

Shyly Social
FACELESS
INSTAGRAM

ÉDITION - VOL.2

The Digital Freedom Academy

MENTIONS LÉGALES

Avis de droits d'auteur :

Ce livre électronique est protégé par des droits d'auteur. Tous droits réservés. Aucune partie de ce livre ne peut être reproduite, distribuée ou transmise sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, électronique ou mécanique, y compris la photocopie, l'enregistrement ou tout autre système de stockage et de récupération d'informations, sans l'autorisation préalable de l'auteur, sauf dans les cas prévus par la loi.

Il est strictement interdit de diffuser ce livre électronique gratuitement ou de le copier et de le revendre comme étant le sien. Si vous souhaitez vendre cet ebook, veuillez vous inscrire à notre programme d'affiliation via le lien Telegram ci-dessous. En tant que membre de notre programme d'affiliation, vous recevrez une commission pour chaque vente réalisée grâce à votre lien d'affiliation.

En téléchargeant ou en achetant ce livre électronique, vous acceptez ces conditions et vous engagez à respecter les droits d'auteur de l'auteur.

Lien Telegram pour rejoindre le programme d'affiliation :

[REJOINS LE CANAL TELEGRAM POUR PLUS D'INFORMATIONS](#)

Merci de votre compréhension et de votre respect des droits d'auteur.

C'EST POUR TOI SI...



TU VEUX PRÉSERVER TA VIE PRIVÉE

Il est normal d'accorder de l'importance à ta vie privée et de préférer faire profil bas. Tu ne devrais pas avoir à renoncer à ta vie privée pour réussir en ligne. Tu peux être efficace pour vendre en ligne sans dévoiler ton visage !



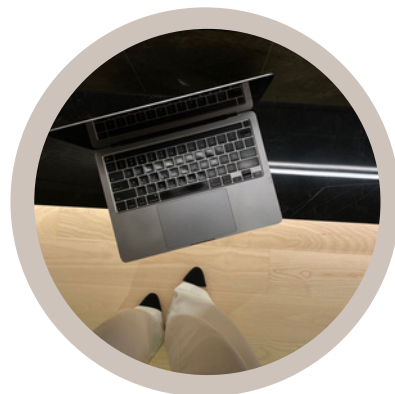
TU ES INTROVERTI(E)

Les entrepreneurs qui sont plus introvertis et mal à l'aise avec l'exposition personnelle peuvent toujours réussir à vendre en ligne. Tu peux prospérer sur le marché digital tout en conservant un niveau d'anonymat.



TU VEUX RESTER ANONYME

C'est tellement libérateur pour certains d'avoir un compte où personne ne sait qui tu es derrière l'écran. Il peut être plus facile d'écrire et de créer lorsqu'il y a moins de regards indiscrets sur chacun de tes mouvements et cela peut t'aider à te sentir à l'aise en sachant que tes amis et ta famille ne suivent pas.



TU N'ES PAS CONTRE TE MONTRER MOINS

Peut-être que cela ne te dérange pas de montrer ton visage de temps en temps, mais tu es anxieux(se) ou submergé(e) à l'idée de devoir te montrer devant des inconnus tous les jours. Je te rejoins ! Il existe un moyen de trouver un équilibre et ce guide te montrera comment !

SOMMAIRE

1

*Instagram
stratégie*

2

*A propos
des vidéos*

3

*Capter
l'attention*

4

*Ton message
principal*

5

Créer ton Reel

6

*Instagram
stories*

7

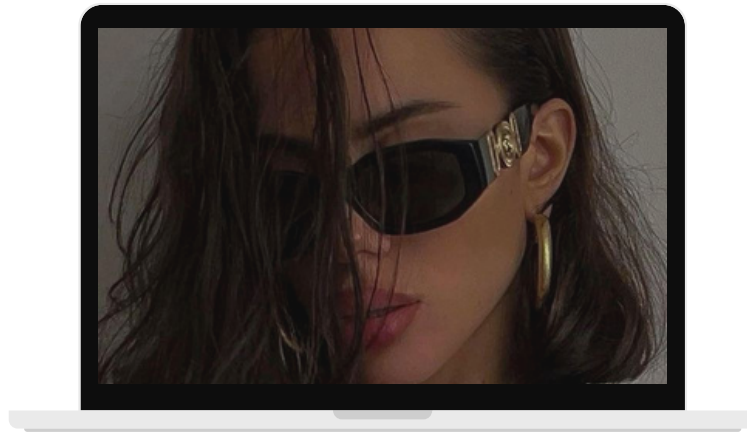
*Tips &
Cheklist*

1

INSTAGRAM STRATÉGIE

Bienvenue dans le guide incontournable des Reels sans visage ! Prépare-toi à passer au niveau supérieur avec ce guide pas à pas qui te révélera tous les secrets pour comprendre, créer et cibler ton audience avec des Reels captivants. Booste ton entreprise et maîtrise l'univers des réseaux sociaux comme jamais auparavant !

INSTAGRAM REELS



Maintenant que tu as mis en place ta marque personnelle, il est temps de parler du marketing sans visage en utilisant les Reels Instagram. Pour mettre nos produits digitaux devant nos clients idéaux sur Instagram, nous devons créer du contenu. Ma méthode préférée pour cela est à travers les Reels Instagram car ils ont le potentiel d'atteindre un public plus large (par rapport aux publications statiques).

Les avantages de faire des Reels Faceless :

Plus de confidentialité : Tu n'as pas à t'inquiéter d'être reconnu(e) en public ou d'avoir ton identité exposée. Cela permet une plus grande liberté créative.

Moins de pression : Sans que ton visage soit visible, tu n'as pas à t'inquiéter autant de paraître parfait(e) tout le temps. Ton principal focus est la valeur de ton contenu.

Flexibilité temporelle : Tu peux planifier à l'avance tes publications et prendre du temps libre lorsque nécessaire sans perturber le flux de ta marque.



PILIERS DE CONTENU

Si tu es novice dans le marketing sur Instagram, bienvenue ! Il y a plus de 200 millions d'entreprises sur Instagram qui font la promotion de leurs services et leurs produits ! Instagram est un incroyable moyen GRATUIT de partager tes produits digitaux avec le monde ! Profites-en !

Si tu me suis, il y a de fortes chances que tu aies vu mon contenu. Tout mon Instagram a été créé dans le but de construire une communauté et de promouvoir mes offres de produits digitaux auprès d'eux.

J'ai créé une page directement ciblée pour atteindre et inviter mon public cible à venir découvrir ma marque et mes produits digitaux.

Tu ne me verras pas publier des Reels sur la dernière tendance de danse. Chaque Reel que je publie a un but précis, et c'est soit divertir, inspirer, ou éduquer mon public cible, et construire une communauté fidèle qui s'intéresse à mes produits digitaux !

Il y a TROIS piliers de contenu que j'utilise pour guider le contenu que je crée.

Suivre ces piliers de contenu garantira que tu ne publies pas "pour publier". Ils t'aideront également à construire une communauté Instagram fidèle beaucoup plus rapidement si tu t'y tiens !

VOICI LES PILIERS DE CONTENU QUE J'UTILISE :

ÉDUCUER

Créer du contenu éducatif ajoute beaucoup de valeur à ton public idéal. Partage des idées, des astuces et des guides pratiques dans ton domaine d'expertise.

DIVERTIR/INSPIRER

Intègre ta personnalité dans ton contenu ! Utilise l'humour, le récit, ou des visuels captivants. Partage des histoires pertinentes ou du contenu humoristique auquel tu sais que ton public idéal sera attiré.

PROMOUVOIR

C'est là que tu promeus tes offres digitales. Mélange du contenu promotionnel avec un appel à l'action stratégique pour inciter les gens à AGIR sur ton offre ! Présente tes produits et guide ton public sur les prochaines étapes.

RAPPEL

Ne fais pas tout ton contenu uniquement pour promouvoir tes produits digitaux ! Au début, il est important de fournir beaucoup de VALEUR pour gagner l'affection, la connaissance et la confiance de ton client idéal.

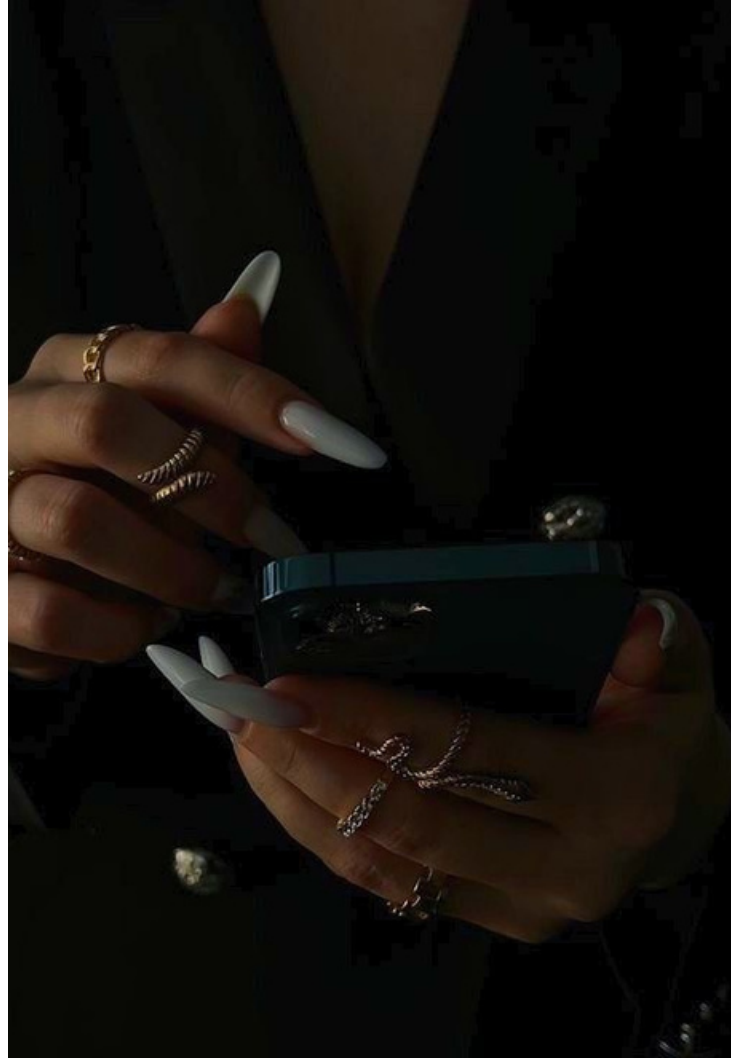
FOLLOWER/ CLIENT IDEAL

Je sais, je sais. Tu as probablement entendu parler tellement de fois de "client idéal" et "follower idéal". Mais je veux te mettre au défi... est-ce que tu SAIS vraiment qui est ton follower idéal ? Il est vraiment important que tu établisses cela, car à chaque Reel que tu fais, tu voudras t'assurer de t'adresser à cette personne.

Si tu as lu le premier volume de l'édition Faceless, ça devrait être ok pour toi mais revoyons tout de même cette partie ensemble, elle est si importante !

Généralement, ton follower idéal sera quelqu'un de similaire à toi, ou quelqu'un avec qui tu t'entendrais plutôt bien.

Ne saute pas cette étape ! Je te promets, cela t'aidera à créer du contenu qui résonne, qui apporte de la valeur, et qui attire les bonnes personnes sur ta page.



Défi : prends 2 à 3 minutes, ouvre l'application Notes sur ton téléphone, et fais un brainstorming. Note tout ce que tu sais sur ton follower idéal. Voici quelques questions pour t'aider à démarrer :

- Quel est son genre ?
- Quel âge a-t-il ?
- Où vit-il ?
- Que fait-il dans la vie ?
- Quels sont ses hobbies ?
- Quels sont ses objectifs ?
- De quoi a-t-il besoin de toi ?
- Comment pourrait-il se sentir vu ou entendu ?

2

À PROPOS DES VIDÉOS

Dans ce chapitre nous allons voir ensemble comment tu peux créer des Reels simples & efficaces, qui vont devenir magnétiques, pour attirer ton client idéal vers ton compte et apporter du trafic vers ta page de vente. Ces Reels vont être le plus authentiques possibles afin de te permettre de te démarquer parmi la masse de contenu que l'on trouve sur Instagram.

À PROPOS DES VIDEOS

Les séquences vidéos de tes Reels, c'est essentiellement du contenu de fond que tu utilises comme vidéo pour ton Reel.

QU'EST-CE C'EST ?

C'est devenu une méthode très populaire pour les Reels, ce qui est BIEN parce que cela signifie moins de travail pour toi ! Cela signifie également que tu n'as pas à montrer ton visage si tu ne veux pas. C'est facile et moins chronophage. Ne sous-estime pas le pouvoir d'un court clip basique de quelque chose d'aléatoire !

TU VEUX DES EXEMPLES ?

- Pousser ta poussette lors d'une promenade
- Être assise à ton ordinateur en train de travailler (sans visage bien sûr)
- Verser une tasse d'eau, de café ou ton shake protéiné
- Un court clip du coucher de soleil

...essentiellement n'importe quelle chose aléatoire se passant dans ta vie.

Astuce : Collectionne des clips de 5 à 7 secondes tout au long de ta journée (ou désigne un jour par semaine pour en collecter plusieurs). Ajoute-les à un album sur ton téléphone pour qu'ils soient faciles à trouver et à choisir lorsque tu créeras tes reels.



ENCORE DES EXEMPLES ?

- Voici ce que je vois en ce moment lorsque je suis à l'extérieur.
- Me voici en train de faire les magasins/tenant des sacs de courses.
- Voici ce que je mange ou bois.
- Voici ma vue actuelle lorsque je conduis.
- Voici le ciel ou la vue sur l'eau.
- Me voici en train d'utiliser mon appareil électronique (téléphone, ordinateur portable, iPad).
- Voici mes vêtements ou mes achats.
- Me voici en train de déballer un colis.
- Me voici en train de m'organiser (en utilisant un trépied pour enregistrer la vidéo).
- Voici mes ongles ou mes rendez-vous chez le coiffeur.

Tu n'as pas le temps de filmer, ou tu ne peux tout simplement pas te donner la peine ? Pas de souci ! J'ai une solution pour ça juste en dessous !

BANQUES DE VIDÉOS

Je sais que tout le monde n'a pas le temps pour ça. Heureusement, il existe des plateformes qui regorgent de vidéos esthétiques libres de droits - prêtes à être téléchargées et utilisées !

Voici celles que je recommande :

Social Stocks Co.
Luxe Stocks
Content Cove
The Folklore

Il existe des alternatives GRATUITES telles que Canva et Pexels, cependant, j'ai remarqué que ces vidéos ne sont pas aussi performantes.



ÊTRE PARTAGÉ & ENREGISTRÉ

L'objectif de chacun de tes Reels (ou du moins la plupart d'entre eux si tu veux toucher plus de monde) devrait être de les rendre soit super PARTAGEABLES soit super ENREGISTRABLES (ou les deux !)

PARTAGÉ

ce sont des contenus qui font penser à ton follower idéal : "C'est tellement moi !" OU "Cela me rappelle cette personne". Le contenu est assez spécifique à ta niche pour qu'ils se sentent vus, entendus et compris... et ensuite, ils le partagent !



ENREGISTRÉ

ce sont des contenus qui apportent quelque chose de valeur à ton follower idéal - connaissance, encouragement, guidance, conseils, idées, etc. Tout ce qu'ils voudraient "enregistrer" et y revenir plus tard.

Les deux types de publications fonctionnent très bien car elles ont le pouvoir d'augmenter ton engagement.

N'OUBLIE PAS : Plus tes Reels sont partageables et enregistrables, plus ils ont de chances de devenir viraux !

3

CAPTER L'ATTENTION

Capter l'attention est essentiel dans la création de contenu sur Instagram car ça permet d'attirer rapidement l'audience et de susciter son intérêt. En captivant l'attention dès le départ, tu augmentes les chances que les utilisateurs s'engagent avec ton contenu, le partagent et interagissent avec toi. Cela peut se traduire par une croissance de ton audience, une meilleure visibilité de ton profil et de tes publications, ainsi qu'une augmentation de l'engagement global.

L'ACCROCHE

Pour capter l'attention de celui qui regarde.

Ton accroche est ESSENTIELLE ! C'est une phrase ou un mot accrocheur et rapide pour inciter ton audience idéale à arrêter de défiler et à prêter attention.

Tu devrais avoir une accroche forte à deux endroits sur ton Reel :

1. Texte à l'écran : Les premiers mots que ton spectateur verra en faisant défiler ton Reel.

Le rôle de cette accroche est de les inciter à arrêter de défiler et à regarder ton Reel.

Tu dois placer cette accroche sur ta vidéo sous forme de texte.

2. Début de ta légende : Le(s) premier(s) mot(s) de ta légende devrait être un arrêt sur image.

Le rôle de cette accroche est de les inciter à lire ta légende.

Plus la légende est bonne, plus il y a de temps passé à la lire, plus il y a de temps de visionnage pour ton Reel, plus ton Reel sera diffusé à un plus grand nombre de personnes.

P.S. J'ai quelques accroches BONUS pour toi sur la page suivante !



ACCROCHES BONUS

- "Voici un raccourci pour ___" (comment passer de A à B)"
- "Comment ___ en (x) minutes" (insère les points de douleur de ton audience) "
- La manière la plus rapide de ___" (atteindre un objectif spécifique)
- "TOP5 ___" (insère un objectif spécifique)
- "Les erreurs majeures que la plupart des ___ commettent" (personnes de ta niche)
- "Guide étape par étape pour ___" (insère un objectif réalisable)
- "Pourquoi faire ___ (insère la chose la plus courante) ne t'aidera pas à ___ (désir) !"
- "Fais ceci pour ___" (comment passer de A à B)
- "5 erreurs toxiques à éviter si tu veux ___" (désir)
- "Le plus grand malentendu à propos de ___" (démonte un mythe)
- "Tu as fait ___ de travers toute ta vie !" (un sujet spécifique)
- "3 règles pour débloquer ___" (un résultat spécifique)
- "5 façons de___" (atteindre un résultat désiré)
- "Cette astuce va te couper le souffle !"
- "Mon parcours de 0 à ___" (nomme ton statut actuel)
- "Le vrai secret à propos de ___" (un sujet spécifique)
- "Tu ne vas pas croire cette astuce ___ !"
- "Ma stratégie secrète pour ___"
- "La manière la plus rapide de ___ maintenant"
- "Si tu veux ___ tu dois essayer ça !"
- "Top 5 conseils pour ___"
- "Comment maîtriser___"

ACCROCHES BONUS

- "5 faits surprenants à propos de ____"
- "Si tu veux atteindre X, tu dois ____"
- "Les stratégies les plus efficaces pour ____"
- "Mes meilleures ressources pour ____"
- "Ces 3 idées fausses à propos de ____"
- "Les façons les plus négligées de ____"
- "La chose n°1 que tu dois savoir à propos de ____"
- "Je n'aurais jamais pensé pouvoir ____"
- "Le meilleur conseil que j'ai jamais reçu à propos de ____"
- "Dans les coulisses de ____"
- "La chose que tu fais mal et qui t'empêche d'atteindre (l'objectif)?"
- "Tu en as marre de (problème) ? Voici comment le résoudre."
- "Ne fais pas ces erreurs quand (tâche ou objectif)"
- "La vérité à propos de (idée fausse ou croyance commune)"
- "La manière (adjectif) d'améliorer ta (compétence ou tâche)"
- "(Nombre) choses que tu ne savais pas que tu pouvais faire avec (produit ou service)"
- "Le guide ultime pour maîtriser (compétence ou tâche)"
- "Les meilleures astuces (compétence ou activité) pour (tâche ou problème)"

(Nombre) raisons pour lesquelles (sujet) est important"

- ""Les Do et les Don'ts de ____"
- "Si tu veux atteindre X, tu dois ____"
- "Les erreurs les plus courantes quand ____"

ACCROCHES BONUS

- La vérité surprenante à propos de ____
- "Le secret pour ____"
- "Top 5 des outils pour ____"
- "La liste ultime de vérification pour ____"
- "Comment surmonter ____"
- "Les tendances les plus populaires dans ____"
- "Les stratégies les plus efficaces pour ____"
- "Comment je suis passé(e) de X à Y : Les façons d'obtenir ton premier ____"
- "Arrête de faire cela si tu veux X : Vole mon ____"
- "Arrête de faire ces erreurs ____"
- "5 faits que tu ne connaissais pas à propos de ____"
- "3 raisons pour lesquelles tu dois commencer ____"
- "La science derrière ____"
- "Mes meilleures ressources pour ____"
- "Comment booster ton ____"
- "Les 5 choses principales que tu dois savoir sur ____"
- "Le secret pour atteindre ____"
- "Dans les coulisses de ____"
- "Les erreurs les plus courantes quand ____"
- "Comment je suis passé(e) de X à Y ____"
- "Le guide ultime pour ____"
- "Un guide étape par étape pour ____"

CALL TO ACTION

Les CTA (appels à l'action) dans tes Reels sont importants pour augmenter l'engagement, le temps de visionnage et la conversion des followers/clients ! Tout comme ton accroche, tu as plusieurs options différentes quand il s'agit de tes CTA.

1. CTA à l'écran : Cela peut être utilisé soit pour envoyer tes spectateurs vers ta légende pour plus d'informations, soit pour les inciter à prendre une action spécifique (par exemple, commenter ou envoyer un DM avec un mot-clé spécifique).

Je dis toujours "Lire la légende" pour que mon public en sache plus sur la publication.

2. CTA dans la légende : Tu devras inclure au moins un CTA dans ta légende, et n'hésite pas à en inclure plusieurs !

Utilise ton CTA dans la légende pour inciter les spectateurs à prendre une action spécifique (par exemple, te suivre, commenter quelque chose de spécifique, envoyer un DM, partager leur point de vue, etc.).

J'utilise toujours 2 CTA qui ressemblent à "commente digital pour que je t'envoie le lien" ou "suis @**** pour plus de conseils + d'inspiration".

P.S. Sur la page suivante tu auras tes BONUS CTA !

CTA BONUS

- Voir la légende pour plus 🙋
- Commente [MOT] pour avoir le lien vers ____
- Identifie quelqu'un que tu connais qui a besoin de voir ça !
- Décris ta journée en 3 emojis ↓
- Trouve une légende pour ça !
- Lève la main si tu te reconnais ! 🙋
- Rendez-vous dans mes stories pour plus d'infos !
- Partage l'amour ! Mentionne ton amie d'affaires dans les commentaires
- N'oublie pas de SAUVEGARDER cette publication pour plus tard !
- Suis-moi pour plus de contenu comme celui-ci
- Partage ça avec la première personne qui apparaît lorsque tu appuies sur partager
- Partage ton avis dans les commentaires
- Partage ça avec une amie qui ____
- Tu te reconnais ? Commente ci-dessous !
- Rendez-vous sur le lien dans ma bio pour obtenir le guide gratuit
- Vole ma stratégie dans la légende
- Si tu as trouvé cette publication utile, sauvegarde-la pour plus tard !
- Des questions ? Commente ci-dessous !
- Rendez-vous sur le lien dans ma bio pour réclamer le tien !
- Si tu es d'accord, commente ton emoji préféré !
- Qu'ai-je oublié ? Commente ci-dessous !
- Sauvegarde cette publication pour la prochaine fois que tu auras besoin de ____
- Va voter pour ton favori dans mes stories !
- Les places sont limitées, réserve la tienne maintenant !
- Aime cette publication si tu ____
- Active les notifications pour ne pas rater ____

4

DIFFUSER TON MESSAGE

Le succès des Réels sur Instagram repose sur la diffusion efficace du message principal, tant sur le fond que sur la manière de le présenter. De plus, l'ajout d'une signature à la fin de chaque Réel est crucial pour inciter les spectateurs à s'abonner au compte, renforçant ainsi l'engagement et l'impact global.

LE MESSAGE PRINCIPAL

Ton message principal est le message que tu vises à transmettre avec ton Reel.

Tu as 2 options : tu peux mettre le "cœur" de ton message principal sous forme de texte à l'écran dans le Reel lui-même;

OU l'inclure dans ta légende et utiliser un CTA rapide pour envoyer les gens vers ta légende comme je viens de le démontrer.

Rappelle-toi, ton message principal est un contenu soit partageable soit enregistrable - donc, voici quelques questions à te poser :

Fournis-tu de la valeur à ton client ou follower idéal ? Ton message est-il facile à re-expliquer pour ton client ou follower idéal ? Ton message donne-t-il des idées, de l'encouragement ou des conseils de quelque sorte ?

Ton message principal n'a pas besoin de faire TOUTES ces choses, mais il devrait en faire au moins une !

Puisque nous créons des Reels sans visage, ton contenu devra être captivant pour attirer encore plus de personnes !

Pour décider si tu dois afficher ton message principal à l'écran ou dans la légende, voici quelques conseils :

Inclus-le à l'écran seulement si tu peux le faire sans surcharger l'écran, rendre le texte difficile à lire ou prolonger trop la vidéo.

Si tu choisis de l'afficher à l'écran, assure-toi de monter la vidéo de manière à ce que le texte apparaisse en synchronisation avec le rythme ou les chutes de beat de ta musique sélectionnée.

C'est encore mieux si tu présentes juste un petit morceau de texte à la fois !

Si c'est trop de texte, **utilise simplement un appel à l'action** juste après avoir accroché les spectateurs pour les diriger vers ta légende.

TA SIGNATURE

Ta signature est une phrase d'appel à conserver et à faire suivre que tu placeras à la fin de chaque légende. Elle permettra à tes spectateurs de savoir très rapidement qui tu es et pourquoi ils voudraient te suivre.

J'ai remarqué une augmentation substantielle de mes abonnés lorsque j'ai commencé à mettre en place une signature simple sur chaque vidéo !

La plupart du temps, elle sera placée à la toute fin, donc seules les personnes intéressées qui lisent jusqu'au bout seront incitées à te suivre.

Cependant, il est également bénéfique de la placer parfois au début, car tout le monde ne lit pas jusqu'au bout !

Voici un exemple :

"En premier, suis @***** pour plus de conseils sur les réseaux sociaux"

Voici ce que j'utilise sur la plupart de mes reels :

Suis @***** pour plus de conseils + de motivation



Court, doux, direct. Je dis essentiellement à mon spectateur de me suivre si il/elle a aimé cette vidéo et veut en voir plus du même genre. Et ça fonctionne !

ASTUCE : Utilise la fonction "Remplacement de texte" dans les paramètres de ton téléphone pour enregistrer ta signature avec un raccourci afin de ne pas avoir à la retaper à chaque fois.

5

CRÉATION DE TES REELS

Découvre dans ce module tout ce qu'il faut savoir pour créer des Réels percutants sur Instagram, de la couverture à la description, en passant par l'utilisation des tendances. Que tu sois débutant(e) ou expérimenté(e), ce cours te fournira les outils nécessaires pour captiver ton audience et renforcer ta présence sur la plateforme.

TREND AUDIO

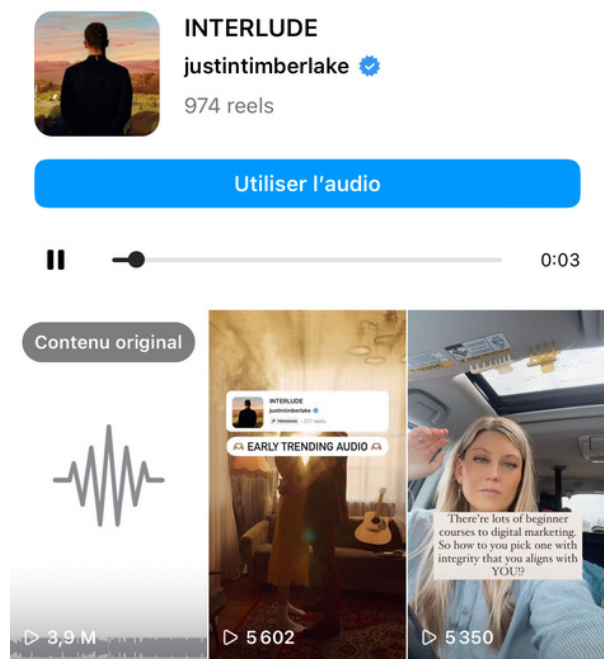
LES SONS TENDANCES

Un audio "tendance" est essentiellement un audio qu'Instagram a mis en avant comme étant populaire. Utiliser un audio tendance est ESSENTIEL si tu veux toucher plus de personnes, car Instagram est plus susceptible de diffuser ta vidéo à un plus large public.

Tu sauras qu'un audio est tendance s'il a la flèche diagonale vers le haut. Si tu cliques sur cette flèche sur une vidéo, elle te conduira à toutes les vidéos utilisant cet audio et tu pourras voir combien de fois cet audio spécifique a été utilisé.

Ensuite, si tu cliques sur ce bouton :
tu verras une liste des 50 principaux audios tendances !

Je recommande d'utiliser des audios tendances avec moins de 5 000 à 10 000 utilisations maximum. Encore mieux : la vidéo "originale" a plus de 1 million de vues avec des commentaires récents des derniers jours.



Astuce : utilise ton temps de scrolling judicieusement ! Pendant que tu défiles sur IG et trouves des vidéos, des audios et/ou des tendances que tu aimes, ENREGISTRE-LES ! Tu peux enregistrer des Reels dans des dossiers et tu peux également enregistrer tes audios préférés pour les utiliser plus tard. Assure-toi simplement qu'ils sont toujours tendance lorsque tu décides de les utiliser.

PHOTO COVER

LES COUVERTURES

La photo de couverture de ton Reel est ce que les gens verront à la fois dans la "grille" de ton profil (la vue principale de ton profil) et dans l'onglet de tes Reels.

Idéalement, tes photos de couverture rendent clair le contenu de chaque Reel, s'harmonisent avec ta marque et incitent quelqu'un à cliquer sur ta vidéo s'ils ont visité ton profil.

La plupart des gens sont d'accord pour dire que des profils parfaitement alignées et esthétiquement plaisantes ne sont pas nécessaires.

Cependant, je pense qu'il est toujours important de rester fidèle à ta marque et de t'assurer que les photos de couverture de tes Reels représentent correctement ce à quoi s'attendre.

Tes options :

- Choisis un cadre existant de ta vidéo comme couverture. Assure-toi que le cadre que tu choisis inclut au moins le texte à l'écran "hook".
- Télécharge une photo de couverture depuis ta pellicule. Tu peux utiliser Canva ou CapCut pour concevoir une photo de couverture si nécessaire (utilise la taille 1080 x 1920 pour une photo de couverture de reel)



CAPTION

LES DESCRIPTIONS OU LÉGENDES

N'oublie pas, ta légende doit commencer par un accroche forte qui incite les gens à développer ta légende pour lire le contenu entier, surtout si ton message principal se trouve dans ta légende.

Quelques conseils pour ta légende :

Si ta légende fait plus de quelques phrases, assure-toi de séparer les lignes avec un espace régulièrement. C'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.

La narration est essentielle ! Partage tes expériences, sois vulnérable et honnête (même sans montrer ton visage). C'est crucial si tu veux gagner la confiance, convertir des spectateurs en abonnés et des abonnés en clientes.

Utilise des emojis mais ne les utilise pas à l'excès.

digitalbosscorner 🍷 Ça devrait être une évidence, mais...

Il n'y a jamais de bon moment et on ne démarre JAMAIS parfaitement. On démarre tous d'ailleurs en bas de l'échelle. Mais ce qui fait la différence, c'est l'ACTION.

Car si tu veux quitter ton CDI, avoir plus de flexibilité, du temps pour toi, d'argent, voyager quand tu le veux et organiser ton temps comme tu l'entends... tout ce que tu as à faire est de COMMENCER

- ✅ à te FORMER
- ✅ à créer ou reprendre des PRODUITS DIGITAUX
- ✅ à créer du CONTENU (sans te montrer c'est possible, regarde ce Reel)
- ✅ à te construire un PERSONAL BRANDING fort
- ✅ à VENDRE et AUTOMATISER
- ✅ En gros, tout ce dont tu as besoin pour vivre du digital à 100%

Dans un an, tu regarderas derrière toi et seras tellement fier(e) d'avoir sauté le pas, d'être passé(e) au dessus de tes peurs et croyances, crois-moi.

C'était mon cas et je sais à 100% comment ça va se passer pour toi : TU PEUX AUSSI LE FAIRE!

👁️ Si tu rêves de démarrer un business en ligne à succès, mais que tu ne sais pas par où commencer, je suis là pour te le dire : c'est possible avec le bon état d'esprit et le bon dévouement.

🍷 Maintiens cette pensée et commente "GO", je t'envverrai toutes les infos nécessaires pour démarrer ton business en ligne rentable dès aujourd'hui 🗨️

✅ Et abonne-toi à @digitalbosscorner si tu veux cartonner dans le digital ✨

#marketingdigital #independancefinanciere
#libertefinanciere #revenueenligne #produitdigital
#revenuspassifs #businessenligne #entrepreneuriat #ugc

Si ta légende est accrocheuse, engageante et assez longue (séparée avec des espaces), cela t'aidera à obtenir plus de temps de visionnage sur ton Reel (surtout s'il s'agit d'un clip court de 5 à 7 secondes), ce qui signifie qu'il devrait être diffusé à un plus grand nombre de personnes.

Assure-toi d'inclure ton accroche, ton appel à l'action, tes hashtags et mots-clés, ainsi que ta signature à la fin.



HASHTAGS MOTS-CLÉS

Les hashtags ne sont PAS obsolètes.

Beaucoup de gens prétendent qu'ils le sont, mais BEAUCOUP de professionnels recommandent toujours de les utiliser et personnellement, je peux toujours trouver beaucoup de contenu que j'aime en utilisant des hashtags !

Peut-on obtenir une grande visibilité sans eux ? Bien sûr, mais je ne pense pas que les utiliser te nuira ! En fait, j'ai constaté qu'utiliser des hashtags sur un tout nouveau compte aide l'algorithme à savoir où regrouper ton contenu et à qui pousser ton contenu !

Si tu choisis d'utiliser des hashtags dans ta légende, je me concentrerais sur des hashtags moins saturés. Il est moins probable que ta vidéo soit trouvée avec un hashtag qui a des millions d'utilisations. Une bonne règle à suivre est d'utiliser des hashtags entre 50k et 100k utilisations pour une meilleure visibilité.

Les mots-clés sont une nouvelle mise en avant sur Instagram.

En gros, tu veux t'assurer que ton texte à l'écran ET ta légende contiennent des mots-clés pertinents afin que l'algorithme diffuse ton contenu aux bonnes personnes.

Par exemple, certains mots-clés que j'aime m'assurer d'inclure quelque part dans mon Reel et/ou ma légende sont : entrepreneur(e), travail à domicile, produits digitaux, marketing digital, etc. J'aime répéter les mêmes mots-clés tout au long de ma légende environ 4 à 5 fois pour de meilleurs résultats.

Si ta légende est courte ou s'il y a des mots-clés que tu veux ajouter, tu peux toujours les taper en dessous de tes hashtags dans ta légende.

#revenupassif #cashflowpositif #libertéfinancière
#investissementpassif

[Marketing digital, créateur de contenu, conseils sur les réseaux sociaux, comment gagner de l'argent en ligne, comment gagner de l'argent à partir de la maison, croissance d'instagram]

SOIS CRÉATIF(VE) & ORIGINAL(E)

Un bon moyen d'atteindre un public plus large est de te joindre aux tendances dès que possible.

Lorsque tu défiles sur Instagram, fais attention aux tendances des Reels que tu vois encore et encore et utilise-les à ton avantage.

La clé ici est d'ÊTRE ORIGINAL(E) ! Suis les tendances et utilise les audios tendance, mais donne-leur ta propre touche.

Il est normal de s'inspirer d'une tendance, fais simplement de ton mieux pour les rendre uniques.

Même sans suivre les tendances, le fait que tu crées des tendances en faisant les choses en premier te mettra également en avant par rapport à tes pairs.

Il peut être agaçant de voir les mêmes publications encore et encore, mais c'est là que ta véritable créativité ressort et où tu peux t'exprimer de manière unique !

Astuce : Tu n'as pas toujours besoin de réinventer la roue ! Si tu vois un Reel qui a bien fonctionné, recrée-le mais NE le copie PAS. Ajoute ta propre saveur et ta propre touche. Le but du jeu est de modéliser ce qui fonctionne déjà !



DÉCOUPE & TRANSITIONS

La fonction "Découpe" se trouve dans l'application Instagram et est essentiellement une manière de découper un long clip en plusieurs petits clips. C'est une méthode éprouvée pour maintenir l'attention de tes spectateurs plus longtemps car aujourd'hui, notre capacité de concentration est si courte ! Utiliser la fonction de découpe est particulièrement important si ton Reel dure plus de 5 à 7 secondes.

Voici un excellent tutoriel sur l'utilisation de la fonction de découpe.

Cela demande un peu de pratique mais une fois que tu auras compris le fonctionnement, cela ira vite !

De plus, utiliser cette fonction signifie que tu n'as à appuyer sur "enregistrer" qu'une seule fois, tout en conservant l'impression de plusieurs prises.

De même, les transitions entre les clips sont un excellent moyen de rendre tes vidéos plus accrocheuses et dynamiques, et donc de maintenir l'attention des gens plus longtemps !

Voici un excellent tutoriel sur pourquoi tu devrais utiliser les transitions PLUS 5 transitions faciles que tu peux réaliser directement dans l'application Instagram !



6

INSTAGRAM STORIES

Les stories jouent un rôle crucial dans la vente en ligne de produits digitaux. Elles rendent ton compte dynamique pour présenter les fonctionnalités de ton offre, partager des témoignages clients, et créer un lien authentique avec ton audience. Grâce à leur caractère éphémère et interactif, les stories permettent de susciter l'intérêt immédiat des utilisateurs, favorisant ainsi l'engagement et les conversions.

STORIES

Publier sur tes Stories Instagram est un élément de ta stratégie marketing que tu ne peux pas ignorer !

Les personnes qui regardent tes stories s'intéressent à toi et à ce que tu as à offrir ! Je les appelle les "leads les plus chauds".

Je te recommande de publier régulièrement sur tes Stories et de partager des choses telles que : Mises à jour sur tes ventes, captures d'écran de messages/témoignages reçus, ou même juste un aperçu de ton quotidien. Ce sont toutes de bonnes façons de créer un lien avec ton public.

Si tu n'es pas sûr(e) de ce que tu veux partager ou de comment organiser tes Stories, commence par observer les Stories d'autres entrepreneur(e)s sur Instagram pour voir comment ils/elles utilisent les leurs. Et bien sûr, n'hésite pas à jeter un œil aux miennes pour t'inspirer également !

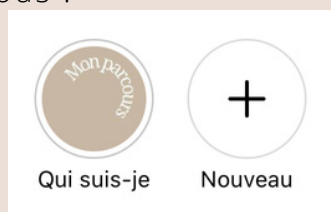
Une fois que tu commences à publier des Stories qui peuvent être utiles pour ton audience, tu voudras créer des Highlights (bulles à la une sur ton profil).



Je te recommande d'avoir des Highlights pour des choses comme :

- Tes résultats
- Ton histoire/ta raison d'être
- FAQ
- Infos sur ton cadeau gratuit
- Infos sur ton produit numérique
- Témoignages

Astuce : Si tu n'es pas sûr(e) de savoir comment ajouter tes bulles à la une tu cliques sur le plus à droite, tu sélectionnes les stories dans l'historique (celles que tu choisis pour remplir ta bulle à la une) tu choisis également une photo de couverture que tu pourras créer avec les tips juste en dessous !



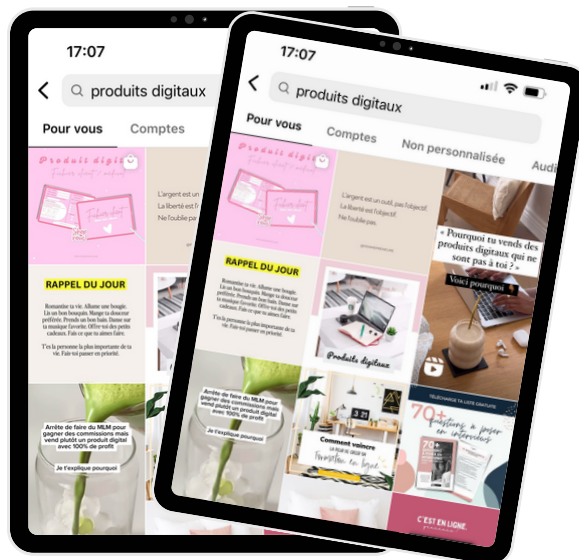
Tu peux utiliser Canva pour créer tes Highlights en créant un projet en format carré, insérer un cercle et personnaliser avec des images, textes etc..



Mais tu peux aussi aller sur Etsy et acheter des Highlights prêts à l'emploi en fonction de ta niche et de ton branding.



Besoin d'inspiration ? Si tu te retrouves un jour à court d'idées, n'hésite pas à faire défiler Instagram pour trouver de l'inspiration auprès d'autres créateurs dans ta niche. Tu as peut-être remarqué que les gens se modèlent souvent les uns les autres - et c'est OK tant que tu ne copies pas mot pour mot !



P.S : Regarde la page suivante je t'offre plein d'idées de Stories pour connecter avec ton audience cible.

IDÉES STORIES

- Partage pourquoi tu as commencé ton entreprise
- Partage ce qui t'a inspiré pour ta marque ou ton nom
- Partage ce qui t'a inspiré pour un produit en particulier
- Partage tes valeurs fondamentales et pourquoi elles te tiennent à cœur
- Partage ta mission et pourquoi ton public en fait partie
- Partage une réussite qu'un client a eue avec toi
- Partage ton histoire de transformation, avant - pendant - après
- Partage une épreuve ou une difficulté et comment tu l'as surmontée
- Partage une erreur que tu as commise et ce que tu en as appris
- Partage une histoire sur quelque chose qui s'est passé cette semaine
- Partage une leçon que tu as apprise cette semaine et comment elle peut les aider aussi
- Partage une idée fausse courante à propos de toi-même ou de ta marque
- Partage quelque chose à propos de toi avec lequel ton public cible pourra s'identifier
- Partage un changement de mentalité que tu as eu en utilisant ton produit
- Partage une histoire drôle ou quelque chose qui t'a fait sourire
- 3 astuces pour t'aider à _____
- 5 outils pour t'aider à _____ Démystifie un mythe du secteur
- Partage une statistique choquante liée à ton secteur
- Partage un tutoriel sur comment faire
- Partage un hack pour gagner du temps lié à ton secteur
- Partage un hack pour économiser de l'argent lié à ton secteur
- Interview un autre expert du secteur
- Fais une séance de questions-réponses en répondant aux principales questions du secteur

IDÉES STORIES

- Partage les meilleurs livres à lire dans ton secteur
- Partage les meilleurs podcasts à écouter dans ton secteur
- Partage des applications utiles dans ton secteur
- Explique pourquoi quelque chose est comme ça dans ton secteur
- Partage un fait historique ou deux lié à ton secteur
- Partage les erreurs à éviter dans ton secteur
- Partage une liste de contrôle pour quelque chose lié à ton secteur
- Partage les avis des clients
- Partage une histoire de transformation client (de ton point de vue)
- Partage du contenu généré par les utilisateurs (par ex. le déballage)
- Fais une démo de produit / une démo de son fonctionnement
- Fais une comparaison de produit avec un concurrent
- Partage des astuces sur comment tirer le meilleur parti de ton produit
- Partage une façon unique et inattendue d'utiliser ton produit
- Partage ce qui rend ton produit unique
- Partage ce que les clients disent qu'ils aiment le plus à propos de ton produit et pourquoi
- Fais faire une critique de produit à un ami/inconnu sur le vif
- Fais une visite guidée du produit (montre tout ce que tu offres)
- Demande des retours sur le produit
- Partage un avant et après de l'utilisation de ton produit
- Partage une idée fausse courante sur ton produit
- Réponds à une objection courante en ce qui concerne l'utilisation de ton produit
- Montre comment ton produit fait gagner du temps aux gens
- Montre comment ton produit permet réellement d'économiser de l'argent aux gens
- Montre à quoi ressemblerait la vie avec ton produit
- Montre à quoi ressemblerait la vie SANS ton produit

IDÉES STORIES

- Partage une citation ou une pensée motivante
- Appelle ton client cible en décrivant qui tu recherches
- Crée du contenu "relatable" basé sur une frustration du secteur ou un moment drôle
- Présente visuellement ta communauté et ce que tu représentes
- Partage une pensée aléatoire avec laquelle ton client cible serait d'accord
- Mets en avant un problème de ton client cible et résous-le
- Montre comment tu es similaire à ton client cible
- Partage une histoire motivante à propos d'un client
- Partage ton souvenir préféré d'un client/de ton entreprise
- Montre comment tes clients sont connectés les uns aux autres
- Partage tes créateurs ou experts préférés à suivre dans ton secteur
- Organise une rencontre dans ton secteur (virtuelle ou en personne)
- Partage une opinion impopulaire avec laquelle ton client cible serait d'accord
- Partage un fait peu commun ou peu connu sur ta communauté
- Indique quel produit quelqu'un devrait acheter en fonction de ses caractéristiques
- Partage une étape importante de ton entreprise ou de ta communauté
- Montre comment tu contribues à améliorer ta communauté environnante
- Partage pourquoi quelqu'un voudrait faire partie de ta communauté
- Fais un défi de 7 jours en partageant des connaissances chaque jour
- Fais un post "Demandez-moi n'importe quoi" et réponds dans les commentaires
- Partage les meilleurs sites web dans ton domaine pour aider

7

CHECK-LIST & TIPS

Ce dernier chapitre va être un récap astucieux auquel tu pourras te référer régulièrement pour être sûr(e) de créer des Réels incroyablement efficaces et de maîtriser la puissance d'Instagram pour promouvoir ton produit digital.

CHEK-LIST



Planifie à l'avance : Ne t'improvises pas. Connais ton message, ton accroche et ton appel à l'action avant d'appuyer sur ce bouton d'enregistrement. Je recommande de planifier une semaine de Reels que tu peux avoir sous la main.



Qualité avant quantité : Mieux vaut avoir un Reel bien réalisé que plusieurs médiocres. Investis du temps dans le montage pour un rendu soigné.



Bref et concis : Les Reels Instagram devraient durer jusqu'à 7 secondes. Rappelle-toi, moins c'est plus. Vise entre 5 et 7 secondes pour un engagement maximal.



Profite des musiques et effets tendance : Utilise la bibliothèque d'Instagram pour trouver des musiques et des effets tendances, ainsi que des modèles pour rendre tes Reels plus captivants et partageables.



Utilise des légendes : Ton accroche a attiré leur attention. Tes légendes doivent contenir suffisamment d'informations pour les inciter à continuer de lire, permettant ainsi à ton Reel de continuer à tourner en boucle. C'est excellent pour l'algorithme.



Engage-toi avec ton public : Réponds aux commentaires et aux questions sur tes Reels. Cela favorise non seulement la communauté, mais augmente également la visibilité de tes Reels. Utilise des outils d'automatisation pour t'aider et gagner du temps.



Analyse et adapte : Utilise les statistiques Instagram pour suivre les performances de tes Reels. Note ce qui fonctionne et affine ta stratégie en conséquence.



Sois authentique : L'authenticité résonne. Sois toi-même, et ton public sera plus enclin à s'engager et à suivre ton appel à l'action.



La constance est la clé : Publier régulièrement augmente tes chances de réussite. Vise à publier au moins 4 à 5 fois par semaine pour maintenir l'engagement de ton public et attirer de nouveaux abonnés.



Fais de la promotion sur plusieurs réseaux : Ne limite pas tes Reels à Instagram. Partage-les sur d'autres plateformes sociales et même dans tes newsletters par e-mail pour maximiser ta portée.

UN BON REEL



- | | | |
|--------|---|--|
| UN | ● | UNE EXCELLENTE ACCROCHE POUR ATTIRER DES ABONNÉS |
| DEUX | ● | DES APPELS À L'ACTION LES INCITANT À SUIVRE, PARTAGER OU SAUVEGARDER |
| TROIS | ● | DES AUDIOS TENDANCES ENTRE 0 ET 10K D'UTILISATIONS (VIDÉO ORIGINALE AVEC PLUS DE 1 MILLION DE VUES) |
| QUATRE | ● | FOURNIR DE LA VALEUR (ÉDUCATION, HUMOUR, INSPIRATION, OU TON HISTOIRE) |
| CINQ | ● | RESTER FIDÈLE À TA MARQUE (POLICES, COULEURS, TON, MESSAGE) |

Voici pourquoi on devrait tous avoir des leads magnet :

CHOIX DE POLICES

Utilise uniquement des polices faciles à lire sur ta vidéo. Si les gens doivent plisser les yeux ou forcer ou si les mots se fondent dans l'arrière-plan, ils passeront rapidement à autre chose.

TA MARQUE

En parlant de polices, je recommande de rester cohérent(e) avec les polices et les schémas de couleurs que tu utilises dans tout ton contenu. Tu veux que ta marque soit reconnaissable !

DURÉE DE LA VIDÉO

La plupart de tes Reels devraient durer entre 5 et 7 secondes. C'est un point de départ éprouvé !

FILTRES

N'en fais pas trop avec les filtres ou n'utilise pas de filtres abstraits fous. Garde ton contenu aussi naturel et brut que possible. En tant qu'utilisatrice active des réseaux sociaux, je passe les publications avec des filtres lourds.

EMPLACEMENT DU TEXTE

Assure-toi que ton texte est dans un endroit facile à lire et n'est pas masqué par ton nom d'utilisateur, le début de la légende, ou les boutons j'aime, commentaire, partager.



SAUVEGARDE AU FUR & À MESURE

“Enregistre comme brouillon” régulièrement. Pour plus de sécurité, sauvegarde tes brouillons sur ta pellicule (tu devras le faire sans l'audio, donc assure-toi d'avoir cet audio enregistré pour l'utiliser plus tard).

Les bugs d'Instagram sont fréquents et la dernière chose que tu veux est de perdre un Reel sur lequel tu as travaillé dur.

PLANIFIE À L'AVANCE

Tu peux créer un Reel et le planifier pour le publier plus tard si nécessaire. Il suffit de cliquer sur “paramètres avancés” et de programmer la date et l'heure de ton Réel.

ANALYSES TES REELS

Tu as besoin d'un compte professionnel ou de créateur pour voir les données analytiques de tes Reels. Ne te stresse pas trop, mais fais attention à ce que les Reels fonctionnent mieux.

Et n'oublie pas, ce n'est pas tout à propos des likes ! Parfois, tu auras plus de partages, de sauvegardes ou de commentaires que de likes. Tout type d'interaction est une bonne interaction !

RÉPONDONS AUX COMMENTAIRES

Prends quelques minutes dans ton temps libre pour passer en revue et répondre aux commentaires. Cela incite les gens à revenir sur ton Reel et améliorera tes taux d'engagement ! Engage-toi avec tes abonnés, pose des questions et construis cette confiance.



SAUVEGARDE AU FUR & À MESURE

Les Reels n'ont pas besoin d'être compliqués ou de prendre beaucoup de temps. Tu peux créer et éditer des Reels directement dans Instagram pour éviter tous les applications techniques.

Certaines personnes ne publient JAMAIS de Reels parce qu'elles pensent qu'il faut des compétences en montage vidéo pour les rendre sophistiqués et de haute qualité. Ne te prends pas la tête ! Essaie et trouve ton style de contenu et tiens-t'en.

SOIS PATIENT(E)

Les Reels prennent parfois leur temps ! Parfois les miens commencent à bien fonctionner DES JOURS/SEMAINES après les avoir publiés.

Si c'est ta première semaine à publier des Reels, continue et reste cohérent(e). L'algorithme ne commence pas à te reconnaître avant la 2ème ou 3ème semaine, et la plupart des comptes ne décollent pas avant les 90 jours alors NO STRESS !

SOIS COHÉRENT(E)

Je ne peux pas insister assez là-dessus ! Joue sur le long terme. Ne publie pas juste pour essayer de devenir viral(e). Garde à l'esprit ton abonné(e) idéal(e) et sois constamment présent(e) pour lui/elle. L'algorithme n'est PAS là pour te nuire !



Shyly Social
FACELESS
STRATÉGIE

The Digital Freedom Academy



LE MOT DE LA FIN

Je voudrais partager une citation avec toi qui m'a toujours marquée :

"Le succès rapide construit l'ego, le succès lent construit le caractère."

Il n'y a RIEN de mal à une croissance lente ! Toute croissance (grande ou petite) est une croissance, et elle devrait toujours être célébrée ! Ne te fie pas au succès rapide et parfois louche de beaucoup de personnes sur les réseaux et concentre-toi sur ta direction et sur ta croissance, en étant persévérant(e) et résilient(e) face à chaque épreuve.

PS. TU AS LA MÉTHODE MAINTENANT IL NE TE RESTE QU'À APPLIQUER.

Ko,