

Réalisé par



Comment reprendre en mains son compte

Instagram ?

(version débutant)



I. LA (mini)

STRATÉGIE

LA STRATÉGIE

Avant de réfléchir à quoi poster, commence par te demander pourquoi tu communique et à qui tu t'adresses. Construire une stratégie Instagram, ça se prépare en amont — et cette étape est souvent oubliée alors qu'elle est essentielle pour créer quelque chose d'efficace et durable.

Voici les 3 bases indispensables pour construire ta stratégie de contenu

1. Définis tes objectifs

Pourquoi tu veux utiliser Instagram pour ton business ?

Pas besoin d'en avoir 10 en même temps : **1 à 2 objectifs principaux suffisent** pour structurer ta stratégie.



Par exemple, tu peux vouloir :

- développer ta notoriété (te faire connaître, gagner en visibilité)
- créer une communauté engagée (échanger, fidéliser, créer du lien)
- générer des ventes (vendre une offre ou attirer des prospects qualifiés)
- te positionner comme expert-e dans ton domaine

Ton objectif principal va guider **ton ton, tes contenus et ta fréquence de publication**.

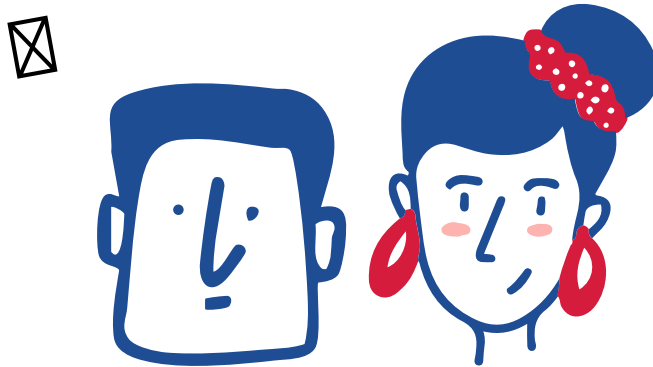
→ Par exemple : tu ne communique pas de la même façon si tu veux vendre du conseil ou des produits e-commerce.

2. Identifie ta cible

Avant de te lancer, prends le temps de savoir à qui tu parles, pourquoi et comment. Si tu t'adresses à tout le monde, personne ne se sentira vraiment concerné. Plus tu es précis-e, plus ton contenu sera pertinent et impactant.

Pose-toi les bonnes questions :

- Qui est ta cliente idéale ? (âge, métier, priorités...)
- Qu'est-ce qu'elle a envie de voir ?
- Qu'est-ce qu'elle ne veut surtout pas voir ?
- Quel type de contenu elle consomme déjà ?



En répondant à ça, tu vas naturellement voir ce qui fonctionne... et ce qu'il vaut mieux éviter pour rester aligné avec ta cible.

Tu peux t'aider de sondages, études ou articles pour affiner ta réflexion.

Fais attention aux sources : privilégie des médias fiables et reconnus comme INSEE, Statista, IPSOS, Diplomeo, Metricool, BDM ou "J'ai un pote dans la com".

**II. TON
COMPTE
INSTAGRAM**

L'IMPORTANCE DE LA LÉGENDE SUR INSTAGRAM

Avant de penser à son contenu, pensons à son compte lui-même et découvrons pourquoi c'est important de soigner la biographie de son compte !



Une biographie, c'est ça !

À quoi sert une légende ?

1. C'est la première impression

Ta biographie est la première chose que les gens voient quand ils visitent ton compte. En quelques secondes, elle doit leur permettre de comprendre :

- qui tu es,
- ce que tu fais,
- et pourquoi ils devraient te suivre.

→ Si ta biographie est **claire, attractive et bien structurée**, tu donnes tout de suite envie de rester et de découvrir votre contenu.

2. Elle reflète ton identité ou ton image de marque

Ta biographie est un résumé de ton univers : ton, style et personnalité. Pour une marque, elle montre ta mission, tes valeurs et ce que tu proposes.

3. Elle aide à être mieux trouvée

Instagram utilise aussi les mots-clés de ta bio pour te faire apparaître dans les recherches.

4. Elle guide les visiteurs

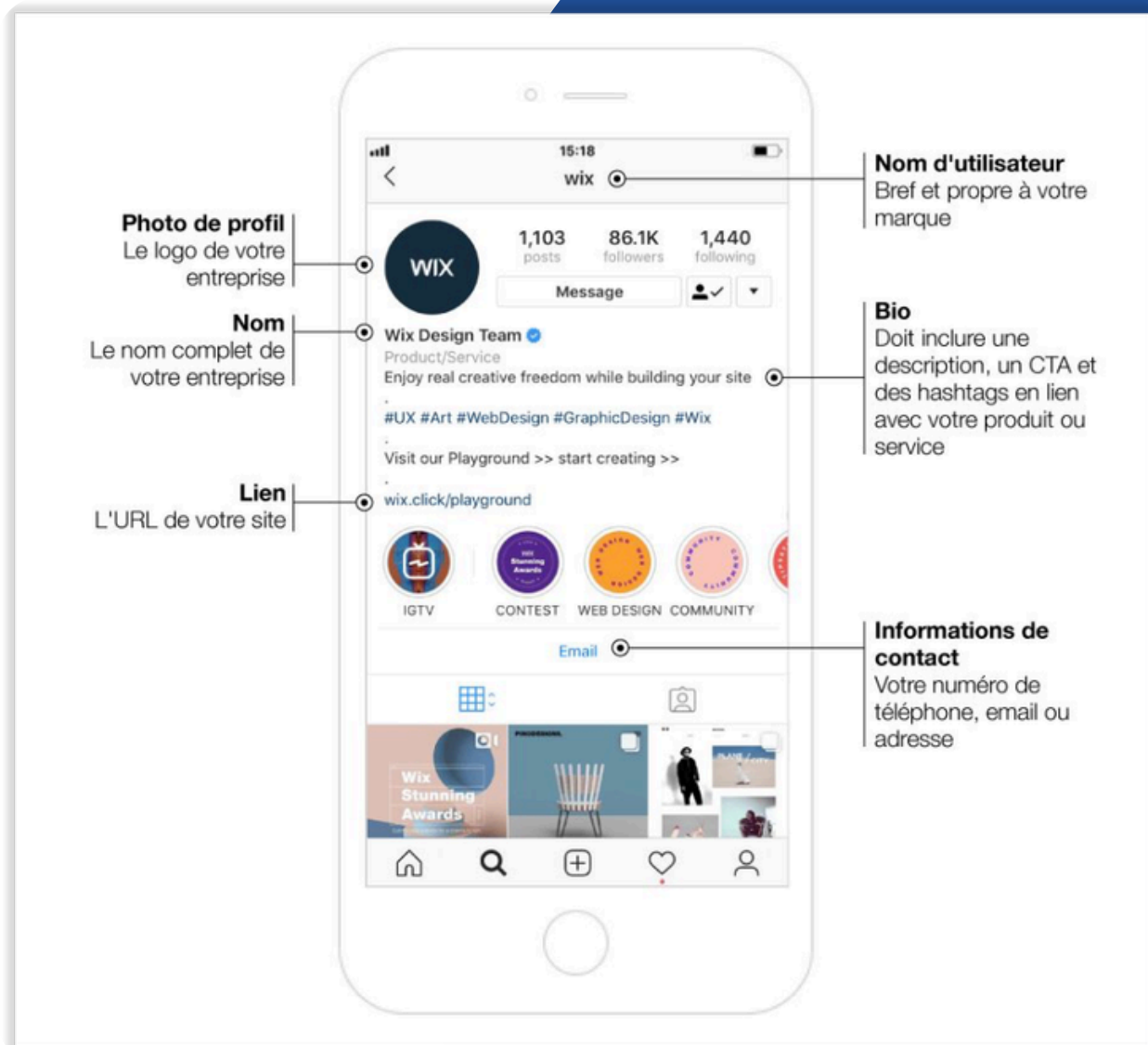
Ta biographie peut contenir :

- un lien cliquable (vers le site, un lien Linktree, etc.),
- une adresse e-mail,
- et même des émojis ou séparateurs pour rendre le tout plus lisible.

→ C'est l'endroit parfait pour dire aux gens quoi faire ensuite :

“ Découvre nos nouveautés”, “ Réserve ta séance ici”, etc.

Voici à quoi pourrait ressembler ta biographie :



Et pour ça rendez-vous sur ton profil



Modifier le profil



III. LE CONTENU

STORY

Maintenant que ta biographie est soignée, nous pouvons nous pencher sur le contenu de ton compte. Analysons cela !

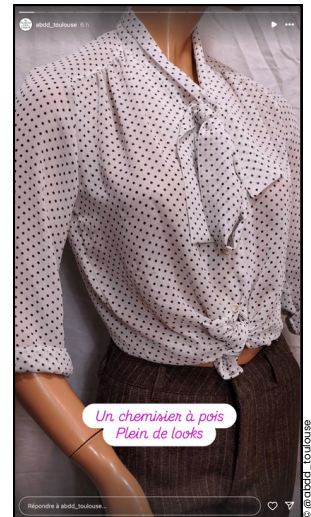
Qu'est-ce qu'une Story Instagram ?

Une Story Instagram est une photo, une vidéo ou un texte publié pour une durée de 24 heures.

Elle apparaît en haut de l'application et se regarde en plein écran.

Pourquoi c'est utile pour un commerce ?

- Permet de montrer rapidement une nouveauté, une promo ou un événement.
- Crée du contact régulier avec les clients, sans publier dans le feed.
- Donne de la visibilité, car les Stories sont souvent regardées avant les posts classiques.
- Encourage l'interaction grâce aux sondages, questions, liens, etc.



STORY À LA UNE

Les story à la une : késaco ?

Les Stories à la Une sont des Stories que l'on choisit de **garder plus de 24 heures**. Elles **restent en permanence sur le profil**, juste sous la biographie. Elles peuvent être rangées par thème (ex : produits, avis clients, événements...)

Pourquoi c'est utile pour un commerce ?

- Permet de montrer les infos importantes tout le temps, pas seulement pendant 24h.
- Aide les clients à **trouver rapidement ce qu'ils cherchent** (horaires, promos, nouveautés...).
- Donne une **image plus professionnelle** et organisée du profil.
- **C'est comme une vitrine** : ce que le commerce veut mettre en avant en premier.

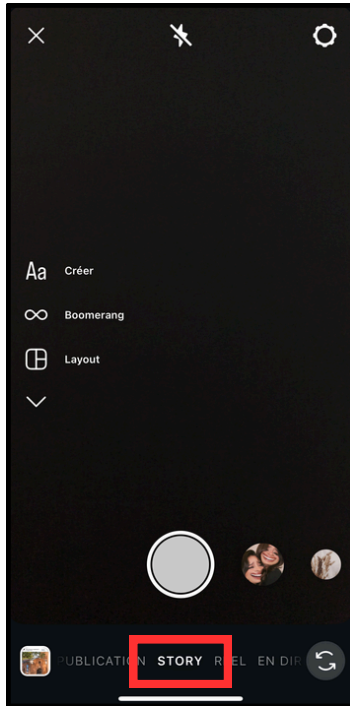


L'emplacement des story à la Une

Comment ajouter une story :

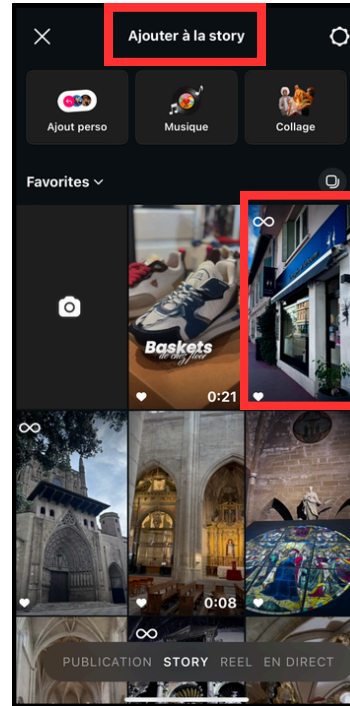


1ère étape : Appuies sur le bouton "+" en bas de ton écran



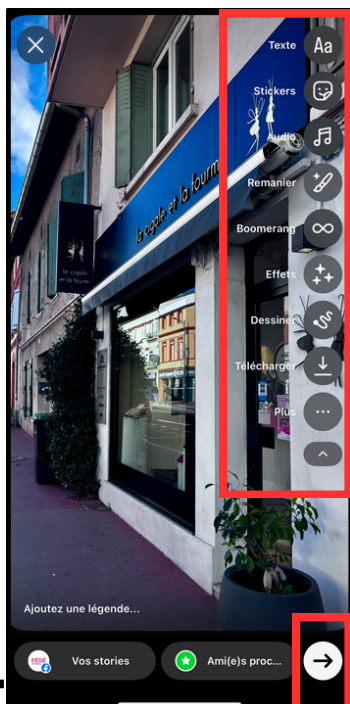
2ème étape :

Vérifies que tu sois bien positionné-e sur l'espace dédié à la publication d'une story



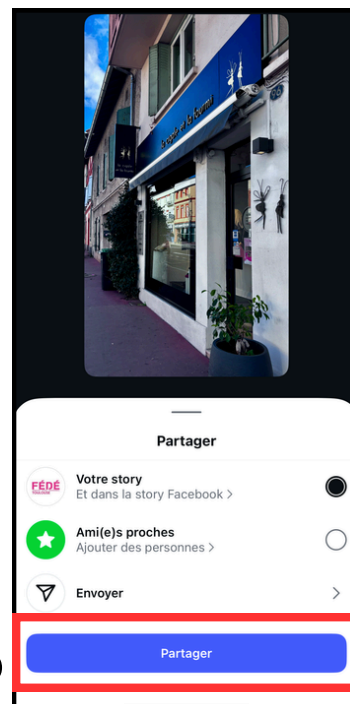
3ème étape :

Sélectionnes l'élément (photo ou vidéo) que tu souhaites ajouter en story



4ème étape :

Personnalises ta story avec les éléments présents sur ta droite (Ajout d'audio, d'effets visuels, du texte...)



5ème étape :

Après avoir appuyé sur la flèche présente sur l'image 4 en bas à droite, tu peux maintenant publier ta story en pressant le bouton "Partager" en bleu

LES SONS POPULAIRES SUR INSTAGRAM :

pourquoi faut-il les utiliser ?

Maintenant que nous avons abordé la fabrication d'une story sur Instagram, passons aux sons populaires.

Un son populaire c'est une musique ou un extrait audio qui est ajouté à une vidéo ou une photo. Découvrons pourquoi c'est intéressant de les utiliser.

Pourquoi les utiliser ?

- **L'algorithme met en avant les tendances**

Instagram adore les contenus « à la mode ».

Quand tu utilises un son populaire (c'est-à-dire un son que beaucoup de gens utilisent dans leurs contenu), **ton contenu a plus de chances d'être montré à un grand nombre de personnes**, même à ceux qui ne te suivent pas encore.

- **Tu surfes sur la tendance**

Les sons populaires sont souvent liés à des challenges ou émotions du moment.

En les utilisant, tu montres que ton compte est actif et connecté à ce qui se passe sur la plateforme.

→ Résultat : ton contenu paraît plus « actuel » et attire plus facilement l'attention.

- **Tu augmentes l'engagement**

Les gens regardent souvent plusieurs contenu avec le même son.

Si ton contenu apparaît dans cette série, tu profites de la curiosité du public : ils restent plus longtemps, likent ou commentent davantage.

- **C'est bon pour la notoriété**

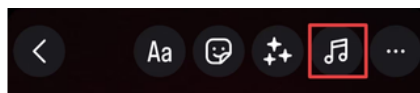
En suivant les tendances, ton compte est plus visible et mémorable.

Les nouveaux visiteurs auront l'impression que ton profil est dynamique et moderne, ce qui donne envie de s'abonner.

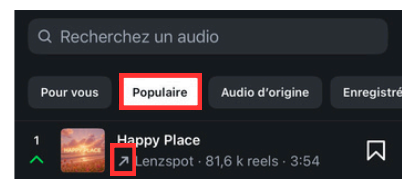
Comment les retrouver ?



1ère étape : Presses le bouton "+" en bas de ton écran

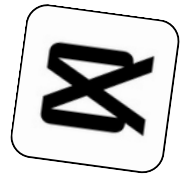


2ème étape : Presses le bouton correspondant à une clé de sol



3ème étape : Trouves l'audio tendance qui te correspond !

Assures-toi d'être dans l'onglet "Populaire" ou que le son choisi affiche la flèche vers le haut sous son nom.



MONTAGE VIDÉO :

Comment faire ses montages vidéos ?

Cliques sur le lien ci-dessous afin de découvrir un tuto pour utiliser l'application Capcut pour tes montages vidéo : simples et efficaces !

COMMENT FAIRE DES
MONTAGES TIKTOK/REEL SUR
SON TÉLÉPHONE | Tutoriel
avec CapCut
(iPhone/Android).



<https://www.youtube.com/watch?v=H52VavXQTss>

A hand holding a smartphone displaying a real estate listing. The screen shows a house, a table with columns for 'Property', 'Price', and 'Status', and a 'View Details' button. The background is a solid blue color.

IV. QUOI POSTER ?

QUOI POSTER ?

On t'a déniché plein d'idées de posts Instagram pour t'aider à te lancer sans prise de tête.

Des formats simples pour commencer... et d'autres un peu plus stylés si tu veux vraiment sortir du lot !

Alimentaire

Prêt-à-porter

Beauté & bien-être

Maison & décoration

Bricolage & jardinage

Électronique & high-tech

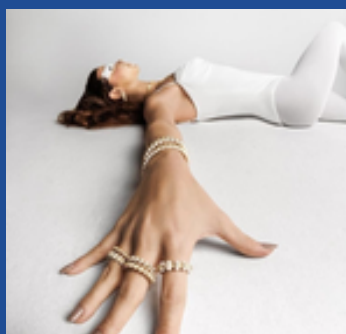
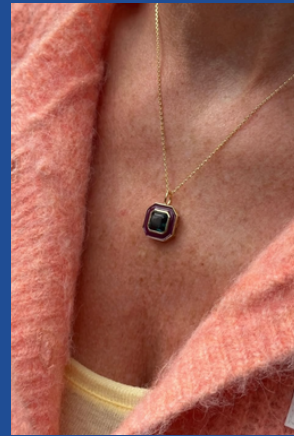
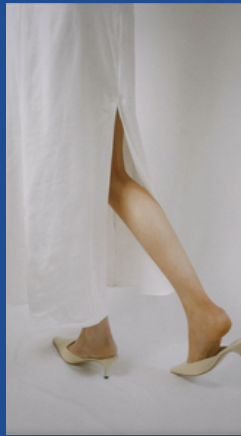
Automobile & mobilité

Culture & loisirs

Enfance & jouets

Prêt-à-porter

(Vêtements, accessoires, chaussures...)

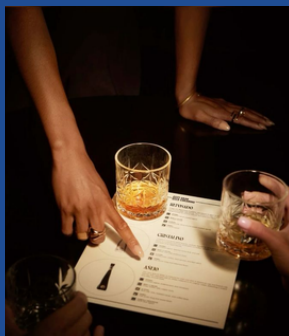


POUR PLUS D'IDÉES : CLIQUEZ ICI →



Alimentaire

(Supermarchés / hypermarchés, Boucheries, poissonneries, fruits & légumes, Épicerie fines, Boissons...)

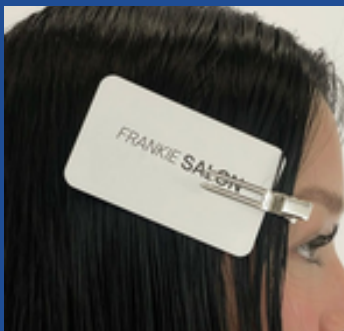
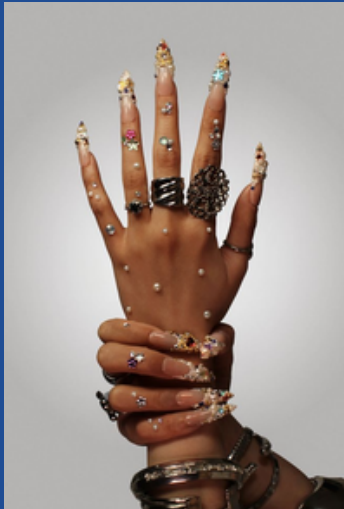
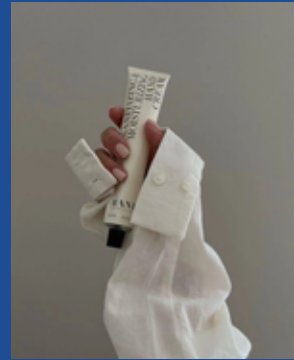
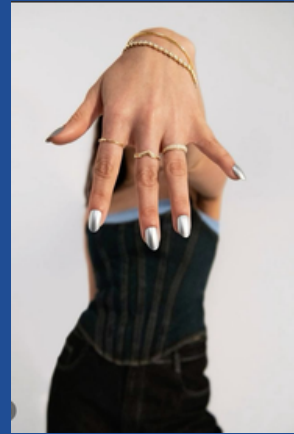


POUR PLUS D'IDÉES : CLIQUEZ ICI →



Beauté & bien-être

(Cosmétiques, Parfumerie, Soins du corps / cheveux, Produits de santé non médicaux, Coiffure)

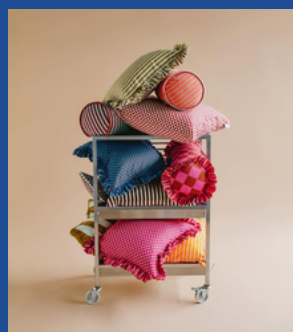


POUR PLUS D'IDÉES : CLIQUEZ ICI →



Maison & décoration

(Meubles, décoration intérieure, linge de maison, arts de la table...)

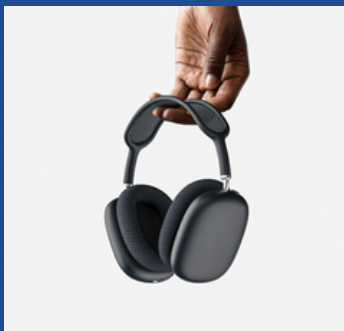


POUR PLUS D'IDÉES : CLIQUEZ ICI →



Électronique & high-tech

(Téléphones, informatique, TV / audio, accessoires tech...)



POUR PLUS D'IDÉES : CLIQUEZ ICI →



Bricolage & jardinage

(Outils, matériaux de construction, plantes / jardin, aménagement extérieur)

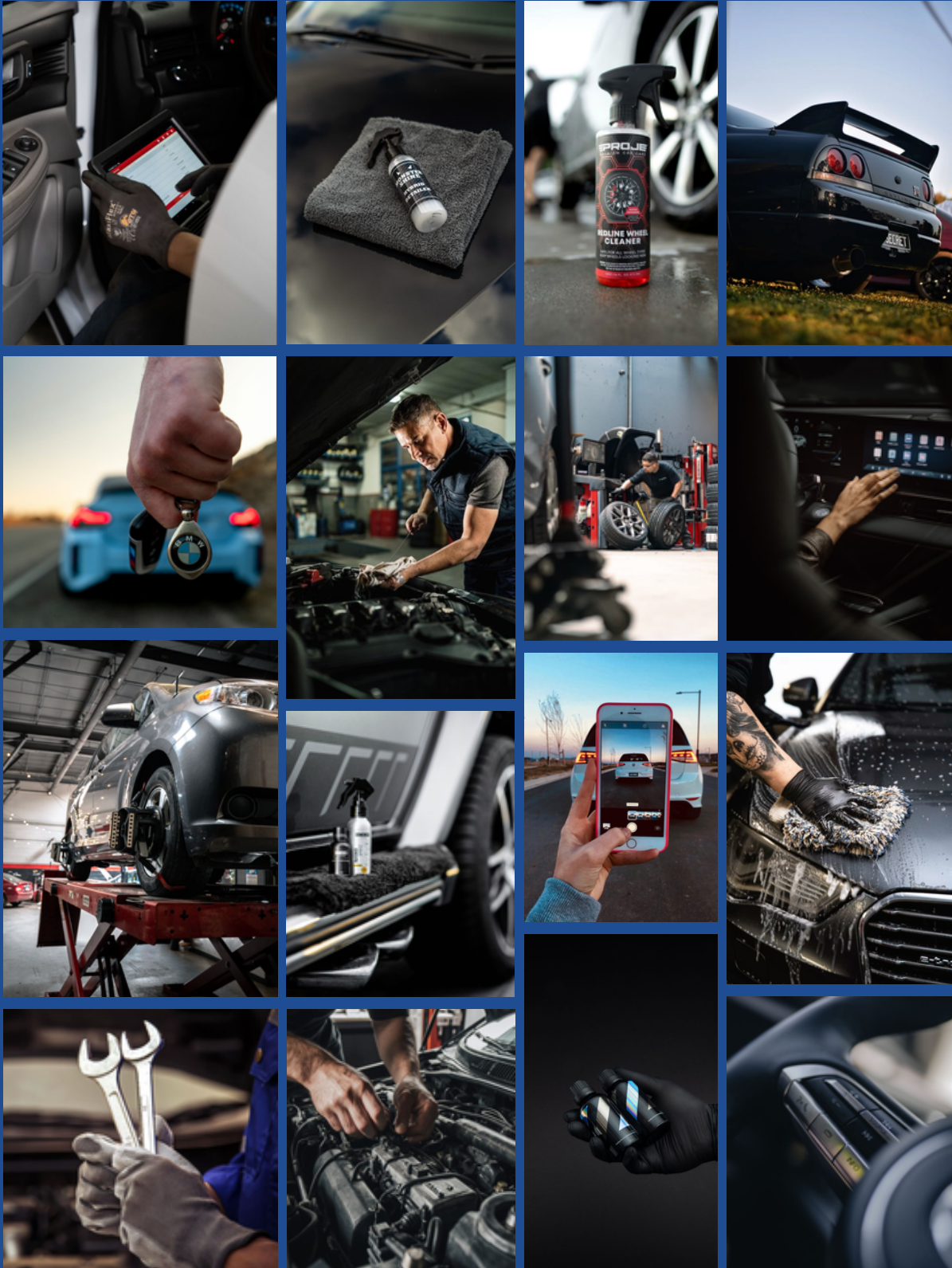


POUR PLUS D'IDÉES : CLIQUEZ ICI →



Automobile & mobilité

(Véhicules, pièces auto, accessoires et entretien)

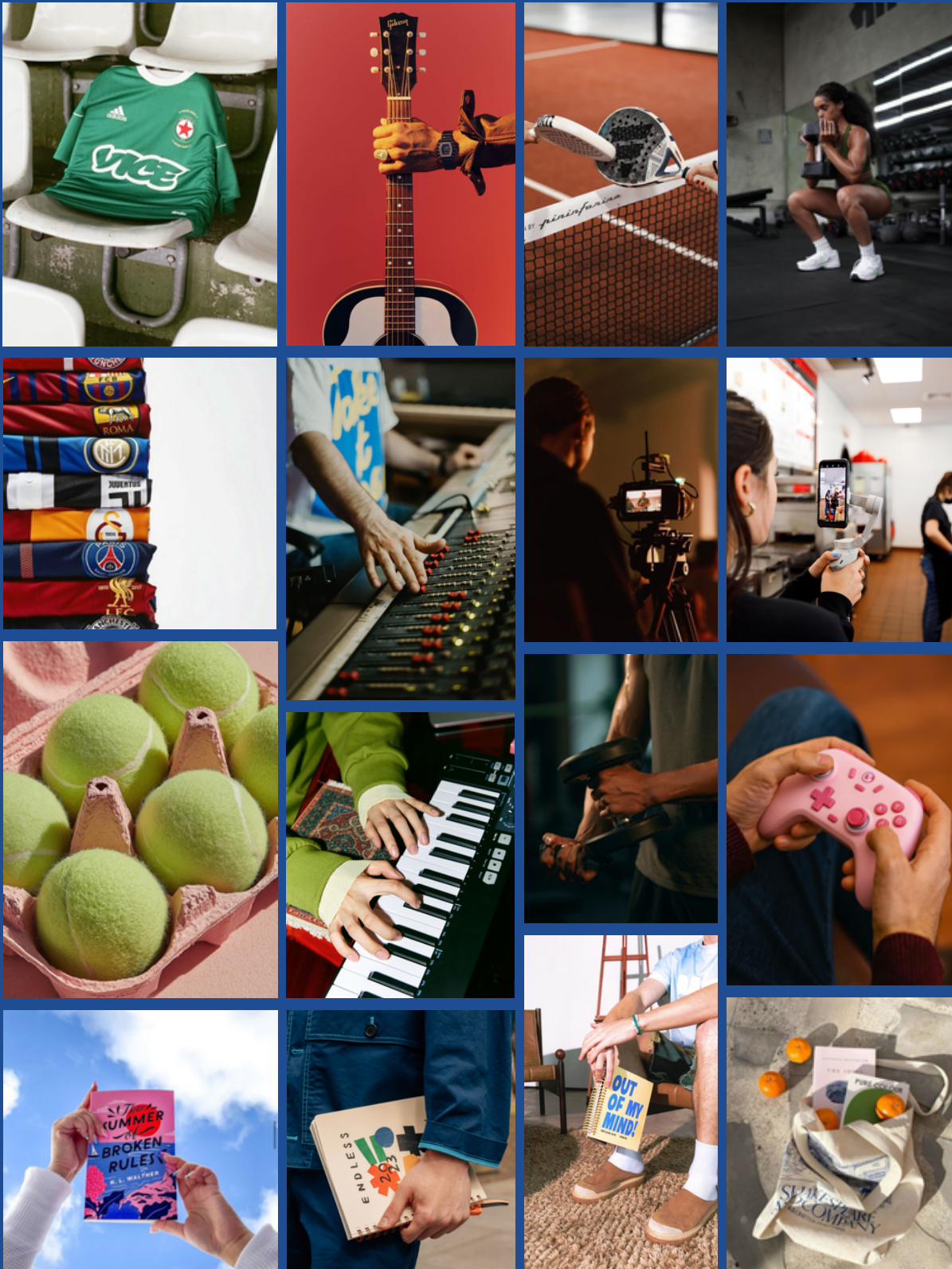


POUR PLUS D'IDÉES : CLIQUEZ ICI →



Culture & loisirs

(Livres, jeux vidéo, musique / films, sport)

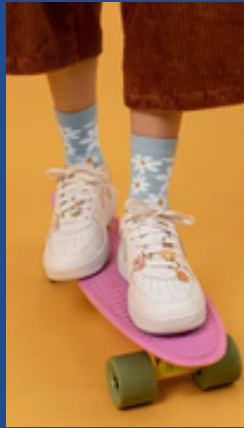
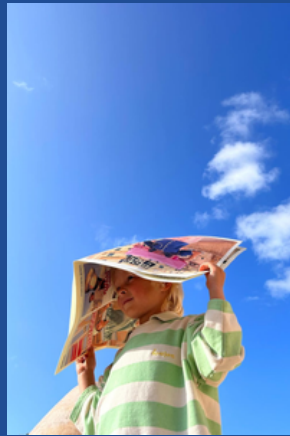


POUR PLUS D'IDÉES : CLIQUEZ ICI →



Enfance & jouets

(Jouets, puériculture, vêtements enfants)



POUR PLUS D'IDÉES : CLIQUEZ ICI →





**V. L'ASPECT
GÉNÉRAL DU
COMPTE
INSTAGRAM**

L'ASPECT GÉNÉRAL DU COMPTE INSTAGRAM

Le Feed

Le feed Instagram, c'est un peu la vitrine de ton compte : l'endroit où toutes tes photos et vidéos s'alignent et racontent ton univers.

Imagine un grand mur d'images qui évolue à chaque nouveau post

C'est la première impression que tu donnes à ton public, alors autant la rendre canon !

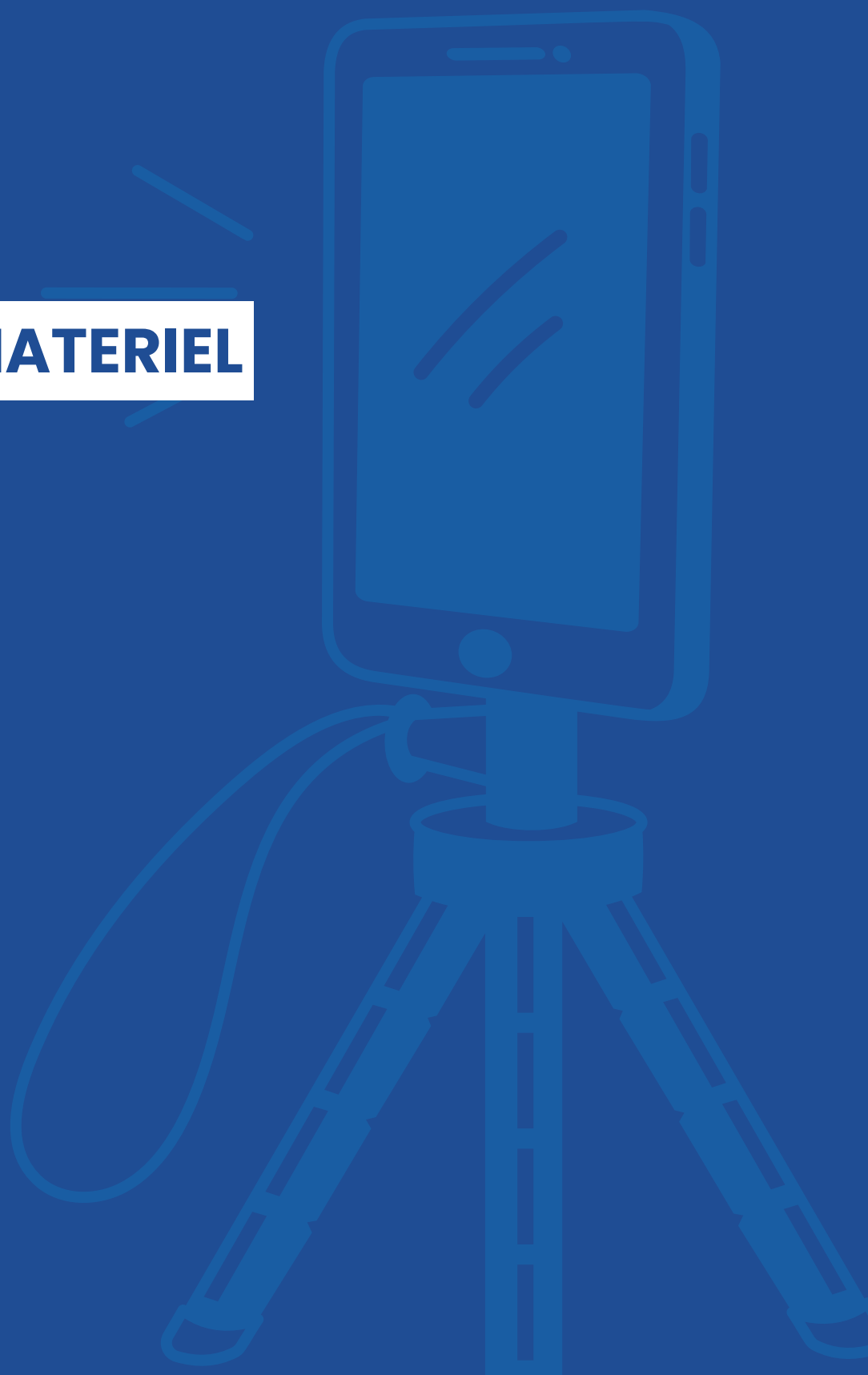
Pense à soigner l'ensemble et à garder une certaine cohérence pour que ça donne envie de rester !



un feed, c'est ça !



VI. LE MATERIEL



LE MATERIEL À AVOIR

C'est encore mieux si tu as le matériel pour mettre ça en place



trépied



téléphone (rush
+ montage)



micro cravatte

VII. ANALYSER LES RETOMBÉES



ANALYSER SES PUBLICATIONS

Une étape pas si négligeable !

Améliorer tes résultats

Grâce à une approche réfléchie, tu peux analyser tes performances (**likes, vues, abonnés, à quelle heure est présente ta cible sur Instagram**) et **ajuster ton contenu pour qu'il plaise davantage à ton audience.**

Créer une vraie communauté

Publier de façon stratégique, c'est aussi créer du lien authentique. Ton contenu attire les bonnes personnes, qui deviennent ensuite abonnées fidèles à ton projet.

En résumé :

Une stratégie Instagram **t'aide à savoir où tu vas, pourquoi tu communique et comment atteindre tes objectifs.**

Ce à quoi ressemble l'espace "Statistiques" sur Instagram

