

FORMATION INSTAGRAM

NIVEAU 1

Reprendre les bases

SOMMAIRE

01.

Introduction à Instagram

02.

Prise en main complète de
l'application

03.

Créer et optimiser son profil

04.

Publier ses premiers
contenus

05.

S'engager avec sa communauté

www.visitlimousin.com



MODULE 1: INTRODUCTION À INSTAGRAM













MODULE 1 : INTRODUCTION À INSTAGRAM

QU'EST-CE QU'INSTAGRAM ?

- ✓ Plateforme de partage de photos et vidéos
- ✓ Rachetée par Meta (Facebook) en 2012
- ✓ Utilisée pour : communiquer, vendre, inspirer, partager, se divertir

Plateformes dans lesquelles les marketeurs prévoient d'investir davantage

| | B2B | B2C |
|---|---|---|
| 1 |  TikTok (26 %) |  TikTok (34 %) |
| 2 |  Instagram (24 %) |  Instagram (31 %) |
| 3 |  LinkedIn (23 %) |  YouTube (29 %) |
| 4 |  YouTube (22 %) |  Facebook (26 %) |
| 5 |  X (20 %) |  X (24 %) |

source : Hubspot → <https://tinyurl.com/4pjeduhz>

MODULE 1 : INTRODUCTION À INSTAGRAM

POURQUOI ÊTRE SUR INSTAGRAM EN 2025 ?

+ 2 Milliards d'utilisateurs actifs / mois

Très populaire chez les 18-45 ans

Outil de visibilité puissant

Format visuel, storytelling, émotionnel

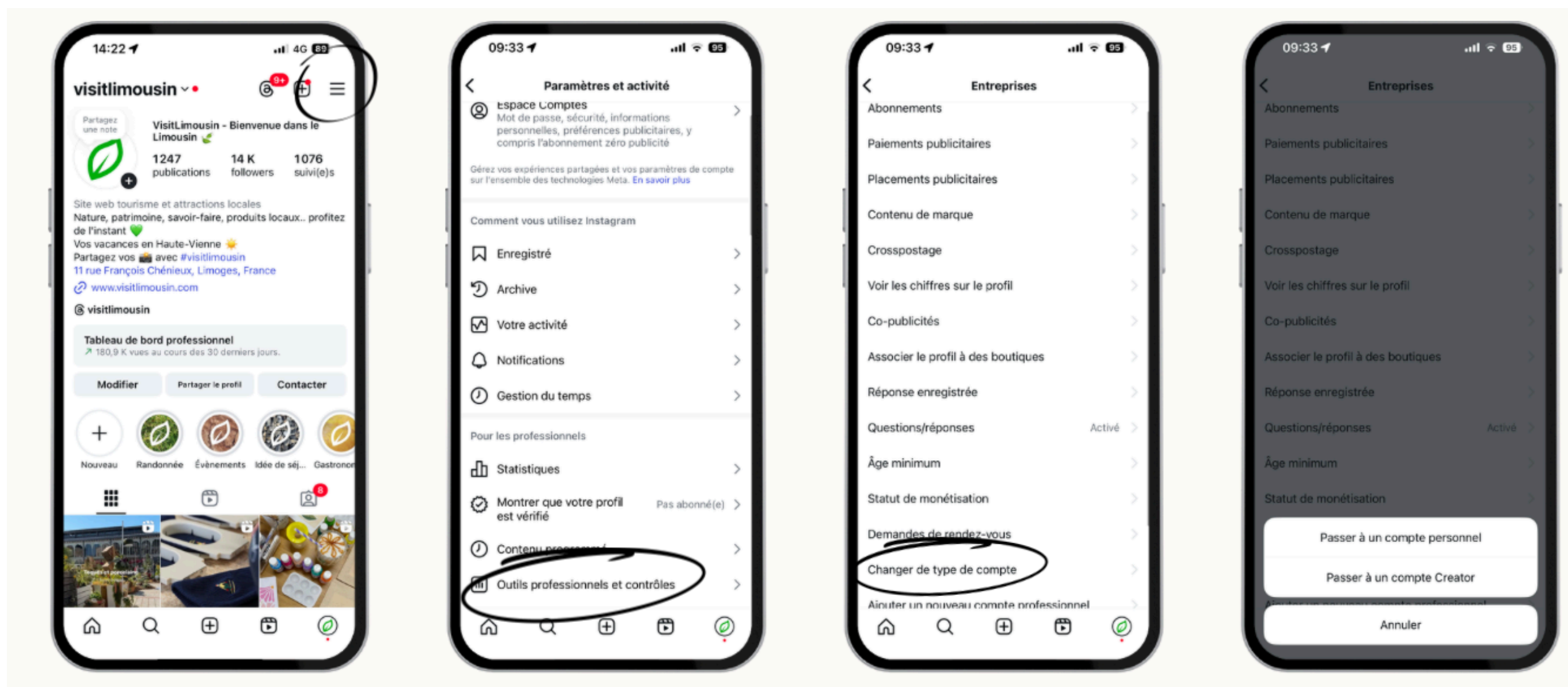
Idéal pour créer une communauté autour d'un projet ou d'une passion

LES DIFFÉRENTS TYPES DE COMPTES

| Type de compte | Utilisation principale | Accès aux statistiques |
|----------------|------------------------|------------------------|
| Personnel | Usage privé | ✗ |
| Créateur | Influence, contenu | ✓ |
| Professionnel | Business, marque | ✓ |

MODULE 1 : INTRODUCTION À INSTAGRAM

LES DIFFÉRENTS TYPES DE COMPTES



www.visitlimousin.com



MODULE 1 : INTRODUCTION À INSTAGRAM

À QUOI SERT INSTAGRAM ?

Publier du contenu : photo, vidéo, carrousel

Créer des stories éphémères

Monter des reels dynamiques

Échanger avec sa communauté

Promouvoir ses produits/services

OBJECTIF DES UTILISATEURS SUR INSTAGRAM

Se faire connaître

Partager ses passions

Créer une communauté engagée

Attirer des clients

Documenter son quotidien ou son activité



MODULE 2 : PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION





MODULE 2 : PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION

FONCTIONNALITÉS DE BASE

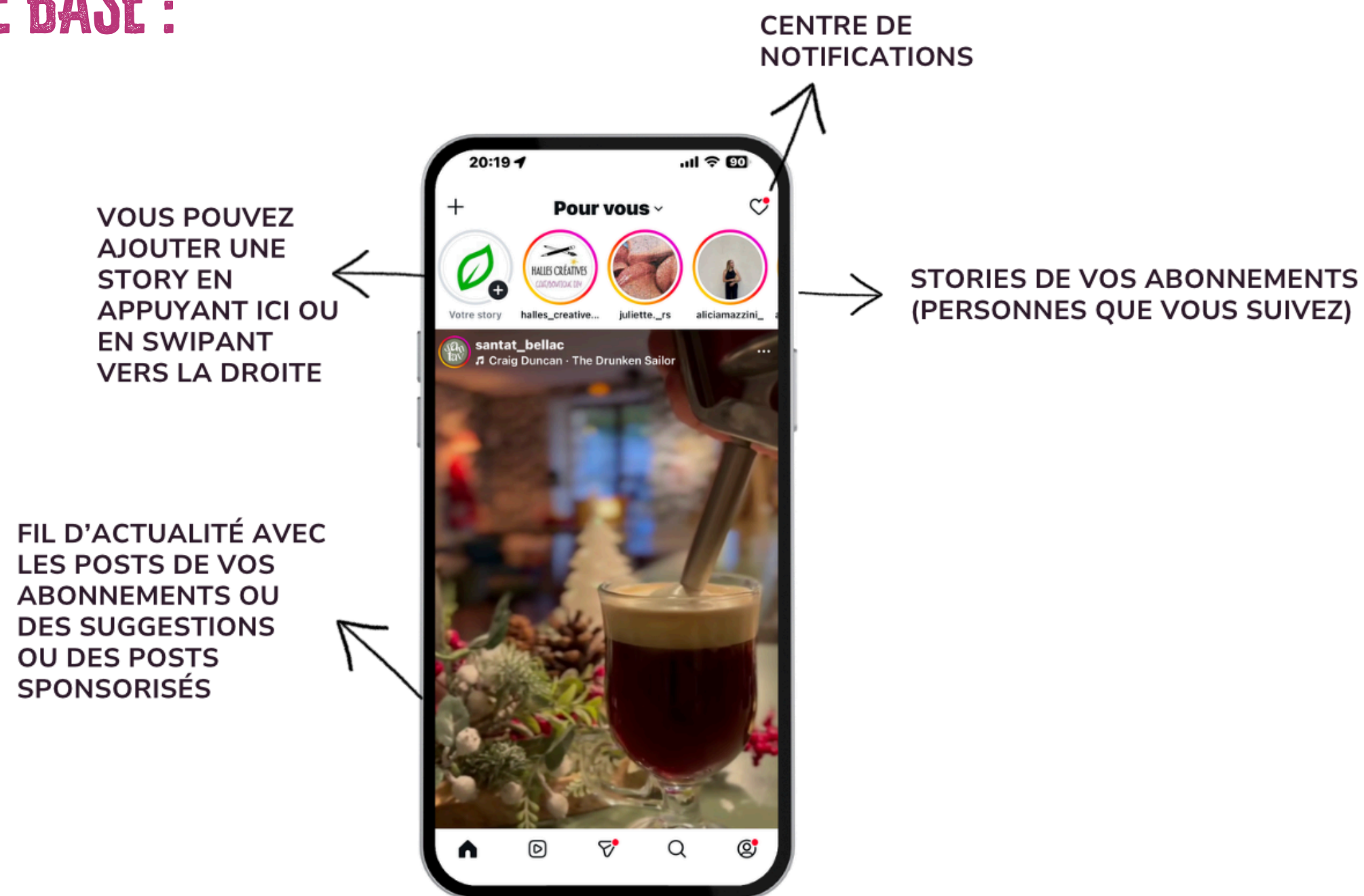


www.visitlimousin.com



MODULE 2 : PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION

FONCTIONNALITÉS DE BASE : FIL D'ACTUALITÉ





MODULE 2 : PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION

FONCTIONNALITÉS DE BASE : FOCUS STORY



Les stories sont des **contenus éphémères** (photos ou vidéos) que l'on publie et qui disparaissent après 24 heures, sauf si on les « met en avant » via les Highlights de son profil (c'est à dire des stories à la une).











MODULE 2 : PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION

FONCTIONNALITÉS DE BASE : FOCUS STORY



Une fois la vidéo ou photo prise, vous avez plusieurs options pour améliorer la story

-  Ajout de texte, différents types d'écritures
-  Différents stickers que vous pouvez utiliser pour ajouter le lieu, un gif, des stickers pour interagir avec votre communauté (sondage, question, lien...)
-  Ajouter de la musique
-  Ajouter un filtre
-  Outils pour faire des dessins
-  Enregistrer la story, désactiver les commentaires...



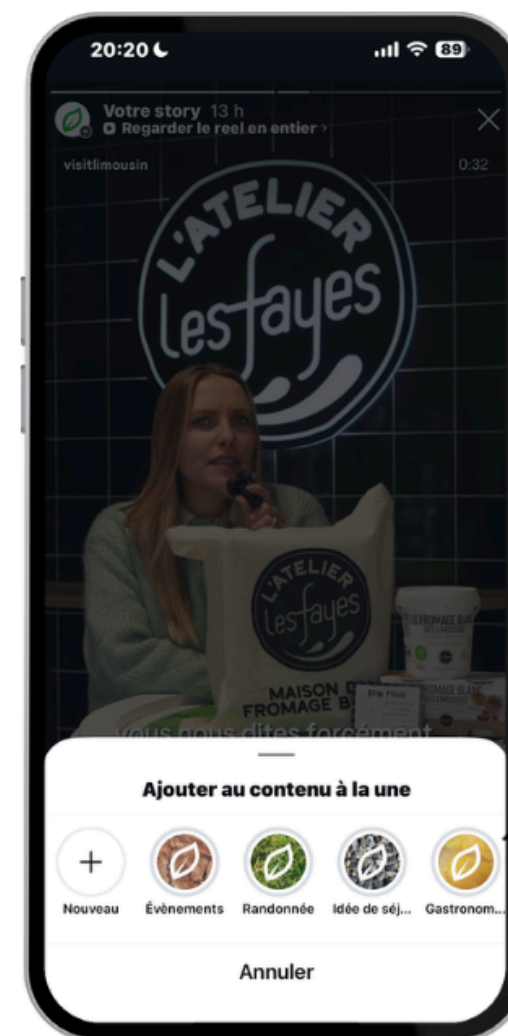
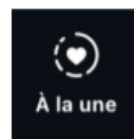
MODULE 2 : PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION

FONCTIONNALITÉS DE BASE : COMMENT METTRE UNE STORY À LA UNE

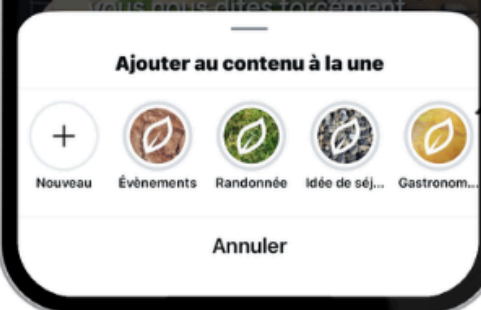


UNE FOIS QUE VOUS VENEZ DE PUBLIER LA STORY ET QU'ELLE EST DISPONIBLE 24H !

Vous avez l'onglet en bas mettre à la une !



Vous choisissez dans quelle story à la une vous souhaitez ajouter votre story pour qu'elle soit disponible à vie !

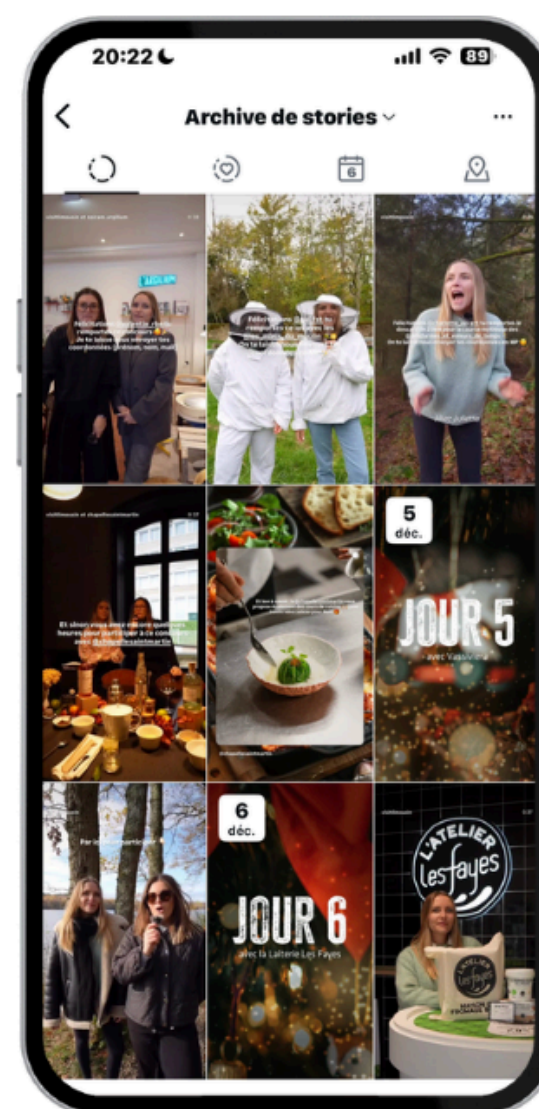
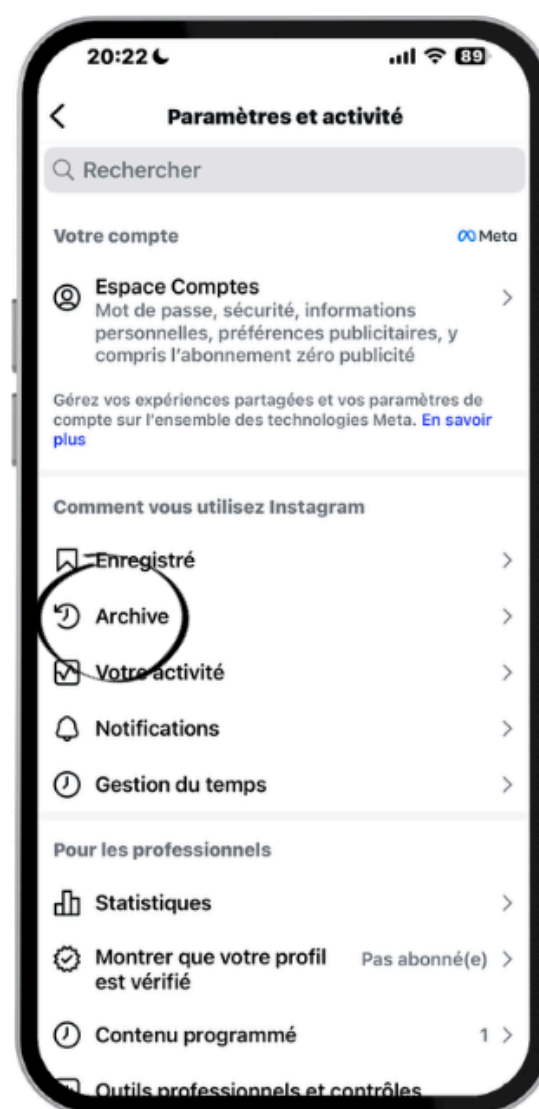
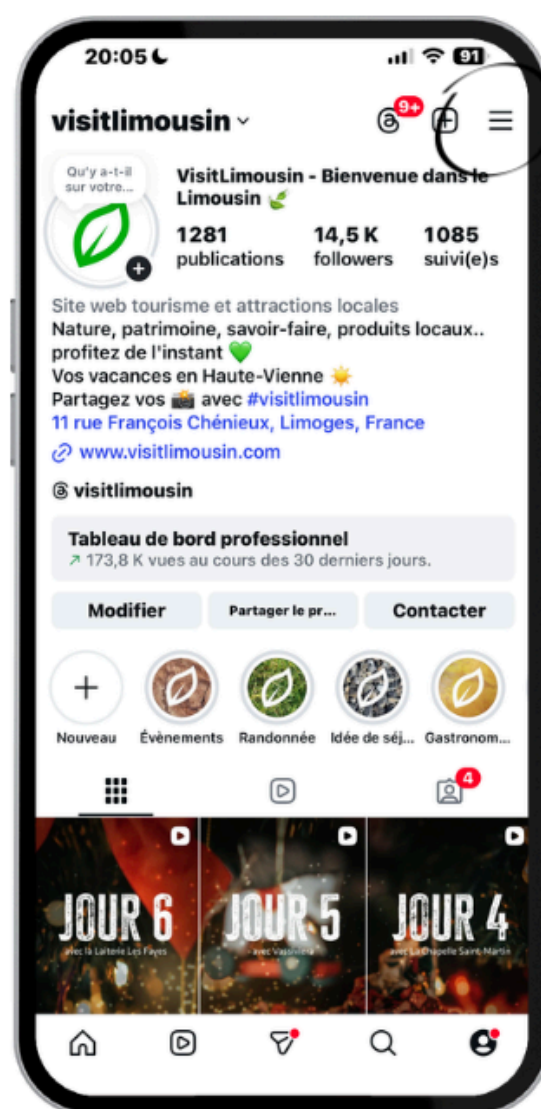




MODULE 2 : PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION

FONCTIONNALITÉS DE BASE : SI LA STORY N'EST PLUS DISPONIBLE ?

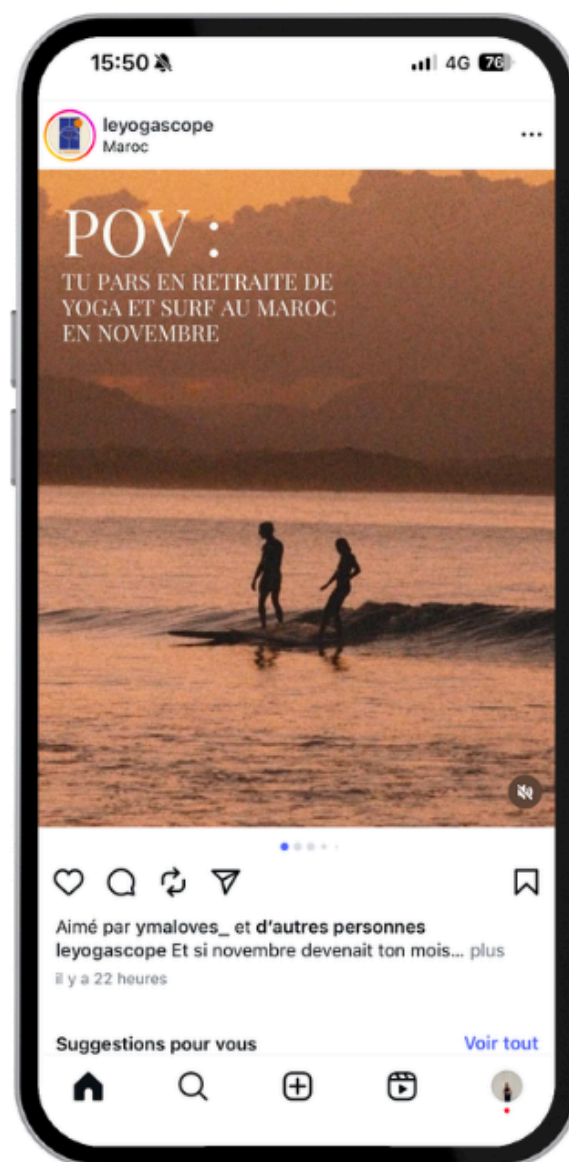
Il vous suffit d'aller dans vos archives pour retrouver la story et l'ajouter en story à la une !



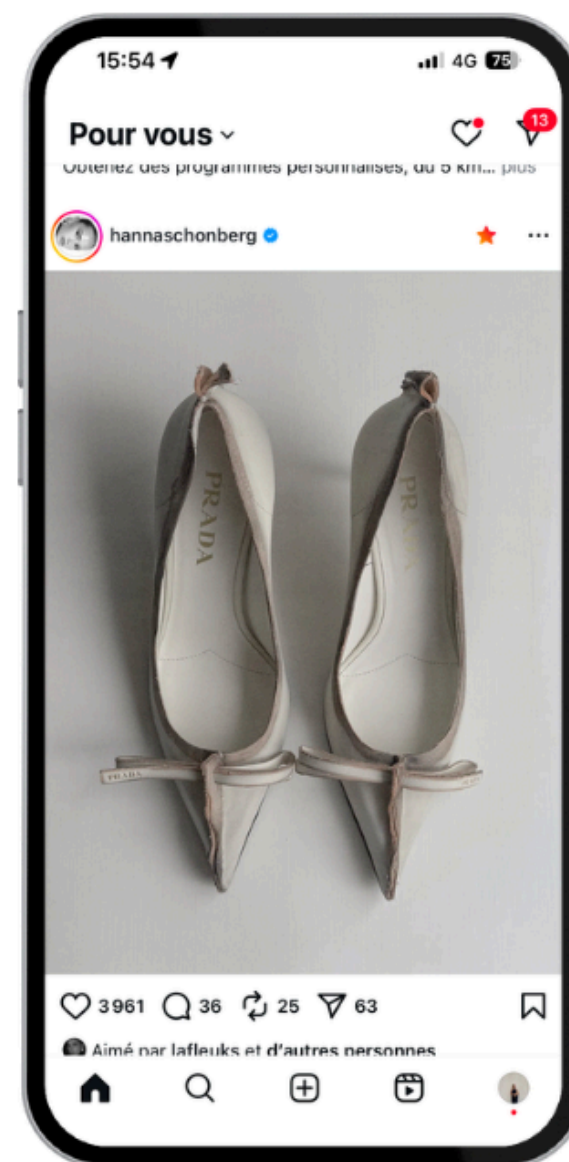


MODULE 2 : PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION

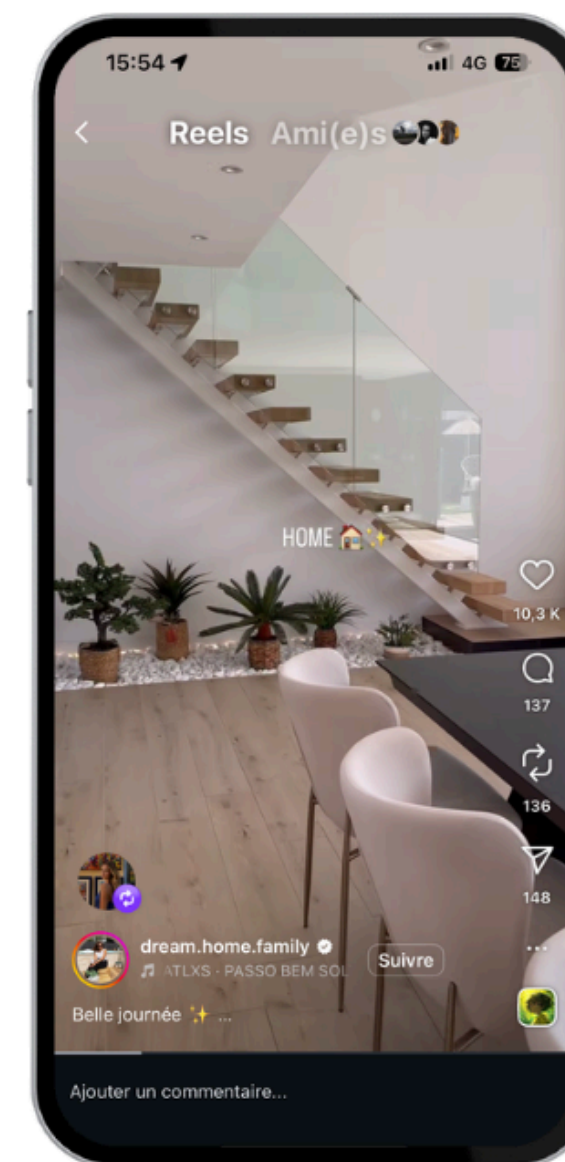
FONCTIONNALITÉS DE BASE : TYPES DE POSTS



CARROUSEL



POST SIMPLE

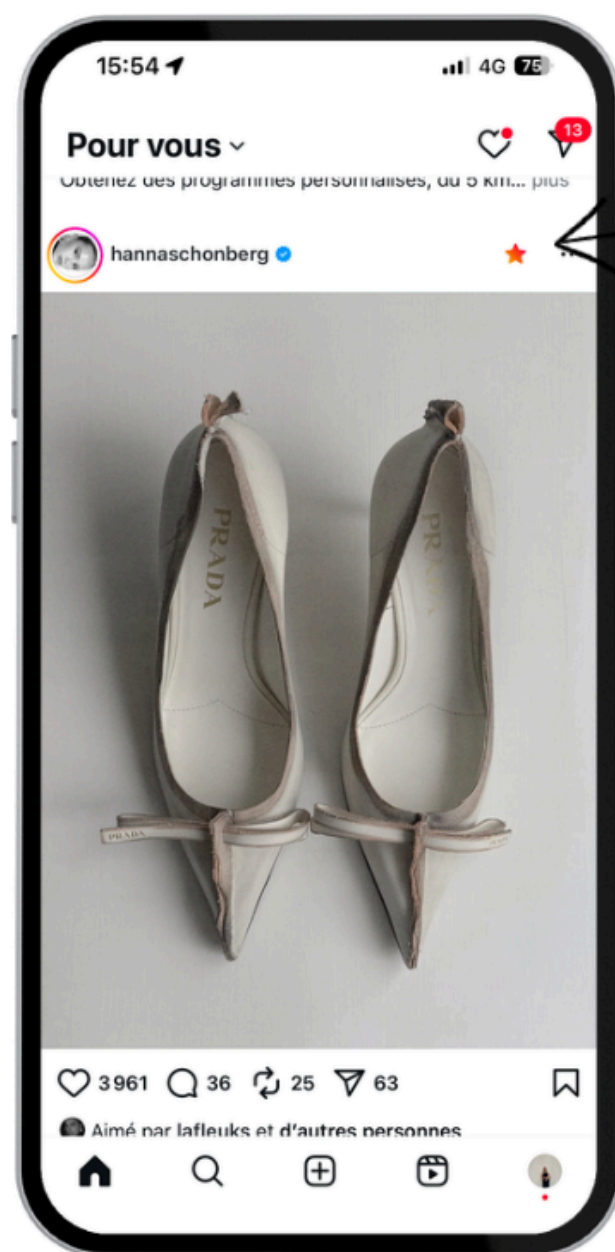


REEL



MODULE 2 : PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION

FONCTIONNALITÉS DE BASE : COMPRENDRE LES ICÔNES D'UN POST



FAVORIS : on peut mettre des personnes en favoris dans nos abonnements pour voir leur contenu en priorité !



J'AIME



COMMENTAIRE



REPARTAGE

Nouveauté : on peut repartager un contenu et ce dernier apparaît sur notre compte aussi ! ⚠



PARTAGE



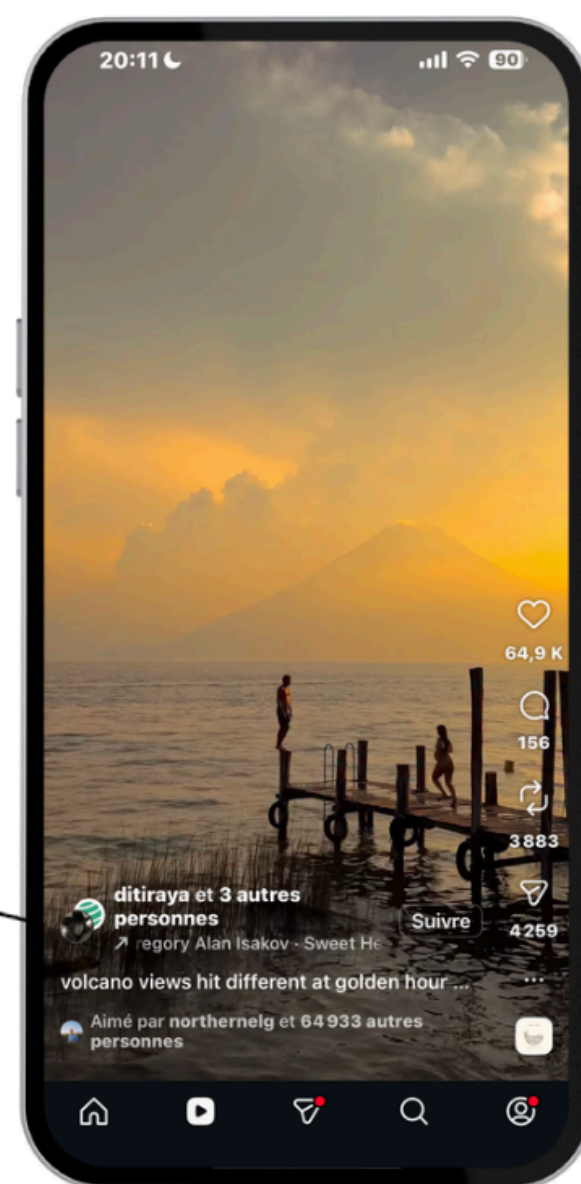
ENREGISTREMENT



MODULE 2 : PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION

FONCTIONNALITÉS DE BASE : FOCUS REEL

Indique qui a fait le reel
et ici en copublication
avec 3 autres personnes



J'AIME



COMMENTAIRE



REPARTAGE



PARTAGE



ACCÉDER À DES PARAMÈTRES !
(enregistrer, remixer, créer une séquence,
dire si ce reel vous interesse ou non)

Pour reconnaître une musique tendance vous
avez une flèche qui vous l'indique à côté de la
musique ➡



MODULE 2 : PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION

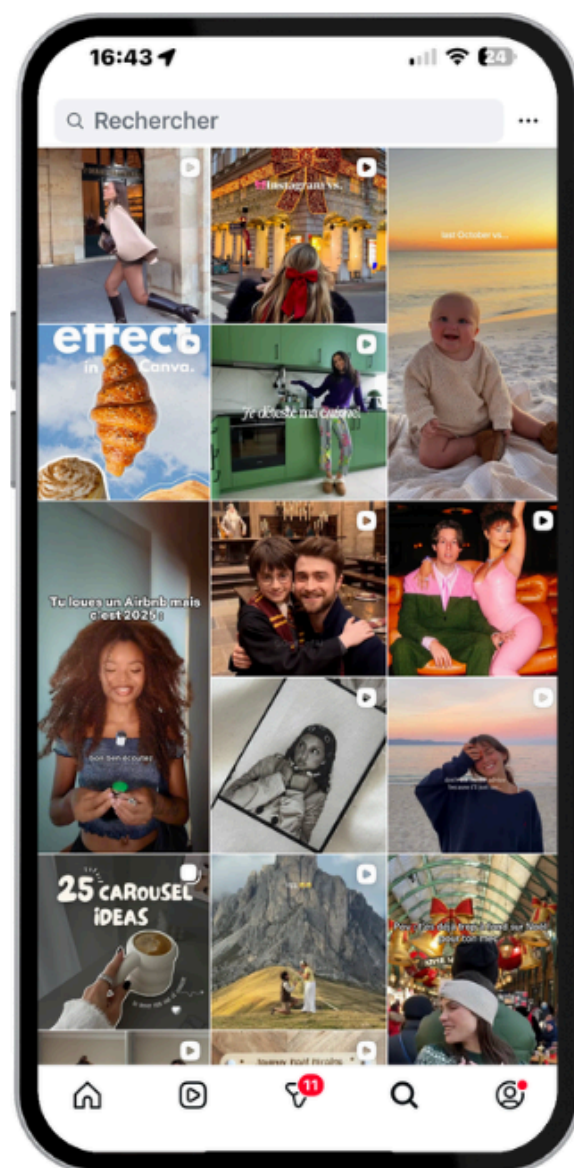
FONCTIONNALITÉS DE BASE : FOCUS MESSAGERIE



Vous pouvez créer un canal de messagerie pour parler de manière plus spontanée à vos abonnés qui rejoignent votre canal si vous le souhaitez ou non !



FONCTIONNALITÉS DE BASE : FOCUS EXPLORER



Basé sur les comptes avec lesquelles vous interagissez, ce que vous aimez, pour vous proposer du contenu similaire, susceptible de vous plaire !



MODULE 3 : CRÉER ET OPTIMISER SON PROFIL





MODULE 3 : CRÉER ET OPTIMISER SON PROFIL

CHOISIR SON PSEUDO ET SON NOM

CHOISIR LE NOM D'UTILISATEUR

- Soit votre nom / soit entreprise
- Il doit être :
 - *Simple*
 - *Court*
 - *Facile à retenir*
 - *Facile à écrire*

CHOISIR LE NOM (D'AFFICHAGE)

- Inclure des *mots clés* pour *améliorer le référencement* de votre profil !

OBJECTIF

Que les gens comprennent immédiatement **qui vous êtes** et **ce que vous faites** !





MODULE 3 : CRÉER ET OPTIMISER SON PROFIL

RÉDIGER UNE BIOGRAPHIE CLAIRE

TRÈS IMPORTANT DE LA SOIGNER !

Elle doit :

- Dire **qui vous êtes**
- **Ce que vous faites**
- **Pour qui** vous le faites
- Ce que **vous apportez**

COMMENT LA STRUCTURER ?

- *Ton activité + ta promesse*
- *À qui tu t'adresses*
- *Une preuve, un chiffre, une expertise (si tu en as)*
- *Un appel à action (CTA)*
- *Un lien cliquable*

EXEMPLE

- 💡 Coach sportif – Transformation physique
- 🔥 J'aide les femmes à reprendre confiance
- 📖 +150 clientes accompagnées
- 👉 Programme gratuit ici





MODULE 3 : CRÉER ET OPTIMISER SON PROFIL

PHOTO DE PROFIL + STORIES À LA UNE

PHOTO DE PROFIL

Il faut qu'elle soit claire : une photo de vous, le logo de votre marque..

STORIES À LA UNE

- À PROPOS
- AVIS CLIENTS
- SERVICES / TARIFS
- FAQ
- PROJETS / RÉALISATIONS

Les visuels des stories à la une doivent être :

- *Simple et cohérents*
- *Même charte graphique*
- *Lisible et propre*



Évènements



Randonnée



Idée de séjour



Gastronomi...



Portraits



Villages



MODULE 3 : CRÉER ET OPTIMISER SON PROFIL

EXEMPLE : AVANT / APRÈS



Nom d'utilisateur → Aux_étangs_de_journac : j'enlèverai les _

Nom d'affichage → Aux étangs de Journac | Hébergements insolites

Biographie →

Hébergements insolites en pleine nature 🌿

Yourte • Mégapod • Kota finlandais

Jacuzzi • Pêche no-kill 🐟

Déconnexion en plein ❤️ du Limousin (87) ✨

Réservations ici 📍



MODULE 4 : PUBLIER SES PREMIERS CONTENUS





MODULE 4 : PUBLIER SES PREMIERS CONTENUS

COMMENT PUBLIER UN CONTENU SUR INSTAGRAM ? (TUTO)

FORMATS UTILISÉS

Reels : 1080*1920 px

Publication classique ou carrousel : 1080*1350 px

STRATÉGIE DE HASHTAGS

Les hashtags ne sont plus la source principale de visibilité...

Mais aujourd'hui :

- **Instagram privilégie le SEO**
- **l'analyse du contenu lui-même**
- et le **comportement de l'utilisateur**

...mais ils restent utiles pour le référencement !

QUE FAIRE POUR UNE PUBLICATION + EFFICACE ?

Pour rédiger la légende, il faut utiliser la méthode **AIDA** :

Accroche

Intérêt

Désir

Action

Ce qui compte le plus aujourd'hui !

Instagram analyse davantage :

- les mots-clés dans ta légende
- le texte intégré dans l'image / vidéo
- ce que tu montres à l'écran
- le titre si c'est un Reel
- le taux d'engagement (enregistrement, commentaires, partage)



MODULE 4 : PUBLIER SES PREMIERS CONTENUS

COMMENT AMÉLIORER SON RÉFÉRENCEMENT ?

FORMATS UTILISÉS

Instagram est devenu *un moteur de recherche*.

Votre rôle ? Faire en sorte que ton contenu apparaisse dans ces résultats de recherche !

Comment Instagram comprend ton contenu ?

Il scanne :

- Les **mots-clés** dans la **légende**
- Les **hashtags**
- Les **mots écrits dans ta vidéo** (texte intégré) → importance de mettre des sous-titres aux vidéos
- **Ce que la caméra voit** (ex : une recette, un visage, une pièce de sport...)
- Le **titre de ton reel** (s'il y a)
- Ton **nom + ta bio**
- Les **centres d'intérêt des utilisateurs**

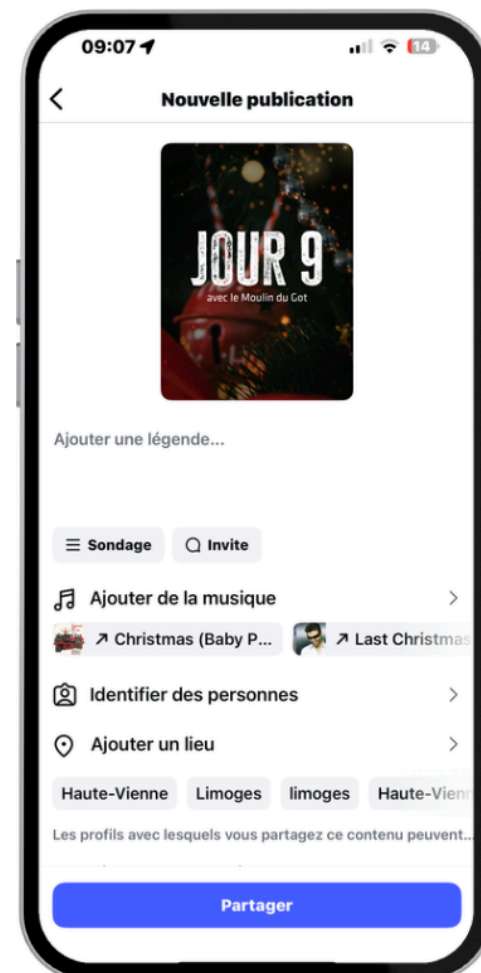


MODULE 4 : PUBLIER SES PREMIERS CONTENUS

COMMENT AMÉLIORER SON RÉFÉRENCEMENT ?

CE QU'IL FAUT FAIRE ? LES BONNES PRATIQUES

- Optimisez votre profil pour la recherche
- Incorporer des mots-clés pour booster votre référencement
- Ajouter des hashtags pertinents (et le faire de manière stratégique)
- Utilisez des sous-titres dans vos vidéos et vos bobines
- Tirer parti du texte alt d'Instagram
- Regarder vos concurrents





MODULE 5 : S'ENGAGER AVEC SA COMMUNAUTÉ





MODULE 5 : S'ENGAGER AVEC SA COMMUNAUTÉ

ROUTINE D'ENGAGEMENT

- L'engagement est plus important que le nombre d'abonnés
- Les partages sont un signe clé
- Les recommandations jouent un rôle essentiel
- Répondre aux commentaires sur plusieurs jours

LE JOUR DE LA PUBLICATION

- 5-10 min d'engagement AVANT de poster
- Poster votre contenu
- Répondre rapidement aux commentaires (les premiers)
- Continuer à répondre aux commentaires pendant 7 jours

AU QUOTIDIEN (15-30 MIN)

ÉTAPE 1 : préparer l'algorithme (2-3 min)

ÉTAPE 2 : Engager avec ta propre audience (5-10 min)

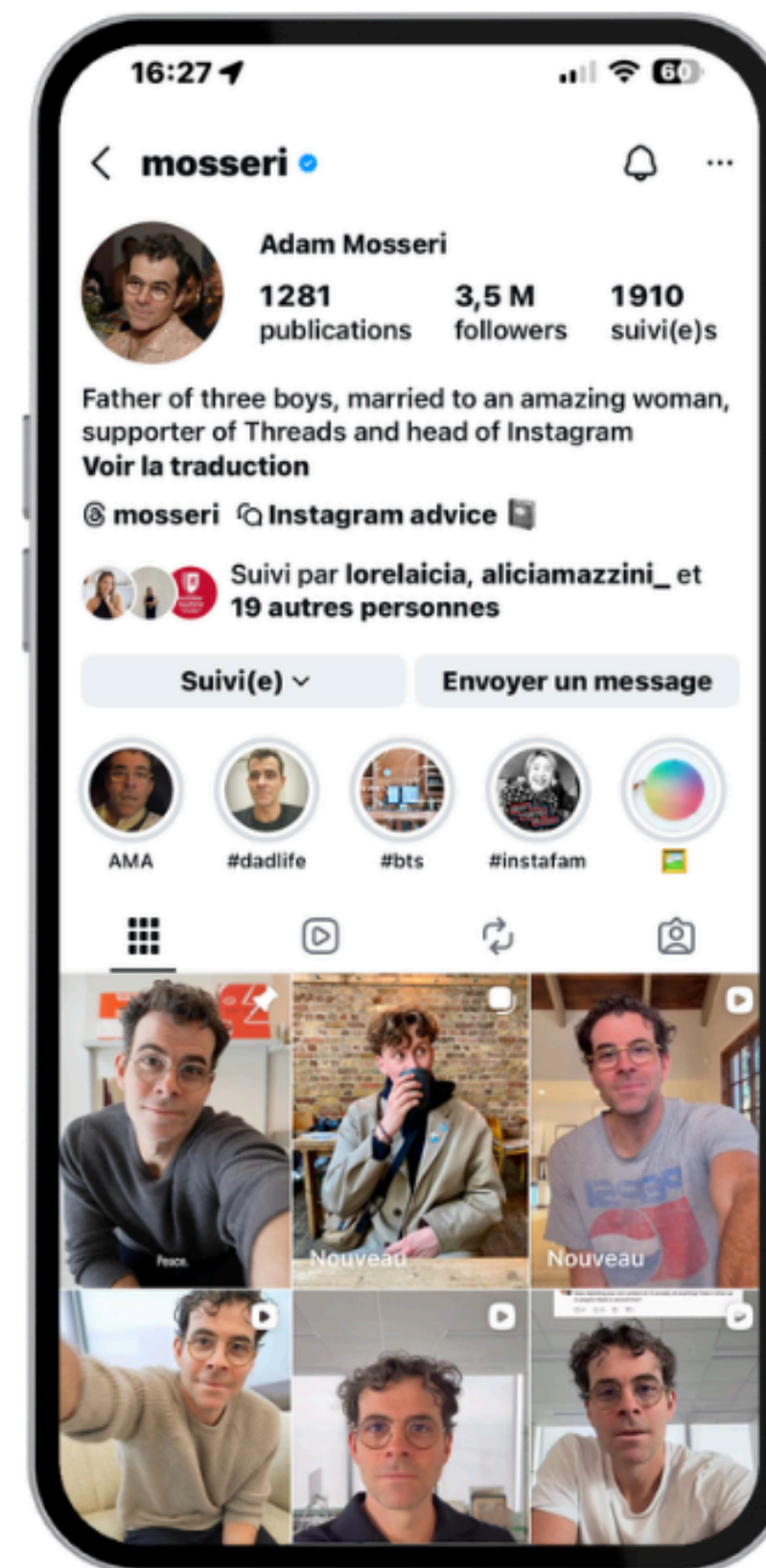
ÉTAPE 3 : Engager avec ta communauté proche (5-10 min)

ÉTAPE 4 : Engager avec ton audience cible (5-10 min)

MODULE 5 : S'ENGAGER AVEC SA COMMUNAUTÉ

BONNES PRATIQUES (PAR MOSSERI)

- **Prioriser le contenu** qui apporte de la valeur (informatif, amusant, inspirant)
- **Éviter** de poster du **contenu "vide"** dans l'unique but de poster
- **Favoriser les formats faciles à partager** :
 - carrousels éducatifs
 - listes
 - conseils pratiques
 - Reels clairs et utiles
- **Tester** régulièrement de **nouveaux formats**
- **Ne vous comparez pas** ! L'algorithme est personnalisé, pas universel !
- **Garder un ton authentique**



MERCI DE VOTRE ATTENTION

ALICIA MAZZINI

Social Media Manageuse
amazzeni@visitlimousin.com

www.visitlimousin.com/espacepro