



*Ma recette pour se faire une place
au soleil d'Instagram*



Connaissez vous **la puissance d'Instagram** aujourd'hui?

En quelques chiffres, un internaute est inscrit sur 4,5 réseaux sociaux et y consacre en moyenne 2h par jour, sur Instagram c'est plus d'un milliard d'utilisateurs actifs mensuellement dans le monde, 14 millions en France.

Savez vous qu'un français ouvre son application Instagram jusqu'à 10 fois par jour, 53 % des utilisateurs suivent les marques qu'elles préfèrent sur Instagram et le taux d'engagement d'une marque est 60 fois plus grand que celui sur Facebook, 54 fois plus grand que celui sur Pinterest, 84 fois plus grand que celui sur Twitter.

Convaincu ?

Il est indispensable d'être à l'air du numérique, c'est la base de **votre identité visuelle**, un gage de professionnalisme et une **visibilité importante**, vous permettant de **véhiculer votre image professionnelle**, votre message auprès d'un large public, un véritable bouche à oreille virtuel !

Merci d'avoir téléchargé ce guide, si vous l'avez fait c'est que vous êtes **convaincu** que vous avez besoin d'un **petit coup de pouce** pour percer sur Instagram

Et **BONNE NOUVELLE!** Vous êtes au bon endroit!



Qui suis je ?

Marjorie, consultante en image et en identité de marque, j'accompagne les particuliers et entreprises, dans la mise en valeur de leur image de marque et leur communication réseaux sociaux, en fonction de leur objectif, je suis présente activement sur Instagram sous le compte MARJO_LBL

J'ai su me construire une vraie communauté de confiance et mettre à profit mon expertise humaine.

Vous êtes ?

Vous souhaitez développer votre marque ? Vos ventes ? Vous recherchez une véritable identité visuelle sur Instagram ? Vous souhaitez développer votre notoriété ? Être vu et suivi davantage ? Connaitre les secrets d'Instagram ?

Dans ce guide

Vous allez trouver toutes mes recettes pour réussir sur Instagram, les **codes à suivre**, mes **bons plans**, mes **astuces** pour avoir une image à fort impact et faire passer les bons messages à votre communauté.



Les réseaux sociaux et plus particulièrement Instagram ont créé des opportunités fabuleuses, pour les entreprises et les marques, de communiquer directement avec leur audience et créer **une communauté engagée**.

Mais pour avoir toutes ses chances de réussir sur Instagram, il y a quelques règles à respecter.

- Construire votre positionnement
- Définir vos objectifs
- Identifier votre cible
- Adapter le contenu pour les réseaux sociaux
- Choisir vos heures de publication
- Savoir faire la différence

*Etablir un
plan
stratégique*

Paramétrez votre compte

Choisissez de créer votre compte en mode professionnel vous permettra d'accéder à des fonctionnalités plus intéressantes pour développer votre marque. Vous pourrez ainsi vous faire contacter par votre communauté, voir vos statistiques de publications, créer une boutique en ligne et avoir la possibilité de faire la publicité ou promotion.

À partir d'un nouveau compte ou de votre compte personnel, allez dans vos paramètres → Compte → « passer à un compte professionnel »



Comptes liés

Vous pouvez lier votre page Facebook professionnelle et votre compte Twitter par exemple à votre compte Instagram afin de partager simultanément vos publications sur les autres réseaux sociaux.

Dans vos paramètres → Compte → Comptes liés

Cela vous permettra un gain de temps, mais attention à adapter vos publications à chaque réseaux sociaux, Facebook et Twitter par exemple aiment avoir du contenu texte et n'utilise pas forcément les Hashtags.



Badge vérifié

Les badges vérifiés sont attribués par Instagram pour authentifier le compte, c'est une marque de confiance pour les internautes.

Il est accordé aux grandes marques et aux personnalités publiques.



Gestion de plusieurs comptes

Vous pouvez gérer plusieurs comptes, compte personnel et professionnel avec la même application.

Dans vos paramètres → Connexions → Ajouter un compte

Vous pourrez ensuite jongler entre vos comptes.



Publier sur Instagram



Quoi publier ?

Comme pour n'importe quel réseau social, ce que vous choisissez de publier et la façon dont vous utilisez votre compte Instagram dépend de plusieurs facteurs :

Votre client cible : Qu'est-ce qui l'intéresse ? Quelles sont ses préoccupations, ses frustrations et comment votre contenu peut lui offrir une solution ? quelles sont ses problématiques premières ?

Votre mission : Pourquoi votre entreprise existe-t-elle ? quels sont vos valeurs ?

Vos objectifs : Voulez-vous renforcer votre image de marque, faire valoir vos valeurs, montrer une facette de votre travail ? Voulez-vous amener les gens à s'intéresser à un de vos services, à vous rejoindre lors d'un événement ?

Tout réseau social doit servir votre mission et votre vision, vous permettre d'entrer en relation avec votre client idéal et vous permettre d'atteindre vos objectifs.

Trouvez une ligne directrice pour votre compte Instagram en fonction de vos valeurs ou des produits ou services que vous souhaitez mettre en avant. Faites transparaître votre image de marque, votre identité visuelle, celle qui donne du sens à votre marque.



LB
Consulting*



Votre feed

Dans le langage Instagram, le feed est votre mur, l'enchaînement de vos photos postées, votre galerie.

Aujourd'hui sur Instagram, vous retrouvez deux styles de comptes : ceux avec des photos harmonisées et d'autres qui ne le sont pas.

Imaginez-vous consommateur, celui-ci tombe sur une de vos images dans son fil d'actualité, il décide de cliquer dessus et d'aller voir votre profil et donc votre feed.

A ce moment-là, deux possibilités s'offrent à lui, soit votre univers lui plaît et il va se mettre à vous suivre, soit au contraire il passera son chemin...

Il est donc fortement conseillé de soigner votre feed !

En tant que consultante en image, je vous dirais que la première impression est même primordial.

Vous devez choisir une belle harmonie de couleur en lien avec vos valeurs, votre identité doit transparaître à travers vos photos.

Sachez que les couleurs utilisées peuvent avoir un énorme impact sur votre communauté.

Dans la vie de tous les jours, ça ne nous saute pas aux yeux mais chaque couleur a sa symbolique et le choix que nous faisons en les utilisant peut avoir un impact plus ou moins important sur le monde qui nous entoure.

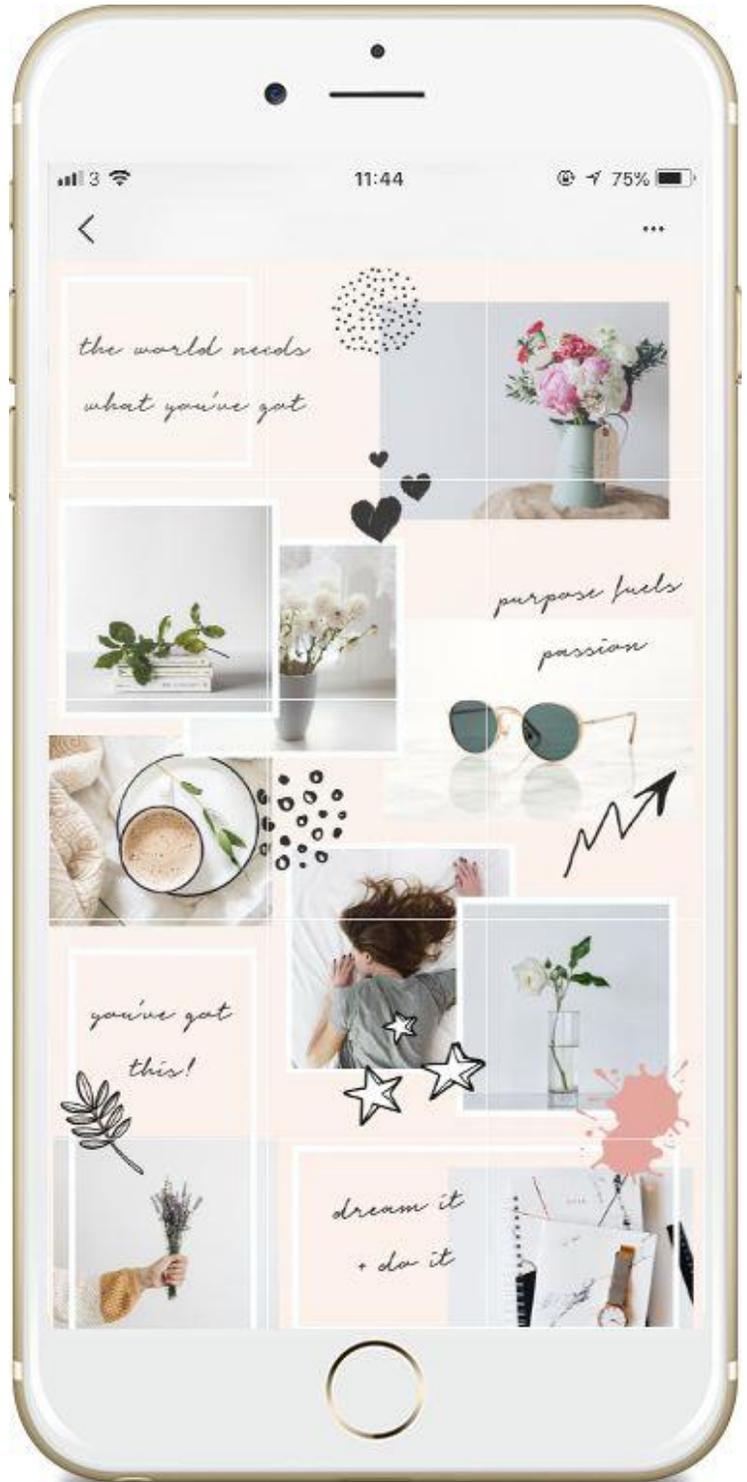
Votre feed

En fonction de vos valeurs, des messages que vous souhaitez faire passer, n'hésitez pas à jouer avec le pouvoir des couleurs, et vous construire un feed à votre image, construit et réfléchi.

Il existe différents styles d'harmonies, à vous de trouver la vôtre, celle qui s'adaptera le mieux à l'image que vous souhaitez véhiculer de votre entreprise.

Il est important de bien le choisir car il vous donnera la marche à suivre, votre ligne éditoriale pour harmoniser votre feed.

Vous cherchez des idées ? laissez-vous tenter par les nombreuses inspirations de [Pinterest](#)



Les Hashtags

INSTANT.
CURATED.
NICHE.
SPECIFIC.
DOWNLOAD.

HASHTAGS

Les Hashtags représentent le principal levier de visibilité sur Instagram. Il s'agit de mots clés précédés du symbole #

Il permet de tracer le contenu lié au mot clé utilisé.

Par exemple, vous recherchez un restaurant à Bordeaux, vous n'avez qu'à taper dans votre barre de recherche #restaurantsbordeaux pour avoir accès à toutes les publications ayant utilisé cet hashtag.

Vous pouvez créer votre propre hashtag ou utiliser ceux déjà existants.

Il existe des Hashtags plus pertinents et plus utilisés, n'hésitez pas à faire des recherches sur google par exemple et vous créer une liste d'hashtags pertinents pour votre activité.

Utilisez les hashtags que votre client idéal recherche ou utilise pour augmenter votre visibilité auprès de lui.

Dans la légende de votre publication, vous pouvez utiliser un maximum de 30 hashtags

Dans un commentaire, vous pouvez utiliser un nombre illimité de hashtags

Néanmoins il peut être intéressant, et même conseillé, d'utiliser des hashtags plus précis afin de capter un public plus qualifié. En effet, les tags de masses permettront de générer des mentions j'aime de personnes qui auront très peu de chance de revenir voir votre contenu.



Utiliser les stories



Les stories

Les stories permettent de poster du contenu en format vertical qui restera affiché pendant 24 heures puis disparaîtra. L'intérêt des stories est de créer un lien beaucoup plus intime avec vos abonnés, en partageant avec eux des moments de votre vie professionnelle.

Les entreprises peuvent utiliser les Stories pour plusieurs raisons :

- ✓ Les stories ne dépendent pas de l'algorithme principal, elles constituent un deuxième point d'entrée pour le contenu de marque et donc un autre moyen d'augmenter votre visibilité.
- ✓ Les entreprises peuvent publier plus de contenu que leur simple fil d'actualité
- ✓ Les stories peuvent augmenter la visibilité du contenu des marques

Créer une story

Afin de créer une Story Instagram, sélectionnez l'icône caméra située en haut à gauche de votre écran

Plusieurs modes d'utilisation et options sont disponibles dans le menu horizontal en bas de l'application :

Standard : partagez une photo ou vidéo

Selfie : basculez l'orientation de votre caméra. Flash (désactivé, activé, automatique) et obscurité.

Boomerang : intégrez une mini-vidéo en boucle.

Main-libre : enregistrez une vidéo sans avoir à maintenir le doigt appuyé sur l'écran.

En direct : vous pouvez émettre une vidéo live.

Vous avez la possibilité de créer de jolis montages en story grâce à des applications telles que Unfold, Hembler, mojo, picsart...

N'oubliez pas d'être créatif et d'utiliser les bonnes symboliques et harmonies de couleurs.





J'espère que ce guide vous aura aidé à faire vos premiers pas dans le monde d'Instagram

Vous souhaitez augmenter votre notoriété sur Instagram ? Vous souhaitez construire une image de marque attractive?

Je suis la pour vous accompagner, contactez moi sans plus tarder :

Marjorie Laubal
LBL Consulting
06.74.17.84.96
marjorie@lblconsulting,fr

LBL
Consulting*