



Saint-Emilion Tourisme

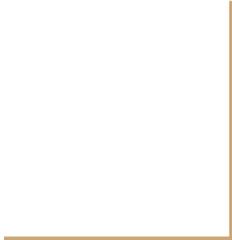
# UTILISER INSTAGRAM POUR VALORISER SA STRUCTURE

Présentation conçue par Saint-Émilien Tourisme.  
Reproduction interdite.  
8 octobre 2020



# Instagram en quelques chiffres

**- 2020 -**



## LE TOP 10 DES RÉSEAUX SOCIAUX EN 2020

Dans le classement des plateformes les plus populaires, Instagram conserve une place de choix :

1. Facebook – 2,701 milliards
2. YouTube – 2 milliards
3. WhatsApp – 2 milliards
4. Facebook Messenger – 1,300 milliard
5. WeChat / Weixin – 1,203 milliard
6. Instagram – 1,082 milliard
7. TikTok - 800 millions
8. QQ – 694 millions
9. Sina Weibo – 550 millions
10. Qzone – 531 millions

# LES CHIFFRES CLÉS D'INSTAGRAM

## Un fort engagement :

- 1,082 milliard d'utilisateurs actifs mensuels / 500 millions d'utilisateurs actifs quotidiens
- Plus de 100 millions de photos et de vidéos publiées au quotidien sur Instagram
- 4,2 milliards de likes comptabilisés chaque jour
- 63 % des utilisateurs d'Instagram l'utilisent chaque jour

## Profil d'utilisateurs :

- 52 % des Instagrammers sont des hommes et 48 % sont des femmes
- 71% des utilisateurs actifs mensuels ont moins de 35 ans



**ET VOUS,  
ÊTES-VOUS  
PRÉSENTS SUR  
INSTAGRAM ?**

**COMBIEN DE  
TEMPS PASSEZ-  
VOUS PAR  
SEMAINE SUR CE  
RÉSEAU SOCIAL ?**

Astuce n°1 :  
Renseigner  
efficacement le  
contenu de sa bio

*- une première étape  
essentielle -*



## RÉDIGER UNE BIO CAPTIVANTE POUR DÉMARRER DU BON PIED

- **Votre nom et votre photo de profil** : choisissez un nom et une photo de profil représentatifs de votre structure. Pour une meilleure cohérence, ils doivent idéalement être les mêmes que ceux utilisés sur vos autres réseaux sociaux.
- **Votre nom d'utilisateur** : c'est le nom qui apparaît dans le fil d'actualité et qui sera le nom de votre compte. Assurez-vous que les utilisateurs puissent reconnaître votre entreprise facilement, qu'il soit court et facile à retenir.
- **Votre bio** : limitée à 150 caractères maximum, cette phrase d'accroche doit donner envie aux utilisateurs de vous suivre.
- **Votre site web** : la bio est le seul endroit où vous pouvez mettre un hyperlien cliquable, utilisez-le !

# L'EXEMPLE DE SAINT-ÉMILION TOURISME

Modifier profil

Changer de mot de passe

Apps et sites web

E-mail ou texto

Notifications push

Gérer les contacts

Sécurité et confidentialité

Activité de connexion

E-mails d'Instagram



mysaintemilion

[Modifier la photo de profil](#)

Nom

Saint-Émilion Tourisme

Aidez les gens à trouver votre compte à l'aide de votre nom le plus connu, que ce soit votre nom complet, votre surnom ou votre nom d'entreprise.

Vous pouvez uniquement changer votre nom deux fois tous les 14 jours.

Nom d'utilisateur

mysaintemilion

Dans la plupart des cas, vous pourrez reprendre votre nom d'utilisateur mysaintemilion pendant encore 14 jours.

[En savoir plus](#)

Site web

<http://www.saint-emilion-tourisme.com/>

Bio

Follow the adventures of Adélaïde & Emmeline in the Saint-Emilion Area! Use #MySaintEmilion to be featured.

Informations personnelles

Fournissez vos informations personnelles, même si le compte est utilisé pour une entreprise, un animal, ou autre chose. Elles n'apparaîtront pas sur votre profil public.

Adresse e-mail

[communication@saint-emilion-tourisme.com](mailto:communication@saint-emilion-tourisme.com)

Numéro de téléphone

+33 5 57 55 28 28

[Confirmer le numéro de téléphone](#)

Genre

Genre

Comptes similaires

Incluez votre compte lorsque vous recommandez des comptes similaires que les





Astuce n°2 :  
Soigner le visuel

*- l'esthétique avant  
tout ! -*



## LES ÉLÉMENTS ESSENTIELS POUR UN RENDU RÉUSSI

Instagram étant centré sur **l'image**, une attention toute particulière doit être portée à **l'esthétique** de vos posts. Cependant, pas besoin d'être un pro de la photo pour s'y mettre !

### Nos conseils :

- **Réfléchissez en amont à la composition** : angle, cadrage, couleur, texture, contraste...
- **Aidez-vous des bons outils** : de nombreuses applications de retouche photo gratuites existent et sont simples d'utilisation. Attention : n'abusez pas trop des filtres !
- **Pensez smartphone** : les contenus sont presque exclusivement consultés sur smartphone. Pensez à privilégier le format portrait (vertical) pour une meilleure visibilité.



Astuce n°3 :  
Ne pas négliger la  
partie textuelle

*- une stratégie éditoriale à  
créer -*



## LÉGENDES ET STRATÉGIE ÉDITORIALE

Souvent négligées au détriment du visuel, les **légendes** jouent pourtant un rôle essentiel. Lorsqu'elles sont rédigées avec qualité, elles permettent à votre structure de **montrer sa personnalité et de se démarquer**. Des légendes efficaces au fil des posts incitent les abonnés à partager votre contenu, contribuant ainsi à étendre votre notoriété.

### Nos conseils :

- **Définissez le ton à employer** : comment allez-vous vous adresser à votre communauté ? Allez-vous vouvoyer ou tutoyer vos abonnés ? Garderez-vous vos distances ou miserez-vous sur la familiarité et la proximité ? Resterez-vous institutionnel ou opterez-vous pour un ton plus chaleureux ?
- **Soignez la mise en page** : mettez un titre à vos publications, faites des paragraphes aérés.
- **Utilisez des émoticônes** pour animer vos posts (même si comme le reste, il ne faut pas en abuser!)

## L'UTILISATION DES HASHTAGS

Les hashtags sont des **mots-clés** qui facilitent la découverte de photos par les utilisateurs d'Instagram. Il sont donc utiles pour **améliorer la visibilité de vos contenus** et **inciter les utilisateurs à s'abonner à votre profil**.

### Nos conseils :

- identifiez les hashtags populaires et pertinents (site [www.all-hashtag.com](http://www.all-hashtag.com), appli Hashtag Inspector)
- évitez d'utiliser les hashtags trop généralistes (ex : #photo)
- privilégiez les hashtags courts qui sont les plus utilisés
- groupez les hashtags en catégories (# qui décrivent votre contenu, # de marque, # communautaires, # reliés à votre industrie...)
- utilisez les hashtags pour trouver des utilisateurs pertinents et s'abonner à leur profil.



Astuce n°4 :  
Choisir le contenu  
adapté à vos objectifs

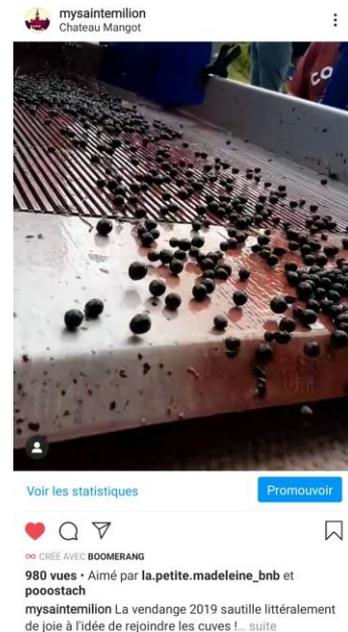
*- photos, vidéos, stories...  
quel medium privilégier ? -*

## LA VIDÉO : UN CONTENU TOUJOURS PLUS PLÉBISCITÉ

Au-delà de Youtube, la vidéo est le medium **le plus recherché et consulté** sur Internet. Si Instagram est initialement le paradis de la photo, la vidéo reste un moyen très efficace pour promouvoir votre entreprise sur ce réseau social.

### Quelques statistiques :

- Chaque année, le nombre de vidéos créées tous les jours sur Instagram est multiplié par 4.
- En un an (2017-2018), on a noté une hausse de 80% de temps de visionnage des vidéos sur Instagram.
- Les didacticiels (vidéos tuto /“how to”) sont le format de vidéo le plus populaire sur Instagram.



## LES ÉLÉMENTS CLÉS POUR CRÉER UNE VIDÉO EFFICACE

- **Le contenu** : comme pour les photos, la qualité des rushes et la composition globale sont essentielles. Des applications mobiles gratuites peuvent vous aider à monter une vidéo tout en ajoutant de la musique, des textes et des effets.
- **La durée** : toutes les vidéos sont en format (très) court, avec un maximum de 20 secondes en principe. Il est toutefois possible de diffuser des vidéos plus longues mais évitez de dépasser la minute.
- **Le son** : 60% des vidéos sont visionnées avec le son actif. Il faut donc faire en sorte que vos abonnés comprennent le sens de la vidéo sans le son.
- **Le format** : en fonction de l'endroit où vous postez votre vidéo (post, story, IGTV...), le format de la vidéo à privilégier n'est pas le même. Ce petit guide vous aidera à vous y retrouver :

<https://www.oberlo.fr/blog/format-video-instagram>

## LES REELS : DERNIÈRE NOUVEAUTÉ VIDÉO D'INSTAGRAM

- Nouveau format de vidéos courtes de **15 secondes** pour concurrencer TikTok
- Elles sont **personnalisables** car on peut y ajouter du son, des effets et utiliser de nouveaux outils de création
- Ces vidéos peuvent être partagées en story, dans l'onglet **Explorer** et sur votre profil dans une rubrique dédiée (comme pour les vidéos IGTV)
- Le Blog du Modérateur vous liste ses 15 astuces pour réussir ces Reels : <https://www.blogdumoderateur.com/instagram-reels-astuces/>



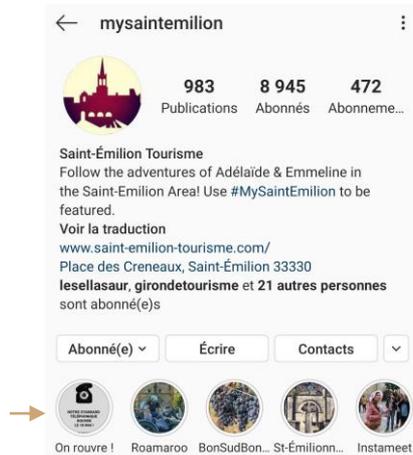
## LES STORIES : MISEZ SUR L'INSTANTANÉITÉ

### Les + :

- **Le format** : courte, rapide (visible uniquement pendant 24h) et facile à lire pour le consommateur, la story permet de raconter une histoire plus spontanément.
- **La portée** : en raison de son format, les statistiques montrent souvent que les stories ont une audience plus importante que celle des posts.
- **Stories “À la une”** : il est possible d'archiver des stories sur une durée indéterminée et même de les classer par thématiques.

### Dans quel cadre les utiliser ?

- pour mettre en avant une promotion spéciale
- pour promouvoir un nouveau produit/service/événement
- pour raconter l'histoire de votre entreprise au quotidien
- pour partager les contenus de vos abonnés sur votre structure...





Astuce n°5 :  
Animer votre  
communauté

*- échanger pour mieux  
fidéliser -*



## SOYEZ ACTIF POUR CRÉER UN LIEN PÉRENNE

### Alimentez votre compte régulièrement

Soyez régulier pour être mieux identifié par l'algorithme d'Instagram mais aussi par vos abonnés qui viendront plus souvent voir votre profil s'ils sont habitués à y voir régulièrement de la nouveauté !

Notre conseil : lier votre compte Facebook à votre compte Instagram pour mutualiser les posts ou programmer vos publications à l'avance avec des outils dédiés (ex : Hootsuite, Buffer...).

### Cherchez de l'inspiration

Il est toujours intéressant de rechercher des utilisateurs qui publient du contenu sur des thématiques similaires aux vôtres. N'hésitez pas à suivre leur compte et interagir avec leur contenu.

### Répondez à vos abonnés

Montrez-leur que vous êtes présents en répondant à leurs commentaires, voire en suivant leur compte et en réagissant à leurs posts. Cela vous permettra de les fidéliser.



## FAITES PARTICIPER VOS ABONNÉS

Plus votre communauté sera active et engagée, plus vous aurez de visibilité sur Instagram. Lorsque vous commencerez à avoir une communauté assez conséquente, faites participer vos abonnés à votre contenu.

**Encourager vos abonnés à réagir à vos publications ou stories :**  
questions, votes, court sondage...



**Organiser des jeux concours pour créer de l'interaction entre les abonnés et votre entreprise**



56 J'aime  
chateau\_beaulieu\_de\_cleo DERNIÈRE JOURNÉE AVANT  
LE TIRAGE AU SORT CE SOIR Pour fêter la rentrée,  
nous vous proposons de gagner 1 nuit\* pour 2  
personnes dans une de nos chambres d'hôtes avec 2  
petits déjeuners gourmands, dans un cadre unique et  
calme avec piscine chauffée aux pieds des vignes  
proche de Bordeaux et de Saint Emilion.

Pour cela :

1. Être abonné à notre compte chateau\_beaulieu\_de\_cleo.
2. Inviter vos amis à participer en commentaire et partager cette story en vous identifiant!

Résultat de 15 septembre 2020 !  
Merci de bien respecter toutes les conditions afin d'être  
parmi ceux qui seront tirés au sort.

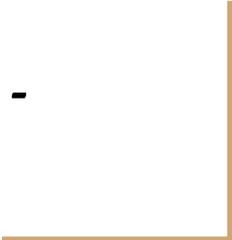
\*Carte cadeau pour une nuit valable 12 mois.

Quelques exemples  
de concours [ici >](#)



En bonus :  
Petit annuaire  
des applications

***- tous à vos  
smartphones ! -***



## QUELQUES EXEMPLES

Retouche photo	Création de stories	Montage vidéo	Repost de contenus
Lightroom 	Unfold 	Inshot 	Repost for Instagram 
Photoshop Camera 	Adobe Spark Post 	Quik 	
Snapseed 	Mojo (stories animées) 	Boomerang 	



Tous à vos  
questions !

*- nous sommes là pour y  
répondre -*

