

ÉDITION SANS VISAGE

LE GUIDE ULTIME DES REELS FACELESS

STRATÉGIES FACELESS POUR CARTONNER AVEC LES
REELS INSTAGRAM



BY SMART VAI DIGITAL

CE GUIDE EST FAIT POUR TOI SI...



VOUS TENEZ À VOTRE VIE PRIVÉE

c'est tout à fait légitime ! Préserver son anonymat en ligne est un choix que vous avez le droit de faire. La bonne nouvelle ? Vous n'avez pas besoin de vous exposer pour réussir ! Il est tout à fait possible de vendre efficacement en ligne... sans jamais montrer votre visage.



VOUS ÊTES DE NATURE RÉSERVÉE

Les entrepreneurs et propriétaires d'entreprise qui préfèrent rester discrets ou qui ne sont pas à l'aise avec l'exposition personnelle peuvent tout à fait réussir en ligne. Il est possible de prospérer dans le monde du digital tout en gardant une part d'anonymat.



VOUS SOUHAITEZ RESTER ANONYME

Je comprends à tout fait. Il y a quelque chose de libérateur à gérer un compte où personne ne sait qui se cache derrière l'écran. Créer et s'exprimer devient souvent plus simple quand on se sent à l'abri des regards indiscrets. Et c'est parfois plus confortable de savoir que ni vos proches ni votre famille ne suivent chacun de vos faits et gestes.



ÇA NE TE DÉRANGE PAS DE VENIR UN PEU

Peut-être que ça ne te dérange pas de montrer ton visage de temps en temps... mais l'idée de devoir danser devant des inconnus chaque jour te rend anxieux(se) ou complètement dépassé(e). Rassure-toi, je suis là avec toi ! Il existe un moyen de trouver le juste équilibre — et ce guide est là pour te le montrer.

TABLEAU DE CONTENU

INTRODUCTION	4
AVANTAGES DES REELS SANS VISAGE	5
SÉQUENCES B-ROLL	6
ENREGISTRABLES OU REELS PARTAGEABLES	7
IDÉAL "FOLLOWER"	8
LE HOOK (CROCHET)	9
LES IDÉES HOOKS (CROCHET)	10
APPEL À L'ACTION	11
QUELQUES IDÉES DE CTA	12
VOTRE PRINCIPAL MESSAGE	13-14
AUDIO TENDANCE	15
COUVERTURE PHOTO	16
DIVISER ET TRANSITIONS DE PHOTOS	17
SOYEZ CRÉATIF + SOYEZ ORIGINAL	18
TA SIGNATURE	19
TA LÉGENDE	20
HASHTAGS ET MOTS CLÉS	21
PLUS DE CONSEILS SUPPLÉMENTAIRES	22-23
VOS REELS CHECK LIST	24
APPLICATIONS UTILES	25

INTRODUCTION

Bienvenue dans le guide Faceless Reels - le cours commence maintenant !

Ce guide pas à pas vous accompagnera pour comprendre les REELS sans montrer votre visage, apprendre à les créer efficacement, et surtout, à toucher votre audience idéale. Dans cet e-book, je vous partage tout sans filtre.

Préparez-vous à faire évoluer votre business vers de nouveaux sommets grâce à une méthode claire et structurée. Découvrez comment booster votre présence sur les réseaux sociaux et vous développer à grande échelle.

LES AVANTAGES DE REELS SANS VISAGE

- Davantage d'anonymat : inutile de craindre d'être reconnu ou exposé publiquement. Vous profitez ainsi d'une plus grande liberté dans votre manière de créer.
- Moins de pression liée à l'image : en n'apparaissant pas à l'écran, vous vous libérez du souci de toujours paraître sous votre meilleur jour. L'essentiel reste votre message et la qualité de votre contenu.
- Une gestion plus souple du temps : en planifiant vos publications à l'avance, vous pouvez vous accorder des pauses sans impacter la continuité de votre présence en ligne.

B-ROLL IMAGES

- Voici des exemples de séquences B-Roll :
- Vidéo de vos pieds marchant
- Taper sur votre ordinateur
- Verser une tasse d'eau, de café ou votre shake protéiné
- Un court extrait du coucher de soleil... en gros, n'importe quelle chose aléatoire qui se passe dans votre vie.

Astuce : collectez des clips de 5 à 7 secondes tout au long de votre journée (ou désignez un jour par semaine pour en collecter plusieurs). Ajoutez-les à un album sur votre téléphone afin qu'ils soient faciles à trouver et à sélectionner lorsque vous créez vos REELS.

ENREGISTRABLE OU REELS PARTAGEABLES

- Le but de chacune de vos REELS (ou du moins de la majorité si vous souhaitez maximiser votre portée) devrait être qu'elles soient hautement partageables, hautement enregistrables... ou idéalement les deux !
- Contenu PARTAGEABLE : ce sont des vidéos qui font réagir votre abonné idéal avec des pensées comme : « C'est tellement moi ! » ou « Ça me fait penser à quelqu'un ! ». Le message est suffisamment ciblé et spécifique à votre niche pour qu'ils se sentent compris, ce qui les pousse naturellement à partager.
- Contenu ENREGISTRABLE : ce sont des vidéos qui offrent une réelle valeur ajoutée à votre audience : conseils, inspirations, connaissances, astuces, idées pratiques... Bref, tout ce qu'ils voudront garder sous la main pour le consulter à nouveau plus tard.

IDÉAL

FOLLOWER

Défi : prenez 2 à 3 minutes, ouvrez l'application Notes sur votre téléphone et réfléchissez : notez tout ce que vous savez sur votre follower idéal. Voici quelques questions pour vous aider à démarrer :

- Quel est leur sexe ?
- Quel âge ont-ils ?
- Où vivent-ils ?
- Que font-ils ?
- Quels sont leurs passe-temps ?
- Quels sont leurs objectifs ?
- Qu'ont-ils besoin de vous ?
- Comment pourraient-ils se sentir vus ou entendus ?

Ne sautez pas ça ! Je vous le promets, cela vous aidera à créer un contenu qui résonne, ajoute de la valeur et attire les bonnes personnes sur votre page.

Je sais je sais. Vous avez probablement entendu à maintes reprises « client idéal » et « FOLLOWER idéal ». Mais je veux vous lancer un défi... SAVEZ-VOUS réellement qui est votre follower idéal ? Vous devez vraiment comprendre cela, car à chaque bobine que vous créez, vous voudrez vous assurer que vous parlez à cette personne.

Habituellement, votre suiveur idéal sera quelqu'un qui vous ressemble ou quelqu'un avec qui vous vous entendriez plutôt bien.

LE HOOK

Votre crochet est la CLÉ ! Il s'agit d'une phrase ou d'un mot rapide et accrocheur pour inciter votre spectateur à arrêter de faire défiler et à prêter attention.

Vous devriez avoir une accroche solide à deux endroits sur votre moulinet :

1. Texte à l'écran : les premiers mots que votre spectateur verra en faisant défiler votre bobine. Le travail de ce crochet est de les amener à arrêter leur défilement et à surveiller votre bobine.
2. Le début de votre légende : le(s) premier(s) mot(s) de votre légende. Le travail de ce crochet est de les amener à lire réellement votre légende. Et bien sûr, plus la légende est bonne -> plus vous passerez de temps à la lire -> plus votre bobine aura de temps de visionnage -> plus votre bobine sera poussée vers plus de personnes.

IDÉES HOOKS

La vérité à propos de...

Je vais être honnête...

ICI ↓

Écoutez !

Voici ce que je dirais ___ s'ils ___

3 choses que j'aurais aimé savoir ___

Ne faites pas cette erreur !

POV : ___ Si vous le souhaitez,
vous pourriez ___

Ne croyez pas CE mensonge...

5 façons de ___

Faites attention à ne pas faire ça...

3 choses à arrêter de faire

Lisez ceci si ___

Vous n'êtes pas obligé de ___ si vous
voulez ___

Ceci est votre signe pour ___

Le secret pour...

Vous ne le croirez pas...

Des moyens de gagner du temps
sur ___

MYTHE :

3 erreurs à ne plus commettre sur ___

Le saviez-vous ?

RAPPEL pour ___ La PIRE façon de...

Voler mon...

Ce que votre ___ dit de vous

Faites CECI si vous...

J'avais tort...

Appel à tous ___ !

Tu ne devineras jamais...

3 choses que j'ai apprises...

5 choses à arrêter de faire si vous
voulez ___

Ne pas dramatiser, mais...

D'accord, je sais à quoi tu penses...

Cela semble illégal de savoir...

Tu ne vas pas croire ce que je viens de
faire.

Cela va changer ta façon de ___

Cela pourrait te choquer...

Il faut que quelqu'un le dise...

Avertissement d'opinion impopulaire...

APPEL À L'ACTION

Les CTA dans vos reels sont importants pour augmenter l'engagement, la durée de visionnage et la conversion de followers/clients !

Semblable à votre crochet, vous disposez de plusieurs options différentes en ce qui concerne votre CTA (n'hésitez pas à en utiliser une ou les deux pour chaque bobine).

1. CTA à l'écran : il peut être utilisé soit pour envoyer vos téléspectateurs vers votre légende pour plus d'informations, soit pour les inciter à entreprendre une action spécifique (c'est-à-dire commenter ou envoyer un DM d'un mot-clé spécifique).

2. CTA dans la légende : vous souhaitez inclure au moins un CTA dans votre légende, et n'hésitez pas à en inclure plusieurs ! Utiliser votre CTA de sous-titre pour inciter les spectateurs à entreprendre une action spécifique (c'est-à-dire vous suivre, commenter quelque chose de spécifique, envoyer un DM, partager leur point de vue, etc.)

QUELQUES IDÉES DE CTA

Voir la légende pour en savoir plus.
Commentez [MOT-CLEF] pour le lien
vers ____

Taguez quelqu'un que vous
connaissez qui a besoin de voir ça !
Décrivez votre journée en 3 emojis ↓
Légendez ceci !

Levez la main si vous pouvez
comprendre !

Rendez-vous dans mes stories pour
plus d'informations !

Partager l'amour!

Identifiez votre meilleur ami du
business dans les commentaires.
N'oubliez pas de SAUVEGARDER ce
message pour plus tard !

Suivez-moi pour en savoir plus

Partagez ceci avec la première
personne qui apparaît lorsque vous
cliquez sur Partager

Partagez votre avis dans les
commentaires Partagez ceci avec un
ami qui ____

Pouvez-vous comprendre ?
Commentaires ci-dessous!

Rendez-vous sur mon lien dans la bio
pour le guide gratuit

Voler ma stratégie dans la légende Si
vous avez trouvé cet article utile,
enregistrez-le pour plus tard ! Des
questions?

Commentaires ci-dessous!

Rendez-vous sur le lien dans ma bio
pour réclamer le vôtre !

Si vous êtes d'accord, commentez
votre emoji préféré !

Qu'est-ce que j'ai raté?

Commentaires ci-dessous!

Enregistrez ce message pour la
prochaine fois que vous en aurez
besoin ____ Allez voter pour votre favori
dans mes stories !

Les places sont limitées, réservez
votre place maintenant !

Aimez cette publication si vous ____
activez les notifications de publication
pour ne pas manquer le ____

VOTRE PRINCIPAL MESSAGE

Votre message principal est le message que vous souhaitez faire passer avec votre REEL.

Vous avez 2 options : vous pouvez mettre la « COEUR » de votre message principal sous forme de texte à l'écran dans le réel elle-même.

OU incluez-le dans votre légende et utilisez un CTA rapide pour envoyer les gens vers votre légende.

N'oubliez pas que votre message principal est un contenu partageable ou enregistrable. Voici donc quelques questions à vous poser.

- Offrez-vous de la valeur à votre client ou follower idéal ?
- Votre message concerne-t-il votre client ou votre suiveur idéal ?
- Votre message donne-t-il des idées, des encouragements, des orientations ou des conseils de quelque sorte ?

Votre message principal n'a pas besoin de faire TOUTES ces choses, mais il devrait en faire au moins une !

VOTRE MESSAGE PRINCIPAL

(SUITE)

Pour décider de mettre ou non votre message principal à l'écran ou en légende, voici quelques conseils :

N'incluez-le à l'écran que si vous pouvez le faire sans surcharger l'écran, rendre le texte difficile à lire ou rendre la vidéo trop longue.

Si vous l'incluez à l'écran, assurez-vous de modifier la vidéo afin que le texte apparaisse en synchronisation avec le rythme ou les battements de l'audio sélectionné.

C'est encore mieux si vous ne faites qu'un petit morceau de texte à la fois !

S'il y a trop de texte, utilisez simplement un appel à l'action juste après votre accroche pour envoyer les gens vers votre légende.

[Cliquez ici pour voir un exemple d'une de mes REELS avec un message principal à l'écran.](#)

[Cliquez ici pour voir un exemple d'une de mes REELS où j'envoie les téléspectateurs vers la légende du message principal.](#)

AUDIO TENDANCE

Un audio « tendance » est essentiellement tout audio qu'Instagram a souligné comme étant populaire. L'utilisation d'un audio tendance est CLÉ si vous souhaitez toucher plus de personnes, car Instagram est plus susceptible de diffuser votre vidéo auprès d'un plus grand nombre de personnes.

Vous saurez si un audio est tendance s'il comporte une flèche diagonale vers le haut. Si vous cliquez sur cette flèche sur une vidéo, vous accéderez à toutes les vidéos utilisant cet audio et vous pourrez voir combien de fois cet audio spécifique a été utilisé.

➤ Trending • 1,037 reels

Ensuite, si vous cliquez sur ce bouton :
vous verrez une liste des 50 meilleurs audios à la mode !

Je recommande d'utiliser des audios tendance avec moins de 5 000 à 10 000 utilisations maximales. Mieux encore : la vidéo « originale » compte plus de 1M de vues avec des commentaires récents des derniers jours.

Astuce : utilisez votre temps de défilement à bon escient ! Pendant que vous parcourez IG et trouvez des vidéos, des audios et/ou des tendances que vous aimez, ENREGISTREZ-les ! Vous pouvez enregistrer des REELS dans des dossiers et vous pouvez également enregistrer vos audios préférés pour les utiliser plus tard.

Assurez-vous simplement qu'ils sont toujours à la mode lorsque vous les utilisez.

COUVERTURE

PHOTO

La photo de couverture de votre bobine est ce que les gens verront à la fois dans la « grille » de votre profil (la vue principale de votre profil) et dans l'onglet de vos REELS.

Idéalement, vos photos de couverture indiquent clairement le sujet de chaque bobine, correspondent à votre marque et encouragent quelqu'un à cliquer sur votre vidéo s'il a visité votre profil.

La plupart des gens conviennent que des profils parfaitement alignés et esthétiques ne sont pas nécessaires. Cependant, je pense qu'il est toujours important de rester fidèle à la marque et de s'assurer que les photos de couverture de vos REELS représentent correctement ce à quoi s'attendre.

Vos options :

1. Choisissez une image existante de votre vidéo comme couverture. Assurez-vous que le cadre que vous choisissez comprend au moins le texte « crochet » à l'écran.
2. Téléchargez une photo de couverture à partir de votre pellicule. Vous pouvez utiliser Canva pour concevoir une photo de couverture si nécessaire (utilisez la taille 1080 x 1920 pour une photo de couverture de bobine).

DIVISER ET TRANSITIONS

La fonctionnalité « Split » se trouve dans l'application Instagram et constitue essentiellement un moyen de couper un long clip en plusieurs petits clips. Il s'agit d'un moyen éprouvé de retenir l'attention de votre spectateur plus longtemps, car de nos jours, notre durée d'attention est si courte ! L'utilisation de la fonction de partage est particulièrement importante si votre bobine dure plus de 5 à 7 secondes.

[CECI est un excellent tutoriel sur l'utilisation de la fonction de partage.](#)

Cela demande un peu de pratique mais une fois que vous aurez pris le coup, ça ira vite !

De plus, l'utilisation de cette fonctionnalité signifie que vous n'avez qu'à appuyer une seule fois sur « enregistrer » et que vous avez toujours la sensation de plusieurs prises.

De la même manière, les transitions entre les clips sont un excellent moyen de rendre vos vidéos plus accrocheuses et plus accrocheuses, et donc de retenir l'attention des gens plus longtemps !

[ICI est un excellent tutoriel expliquant pourquoi vous devriez utiliser les transitions PLUS 5 transitions faciles que vous pouvez effectuer directement dans l'application Instagram !](#)



SOYEZ CRÉATIF + SOYEZ ORIGINAL

Un bon moyen d'atteindre un public plus large consiste à s'intéresser aux tendances le plus tôt possible. Lorsque vous parcourez Instagram, faites attention aux tendances que vous voyez encore et encore.

La clé ici est d'ÊTRE ORIGINAL ! Suivez les tendances et utilisez des audios tendances, mais apportez-y votre propre touche. C'est bien de s'inspirer d'une tendance, faites simplement de votre mieux pour vous l'approprier.

Et bon, de temps en temps, si vous souhaitez simplement copier la vidéo ou le verbiage de quelqu'un, assurez-vous simplement de lui donner du crédit dans votre légende !

TA SIGNATURE

Votre signature est un appel d'une phrase à vous suivre que vous mettrez à la fin de chaque légende. Cela dira très rapidement à vos téléspectateurs qui vous êtes et pourquoi ils voudraient vous suivre.

J'ai remarqué une augmentation substantielle du nombre de mes abonnés lorsque j'ai commencé à mettre en place une simple signature sur chaque vidéo !

Voici ce que j'utilise sur la plupart de mes REELS :

Suivez @amplifyyour Income ✨ pour plus de marketing numérique, le démarrage d'une entreprise en ligne, des revenus passifs, le travail à domicile et des conseils, conseils et ressources sur la croissance des médias sociaux !

Court, doux, précis. En gros, je dis à mon spectateur de me suivre s'il a aimé cette vidéo et souhaite en voir davantage. Et il fonctionne!

Astuce : utilisez la fonction « Remplacement de texte » dans les paramètres de votre téléphone pour enregistrer votre signature à l'aide d'un raccourci afin de ne pas avoir à tout retaper à chaque fois.

TA LÉGENDE

N'oubliez pas que votre légende doit commencer par une accroche solide qui incite les gens à développer votre légende pour lire l'intégralité, en particulier si votre message principal est dans votre légende.

Quelques conseils pour votre légende :

- Si votre légende fait plus de quelques phrases, assurez-vous de séparer les lignes par un espace assez souvent. Il est plus facile pour les gens de se concentrer sur 1 à 2 phrases à la fois plutôt que d'essayer de lire un long paragraphe.
- Assurez-vous d'inclure votre crochet, votre CTA, vos hashtags et mots-clés et signature à la fin.
- Raconter une histoire est la clé ! Partagez vos expériences et soyez vulnérable et honnête (même sans montrer votre visage). C'est énorme si vous voulez gagner la confiance + convertir les téléspectateurs en abonnés + convertir les abonnés en clients.
- Utilisez des emojis, mais n'en faites pas trop.
- Si votre légende est accrocheuse, attrayante et suffisamment longue (séparée par des espaces), cela vous aidera à obtenir plus de temps de visionnage sur votre bobine (surtout s'il s'agit d'un court clip de 5 à 7 secondes), ce qui signifie qu'elle devra être repoussée. à plus de personnes.

HASHTAGS ET MOTS CLÉS

Les hashtags ne sont PAS morts. Beaucoup de gens prétendent qu'ils le sont, mais BEAUCOUP de pros recommandent toujours de les utiliser et personnellement, je trouve encore beaucoup de contenu que j'aime en utilisant des hashtags !

Pouvez-vous obtenir une grande portée sans eux ? Bien sûr, mais je ne pense pas que leur utilisation vous fera du mal ! Si vous choisissez d'utiliser des hashtags dans votre légende, je me concentrerais sur les hashtags moins saturés. Il est moins probable que votre vidéo soit trouvée avec un hashtag ayant des millions d'utilisations.

Les mots-clés sont un nouvel accent sur Instagram. Fondamentalement, vous voulez vous assurer que votre texte à l'écran ET votre légende contiennent des mots-clés pertinents afin que l'algorithme diffuse votre contenu vers les bonnes personnes.

Par exemple, certains mots-clés que j'aime m'assurer d'inclure quelque part dans ma bobine et/ou ma légende sont : travail à domicile, produits numériques, maman qui travaille, femmes entrepreneures, SAHM, etc.

Si votre légende est courte ou si vous souhaitez ajouter des mots-clés, vous pouvez toujours simplement les saisir sous vos hashtags dans votre légende.

PLUS DE CONSEILS

Choix de police : utilisez uniquement des polices faciles à lire sur votre vidéo. Si les gens doivent plisser les yeux ou forcer, ou si les mots se fondent dans l'arrière-plan, ils défileront.

Votre image de marque : en parlant de polices, je vous recommande de rester cohérent avec les polices et les jeux de couleurs que vous utilisez dans votre contenu. Vous voulez que votre marque soit reconnaissable !

Durée de la vidéo : la plupart de vos REELS doivent durer entre 5 et 7 secondes. C'est un endroit idéal qui a fait ses preuves !

Filtres : n'en faites pas trop avec les filtres et n'utilisez pas de filtres fous.
les abstraits.

Emplacement du texte : assurez-vous que votre texte se trouve dans un endroit facile à lire et qu'il n'est pas masqué par votre nom d'utilisateur, le début de la légende ou les graphiques.

Enregistrer au fur et à mesure : « Enregistrer comme brouillon » souvent. Pour plus de sécurité, enregistrez vos brouillons sur votre pellicule (vous devrez les enregistrer sans l'audio, alors assurez-vous d'avoir enregistré cet audio pour l'utiliser plus tard). Des problèmes sur Instagram et la dernière chose que vous voulez, c'est perdre une bobine sur laquelle vous avez travaillé dur.

Planifier à l'avance : vous pouvez créer une bobine et programmer sa publication ultérieure si nécessaire. Lisez [CET ARTICLE](#) pour savoir comment procéder.

Faites attention aux informations : vous avez besoin d'un compte professionnel ou de créateur pour voir les informations de vos REELS. [ICI](#) est un article sur les informations sur les REELS. Ne vous inquiétez pas trop, mais faites attention aux rouleaux qui fonctionnent le mieux. Et rappelez-vous, ce n'est pas seulement une question de likes ! Parfois, vous aurez plus de partages, de sauvegardes ou de commentaires que de likes. Tout type d'interaction est une bonne interaction !

PLUS DE CONSEILS

SUITE

Répondre aux commentaires : prenez quelques minutes pendant votre temps libre pour parcourir et répondre aux commentaires. Cela incitera les gens à revenir sur votre bobine et améliorera vos taux d'engagement ! Interagissez avec vos abonnés, posez des questions et établissez cette confiance.

Restez simple : les REELS ne doivent pas nécessairement être compliqués ou prendre beaucoup de temps. Avant, je ne publiais JAMAIS de REELS parce que je pensais que j'avais besoin de compétences en montage vidéo pour les rendre sophistiqués et de haute qualité. N'y pensez pas trop !

Soyez patient : les reels ont parfois une façon de prendre leur temps ! Parfois, les miens commencent à bien fonctionner des SEMAINES après les avoir publiés.

Restez cohérent : je ne saurais trop insister sur ce point ! Jouez au long jeu. Ne postez pas simplement pour essayer de devenir viral. Gardez à l'esprit votre suiveur idéal et présentez-vous systématiquement à lui. L'algorithme n'est PAS là pour vous avoir !

VOS REELS

CHECKLIST

Je sais que cela a été beaucoup d'informations ! Voici donc une liste de contrôle pour vous aider à définir les éléments importants :

- HOOK fort (à l'écran et dans la première phrase de votre légende)
- CTA (à l'écran et/ou dans votre légende)
- Audio tendance
- La photo de couverture est conforme à la marque et correctement alignée
- Signature dans votre légende
- Hashtags et mots-clés dans votre légende
- Texte facile à lire (choisissez la bonne police et le bon emplacement)
- Transitions et/ou fonctionnalités bien utilisées (si nécessaire)
- Follower idéal : avez-vous créé ce reel +. une légende en pensant à eux ?
- Cette bobine mérite-t-elle d'être enregistrée et/ou partagée ?

APPLICATIONS

UTILES

CapCut : application de montage vidéo avec plus d'options de texte et d'édition si vous préférez créer vos REELS en dehors de l'application IG. Personnellement, je n'utilise cette application que lorsque j'ai besoin d'utiliser la fonction d'écran vert.

Unsplash : téléchargez des images de stock de haute qualité (utilisez ceci pour les photos d'arrière-plan lors de l'utilisation de la fonction d'écran vert).

Légendes : cette application est idéale si/quand vous le souhaitez publiez une bobine parlante et souhaitez inclure des sous-titres de haute qualité.

ManyChat : à utiliser pour l'automatisation. Si vous utilisez un CTA comme « Commentez [mots-clefs] pour le lien », ManyChat est ce que vous pouvez utiliser pour répondre automatiquement aux commentaires et envoyer des DM avec votre lien.