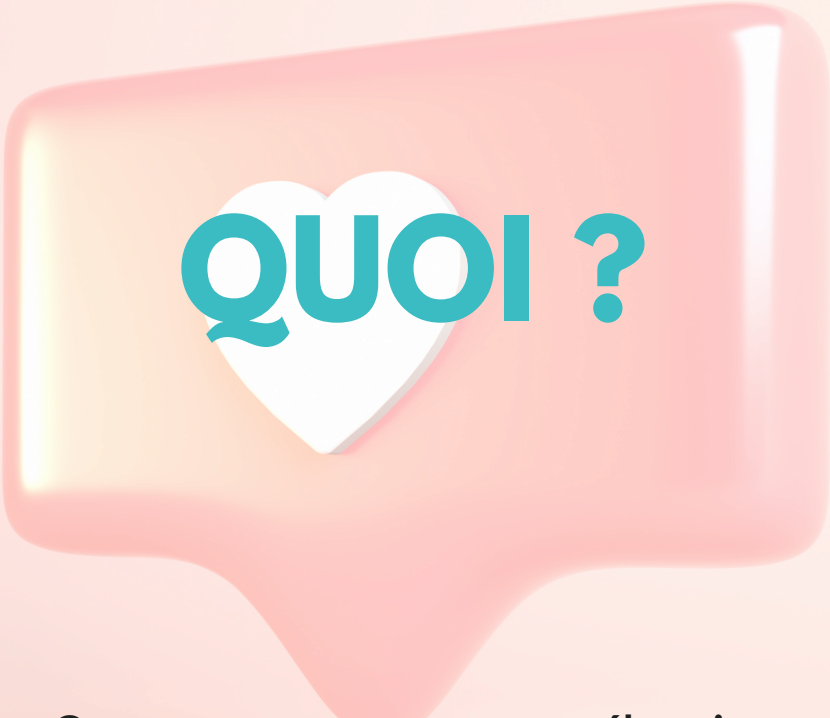
7 PÉCHÉS CAPITAUX SUR INSTAGRAM



Les erreurs à éviter en tant que professionnel.le du bien-être sur Instagram

@digitelia.ch



Commençons par une compréhension commune des termes sur Instagram

QUOI ?

Vocabulaire sur Instagram

Ton **pseudonyme** que tu peux changer en cliquant sur le bouton “Modifier” de ton profil. Tu peux ajouter l’extension “.ch”, “.fr” ou “.be” pour géolocaliser tes activités. Attention: quand tu changes ton pseudonyme, cela change l’URL de ton compte Instagram !



Optimise ta **description** comme suit:

1. Qui es-tu ?
2. Qui aides-tu ?
3. Comment les aides-tu ?
4. Quel est ton appel à l’action ?

Puis, ajoute un lien vers ton site ou une “landing page” (à l’aide de Linktree ou Milkshake).

Tu peux soit choisir une photo personnelle ou ton logo comme **photo de profil**. Si tu es un.e indépendant.e, je te recommande une photo de toi. Si tu représentes une PME, plutôt ton logo.

Tu peux créer différents types de contenus:

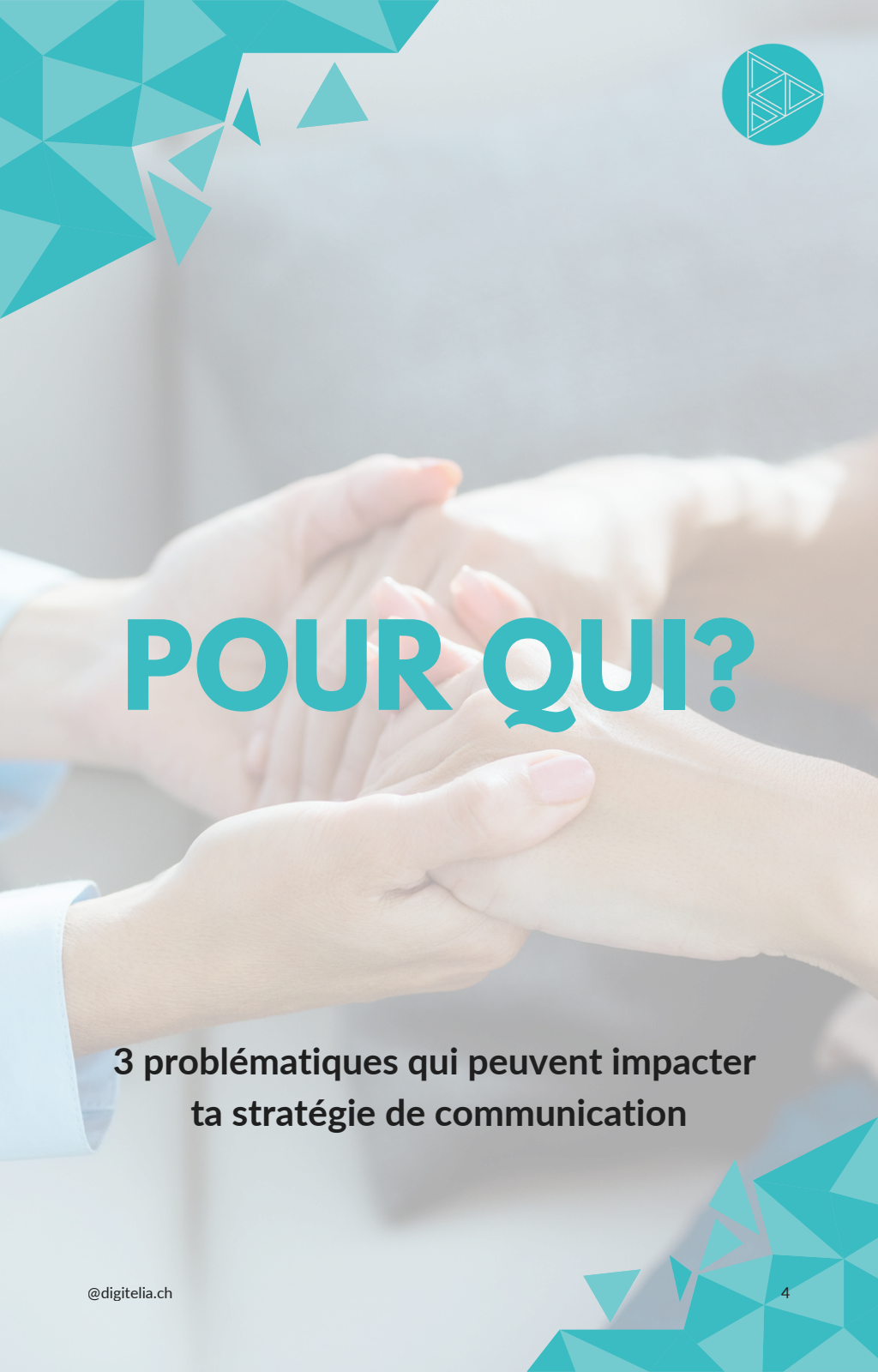
- **Réel**: vidéos de moins de 90 secondes qui apparaissent (ou non) sur ton feed principal.
- **Publication**: publication de photos en format carré de 1080 x 1080 pixel (recommandé) qui apparait dans le feed.
- **Story**: publication éphémère d’une durée de 24h en format 9:16 qui apparaît derrière ta photo de profil.
- **Story à la une (”highlight” en anglais):** publication d’une story que l’on décide d’ajouter manuellement à une story à la une qui apparaît en haut de ton profil.
- **En direct (”live” en anglais)**: lancement d’une vidéo en direct seul.e ou en collaboration. Tes followers recevront une notification vis-à-vis de l’activation de ce live. Ce live peut être enregistré et réutilisé en Réel.
- **Repost**: repartage de contenus des autres comptes (comme il est possible de faire sur LinkedIn)
- **Remix:** réutilisation légale de contenus des autres créateurs sur Instagram en y modifiant un élément, qui augmente les vues de compte.

Rubrique sous laquelle tu vas pouvoir, entre autres, consulter tes **statistiques** en cliquant sur “statistiques”.

Tu peux aussi choisir ton type de profil, sous “Paramètres et Confidentialité”, parmi les possibilités suivantes: “Personnel”. “Business” et “Créateur”.

Tu peux “épingler” tes stories dans tes **stories à la une** pour qu’elles restent visibles sur ton compte.

Tu peux **épingler** jusqu’à 3 posts en haut de ton profil pour te présenter et/ou présenter tes offres.



POUR QUI?

3 problématiques qui peuvent impacter ta stratégie de communication

01

POUR QUI ?

Tu es professionnel.le.s du bien-être et tu fais face au...



Syndrome de l'imposteur

Sentiment auto-entretenu d'incompétence et de doute envers toi-même, et qui persiste malgré les succès.



Impact sur ta communication

Ce sentiment d'incompétence t'empêche peut-être de communiquer sur tes projets professionnels.



Auto-sabotage

En n'ayant peur de communiquer sur tes activités et tes réussites, tu risques d'entrer dans une forme d'auto-sabotage.



Demande de témoignages

Ose demander des témoignages auprès de tes clients. Cela te permet de te rassurer et de combattre ce syndrome.



Création de contenus

Utilise ces témoignages pour produire des Réels, des stories et une section "Avis" parmi tes Highlights.

02

POUR QUI ?

Tu es professionnel.le.s du bien-être et tu as...



Peur de t'exposer sur le web

Peur de faire tomber le masque, peur de te montrer tel que tu es, peur d'être jugé.e, peur d'être mécompris.e, etc.



Impact sur ton image

En n'osant pas être toi-même, tu n'es pas "authentique" et cela peut se ressentir dans ta communication.



Perte d'opportunités

En n'osant pas communiquer, tu manques des opportunités professionnelles et passes à côté de prospects.



Utilise les Memojis sur iPhone

Ouvre "Messages" > clique sur "Rédigez" > clique sur "Memoji" puis "Nouveau Memoji" > personnalise-le !



Création de contenus

Exporte ces Memojis en .png et utilise-les dans tes carrousels et stories pour du contenu à ton image sans te montrer !

03

POUR QUI ?

Tu es professionnel.le.s du bien-être et tu te sens...



Illégitime

Tu te sens illégitime de faire de l'argent sur le "dos et le malheur des autres" ou face à d'autres professionnels "meilleurs" que toi.



Croyance limitante

Tu es légitime dans ta profession que tu as choisie et qui t'a certainement choisi aussi.



Auto-desctruction

Si tu ne crois pas en toi, qui va te croire ? Déconstruis tes croyances limitantes pour attirer à toi ce que tu mérites.



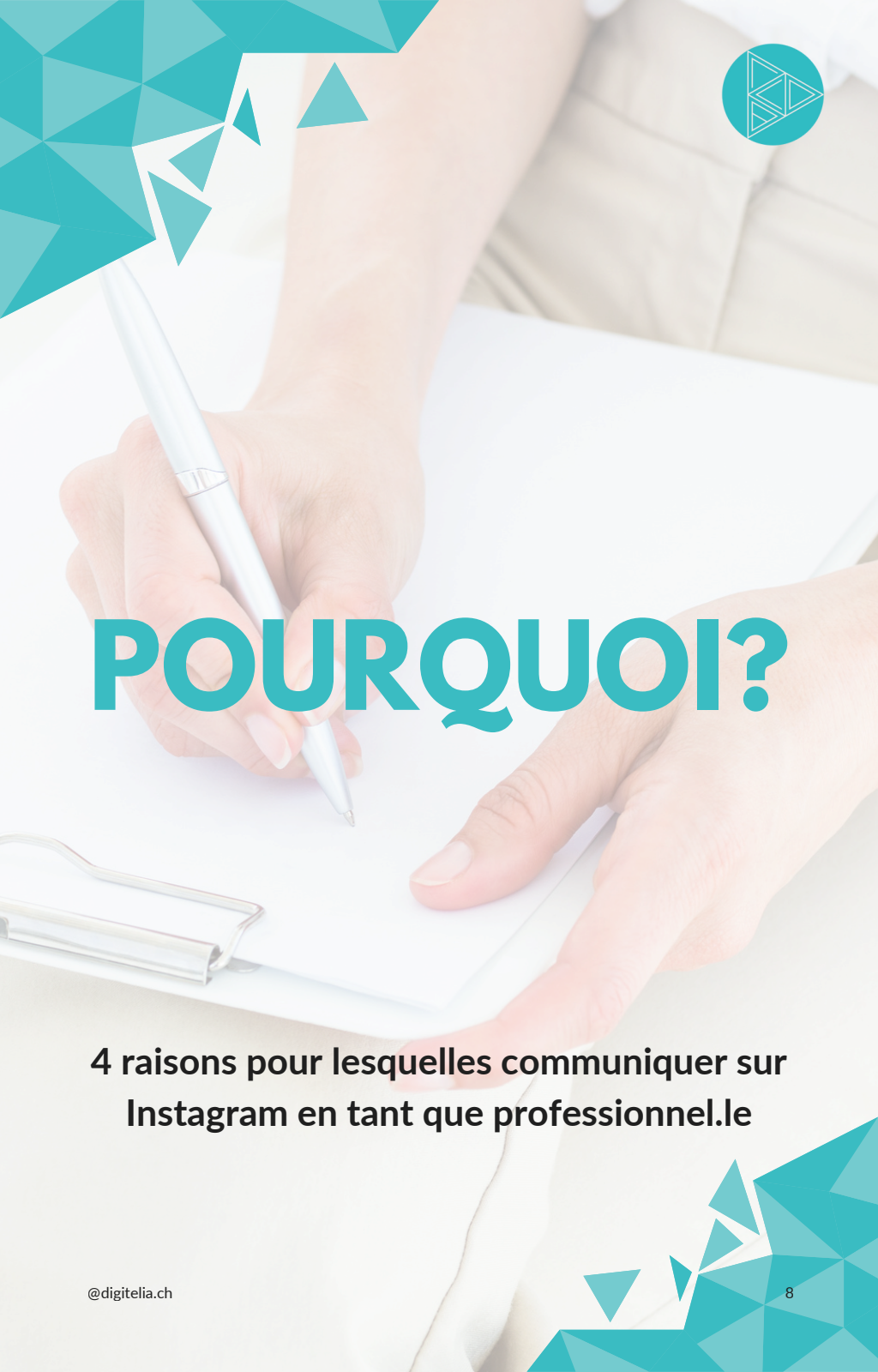
Crée différentes offres

Crée trois "packs" avec, par exemple, le pack "individuel", "en groupe" et "sur mesure". Pense aux formations en ligne.



Monétisation

Ose être rémunéré.e à ta juste valeur. Ton temps et ton énergie sont de précieuses ressources: ne les donne pas à n'importe qui.



POURQUOI?

4 raisons pour lesquelles communiquer sur Instagram en tant que professionnel.le

POURQUOI ?

Pourquoi communiquer sur Instagram ?

Instagram: un outil puissant pour les professionnel.le.s du bien-être

Amplifier le bouche à oreille

Le bouche à oreille est souvent le moyen de conversion le plus puissant. Toutefois, utiliser le potentiel du Marketing Digital te permet d'amplifier son impact sur tes activités.

Utiliser Instagram comme ta vitrine

Ton profil Instagram est ton nouveau site vitrine car de plus en plus d'internautes utilisent les réseaux sociaux pour effectuer leurs recherches (à la place parfois de Google).

Rassurer et informer tes prospects

Les réseaux sociaux te permettent de créer du contenu à ton image pour expliquer tes activités et informer sur les techniques que tu utilises.

Faciliter la conversion

Grâce à Instagram, tu peux construire une relation de confiance avec ta communauté en interagissant directement avec tes followers en message privé.



COMMENT?

Les 7 erreurs à éviter en tant que professionnel.le du bien-être sur Instagram

01

ERREUR #1:

Ne pas définir tes 3 niveaux de stratégie

Pense ta stratégie d'entreprise, de branding et de marketing avant de te lancer sur Instagram

STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Où te vois-tu dans 5 ans? Quel est ton «why» ou autrement dit la raison pour laquelle tu te lèves le matin? Quels sont tes objectifs?

STRATÉGIE BRANDING

Quelle est ton identité de marque? Qu'est-ce qui te différencie de tes concurrents? Pourquoi toi plutôt qu'une autre marque?

STRATÉGIE MARKETING

Comment vas-tu te faire connaître? Par quels canaux? Quelle est ta clientèle cible? Quelle est ta proposition unique de valeurs?

02

ERREUR #2:

Confondre “Branding” avec “Marketing”

Le branding n’est pas un logo: c’est un ensemble de composants qui constituent ton image de marque, tels que ta réputation, tes valeurs, ton savoir-être, etc.

01 **BRANDING**
Être “reconnu.e” pour ce que tu fais.

02 **MARKETING**
Être “connu.e” pour ce que tu fais.

03 **COMMUNICATION**
Être “perçu.e” par les autres.



03

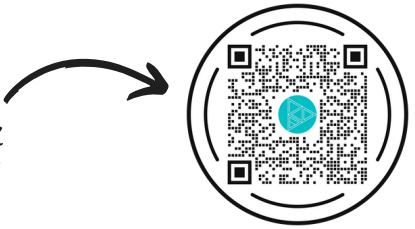
ERREUR #3

Ne pas planifier ta stratégie de contenus

Voici 10 idées de contenus que tu peux utiliser pour Instagram en parallèle de la présentation de tes services / produits :

- [ ] 1 - Témoignages de tes client.e.s et de tes partenaires
- [ ] 2 - Astuces pratiques en lien avec ton domaine d'activité
- [ ] 3 - Snacking content (un contenu blog ou podcast en plusieurs contenus)
- [ ] 4 - Behind the Scene (de ton travail, de la création de ton contenu...)
- [ ] 5 - Portfolio (présentation de tes "réussites", projets, partenariats, etc.)
- [ ] 6 - Q&A (questions de tes client.e.s et tes réponses associées)
- [ ] 7 - Publications diverses (blog, podcast, presse, articles à ton sujet...)
- [ ] 8 - Parcours (diplômes, expérience professionnelle, ton histoire, etc.)
- [ ] 9 - Mises en scène drôles de ce que tu observes dans ton métier
- [ ] 10 - Journées internationales à retrouver dans le calendrier de Swello

Télécharge le calendrier gratuit



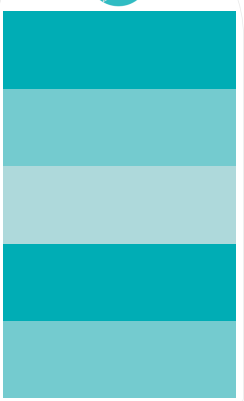
04

ERREUR #4

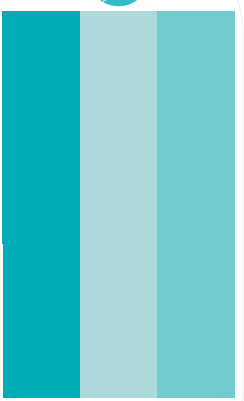
Ne pas penser ta stratégie de feed

Ton profil Instagram est l'équivalent de ton site vitrine sur le web pour les réseaux sociaux

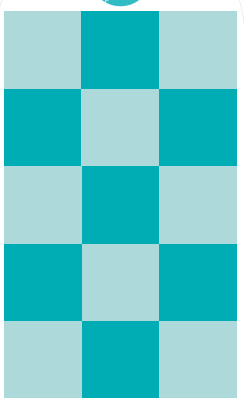
FEED HORIZONTAL



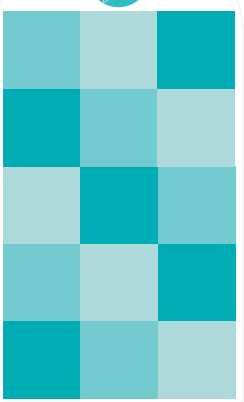
GRAND VERTICAL



FEED DAMIER



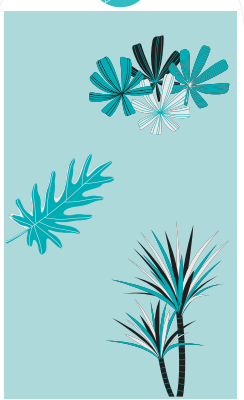
FEED DIAGONAL



FEED DÉGRADÉ



FEED PUZZLE

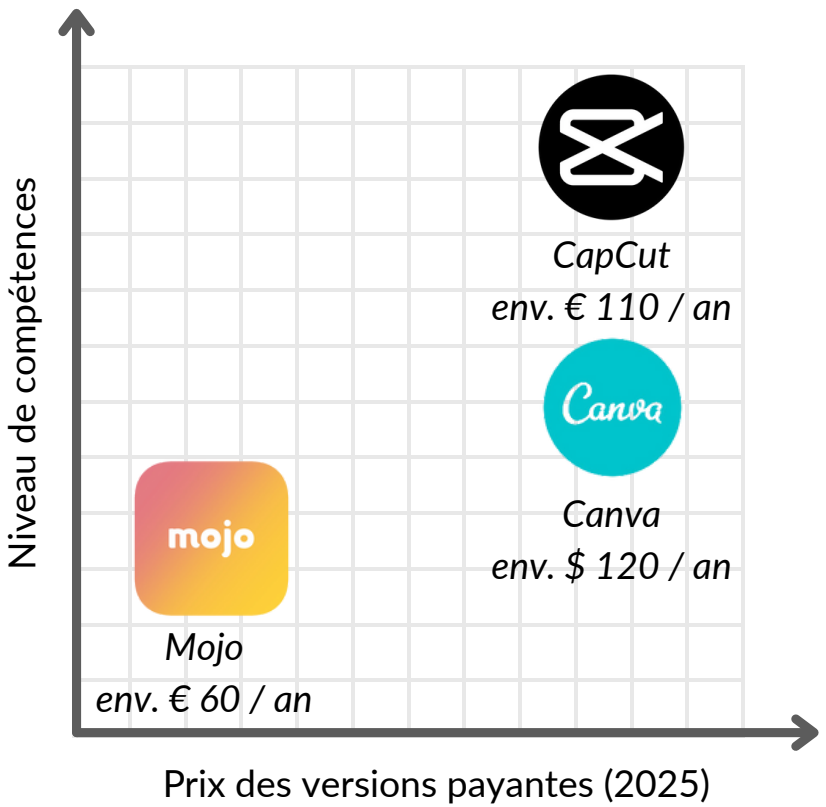


05

ERREUR #5

Ne pas varier tes contenus

Utilise le potentiel de créations de contenu de différentes applications mobiles:



06

ERREUR #6

Ne pas planifier ton contenu

"Batch" la création de ton contenu et planifie-le en avance soit sur Meta Business Suite ou Swello:

1. Swello te permet d'optimiser tes posts (caractères, émojis, #)
2. Swello te permet de gérer tes contenus sur différents réseaux
3. Swello te permet de visualiser ton futur feed Instagram

Télécharge Swello



07

ERREUR #7

Publier sans penser ta stratégie de croissance

5 techniques pour élargir ton audience et faire croître ton compte Instagram:

1. **Jeu concours seul.e ou en partenariat**
   "Tague un.e proche et follow ce compte pour participer au tirage au sort et gagner XXX"

2. **Collaboration avec des comptes similaires**
   Organise un live Instagram sur une thématique populaire avec un compte similaire.

3. **Collaboration avec des comptes complémentaires**
   Développe une offre conjointe au travers d'un workshop, une formation en ligne, etc.

4. **Campagnes payantes**
   Utilise Meta Business Suite pour paramétrer tes campagnes payantes (et non le bouton Booster).

5. **Automatisation***
   Automatise ta routine d'engagement pour gagner jusqu'à 300 followers / mois.

**Prends conscience que cette méthode comporte des risques réputationnels, des failles de sécurité et une potentielle chute de ton taux d'engagement.*



AVEC QUI ?

(RÉ-)ÉCOUTE LE LIVE

en collaboration avec Audrey

@audreydoula



QUI ?

À PROPOS

Digitelia: Ofelia au pays du Digital

L'ABCD du Marketing Digital n'est pas une méthode scientifiquement démontrée, mais tout simplement le résultat de mon parcours personnel.

Expérience

Digitelia

Digitalisation d'activités professionnelles pour accompagner les entrepreneurs dans leur transformation digitale.

Caterpillar

Gestion de campagnes programmatiques et Meta (Facebook et Instagram) pour un budget de $ 100'000 / an.

Infomaniak

Création et gestion de campagnes en FR-EN-DE sur Twitter, Google Ads & Meta pour un budget de CHF 20'000 / mois.

Firmenich

Organisation de workshops "Design Thinking" pour soutenir la stratégie intrapreunariale de l'entreprise.

Credit Suisse

Participation à la stratégie de communication interne pour faciliter la collaboration intra- et inter-divisionnelle.

Contact

www.digitelia.ch

ophelie@digitelia.ch

Genève

Passion

À propos

Passionnée de Marketing depuis l'âge de 17 ans, j'ai fait tous mes choix académiques et professionnels dans le but de devenir une spécialiste dans ce domaine d'activité.

Éducation

- Master bilingue EN-DE en Management avec une spécialisation en Marketing de l'Université de Lausanne
- Bachelor en Gestion d'Entreprises de l'Université de Genève
- Formation "Digital Marketing Manager"
- Formation "UX/UI Design"
- Certificats Google Analytics et Google Ads

Skills

WordPress / LMS / Funenel	★★★★★
Instagram	★★★★★
Ads (Meta & Google)	★★★★☆
Automatisation	★★★★☆
Google Tag Manager & GA4	★★★☆☆

Langues

MERCI !

TU AS AIMÉ ?

ET SI...

on se soutenait ?

Partage ton avis sur Google:

