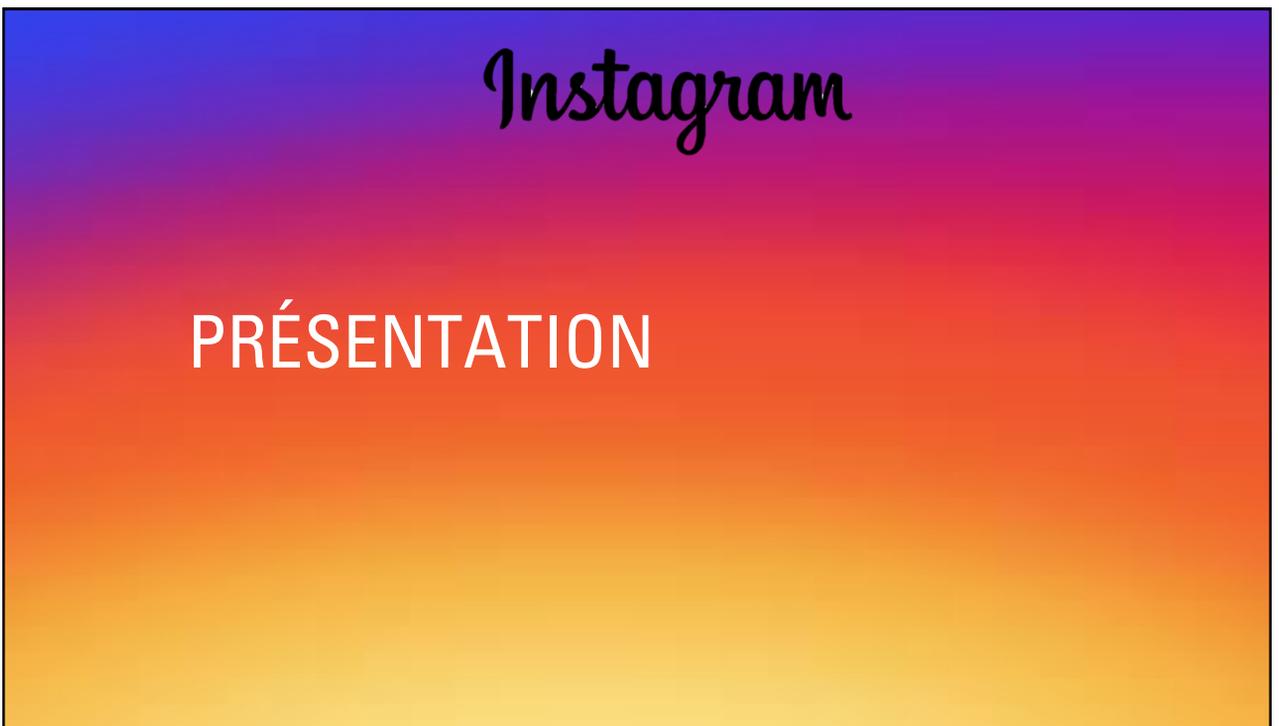




1



2

## QU'EST CE QUE INSTAGRAM ?



- Une application qui fonctionne sur Smartphone
- Partage d'**Instants-Télégram** de la vie des gens.
  - Partage de photos au format carré avec des filtres
  - Partage de vidéos et de stories
- Peu de texte (en légende des photos)
- Utilisation des #hashtags
- Messagerie privée
- Boutique NEW

3

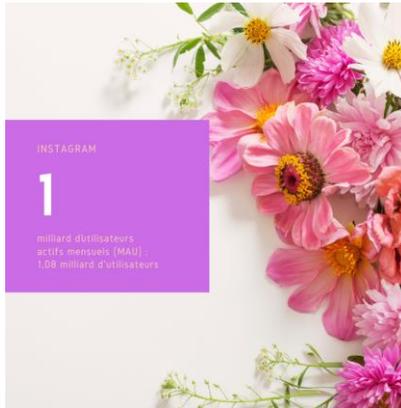
## INSTAGRAM : PRÉSENTATION

- Plateforme de partage de vos propres contenus. (pas de re-post sur le feed)
  - Des photos au format **carré**
  - Des **vidéos** (durée maximum : 60 secondes sur le feed)
- Utilisation des **filtres** sur les photos.
- Les **Stories** : partage de contenus éphémères. Les **Reels**
- Utilisation du **#hashtag** par mot-clé



4

## INSTAGRAM EN CHIFFRES



- 32 millions de français qui utilisent chaque mois Instagram.
- Cela représente 34% des internautes de 15 ans et plus en mai 2020.

<https://blog.digimind.com/fr/agences/instagram-chiffres-incontournables-2020-france-et-monde#marques>

5

## INSTAGRAM EN CHIFFRES



### FRANCE :

- 6% sont diplômés de grandes écoles
- 21% sont célibataires
- 26% habitent la région Ile-de-France.

### MONDE :

- 70% des instagrammeurs dans le monde ont moins de 34 ans.
- Les 25-34 ans sont les personnes les plus présentes sur le réseau (33,8%)

<https://blog.digimind.com/fr/agences/instagram-chiffres-incontournables-2020-france-et-monde#marques>

6

## INSTAGRAM EN CHIFFRES

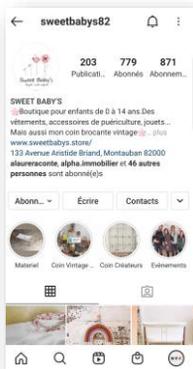
- Likes sur instagram
- **4,2 milliards de likes** sont comptabilisés chaque jour sur Instagram
- Temps passé
- Les utilisateurs d'Instagram passent en moyenne **53 minutes** par jour sur la plateforme. (58 minutes sur Facebook)



7

## PRESENTATION D'UN COMPTE INSTAGRAM

### Un compte INSTAGRAM



### Ses PHOTOS



### Un POST



Photo

Légende

#hashtags

8

## UN PEU DE VOCABULAIRE

- **Abonnés** : Les personnes qui suivent votre compte
- **Compte** : Votre profil Instagram
- **Post ou Publication** : Contenu photo ou vidéo publié sur votre compte Instagram
- **Story** : Post éphémère
- **Feed** : Les photos qui apparaissent lorsque je me connecte sur IG
- **Instagrammable** : ce dit d'un contenu visuel qui mérite sa place sur Instagram
- **Igers** : Utilisateur d'instagrams
- **Instagramers** : Personne qui détient une grosse communauté et qui est rémunéré grâce à cette audience.
- **#hashtag** : mot ou groupedemot précédé du # > Il s'agit d'un mot clé cliquable et qui permet d'effectuer des recherches par mot-clé. Il est également de s'abonner à des #
- **@nom\_utilisateur** : pour Identifier un autre compte sur Instagram



11

# Instagram

## ENJEUX POUR LES ENTREPRISES

12

13

## POURQUOI L'UTILISER POUR MON ENTREPRISE ?

### Pour votre Communication digitale

- Créer une **identité visuelle**, un territoire de marque graphique puissant.
- Diversifier ses contenus > **ne pas vendre ses produits mais les présenter.**
- Développer votre **notoriété**
- Renforcer votre relation avec vos fans
- Veille sur sa marque > Surveiller son #, sa ville.
- Faire de la **publicité.**

### Influencer ou attirer les influenceurs

- Développer votre stratégie de **Marketing d'Influence.**
- Engager votre communauté (commentaires, like)
- Être authentique dans sa communication
- Créer une communauté avec des abonnés.
- Identification des **influenceurs** actifs sur le territoire > les impliquer

14

---

## QUELQUES FREINS

- Construire une image cohérente avec ses valeurs et sa stratégie, cela prend du temps et demande **des moyens** (visuels, et photos de qualité pour correspondre aux standards du Réseau social)
  - **Plateforme vitrine** : pas de repartages, peu de liens pour mettre en avant son site Internet.
  - Uniquement **disponible sur mobile**
  - Optimisation maximale du texte (minimiser les # et la description)
  - Utiliser les bons # (mots clés) est fondamental pour se faire connaître
- 

15

The word "Instagram" is written in its characteristic black, cursive script font, centered on a background with a vertical gradient from blue at the top to orange at the bottom.

BÂTIR SA COMMUNAUTÉ

16

---

## CLÉS DU SUCCÈS SUR INSTAGRAM

### Constance.

Si vous publiez trois fois par jour pendant 5 jours, vous aurez moins de résultats que de publier 3 fois par semaine toute l'année.

Même si l'idéal serait **de publier 2 à 3 fois par jour de façon constante**, soyez réaliste avec votre situation.

La **qualité** passe avant la quantité, toujours.

---

17

---

## CLÉS DU SUCCÈS SUR INSTAGRAM

1. Suivre d'autres comptes.
    - Suivre vos amis Facebook et contacts proposés.
    - Suivre vos clients cibles.
    - Suivre les abonnés de vos clients cibles.
    - Suivre des comptes reliés à des hashtags pertinents.
  2. Inviter vos amis Facebook à vous suivre sur Instagram.
  3. Publier régulièrement.
  4. Générer des émotions.
  5. Faire en sorte que les gens se sentent interpellés.
  6. Utiliser judicieusement les hashtags.
- 

18

## Analyse par réseaux sociaux / Instagram

## Instagram

78%

des e-commerces utilisent

INSTAGRAM

25

publications par mois en moyenne

PAR PAGE

## Classement Instagram selon le nombre d'abonnés

PLACE	SITE	URL	SECTEUR	ABONNÉS	PUBLICATIONS/MOIS
1	MAISONS DU MONDE	maisonsdumonde.com		2 300 000	33
2	SEPHORA	sephora.fr		1 900 000	96
3	Etam	etam.com		1 100 000	54
4	fnac	fnac.com		1 000 000	49
5	YVES ROCHER	yves-rocher.fr		881 000	35
6	NOCIBÉ	nocibe.fr		859 000	63
7	KIABI	kiabi.com		774 000	30
8	ŞHEIN	shein.com		592 000	169
9	IKEA	ikea.com		459 000	21
10	GALERIES LAFAYETTE	galeriaslafayette.com		449 000	24

## LÉGENDE



Secteur e-commerce multi-catégories



Secteur vêtements, chaussures et accessoires



Secteur électronique, informatique et accessoires



Secteur maison, jardin et bricolage



Secteur sport, loisirs, voitures et voyage



Secteur beauté, pharmacie et alimentation

19

## L'ALGORITHME INSTAGRAM

- <https://blog.hootsuite.com/fr/algorithm-instagram-comment-fonctionne/>

## How the Instagram Algorithm Decides What Content to Show People



## Relationship

Does the user interact with you frequently?

20

# L'ALGORITHME INSTAGRAM

- <https://blog.hootsuite.com/fr/algorithm-instagram-comment-fonctionne/>

## Interest

Does the user typically engage with this type of post (i.e., image, video, carousel, etc.?)



## Timeliness

Was it posted recently?

21

# L'ALGORITHME INSTAGRAM

- <https://blog.hootsuite.com/fr/algorithm-instagram-comment-fonctionne/>

## Frequency of Use

How often does the user check Instagram?



## Following

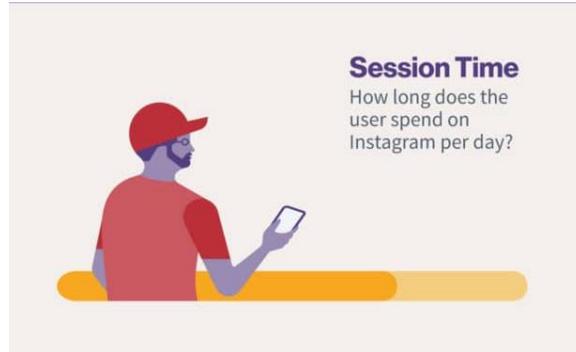
How many people does the user follow?



22

---

## L'ALGORITHME INSTAGRAM



- <https://blog.hootsuite.com/fr/algorithm-instagram-comment-fonctionne/>
- 

23

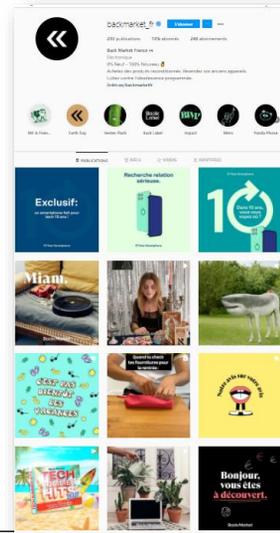
# Instagram

## LES FORMATS DE PUBLICATIONS

24

# LES POSTS SUR INSTAGRAM

- Apparaissent sur le fil d'actualités des utilisateurs en fonction de l'algorithme Instagram.
- Affichés durablement dans votre fil d'actualité
- Mise en valeur de votre activité
- Proposer un feed esthétique



25

# POST INSTAGRAM @SEPHORA FRANCE



Nom du compte  
@sephorafrance

Photo  
(ici boutique)



Boutons d'engagement  
Liker – Commenter  
Partager (en story ou en DM)

Enregistrer la publication

26

## POST INSTAGRAM @SEPHORA FRANCE

**Légende :**

- > Texte
- > @identification
- > #hashtags

**18 965 J'aime** ← Nombre de LIKE ♥

**138 Commentaires** ← Nombre de COMMENTAIRES

**sephorafrance** Une routine soin simplifiée et efficace : c'était le souhait de @badgalriri en créant sa marque @fentyskin ! On vous présente les 3 #FENTYSKINSTARTRS un peu plus en détail :

**Etape 1 :**  
TOTAL CLEANSR - ce nettoyant visage apporte le délicieux nettoyage en profondeur que vous méritez. Bye la saleté, l'excès de sébum et le makeup 🍷

**Etape 2 :**  
FAT WATER - c'est sérum-tonique qui resserre les pores, estompe les taches brunes, illumine le teint, lisse la peau et combat les brillances (rien que ça!), sans décapier l'épiderme. 🍷 @badgalriri l'appelle « fat » (= gros ou gras) en raison de sa texture épaisse unique qui s'absorbe instantanément.

**Etape 3 :**  
HYDRA VIZOR - cette crème hydratante et écran solaire 2-en-1 offre une texture légère et non grasse, qui passe inaperçu sur toutes les carnations. Objectif : lutter contre la déshydratation, la pigmentation et les taches brunes. 🍷 Petits bonus - elle est rechargeable !

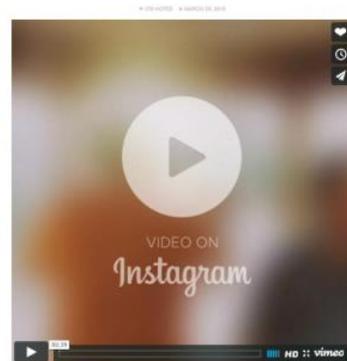
Uniquement chez SEPHORA.  
#SephoraFrance #FentySkin

Voir les 138 commentaires

27

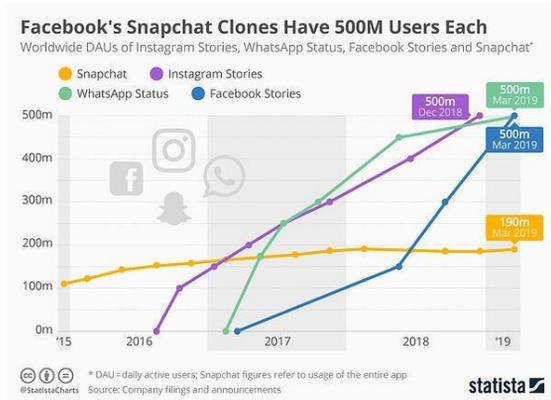
## LES VIDÉOS SUR INSTAGRAM

- Plus de **100 millions de photos et vidéos sont postées chaque jour.**
- Chaque année, le nombre de vidéos créées tous les jours sur Instagram est multiplié par 4.
- En un an (2017-2018), on a noté une hausse de 80% de temps de visionnage des vidéos sur Instagram
- Les didacticiels ("how to") sont le type de vidéo le plus populaire sur Instagram



28

# STORIES



- En mars 2017, les Stories du réseau social sont devenues plus populaires que celles de son concurrent direct Snapchat, créateur du concept.
- Aujourd'hui, elles sont utilisées par plus de 500 millions de personnes par jour

29

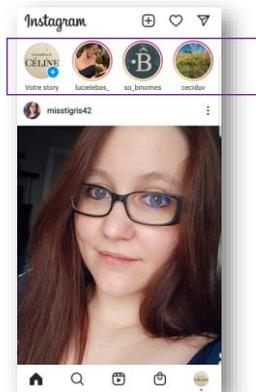
# LES STORIES

Une story sur Instagram :

Les stories d'Instagram sont des publications éphémères qui durent 24 heures seulement. Lancées en Juillet 2016, elles sont destinées à inciter les internautes à publier de manière plus spontanée.

Ces stories sont un franc succès, car, en 2017, on dénombre plus de 200 millions d'utilisateurs actifs !

Accès aux Stories depuis mon compte

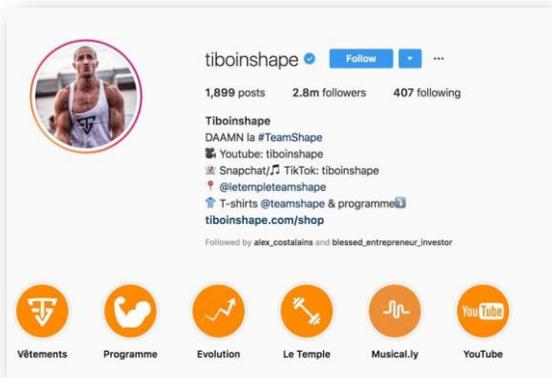


Exemples de Stories :



30

## STORIE À LA UNE



- Une story disparaît après 24heures.
- Pour permettre à vos abonnés de voir certaines de vos stories à n'importe quel moment, vous pouvez créer des stories à la Une.
  - Rangez vos stories à la Une par catégories pour permettre à vos abonnés de retrouver le contenu.

31

## LES REELS



- Les reels sur Instagram constituent un format permettant de créer des courtes vidéos verticales accompagnées de musique.
- Ce concept est issu de TikTok, l'application à la croissance fulgurante, particulièrement appréciée par la génération Z.

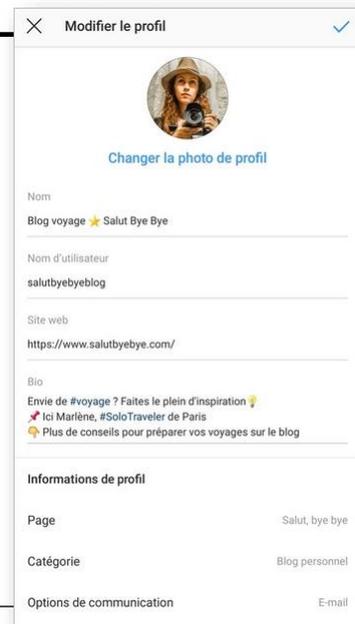
32



33

## CRÉEZ VOTRE COMPTE

- votre **@Nom\_d\_utilisateur**
  - Tout attache / sans accent / le\_tiret\_bas\_est\_autorise
- **Site Web** :
  - C'est le seul endroit où vous pouvez mettre un lien sur Instagram, profitez-en !
- **Votre Bio** : Qui présente le contenu de votre compte.
- Ajouter des **moyens de contact** (mail, téléphone, adresse)
- Ajouter un **bouton d'appel à l'action**



34

# RÉDIGER UNE BIO PARFAITE !

## La bio Instagram parfaite !

**DONNE ENVIE  
DE S'ABONNER**

1

2

**150 CARACTERES**

Pour expliquer (espaces  
et émojis compris)  
ce que l'Iger va  
trouver sur votre  
compte.

**UTILISER LES ÉMOJIS**



Pour attirer le regard

3

4

**LES #HASHTAGS  
ET LES  
@IDENTIFICATION**

5

**INSERER UN APPEL  
À L'ACTION**

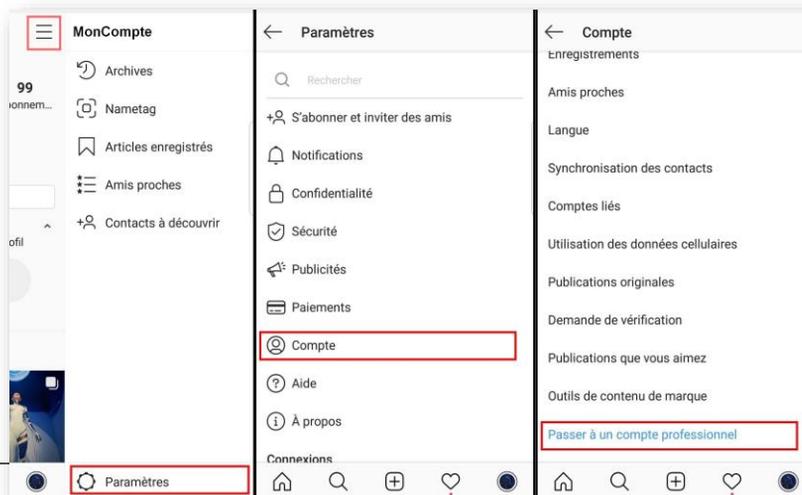


**PARTAGEZ  
CE POST SUR VOS  
STORIES**

WWW.MAPMECOMMUNIQUE.COM

35

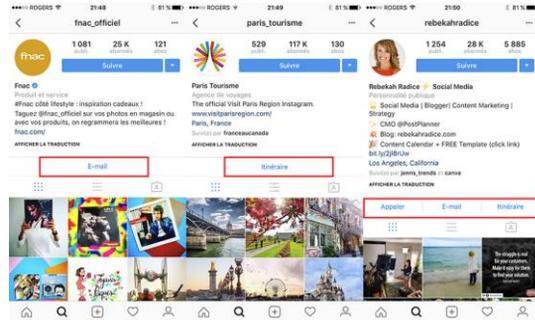
## PASSEZ VOTRE COMPTE EN VERSION PRO



36

## LE COMPTE PROFESSIONNEL

- Vous permet d'accéder à des fonctionnalités avancées pour votre entreprise.
  - Compte accessible à tous
  - Les statistiques
  - Les moyens de contact
  - La publicité
- Vous devez posséder une Page Facebook pour ouvrir un profil Instagram professionnel.



<https://danieloduchesnes.com/blog/statistiques-instagram/>

37



38

## PUBLIEZ UN POST

### Instagram

#### Les meilleurs jours

L M M J V S D

FAIBLE  
ENGAGEMENT

#### Les meilleurs moments

2H 4H 6H 8H-9H 11H 13H 15H 17H



Le meilleur moment est de publier entre 8h et 9h. Doublez entre 15h-16h.



Publier une vidéo à 9H a 34% d'engagement en plus.

#### Petit conseil

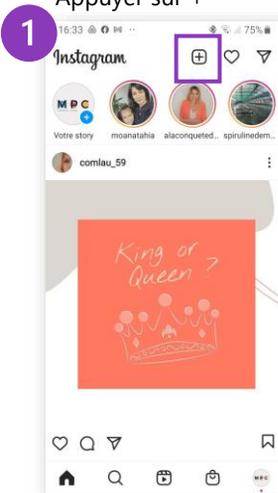
Poster votre contenu en dehors des horaires de travail.

Julien Bréal

39

## CRÉER UN POST

Appuyer sur +



Choisir « Publier »



Publier plusieurs photos  
Prendre une photo

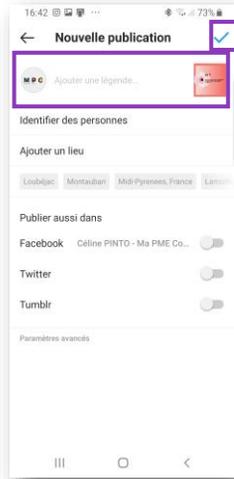
Choisir votre visuel et appliquer un filtre



40

# CRÉER UN POST

## 4 Ajouter votre texte



## 5 Enrichir le texte

Emojis  
#hashtags  
@identification

## 6 Enrichir la publication

Identifier des personnes  
Ajouter un lieu  
Décider si vous souhaitez aussi partager la publication sur Facebook

## 7 Publiez votre post !

41

# CRÉER UN POST PARFAIT

- Définissez un style pour vos posts
- Suivez les thématiques populaires
- Publiez de bonnes photos, mais aussi de bonnes vidéos
  - Appareil photo pro si possible
  - Choisir un beau décor
  - Utiliser les filtres pour embellir les posts
- Postez le bon contenu, le bon texte pour accompagner le post
- Utilisez les Hashtags

<https://www.journalducum.com/creer-post-instagram/>

42

# PUBLIEZ UNE STORY



43

## PUBLIER UNE STORY – POST ÉPHÉMÈRE

- Appuyer sur +
- Choisir « Story »
- Amusez-vous et testez tous les icônes
- Publiez !

44

# FAIRE UN RÉELS

45

---

## POURQUOI FAIRE DES RÉELS

- Nouvelle fonctionnalité = plus de visibilité
  - Permet de cibler les plus jeunes qui adorent ce format.
  - Permet de développer votre créativité
- 

46

# FAIRE UN RÉELS

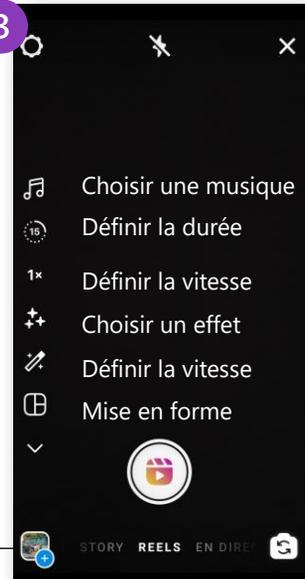
1

Faire une vidéo avec votre téléphone ou depuis Instagram

2



3



47

# LES STATISTIQUES

48

## VOS STATISTIQUES

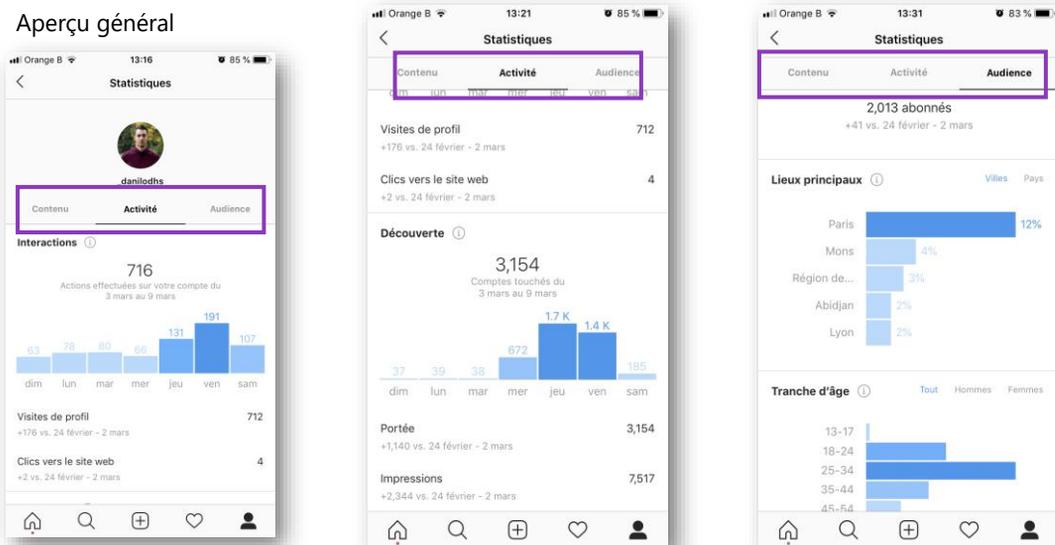
- Pour être sûr que votre compte Instagram apporte une valeur ajoutée à votre entreprise, il est impératif de consulter et d'analyser vos performances sur Instagram.
- Voici les indicateurs que l'outil de statistique d'instagram vous fournit :
  - **Portée** : Le nombre de comptes uniques ayant vu une de vos publications ou votre profil Instagram.
  - **Impressions** : Le nombre total de fois que toutes vos publications (ou votre profil Instagram) ont (a) été vues.
  - **Interactions** : Le nombre de fois que votre publication a été aimée, enregistrée ou commentée.
  - **Visites de profil** : Le nombre de fois que votre profil a été vu.
  - **Clics vers le site web** : Le nombre de fois que les utilisateurs Instagram ont cliqué sur l'URL de votre site web présent dans la bio de votre compte Instagram.
  - **E-mails/Appels** : Le nombre de fois que les utilisateurs Instagram ont cliqué sur le bouton « Appeler » ou « E-mail ».

Lorsque vous mettez en place votre stratégie de communication sur les réseaux sociaux, il est primordial de définir quels sont

- > vos objectifs
- > les indicateurs clés de performance
- > les objectifs chiffrés à atteindre.

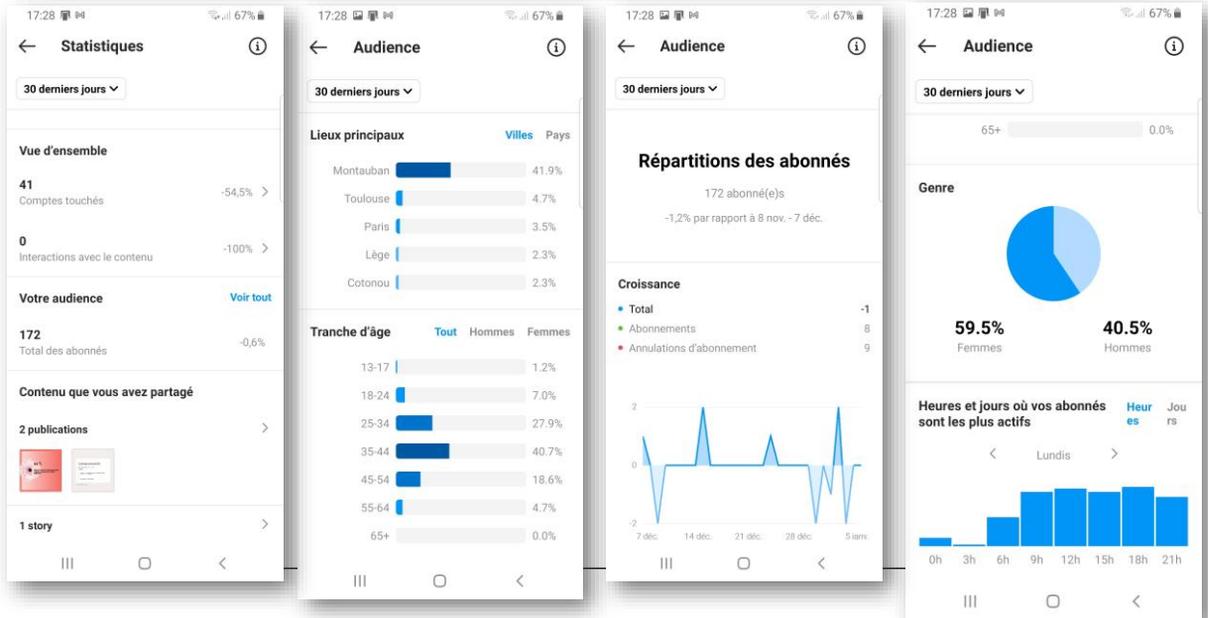
49

## OUTIL STATISTIQUES



50

# OUTILS STATISTIQUES



51

MERCI DE VOTRE ATTENTION

52

---

## BONUS : LES CONCOURS SUR INSTAGRAM

### Préparer votre concours.

- Définissez votre objectif.
  - Déterminez si vous lancez le concours exclusivement sur Instagram.
  - Déterminez le prix et le mode de participation de votre concours.
  - Créez un visuel pour votre concours.
  - Validez qu'un concurrent n'ai pas un concours similaire, démarquez-vous.
  - Trouvez les meilleurs *hashtags* pour votre concours.
  - Assurez-vous d'être en règle.
- 

53

---

## BONUS : LES CONCOURS SUR INSTAGRAM

### Faire le tirage au sort

Si vous choisissez de faire un tirage au sort, vous pouvez simplement utiliser la méthode suivante pour déterminer votre gagnant :

- Ouvrez votre compte Instagram sur votre navigateur web et trouvez la publication de votre concours.
  - Copiez tous les commentaires et collez-les dans un fichier Excel.
  - Vous aurez un commentaire par ligne et chaque ligne aura donc un numéro.
  - Utilisez un site comme Random.org pour faire un tirage au sort en indiquant le nombre de départ et de fin.
- 

54

---

## BONUS : LES CONCOURS SUR INSTAGRAM

Comme sur Facebook, il a des règles établies par Instagram concernant les concours.

Voici l'intégralité des règlements Instagram :

Si vous utilisez Instagram pour communiquer ou gérer une promotion (p. ex. : un concours ou un tirage au sort), vous êtes responsable de la légalité de son déroulement, notamment :

- Des règles officielles,
  - des conditions de l'offre et
  - des modalités de participation (p. ex : la limite d'âge et les restrictions géographiques) ; et de la conformité aux règlements régissant la promotion et tous les prix offerts dans le cadre de la promotion (p. ex. : l'inscription et l'obtention des approbations réglementaires nécessaires).
-