



# BIEN DEBUTER AVEC INSTAGRAM





# BIEN DÉBUTER AVEC INSTAGRAM

Instagram est bien plus qu'un réseau social, c'est une vitrine incontournable pour attirer, inspirer et fidéliser ta clientèle.

Avec un contenu bien pensé et des stratégies simples, tu peux transformer ton compte en un véritable aimant à clients.

Dans cet e-book, je vais te guider pour savoir :

- Comment optimiser ton profil pour qu'il soit irrésistible.
- Comment créer des publications engageantes et captivantes.
- Les secrets des stories et des reels qui marquent les esprits.
- Et surtout, comment utiliser Instagram pour générer de vrais résultats pour ton activité.

Pas besoin d'être expert(e) en marketing ou pro des réseaux, avec les bonnes méthodes et un peu de pratique, tu vas vite maîtriser l'art d'Instagram.

À toi de jouer !





## BIEN DÉBUTER AVEC INSTAGRAM

# TA PERSONNALITÉ

Ton authenticité est ton plus grand atout. Tes prestations doivent refléter ton identité, tes valeurs et ta vision. L'originalité et la cohérence de ton positionnement sont des éléments clés de ton succès.

Dans ce métier, les résultats ne sont pas toujours immédiats. Certaines actions auront un impact rapide, tandis que d'autres demanderont de la patience. Il est essentiel de mesurer tes progrès étape par étape.

En tant que traiteur, tu ne proposes pas seulement des produits, mais une expérience complète. Tu es perçu(e) comme un expert(e) qui inspire confiance.

Cette posture professionnelle est un levier déterminant pour fidéliser tes clients et en attirer de nouveaux.

Enfin, garde en tête que chaque étape de ton parcours en marketing digital est une opportunité d'apprentissage.

Tous les professionnels expérimentés ont traversé des phases d'ajustement et d'amélioration. Les échecs ne sont que des étapes vers une meilleure maîtrise.

Ce qui importe, c'est ta capacité à rester résilient(e), à innover et à garder ton engagement intact.

Ta vision, associée à un travail constant et structuré, est la clé pour transformer ton ambition en réussite durable.



*Ton guide*

# DÉBUTER AVEC INSTA

CE GUIDE VOUS EXPLIQUERA DE FAÇON CLAIRE ET ACCESSIBLE COMMENT UTILISER INSTAGRAM ET ÉLABORER DES STRATÉGIES POUR EN FAIRE UN VÉRITABLE OUTIL DE MARKETING.





# TABLE DES MATIÈRES

## 01- STRATÉGIE EN STORY

Evaluer l'audience.....

Optimisation du profil.....

Règles d'engagement.....

## 02-CONTENU EN STORY

Identifiable + interactif.....

Types de story .....

Catégories de contenus .....

Appel à l'action.....

## 03-LES BONUS

Branding.....

Vente.....

Hack - la pause.....

Bonus.....





# STRATÉGIE DE CONTENU

- ÉVALUER L'AUDIENCE
- OPTIMISER LE PROFIL
- RÈGLES D'ENGAGEMENT





# ÉVALUER L'AUDIENCE

## 01

On t'a sûrement déjà parlé mille fois de "client idéal" , "abonné idéal" ou encore de "**persona**".

Mais sais-tu réellement **qui te suit** et est intéressé par tes services de traiteur ?

Pour **captiver** ton audience, il ne suffit pas de publier au hasard. Il faut offrir à ceux qui te regardent un contenu qui les intrigue, les inspire, et leur donne envie de revenir.

L'objectif ? Créer une connexion forte avec ton PUBLIC CIBLE, celui qui appréciera ton univers, valorisera ton expertise et deviendra un **futur client**.



CONNECTEZ-  
VOUS À VOTRE  
CIBLE





# OPTIMISATION DE BIOGRAPHIE

## 01

### RÉGLAGES

Ton profil IG doit être **public et professionnel**. Cela te donnera beaucoup plus de fonctionnalités (**Voir le diaporama du module 6 de la partie sur instagram pour créer votre compte**).

Tu dois créer un compte afin de pouvoir optimiser ton exposition auprès de ton public cible. Tu peux utiliser les abonnés de ton compte personnel en partageant et en « collaborant » avec le contenu que tu as créé !



### BIOGRAPHIE

Ta biographie est la **première impression** que tu laisses.

C'est ce qui va convaincre un visiteur de **s'abonner** ou non à ton compte.

**Évite** d'inclure des informations **personnelles** sans lien avec ton activité ou des hashtags. Ces éléments peuvent nuire à l'image professionnelle que tu souhaites véhiculer.



# OPTIMISATION DE PROFIL

## 01

### CATEGORIE

N'INCLUE PAS TA CATÉGORIE ! Décoche la case ci-dessous.  
Cela permet à la ligne 4 de ta bio d'être vue et non cachée  
derrière le (...plus)

**Profile information**

Page	Connect or create >
Category	Digital creator >
Contact options	Address >
Action buttons	None active >
Profile display	All Hidden >

**What best describes you?**

Categories help people find accounts like yours. You can change this at any time.

Display on profile ☐

Suggested

### EXEMPLE

Quoi de neuf ?

 657 publications 11,3 K followers 560 suivi(e)s

**LMDA Traiteur & Formation**  
🍽️ Buffet de mignardises حلال • Location de présentoirs  
🇫🇷 Lyon  
🎓 Formations traiteur —> @lmda\_formation  
👉 Demande de devis sur le site  
🔗 [www.lesmelangesdassia.fr](http://www.lesmelangesdassia.fr) et 1 autre lien





# OPTIMISATION DE BIOGRAPHIE

## 01

**NOM D'UTILISATEUR** - Ton nom d'utilisateur peut être ton nom ou le nom de ton entreprise, essaye d'être unique et mémorable. Se démarquer est la clé sur IG !

**PHOTO DE PROFIL** - Tu dois utiliser une image claire et simple. Ça peut être ton logo.

**PREMIÈRE LIGNE** – Indique ici ton métier ou spécialité (par exemple, "traiteur événementiel", "pâtisseries hauts de gamme"...). Instagram étant un moteur de recherche, cela facilitera ta visibilité et permettra à tes clients potentiels de te trouver plus facilement.

**DEUXIÈME LIGNE** – C'est ici que tu exprimeras clairement ce que tu fais. Lors de la rédaction de cette phrase, garde en tête ton public cible et le besoin que tu combles pour lui.

Tu peux utiliser le verbe "aider". Exemple : "J'aide les entreprises et particuliers à organiser des événements mémorables avec des buffets sur mesure".

Tu peux également indiquer seulement les prestations que tu réalises. Exemple : "buffet sucré et salé pour particuliers".

**TROISIÈME LIGNE** - Tu peux ici indiquer ta localisation, afin que tes prospects le voient d'un coup d'oeil ainsi qu'un numéro de téléphone où te joindre par exemple.

**QUATRIÈME LIGNE** – Dirige tes clients vers ton site web, si tu en as un, ou indique ton adresse e-mail. Un moyen de contact clair est essentiel dans ta biographie.



# RÈGLES D'ENGAGEMENT

01

## COMMENT ENGAGER ?

En tant que traiteur, l'interaction est clé. Lorsque tu parcours les stories de tes clients, partenaires ou autres acteurs de l'événementiel, prends le temps de commenter et d'interagir. Instagram valorise les comptes qui sont sociaux, et cet engagement renvoie de la visibilité à ton propre contenu.

Réserve 15 minutes chaque jour pour interagir : commente les publications, mais surtout, après avoir publié ton REEL du jour, prend le temps d'interagir dans les stories. Cela montre ton implication et peut vraiment faire la différence pour augmenter ta visibilité et ta connexion avec ton audience.





# 02

## CONTENU EN STORY

- INTÉRACTIVITÉ
- TYPES DE STORY
- CATÉGORIES DE CONTENUS
- APPEL À L'ACTION



# IDENTIFIABLE

## 02

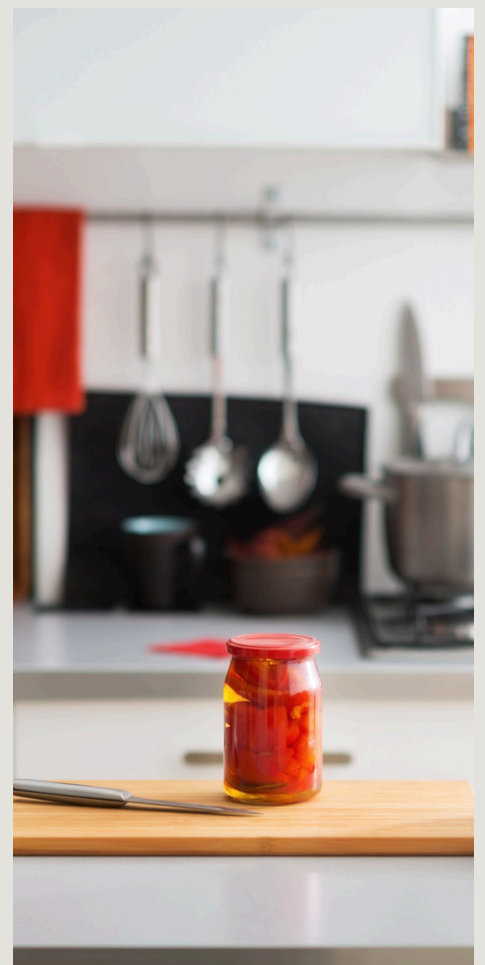
Le but de tes stories devrait être de nourrir l'intérêt de ton public en partageant les backstages de tes prestations, des astuces de cuisine, ou encore des recettes !

## Identifiable

**Identifiable : C'est ton activité de traiteur, alors reste professionnel.**

Documente ton parcours en tant que traiteur, en partageant tes réussites, tes défis et l'envers du décor de tes événements.

Garde en tête que les gens adorent suivre le parcours des autres – les succès comme les obstacles. C'est de cette manière que tu établiras un lien et une visibilité croissante.







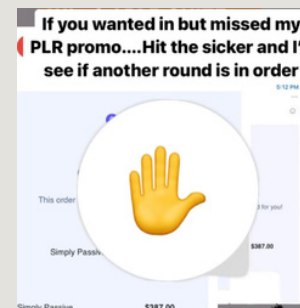
# INTERACTIF

## 02

Le but de tes stories devrait être de nourrir l'intérêt de ton public en partageant les backstages de tes prestations, des astuces de cuisine, ou encore des recettes !

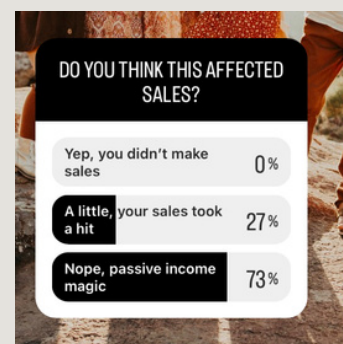
## Interactif

**AUTOCOLLANTS** : essaye chaque jour ou au moins tous les deux jours de publier un autocollant interactif.



SONDAGE, BOITE A QUESTIONS, QUIZ AMUSANT, MINUTERIE + COMPTES A REBOURS

**ASTUCE BONUS** : Fait d'un autocollant interactif le PREMIER message de ta journée. Cela mettra immédiatement tes stories en avant.





# TYPES DE STORYS

## 02

L'idée ici est de créer une stratégie de contenu qui équilibre les trois piliers du contenu :

### Educatif

Partage des informations utiles ou enseigne quelque chose d'intéressant en rapport avec ton activité. Ce type de contenu, souvent axé sur des statistiques, des conseils pratiques, ou des astuces, fonctionne généralement très bien.

### Emotionnel

Crée du contenu qui inspire ou motive. Ce contenu parle souvent de la transformation. Cela peut être lié à la croissance de ton entreprise, aux réussites ou à la présentation de ton histoire/parcours. Construire /connaître/faire confiance

### Divertissant

Capte rapidement l'attention des spectateurs avec de l'humour, une créativité ou une narration pertinente. Garde-les engagés !





# CATÉGORIES DE CONTENUS

## 02

La règle générale pour les stories est d'équilibrer :  
80% d'activité "pure" et 20 % pour le reste.  
Ne surcharge pas tes stories : 7 à 15 par 24H.

### PARLER ET PARTAGER

Parfaits pour instaurer la confiance. C'est là que ton public apprendra à te connaître. Assure-toi de te présenter avec enthousiasme. Si tu es anonyme, tu publieras une photo et écriras ce que tu as à dire.

### B-ROLL


Le B-roll désigne des séquences vidéo qui viennent compléter l'action principale, comme des plans de détail ou des images d'ambiance. Elles servent à enrichir et dynamiser le contenu. C'est idéal à utiliser derrière des photos de témoignages. Le mouvement derrière tes captures d'écran ajoute de l'intérêt.


### SLIDES ESTHÉTIQUES


Ceux-ci sont parfaits pour les lancements et les détails des produits/services. Tout le monde apprécie une belle carte, intuitive et accessible en story avec une diapositive d'informations.





## ACCROCHE

 **Accroche dès le départ** : oublie les introductions classiques comme « J'espère que vous allez bien ». Démarre directement avec une accroche qui interpelle, comme une question ou une astuce de cuisine.

 **Sois dynamique et passionné** : parle avec l'énergie et l'amour que tu mets dans tes créations traiteur. Chaque seconde compte pour capter l'attention.


 **Pense aux sous-titres** : beaucoup regardent sans le son. Rends tes vidéos accessibles avec des sous-titres clairs et lisibles.

 **Annonce le contenu** : un titre accrocheur comme « 3 astuces pour sublimer vos buffets » donne envie de rester jusqu'à la fin.

 **Une vidéo percutante**, c'est comme un beau buffet : soignée, appétissante et captivante !



## B-ROLL

 **Les séquences B-Roll : l'art de raconter en images.**

Ce sont des plans d'arrière-plan qui ajoutent du charme et de la vie à tes vidéos. Par exemple : dresser un plateau apéritif, verser une sauce, ou un zoom sur une fleur comestible.

 **Montre ton entreprise en action.**

Ces images montrent subtilement que ton activité tourne toujours, renforçant l'idée d'une activité bien rodée.

 **Astuce : sois prêt à capturer !**

Prend des photos ou vidéos tout au long de ta journée : une table mise en scène ou une cuisson au four. Range-les dans un album sur ton téléphone pour les utiliser facilement dans tes créations.

Un bon B-Roll doit être esthétique et avoir du sens par rapport à ton activité !





## SLIDES ESTHÉTIQUES

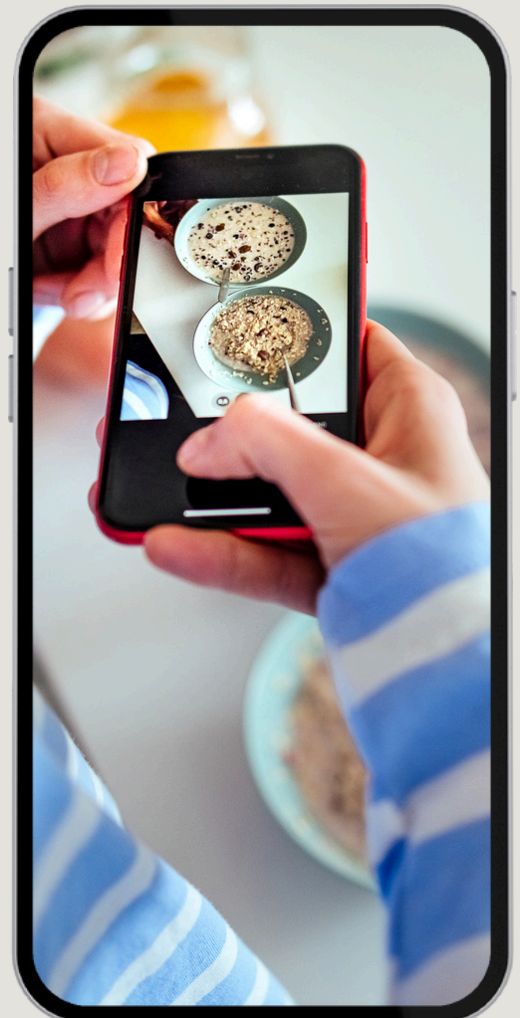
### 🎨 **Reste fidèle à ton style !**

Utilise des images et des couleurs qui reflètent ton identité visuelle. La cohérence rassure ton audience et renforce leur confiance en toi.

### ✂️ **Simplifie pour captiver.**

Privilégie des phrases courtes et dynamiques. Ajoute un fond coloré pour rythmer le tout et utilise deux polices bien équilibrées pour garder une harmonie visuelle.

📌 Une identité visuelle doit être claire, soignée et cohérente !





# CATÉGORIES DE CONTENUS

## 02

## PARTAGES DE TES POST EN STORY


### QUELQUES REMARQUES IMPORTANTES SUR LES STORIES QUI PARTAGENT UN POST :

#### **Ajoute du texte à l'écran.**

Cela prolonge le temps de visionnage et capte l'attention de ton audience.

#### **Crée une accroche engageante.**

Guide tes spectateurs vers la légende pour les inciter à commenter et interagir avec ton contenu.

 Une story efficace, c'est comme une bonne mignardise : elle donne envie d'en découvrir plus !





# CATÉGORIES DE CONTENUS

## 02

## APPEL À L'ACTION

### BOUTIQUE - SITE

Partage le lien de ton site dans tes stories !  
Assure-toi d'avoir une bonne approche commerciale : subtile et assure toi de toujours **faciliter** les choses : les clients veulent un accès facile.

### DM

Tu peux diriger les gens vers tes DM au lieu de publier un lien pour encourager la conversation et obtenir un boost d'engagement et pourquoi pas un devis ! Cela te permet également de véritablement les servir en leur fournissant exactement ce dont ils ont besoin.

N'oublie pas que l'engagement en général est un BOOST de visibilité.







03

# CONSEILS + BONUS

- BRANDING
- VENTE
- HACK : LA PAUSE
- BONUS

## PILLIERS DE BRANDING

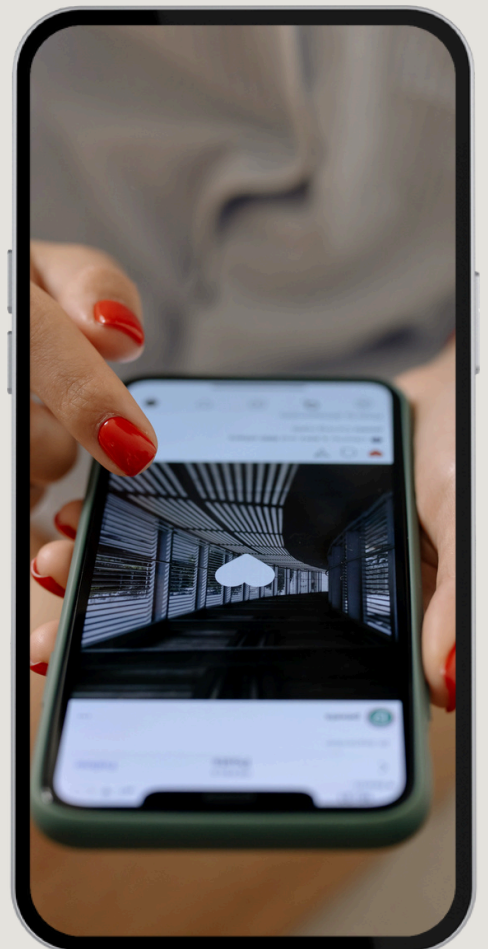
**POLICE** : Utilise seulement 1 à 2 polices identiques. Choisis des polices simples et lisibles. Si ton texte n'est pas clair, ton audience risque de passer à autre chose !

**EMPLACEMENT DU TEXTE** : Lorsque tu places du texte dans une publication ou une story sur Instagram :

- Évite de mettre le texte dans les zones où la légende ou les boutons d'interaction d'Instagram pourraient le cacher (comme la barre du bas où se trouvent les likes, commentaires, et partages).
- Privilégie de placer ton texte en haut de l'écran, car cette zone est généralement dégagée et bien visible pour les spectateurs.

**COULEURS** : Reste fidèle aux couleurs de ton branding, utilisées dans tes flyers, cartes, et site Web.

**FILTRES** : N'en abuse pas, reste simple et authentique





Parlons  
maintenant du  
langage dans les  
stories.....

- Pour construire une **confiance** tout en restant **authentique**, évite un ton trop **commercial** ou trop **décontracté** dans tes stories.
- Un excès de **liens directs** peut réduire l'engagement, car cela peut sembler trop vendeur.
- Opte pour un **langage naturel**, comme si tu parlais directement à quelqu'un, pour créer une relation authentique.
- Trouve l'équilibre en utilisant un langage qui touche émotionnellement ton audience et les incite à passer à l'action, comme : 🚀 **Avec LMDA, faites briller vos événements et régalez vos invités !**





# HACK STORY : LA PAUSE

## 03



C'est une stratégie évoquée  
par beaucoup et que j'ai  
personnellement testée et  
validée sur mon compte  
traiteur  
@les\_melanges\_d\_assia.

Le principe est de faire une pause dans tes stories toutes les deux semaines environ, en ne publiant pas pendant 24 heures. Profite de ce temps pour laisser tes stories actuelles se diffuser complètement. Reprends ensuite la publication dès le lendemain.

**CONSEIL :** Pour ta première story, ajoute un autocollant interactif, cela encouragera l'engagement et donnera envie à tes clients de réagir !

Dans ta deuxième story, partage des informations percutantes : un nouveau menu, une offre spéciale ou des détails sur tes prestations. C'est l'occasion de capter l'attention et d'inciter tes clients à réserver. Profite de cette journée, car l'impact est souvent le plus fort pendant 24 heures.



# BONUS

03

## Extra Tips

**Reste simple** : Tes stories n'ont pas besoin d'être compliquées ou chronophages. Ne réfléchis pas trop ! L'objectif est de bâtir une relation de confiance authentique avec tes clients.

**Sois patient** : Il faut en moyenne 7 à 8 fois aux gens pour vraiment prêter attention à un message et lui accorder de la crédibilité. Cette démarche prend du temps, mais les résultats en valent la peine !

**Reste cohérent** : Sois présent régulièrement ! Pense à tes abonnés, apporte-leur de la valeur et réponds à leurs besoins.

**Équilibre tes offres** : N'adopte pas une approche trop commerciale. Alterne entre partage d'informations et offres.



# BONUS

03

## Extra Tips

**RÈGLE DES 80/20 :** Dans ton activité de traiteur, ta présence en ligne doit d'abord viser à créer des liens solides avec tes clients et à répondre à leurs besoins. La vente ne constitue que 20 % du processus. Présente-toi comme un professionnel prêt à répondre à un besoin, puis utilise cette énergie pour convertir les demandes en devis. L'objectif n'est pas de créer de l'influence, mais de transformer chaque contact en une opportunité concrète de validation de devis.

**Psychologie des ventes :** L'urgence et la rareté sont des leviers puissants pour susciter l'action. Utilise des comptes à rebours et propose des offres limitées pour inciter à la décision. Sois toujours proche de ton audience !

**Suis et enfrens les règles :** Lorsque tu es cohérent et que tu as une voix claire, tu gagnes la confiance de tes clients. Parfois, briser les règles est ce qui ajoute de l'excitation et de l'authenticité à ton message.

Écoute ton instinct et ajuste en fonction.



# *Félicitations !*

J'espère que ce module t'a été utile et que tu abordes désormais les Stories et Instagram avec plus de confiance que jamais !

Rappelle-toi : tu es **unique**, tout comme ton **activité**. Ton projet porte un message distinct et répond à un besoin précis. Il y a une place pour toi, et ton audience mérite de découvrir ce que tu as à offrir.

En créant des connexions authentiques avec ta clientèle, tu pourras non seulement te **démarquer**, mais aussi convertir ces efforts en ventes et bâtir une activité solide et pérenne.

Assia