

# Les bonnes pratiques avec Instagram

---

## Ouvrir ton compte professionnel Instagram

### A savoir

- 60% des personnes prétendent découvrir de nouveau produit sur Instagram
- +200 millions d'Instagrammers consultent au moins un profil pro tous les jours
- 1/3 des stories les plus vues sont publiées par des entreprises.
- 80% est l'augmentation du temps passé à regarder des vidéos sur Instagram

*Ces chiffres proviennent du site [business.instagram.com](https://business.instagram.com)*

### Introduction

Avant de te lancer dans la création d'un compte professionnel Instagram, réfléchis si ton public cible s'y trouve. Ne dilue pas ton temps sur des plateformes sociales si elles ne te servent pas à toucher tes bons clients.

Prend le temps de réfléchir à ton objectif, pourquoi souhaites-tu être présent sur ce réseau ?

- Mettre en avant vos produits ou services
- Créer une communauté
- Gagner en visibilité
- Présenter votre entreprise
- Faire des campagnes de marketing

Tu ne peux, et tu ne dois pas essayer de répondre à tous ces objectifs, concentres-toi sur un ou deux, cela sera amplement suffisant.

## Guide pour ouvrir son compte professionnel

### Étape 1

Télécharge l'application sur ton téléphone portable, via App Store ou sur Google Play. A savoir que tu peux également consulter et gérer en partie ton compte Instagram via ton ordinateur. Toutefois, rappelles-toi que certaines fonctionnalités sont disponibles uniquement sur ton application mobile.

### Étape 2

**Let's GO !** Inscris-toi en insérant ton adresse email ou en te connectant directement avec ton compte Facebook, si tu en as un.

### Étape 3

Profil Professionnel ! Il existe plusieurs types de profils, choisis un profil professionnel, il est gratuit. Dans l'application accède à tes paramètres, puis cherche la possibilité de « passer au profil professionnel ». Le compte professionnel te permettra d'intégrer des informations complémentaires liés à ton business tels que les horaires d'ouverture, le lieu, numéro de téléphone et un lien.

En plus de pouvoir créer des campagnes de marketing, tu accèderas également à des statistiques sur tes publications, tes stories et tes abonnés

## Les bonnes pratiques

Pour gagner en visibilité et renforcer la confiance des utilisateurs, il faudra publier régulièrement du contenu de qualité ; photos, carrousel, vidéos, reels, stories ... Varie les plaisirs ! Les formats de publications qui sont respectés obtiennent de meilleurs taux d'engagement. Renseigne-toi sur les formats actuels, comme ils changent régulièrement, il n'était pas judicieux de te les mentionner dans cet ouvrage.

N'oublie pas le « call to action » dans tes textes : contactez-moi pour en savoir plus ou jetez un œil sur mon site – sont des calls to action qui peuvent être intéressants.

Poser des questions dans tes textes, s'engager, parler de soi, de ses valeurs, du « why » sont tous des bons moyens d'obtenir des commentaires et donc d'augmenter la portée de tes publications.

## Mais publier régulièrement, cela veut dire quoi ?

Utiliser les réseaux sociaux comme canal de communication est excellent, voir même indispensable. Toutefois c'est un exercice énergivore. Une publication réfléchie et stratégique peut vite prendre beaucoup de temps ! Il est préférable de publier moins mais avec du contenu de qualité.

En phase de notoriété, il est idéal de publier minimum 3 fois par semaine. Le rythme pourra diminuer au fil du temps. Toutefois il est préférable de publier, même en début de notoriété, 1 fois par semaine que de jouer au yo-yo. Les algorithmes aiment le rythme ! Tes publications seront donc mieux accueillies et plus visibles si tu maintiens un rythme sur une période.

## S'organiser pour gagner du temps !

La clé de la réussite est d'être organisé. Choisis une période de ton calendrier qui sera dédié à la production de contenu pour alimenter ton réseau. Au début cela te prendra une journée entière, une fois l'exercice bien maîtrisé, une grosse demi-journée suffira pour réaliser le contenu d'un mois de publication.

Utilise un calendrier éditorial, tu en trouveras un dans les ressources. Choisi les jours et les heures auxquels tu veux publier. A ce propos, il n'y a pas de meilleur moment dans la journée ou la semaine. Réfléchis à ton public cible et demande-toi à quel moment il a le temps d'être sur les réseaux, logiquement tu choisiras de publier à cet instant afin d'augmenter tes chances de visibilité. Tu pourras faire des tests sur des périodes d'un mois afin de te faire un avis sur le meilleur moment pour publier ton contenu. Remplis ton calendrier avec tes idées par jours de publication.

Utilise un visuel adapté et qui représente ton univers visuel, un logiciel comme Canva peut t'aider à créer de belles publications en quelques clics. Tu peux aussi utiliser des photos, si tu n'as pas de don pour la photographie, il existe des banques de photos gratuites, Canva ou Pexels sont de bons outils. Rédige tes textes en parallèle en faisant attention de bien attirer l'attention sur le sujet de ce dernier en début de post.

Finalement pour une organisation optimale, utilise un logiciel de programmation afin de pouvoir agender tes publications et ne plus devoir y penser chaque jour. Tu reviendras sur ton compte uniquement dans le but de répondre aux commentaires et participer à la vie de celui-ci. Pour Instagram, tu peux utiliser meta business comme logiciel gratuit.

## Utilisation des #

Indispensable sur Instagram les hashtags te permettent de propulser ton contenu dans les fils d'actualités de personnes intéressées par tes thématiques. Et donc potentiellement de gagner de nouveaux abonnés. Tous les hashtags sont permis, écris-les en un seul mot et sans accent. Certains sont plus populaires que d'autres. Toutefois un hashtag prisé diluera ton contenu sur des comptes moins ciblés. A toi, selon ta stratégie et ton business model de réfléchir quels seraient les # les plus précieux.

## L'effet win-win

Il est de bonne pratique de t'abonner en retour aux personnes ou aux comptes qui te suivent sur Instagram. Interpeller un compte par un tag permet de notifier la personne que le contenu que tu as vu pourrait l'intéresser. De plus, cela te fait participer à la vie du réseau et encourage les autres à le faire en retour et donc améliore aussi ta visibilité.

## Stories

Autant les publications sur Instagram doivent être travaillées pour obtenir de belles images, autant les stories se veulent « instantanées ». Tes abonnés veulent voir les coulisses, la vie dans tes bureaux, les gens qui font ton entreprise, ect... Pense-y ! La durée de vie de tes stories est de 24 heures.

## Stories à la une

Les stories à la une sont les petites pastilles rondes que tu peux voir sur les feeds des comptes. Ce sont des univers que tu décides de garder, c'est-à-dire, des stories que tu aurais publié et que tu souhaites garder pour que tes clients, prospects puissent venir s'imprégner de ton business.

## Biographie sur Instagram

Grâce à ton compte professionnel tu pourra créer une biographie de quelques caractères. Fais qu'elle soit unique et qu'elle décrive ce que tu fais en quelques mots et démontre tes valeurs. N'oublie pas l'appel à l'action avec un lien via ton site web par exemple. Un outil gratuit qui te permettra de proposer à tes clients plusieurs liens vers ton site web est Linktree. C'est l'opportunité de faire bonne impression au premier coup d'œil.

## Expire et inspires-toi

Instagram est une source inépuisable de créativité. Soit curieux et va jeter un œil sur ce que font les autres. Il n'est pas interdit de s'inspirer. En revanche, il est prohibé de copier.