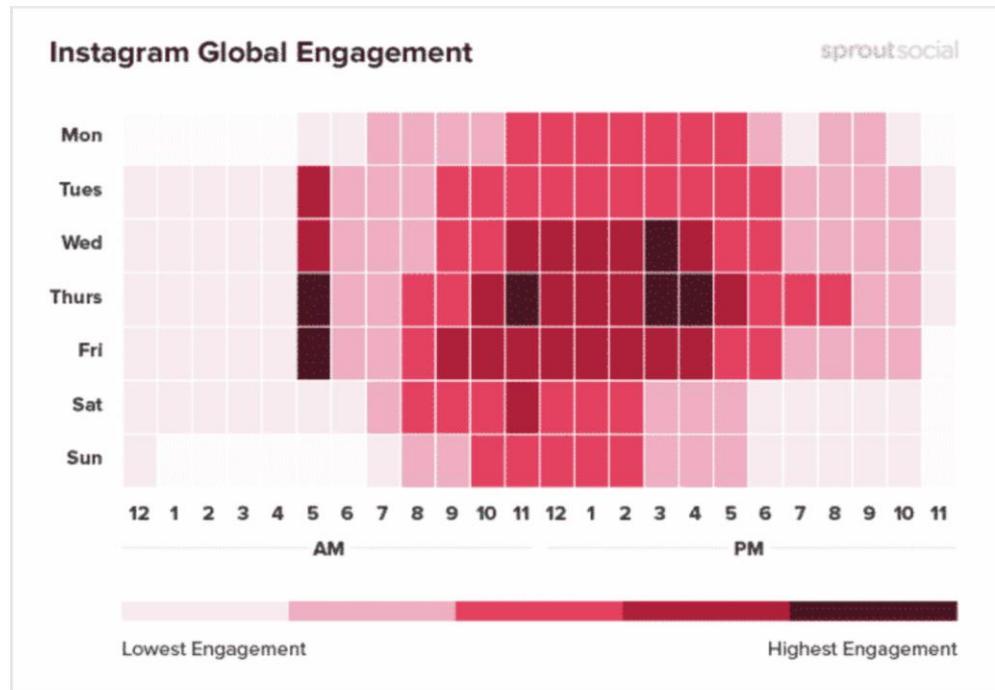
- - Créer une discussion de groupe sur Instagram (via Instagram Direct) : groupe d'engagement (entre IF ou avec des partenaires = réseau de communication), il existe également des pods sur des sites extérieurs à Instagram (Telegram : <https://wolfglobal.org/best-telegram-groups/>); idéalement, constituer des petits cercles d'une quinzaine d'influenceurs
- - Lorsque l'un des membres du groupe poste sur son fil, il prévient le groupe en laissant un petit mot dans la conversation afin que les autres aiment ou commentent la publication, ce qui augmente l'engagement sur la publication.

Quelques conseils

- **Comment répondre aux critères de l'algorithme d'Instagram ?**
- - Inciter aux commentaires : posez des questions, organisez des jeux concours...
- - Donner un avant-goût en Story : lorsque vous publiez un nouveau post, faites-le savoir à votre communauté en Story and encouragez vos abonnés à aller liker votre photo.
- - Demander aux abonnés d'activer leurs notifications

Quelques conseils

- ➔ Choisir l'heure de publication favorisant un engagement plus important
- ➔ Etude Sprout Social (il est conseillé d'extraire des statistiques s'agissant de sa communauté propre)



Le hashtag

- Une étude récente a montré qu'un seul hashtag augmentait de 12,6% les chances qu'un post soit liké et commenté.
- Une étude réalisée par TrackMaven indique que pour les comptes ayant 1 000 abonnés maximum, le nombre de hashtags maxi se situe entre 9 et 12 hashtags pour obtenir le plus d'engagement des instagramers.
- Si vous insérez plus de 30 hashtags, Instagram ne diffusera pas votre publication.

Le hashtag

- S'agissant des hashtags populaires, votre publication sera vite remplacée par des posts plus récents utilisant des hashtags identiques.
- Si l'algorithme d'Instagram détecte une publication populaire, il l'affiche dans la section Populaires en haut du hub des hashtags.
- Mélanger les hashtags qui génèrent beaucoup de trafic à ceux qui en génèrent moins

Le hashtag

- Applications pour analyser la performance des hashtags :
- <https://pro.iconosquare.com/> (payant)
- Keyhole (payant), hashtracking, talkwaker
- https://app.unionmetrics.com/tools/instagram_account_checkup/4f177cdc9

Le hashtag

➔ Créer un hashtag de marque

INSTAGRAM

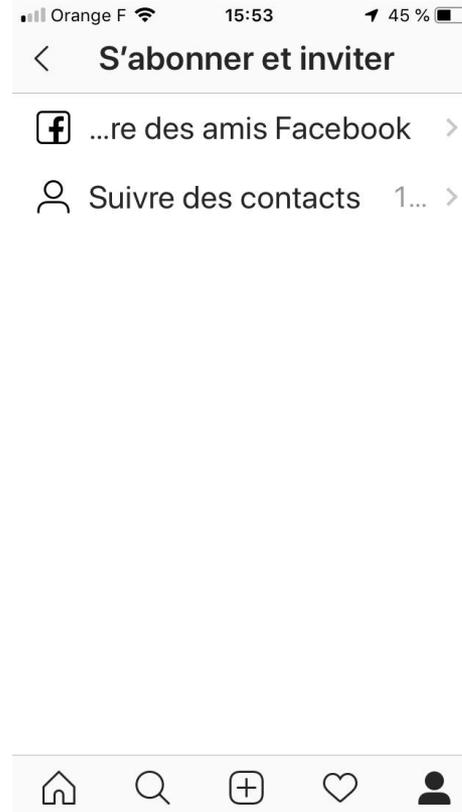
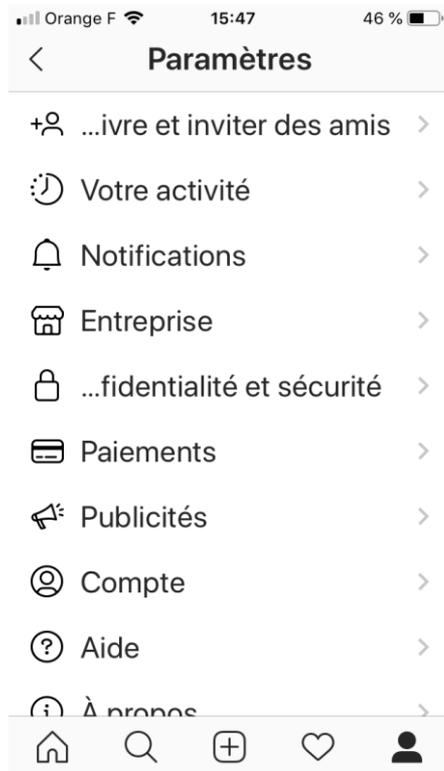
RECRUTER |

Recruter sur Instagram

- Vous connaissez déjà certainement les personnes que vous voulez suivre sur Instagram.
- Vous pouvez également trouver des personnes potentiellement influentes en **recherchant des hashtags liés à votre activité** (Pour rechercher des influenceurs locaux et pertinents, lancez une recherche Instagram par lieu)
- **Suggestion de comptes d'amis Facebook** présents sur Instagram
- Synchroniser sa liste de contacts : dans paramètres ou sur l'avatar (et son signe +) :

Recruter sur Instagram

- Suggestion de comptes d'amis Facebook présents sur Instagram
- Synchroniser sa liste de contacts : dans paramètres ou sur l'avatar (et son signe +) :



Recruter sur Instagram

- Trouver avec la fonction Rechercher (icône loupe)
- Suggestions d' Instagram
- Observer la concurrence et leurs abonnés
- Repérer les influenceurs, en faisant une recherche à partir des # et voir si des noms d'utilisateurs reviennent fréquemment

Comment augmenter ses followers

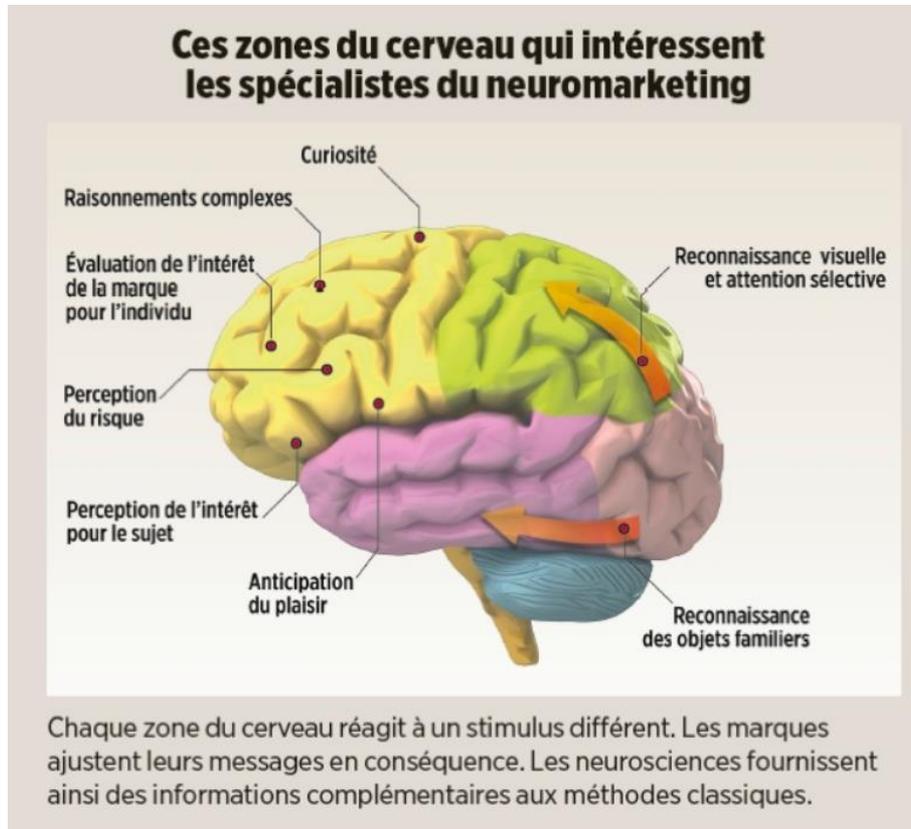
- Publier du contenu de qualité
- Soyez actif et postez au moins une fois par semaine, et ce de manière régulière
- Ayez une ligne éditoriale claire
- Interagissez avec vos fans
- Organisez des concours (ex : Socialshaker, etc.)
- Publiez des photos/vidéos ludiques (Boomerang, émojis, montages)
- Utilisez des hashtags (30 max, en rapport avec la photo + hashtags populaires) : - Les tags (@nomutilisateur) comme les hashtags (#) augmentent considérablement le taux d'engagement et de partage. 56% si vous ajoutez un nom d'utilisateur à votre post, 12.6% par hashtags en moyenne. Et si vous ajoutez un lieu, ce taux passe à 79%.

Comment augmenter ses followers ?

- Postez régulièrement des stories
- Reliez votre compte Instagram à vos autres réseaux sociaux
- Taguez d'autres comptes (si possibles influents)
- Géolocalisez vos photos (ainsi un instagramer qui fera des recherches sur les posts liés au lieu de localisation tombera sur votre photo)
- Faites des photos symétriques : les photos symétriques récoltent plus de likes (cf cerveau et rapport à la symétrie)
- Publiez des photos avec des visages (cerveau/rapport aux visages) : les visages 38% de mentions « j'aime » en plus

Comment augmenter ses followers ?

➔ Neuromarketing



Comment augmenter ses followers ?

- Suivez d'autres comptes : réciprocité des interactions (technique follow/unfollow)
- Recourir à la publicité
- Se faire mentionner par des influenceurs

INSTAGRAM STORIES

- Instagram Stories permet depuis fin 2016 de partager des photos et vidéos de manière éphémère (24h) et permet de partager du contenu qui ne restera pas dans la galerie Instagram.
- Il est possible de réagir à une story par message privé.
- **Intérêts :**
 - Fonctionnalité intéressante pour s'adresser à un jeune public (ajout d'émoticônes, de dessins, de textes colorés...), possibilité de créer des stories avec Adobe Spark, etc.
 - Ajouter une vidéo sous forme de GIF animé (boomerang)
 - Couvrir un événement en direct (coulisses d'un événement...)
 - Complément aux publications standard

INSTAGRAM STORIES

➤ Autocollants et tags :

- les autocollants varient selon les jours et les fêtes

- ils permettent d'ajouter des géolocalisations, des hashtags et des stickers photographiques

➤ S'agissant de la géolocalisation, la story est alors ajoutée à toutes celles qui existent qui utilisent ce géotag (cela porte ainsi l'existence de votre story à la connaissance de personnes qui habitent le lieu spécifié et qui ne vous suivent pas nécessairement)

INSTAGRAM STORIES

Les profils professionnels qui ont plus de 10 000 followers disposent d'une fonctionnalité supplémentaire : ajouter un lien vers le site web

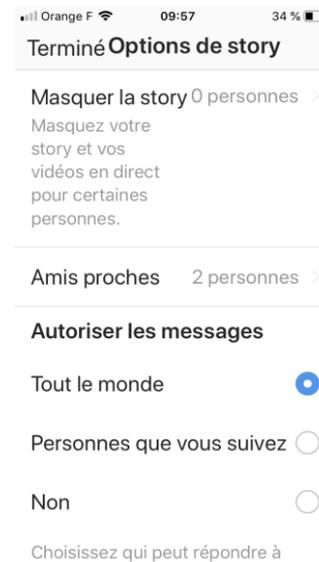
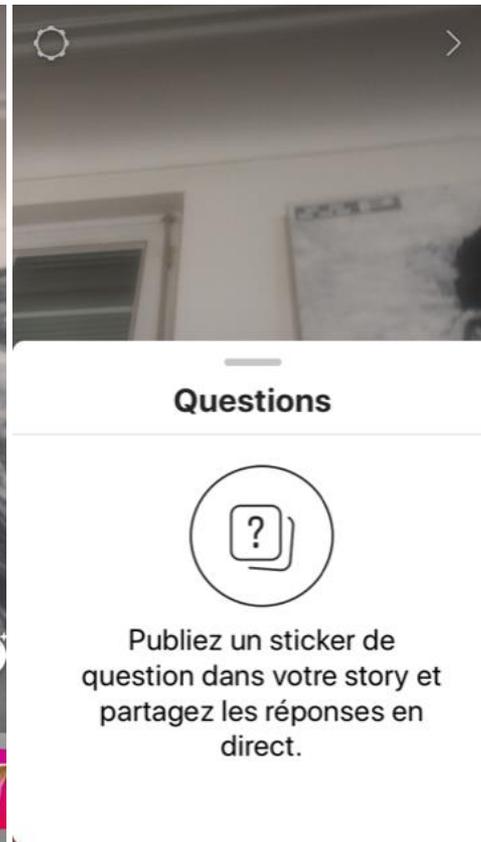
INSTAGRAM STORIES

- Les stories vidéo : sont de plus en plus populaires mais sont limitées à 15 secondes.
- L'application Storéo permet de découper la vidéo en clips de 15 secondes et de créer une story plus longue
- En cours : nouveau de format de vidéo qui pourrait aller jusqu'à une heure. De cette façon, la plateforme sociale pourrait espérer retenir la cible des adolescents qui préféreraient YouTube à toutes les autres plateformes (Viendraient ensuite Instagram, Snapchat et Facebook).

INSTAGRAM DIRECT

- Diffuser du contenu en direct à partir des stories, avant, pendant, après un événement (activer en bas de l'écran le réglage « en direct » (dans les paramètres, il est possible de limiter le direct à certains utilisateurs). Il est possible d'activer ou de désactiver les commentaires (...)
- On peut sauvegarder le direct en l'enregistrant puis en le diffusant sur d'autres médias.

INSTAGRAM DIRECT



INSTAGRAM DIRECT

- Faire un test vidéo et vous assurer de la qualité du signal vidéo
- Préparer des questions
- Enregistrer votre live (il peut être ensuite partagé pendant 24 heures sur Instagram)

PUBLICITE INSTAGRAM

- Raconter une histoire
- Segmenter l'audience
- 4 types de publicités sont disponibles sur Instagram :
- Photo + appel à l'action (lien à mettre en place)
- Carrousel : raconter une histoire en photos (uniquement disponible via le gestionnaire de publicités Facebook)
- Vidéos
- Stories (uniquement disponible via le gestionnaire de publicités Facebook); taille suggérée : 1080 * 1920 pixels

PUBLICITE INSTAGRAM

➤ Exigences techniques

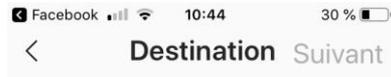
➤ Voir le Guide de la taille des images sur les réseaux sociaux (Blog du modérateur)

➤ <https://www.blogdumoderateur.com/guide-taille-images-reseaux-sociaux/>

PUBLICITE INSTAGRAM

➔ Cibler son public

➔ Lieu, genre, tranche d'âge, langue, centre d'intérêt



Choisissez où rediriger les personnes

Votre profil

Votre site web

Votre vitrine

Vos messages directs

 En savoir plus sur les destinations



Sélectionner l'audience cible

Automatique
Instagram cible les gens semblables à vos abonnés

Créez la vôtre
Entrez vos options de ciblage à la main

 Découvrez comment atteindre les bonnes personnes



Sans objet
Portée potentielle

Nom de l'audience 

Lieux

Centres d'intérêt

Âge et sexe
Tout | De 13 à 65 ans

PUBLICITE INSTAGRAM

- **Créer des publicités Instagram dans le Gestionnaire de publicités**
- Dans la section placement, vous pouvez sélectionner Modifier les placements et sélectionner Instagram pour que vos publicités apparaissent sur Instagram. Si vous sélectionnez Placements automatiques, votre publicité sera diffusée sur divers Placements Facebook, y compris Instagram, afin que vous obteniez les meilleurs résultats pour vos publicités.
- Images qui fonctionnent bien en publicité :
- Montrer des personnes
- Image qui sorte de l'ordinaire, sans pour autant trancher avec le reste des publications
- Un slogan (environ 300 caractères) + hashtags + un appel à l'action

INSTAGRAM SHOPPING

- En Mars 2018, Instagram a introduit **le format shopping** en France qui permet de mettre des liens vers les produits exposés sur les photos,
- Un nouveau onglet « boutique » apparaît sur le compte en créant un petit « site vitrine » de la boutique
- Les nouvelles publications Instagram Shopping sont reconnaissables des internautes via l'ajout d'un nouvel icône en forme de panier en bas à droite de la publication.

Nouveautés

- Il faut créer un catalogue de vos produits sur Facebook.
- Synchroniser le catalogue avec votre compte Instagram. (dans les « paramètres » sur Instagram)
- Une nouvelle option va alors s'afficher chez vous « taguer des produits ».
- Le 12 juin 2018, Instagram a enrichi les stories par le format shopping. On peut alors taguer les produits dans de petites vidéos. Les produits s'affichent de la même manière que sur le « feed » Instagram traditionnel.
- **Authentifier son compte commercial Instagram via son compte Facebook.**

Créer un concours

➤ Intérêt :

Instagram a l'un des niveaux d'interaction les plus élevés des réseaux sociaux : organiser un concours peut augmenter considérablement le trafic.

➤ Comment faire ?

- demander aux participants de prendre une photo pendant un événement puis de publier la photo avec un hashtag dédié à l'événement
- visualiser les posts publiés avec ce hashtag
- lire les réglementations locales en matière de concours : Instagram demande que vous intégriez les règles officielles du concours lors de la publication de l'événement

Créer un concours

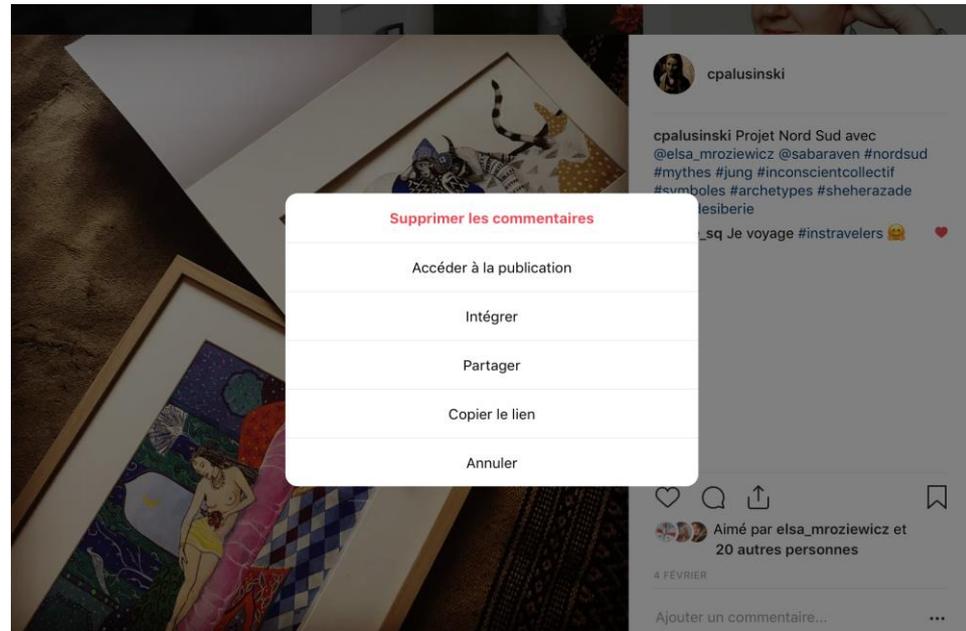
- Objectifs du concours (augmenter les interactions, le nombre de followers, de visites sur son site, crowdsourcing, etc.)
- Dotation du concours
- Conditions de participation, règles et conditions (s'abonner à votre compte, liker la photo, mentionner une personne dans un commentaire, publier une photo avec un hashtag, etc.)
- Durée du concours (entre 3 jours et 2 semaines)
- Calendrier
- Hashtag
- Créer la publication (image du concours, légendes)
- Modalités de choix et de notification du gagnant

INSTAGRAM

**Partager sur d'autres réseaux
sociaux**

INSTAGRAM

- Instagram permet de partager sur Facebook, Twitter, Tumblr.
- Pour les autres réseaux, il est possible de coller l'URL des publications (sur les ... , touchez Copier le lien). Il est possible aussi d'intégrer une photo ou vidéo sur une page web, en cliquant sur ... et en sélectionnant Intégrer (ensuite il faut intégrer le code du post au site)

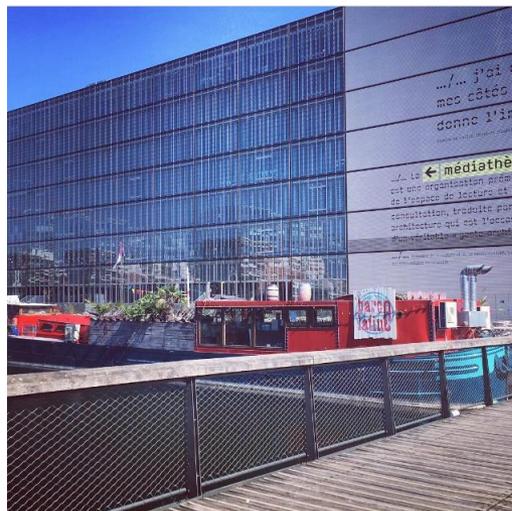


INSTAGRAM

Statistiques |

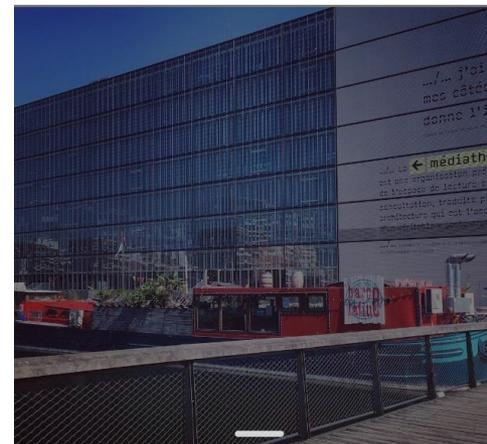
Statistiques

- ➔ L'outil Statistiques permet de voir ses meilleures publications, classées par impressions, de voir à quel moment vos abonnés sont connectés et de connaître leur profil. On peut voir les statistiques par publication.



[Voir les statistiques](#)

[Promouvoir](#)



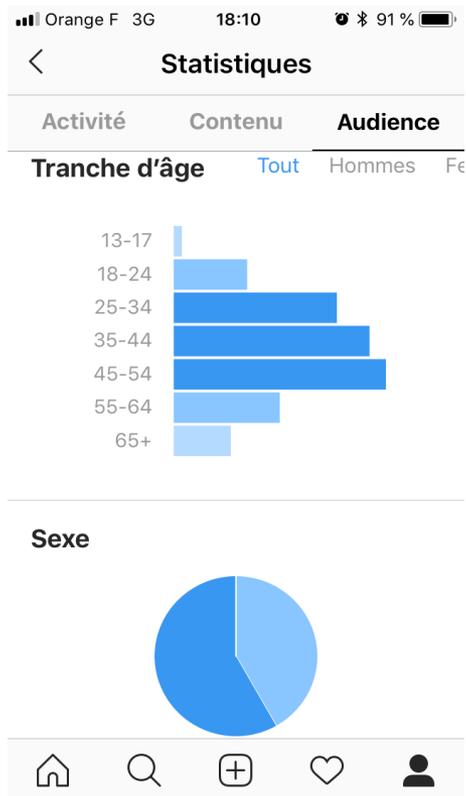
6 1 0

2
Visites de profil

57
Portée

Statistiques

➔ Onglet général Statistiques



Autres outils d'analyse

➤ Iconosquare

➤ Sprout social (payant)

The screenshot shows the homepage of Iconosquare, a social media analytics tool. The page has a blue background with white text. At the top, there is a navigation bar with the following items: 'A propos', 'Solutions', 'Études de cas', 'Tarifs', 'Outils gratuits' (with a dropdown arrow), 'Blog', 'Connexion', 'S'inscrire', and 'FR'. The main heading reads 'Décryptez les performances de vos réseaux sociaux.' Below this, a sub-heading says 'Connectez-vous et dialoguez avec votre audience grâce au meilleur outil d'analyse et de gestion des réseaux sociaux.' A prominent white button in the center says 'Débuter l'essai gratuit de 14 jours' with the text 'Aucune information bancaire à saisir.' below it. A dropdown menu is open under 'Outils gratuits', listing: 'SMMartbox', 'Audit Facebook', 'Audit Instagram', 'Quiz Instagram', and 'Social Media Calendar'. The bottom of the page features several overlapping cards showing social media analytics, such as 'Historique 23.81k' and 'Portée 23.8k > 11.5%'.