



LIMOUSIN
nouveaux horizons

FORMATION INSTAGRAM

NIVEAU 1

Reprendre les bases

www.visitlimousin.com



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

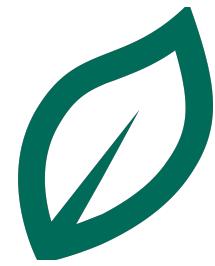
QU'EST-CE QU'INSTAGRAM ?

- 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

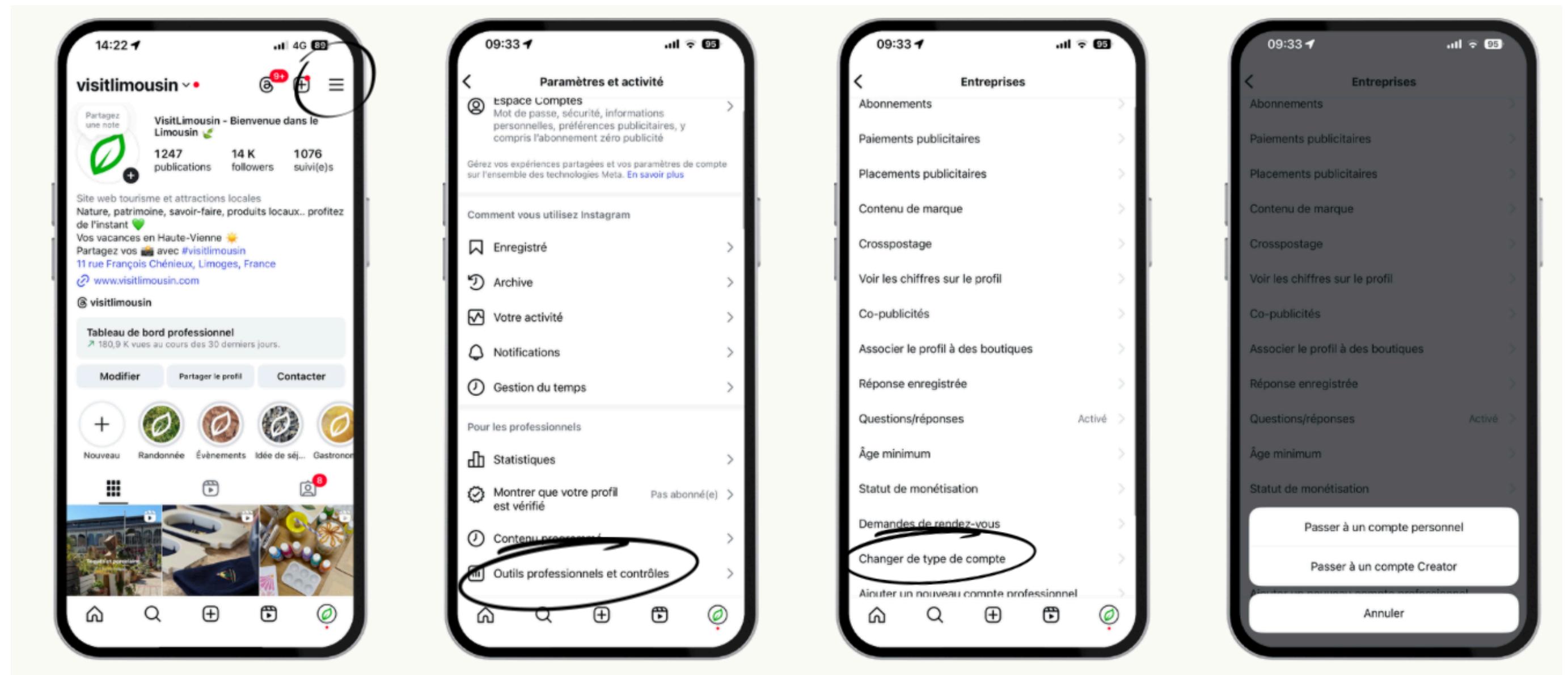
LES DIFFÉRENTS TYPES DE COMPTES

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



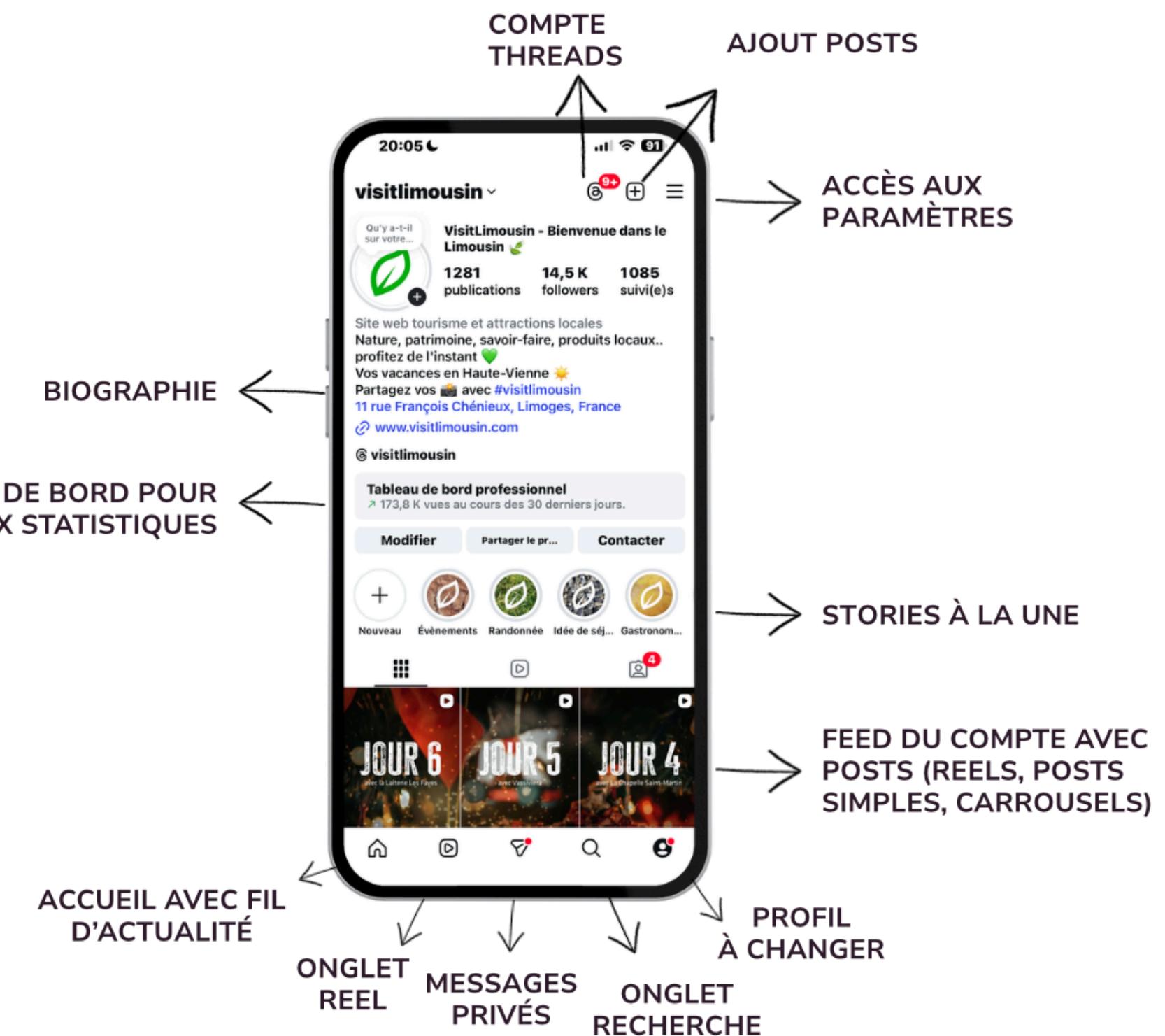
MODULE 2: PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION





MODULE 2 : PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION

FONCTIONNALITÉS DE BASE



www.visitlimousin.com



MODULE 2 : PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION

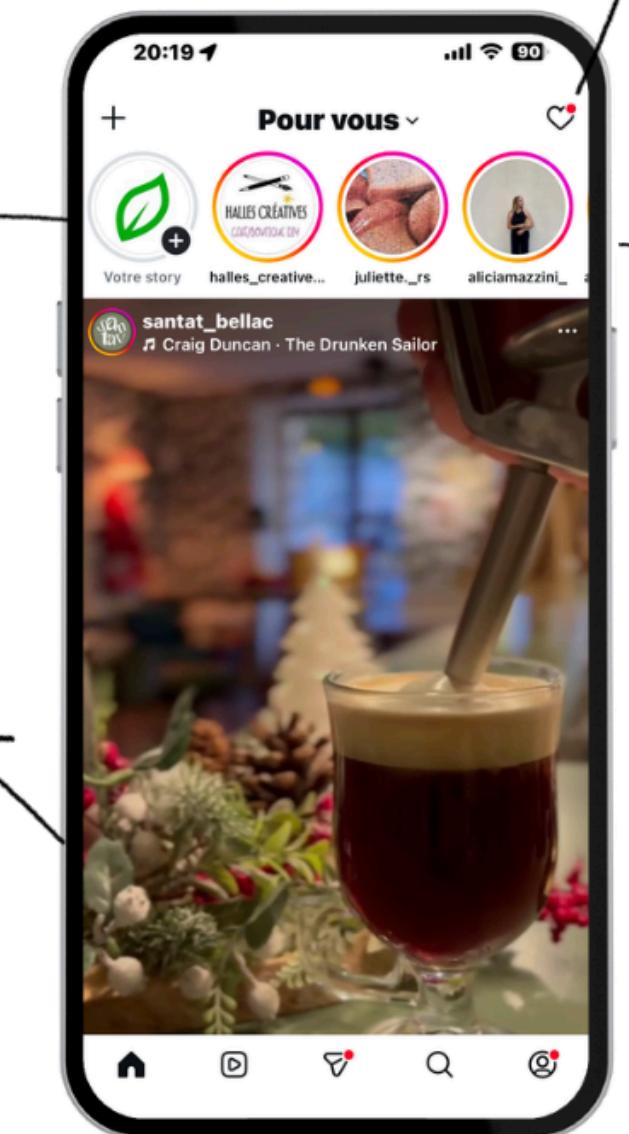
FONCTIONNALITÉS DE BASE : FIL D'ACTUALITÉ

VOUS POUVEZ
AJOUTER UNE
STORY EN
APPUYANT ICI OU
EN SWIPANT
VERS LA DROITE

FIL D'ACTUALITÉ AVEC
LES POSTS DE VOS
ABONNEMENTS OU
DES SUGGESTIONS
OU DES POSTS
SPONSORISÉS

CENTRE DE
NOTIFICATIONS

STORIES DE VOS ABONNEMENTS
(PERSONNES QUE VOUS SUIVEZ)





MODULE 2 : PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION

FONCTIONNALITÉS DE BASE : FOCUS STORY

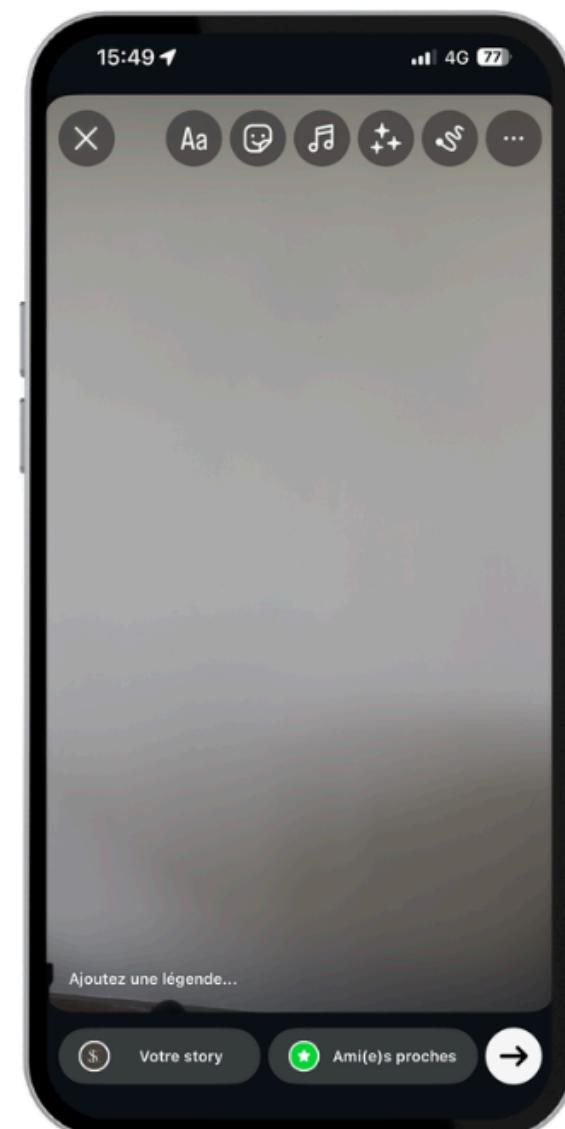


Les stories sont des **contenus éphémères** (photos ou vidéos) que l'on publie et qui disparaissent après 24 heures, sauf si on les « met en avant » via les Highlights de son profil (c'est à dire des stories à la une).



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...



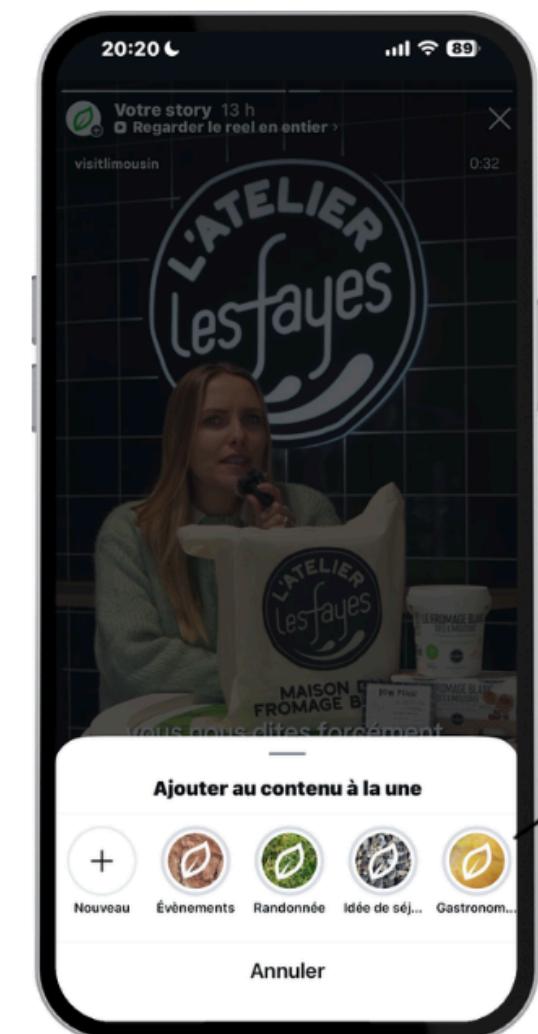
MODULE 2 : PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION

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 !



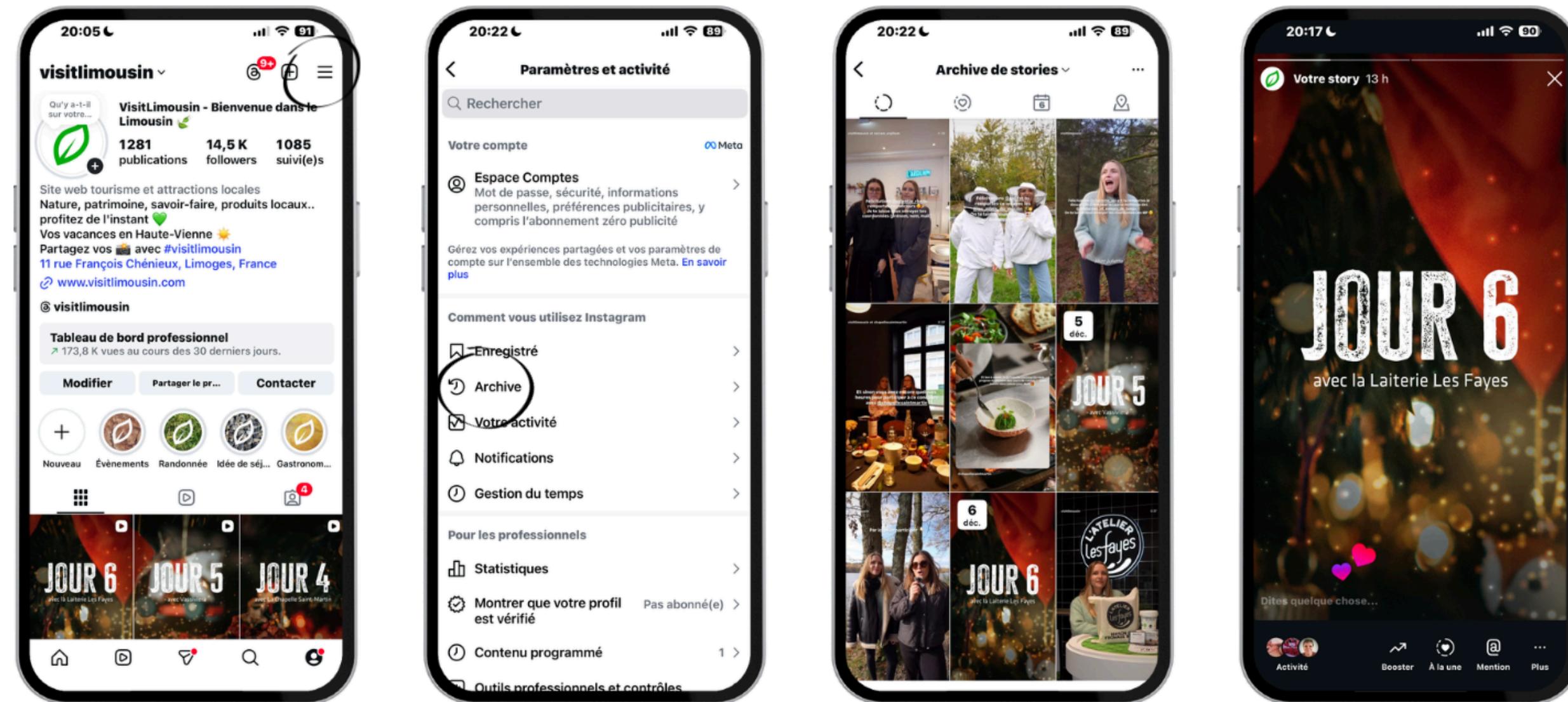
Vous choisissez dans quelle story à la une vous souhaitez ajouter votre story pour qu'elle soit disponible à vie !



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 !

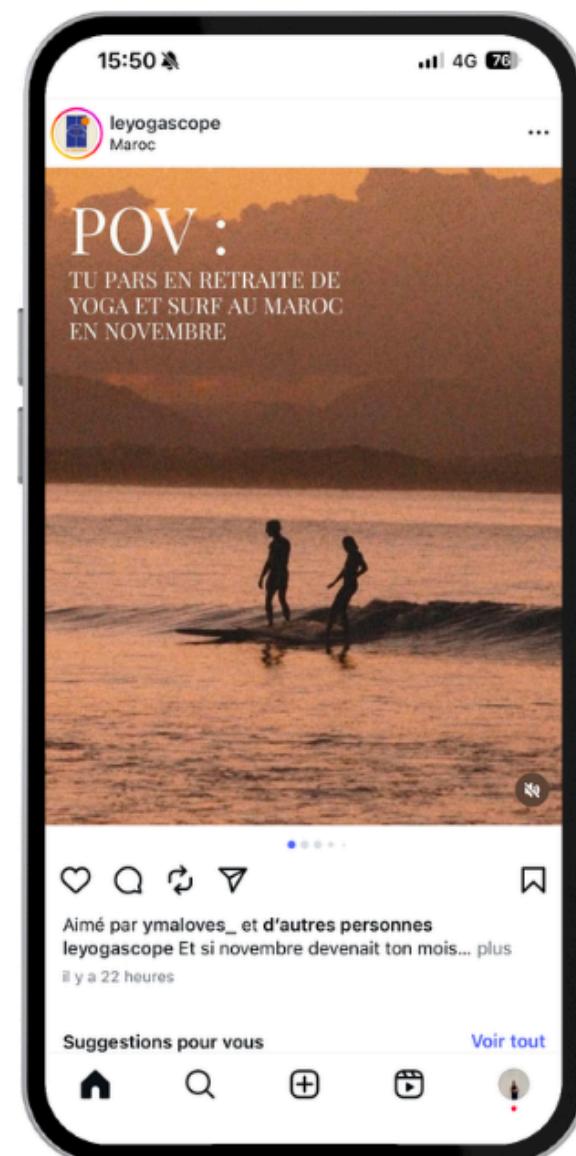


www.visitlimousin.com



MODULE 2 : PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION

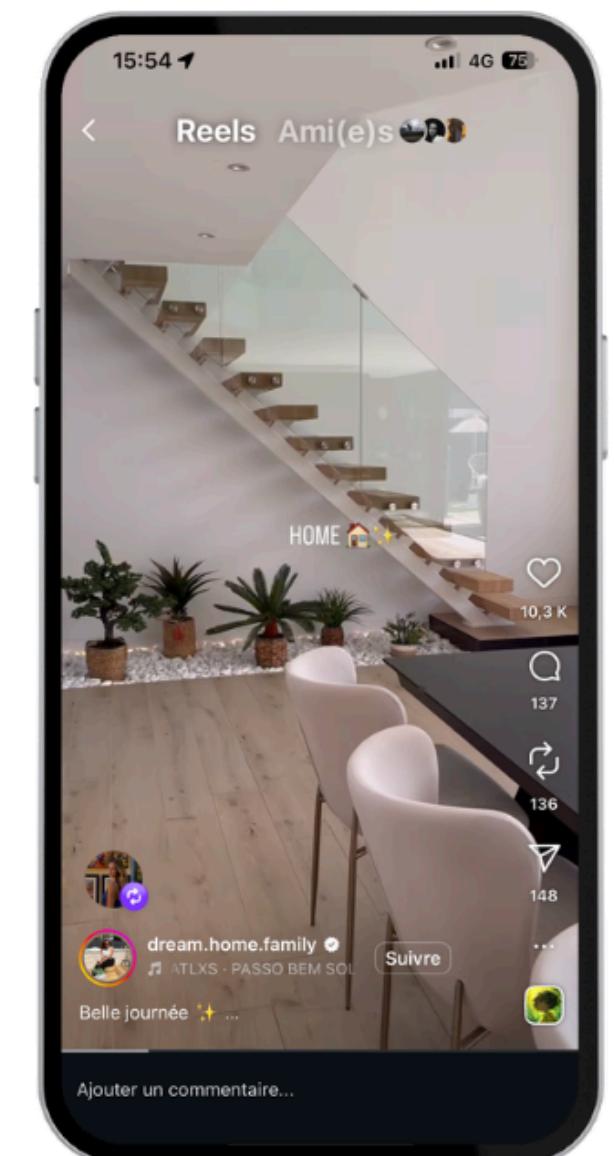
FONCTIONNALITÉS DE BASE : TYPES DE POSTS



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

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

- ♥ J'AIME
- ✍ COMMENTAIRE
- 🔁 REPARTAGE
- ↗ PARTAGE
- ⋮ ACCÉDER À DES PARAMÈTRES !
(enregistrer, remixer, créer une séquence, dire si ce reel vous intéresse ou non)



MODULE 2 : PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION

FONCTIONNALITÉS DE BASE : FOCUS MESSAGERIE

FAIRE UNE NOTE À PARTAGER À SES ABONNÉS →

Écrire un nouveau message →

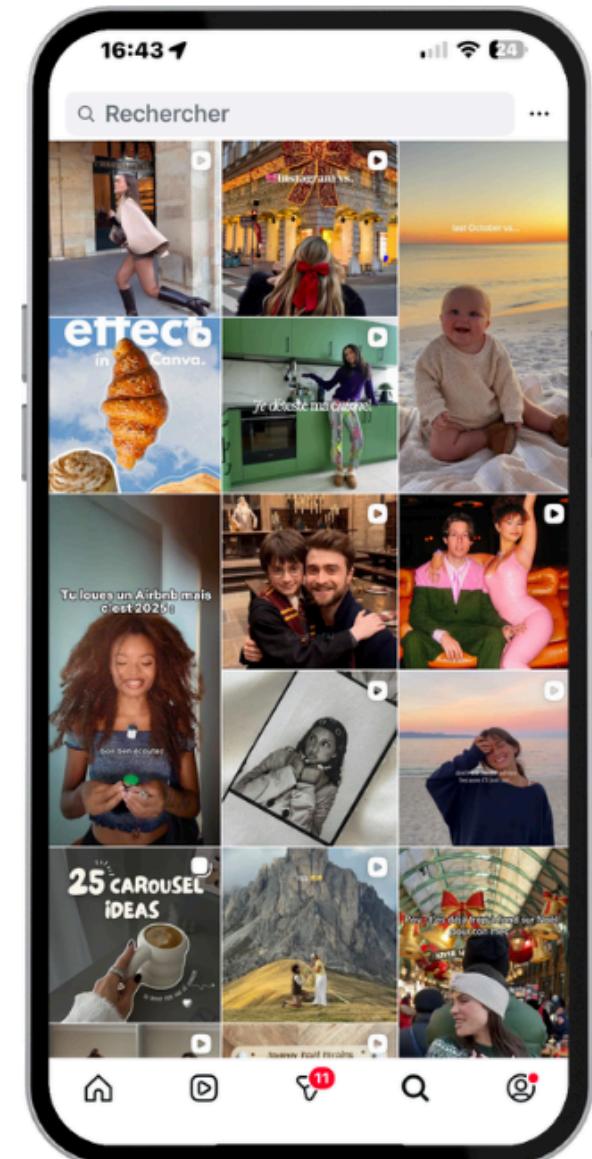
Différents canaux de messagerie →

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 !



MODULE 2 : PRISE EN MAIN COMPLÈTE DE L'APPLICATION

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*



Évènements



Randonnée



Idée de séjour



Gastronomi...



Portraits



Villages

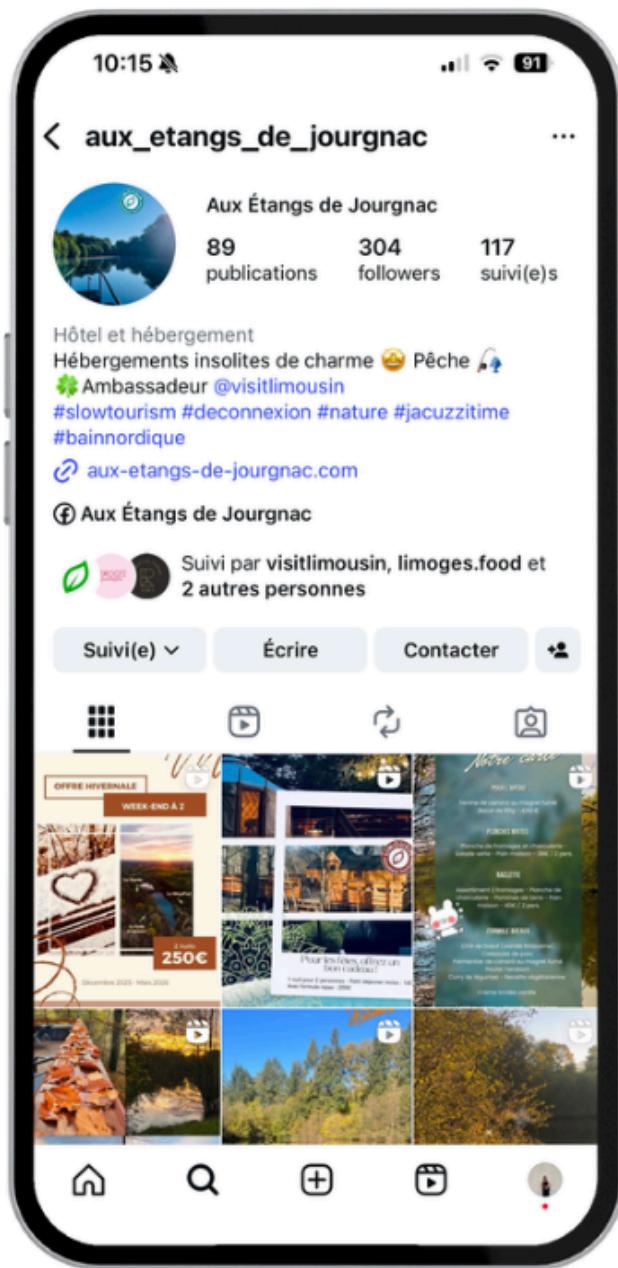
Les visuels des stories à la une doivent être :

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



MODULE 3 : CRÉER ET OPTIMISER SON PROFIL

EXEMPLE : AVANT / APRÈS



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

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

Biographie →

Hébergements insolites en pleine nature 🌿
Yourte • Mégapod • Kota finlandais
Jacuzzi • Pêche no-kill 🐟
Déconnexion en plein ❤️ du Limousin (87) ✨
Réservations ici ↗

www.visitlimousin.com



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***

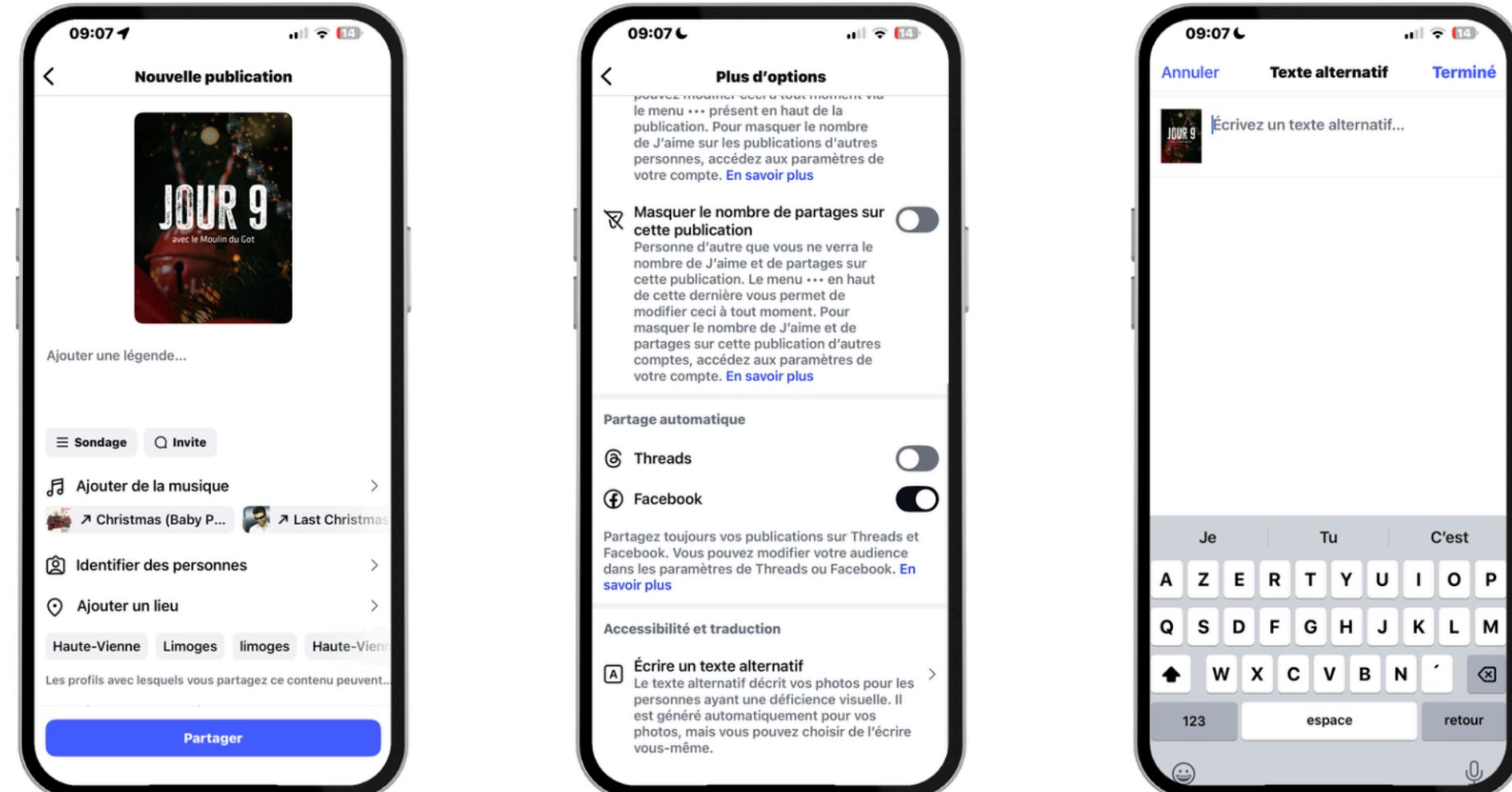


MODULE 4 : PUBLIER SES PREMIERS CONTENUS

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)

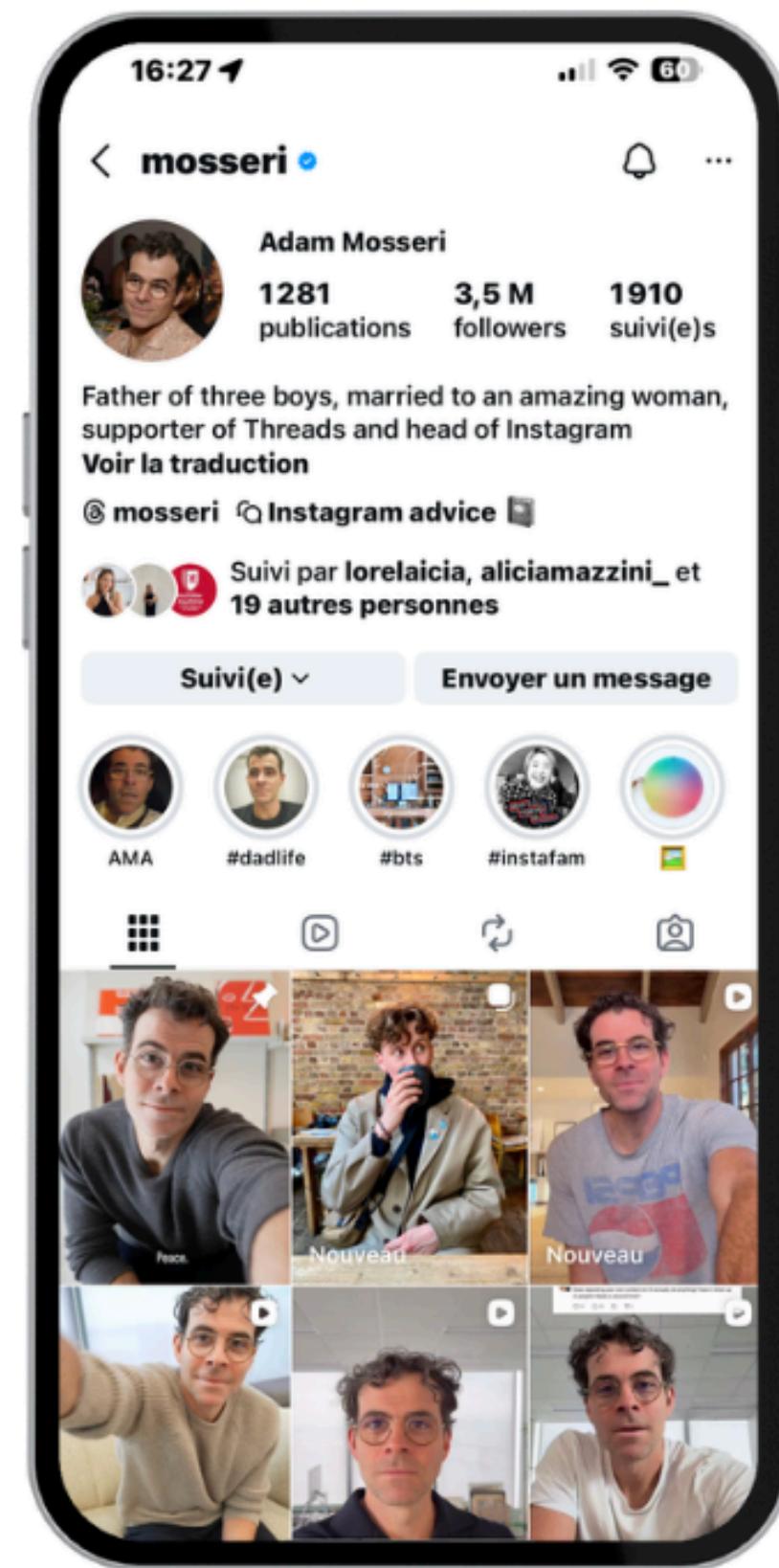
ÉTAPE 4 : Engager avec ton audience cible (5-10 min)



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
amazzini@visitlimousin.com

www.visitlimousin.com/espacepro