

A top-down view of a desk with a laptop, coffee, flowers, and notebooks. The scene is brightly lit and organized. In the top left, a person's hands are typing on a silver laptop. Next to it is a white coffee cup with a black lid. To the right, a bouquet of pink roses is wrapped in brown paper. Below the laptop, a yellow banner contains the text 'CRÉER DES REELS FACELESS QUI VENDENT'. In the bottom left, another laptop is visible. In the bottom center, there is a white paper container with a fried chicken sandwich and a receipt. To the right, there are several spiral-bound notebooks, one with a blue pen and another with a clear case containing a pen and a card that says 'Hook'.

CRÉER DES REELS
FACELESS
QUI VENDENT

No Face
academy

Qu'est ce que c'est

LE MARKETING DIGITAL FACELESS



Vous avez peut-être déjà entendu parler du marketing digital, mais avez-vous déjà exploré le monde fascinant du marketing digital faceless ?

Le marketing digital ?

Le **marketing digital**, c'est l'ensemble des stratégies et des actions mises en place pour promouvoir des produits ou des services en utilisant les canaux numériques, tels que les **sites web**, les **réseaux sociaux**, les **moteurs de recherche** et les **e-mails**.

En d'autres termes, c'est la manière dont les entreprises interagissent avec leur audience en ligne pour **attirer l'attention**, **générer des ventes** et **fidéliser les clients**.



Faceless, kesako ?

Le principe du **faceless**, c'est de développer une présence en ligne **sans montrer son visage**. Cela signifie créer du **contenu**, **interagir** avec son audience et **développer** sa marque tout en préservant son anonymat.

Le focus se porte sur le **contenu** et la **valeur** ajoutée offerte, plutôt que sur l'identité visuelle personnelle.



C'est pour vous si...



VOUS SOUHAITEZ GARDER VOTRE VIE PRIVÉE

Si la confidentialité est importante pour vous, le marketing digital faceless vous permet de contrôler les informations que vous partagez en ligne, préservant ainsi votre sécurité et votre tranquillité d'esprit.



VOUS ÊTES INTROVERTI

Si vous êtes introverti(e) ou souhaitez garder votre présence en ligne discrète, le marketing digital faceless est parfait pour vous. En ne mettant pas en avant votre image personnelle, vous évitez les regards extérieurs et pouvez vous exprimer librement, sans craindre les jugements.



VOUS PRÉFÉREZ LE FOCUS SUR LE CONTENU

Le marketing digital faceless vous permet de vous concentrer entièrement sur la création de contenu de qualité, en mettant l'accent sur le partage d'informations pertinentes sans vous soucier de votre image personnelle.



VOUS VOULEZ MOINS DE PRESSION

Avec le marketing digital faceless, moins de pression ! Moins de contenu à produire signifie moins de contraintes et plus de liberté pour travailler à votre rythme, en vous concentrant sur la qualité plutôt que la quantité.

Qu'on se le dise ...

Se montrer sur les réseaux sociaux peut être une source de joie et de connexion pour beaucoup, mais pour certains d'entre nous, ce n'est pas toujours aussi simple.

Peut-être que vous êtes quelqu'un qui préfère **garder sa vie privée** et son **intimité**, ou peut-être que vous ressentez une certaine **anxiété** à l'idée d'être **sous le feu des projecteurs**.

Je **comprends totalement ces sentiments**, car moi-même, j'ai traversé des moments où je me suis senti(e) **mal à l'aise** à l'idée de **partager mon image en ligne**.

Parfois, c'est une question de **confiance en soi** ou de préoccupations liées à notre **apparence physique**. Quelles que soient vos raisons, elles sont **valables** et méritent d'être **respectées**.

Il est important de se rappeler que **chacun a le droit de choisir son niveau de présence en ligne**, et qu'il n'y a pas de bonne ou de mauvaise façon de le faire. Vous avez le droit de **protéger** votre espace et de créer des **limites** qui vous permettent de vous sentir **en sécurité et à l'aise**.

Peu importe la raison pour laquelle vous choisissez de ne pas vous montrer sur les réseaux sociaux, **sachez que vous n'êtes pas seul(e)**.

Il existe de **nombreuses façons de partager du contenu** de valeur et de construire des relations authentiques en ligne, même sans exposer votre image. Ce qui compte, c'est de **trouver ce qui vous convient le mieux et de vous sentir bien dans votre peau**.

A person is sitting at a desk, writing in a notebook. The desk is white and has a laptop on the left, a black cup on the right, and a stack of books and papers in the background. The person's hands are visible, holding a black pen and writing on a lined page. The text "C'EST PARTI !" is overlaid in the center of the image.

C'EST PARTI !

Sommaire

Définissez votre why et votre cible	7
Définissez votre client idéal	8
Avantages des réels faciles	9
Réfléchissez à des concepts créatifs	10
Processus de création	11
Choisir sa durée	12
Produire du contenu	13
B - Roll	14
Optimiser la qualité vidéo	15
Réels dans lesquels on se projette	16
L'accroche	17
Idées d'accroches	18
Appel à l'action	19
Idées CTA	20
Votre message principal	21
En légende ou sur le réel	22
Tendances audio	23
Photo de couverture	24
Montage	25
Soyez créatif + soyez original	26
Votre signature	27
Votre légende	28-29
Hashtags	30
Mots-clés	31
Engagez et interagissez	32-33
Quelques conseils supplémentaires	34
Checklist	34-35
Applications utiles	36
Droits de marque privée	37
	38



DÉFINISSEZ VOTRE WHY

Avant de vous lancer dans la création de Reels, vous devez définir “why”, votre “pourquoi”, votre motivation profonde.



Comprendre son “why” est essentiel pour rester motivé(e) dans les réels faceless. Votre “why” peut être de partager des connaissances, de promouvoir des valeurs ou de créer une communauté inclusive. Quel que soit votre “why”, il vous guide à travers les hauts et les bas, vous inspirant et vous donnant la détermination nécessaire pour atteindre vos objectifs.

QUEL EST VOTRE CIBLE ?



Trouver sa cible est crucial. Comme naviguer en mer, cela nécessite une boussole. Mais ne vous inquiétez pas, cela commence par l’observation et l’écoute active. Comprenez leurs besoins et ajustez votre contenu en conséquence. C’est comme ajuster la voile pour capter le vent : ça rend le voyage beaucoup plus agréable et ça vous aide à atteindre votre destination beaucoup plus rapidement.

DÉFINISSEZ VOTRE CLIENT IDÉAL



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 réel que vous créez, vous voudrez vous assurer que vous parlez à cette personne.

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



DÉFI

Prenez 2 à 3 minutes, ouvrez l'application Notes sur votre téléphone et réfléchissez : notez tout ce que vous savez sur votre abonné 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/entendus ?

L'AVANTAGE DES RÉELS FACELESS

- **Confidentialité préservée** : En évitant de montrer son visage, vous préservez votre vie privée et gardez le contrôle sur les informations que vous partagez en ligne.
- **Polyvalence et adaptabilité** : Les réels faceless permettent de se concentrer sur le contenu plutôt que sur l'apparence physique, ce qui les rend polyvalents et adaptés à une variété de niches et de sujets.
- **Simplicité de Production** : Les réels faceless peuvent être plus simples à produire car ils ne nécessitent pas toujours la même préparation que les réels mettant en avant une personne. Cela peut réduire le temps et les ressources nécessaires à la création de contenu, ce qui permet de publier plus régulièrement et de maintenir l'engagement de l'audience.
- **Réduction de la pression** : En évitant d'être jugé sur son apparence physique, on réduit la pression et le stress liés à la visibilité en ligne, ce qui permet de se concentrer davantage sur la création de contenu de qualité et le développement de sa marque personnelle.

TROUVER DES IDÉES DE CONTENU

RÉFLÉCHIR À DES CONCEPTS UNIQUES ET CAPTIVANTS EST ESSENTIEL POUR SE DÉMARQUER DANS UN OCÉAN DE CONTENU. IL EST AVANTAGEUX DE PLANIFIER PLUSIEURS SUJETS À L'AVANCE. VOICI QUELQUES IDÉES POUR VOUS AIDER.

Défis tendances

Participez à des défis de tendance pertinents pour votre niche. Ajoutez votre touche créative pour rendre votre Reel distinctif.

Faire du storytelling

Créez des récits captivants qui évoquent des émotions et auront un impact émotionnel sur votre audience.

Conseils rapides + tutoriels

Partagez de précieux conseils et tutoriels qui fournissent des informations immédiates et donnez de la valeur pour votre audience .

Dans les coulisses

Offrez un aperçu des coulisses de votre vie ou de votre entreprise pour humaniser votre activité et établir une connexion avec votre public. Ne vous inquiétez pas, cela peut être fait sans montrer votre visage !

LE PROCESSUS DE CRÉATION

LA CRÉATION DE RÉEL EST SIMPLE IL VOUS SUFFIT D'ACCÉDER À L'ÉDITEUR INSTAGRAM

ACCÉDER À L'ÉDITEUR

- **Créer son réel depuis l'appli** : Vous pouvez cliquer sur l'icône "+" au milieu en bas puis choisir réel sur la barre en bas pour arriver sur l'éditeur.
- **L'icône (+) sur votre profil** : appuyez sur l'icône (+) en haut à droite de l'écran d'accueil d'Instagram. Choisissez "réel" parmi la liste et vous tomberez sur l'éditeur



LES TYPES DE RÉELS

- **Remixer un Reel** : Si vous tombez sur un Reel sur Instagram que vous aimez et que vous souhaitez en créer votre propre version, vous pouvez utiliser la fonction « Remix ». Appuyez sur les trois points (...) sur le réel, puis sélectionnez « Remixer ce réel ». Cela vous permettra de créer votre version en utilisant le même audio ou les mêmes effets.
- **Utilisation des modèles de réel** : Instagram propose des modèles de réels préconçus qui incluent divers éléments et effets créatifs. Vous pouvez sélectionner un modèle et ajouter votre propre contenu vidéo pour créer une vidéo attrayante.
- **Téléchargement de vidéos** : vous pouvez également créer un réel en téléchargeant une vidéo existante à partir de la galerie de votre appareil que vous aurez pré-édité.

CHOISIR LA DURÉE DE SON RÉEL

LA DURÉE DES RÉELS INSTAGRAM PEUT VARIER, LE MAXIMUM POUVANT ALLER JUSQU'À 90 SECONDES CONTRE 30 AVANT. CEPENDANT NOUS VIVONS DANS UNE SOCIÉTÉ RÉGIE PAR LA CONSOMMATION DE CONTENU ET LA DÉCHARGE D'ENDORPHINE PRODUITE PAR CETTE CONSOMMATION, FAVORISANT DES FORMATS COURTS ET CAPTIVANTS.

La longueur optimale des réels varie évidemment en fonction de l'objectif que vous avez :

- **2 à 10 secondes** : arrêtez les utilisateurs et attirez leur attention. Une introduction accrocheuse et des titres percutants peuvent améliorer l'engagement.
- **4 à 7 secondes** : augmentez le nombre de vues. L'élément de surprise des vidéos rapides contenant du texte peut encourager les téléspectateurs à revoir la vidéo pour comprendre pleinement le message.
- **15-30 secondes** : recevez plus de commentaires ou de partages. Ces vidéos doivent retenir l'attention des téléspectateurs jusqu'à la fin, où un appel à l'action (CTA) convaincant peut inciter les utilisateurs à interagir davantage avec le contenu. Poser des questions ou démarrer des conversations dans les Reels peut également encourager l'utilisateur à commenter et à partager ses réflexions.
- **60 à 90 secondes** : établissez une connexion avec votre public. Raconter une histoire captivante peut être très efficace. Les histoires peuvent créer un lien émotionnel.

PRODUIRE SON CONTENU

LES BONNES IMAGES ET VIDÉOS CAPTURERONT UN PUBLIC. VOUS POUVEZ UTILISER DES BANQUES DE VIDEOS (COMME MOI) POUR VOUS AIDER À GAGNER DU TEMPS SUR LA CRÉATION DE VOTRE CONTENU.

Choix 1 : utiliser des banques de données

L'utilisation de banques de données proposant des vidéos libres de droits présente un intérêt majeur pour les créateurs de contenu. En effet, cela permet d'accéder à une vaste sélection de vidéos de haute qualité sans avoir à investir dans leur production, ce qui peut considérablement enrichir et diversifier le contenu proposé.

Voici quelques sites qui peuvent t'aider :

- **Canva** (gratuit ou payant)
- **Pexels** (gratuit)
- **Pixabay** (gratuit)
- **SocialStocks** (payant)
- **Content Cove** (payant)

Il vous suffit ensuite de télécharger les vidéos qui vous plaisent pour les utiliser dans vos réels et avoir beaucoup de contenu d'avance.

De plus, en utilisant des vidéos libres de droits, vous évitez les problèmes liés aux droits d'auteur et pouvez diffuser votre contenu en toute sécurité sur instagram.

PRODUIRE SON CONTENU

SI VOUS NE SOUHAITEZ PAS PAYER UN ABONNEMENT SUR UNE BANQUE DE CONTENU, VOUS POUVEZ ÉGALEMENT CRÉER VOS PROPRES RÉELS FACELESS À L'AIDE DE SÉQUENCES B-ROLL !

Choix 2 : filmer des séquences B-Roll

Les séquences B-Roll sont essentiellement un contenu d'arrière-plan que vous utilisez comme vidéo pour votre réel. C'est devenu une méthode très populaire ce qui est BIEN car cela signifie moins de travail pour vous ! Cela signifie également que vous n'êtes pas obligé de montrer votre visage si vous ne le souhaitez pas.



C'est facile et ça prend moins de temps. Ne sous-estimez pas la puissance d'un court extrait basique avec une bonne accroche.

Quelques exemples de séquences B-Roll :

- Assis devant votre ordinateur en train de travailler
- Votre routine matinale (préparer le petit-déjeuner, le café, tenir un journal, etc.)
- Verser une tasse d'eau, de café ou un shake
- Faire défiler sur votre téléphone
- Vues extérieures (vos pieds marchant, coucher de soleil, plage, arc-en-ciel, pousser une poussette, etc.)
- Ambiance cosy (cheminée/couverture sur le canapé)
- Conduire en voiture (en tant que passager !) ou n'importe quelle chose aléatoire qui se passe dans votre vie.

OBTENIR UNE BONNE QUALITÉ VIDÉO

L'OPTIMISATION DE LA QUALITÉ VIDÉO EST CRUCIALE POUR CAPTER ET RETENIR L'ATTENTION DE VOTRE PUBLIC. VOICI 5 CONSEILS POUR VOUS AIDER À CRÉER DES REELS DE HAUTE QUALITÉ.

- **Filmez sous un bon éclairage** : l'éclairage est crucial pour la qualité vidéo. Choisissez des environnements bien éclairés pour éviter les images granuleuses et de mauvaise qualité. La lumière naturelle ou un éclairage artificiel doux peuvent améliorer l'apparence générale de vos Reels.
- **Stabilisez votre appareil photo** : utilisez un trépied ou un stabilisateur pour maintenir votre appareil photo stable pendant le tournage. Les plans stables créent une apparence plus professionnelle et raffinée, rendant vos réels visuellement attrayants.
- **Utilisez des caméras haute résolution** : filmez avec une caméra haute résolution ou un smartphone pour garantir des images nettes et claires.
- **Faites attention à la composition** : cadrez vos photos de manière réfléchie, en suivant la règle des tiers et en équilibrant les éléments du cadre. Un plan bien composé ajoute un intérêt visuel et attire l'attention des spectateurs sur le point focal.
- **Le montage pour la clarté et la couleur** : après avoir filmé votre réel, utilisez un logiciel ou des applications de montage vidéo pour améliorer la clarté et la couleur de vos séquences. Ajustez la luminosité, le contraste et la saturation pour créer un produit final visuellement attrayant.

DES RÉELS DANS LESQUELS ON SE PROJETTE

IL S'AGIT D'UN CONTENU QUI FAIT PENSER À VOTRE CLIENT IDÉAL : « C'EST TELLEMENT MOI ! » OU "CELA ME RAPPELLE CETTE PERSONNE." LE CONTENU EST SUFFISAMMENT SPÉCIFIQUE À VOTRE NICHE POUR QU'IL LEUR DONNE LE SENTIMENT D'ÊTRE VU, ENTENDU ET COMPRIS... ET ENSUITE ILS LE PARTAGENT !

MAIS AUSSI UN CONTENU QUI APPORTE DE LA VALEUR À VOTRE CLIENT IDÉAL : CONNAISSANCES, ENCOURAGEMENTS, ORIENTATIONS, CONSEILS, IDÉES, ETC. TOUT CE QU'IL VOUDRAIT « ENREGISTRER » ET SUR LEQUEL IL REVIENDRA PLUS TARD.



L'accroche

VOTRE ACCROCHE EST LA CLÉ ! IL S'AGIT D'UNE PHRASE OU D'UN MOT RAPIDE ET ACCROCHEUR POUR INCITER VOTRE SPECTATEUR À ARRÊTER DE SCROLLER ET À PRÊTER ATTENTION. VOUS DEVRIEZ AVOIR UNE ACCROCHE SOLIDE À DEUX ENDROITS SUR VOTRE RÉEL :

- **Texte à l'écran** : les premiers mots que votre spectateur verra en visionnant votre réel. Le travail de cette accroche est de les amener à arrêter de scroller et à prêter attention à votre réel.
- **Le début de votre légende** : le(s) premier(s) mot(s) de votre légende. Le travail de cette accroche 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 réel aura de temps de visionnage --> plus votre réel sera diffusé auprès d'un plus grand nombre de personnes.

IDÉES D'ACCROCHES

- La vérité à propos de...
- Je serai honnête...
- ICI ↓
- Écoutez !
- Voici ce que je dirais ___ s'ils ___
- 3 choses que j'aurais aimé savoir sur ___
- Ne faites pas cette erreur !
- Point de vue : ___
- Si vous le souhaitez, vous pourriez ___
- Ne croyez pas CE mensonge...
- 5 façons de ___
- 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 de...
- Vous ne le croirez pas...
- Façons de gagner du temps sur ___
- MYTHE:
- 3 erreurs à arrêter de faire sur ___
- Saviez-vous?
- RAPPEL pour ___
- La PIRE façon de...
- Voler mon...
- Ce que votre ___ dit de vous
- Faites CECEI si vous...
- J'ai eu tort...
- Appel à tous ___ !
- Tu ne devineras jamais...
- 3 choses que j'ai apprises...
- 5 choses à arrêter de faire si tu veux ___
- Ce n'est pas pour être dramatique, 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 changera votre façon de ___
- Cela pourrait vous choquer...
- Il faut que quelqu'un le dise...
- Avertissement d'opinion impopulaire...



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

- **CTA à l'écran** : il peut être utilisé soit pour envoyer vos spectateurs vers votre légende pour plus d'informations, soit pour les inciter à entreprendre une action spécifique (ex: commenter ou envoyer un DM d'un mot-clé spécifique).
- **CTA dans la légende** : vous souhaitez inclure au moins un CTA dans votre légende, et n'hésitez pas à en inclure plusieurs ! Utilisez votre CTA de sous-titre pour inciter les spectateurs à entreprendre une action spécifique (par exemple : vous suivre, commenter quelque chose de spécifique, envoyer un DM, partager leur point de vue, etc.)

IDÉES D'APPELS À L'ACTION

- Voir la légende pour en savoir plus
- Commentez [mot] pour le lien vers ___
- Taggue quelqu'un que tu connais qui a besoin de voir ça !
- Décrivez votre journée en 3 emojis
↓
- Lisez ceci !
- Levez la main si vous pouvez comprendre !
- Rendez-vous dans mes stories pour plus d'informations !
- Partager l'amour! Identifiez votre meilleur ami de 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 en bio pour mon guide gratuit
- Vole 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 préféré dans mes stories !
- Les places sont limitées, réservez votre place maintenant !
- Aimez ce post si vous ___
- Activez les notifications de publication pour ne pas manquer le ___
-



Le message principal

OTRE MESSAGE PRINCIPAL EST LE MESSAGE QUE VOUS SOUHAITEZ FAIRE PASSER AVEC VOTRE RÉEL.

Vous avez 2 options : vous pouvez mettre le coeur de votre message principal sous forme de **texte à l'écran**, dans le réel lui-même OU **l'inclure dans votre légende** et utiliser un **CTA rapide** pour renvoyer les gens vers cette légende.

N'oubliez pas que votre message principal est un contenu POUR votre cible, voici donc quelques questions à vous poser :

- Offrez-vous de la **valeur** à votre client ou abonné idéal ?
- Votre message **concerne-t-il** votre client ou votre abonné 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 !



En légende ou sur le réel ?

QUELQUES CONSEILS POUR VOUS AIDER À CHOISIR COMMENT DÉLIVRER VOTRE MESSAGE :

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

- 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**.



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.

Comment savoir si un réel est tendance : 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.

Ensuite, si vous cliquez sur ce bouton :  vous verrez une **liste des 50 audios les plus tendances !**

Je recommande d'utiliser des audios tendance avec **moins de 5 000 à 10 000 utilisations maximales**. Moins de 1 000, c'est mieux ! C'est encore mieux si la vidéo « originale » compte plus d'un million de vues avec des commentaires récents des derniers jours.

Conseil : Utilisez votre temps de scroll 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 réels 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.



Photo de couverture

LA PHOTO DE COUVERTURE DE VOTRE RÉEL 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 RÉELS.

Idéalement, vos photos de couverture indiquent clairement **le sujet de chaque réel**, correspondent à **votre branding** 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 son branding et de s'assurer que les photos de couverture de vos réels représentent correctement ce à quoi s'attendre.

Vos options :

- **Choisissez une image existante** de votre vidéo comme couverture. Assurez-vous que le cadre que vous choisissez comprend au moins le texte « accroche » à l'écran.
- **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 réel). Ils ont également des template de couverture de réel.



Montage

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 courte ! L'utilisation de la fonction de partage est particulièrement importante si votre réel dure plus de 5 à 7 secondes.

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 donc de retenir l'attention des gens plus longtemps !



Soyez créatif et 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 !



Votre 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 vous pouvez utiliser :

✨ Suivez @faceless_academy pour plus de conseils pour gagner de l'argent en ligne et trouver la liberté financière.

Court, doux et 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!

Conseil! 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.

Votre légende

IL S'AGIT D'UNE ÉTAPE TRÈS IMPORTANTE, PEUT-ÊTRE L'UNE DES PLUS IMPORTANTES. LA LÉGENDE DE VOTRE RÉEL DOIT ÊTRE BÉNÉFIQUE POUR VOTRE PUBLIC CIBLE. ASSEZ POUR QU'ILS CONTINUENT À LIRE JUSQU'AU BOUT - C'EST AINSI QUE VOUS LES AMÈNEREZ À VOUS ENVOYER UN DM OU À EFFECTUER UNE CONVERSION SUR UN LIEN.

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.

Exemple : Disons que le texte « accroche » dans votre réel dit... « Comment se lancer dans le marketing digital »



Votre légende doit contenir des explications bien pensées et détaillées qui poussent finalement votre lecteur vers **vos téléchargements**. Avec l'accroche citée en amont, les puces de la légende devraient souligner les points essentiels pour se lancer dans cette activité. Puis rediriger vers vos produits digitaux pour en savoir plus.

A close-up photograph of a person's hands writing in a notebook. The person is wearing a white long-sleeved shirt, a black smartwatch on their left wrist, and a pink spiral bracelet on their right wrist. They are holding a light green pen and writing on a white notebook. The background is a blurred wooden floor.

Quelques conseils

Quelques conseils pour votre légende :

- Si votre légende fait plus de quelques phrases, assurez-vous de **séparer assez souvent les lignes par un espace**. 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'y inclure votre **accroche**, votre **CTA**, vos **hashtags**, vos **mots-clés** et votre **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 important si vous voulez gagner la confiance, convertir les téléspectateurs en abonnés et 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 réel (surtout s'il s'agit d'un court clip de 4 à 7 secondes).



Les hashtags

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.

Vous pouvez explorer la section « **découvrir** » sur Instagram et prêter attention à l'onglet « **tendances** » pour trouver des hashtags populaires qui correspondent à votre contenu.

Trouvez un équilibre entre l'utilisation de **hashtags populaires** et de **niche**. Les hashtags populaires ont une audience plus large, mais ils ont également plus de concurrence. Les hashtags de niche ont une audience plus restreinte mais peuvent attirer des abonnés très engagés et intéressés par votre contenu spécifique.



Mots clés

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

Par exemple, certains mots-clés que j'aime m'assurer d'inclure quelque part dans mon réel et/ou ma légende sont : les produits numériques, le revenu passif, le marketing digital, ...

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.**

The word "INTERACT" is spelled out using seven light-colored wooden blocks with red letters, arranged in a slightly curved line on a dark wood-grain surface. Other wooden blocks are scattered around the main word.

INTERACT

Engager et interagir

LES RÉELS INSTAGRAM PROSPÈRENT GRÂCE À L'INTERACTION AVEC LE PUBLIC ET INTERAGIR AVEC VOTRE PUBLIC EST CRUCIAL POUR CRÉER UNE COMMUNAUTÉ FIDÈLE ET ENGAGÉE. DES INTERACTIONS SIGNIFICATIVES CONTRIBUENT À RENFORCER VOS RELATIONS AVEC VOS ABONNÉS, À FAVORISER UN SENTIMENT DE COMMUNAUTÉ ET À ENCOURAGER UN ENGAGEMENT À LONG TERME. VOICI LES POINTS CLÉS À GARDER À L'ESPRIT LORSQUE VOUS INTERAGISSEZ AVEC VOTRE PUBLIC :

- **Répondez rapidement aux commentaires** : lorsque vos abonnés laissent des commentaires sur vos publications ou vos réels, répondez-y rapidement. Reconnaissez leurs commentaires, répondez à toutes leurs questions et montrez votre appréciation pour leur engagement. Des réponses rapides permettent à votre public de se sentir valorisé et encouragent de nouvelles interactions.
- **Engagez des conversations** : lancez et participez à des conversations avec votre public. Posez des questions ouvertes dans vos légendes ou story pour encourager vos abonnés à partager leurs réflexions et leurs expériences. Répondez à leurs réponses et poursuivez la conversation pour créer un sentiment de communauté.
- **Utilisez les messages directs (DM)** : encouragez vos abonnés à vous envoyer des messages directs (DM) s'ils ont des demandes plus personnelles ou spécifiques. Répondez aux DM de manière amicale et utile, en répondant à leurs préoccupations ou demandes de renseignements.

Engager et interagir

- **Restez cohérent** : utilisez les fonctionnalités interactives d'Instagram telles que les sondages et les sessions de questions-réponses dans vos stories. Les sondages vous permettent de recueillir les commentaires et les opinions de votre public, tandis que les sessions de questions-réponses donnent aux abonnés la possibilité de vous poser directement des questions.
- **Montrez un véritable intérêt** : montrez un véritable intérêt pour la vie et les histoires de votre public. Célébrez leur réussite, reconnaissez leurs jalons et offrez des mots d'encouragement si nécessaire. Un engagement authentique créera un lien fort.



Plus de tips

- **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 branding** : en parlant de polices, je vous recommande de rester cohérent avec les polices et les couleurs que vous utilisez dans votre contenu. Vous voulez que votre marque soit reconnaissable !
- **Durée de la vidéo** : la plupart de vos réels doivent durer entre 4 et 7 secondes. C'est la durée idéale qui a fait ses preuves !
- **Filtres** : n'en faites pas trop avec les filtres et n'utilisez pas de filtres fous.
- **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). Instagram a souvent des problèmes et la dernière chose que vous voulez est de perdre un réel sur lequel vous avez travaillé dur.
- **Planifier à l'avance** : vous pouvez créer un réel et programmer sa publication ultérieurement si nécessaire.



Plus de tips

- **Faites attention aux statistiques** : vous avez besoin d'un compte professionnel ou de créateur pour voir les statistiques de vos réels. Ne vous inquiétez pas trop, mais faites attention aux réels 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 !
- **Répondre aux commentaires** : prenez quelques minutes pendant votre temps libre pour parcourir et répondre aux commentaires. Cela incitera les gens à revenir sur votre feed et améliorera vos taux d'engagement ! Interagissez avec vos abonnés, posez des questions et établissez cette confiance.
- **Restez simple** : les réels ne doivent pas nécessairement être compliqués ou prendre beaucoup de temps. Avant, je pensais avoir 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. Je vous recommande de publier 2 à 3 réels par jour lorsque vous démarrez votre compte pour la première fois, puis vous pouvez passer à 1 à 2 fois par jour si vous le souhaitez. Au moins, vous devriez publier 5 fois par semaine. Ne postez pas simplement pour essayer de devenir viral. Gardez à l'esprit votre followers idéal et présentez-vous systématiquement à lui. L'algorithme n'est PAS là pour vous avoir !

Checklist

JE SAIS QUE CELA A ÉTÉ BEAUCOUP D'INFORMATIONS ! VOICI DONC UNE LISTE DE CONTRÔLE POUR VOUS AIDER À DÉFINIR LES ÉLÉMENTS IMPORTANTS :

- Accroche forte (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 au branding 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 fonctionnalité Split utilisées (si nécessaire)
- Abonné idéal : avez-vous créé ce réel + légende en pensant à eux ?
- Ce réel mérite-t-il d'être enregistré et/ou partagée ?

Applications utiles

IL EXISTE UN CERTAIN NOMBRE D'APPLICATIONS QUE VOUS POUVEZ UTILISER POUR VOUS AIDER À CRÉER UNE SUPERBE VIDÉO. J'AI TENDANCE À UTILISER PRINCIPALEMENT INSTAGRAM POUR TOUTES MES MODIFICATIONS, MAIS VOICI QUELQUES AUTRES EXCELLENTE OPTIONS !

- **CapCut** : application de montage vidéo avec plus d'options de texte et d'édition si vous préférez créer vos réels en dehors de l'application IG.
- **Unsplash** : téléchargez des images d'archives de haute qualité (utilisez-les pour les photos d'arrière-plan lorsque vous utilisez la fonction d'écran vert).
- **Légendes** : cette application est idéale si/quand vous souhaitez publier une vidéo parlante et que vous souhaitez inclure des sous-titres de haute qualité.
- **ManyChat** : à utiliser pour l'automatisation. Si vous utilisez un CTA comme « Commentaire [mot] pour le lien », ManyChat est ce que vous pouvez utiliser pour répondre automatiquement aux commentaires et envoyer des DM avec votre lien.
- **Temply** : Il est incroyablement facile à utiliser et est utilisé par les meilleurs MAIS je pense qu'il faut avoir un iPhone pour l'utiliser.
- **Canva** : parfait pour monter des réels plus complexes ou vos couvertures de réel.

DROIT DE MARQUE PRIVÉE

Ce contenu a été créé à l'origine par @strategiefaceless et modifié et agrémenté par @faceless_academy.

Ce produit est accompagné des **droits de marque privée**.

Vous pouvez choisir de le modifier comme vous le souhaitez, de le renommer, d'ajouter/supprimer ce que vous désirez en cliquant [ICI](#).

Je vous recommande de changer la couverture de ce produit.

N'hésitez pas à me contacter à tout moment sur Instagram ou par e-mail !

