



L'ART DE LA POPULARITÉ

COMMENT DEVENIR
INFLUENCEUR EN
PARTANT DE ZÉRO

SOMMAIRE

PREMIERE PARTIE :	4
COMMENT DEVENIR INFLUENCEUR INSTAGRAM ?	4
1. Pourquoi devenir un influenceur Instagram?	5
2. Influenceurs macro vs micro vs nano	6
3. Qu'est-ce qui fait d'Instagram un outil si populaire aujourd'hui?	7
4. Les étapes pour débiter en tant qu'influenceur.	8
Étape 1: Trouvez votre niche	8
Étape 2: Offrez une présence unique	10
Étape 3: Apprenez à utiliser les hashtags	11
Étape 4: Créez une bonne bio.	12
Étape 5: Conservez votre style photographique.	13
Étape 6: Soyez cohérent avec les messages	14
Étape 7: Interagissez avec les abonnés	15
Étape 8: Marquage et mention des marques	16
Étape 9: Partager avec des histoires	17
Étape 10: Pensez à utiliser un compte professionnel	18
Étape 11: N'achetez jamais d'abonnés.	19
Étape 12: Intégrez votre site Web	20
DEUXIEME PARTIE :	21
DEVENEZ UN INFLUENCEUR REMUNERE	21
1. Ce que recherchent les marques chez un influenceur Instagram.	22
Interactions par post	23
Données démographiques de l'audience	23
Intérêts de l'influenceur	24
Créativité équilibrée avec respect de la marque.	24
2. Comment créer et développer une audience.	26
De combien d'abonnés ai-je besoin?	26
3. Comment monétiser Instagram.	28
Essayez les plateformes de marketing d'influence.	28
Obtenez une connexion directe avec les marques.	29
Participez au marketing d'affiliation	30
Outils et ressources d'aide essentiels aux influenceurs	32

On parle beaucoup d'influenceurs de nos jours, et Instagram est peut-être la plateforme de médias sociaux la plus populaire pour le marketing d'influence. Si vous maîtrisez les médias sociaux, vous avez peut-être même envisagé de devenir vous-même un influenceur Instagram, mais vous ne savez peut-être pas comment commencer.

Être un influenceur Instagram signifie que vous êtes capable de toucher un large public avec une simple image. Et je ne parle pas seulement d'avoir un cercle d'amis et de membres de la famille proches qui suivent votre compte. Pour être un influenceur performant sur n'importe quelle plateforme, vous avez besoin d'un large public de personnes intéressées par votre contenu. Et si vous restez cohérent et que vous construisez une base solide de followers, cela peut attirer beaucoup d'argent.

Alors comment devenir influenceur en partant de zéro ? Ce guide vous montre pas à pas les étapes à suivre pour devenir un influenceur Instagram.

PREMIERE PARTIE :

COMMENT DEVENIR INFLUENCEUR INSTAGRAM ?



Pensez à ceci: on estime que Selena Gomez peut potentiellement gagner 500 000€ par publication Instagram de marques spécifiques. Bien sûr, elle a également un nombre de followers à neuf chiffres; plus de 214 millions, en fait.

Cela ne signifie pas pour autant que vous gagnerez un demi-million avec chaque message. Après tout, certaines célébrités sont incroyablement populaires. Mais cela ne signifie pas que vous ne pouvez pas atteindre vous-même ces sommets du succès.

En fait, chaque influenceur commence à partir de 0 followers. Tout dépend de la façon dont vous vous construisez en tant que marque.

1. Pourquoi devenir un influenceur Instagram?

Le marketing Instagram est un outil très puissant dans n'importe quelle boîte à l'esprit d'entreprise. Cela peut aider les petites entreprises à atteindre plus de clients ou une personne à se transformer en une célébrité en ligne.

La raison la plus évidente pour laquelle vous voudrez peut-être devenir un influenceur Instagram est l'argent. Après tout, qui n'a pas vu d'influenceur montrer son style de vie tape-à-l'œil sur Instagram et s'est dit "Je veux ça!" à un moment ou un autre?

Bien qu'il soit possible de gagner de l'argent en tant qu'influenceur, vous devez être réaliste. Vous ne pourrez probablement pas quitter votre travail du jour au lendemain ou prendre votre retraite à 30 ans. Pourtant, il y a des raisons pour lesquelles vous voudrez peut-être être un influenceur:

- Faire de la publicité pour quelque chose, que ce soit votre blog, votre podcast, votre chaîne YouTube, vos services ou votre boutique en ligne
- Pour faire une différence positive dans le monde et dans les causes qui vous tiennent à cœur
- Améliorer votre réputation en tant qu'autorité dans votre secteur

Bien qu'il n'y ait pas de bonnes ou de mauvaises réponses aux raisons pour lesquelles vous devriez être un influenceur, il est important de savoir quelle est la réponse pour vous. Il peut y avoir plus d'un facteur de motivation, bien sûr, mais vous ne pouvez atteindre vos objectifs que si vous savez vraiment ce qu'ils sont et pourquoi vous les avez.

2. Influenceurs macro vs micro vs nano



Lorsque les gens entendent le mot «influenceur», ils ont tendance à penser à ceux qui comptent des millions d'abonnés et un flux d'argent apparemment sans fin. Bien qu'il s'agisse d'un type d'influenceur, il est loin d'être une image complète.

Saviez-vous que même ceux dont l'audience est relativement réduite peuvent être considérés comme des influenceurs? Jetons un coup d'œil aux quatre types d'influenceurs Instagram: méga, macro, micro et nano.

À la base, la différence entre les trois se résume au nombre d'abonnés. En règle générale, un macro-influenceur compte plus de 100 000 abonnés. Un micro-influenceur compte de 10 000 à 100 000 abonnés et un nano-influenceur compte 10 000 abonnés ou moins. Il y a aussi un quatrième type: le méga influenceur. Un méga influenceur compte plus d'un million d'abonnés. Cependant, comme il est rare que quiconque, sauf une célébrité déjà bien connue, atteigne ce niveau, nous ne nous concentrons pas là-dessus dans ce guide.

3. Qu'est-ce qui fait d'Instagram un outil si populaire aujourd'hui?

La popularité d'Instagram continue de croître. En juin 2018, Instagram comptait plus d'un milliard d'utilisateurs mensuels actifs. Ceci est significatif lorsque vous mettez en perspective le fait que seulement sept milliards de personnes vivent sur Terre.

Avec l'immense nombre de personnes sur la plate-forme, vous pouvez voir à quel point il est facile de diffuser la notoriété de la marque auprès des masses. Et en réalité, les publications Instagram obtiennent 23% plus d'engagement que celles de Facebook!

Selon certains rapports, les influenceurs Instagram peuvent recevoir jusqu'à 1000 dollars par publication en moyenne pour 100000 abonnés. Si vous attirez l'attention de certaines grandes marques, vous pourriez gagner des revenus très importants.

Maintenant, gardez à l'esprit que tous ceux qui s'efforcent de devenir un influenceur n'atteindront pas de tels sommets. D'un autre côté, je ne dis pas non plus que c'est impossible.

Cela demandera simplement plus de travail que de simplement publier une photo une fois par mois.

Alors, comment devenir un influenceur Instagram et commencer à gagner de l'argent et à fidéliser ses fans?

4. Les étapes pour débuter en tant qu'influenceur

Étape 1: Trouvez votre niche



L'étape la plus importante avant même d'allumer votre appareil photo est peut-être de décider d'un créneau pour votre compte. Est-ce une marque commerciale? Vous concentrez-vous sur un secteur spécifique? Quelles sont vos passions?

Votre niche déterminera le type d'audience que vous commencez à accumuler. Par exemple, un compte Instagram axé sur la santé et la forme physique attirerait très probablement un public qui souhaite s'engager davantage à être en bonne santé et à faire de l'exercice.

Ce qui signifie également que ce type de compte Instagram ne sponsorisera probablement pas les plats qui font prendre du poids.

Choisissez ce qui vous motive et ce pour quoi vous voulez être reconnu. Êtes-vous un joueur passionné? Aimez-vous les produits de beauté? Peut-être êtes-vous vraiment motivé par la mode.

Une fois que vous avez choisi un créneau, respectez-le. Changer les choses peut entraîner le départ de certains de vos abonnés.

Regardons quelques exemples.

- Le photographe Jesse Driftwood serait défini comme un macro-influenceur avec ses 164 000 abonnés. (@jessedriftwood / Instagram)

Driftwood partage des photographies des coulisses de sa vie de famille, ainsi que des photos de voyage, des selfies amusants et des aperçus occasionnels du processus de photographie. Sa plate-forme sert à faire la publicité de sa chaîne YouTube, qui compte un nombre encore plus impressionnant de 198 000 abonnés.

- Jessica Pattison DeMelfi (@jessicademelfi) est une micro-influenceuse de la mode avec environ 11 900 followers. Elle reçoit des centaines d'engagements sur chaque poste. DeMelfi est une blogueuse qui utilise sa plate-forme substantielle non seulement pour promouvoir son blog et faire la publicité de produits pour les marques, mais aussi pour défendre des causes en lesquelles elle croit, telles que Black Lives Matter et l'importance du vote.

- Sibel Oxha (@sibelsbeautybar__) est une nano influenceuse dans le créneau de la beauté. Bien qu'elle ait un public relativement restreint d'un peu plus de 4 205 personnes au moment de la rédaction de ce guide, ses abonnés sont très engagés et elle reçoit des centaines de likes, de vues et de commentaires sur la plupart de ses publications Instagram.

Ce ne sont là que quelques-uns des nombreux exemples que vous pouvez utiliser pour vous inspirer. Passez du temps sur Instagram à voir ce que font les gens de votre niche. Un excellent moyen de les trouver est d'utiliser des hashtags (par exemple, #fashioninfluencer, #techinfluencer, etc.).

Étape 2: Offrez une présence unique



En tant qu'influenceur Instagram, vous devez capitaliser sur la partie la plus efficace du développement: VOUS.

Vous devez offrir une vue unique à travers l'objectif lors de la prise de photos. Ajoutez votre propre sens de l'humour ou votre personnalité qui vous séparera des milliards de personnes qui utilisent Instagram chaque mois.

Vous pouvez créer du contenu qui peut sembler similaire aux autres, compte tenu du nombre de personnes sur le hub social. Mais essayez de vous démarquer et de créer votre propre part cette plate-forme.

Prenez ce qui fait de vous un individu unique et exploitez-le au mieux. Être une version honnête de vous-même attirera facilement un public quelconque.

Étape 3: Apprenez à utiliser les hashtags



Comme d'autres plateformes sociales, Instagram utilise des hashtags pour connecter des éléments de contenu similaires entre eux. L'utilisation de ces hashtags améliorera considérablement les chances des nouveaux abonnés de trouver vos photos.

Considérez les hashtags comme une méthode permettant à Instagram de compiler une collection de photos correspondant à un certain thème.

Si vous recherchez les meilleurs tags à utiliser dans vos photos, des outils gratuits comme Instavast vous aident à générer des idées et à montrer la popularité de chacun. Par exemple, vous pouvez utiliser le terme «#fitness» et voir que «#gym» est beaucoup plus populaire.

En fait, il existe de nombreux outils de médias sociaux incroyables sur Internet. Certains d'entre eux sont excellents pour attirer un large public.

Dans tous les cas, il est important que vous trouviez les meilleurs hashtags pour toucher la plus large audience. Ne balancez pas simplement quelque chose parce que vous pensez que cela semble cool.

Étape 4: Créez une bonne bio



Votre biographie sur n'importe quelle plateforme de médias sociaux affecte la façon dont les autres vous perçoivent. Si elle est générique et peu détaillée, les utilisateurs seront moins susceptibles de s'engager avec le compte.

La bio Instagram est essentiellement pour capturer l'intérêt ainsi que leur cœur de vos nouveaux abonnés. C'est pourquoi de nombreux influenceurs Instagram à succès proposeront une courte histoire pour décrire qui ils sont. Gardez à l'esprit que les informations partagées sur cette biographie peuvent être recherchées par d'autres. Donc, si vous êtes un écrivain indépendant professionnel, vous devez l'inclure dans le texte.

Et n'oubliez pas d'inclure un lien vers votre site Web. Vous pourriez aussi bien commercialiser votre contenu que vous-même.

Étape 5: Conservez votre style photographique



Une fois que vous avez choisi un créneau pour Instagram, essayez de vous en tenir au thème général. Cela inclut le style des photos, les filtres spécifiques et la sensation réelle de votre compte.

Par exemple, beaucoup de «gourmets» d'Instagram se concentrent essentiellement sur le partage de photos de plats étonnamment préparés. Il est peu probable que vous voyiez trop d'images dans ces comptes de quoi que ce soit d'autre. Et les abonnés de ces comptes ne veulent rien d'autre.

Les gens vous suivront en raison du type moyen de contenu que vous partagez. C'est un peu comme un blog ou une liste d'abonnés sur YouTube. De nombreux fans veulent une mise en page spécifique et un attrait visuel de tout compte Instagram.

Étape 6: Soyez cohérent avec les messages



La cohérence sur n'importe quelle plate-forme est extrêmement importante. Que vous mettiez en ligne des vidéos sur YouTube ou que vous preniez des photos quotidiennes pour Instagram, les fans doivent se fier au contenu à des intervalles spécifiques. Je ne dis pas que vous ne pouvez pas réussir autrement. Cependant, le maintien d'un flux régulier de contenu permet aux gens de rester engagés et de suivre les profils sociaux.

En réalité, il n'existe pas de véritable chiffre magique pour la fréquence à laquelle vous devez publier. Certains comptes sont extrêmement populaires avec seulement un ou deux par jour, tandis que d'autres produisent des photos toutes les demi-heures.

Tout dépend de la qualité du contenu lui-même. Beaucoup pensent qu'il est plus idéal de publier des photos et des légendes étonnantes moins souvent que de simplement balancer n'importe quelle image tout au long de la journée. Assurez-vous simplement de vous en tenir à un flux de contenu cohérent qui convient le mieux à votre public.

Étape 7: Interagissez avec les abonnés



L'objectif même des médias sociaux est d'être «social». Ce qui signifie que vous devez faire plus que simplement publier du contenu. Vous devez interagir avec les fans et les abonnés, ce qui est vrai quelle que soit la plate-forme sociale que vous utilisez.

Interagir avec les abonnés sur Instagram comprend des éléments tels que: commenter lorsqu'un abonné commente, utiliser des sondages via Instagram Stories pour engager des actions, promouvoir des cadeaux, organiser des contenus ou suivre d'autres personnes et commenter leurs photos.

Voyez-vous le point commun de ces suggestions? Il s'agit d'interagir avec les autres sous une forme ou une autre. Les gens adorent être appelés ou engagés par des influenceurs sociaux. Cela leur donne le sentiment d'être «importants». Ce qu'ils sont. Et établir des liens à un niveau personnel augmente considérablement votre efficacité en tant qu'influenceur.

Étape 8: Marquage et mention des marques



Si vous souhaitez attirer immédiatement l'attention d'une marque sponsorisée potentielle, commencez par les marquer sur des photos. Il apparaît souvent dans le fil de la marque et a le potentiel de faire la lumière sur votre profil Instagram.

Ce n'est pas non plus une mauvaise idée d'envoyer des messages directs à des marques ou à d'autres influenceurs étroitement liés à votre niche. Lorsque vous commencez à créer un réseau, vous rencontrez une myriade de personnes qui peuvent être en mesure de vous aider à grandir et à progresser.

Assurez-vous simplement que vous essayez de contacter d'autres personnes et entreprises qui sont pertinentes pour votre créneau.

Il est également préférable de le faire si vous avez une croissance régulière de vos abonnés. Les marques sont moins susceptibles de vous payer pour une publication sponsorisée si vous n'avez que 50 abonnés.

Étape 9: Partager avec des histoires



Des photographies et des légendes simples ne peuvent pas faire grand-chose pour attirer et fidéliser un public. Pour tirer le meilleur parti de votre rôle d'influenceur Instagram, vous devez ajouter des histoires.

Les histoires sont efficaces car elles vous permettent de raconter une histoire à travers des images ou en enregistrant de courts extraits de vidéo. Et comme ils apparaissent en haut de l'application des utilisateurs, cela n'encombre pas son flux.

L'une des raisons pour lesquelles Instagram Stories est si efficace est qu'elle vous donne une chance d'être «réel» avec les abonnés. En ajoutant l'élément humain et narratif, vous semblez plus accessible à vos fans.

Étape 10: Pensez à utiliser un compte professionnel



Passer à un compte professionnel Instagram ouvre toutes sortes de portes pour un influenceur. D'une part, il semble plus professionnel lorsque vous essayez de trouver des filiales ou des entreprises prêtes à vous remettre de l'argent pour un poste.

La deuxième caractéristique d'un compte professionnel est l'accès aux données des fans. Ceci est extrêmement utile pour déterminer les données démographiques de votre public ainsi que pour trouver les publications qui suscitent le meilleur engagement.

Avec ces informations, vous pouvez produire du contenu sur Instagram qui est le plus susceptible d'attirer et de fidéliser de nouveaux abonnés.

Pour devenir un influenceur Instagram, tout dépend de la diffusion du contenu que les gens veulent absorber. Les données du compte professionnel peuvent jouer un rôle déterminant dans vos futures publications.

Étape 11: N'achetez jamais d'abonnés

Pour rendre votre compte plus sympathique, vous pourriez être tenté d'acheter des abonnés. Ceci est considéré comme une mauvaise pratique et ne permet pas vraiment d'être qualifié d'« influenceur ».

Pourquoi est-ce?

Parce qu'un «influenceur» est censé influencer les comportements des followers. C'est la raison pour laquelle les marques paient pour les publications de sponsoring... pour générer des ventes supplémentaires auprès de l'audience d'un influenceur.

Si vous avez de faux comptes, il est peu probable qu'une entreprise constate un retour sur investissement élevé en vous utilisant. Étant donné que de nombreuses entreprises suivent ces données, il est facile de voir si elles perdent de l'argent grâce aux publications sponsorisées.

Une autre chose que je dois souligner est que l'achat de faux abonnés ne contribue pas non plus au facteur «engagement». Les entreprises qui payent veulent un influenceur actif sur les réseaux sociaux.

Étant donné que les faux comptes ne sont pas interactifs, cela joue mal dans la façon dont vous êtes perçus par ces entreprises.

Étape 12: Intégrez votre site Web

Un excellent moyen d'atteindre un public qui ne connaît peut-être pas votre compte Instagram est de l'intégrer au site Web. En fait, vous pouvez facilement connecter Instagram à WordPress et afficher votre flux de différentes manières.

Cela donne aux visiteurs de votre site une chance de suivre le flux. Par exemple, vous pouvez afficher les 10 dernières photos dans la barre latérale de votre site Web avec un bouton «Suivre».

Certains développeurs iront jusqu'à mettre en place une page entière dédiée aux photos Instagram sur le site.

Ce que je veux dire, c'est que vous pouvez tirer parti de votre blog, de votre site professionnel ou d'autres éléments de contenu pour attirer des abonnés supplémentaires. Dans tous les cas, cela aidera sûrement à faire connaître votre profil social.

DEUXIEME PARTIE :

DEVENEZ UN INFLUENCEUR REMUNERE



En réalité, à peu près tout le monde peut devenir un influenceur Instagram. Lorsque vous pourrez faire preuve d'expertise, de professionnalisme et engager directement les abonnés, les gens viendront en masse.

Cependant, vous devez également garder à l'esprit tout le travail qu'il faudra pour vous amener au niveau de réussite en tant que quelqu'un comme Selena Gomez.

Le fait est que vous n'avez pas besoin de millions d'abonnés pour être un influenceur. Quelques milliers suffisent largement pour avoir un réel impact!

1. Ce que recherchent les marques chez un influenceur Instagram



Les marques sont pointilleuses sur les influenceurs avec lesquels elles travaillent. Par conséquent, si vous souhaitez travailler avec des marques en tant qu'influenceur, vous devez garder cela à l'esprit lorsque vous développez votre chaîne et votre plate-forme.

Naturellement, les préférences et les exigences d'une marque varient en fonction de l'industrie. Vous devriez étudier ce que font les influenceurs qui réussissent dans votre créneau non pas pour les imiter, mais pour prendre note des modèles ou des thèmes communs parmi ceux qui réussissent.

En termes généraux, voici quelques éléments que les marques pourraient rechercher lorsqu'elles choisissent un influenceur des médias sociaux avec lequel travailler.

Interactions par post

Le nombre d'adeptes à lui seul n'est pas si important que cela. Avoir 10000 abonnés qui ignorent pour la plupart votre contenu est beaucoup moins précieux que d'avoir 2000 abonnés qui s'accrochent à chacun de vos mots. Par conséquent, les marques sont susceptibles de regarder les niveaux moyens d'engagement : j'aime, commentaires et vues que vos publications Instagram reçoivent.

Si vous avez un nombre important de followers mais un engagement faible, il y a de fortes chances que votre contenu soit le problème. Vous devrez jeter un œil critique sur ce que vous publiez et déterminer ce que vous devez faire différemment si vous souhaitez renforcer votre engagement et travailler avec les marques en tant qu'influenceur. En d'autres termes, lorsque vous décidez quoi publier sur Instagram, laissez votre public vous guider.

Données démographiques de l'audience

Cela semble évident, mais une marque ne voudra travailler avec un influenceur que si l'audience de cette personne s'aligne sur les objectifs de la marque. Par exemple, une marque qui souhaite vendre de la mode de luxe à des jeunes femmes a peu de chances de travailler avec un influenceur dont le public est principalement composé d'hommes, quelle que soit la qualité de leur contenu et de leurs indicateurs. De même, une entreprise locale ou régionale en France ne tirera pas beaucoup d'avantages à travailler avec un influenceur dont le public est principalement basé au Canada.

Si vous voulez réussir en tant qu'influenceur, vous aurez besoin d'une solide compréhension de votre public. Qui sont-ils? Quel est le sexe, l'âge et la répartition géographique de vos abonnés? Ensuite, vous pouvez travailler avec des marques dont le public cible correspond au vôtre.

Intérêts de l'influenceur

Vous serez peut-être surpris de voir à quel point cela compte. Une marque peut souhaiter travailler avec vous en fonction de quelque chose dont vous parlez régulièrement, même s'il ne s'agit pas de votre sujet principal.

Voici un exemple: la micro-influenceuse Kirsten (@brightyellowdoor) gère un site de style de vie, bloguant sur les améliorations à la maison, la maternité et la nourriture. Son Instagram se concentre sur ses projets de bricolage et de décoration intérieure. Cependant, elle montre fréquemment à quel point elle aime le café, ce qui l'a amenée à s'associer à Bulletproof Coffee, une entreprise qui fabrique du café pour les personnes suivant un régime cétogène.

Alors qu'est-ce que tu aimes? Êtes-vous un fier parent, un amoureux des animaux ou quelqu'un avec un passe-temps unique et intéressant? Assurez-vous que cela se reflète dans votre contenu Instagram, car vous ne savez jamais les opportunités que cela pourrait ouvrir!

Créativité équilibrée avec respect de la marque

Lorsqu'il s'agit d'influencer les médias sociaux, ce sont souvent des personnes très créatives qui réussissent bien. C'est parce qu'ils peuvent penser à des moyens amusants, mémorables et attrayants de faire valoir leur point de vue. Par conséquent, les marques aiment souvent s'associer à des influenceurs créatifs qui peuvent apporter leurs propres idées et créer un partenariat vraiment unique.

Cependant, les influenceurs doivent également être prêts à s'en remettre à l'identité de marque d'une certaine manière. Les marques ne veulent pas travailler avec quelqu'un dont l'attitude est «ma façon est la seule façon». Par conséquent, restez adaptable et allez à table avec une marque en tant que collaborateur. Partagez vos idées et faites preuve de créativité, mais tenez également compte de leurs besoins. Si vous êtes trop difficile à travailler, ils ne reviendront pas une seconde fois.

Voici un exemple.

L'influenceuse Julia Zelg (@juliazelg) est connue des fans pour ses tenues accrocheuses et ses cheveux rose vif. Dans ce partenariat avec la marque de mode @aprilalexshop, elle a conservé son sens unique du style tout en remplaçant les cheveux roses et le maquillage par du bleu vif afin de mieux compléter l'identité de la marque.

Il est tout à fait possible de rester fidèle à vos abonnés et à votre public tout en s'adaptant aux besoins d'une marque. Vous avez juste besoin d'être créatif.

2. Comment créer et développer une audience

L'aspect le plus difficile pour devenir un influenceur Instagram à succès réside peut-être dans la constitution, la croissance et la fidélisation d'un public. Vous avez peut-être les images les plus étonnantes et les idées de contenu les plus créatives et originales, mais si vous n'avez pas de personnes avec qui les partager, vous ne réussirez pas en tant qu'influenceur.

De combien d'abonnés ai-je besoin?

Vous serez peut-être heureux de savoir que la réponse à cette question n'est probablement pas aussi importante que vous le pensez. Comme nous l'avons déjà mentionné, les influenceurs sont de toutes tailles et plus d'abonnés, ce n'est pas toujours mieux. Il peut être tout aussi gratifiant d'être un micro ou un nano influenceur avec un public très engagé et fidèle.

Bien que davantage d'abonnés puissent vous mettre un pied dans la porte avec les marques, ce sont vos taux d'engagement et la qualité de votre contenu qui concluront l'affaire. Alors concentrez-vous sur la croissance de votre audience, mais accordez au moins autant d'attention à l'augmentation de vos taux d'engagement et à l'amélioration de la qualité de votre contenu.

Comment augmenter le nombre d'abonnés Instagram?

Il y a une réponse courte à cette question : patience et cohérence. Vous devez publier régulièrement du contenu de haute qualité si vous souhaitez créer une audience, et cela peut prendre plus de temps que vous ne le souhaiteriez. Le succès du marketing d'influence est très rare.

Voici quelques autres conseils que vous pouvez suivre pour vous aider à obtenir plus de nouveaux abonnés sur Instagram:

- Utilisez le contenu vidéo, Instagram Live et Stories, ainsi que la publication des photos Instagram traditionnelles.
- Créez une stratégie Instagram et respectez un calendrier de publication. Un par jour au minimum est idéal.
- Les outils de gestion des réseaux sociaux vous aident à publier constamment au bon moment.
- Entrez une recherche robuste de hashtag et utilisez pleinement tout l'espace pour les hashtags dans chaque publication. L'utilisation efficace des hashtags garantira que les bonnes personnes voient votre contenu, même si elles ne vous suivent pas encore.
- Collaborez avec d'autres personnalités et influenceurs Instagram. Vous pouvez effectuer des prises de contrôle, partager le contenu des uns sur des histoires ou utiliser des fonctionnalités "Pleins feux sur..." où vous partagez les chaînes des autres avec votre audience. Gardez un œil sur vos analyses. Vous aurez besoin d'un compte professionnel Instagram (qui est gratuit) pour cela.

Quel type de contenu suscite le plus d'engagement? Quels moments de la journée ou quels jours de la semaine donnent la meilleure réponse? Utilisez ces données pour continuer à améliorer votre contenu Instagram. Organisez un concours ou un cadeau. Assurez-vous que les gens vous suivent pour être éligible!

Quoi que vous fassiez, ne soyez pas tenté d'acheter des abonnés. Vos taux d'engagement en souffriront et vous ne verrez pas les résultats souhaités si vous avez beaucoup de faux abonnés. Il est préférable de prendre votre temps pour créer un public de personnes réelles qui aiment vraiment ce que vous faites et se soucient de ce que vous avez à dire.

3. Comment monétiser Instagram

Vous avez choisi votre créneau, vous créez du contenu de qualité et votre audience s'élargit. Toutes nos félicitations! Maintenant quoi? Il est maintenant temps de commencer à se concentrer davantage sur la monétisation de votre compte Instagram.

Essayez les plateformes de marketing d'influence

Une plateforme de marketing d'influence est une solution qui permet aux marques de se connecter rapidement et facilement avec des influenceurs potentiels. Certaines de ces plateformes sélectionnent les influenceurs éligibles selon un algorithme. D'autres, cependant, permettent aux influenceurs de se lister dans l'espoir que les marques les trouveront.

Voici quelques plates-formes que vous voudrez peut-être consulter pour commencer:

Hivency, Influence4you, Natividi, Influens Me, BeInfluence, Kolsquare...

Ce ne sont là que quelques-unes des plateformes de marché d'influence que vous aimeriez peut-être consulter. Essayez-en plusieurs pour voir ce qui fonctionne pour vous.

Obtenez une connexion directe avec les marques

Une autre façon de commencer à monétiser votre compte Instagram est de vous connecter directement aux marques, plutôt que de passer par une plateforme de marketing d'influence. Cela peut conduire à des opportunités de publications sponsorisées, qui peuvent être lucratives.

La meilleure façon de se connecter avec une marque est de s'assurer que votre contenu apparaît régulièrement dans leur flux Instagram. Cela signifie fournir un flux cohérent et régulier de publications intéressantes et vous assurer que vous utilisez les bons hashtags. Vous devez également utiliser des balises géographiques pour ajouter votre emplacement à vos publications, car de nombreuses marques locales et régionales préfèrent travailler avec des influenceurs dans leur région.

Une autre façon d'attirer l'attention des marques avec lesquelles vous souhaitez travailler consiste à interagir avec leur contenu. Commentez régulièrement leurs publications et répondez à leurs histoires.

Enfin, vous pouvez les taguer sur votre contenu lorsque cela est pertinent. Par exemple, si vous trouvez une nouvelle gamme de produits cosmétiques que vous aimez, vous pouvez publier une photo de votre dernier relooking et étiqueter l'entreprise dont vous avez utilisé les produits. Si vous allez dans un café ou un restaurant incroyable, prenez une photo de votre commande et identifiez la marque dans la légende, en les félicitant pour la nourriture ou le service. Les marques adorent travailler avec des influenceurs qui aiment vraiment leurs produits, alors soyez authentique, et lorsque vous trouvez quelque chose que vous aimez, n'ayez pas peur de publier à ce sujet.

Participez au marketing d'affiliation

Le marketing d'affiliation est une autre façon pour de nombreux influenceurs de gagner de l'argent sur Instagram. Les spécialistes du marketing affilié travaillent avec les marques dans le cadre d'un système de partage des revenus. Vous partagez des liens vers les produits d'une entreprise et, lorsque quelqu'un achète à l'aide de votre lien, vous percevez une commission. Certaines entreprises vous enverront également un produit gratuit, que vous pouvez utiliser, vous permettant de donner à vos lecteurs une perspective de première main.

Les programmes d'affiliation existent dans tous les créneaux auxquels vous pouvez penser, et tous les programmes réputés sont libres d'adhérer. Vous pouvez en rejoindre autant que vous le souhaitez, mais commencez par un ou deux.

Voici quelques conseils pour vous aider à démarrer avec le marketing d'affiliation sur Instagram:

- Choisissez des produits qui correspondent à ce pour quoi vous voulez être connu. Si vous êtes un influenceur de la mode et de la beauté, choisissez un programme d'affiliation de vêtements ou de cosmétiques. Si vous êtes un influenceur du fitness, choisissez un équipement de fitness à domicile ou un équipement de fitness. Etc.
- Trouvez une niche dans une niche. Si vous pouvez vous adresser à un public hautement spécialisé et le faire correctement, vous serez la personne de référence pour les produits pertinents.

Vous vous demandez comment vous pouvez promouvoir des produits d'affiliation à l'aide d'Instagram, étant donné que vous ne pouvez pas ajouter de liens cliquables à vos publications? Ne vous inquiétez pas: utilisez la solution de contournement «lien dans la bio» et utilisez un outil de création de liens bio Instagram (comme Linktree ou lnk.bio) pour rassembler tous vos liens sur une seule page de destination à laquelle vos fans peuvent accéder à partir de votre profil Instagram. Une fois que vous avez plus de 10 000 abonnés, vous pouvez également utiliser la fonction «glisser vers le haut» pour intégrer des liens directement dans vos histoires Instagram.

Outils et ressources d'aide essentiels aux influenceurs

Si vous souhaitez vous lancer, vous vous demandez peut-être ce dont vous avez besoin pour vous aider à démarrer. Bien que vous puissiez devenir un influenceur avec rien d'autre qu'un excellent contenu et un travail acharné, il vaut mieux avoir un peu d'aide.

Pour vous aider, voici une liste des meilleurs outils pour développer votre Instagram. Elle comprend certains des meilleurs outils de planification de médias sociaux, des plates-formes d'analyse Instagram et des outils de création de contenu.

Voici quelques autres outils, ressources et didacticiels que vous voudrez peut-être également consulter:

- Canva pour éditer vos photos et créer de superbes graphismes de médias sociaux de marque.
- Socialrank pour vous aider à organiser, analyser et gérer votre audience sur Instagram et Twitter, Udemy pour des cours intéressants et abordables sur la façon de devenir un influenceur. Un autre cours Udemy qui vous aidera à apprendre à monétiser votre Instagram en tant qu'influenceur.
- Bannersnack pour vous aider à créer de superbes histoires Instagram. Il est très abordable et il existe un forfait gratuit limité que vous pouvez utiliser pour l'essayer avant d'acheter.
- Bannerbear pour générer automatiquement des visuels de médias sociaux à grande échelle.
- Hashtagify pour trouver les meilleurs hashtags à utiliser avec votre contenu.

Au fur et à mesure que vous vous lancerez dans votre carrière d'influenceur, vous trouverez sans aucun doute les outils qui vous conviennent le mieux. Le plus important est d'investir dans les outils et les ressources dont vous avez besoin, puis de les utiliser correctement.