

GUIDE MARKETING (Spécial CGP)

COMMENT PERCER SUR INSTAGRAM



Stratégie, Conseils, Astuces et Secrets
Marketings pour réussir sur Instagram.

@digithorizon

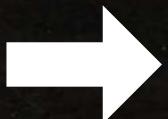


TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION

- a. Présentation du projet
- b. Mes 7 conseils pour une attitude positive

I. Les Fondations pour Réussir

- a. Définir son projet, son audience et sa niche
- b. Définir ses objectifs avec la méthode S.M.A.R.T

II. Optimisation du Profil

- a. Nom d'utilisateur et pseudonyme
- b. Photo de profil
- c. Bio
- d. Appel à l'Action et Liens

III. Identité de Marque

- a. Valeurs de marque
- b. 4 critères pour trouver tes valeurs de marque
- c. Couleurs
- + OUTILS
- d. Typographies
- + EXERCICE PRATIQUE

IV. Contenu

- a. Formats, Dimensions, Utilisation
- b. Où trouver des idées qui intéressent ?
- c. 7 éléments essentiels d'un post performant
- + FICHE PRATIQUE d'un contenu performant



TABLE DES MATIÈRES

- d. Astuces pour une Reel Instagram virale
- e. Structure d'une Reel à succès ?
 - + 1 ASTUCE SECRÈTE EXCLUSIVE
- f. À quelle heure publier ?
- e. 5 Façons de faire tes tests d'horaires

V. Consistance et Régularité

- a. Quelle fréquence de publication pour réussir ?
- b. Planifier son contenu
 - + EXERCICE PRATIQUE

VI. Engagement

- a. Créer une communauté
- b. 6 conseils pour bâtir ta communauté
 - + EXERCICES PRATIQUES
- c. Avec qui interagir ?
- d. Comment écrire un bon commentaire ?
 - + MODÈLES
- e. Exemples pour ta rédaction de commentaires
 - + FICHE PRATIQUE
- f. 9 règles d'engagement importantes

VII. Conclusion

- a. Participe à mon challenge !



INTRODUCTION

UN GUIDE CREE POUR VOUS, PAR VOUS.

Depuis que j'ai créé mon compte @digithorizon, il y a maintenant 1 an, vous avez été des centaines de CGP, à me poser vos questions et me faire part de vos attentes et difficultés sur Instagram pour atteindre vos objectifs, à savoir :

Booster votre visibilité.

- Obtenir plus d'abonnés.
- Améliorer l'engagement.
- Faire du contenu viral.
- Augmenter vos ventes.
- C'est la raison pour laquelle j'ai décidé d'y répondre

de la façon la plus complète possible au travers de ce guide marketing détaillé et de partager avec vous mes 1 an d'expérience en tant que Community & Social Media Manager.

Le but est simple : Vous fournir une bonne fois pour toutes une solution détaillée et que vous arrêtez de m'inonder de messages privés !

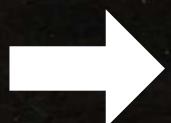
A QUI CE GUIDE S'ADRESSE-T-IL ?

Ce guide s'adresse aux CGP, dont les objectifs sont de booster leur visibilité, de générer de l'engagement, d'obtenir plus d'abonnés, d'augmenter le trafic vers leur site web et de générer des revenus grâce à des méthodes marketing reconnues. Il vous permettra de poser des bases solides pour assurer une croissance constante de votre compte Instagram et fédérer une communauté de personnes engagées autour de votre travail, votre cabinet et vos services.

QUELS RESULTATS SONT ATTENDUS ?

En appliquant mes recommandations vous pourrez :

- ➡ Gagner entre 10K et +100K abonnés en 4-12 mois.
- ➡ Créer des posts viraux et faire 100K vues minimum.
- ➡ Générer un excellent taux d'engagement.
- ➡ Rediriger ton trafic vers ta page de vente.



UN POINT ESSENTIEL AVANT
DE COMMENCER...

TON ÉTAT D'ESPRIT.

CE GUIDE N'AURA AUCUNE
VALEUR TANT QUE TON ÉTAT
D'ESPRIT ET TA MENTALITÉ NE
SERONT PAS BIEN PRÉPARÉS ET
POSITIFS POUR L'AVENTURE.

POUR ATTEINDRE TES OBJECTIFS,
C'EST AVANT TOUT UNE HISTOIRE
DE MENTAL, D'ENDURANCE ET DE
BIENVEILLANCE.

MES 7 CONSEILS POUR UNE ATTITUDE POSITIVE

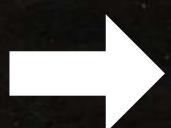
MES 7 CONSEILS POUR UNE ATTITUDE POSITIVE

1# PLUS D'ACTION MOINS DE BLABLA

Il va falloir arrêter d'être parfait. De vouloir publier le post parfait. De donner une image parfaite de toi. Le perfectionnisme te tue. Avec la quantité de travail que tu auras l'important est de passer à l'action alors ne perds plus 3 heures à réfléchir au post qui te rendra célèbre. Publie.

2# N'AI PAS PEUR D'ÊTRE QUI TU ES

Les gens AIMENT par-dessus tout quelqu'un qui est humain et se dévoile. Cela permet de nous identifier à cette personne, de la comprendre et de savoir qu'il y a des personnes comme nous ! En le faisant tu construiras beaucoup de belles relations avec tes abonnés ou dans la vraie vie ! Ne te cache plus, ose te montrer, tu es bien comme tu es. Il y a des millions d'autres personnes EXACTEMENT comme toi qui n'attendent que de te trouver...

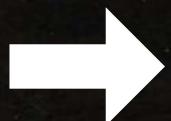


3# AIDE LES AUTRES

Gagner des abonnés, gagner de l'argent, obtenir la reconnaissance, être validé, ce ne sont finalement que des objectifs superficiels et bien qu'ils puissent être puissants ils ne vous emmèneront pas loin sur le long terme. Aider et partager avec les autres changera ton rapport au produit que tu vends ou aux services que tu proposes. Les gens s'en rendront également compte, car ils se sentiront écoutés, valorisés, pris en considération. Et il n'y a pas de meilleure sensation que cela en vérité. Alors aide avant TOUT les autres, que ça soit sur les réseaux sociaux ou dans la vraie vie.

4# CONSISTANCE ET PATIENCE

Durant ta quête du Graal, il arrivera que les résultats obtenus ne soient pas ceux que tu espérais. C'est pendant ces moments-là que tu seras frustré.e, agacé.e, triste ou démotivé.e. C'est exactement là que tu dois maintenir la barre, comme un bon capitaine de navire. Lorsque la tempête (des doutes) frappe contente-toi de faire comme d'habitude : PUBLIER.



5# LA QUANTITÉ CRÉE LA QUALITÉ

L'adage que l'on entend souvent c'est que la qualité prime sur la quantité. Ce qu'on dit moins c'est que pour atteindre la qualité, tu dois d'abord viser la quantité. Pour illustrer mon propos, je vais partager avec toi cette petite histoire...

Cette histoire est tirée du livre Art & Fear de David Bayles et Ted Orland.

" Le professeur de céramique a annoncé le jour de l'ouverture qu'il divisait la classe en deux groupes. Tous ceux qui se trouvaient du côté gauche de l'atelier, a-t-il dit, seraient notés uniquement sur la quantité de travail qu'ils produiraient, tous ceux du côté droit uniquement sur la qualité.

Sa procédure était simple : à la fin du cours, il apporterait sa balance et pèserait le travail du groupe "Quantité" : cinquante kilos de pots notés "A", quarante kilos notés "B", et ainsi de suite. Ceux qui étaient notés sur la "Qualité", cependant, n'avaient besoin de produire qu'un seul pot - de qualité parfaite - pour obtenir un "A".

Le moment du classement est arrivé et un fait curieux est apparu : les œuvres de la plus haute qualité ont toutes été produites par le groupe noté sur la quantité. Il semble que pendant que le groupe "Quantité" s'affairait à produire des tas d'œuvres - et apprenait de ses erreurs - le groupe "qualité" était assis à théoriser sur la perfection, et au final n'avait guère plus à montrer pour ses efforts que des théories grandioses et un tas d'argile morte."



6# ASSUME ET NE SOIS PAS BORNÉ

NON ce n'est pas la faute de l'algorithme, NON tu n'es pas shadowban, NON Instagram n'est pas en train de mourir. Beaucoup de personnes continuent de reproduire sans cesse les mêmes erreurs pour leur stratégie et rejettent sans cesse la faute sur "l'autre". Il est important que tu reconnaises ta part de responsabilité et que tu puisses déterminer quand, comment et pourquoi ton contenu ne fonctionne pas. À partir de là n'hésite jamais à modifier ta stratégie, changer ton contenu et tout ce que tu jugeras nécessaire pour t'améliorer et optimiser tes publications.

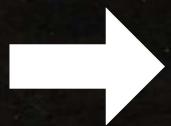
7# NE TE COMPARE PAS AUX AUTRES

Arrête de te comparer aux autres, à force ça te rongera de l'intérieur ! Nous sommes tous uniques et avons nos propres parcours. Si chaque jour contient son lot de réussites, il contient aussi son lot d'échecs. Nous sommes tous dans le même bateau. Même la personne qui vous paraît avoir la vie la plus parfaite (et il y en a beaucoup sur les réseaux sociaux !) connaît des échecs et fait des erreurs. Alors concentre-toi sur tes propres victoires plutôt que sur celles des autres !

ALLÉ C'EST PARTI !



I. LES FONDATIONS POUR RÉUSSIR



I. LES FONDATIONS POUR RÉUSSIR

a. Définir son projet, son audience et sa niche

Afin de poser des bases solides à ton projet et pour bien le définir il va être essentiel de te poser les bonnes questions et d'y répondre. Alors prends un bout de papier, un stylo, et réponds y maintenant.

- Définis ce que tu aimes dans la vie.
- Définis ce pour quoi tu es doué.e et passionné.e.
- Cherche sur Instagram 30 comptes similaires.
- Analyse ces 30 comptes et détermine leurs 10 points forts et 10 points faibles.
- Sers-toi de leurs points forts/faibles pour proposer:
 - 1. Du contenu similaire
 - 2. Répondre à des problématiques auxquelles ils n'ont pas encore répondu.
- Définis une niche basée sur les réponses ci-dessus et fais en sorte d'être spécifique. Il faut cibler !
(ex : Nourriture pour chien de luxe)



- **Définis maintenant QUI est ton audience. Il va falloir que tu réfléchisses à qui aimera le plus ton contenu, ton produit ou tes services.**
- **Pour cela tu peux utiliser des informations démographiques et caractéristique comme l'âge, le sexe, la localisation, la langue, niveau d'étude, revenus etc...**
Ex : Hommes et femmes entre 35 et 55 ans vivant à Paris, de niveau aisé.
- **Utilise maintenant ces informations pour ta stratégie de communication et la création de ton contenu !**
Il convient pour cette étape de faire des recherches approfondies sur l'audience visée, de créer des profils type (Personas) et de déterminer les canaux de communication optimaux pour l'atteindre !
Au fur et à mesure que tu créeras du contenu, les résultats te montreront des "tendances" et "patterns" t'indiquant ce qui fonctionne ou pas. Tu devras donc affiner petit à petit le profil de ton audience, mais aussi ton contenu !

La méthode S.M.A.R.T (1/2)

Cette méthode très utilisée en marketing t'aidera à définir clairement tes objectifs, mesurer ta progression, et te servira de boussole pour ta création de contenu sur le long-terme.

S.M.A.R.T est l'acronyme de **Spécifique, Mesurable, Atteignable, Réaliste et Temporellement défini.**

Ci-dessous voici 5 critères que tu dois remplir, prends un stylo et rédige tes réponses sur un papier.

→ **Spécifique** : Ton objectif doit être clair, précis et compréhensible. Un bon moyen de savoir est de le dire à un ami et de voir s'il comprend directement.

→ **Mesurable** : Ton objectif doit inclure une unité qui te permet de mesurer ta progression et de savoir quand tu l'auras atteint.
Ex : Atteindre 10K abonnés.

→ **Atteignable** : Ton objectif doit être réalisable. Il doit mettre tes capacités à l'épreuve tout en restant atteignable.



La méthode S.M.A.R.T (2/2)

→ **Réaliste** : Ton objectif doit être ambitieux, mais tu ne dois pas oublier d'être réaliste. Il faut donc prendre en compte tes ressources, temps, énergie, argent et ton contexte (familial, professionnel, financier...).

→ **Temporellement défini** : Ton objectif doit être limité dans le temps. De cette façon, tu disposeras d'une échéance claire sur laquelle te concentrer et d'un objectif à atteindre. Cette partie permet d'éviter que les tâches quotidiennes ne prennent le pas sur tes objectifs à long terme.

Ex: Atteindre 10K abonnés avant le 31 Mars 2022

Conclusion:

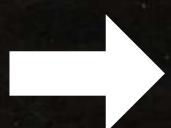
Définir son projet, sa niche et ses objectifs peut paraître long et fastidieux... parfois même ennuyeux ! Mais cette étape est INDISPENSABLE pour se lancer dans un projet avec toutes les (bonnes) cartes en main. Sans cela il arrivera un moment où tu seras perdu et ne sauras plus vers où avancer, ni quoi publier.



II. OPTIMISATION DU PROFIL

a. Nom d'utilisateur et pseudonyme

Si tu espères être "trouvable" rapidement par d'autres utilisateurs, il est judicieux d'intégrer un mot-clé relatif à ta niche à la fois dans ton pseudonyme ET dans ton nom d'utilisateur. Pour ma part si quelqu'un tape le mot "digit" dans la barre de recherche Instagram il me trouvera automatiquement dans les 3 premiers résultats ce qui est un énorme avantage !



Voici des exemples de nom de profil et pseudonyme correctement optimisés.

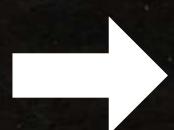


	immobilierdecontracte Michel Desurvire Abonné(e)s : brandameen + 5 autres personnes
	claire.marketing Marketing Digital Conseils ☀️
	lemondedumarketing Alex LeMondeDuMarketing 🧑 2 nouvelles publications
	manonvde.coaching Manon Coach Business Abonné(e)s : gwensalviac + 69 autres personnes
	catherine_marchal_coaching Catherine MARCHAL Coach pro Suivi(e) par yoann.noury

Règles importantes : ton pseudonyme + nom de profil doivent être lisibles, clairs, concis et facilement reconnaissables.

Évite les caractères spéciaux, chiffres et tout ce qui pourraient entraver leur compréhension !

LA PHOTO DE PROFIL



b. Photo de profil

Ta photo de profil sera vue de chaque personne qui visite ton profil Instagram. Celle-ci s'affichera à côté de chaque commentaire et post que tu partageras. C'est pourquoi il est vital que ta photo de profil attire directement le regard. Elle doit être facilement reconnaissable et représentative.

Voici 7 critères pour l'optimiser

- Tu dois montrer ton visage ou ton logo.**
- La photo doit être centrée.**
- Ton visage doit être bien éclairé et contrasté.**
- Le fond doit être dégagé, uni ou coloré.**
- Elle doit prendre en compte ton identité visuelle.**
- Tu ne dois pas montrer tout ton corps.**
- Idéalement sois positif et souriant.**

Quelques exemples :



LA BIO

C. La bio

Ta bio Instagram est à la fois ta carte de visite, ton portfolio et la page d'accueil de ton site web. En moyenne les visiteurs passent moins de 3 secondes à la lire, il est donc primordial qu'elle capte l'attention directement afin de maximiser les chances de convertir ton visiteur en abonné !

Voici 9 critères pour rédiger la bio parfaite :

- Tu dois expliquer qui tu es.**
- Tu dois expliquer ce que tu fais.**
- Tu dois expliquer à qui tu t'adresses (ta cible !)**
- Tu dois expliquer ce que ça apporte aux gens**
- Essaye d'inclure un argument d'autorité.**
- Elle doit inclure 1-2 mots clés relatifs à ta niche.**
- Elle doit inclure 3-4 émojis.**
- Le seul hashtag que tu peux mentionner est le tien.**
- Elle doit inclure un Appel à l'Action (CTA).**

d. Appels à l'Action et Lien

La fin de ta bio doit inclure un Appel à l'Action (CTA) et un lien externe. Le CTA est une directive claire que tu adressez à ton audience ainsi qu'une motivation (avantage) à le faire.

Exemple : Cliquez sur le lien ci-dessous pour des avantages exclusifs !

Quelle action veux-tu que les gens effectuent ?

- Est-ce que tu veux qu'ils s'abonnent ?
- Ou plutôt qu'ils s'inscrivent à ta newsletter ?
- Est-ce que tu veux qu'ils visitent ta page Youtube ?
- Préfères-tu qu'ils achètent ton dernier produit ?

Dis-leur exactement quelle action effectuer !

Crois-le ou non : Les gens ne lisent pas dans tes pensées. Tu dois guider tes abonnés et visiteurs afin qu'ils effectuent l'action de ton choix et inclure le lien correspondant.

III. IDENTITÉ

L'identité de ton compte concerne l'apparence visuelle et le ressenti qu'auront les gens à propos de toi ou de ton entreprise. Sur Instagram, une identité forte peut contribuer à renforcer ton message, à te donner une apparence plus professionnelle et bien sûr à convertir les visiteurs de ton profil en fidèles abonnés. Ton identité comprend l'aspect visuel, mais aussi tout ce qui se rapporte à tes valeurs, le ton adopté et la façon de communiquer avec ton audience.

a. Valeurs de Marque

La première étape consiste à définir ce que tu veux dire, et à qui tu veux le dire. Plus tu comprendras les valeurs de ta marque, plus il sera facile de créer une identité visuelle qui en supportera les objectifs. Si tu n'as pas encore défini tes valeurs de marque, note une liste d'adjectifs et mets en évidence ceux qui te semblent les plus importants à transmettre.

4 CRITÈRES POUR TROUVER TES VALEURS

4 critères pour trouver tes valeurs de marque



1

Découvre ce qui compte réellement. Réfléchis à ce qui te passionne vraiment tout en prenant en compte ton audience. Choisis des idéaux forts et organise ta communication autour !

2

Analyse ton audience et tes concurrents. Une rapide analyse de ton audience et de la concurrence t'aidera à te différencier d'offres existantes. Découvre ce que tes clients aiment, ce qu'ils désirent, et offre leur !

3

Démarque-toi. Comment tes clients te décriraient-ils à leurs amis ? Découvre ce que tes clients aiment chez toi, développe tes valeurs de marque à partir de là et apporte ta propre touche !

4

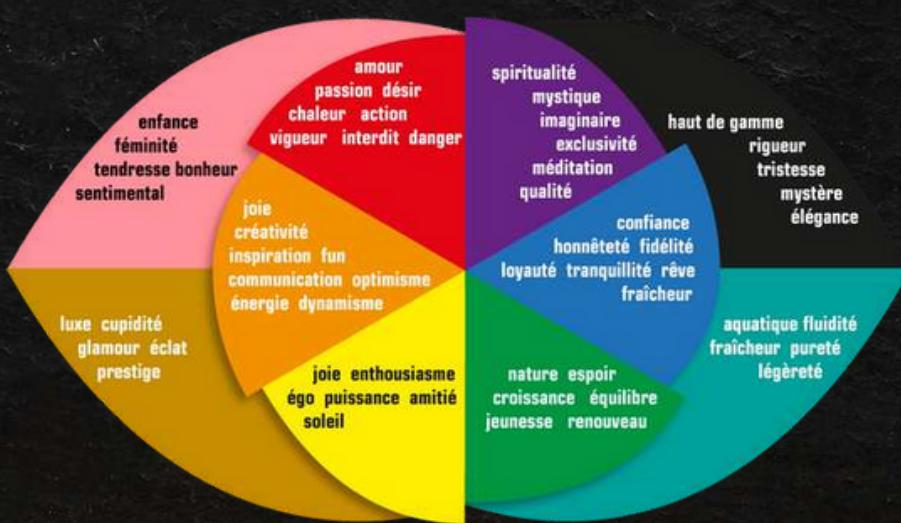
Sois consistant. Tes valeurs de marque doivent rester les mêmes au fil du temps. Les principes que tu incarnes doivent rester forts et stables si tu veux pouvoir fidéliser ta marque.



c. Couleurs de marque

Les possibilités sont infinies en ce qui concerne les combinaisons de couleurs que tu peux choisir, chacune ayant sa propre signification.

Voici un exemple des couleurs et leurs sens



TYPOGRAPHIES DE MARQUE



Cette étape prenant un peu de temps, il existe cependant beaucoup d'outils sur internet qui te permettront de trouver de jolies couleurs, adaptées à ta marque ainsi que des idées de combinaison sortant de l'ordinaire !

Voici 4 outils très pratiques :

- ➡ <https://coolors.co>
- ➡ <https://mycolor.space>
- ➡ <https://www.instagram.com/colours.cafe>
- ➡ <http://colormind.io>

d. Typographies de marque

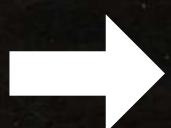
Tout comme ta palette de couleurs, les polices de caractères que tu utilises sur Instagram racontent une histoire. Les typographies peuvent être divisées en 4 catégories principales :

Serif

Sans Serif

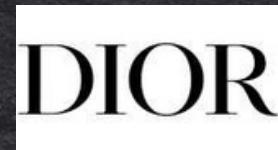
Moderne

Display



Les polices avec empattement (Serif) ont tendance à représenter la tradition, la respectabilité et l'élégance.

Ex : Dior, Bazaar, Vogue



Les polices sans empattement (Sans Serif), en revanche, sont synonymes de modernité, d'objectivité, et d'innovation.

Ex: Facebook, LinkedIn, Apple



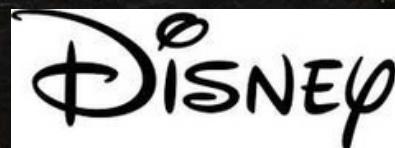
Les polices modernes sont perçues comme fortes et élégantes, c'est pourquoi elles constituent un excellent choix pour les marques progressistes.

Ex: Tesla, Twitter, Adobe



Les polices d'affichage (Display) sont souvent considérées comme amicales, expressives et amusantes.

Ex: Disney, Instagram, Lego



EXERCICE PRATIQUE

EXERCICE PRATIQUE

CRÉE TON IDENTITÉ VISUELLE !

Tu vas maintenant créer une identité visuelle pour le contenu que tu publieras sur Instagram !

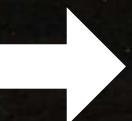
Analyse ce que tes compétiteurs font déjà et observe ce que ton audience a l'habitude de consommer et d'apprécier !

Couleurs :
Une couleur principale et une couleur secondaire

Typographies :
Une pour tes Titres et une autre pour le Corps

Photo de profil :
Tu peux utiliser un site comme www.pfpmaker.com

UN PETIT CAFÉ ?



**BESOIN D'UN BREAK?
MOI OUI...**



**JE VAIS ALLER PRENDRE UN
PETIT CAFÉ TIENS...**

JE T'EN RAMÈNE UN ?

ON SE RETROUVE DANS 5MIN !



IV. CONTENU

Quoi poster, les formats idéaux, où trouver des idées qui feront cliquer à coup sûr, les hashtags, heures de publications, etc. Pleins de choses importantes et très excitantes !

On a du pain sur la planche alors si tu n'as pas encore bu ton café, c'est le moment !

Il est important de connaître les formats et dimensions afin d'optimiser son contenu et de ne pas faire disparaître d'informations importantes (texte, sujets, objets etc) lors de tes publications. Cela te permettra également de gagner du temps !

Concernant les formats (Single Post, Reels, Stories, etc) chacun a son utilité et une bonne utilisation de ceux-ci permettra d'atteindre des objectifs bien précis en terme d'engagement, de vues etc... Et afin d'éviter trop de blabla inutile j'ai décidé d'être le plus simple et concis possible !

a & Formats, Dimensions et Utilisations

POSTS CARRES

1080x1080 px

Marge : 50 px

POSTS PORTRAITS

1080x1350 px

Marge :

H/B : 135 px

G/D : 50 px

STORY & REELS

1080x1920 px

Marge :

H/B : 250 px

G/D : 50 px

- Likes** → Single post, images & photos, memes, citations
- Commentaires** → Opinions impopulaires, giveaway / jeux.
- Partages** → Nouveautés, Tutos, Collabs
- Enregistrements** → Carrousels, checklists, infographies, astuces

OU TROUVER DES IDÉES QUI INTÉRESSENT ?

Vues → **Reels, Stories, trends, loops, exclusivités, éducatif**

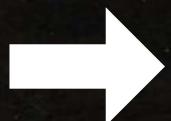
Abonnés → **Reels, Stories, Single Posts, profil optimisé, éducatif, qualité, giveaways**

b. Où trouver des idées qui intéressent ?

Pour trouver du contenu qui intéressera ton audience il te suffit de faire des recherches sur internet, en tapant les mots clés relatifs à ta niche, et de déterminer quelles sont les questions et les sujets les plus demandés par ton audience. Une fois ce travail fait, tu n'auras plus qu'à poster du contenu, au format le plus adapté, pour répondre à ces questions. Dans le prochain slide tu trouveras des outils et sites web très pratiques pour découvrir les sujets les plus tendances dans ta niche.

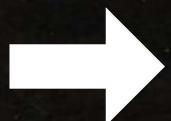


- Google Trends
- Quora
- Answer The Public
- Asking Franklin
- Reddit
- HubSpot
- SocialSideKick
- Exploding Topics
- Ubersuggest
- SEM Rush
- Twitter
- BuzzSumo
- TikTok
- Instagram Explorer



c. 7 éléments essentiels d'un post performant

- ➔ **Un Hook + Titre puissant**
- ➔ **Un contenu qualitatif**
- ➔ **Simple à comprendre, entendre et lire**
- ➔ **Un visuel de qualité**
- ➔ **Une description pleine de valeur**
- ➔ **Des hashtags ciblés**
- ➔ **Un Appel à l'Action - CTA (fin)**



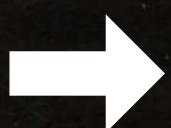
Un Hook + Titre puissant

Le Hook (accroche) est la première chose que les utilisateurs liront ou entendront à propos de ton post (Image ou Vidéo) et qui les intrigueraont tellement qu'ils auront envie de poursuivre la lecture. Ton hook peut être : un titre, la première phrase d'une description, la première phrase de ta vidéo, etc. Il doit être suffisamment fort pour susciter immédiatement la curiosité.



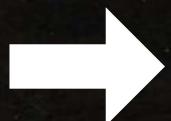
Un contenu qualitatif

Ton contenu doit aider ta communauté et répondre à un besoin précis. Pour connaître les contenus qui plaisent à ton audience aide-toi des outils mentionnés dans les précédents slides et analyse constamment les résultats obtenus sur tes publications. Tes posts les plus performants sont ceux que ton audience aime le plus.



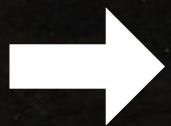
Simple à comprendre, entendre et lire

Ta publication doit contenir l'essentiel et aller droit au but. L'utilisateur doit comprendre en quelques secondes ce que tu lui proposes et l'obtenir directement. Il est important d'aérer ton texte, de faire des "bouchées" digestibles, et de simplifier au maximum la lecture.



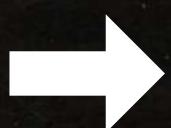
Un visuel de qualité

Que cela soit pour les carrousels, singles posts, les miniatures ou les Reels il faut que tes visuels soient un minimum soignés. Ils doivent idéalement s'inscrire dans la continuité de ton identité visuelle.



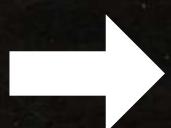
Une description pleine de valeur

Afin de maximiser les chances que ton post soit liké ou enregistré, il est important que ta description soit une petite "bombe" de valeur. Essaye de faire un résumé de ton post principal, de donner quelques informations supplémentaires, des petites astuces et tips afin de définitivement convaincre ton audience d'engager avec ta publication.



Des hashtags ciblés

Utilise des hashtags correspondant à ta niche et dont le taux d'engagement est significatif. Tous les hashtags ne se valent pas et certains génèrent en moyenne plus de likes, commentaires ou partages que d'autres. Il est donc important de constituer une stratégie d'hashtags claire et de construire plusieurs sets d'hashtags que tu utiliseras par roulement afin de faire des tests.



Un Appel à l'Action - CTA

L'Appel à l'Action (CTA en anglais) est une directive claire que tu adresSES à ton audience ainsi qu'une motivation (avantage) à le faire.

Exemple : Abonne-toi pour plus d'astuces !

Crois-le ou non : Les gens ne lisent pas dans tes pensées. Tu dois guider tes abonnés et visiteurs afin qu'ils effectuent l'action de ton choix et inclure le lien correspondant.

Pense donc à toujours inclure un CTA dans tes publications pour en booster les performances.



FICHE PRATIQUE

D'UN CONTENU PERFORMANT

- 1 Doit susciter la curiosité immédiatement
- 2 Doit aider ta communauté
- 3 Doit être simple à comprendre
- 4 Doit être esthétiquement soigné
- 5 Doit contenir des "bombes" de qualité
- 6 Doit comporter des hashtags ciblés
- 7 Doit inclure un CTA
- 7 Bonus : doit contenir 1 idée par post
- 8 Bonus : doit éviter toute superficialité
- 9



d. Astuces pour une Reel Instagram virale

Les Reels sont la façon #1 de devenir viral, atteindre de nouvelles audiences et de booster sa visibilité sur Instagram à l'heure actuelle. Et pour ça pas besoin d'avoir des milliers d'abonnés, car l'algorithme "pousse" tout le monde de la même façon ! On a donc tous notre chance.

10 astuces pour rendre ta Reel virale

- ➔ Utilise des Hooks
- ➔ Courtes (7-15 secondes)
- ➔ Utilise les musiques tendances
- ➔ Soigne la lumière, la résolution et le son
- ➔ Partage-la directement en Story
- ➔ Utilises un Appel à l'Action
- ➔ Introduction = 3 secondes max
- ➔ Publie aux heures de forte activité
- ➔ Utilise des filtres, transitions etc
- ➔ Publie tous les jours !



e. La structure d'une Reel à succès

Tu trouveras ci-dessous la structure optimale utilisée par des créateurs et influenceurs à succès pour capter directement l'attention, augmenter l'engagement et avoir plus de vues.



0-3 secondes : Sois direct et clair

Introduis le sujet et explique ce que ton audience va découvrir dans cette vidéo. Inclus du mouvement, une voix confiante. Utilise du texte et des stickers.



4-6 secondes : L'accroche (Hook)

En deux secondes seulement introduis la partie la PLUS excitante de ta vidéo. Cette partie donnera envie à ton audience de poursuivre la lecture.





7-12 secondes : Contenu

Apporte maintenant toute la valeur de ton contenu. Que cela soit éducatif, des astuces, des stats, des ressources etc. C'est le cœur du sujet !



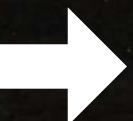
12-15 secondes : Suspens

Cette partie permet de rajouter un peu de mystère et de captiver l'attention de ton spectateur. Introduis une nouvelle donnée surprenante !



3 Dernière secondes = CTA

Ajoute un Appel à l'Action clair et demande à ton audience d'effectuer une action bien précise. Ex: Abonne-toi pour + d'astuces !



ASTUCE SECRÈTE

POUR BOOSTER TES VUES

(DE MES NOTES PERSONNELLES!)

Technique de «Lis la description »

Voici comment x5-x10 tes vues La technique « Lis la description »

Voici mes 16 conseils et astuces marketing pour booster tes vues sur Instagram.

🎥 Fais une video très courte entre 3 et 5 secondes max.

✓ Promet de répondre à une question importante que tes abonnés veulent savoir.

👉 Dis ensuite aux gens de lire le texte en description pour connaître la réponse.

✳️ Soit créatif et rend ta vidéo attrayante.

👁️ Plus ta video sera courte et plus les vues (impressions) s'additionneront pendant que les gens liront ton texte. 📺

📊 Cela enverra un signal positif à l'algorithme d'Instagram qui montrera ta vidéo à encore plus de monde !

💡 Apporte de la VALEUR au contenu. Partage quelque chose qui aide les gens, les inspire, les diverti ou les impressionne. Ou tous à la fois !

📝 Structure ton texte de façon à ce qu'il soit clair, aéré et lisible.

🎯 Inclus des mots-clés relatifs à ta niche. Instagram fonctionne comme un moteur de recherche, le SEO est donc important pour référencer correctement ton contenu et le montrer à une audience intéressée par celui ci.

👉 Inclus des emojis ! Selon les statistiques de social media marketing les posts contenant 1 emojis ont en moyenne 47% d'interactions en plus que les posts sans.

Inclus 12-15 hashtags de différentes densités qui correspondent à ta niche pour atteindre une audience similaire et gagner de nouveaux abonnés.

🎵 Utilise une musique tendance et joue le jeu avec les codes visuels et rythmique mis en place sur celle-ci (en gros participe aux trend et challenges !)

⚠️ Important ⚠️

🚫 Ne fais pas une vidéo de moins de 3 secondes. Les vues sont comptabilisés par Instagram seulement à partir de 3 secondes.

À QUELLE HEURE PUBLIER ?

f. À quelle heure publier ?

Poster aux heures où tes abonnés sont le plus actifs te donnera un coup de boost indéniable et participera à la bonne réussite de tes objectifs. Dans le cas contraire si tu publies aux mauvais moments cela affectera ta portée (reach), ta croissance et ton taux d'engagement.

Les meilleures heures de publications

Selon une analyse de la plateforme Later portant sur de nombreux fuseaux horaires et 12 millions de comptes ayant de 100 à 1 million d'abonnés et plus, les meilleures heures pour publier sur Instagram, en moyenne, en fonction du jour de la semaine sont les suivantes. J'ai pris le soin de convertir le fuseau horaire EST (Eastern Standard Time) en CEST (Central European Summer Time) pour mes lecteurs européens. Les heures suivantes n'ont donc pas besoin d'être converties si vous habitez en Europe.

Lundi: 12h, 16h et 4h

Mardi: 8h, 10h et 15h

Mercredi: 13h, 14h et 5h

Jeudi: 15h, 18h et 1h

Vendredi: 11h, 19h et 21h

Samedi: 17h, 1h et 16h

Dimanche: 13h, 14h et 22h



Comment trouver TES heures idéales ?

Les heures mentionnées dans le slide d'avant sont des moyennes, il est donc important de prendre cela en compte. Les comptes et audiences de chacun étant différents il sera donc primordiale de conduire des tests précis pour connaître TES heures de publication idéales, celles où ton audience est la plus active.

5 Façons de faire tes tests d'horaires

- Expérimente différentes heures de publication et analyse les résultats (1 mois).
- Consulte les statistiques d'Instagram (Insights) pour savoir quand tes abonnés sont le + actifs.
- Analyse les horaires de publication de tes concurrents / collègues.
- Demande à tes abonnés en effectuant des sondages sur tes Stories Instagram.
- Utilise des outils d'analyse de performance comme SEMRush ou Later.

V. CONSISTANCE ET RÉGULARITÉ

Maintenant que tu sais comment trouver les bonnes idées et la structure optimale d'un post tu vas devoir être "visible" auprès de ta communauté. Pour cela il va être essentiel d'être consistant et régulier dans tes publications. Cela veut dire publier un certain nombre de posts par semaine, idéalement à des horaires précises et garder ce rythme pendant plusieurs semaines.

a. Quelle fréquence de publication pour réussir ?

Pour résumer : un maximum de publications équivaut à un maximum de croissance en terme d'abonnés, d'engagement ou de trafic.

Je recommande à titre personnel de publier plusieurs fois tous les jours, mais je suis bien sûr conscient que c'est un rythme qui peut être difficile à tenir et que nous avons tous des vies et emplois du temps différents ! En deuxième option : trois fois par semaines semble être un bon compromis pour une croissance rapide et stable.



b. Planifier son contenu

Planifier ses idées et son contenu à l'avance permet d'assurer la viabilité de son projet et d'être plus productif ! Ainsi la publication de votre contenu ne dépendra plus de vos humeurs ou de votre inspiration. Tout sera fait à l'avance ! Voici une idée de planning hebdomadaire qui te permettra d'organiser ton contenu clairement et simplement.

Lundi

Recherches d'idées/sujets.

Mardi

Organisation des idées sur 7-14 jours.

Mercredi

Écriture des textes, titres, descriptions, et CTA's.

Jeudi

Recherche

+

Conception des visuels.

Vendredi

Vérification

+

Correction des erreurs.

Weekend

Finalisation

+

Automatisation des posts



EXERCICE PRATIQUE

PLANNIFIE TON CONTENU !

Voici un petit exercice pratique pour t'aider dans la planification et la création de ton contenu ! Prends un papier et un stylo et réponds aux questions ci-dessous.

IDEES

- Où vais-je trouver des sujets tendances ?
- Combien d'idées vais-je planifier ?
- Quand vais-je m'en occuper ?

TEXTES

- Quand vais-je écrire mes textes ?
- Les textes sont-ils optimisés (mots clés etc) ?
- Où vais-je les stocker en attendant ?

IMAGES

- Où vais-je trouver des images de qualité ?
- Quel jour vais-je travailler sur mes images ?
- Où vais-je les stocker en attendant ?

FINALISATION & AUTOMATISATION

- Mes posts contiennent-ils des erreurs ?
- Quand vais-je publier mes posts ? (jours, heures)
- Combien de temps cela va-t-il me prendre ?

VI. ENGAGEMENT

Engager avec les autres sera ta première source d'abonnés. Il ne suffit pas de poster et de disparaître ! Tu as un devoir envers ta communauté : aider. Au début personne ne te connaîtra, les gens auront peu confiance en toi, il est donc primordial de nouer des relations et de créer des liens forts avec celle-ci. En donnant de l'attention, tu recevras également de l'attention en retour.

Engager avec les autres prend beaucoup de temps, il est donc important d'être organisé et de créer une habitude quotidienne pour s'en occuper.

a. Créer une communauté

La création d'une communauté Instagram est l'un des meilleurs moyens de fidéliser ta marque, de stimuler l'engagement et de rester connecté à tes clients.

6 CONSEILS POUR BÂTIR TA COMMUNAUTÉ

6 CONSEILS POUR BÂTIR TA COMMUNAUTE

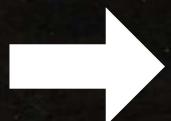
- 1** Sois toi même
- 2** Présente tes valeurs
- 3** Ecoute ton audience
- 4** Fais la participer
- 5** Organise des LIVE
- 6** Donne en retour

Sois TOI-MEME

Être toi-même commence par montrer ton visage, dévoiler ton prénom et arrêter d'être anonyme. Cela humanisera ta marque, ton travail et les gens sauront qui tu es. Pour le reste, il te suffit de partager des moments personnels, te présenter, avoir des conversations plus légères avec tes abonnés. N'hésite PAS à être qui tu es.

Présente tes VALEURS

Le fait d'avoir des valeurs claires est un bon moyen d'attirer un public de personnes qui partagent les mêmes idées que toi. Elles seront plus susceptibles de communiquer avec toi et de s'identifier. Savoir ce que représente ta marque est un moyen efficace de renforcer ta communauté Instagram sur le long terme.

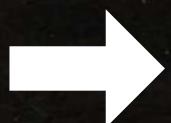


ECOUTE ton audience

Il est important que tu ne parles pas toujours de TOI. Écouter ton audience et ce qu'elle dit est très important dans la construction de ton compte Instagram et de ta marque. Réponds aux messages en public comme en privé, prends le temps de leur demander si ton contenu leur plaît. Avec le temps, tu seras capable de déterminer des tendances qui te permettront d'améliorer ton contenu.

Fais la PARTICIPER

Un excellent moyen de faire participer ton audience sont les Stories d'Instagram. Utilise régulièrement les stickers d'engagement (sondages, quizz etc) afin d'interagir avec elle. Cela peut être l'occasion de donner son avis, d'en apprendre plus sur eux et sur toi !



Organise des LIVE

Les LIVE sont un bon moyen de parler directement, sans filtre et de répondre à toutes les questions de tes abonnés sur une période de temps donnée. Ton audience pourra te découvrir sous un jour nouveau, plus authentique et cela renforcera la connexion qu'elle a avec toi.

DONNE en retour

Donner en retour est un excellent moyen de montrer ta gratitude envers ta communauté. Des discounts, des cadeaux, et même des dons à des causes sociales sont autant de moyens simples, mais efficaces de récompenser ta communauté pour sa fidélité et son soutien.



EXERCICE PRATIQUE #1

Avec qui interagir ?

- 1 Choisis 15 comptes populaires dans ta niche (+20K abonnés).
- 2 Choisis 20 comptes moins gros, mais dont la croissance est rapide.
- 3 Active les notifications pour tous ces comptes.
- 4 Sois le premier à commenter lorsqu'ils publieront.
- 5 Abonne-toi à 30 hashtags populaires dans ta niche.
- 6 Chaque jour, commentes 15 posts populaires de ces hashtags.
- 7 Avant et après chacune de tes publications commente 20 posts.



EXERCICE PRATIQUE #2

Comment écrire un bon commentaire?

1

Lis d'abord le contenu de l'auteur.

2

Partage ton avis (positif, neutre, négatif) tout en restant constructif.

3

Inclus le prénom de l'auteur.

4

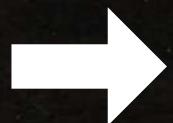
Écris un compliment simple et sois poli.

5

Pose une question en retour.

6

Sois honnête, sincère et bienveillant.



MODELES

Exemples de bons commentaires

Quand tu écris un commentaire :

" Super post [inclure prénom de l'auteur] ! J'ai beaucoup aimé la partie [inclure partie préférée]. Au fait, est-ce que [inclure question et/ou opinion] ... ? Merci en tout cas ça m'a beaucoup aidé à [inclure valeur]."

Quand tu réponds à un commentaire :

" Merci beaucoup pour ton retour [inclure prénom de l'auteur] ! Content que [inclure partie précise] ai pu t'aider / t'inspirer. Est-ce que tu... [inclure question]... ?

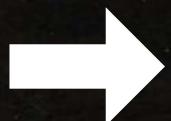
Pour remercier un abonné :

" Salut [inclure prénom de l'auteur] ! Merci beaucoup de t'être abonné à mon compte. J'espère que tu y trouveras tout le contenu dont tu as besoin. Si tu as des questions n'hésite pas, j'y répondrai avec plaisir!

FICHE PRATIQUE

9 règles d'engagement importantes

- 1 Sois sincère, honnête et bienveillant.
- 2 Personnalise chaque commentaire.
- 3 Apporte de la valeur à tes commentaires.
- 4 Pose des questions pour relancer la discussion.
- 5 Apporte des retours constructifs.
- 6 Active les notifications et sois le premier à commenter.
- 7 Considère le temps passé à écrire des messages comme 50% du succès.
- 8 Interagis avec tes abonnés.
- 9 Commente chaque jour.



VII. CONCLUSION

Tu sais maintenant tout ce qu'il faut faire pour réussir ta stratégie marketing sur Instagram. En suivant systématiquement tous ces conseils, en étant consistant et régulier, tu seras en mesure de créer du contenu de grande valeur, d'intéresser ton audience et de créer une communauté fidèle et engagée. Ces actions effectuées correctement te permettront d'atteindre tes objectifs, que cela soit d'avoir plus d'abonnés, augmenter ta visibilité, ton taux d'engagement ou de générer plus de ventes pour tes produits ou services en boostant le trafic vers ton site web ou ta page de produits.

CHALLENGE

Avant de se dire au revoir j'ai un challenge pour toi ! Seras-tu prêt à relever le défi ?



CHALLENGE



BONUS : CHALLENGE

DISCIPLE : Publie chaque jour pendant 30j

VÉTÉRAN : Publie chaque jour pendant 60j

Choisis le challenge de ton choix, la principale difficulté sera d'être consistant et régulier, mais tous ces défis te permettront de croître très rapidement sur Instagram.

Une fois réussi, partage tes résultats en Story et tague moi dessus pour que je puisse partager ta victoire sur mon compte [@digithorizon](#) !

LE MOT DE LA FIN :

Je voudrais te remercier, toi qui as lu les 70 pages de mon guide, pour ta détermination, ton courage d'apprendre et aussi pour ton soutien ! Tu as maintenant toutes les cartes en mains pour réussir, il ne dépend que de toi d'atteindre tes objectifs, alors bon courage ! Si tu as besoin des questions envois moi un email à l'adresse : digithorizon31@gmail.com !

MERCI

69

MERCI

ABONNE-TOI

[@digithorizon](https://www.instagram.com/digithorizon/)

