

Loubna Mindset  
BUSINESS DIGITAL

Le Super Guide

COMMENT OPTIMISER SON  
COMPTE INSTAGRAM POUR  
TRIPLER SES VENTES



# SOMMAIRE

Introduction	04
Chapitre I Optimiser son Profil Instagram pour Attirer Plus de Clients	05
Chapitre II Créer du Contenu qui Attire et Convertit	08
Chapitre III Utiliser une Stratégie Hashtags et SEO Instagram	12
Chapitre IV Convertir ses Abonnés en Clients	16
Chapitre V Automatiser et Gagner du Temps	21
Chapitre VI Utiliser les Reels pour exploser ta visibilité et attirer plus de clientes	26
Chapitre VII Investir dans la Publicité Instagram pour Accélérer les Résultats	31
Chapitre VIII Engager avec son Audience et Créer une Communauté	41
Chapitre IX Exploiter les Reels & Stories pour Booster la Visibilité	46
Chapitre X Analyser & Ajuster sa stratégie pour avoir des résultats	52
Conclusion	58



# CHAPITRE I

## OPTIMISER SON PROFIL INSTAGRAM POUR ATTIRER PLUS DE CLIENTS

Instagram est la vitrine de ton business. Avant même de scroller ton contenu, un visiteur va juger en quelques secondes si ton profil est pertinent pour lui. Un compte bien optimisé peut faire toute la différence entre un simple curieux et un futur client prêt à acheter. Voici comment créer un profil attractif et efficace.

### Avoir une Bio Impactante et Claire

Ta bio Instagram est le premier élément que ton audience voit. Elle doit être claire, concise et convaincre en quelques mots.

#### Les éléments clés d'une bonne bio :

- I. Une description simple et percutante : Exprime qui tu es, ce que tu fais et comment tu aides tes clients.
- II. Une promesse de valeur claire : Mets en avant le résultat que ton audience peut obtenir grâce à toi.
- III. Un appel à l'action puissant : Guide ton audience vers l'étape suivante (ex: "Télécharge mon guide gratuit").

#### Exemple de bio optimisée :

Coach Instagram | Aide les entrepreneurs à tripler leurs ventes | Stratégies | Reels | Growth hacking  
Accède à mon guide offert [lien]

### Choisir un Nom et un @username Stratégique

Ton nom et ton @username influencent ton référencement sur Instagram. Nom optimisé pour le SEO : Ajoute un mot-clé pour que ton profil apparaisse dans les recherches.

Ex: "Julie | Marketing Digital" Username simple et reconnaissable : Évite les caractères compliqués (ex: "@julie\_marketing" au lieu de "@ju.lie123\_marktg")

## Avoir une Photo de Profil Professionnelle

Ta photo de profil doit inspirer confiance et professionnalisme.

Si tu es une marque personnelle : Utilise une photo claire, lumineuse, avec un fond neutre. Si tu es une entreprise : Mets ton logo bien visible et lisible même en petit format.



## Utiliser un Lien en Bio Stratégiquement

Instagram ne permet qu'un seul lien cliquable en bio, donc il faut l'optimiser au maximum.

### Options recommandées :

- Un Linktree ou outil similaire pour regrouper plusieurs liens.
- Une page de capture pour collecter des emails et transformer tes abonnés en clients.
- Un lien direct vers ton offre principale ou ton dernier produit/service.

## Organiser ses Stories à la Une pour Booster la Conversion

Les Stories à la Une permettent de rassurer ton audience et de lui donner directement les informations les plus importantes.

### Catégories de Stories à avoir :

- Témoignages → Preuves sociales pour rassurer et convaincre
- Services/Produits → Présentation de ton offre
- Avant/Après → Montrer des résultats concrets
- FAQ → Répondre aux questions fréquentes
- Avis Clients → Mettre en avant des retours positifs

# CONCLUSION

## TON PROFIL INSTAGRAM DOIT ÊTRE UNE MACHINE À CONVERTIR

---

**Un bon profil Instagram, c'est bien plus qu'une belle page :**

C'est un outil de vente puissant. Il doit donner envie de suivre, d'interagir et surtout d'acheter.

Vérifie ton profil dès maintenant et ajuste ces éléments pour maximiser ton impact !

**Prochaine étape :** Une fois ton profil optimisé, il est temps de créer du contenu engageant qui attire et convertit tes abonnés en clients. On en parle dans la suite du guide !

# CHAPITRE II

## CRÉER DU CONTENU QUI CONVERTIT

---

Avoir un profil optimisé, c'est bien, mais sans contenu percutant, tu n'attireras ni abonnés engagés ni clients. Le contenu est le moteur de ton business sur Instagram. Il doit captiver, inspirer et surtout inciter à l'achat. Voici comment créer du contenu puissant qui transforme tes abonnés en clients.

### I. Comprendre les Besoins de ton Audience

Avant de créer du contenu, pose-toi cette question : qu'est-ce que mon audience veut voir et apprendre ?

#### Comment identifier les attentes de ton audience ?

I. Analyse tes concurrents → Quels types de posts fonctionnent bien ?

II. Utilise les stickers "Questions" et "Sondages" en Story → Demande directement à ton audience ce qu'elle veut.

III. Lis les commentaires et DM reçus → Tu y trouveras des idées de contenu.

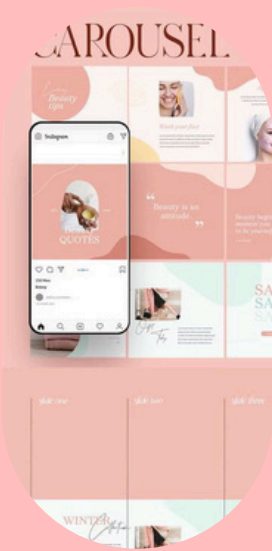
IV. Observe les tendances de ton secteur → Suis les sujets qui captent l'attention en ce moment.

**Astuce :** Note toutes ces informations dans un document et crée un calendrier de contenu en fonction des besoins identifiés.



## II. Varier les Types de Contenu pour Maximiser l'Engagement

Un bon contenu Instagram repose sur un équilibre entre 3 types de posts :



### 1. Contenu Éducatif (Valeur & Expertise)

L'objectif est de partager ton savoir pour aider ton audience et montrer ton expertise.

Exemples :

- Carousel → "5 erreurs qui ruinent tes ventes sur Instagram"
- Reel → "3 astuces pour augmenter ton taux d'engagement"
- Post classique → "Checklist pour optimiser ta bio Instagram"

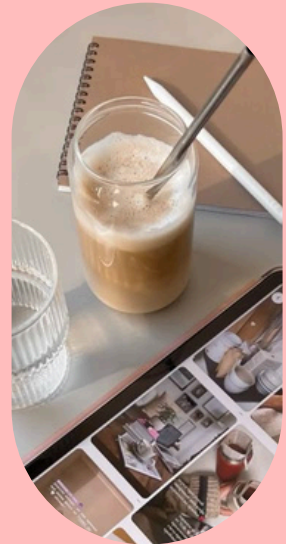
Format recommandé : **Carrousels et Reels**, car ils génèrent plus d'interactions.

### 2. Contenu Inspirant (Émotions & Connexion)

Les gens achètent à ceux en qui ils ont confiance. Partager ton parcours ou des témoignages clients permet de créer une relation authentique.

Exemples :

- Ton histoire → "Comment j'ai réussi à vivre d'Instagram en 6 mois"
- Témoignages clients → "Avant/Après : les résultats de Sarah après ma formation"
- Couilles de ton activité → "Une journée dans la peau d'un entrepreneur"



Format recommandé : **Stories, lives et posts storytelling.**

### 3. Contenu Promotionnel (Vente & Conversion)

Tu veux vendre ? Fais-le stratégiquement !

Exemples :

- Présentation de ton offre → "Pourquoi cette formation est faite pour toi ?"
- Démo produit/service → "Voici comment fonctionne mon programme en ligne"
- Urgence et exclusivité → "Offre spéciale 24h : -20% sur mon coaching"

Format recommandé : **Stories avec liens, posts** descriptifs avec CTA clairs.



### III. Utiliser des Appels à l'Action Puissants (CTA)

Tu veux plus d'engagement et de ventes ? Dis à ton audience ce qu'elle doit faire !

**Mauvais CTA :**

"Voilà mon nouveau programme." → Trop vague, pas engageant.

**Bon CTA :**

"**Commente 'INFO'** pour recevoir tous les détails sur ma formation !"

"**Envoie-moi un DM avec le mot 'COACHING'** pour réserver ton appel découverte."

"**Clique sur le lien en bio pour accéder à mon offre** avant qu'elle disparaisse !"

*Loubna Mindset*

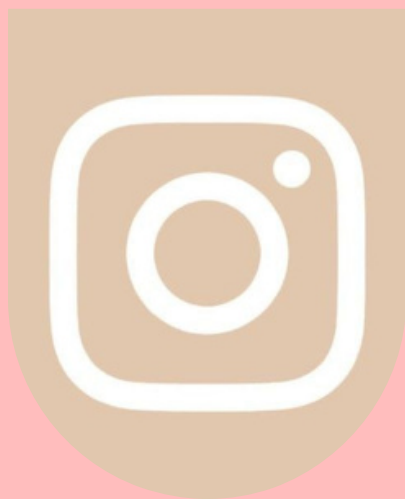
# CONCLUSION: PUBLIER DU CONTENU QUI VEND

---

Créer du contenu efficace, c'est trouver le bon équilibre entre éducation, inspiration et vente.

Action immédiate : Planifie 3 types de posts pour la semaine à venir en appliquant ces stratégies !

**Prochaine étape** : Utiliser les **hashtags** et **l'algorithme** pour booster ta visibilité



## CHAPITRE III

# UTILISER UNE STRATÉGIE HASHTAGS ET SEO INSTAGRAM

---

Avoir du bon contenu, c'est essentiel, mais encore faut-il qu'il soit **vu par les bonnes personnes**. Instagram est **un moteur de recherche** à part entière : si tu optimises tes hashtags et ton SEO, tu peux toucher **des milliers de nouveaux prospects gratuitement**.



#beautiful

### I. Pourquoi le SEO et les Hashtags sont Indispensables ?

#### Le SEO Instagram, c'est quoi ?

C'est l'ensemble des techniques qui permettent à ton contenu d'être mieux référencé sur Instagram et d'apparaître dans les résultats de recherche des utilisateurs.

#### Pourquoi utiliser des hashtags ?

Les hashtags aident Instagram à **classer ton contenu** et à l'afficher aux bonnes personnes. Un post avec des hashtags bien choisis peut avoir **jusqu'à 30% de visibilité en plus !**

#### Les avantages d'une bonne stratégie SEO + Hashtags :

- **Plus de visibilité** → Ton contenu est découvert par des personnes qui ne te suivent pas encore.
- **Plus d'engagement** → Ton post est vu par des gens réellement intéressés par ton niche.
- **Plus de ventes** → Un public qualifié = plus de chances de conversion !

Loubna Mindset

## II. Optimiser son Profil et ses Publications pour le SEO Instagram

L'algorithme d'Instagram analyse les mots-clés pour afficher le contenu le plus pertinent dans la recherche. Voici comment optimiser ton profil et tes posts :

### 1. Optimiser ton Nom et ta Bio

Instagram analyse les mots présents dans ton nom et ta bio pour le classement SEO.

Bonne pratique :

- Ajoute un mot-clé pertinent dans ton nom.
- Ex : "**Julie | Coach Instagram**" au lieu de "Julie Dupont".
- Utilise **des mots-clés descriptifs** dans ta bio.
- Ex : "Aide les entrepreneurs à vendre + sur Instagram | Stratégies | Formation".

### 2. Optimiser les Légendes et les Descriptions des Posts

Instagram analyse les mots présents dans tes descriptions de posts. Si tu utilises les bons termes, ton contenu remontera dans les recherches.

Bonnes pratiques :

- Utilise des **mots-clés naturellement** dans ton texte.
- Ex : "Voici 3 astuces pour améliorer ton engagement Instagram".
- Ajoute une **légende détaillée** pour donner du contexte.
- Plus une légende est longue et engageante, plus Instagram la considère comme pertinente.



**Astuce :** Ajoute aussi **des mots-clés** dans **les stories et les Reels** en texte (même invisibles !). Tu peux aussi **ajouter des sujets** que tu attribues **avant de publier ton réels** afin d'aider l'**algorithme** à optimiser **ta cible**.

### III. Utiliser les Hashtags de Manière Stratégique

Les **hashtags** ne sont pas juste des mots au hasard : ils aident Instagram à classer ton contenu et à le recommander.



#### 1. Choisir les Bons Hashtags

Un bon mix d'hashtags inclut :

- **Des hashtags populaires** (ex: #business #entrepreneur) → Plus de portée.
- **Des hashtags de niche** (ex: #coachinstagram #venteonline) → Plus de clients ciblés.
- **Des hashtags de marque** (ex: #nomdetamarque) → Fidélisation de ton audience.

#### 2. Combien de Hashtags Utiliser ?

**Bonnes pratiques :**

- Entre 10 et 20 hashtags par post (évite d'en mettre 30, c'est parfois **contre-productif**).
- Place les hashtags **en fin de légende** ou en **premier commentaire**.
- **Varie tes hashtags** pour éviter que l'algorithme te classe comme spam.



#### 3. Où Placer les Hashtags ?

**Sur tes posts** → Pour apparaître dans les recherches.

**Dans les Stories** → Ajoute 3 à 5 hashtags cachés sous un sticker.

**Dans les Reels** → Instagram classe aussi les Reels selon leurs hashtags.

*Loubna Mindset*

## IV. Suivre et Analyser ses Résultats

Utilise **Instagram Insights** pour voir quels hashtags te rapportent le plus de visibilité. **Supprime** ceux qui ne fonctionnent pas et teste-en de nouveaux régulièrement.

### Outils utiles :

- **Instagram Insights** → Analyse la portée de tes hashtags.
- **Hashtagify** → Trouve les meilleurs hashtags de ton secteur.

CONCLUSION :  
SEO + HASHTAGS = + DE VISIBILITÉ  
ET DE CLIENTS

---



Si tu optimises bien ton contenu avec le SEO et les hashtags, tu vas **attirer beaucoup plus de prospects qualifiés sur ton compte.**

**Action immédiate :** Optimise ta prochaine publication avec un bon mix de hashtags et des mots-clés SEO dans ta légende.

**Prochaine étape :** Apprendre à **utiliser les Reels** pour **exploser sa visibilité!**

*Loubna Mindset*

# CHAPITRE IV

## CONVERTIR SES ABONNÉS EN CLIENTS

---

Avoir des milliers d'abonnés, c'est bien. **Mais s'ils n'achètent pas, ton business ne grandit pas !** Instagram n'est pas juste une plateforme pour gagner de la visibilité : c'est un véritable **levier de vente**. Voici comment transformer ton audience en acheteurs engagés.

### I. Comprendre le Parcours d'Achat sur Instagram

Avant d'acheter, un prospect passe par plusieurs étapes :

**Découverte** → Il tombe sur ton profil grâce à un post, un Reel ou une story.

**Intérêt** → Il consomme ton contenu et commence à s'engager.

**Confiance** → Il voit des témoignages, des résultats et commence à considérer ton offre.

**Décision d'achat** → Il passe à l'action et achète.

**Objectif** : Accélérer ce parcours et convertir plus rapidement tes abonnés en clients !



*Loubna Mindset*

## II. Créer du Contenu qui Favorise la Conversion

Pour convertir, ton contenu doit éduquer, inspirer et rassurer.

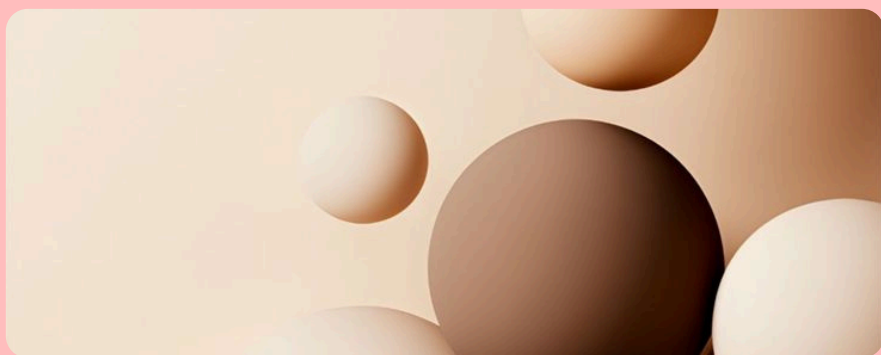
### 1. Contenu Éducatif → Positionne-toi comme un Expert

Plus ton audience apprend de toi, plus elle te fera confiance.

Exemples :

- **Carrousel** : "Les 5 erreurs qui empêchent de vendre sur Instagram"
- **Reel** : "Pourquoi personne n'achète ton offre (et comment y remédier)"
- **Post** : "Les étapes pour créer une offre irrésistible"

**Astuce** : Ajoute toujours un **appel à l'action** (CTA) à la fin pour diriger ton audience vers une prochaine étape (DM, lien en bio, etc.).



### 2. Contenu Inspirant → Créer une Connexion Émotionnelle

Les gens achètent avec leurs **émotions**. Raconte ton histoire, tes réussites et celles de tes clients.

Exemples :

- Storytelling : "Comment j'ai généré mes premiers 10K€ grâce à Instagram"
- Témoignages clients : "Avant/Après – Les résultats de Sophie après mon programme"
- Dans les coulisses : "Une journée dans ma vie d'entrepreneur(e)"

**Astuce** : Fais des posts authentiques et transparents, ça crée un lien fort avec ton audience.

*Loubna Mindset*

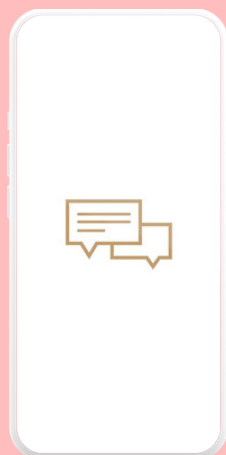
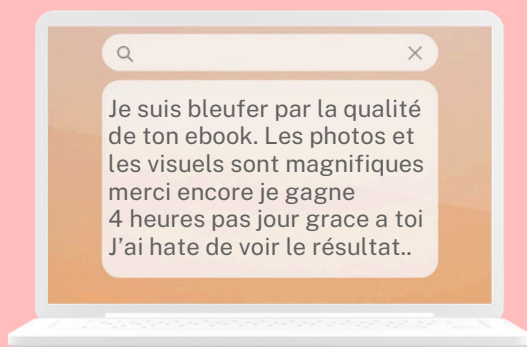
### 3. Contenu Preuve Sociale → Rassurer et Convaincre

Personne n'aime être le premier à acheter. **Montre que ton offre fonctionne !**

**Exemples :**

- Avis clients en story à la une
- Screenshot de messages de clients satisfaits
- Vidéo témoignage d'un client qui partage son expérience

**Astuce : Plus ton audience voit des preuves de succès, plus elle aura confiance en toi.**



### III. Créer un Tunnel de Conversion sur Instagram

#### 1. Optimiser ton Lien en Bio pour Capturer des Leads

Instagram ne permet qu'un seul lien cliquable, **utilise-le intelligemment :**

**Meilleures options de lien en bio :**

- Une page de capture (pour collecter des emails et vendre en automatique).
- Un mini-site type **Linktree** avec plusieurs liens (offre, appel découverte, guide gratuit...).
- Un lien direct vers ton produit phare.

**Astuce :** Propose un cadeau gratuit (ebook, mini-formation, checklist) en échange d'un email → **plus de conversions sur le long terme !**

## 2. Convertir via les DM (Messages Privés)

Les DM sont **une machine à vendre** quand ils sont bien utilisés.

**Méthode efficace :**

1. Poste du contenu engageant avec un CTA du type "Commente INFO pour en savoir plus !"
2. Envoie un message personnalisé aux personnes intéressées.
3. Guide-les vers ton offre en répondant à leurs questions.

**Astuce :** Utilise **les réponses automatiques** pour gagner du temps !

## 3. Vendre en Story avec Stratégie

70% des utilisateurs Instagram regardent les stories → **C'est là que les ventes se font !**

**Méthode pour vendre en Story :**

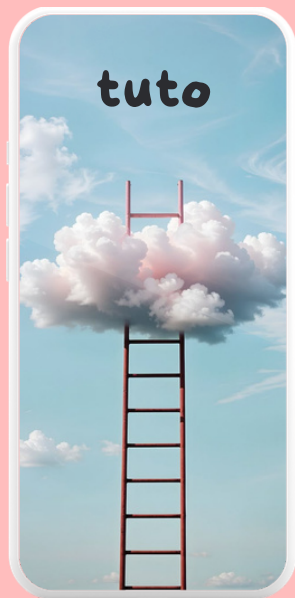
**1. Apporter de la valeur** (ex: astuces, mini-tutoriels).

**2. Montrer des résultats** (ex: témoignages, coulisses).

**3. Créer de l'urgence** ("Plus que 2 places dispo, DM 'COACHING' pour réserver !").

**4. Ajouter un CTA** → lien en story ou "Swipe up".

**Astuce :** Fais des sondages pour qualifier ton audience ("Qui veut en savoir plus ? Oui / Bien sûr !").





# CHAPITRE V

## UTILISER LES REELS POUR EXPLOSER TA VISIBILITÉ ET ATTIRER PLUS DE CLIENTES

### I. Comprendre pourquoi les Reels sont indispensables

Sur Instagram, les Reels sont aujourd'hui le format qui offre le plus de visibilité organique.

#### Pourquoi ?

Parce que contrairement aux posts classiques :

- Ils sont montrés à des non-abonnées
- Ils peuvent devenir viraux
- Ils sont poussés par l'algorithme

Même avec 300 abonnées, tu peux toucher 5 000 à 20 000 personnes.

### II. Ce que permet un Reel

Un Reel bien construit peut :

- Te faire découvrir par de nouvelles femmes
- Te positionner comme experte
- Attirer des prospects qualifiés
- Générer des messages privés

#### Mais attention :

Poster des Reels "au hasard" ne suffit pas.  
Il faut une stratégie.

#### L'objectif d'un Reel

Il ne doit PAS :

- Juste faire des vues
- Juste suivre une tendance

Il doit :

Attirer ta cliente idéale.



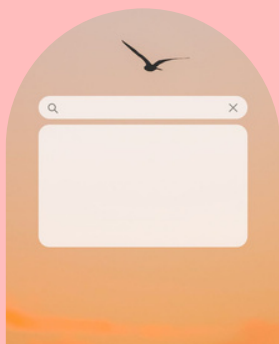
## Exemple :

Si tu aides des femmes à lancer leur activité en ligne, ton Reel ne doit pas être “danser sur une musique tendance”.

Il doit parler de :

- Peur de ne pas être légitime
- Manque d'organisation
- Manque de clientes

Toujours en lien avec ton offre.



### III. La structure parfaite d'un Reel qui attire des clientes

Un Reel efficace suit une structure simple en 4 étapes.

#### 1. Le hook (les 3 premières secondes)

Les 3 premières secondes déterminent si la personne continue à regarder. Tu dois créer :

- De la curiosité
- De l'identification
- Un choc léger

Mauvais exemple :

“Coucou les filles, aujourd'hui je vais vous parler de...”

Bon exemple :

“Personne ne te dit ça quand tu veux lancer ton business...”

“Si tu as moins de 1 000 abonnées, écoute bien.”

“Tu n'es pas illégitime. Tu es juste mal guidée.”

Le texte doit être visible à l'écran.

## 2. Le problème

Après le hook, tu montres que tu comprends la situation.

Exemple :

“Tu postes tous les jours.

Tu passes des heures à réfléchir à ton contenu.

Mais aucune cliente ne t'écrit.”

Là, ta cible se reconnaît.

## 3. La solution

Tu donnes une solution simple.

Exemple :

“Le problème, ce n'est pas ton contenu.

C'est que tu ne parles pas assez des problèmes réels de ta cliente.”

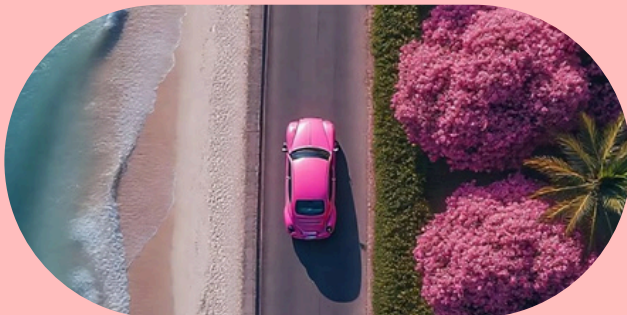
Tu expliques brièvement.

## 4. L'appel à l'action (CTA)

Toujours terminer par une action claire :

- “Commente ‘GO’ si tu veux la méthode.”
- “Écris-moi ‘START’ en DM.”
- “Sauvegarde ce Reel.”

Sans CTA, tu perds des opportunités.



*Loubna Mindset*

## 5 types de Reels qui attirent des clientes (avec exemples concrets)

Voici 5 formats efficaces pour une femme débutante.

### 1. Le Reel "erreurs"

Titre à l'écran :

**"3 erreurs qui bloquent tes ventes"**

Exemple si tu es coach business :

- Tu parles de toi au lieu de parler d'elle
- Tu n'as pas d'offre claire
- Tu n'invites jamais à passer à l'action

**CTA :**

"Commente 'VENTE' si tu veux éviter ces erreurs."

### 2. Le Reel storytelling

Tu racontes ton histoire.

**Exemple :**

"Il y a 2 ans, je pensais que je n'étais pas capable de créer mon activité.  
Aujourd'hui j'aide d'autres femmes à le faire."

Ce type de Reel crée :

- De la confiance
- De l'inspiration
- De la crédibilité

### 3. Le Reel face caméra éducatif

Tu expliques un conseil précis.

**Exemple :**

"Si tu veux plus de clientes, arrête de dire 'je propose du coaching'.

Dis plutôt : "j'aide les femmes à trouver leurs premières clientes en 30 jours."

Simple. Clair. Actionnable.



#### 4. Le Reel "mythe"

"Tu n'as PAS besoin de 10 000 abonnés pour vendre."

Tu expliques pourquoi :

"J'ai signé mes premières clientes avec moins de 800 abonnés."

Cela casse une croyance limitante.

#### 5. Le Reel preuve sociale

Tu montres :

- Un témoignage
- Un message cliente
- Un résultat

**Exemple :**

"Elle a trouvé sa première cliente en 3 semaines."

Les femmes ont besoin de preuve avant d'acheter.



#### Comment transformer les vues en clientes

Avoir 10 000 vues ne sert à rien si personne n'achète.

Voici comment convertir.

##### 1. Toujours relier le Reel à ton offre

Si tu parles de confiance en soi, mais que ton offre est un programme Instagram, tu crées de la confusion.

Chaque Reel doit attirer le type de cliente que ton offre aide.

##### 2. Répondre aux commentaires en DM

Si une femme commente "GO", ne réponds pas juste :

"Merci "

**Écris-lui :**

"Coucou, merci pour ton commentaire.

Dis-moi, où en es-tu aujourd'hui ?"

**La conversation commence.**

Et c'est là que la vente peut se faire.

### 3. Poster régulièrement

Pour une débutante :  
3 à 4 Reels par semaine suffisent.

Exemple d'organisation :

- Lundi : erreurs
- Mercredi : conseil
- Vendredi : storytelling
- Dimanche : preuve sociale

### 4. Analyser ce qui fonctionne

Regarde :

- Le temps de visionnage
- Les sauvegardes
- Les partages
- Les commentaires



Un Reel qui fait 2 000 vues mais 50 sauvegardes est plus puissant qu'un Reel à 10 000 vues sans interaction.

### Les 3 règles d'or pour exploser ta visibilité

- Parler uniquement des problèmes de ta cliente idéale
- Être claire et simple (pas de jargon compliqué)
- Toujours inviter à l'action

### Conclusion

Les Reels sur Instagram sont une opportunité incroyable pour une femme débutante.

#### Tu n'as pas besoin :

- D'être parfaite
- D'avoir du matériel professionnel
- D'avoir des milliers d'abonnés

#### Tu as besoin :

- D'un message clair
- D'une structure précise
- D'une régularité stratégique

Un seul Reel bien pensé peut t'apporter des dizaines de nouvelles abonnés qualifiées... et plusieurs nouvelles clientes.

*Loubna Mindset*

# CHAPITRE VI

## AUTOMATISER POUR GAGNER DU TEMPS ( VENDRE PLUS SANS S'ÉPUISER)

---

Pourquoi tu dois arrêter de tout faire "à la main"

Quand on débute, on pense souvent :

"Je dois être présente tout le temps."

"Je dois répondre immédiatement."

"Je dois poster tous les jours sinon l'algorithme va me pénaliser."

**Résultat :**

- Tu passes 3 à 5 heures par jour sur Instagram
- Tu t'épuises
- Tu perds en motivation
- Et tu ne gagnes pas forcément plus

Automatiser ne veut pas dire devenir froide ou robotique.

Automatiser veut dire : structurer intelligemment pour libérer ton temps.

Pourquoi l'automatisation est essentielle (surtout pour une débutante)

Si tu lances ton activité, tu dois :

- Créer du contenu
- Répondre aux messages
- Prospecter
- Gérer ton offre
- Te former
- T'occuper de ta vie personnelle

Sans système, tu t'éparpilles.

Avec un système, tu travailles moins... mais mieux.



*Loubna Mindset*





### III. Automatiser son tunnel de conversion

Si tu veux tripler tes ventes, tu dois créer un système simple :

Contenu → Interaction → DM → Offre → Suivi

Mais certaines étapes peuvent être préparées à l'avance.

#### 1. Créer un lien unique stratégique

Au lieu d'envoyer toujours en DM, tu peux :

- Diriger vers une page explicative
- Proposer un appel découverte
- Offrir un guide gratuit

Ainsi, seules les personnes vraiment intéressées viennent à toi.

#### 2. Mettre en place des relances planifiées

Beaucoup abandonnent après un seul message.

Prévois :

- Relance à J+2
- Relance à J+5

**Exemple :**

“Je me permets de revenir vers toi suite à notre échange. As-tu eu le temps de réfléchir ?”

Simple. Professionnel. Efficace.

#### 3. Organiser ton temps intelligemment

Exemple de routine hebdomadaire :

Lundi : création de contenu

Mardi : engagement et réponses

Mercredi : Reels

Jedi : DM & relances

Vendredi : analyse des statistiques

Tu ne fais plus tout en même temps.



## Les bénéfices concrets de l'automatisation

Quand tu mets ces systèmes en place :

- Tu travailles moins
- Tu es plus organisée
- Tu parais plus professionnelle
- Tu perds moins de prospects
- Tu augmentes tes ventes

## Conclusion

Automatiser ne veut pas dire enlever l'humain.

Cela veut dire :

- **Structurer**
- **Prévoir**
- **Simplifier**

Une femme entrepreneure qui réussit n'est pas celle qui travaille 12 heures par jour. C'est celle qui met en place des systèmes intelligents.

Et même si tu débutes, tu peux commencer dès aujourd'hui :

- Planifier ton contenu
- Préparer tes réponses
- Structurer tes relances
- 

Petit à petit, ton compte Instagram devient une machine organisée... et rentable.



# CHAPITRE VII

## INVESTIR DANS LA PUBLICITÉ INSTAGRAM POUR ACCÉLÉRER SES RÉSULTATS

Comprendre ce qu'est VRAIMENT la publicité Instagram  
Avant même de parler technique, tu dois comprendre une chose essentielle :

- La publicité n'est pas faite pour "avoir plus de likes".
- Elle est faite pour générer un résultat précis.

Sur Instagram, il existe 2 manières de grandir :

- La croissance organique (Reels, posts, stories)
- La croissance payante (publicité)

La publicité te permet de :

- Montrer ton contenu à des personnes qui ne te connaissent pas
- Accélérer ton acquisition de prospects
- Tester rapidement une offre

### **Publicité = Amplificateur**

Si ton message est flou → la publicité amplifie le flou.

Si ton offre est claire → la publicité amplifie les ventes.

Avant d'investir, vérifie :

- Ton offre est-elle précise ?
- Sais-tu exactement qui tu aides ?
- Le résultat est-il mesurable ?

Exemple flou :

"J'aide les femmes à réussir."

Exemple précis :

"J'aide les femmes à lancer leur activité en ligne en 30 jours."

La précision augmente les conversions.



Combien faut-il investir quand on débute ?  
Tu n'as pas besoin de 1 000€.

Budget conseillé pour débiter :

- 5€ à 15€ par jour
- Test sur 5 à 7 jours

Pourquoi tester ?

Parce qu'une publicité se mesure avec des données, pas des émotions.

## Étape 1 : Préparer une publicité qui convertit

Une publicité efficace repose sur 4 piliers :

- L'objectif
- La cible
- Le message
- L'offre

### 1. Choisir le bon objectif dans Meta

Dans le gestionnaire de publicités de Meta, tu dois choisir un objectif.  
Voici les plus utiles pour une débutante :

- Messages → Idéal pour vendre en DM
- Trafic → Envoyer vers une page
- Conversions → Si tu as un site avec paiement intégré

Si tu débutes : choisis Messages.

Pourquoi ?

Parce que les femmes achètent plus facilement après discussion.

### 2. Définir ta cible précisément

C'est l'étape la plus importante.

Exemple si tu vends un programme pour lancer son business :

**Sexe** : Femmes

**Âge** : 23-40 ans

**Localisation** : France / Belgique / Suisse francophone

*Loubna Mindset*



## 2. Définir ta cible précisément

C'est l'étape la plus importante.

Exemple si tu vends un programme pour lancer son business :

**Sexe** : Femmes

**Âge** : 23-40 ans

**Localisation** : France / Belgique / Suisse francophone

**Centres d'intérêt** :

- Entrepreneuriat
- Marketing digital
- Développement personnel
- Business en ligne

N'ajoute pas 20 centres d'intérêt. **Sois stratégique.**

## 3. Créer le bon contenu publicitaire

Structure idéale d'une vidéo publicitaire :

### 1. Hook fort (3 premières secondes)

Exemples :

"Si tu veux lancer ton business mais que tu procrastines... écoute ça."

"Tu n'as pas besoin d'être experte pour commencer."

### 2. Identification

"Tu regardes des vidéos, tu prends des notes, mais tu ne passes jamais à l'action."

### 3. Promesse claire

"Je t'aide à structurer ton projet en 30 jours, même si tu pars de zéro."

### 4. Appel à l'action

"Clique sur 'Envoyer un message' et écris START."

Longueur idéale

- 20 à 40 secondes
- Face caméra simple
- Sous-titres obligatoires

Pas besoin de montage compliqué.

*Loubna Mindset*

## Étape 2 : Créer la publicité pas à pas dans Meta

Voici le processus précis.

### 1. Accéder au Gestionnaire de Publicités

- Connecte-toi à ton compte Meta Business
- Va dans le Gestionnaire de publicités
- Clique sur "Créer"

### 2. Choisir l'objectif "Messages"

Sélectionne :

- Engagement
- Puis "Messages"

Cela permet aux personnes de te contacter directement sur Instagram

### 3. Nommer ta campagne

Exemple :

"Pub\_Programme\_Debutantes\_Janvier"

Toujours organiser tes campagnes proprement.

### 4. Paramétrer l'ensemble de publicités (Audience)

Tu définis :

- Sexe : Femmes
- Âge : 23-40
- Zone géographique
- Centres d'intérêt

Tu peux aussi exclure :

- Les personnes déjà clientes
- Les personnes déjà abonnées

### 5. Placement

Pour débiter :

Choisis "Placements automatiques".

Meta optimise souvent mieux que nous.

### 6. Budget

Exemple concret :

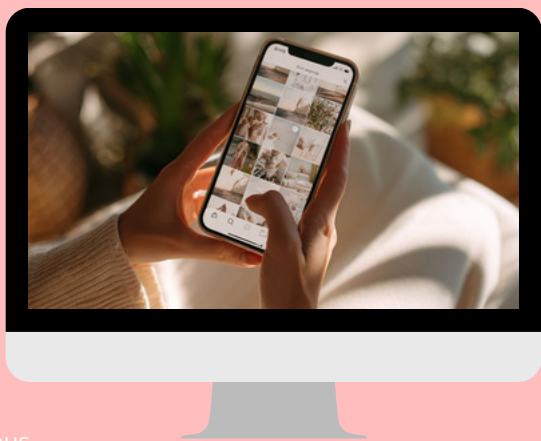
Budget quotidien : 10€

Durée : 7 jours

Total = 70€

Ne change rien pendant les 3 premiers jours.

Laisse l'algorithme apprendre.



## 7. Créer l'annonce

- Télécharge ta vidéo
- Écris ton texte principal
- Choisis le bouton "Envoyer un message"
- Vérifie l'aperçu

Puis clique sur "**Publier**".

### ETAPE 3: Lire les résultats et optimiser intelligemment

La majorité des débutantes font une erreur :

Elles paniquent après 24 heures.

Une publicité a besoin de 48 à 72 heures pour stabiliser ses résultats.

Les indicateurs essentiels

**Dans Meta, regarde :**

- Coût par résultat (ex : coût par message)
- Taux de clic (CTR)
- Nombre de conversations
- Coût par conversation

#### Exemple concret d'analyse

Tu dépenses 70€

Tu obtiens 25 messages

Coût par message = 2,80€

Sur **25 conversations** :

- 5 ventes à 297€

Chiffre généré : 1 485€

Investissement : 70€

**C'est rentable.**

Si ça ne marche pas ?  
Ne coupe pas tout immédiatement.

**Teste :**

- Un nouveau hook
- Une audience plus précise
- Une promesse plus claire
- Un autre visuel

La publicité est un processus d'amélioration continue.

**Stratégie simple pour débutante**

**Semaine 1 :**

Tester 1 publicité (objectif messages)

**Semaine 2 :**

Optimiser la meilleure version

**Semaine 3 :**

Augmenter progressivement le budget si rentable

Ne double jamais ton budget d'un coup.

Augmente de 20 à 30 % maximum.

**Erreurs fréquentes à éviter**

Faire une publicité sans stratégie de vente derrière

Ne pas répondre rapidement aux messages

Changer la pub tous les jours

Mettre 200€ sans test

**Conclusion**

La **publicité** sur **Instagram** via **Meta** peut :

- **Multiplier ta visibilité**
- **Accélérer tes résultats**
- **Stabiliser tes ventes**



The background is a vibrant pink color with several water droplets of varying sizes scattered across it. Three slices of watermelon are arranged vertically, each showing its red flesh, black seeds, and green rind. The slices are slightly overlapping and appear to be resting on a reflective surface, as indicated by their dark shadows.

Mais elle demande :

**De la clarté**  
**De la stratégie**  
**De l'analyse**

Tu n'as pas besoin d'être experte en marketing.  
Tu as besoin :

- **D'un message clair,**
- **D'une cible précise,**
- **D'un test intelligent.**

*Loubrna Mindset*

# CHAPITRE VIII

## ENGAGER AVEC SON AUDIENCE ET CRÉER UNE COMMUNAUTÉ

### I. Comprendre la différence entre abonnés et communauté

Avoir 5 000 abonnés ne signifie pas avoir une communauté.

Une communauté, c'est :

- Des femmes qui interagissent
- Qui répondent à tes stories
- Qui commentent
- Qui te font confiance
- Qui recommandent ton travail



Une audience passive regarde. Une communauté participe.

Et ce sont les communautés qui achètent.

### 1. Pourquoi l'engagement est plus important que le nombre d'abonnés

L'algorithme de Instagram met en avant les contenus qui génèrent :

- Des commentaires
- Des partages
- Des sauvegardes
- Des réponses en story

Plus ton audience interagit, plus ta visibilité augmente.

Mais surtout :

Plus elle interagit, plus elle s'attache.

Et l'attachement crée la confiance.

**La confiance crée les ventes.**

### Exemple concret

#### Compte A :

10 000 abonnés

5 commentaires par post

*Loubna Mindset*

## Compte B :

- 1 200 abonnées
- 40 commentaires par post

Le compte B vendra souvent plus. Pourquoi ?

**Parce que l'audience est engagée.**

## II. Comment créer de l'engagement au quotidien

L'engagement ne se demande pas.

Il se provoque intelligemment.

### 1. Poser de vraies questions

Au lieu de :

"Vous en pensez quoi ?"

Pose une question précise :

"Qu'est-ce qui te bloque le plus aujourd'hui pour lancer ton activité ?"

- **La peur**
- **Le manque d'idée**
- **Le manque d'organisation"**

**Les questions fermées augmentent les réponses.**

### 2. Utiliser les stickers en story

Les stories sont l'endroit le plus puissant pour engager.

**Exemples :**

- Sondage
- Curseur d'émotion
- Boîte à questions
- Quiz

**Exemple concret :**

**Story 1 :**

"Tu aimerais vivre de ton activité en ligne ?"

Oui / J'en rêve

*Loubna Mindset*

## Story 2 :

"Qu'est-ce qui t'empêche de commencer ?"

Tu réponds ensuite aux réponses en vidéo.

### Résultat :

- Tes abonnées se sentent écoutées
- Tu identifies leurs besoins
- Tu crées une relation

### 3. Appeler à l'action dans chaque post

Chaque publication doit inciter à faire quelque chose :

- "Commente GO"
- "Dis-moi en commentaire si tu te reconnais"
- "Sauvegarde ce post"
- "Partage à une amie"

Ne laisse jamais ton contenu sans direction.

### III. Créer un lien émotionnel fort avec son audience

Une communauté forte repose sur 3 piliers :

- La vulnérabilité
- La constance
- La reconnaissance

#### 1. Partager ton histoire

Les femmes s'attachent aux parcours.

#### Exemple :

"Quand j'ai lancé mon activité, j'avais peur d'échouer.  
Je pensais ne pas être légitime."

Ce type de contenu :

Inspire

Rassure

Humanise

Loubna Mindset



## 2. Montrer les coulisses

Sur Instagram, les coulisses créent de la proximité.

**Exemples :**

- Ton espace de travail
- La préparation d'un accompagnement
- Tes doutes
- Tes réussites

La perfection crée de la distance.

L'authenticité crée de l'attachement.

## 3. Valoriser ton audience

Une communauté grandit quand elle se sent reconnue.

**Exemples :**

- Remercier en story
- Partager un message inspirant d'une abonnée
- Féliciter une cliente publiquement

Quand une femme se sent valorisée, elle reste.

## IV. Transformer l'engagement en communauté fidèle (et en clientes)

Créer de l'engagement, c'est bien. Le structurer, c'est mieux.

### 1. Créer un rendez-vous régulier

Exemples :

- "Conseil du lundi"
- "FAQ du mercredi"
- "Coaching live du vendredi"

Les rendez-vous créent l'habitude.

L'habitude crée la fidélité.

## 2. Encourager les discussions entre abonnées

Pose des questions où elles peuvent échanger entre elles.

### Exemple :

“Si tu devais donner un conseil à une femme qui veut lancer son activité, ce serait quoi ?”

Les commentaires deviennent vivants.

## 3. Créer un sentiment d'appartenance

Utilise :

- “**Nous**”
- “**Notre communauté**”
- “**Les femmes ambitieuses ici**”

Donne un nom à ta communauté si possible.

### Exemple :

“**Les Créatrices Ambitieuses**”

Un nom renforce l'identité collective.

## 4. Répondre systématiquement aux commentaires

Ne laisse jamais un commentaire sans réponse.

Même un simple :

“Merci pour ton partage ”

Cela montre que tu es présente.

## Les 5 règles d'or pour créer une vraie communauté

- **Parler aux personnes, pas aux chiffres**
- **Répondre rapidement**
- **Poser des questions précises**
- **Partager ton parcours**
- **Être constante**

Loubna Mindset



## Conclusion

Sur Instagram, tu n'as pas besoin :

- D'être parfaite
- D'avoir 50 000 abonnés
- De poster 3 fois par jour

Tu as besoin :

- D'interagir
- D'écouter
- De créer du lien

Une femme qui se sent comprise, écoutée et valorisée devient :

- Fidèle
- Engagée
- Cliente
- Ambassadrice

**Construis une communauté, pas juste une audience.  
Et ton activité deviendra beaucoup plus stable et durable**

# CHAPITRE IX

## EXPLOITER LES REELS & STORIES POUR BOOSTER SA VISIBILITÉ

### I. Comprendre le rôle différent des Reels et des Stories

Si tu débutes, tu dois comprendre une chose essentielle :

- Les Reels attirent
- Les Stories rapprochent

Les deux sont complémentaires.

Beaucoup de débutantes font l'erreur de :

- Poster uniquement en story
- Ou uniquement des Reels

Mais pour booster ta visibilité ET convertir, tu dois utiliser les deux intelligemment.

#### 1. Le rôle des Reels : attirer des nouvelles femmes

Les Reels sont montrés à :

- Tes abonnées
- Mais surtout à des non-abonnées

C'est ton outil de découverte.

#### Exemple :

Tu aides les femmes à lancer leur activité en ligne.

Un Reel peut toucher :

- **Une femme qui hésite à se lancer**
- **Une salariée qui rêve d'indépendance**
- **Une maman qui veut travailler de chez elle**

Elle ne te connaît pas encore.

Ton Reel est la première impression.



## 2. Le rôle des Stories : créer le lien

Les Stories sont vues principalement par :

- **Tes abonnées**
- **Les femmes déjà intéressées par ton contenu**

C'est là que :

- **La confiance se construit**
- **La relation se développe**
- **Les ventes se déclenchent**

Reels = visibilité

Stories = conversion

## 2. Créer des Reels qui attirent ta cliente idéale

Si tu es débutante, tu n'as pas besoin :

D'un studio

D'un montage compliqué

D'une danse tendance

Tu as besoin d'un message clair. La structure simple d'un Reel efficace.

### 1. Hook fort (3 premières secondes)

Exemples adaptés à une femme qui veut lancer son business :

- **"Tu veux lancer ton activité mais tu doutes de toi ?"**
- **"Si tu as moins de 1 000 abonnées, écoute bien."**
- **"Tu n'es pas en retard. Tu es juste mal guidée."**

Le hook doit créer :

**Identification**

**Curiosité**

*Loubna Mindset*

## 2. Décrire le problème

Exemple :

"Tu regardes des vidéos.  
Tu prends des notes.  
Mais tu ne passes jamais à l'action."  
Elle se reconnaît.

## 3. Donner une solution simple

"Commence par clarifier une seule chose :  
Qui veux-tu aider précisément ?"  
Tu apportes de la valeur.

## 4. Appel à l'action

Toujours terminer par :

- "Commente START si tu veux avancer."
- "Écris-moi 'GO' en DM."
- "Sauvegarde ce Reel."

Exemple complet de Reel



### Hook :

"Personne ne te dit ça quand tu veux lancer ton activité..."

### Problème :

"Tu crois que tu dois être experte pour commencer."

### Vérité :

"Tu dois juste être un pas devant la personne que tu aides."

### CTA :

"Commente CONFIANCE si tu te reconnais."

Combien poster ? Pour une débutante :  
3 à 4 Reels par semaine suffisent.

Exemple d'organisation :

Lundi : **erreur fréquente**

Mercredi : **conseil pratique**

Vendredi : **storytelling**

Dimanche : **preuve sociale**

*Loubna Mindset*

#### 4. La structure de Stories qui engage et convertit

Une femme peut découvrir ton Reel...  
Mais acheter après t'avoir observée en story.

Que montrer en story ?

Beaucoup pensent qu'il faut une vie parfaite.

**Faux.**

Tu peux montrer :

- Ton espace de travail
- Ton organisation
- Tes réflexions
- Tes réussites
- Tes doutes

L'authenticité crée la proximité.

#### 5. Structure simple d'une séquence de Stories qui engage

##### Story 1 — Accroche

"Est-ce que tu aimerais vivre de ton activité en ligne ?"

Sticker sondage :

Oui / J'y pense

##### Story 2 — Identification

"Beaucoup de femmes me disent qu'elles ont peur de ne pas être légitimes..."

##### Story 3 — Valeur

"Voici ce que je leur conseille :

Commence avant de te sentir prête."

##### Story 4 — Appel à l'action

"Si tu veux que je t'aide à structurer ton projet, écris-moi START."

Répondre aux interactions

Quand une femme répond à ton sondage :

Ne laisse pas ça sans suite.

Écris-lui :

“Cocou

Qu'est-ce qui te bloque aujourd'hui ?”

**La conversation commence.**

**Et la relation aussi.**

**Stratégie combinée Reels + Stories pour exploser ta visibilité**

Voici une stratégie simple pour débutante.

**Étape 1 — Publier un Reel stratégique**

Exemple :

“3 erreurs qui t'empêchent de lancer ton activité.”

CTA :

“Commente START.”

**Étape 2 — En Story, le même jour**

Story :

“Merci à toutes celles qui ont commenté START.

Je vois que vous êtes nombreuses à vouloir vous lancer.”

Puis :

“Dites-moi, vous en êtes où exactement ?”

Tu récupères des réponses.

**Étape 3 — Lancer la discussion en DM**

Tu écris :

“Merci pour ton message

Quel est ton objectif principal aujourd'hui ?”

Tu passes de :

Visibilité → Interaction → Conversation → Vente.

Exemple concret de parcours

Tu as :

- **3 000 vues sur un Reel**
- **40 commentaires**
- **20 discussions en DM**
- **5 ventes**

*Loubna Mindset*



**Tu n'as pas besoin de viralité massive.**

Tu as besoin de cohérence entre :

**Reel (attirer)**

**Story (connecter)**

**DM (convertir)**

Les erreurs fréquentes à éviter

**Poster un Reel sans CTA**

**Ne pas faire de story après un Reel**

**Être invisible pendant 3 jours**

**Parler uniquement de soi**

Les 3 clés pour une débutante

- **Simplicité — message clair**
- **Régularité — présence constante**
- **Interaction — discussion active**

**Conclusion**

**Sur Instagram, les Reels t'aident à être découverte.**

**Les Stories t'aident à être choisie.**

Tu n'as pas besoin :

**D'être parfaite**

**D'avoir 10 000 abonnés**

**D'un matériel professionnel**

Tu as besoin :

**D'oser parler à ta cliente idéale**

**D'être cohérente**

**De créer du lien chaque jour**

**Une femme qui se sent comprise et inspirée ne reste pas simple spectatrice.**

**Elle devient abonnée. Puis cliente. Puis ambassadrice.**

*Loubna Mindset*

# CHAPITRE X

## ANALYSER & AJUSTER SA STRATÉGIE POUR OBTENIR DES RÉSULTATS

### I. Comprendre pourquoi analyser est indispensable

Beaucoup de femmes publient du contenu pendant des semaines...  
Sans jamais regarder leurs statistiques.

Elles fonctionnent à l'émotion :

- "Ce Reel a fait peu de vues, je suis nulle."
- "Cette publication a bien marché, j'ai eu de la chance."
- "Instagram ne montre plus mon contenu."

Mais sur Instagram, les résultats ne sont pas une question de chance.  
Ils sont une question de données.  
Analyser, ce n'est pas se juger. Analyser, c'est comprendre.  
Quand tu analyses correctement :

- Tu sais ce qui plaît vraiment**
- Tu identifies ce qui attire ta cliente idéale**
- Tu arrêtes de perdre du temps**
- Tu prends des décisions basées sur des faits**

Sans analyse, tu avances à l'aveugle.

#### 1. Changer ton état d'esprit

Tu dois arrêter de voir un "échec" comme un problème.  
Un Reel à 800 vues n'est pas un échec.  
C'est une information.

Il te dit :

- Le hook n'était peut-être pas assez fort
- Le sujet n'était pas assez précis
- L'appel à l'action n'était pas clair

**Chaque contenu te donne un retour. Ton rôle n'est pas d'être parfaite.  
Ton rôle est d'apprendre.**



*Loubna Mindset*

## II. Les indicateurs essentiels à regarder (sans te noyer)

Quand tu vas dans les statistiques de Instagram, tu vois beaucoup de chiffres.

Mais en tant que débutante, concentre-toi sur l'essentiel.

### 1. La portée

La portée correspond au nombre de comptes uniques qui ont vu ton contenu.

Si ta portée est faible :

- **Ton hook n'attire pas**
- **Ton sujet est trop vague**
- **Tu ne publies pas assez régulièrement**

Exemple :

**Reel A : 900 comptes atteints**

**Reel B : 4 500 comptes atteints**

Pose-toi la question :

**Qu'est-ce qui est différent ?**

- **Le sujet ?**
- **La promesse ?**
- **La façon de commencer ?**

Analyse concrètement.

### 2. Le taux d'engagement

Regarde :

- **Les commentaires**
- **Les partages**
- **Les sauvegardes**

Un Reel avec 2 000 vues et 50 sauvegardes est plus puissant qu'un Reel avec 10 000 vues et 3 interactions.

Pourquoi ?

Parce que la sauvegarde montre un réel intérêt.



### 3. Les messages privés

Si ton objectif est de vendre, le vrai indicateur n'est pas les likes.  
C'est : Combien de conversations démarres-tu ?

Exemple :

**Tu postes 3 Reels dans la semaine.  
Un seul t'a apporté 8 messages privés.  
C'est celui-là que tu dois étudier.**

### 4. Le taux de conversion

Si tu as :

20 conversations  
2 ventes

**Ton taux de conversion est de 10 %.**

Si tu as :

20 conversations  
6 ventes

Ton message en DM est plus efficace. Tu dois analyser aussi **la phase de vente.**

## III. Comment ajuster concrètement sa stratégie

Analyser sans ajuster ne sert à rien.  
Voici comment améliorer étape par étape.

### 1. Ajuster ton hook

Si tes Reels ont peu de vues : Teste des hooks plus directs.

"Conseil business du jour"

**"Tu fais cette erreur sans le savoir."**

**"Si tu veux lancer ton activité, écoute bien."**

**"Arrête de faire ça si tu veux vendre."**

**Les premières secondes sont décisives.**

*Loubna Mindset*

## 2. Ajuster ta cible

Si tu parles à "tout le monde", personne ne se sent concerné.

Exemple vague :

"Les entrepreneures ont du mal à vendre."

Exemple précis :

"Si tu es une femme qui veut lancer son activité en ligne mais que tu procrastines par peur de ne pas être légitime..."

**Plus c'est précis, plus l'identification est forte.**

## 3. Ajuster ton appel à l'action

Si tu n'as pas de commentaires ou de messages :

**Regarde ton CTA.**

"Qu'en penses-tu ?"

"**Commente START si tu veux la méthode.**"

"**Écris-moi GO en DM.**"

"**Sauvegarde ce Reel pour ne pas oublier.**"

**Un CTA clair donne une direction.**

## 4. Ajuster la régularité

Si tu postes :

- 1 fois par semaine
- Puis plus rien pendant 10 jours

**L'algorithme et ton audience ne s'habituent pas.**

Pour une débutante :

3 Reels par semaine

Stories quotidiennes

**La régularité crée la croissance.**

## Mettre en place un rituel d'analyse hebdomadaire

Pour progresser rapidement, crée un rendez-vous avec toi-même.  
Chaque semaine, prends 30 minutes.

### Étape 1 — Identifier le meilleur contenu

Pose-toi ces questions :

- Quel Reel a eu le plus de portée ?
- Le plus de sauvegardes ?
- Le plus de messages ?

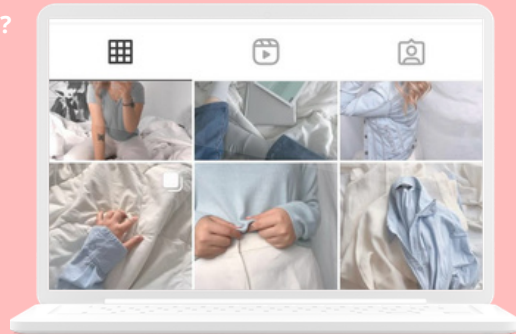
Note-le.

### Étape 2 — Comprendre pourquoi

Analyse :

- Le sujet était-il plus précis ?
- Le hook plus direct ?
- L'énergie différente ?

Écris tes observations.



### Étape 3 — Reproduire ce qui fonctionne

Si un sujet fonctionne :

Refais-le sous un autre angle.

Exemple :

**Reel performant :**

**“3 erreurs qui bloquent tes ventes”**

**Semaine suivante :**

**“3 croyances qui t'empêchent de vendre”**

**Tu restes dans la même thématique.**



#### IV. Supprimer ce qui ne fonctionne pas

Si un format ne génère aucune interaction après plusieurs essais :

**Change-le.**

Peut-être que :

- **Ta cible préfère les face caméra**
- **Ou les carrousels**
- **Ou les storytelling**

Laisse les données guider ta stratégie.

#### Les 4 règles d'or pour obtenir des résultats

**Ne prends rien personnellement**

**Regarde les chiffres chaque semaine**

**Ajuste un élément à la fois**

**Sois constante au moins 30 à 60 jours**

#### Conclusion

Sur Instagram, celles qui réussissent ne sont pas celles qui :

**Ont le plus d'abonnées**

**Sont les plus parfaites**

**Ont commencé les premières**

Ce sont celles qui :

**Testent**

**Analysent**

**Ajustent**

**Recommencent**

La stratégie n'est pas figée.

Elle évolue avec :

- **Ton audience**
- **Ton positionnement**
- **Ton expérience**

Si tu prends l'habitude d'analyser chaque semaine, tu ne dépendras plus de la chance. **Tu construiras une croissance maîtrisée.** Et c'est ainsi que **les vrais résultats arrivent.**

*Loubna Mindset*







