

Atelier numérique #6

Instagram

Mardi 3 mars 2020

SAINT GERMAIN
BOUCLES DE SEINE
TOURISME

SOMMAIRE

- Comprendre le réseau
- Décryptage
- Stratégie de contenu
- Les applis
- Comprendre les statistiques
- La publicité



COMPRENDRE LE RÉSEAU

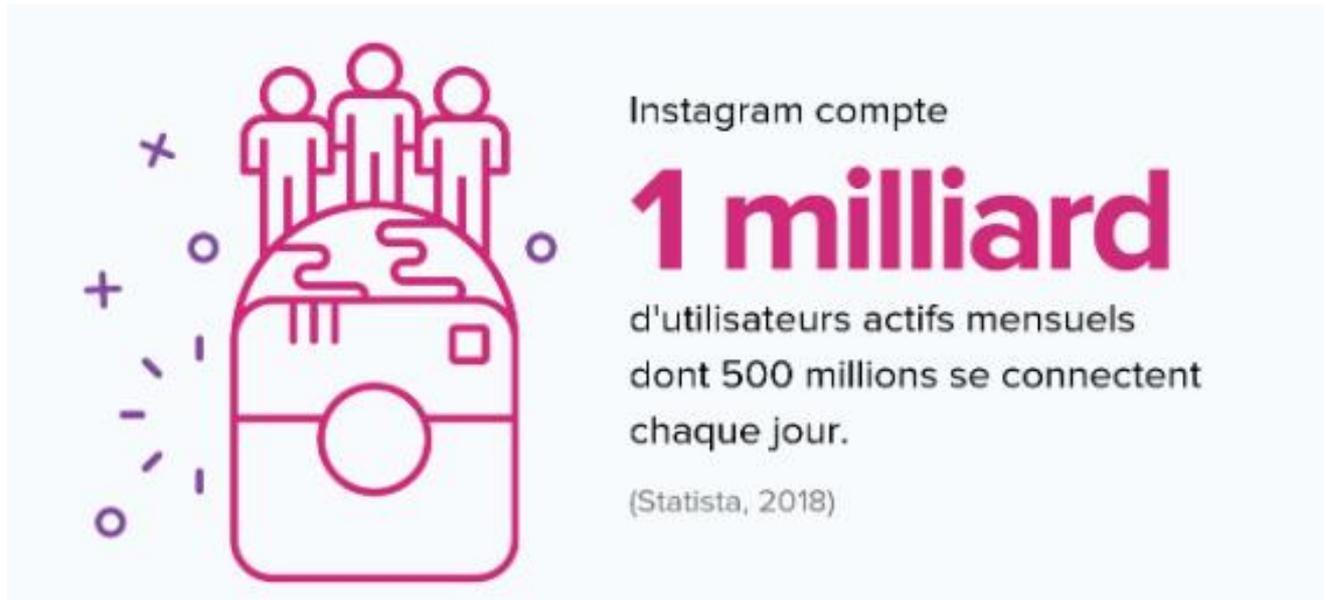
Instagram c'est quoi ?

Application gratuite pour smartphone disponible sur IOS / Android qui permet de :

- Partager des photos et des vidéos
- Personnaliser la photo avec différents filtres
- Créer, fédérer une communauté



COMPRENDRE LE RÉSEAU



- Création en 2010, 6 mois après son lancement sur l'iPhone, Instagram avait déjà gagné 5 millions d'utilisateurs
- 95 millions de photos et vidéos postées chaque jour
- 41% des utilisateurs d'Instagram ont entre 16 et 24 ans, 35% entre 25 et 34 ans

COMPRENDRE LE RÉSEAU

Instagram est le



réseau social le plus fréquenté derrière Facebook

(Similarweb, 2019)



Instagram peut générer un taux supérieur à

4x

plus d'interactions comparé à Facebook.



(Digimind, 2018)



500 millions

de comptes Insta utilisent les stories tous les jours, 1/3 des stories les plus vues sont celles de marques.

(Mention, 2018)

83%

des instagrameurs disent découvrir de nouveaux produits et services sur Instagram.

(Facebook, 2019)



COMPRENDRE LE RÉSEAU

EN QUOI CELA NOUS INTÉRESSE ?

#tourisme

Le partage de ses photos en voyage est aussi important que l'expérience vécue lors de ce voyage.

⇒ Dis moi ce que tu photographies, je te dirai où tu pars : 42% des voyageurs réservent leur séjour en fonction, notamment du potentiel instagrammable d'une destination !

⇒ Ce qu'Instagram va vous apporter ?

Des visiteurs !

Autour de votre # vous allez créer votre Communauté et séduire de nouveaux visiteurs



COMPRENDRE LE RÉSEAU

EN QUOI CELA NOUS INTÉRESSE ?

#art

Sur Instagram l'élément principal est la photo : en tant qu'artiste, il n'y a pas d'autre réseau social qui vous permettra d'obtenir un engagement aussi fort sur vos photographies que celui-ci.

⇒ Ce qu'Instagram va vous apporter ?

- de la visibilité
- une communauté : échanges avec d'autres artistes, fans de l'inspiration !



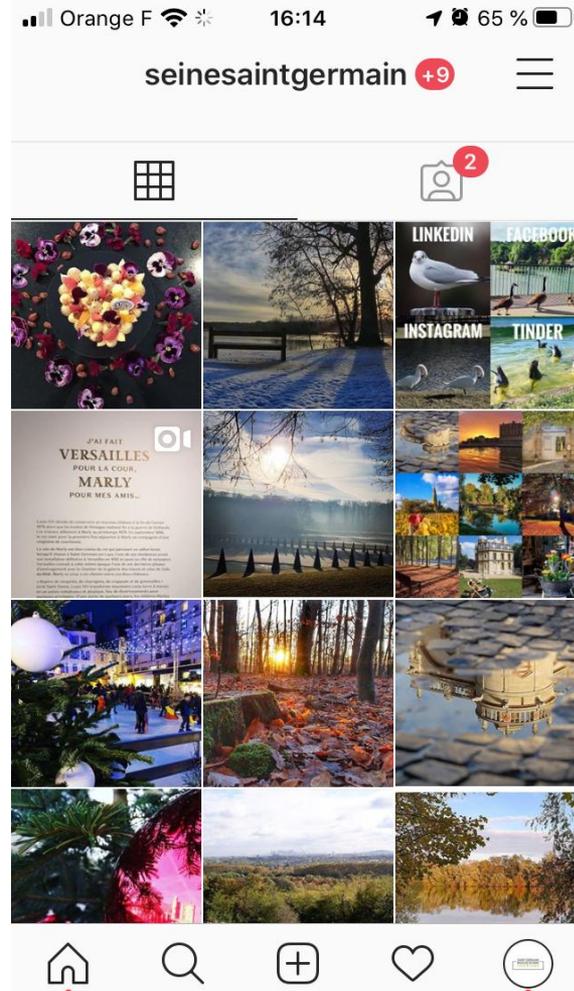
COMPRENDRE LE RÉSEAU

EN MATIÈRE DE DROIT :

- Vous ne pouvez poster des photos/vidéos que si vous détenez les droits d'auteur sur celles-ci.
- même si vous êtes l'auteur de la photographie, il faut veiller à ne pas enfreindre les droits des tiers.
- veiller au respect du droit à l'image des tiers

Comme cela est indiqué au sein des [Conditions Générales d'Utilisation \(CGU\) d'Instagram](#), vous demeurez propriétaire des droits d'auteur sur la photographie ou la vidéo que vous postez sur le réseau MAIS les CGU comportent une clause de licence d'utilisation au profit d'Instagram : « Vous accordez par la présente à Instagram une licence non exclusive, entièrement payée, libre de droits, transférable, sous licenciable et mondiale pour l'utilisation du Contenu que vous publiez sur le Service ou par son intermédiaire... ».

DÉCRYPTAGE



DÉCRYPTAGE

COMMENT RÉUSSIR SES PHOTOS ?

MAÎTRISER LA LUMIÈRE

Choisissez une belle lumière, de préférence naturelle, évitez le flash qui donne une couleur jaunâtre au sujet.

Astuce : L'outil « Lux », représenté par un soleil dans le menu « Modifier », permet d'ajuster la luminosité et le contraste de votre photo !

JOUER LA CARTE GRAPHIQUE

Les photos graphiques sont celle qui attirent le plus, exemple la prise « vue du ciel » qui permet de focaliser l'attention sur le sujet (#fromwhereistand), jouer avec les lignes directrices

Astuce Instagram : L'outil « Ajuster » dans le menu « Modifier » permet de créer une grille virtuelle sur votre photo et de la redresser selon l'angle voulu.

GÉRER LA PROFONDEUR DE CHAMPS

Pour bien faire ressortir votre sujet, une astuce consiste à rendre flou l'arrière plan et mettre ainsi l'accent sur le 1^{er} plan. La solution : se rapprocher au maximum du sujet que l'on veut « net », ce qui rendra l'avant ou l'arrière-plan plus flous.

Astuce Instagram : L'outil « Tilt-shift » dans le menu « Modifier » permet de créer artificiellement un flou autour de votre sujet, soit en radial (le flou est en cercle autour du sujet) soit en linéaire (le flou est créé sur les bandes supérieures et inférieures de la photo).

DÉCRYPTAGE

A RETENIR :

Dimensions photos :

Photos carrées : 640 x 640 pixels

Photos portraits : 480 x 600 pixels

Photos paysage : 600 x 450 pixels

Photos de profil Instagram : 110 x 110 pixels

Dimensions vidéos :

Durée : 3 à 15 secondes

Format 16/9

Format carré : 640 x 640 pixels

Format tall vidéo : 1080 x 1350 pixels



DÉCRYPTAGE

LES FONCTIONNALITÉS :

1. **Les filtres** : ce sont des modèles de sélection de couleurs qui permettent d'embellir et mettre en valeur votre photo, vous pouvez aussi modifier et personnaliser votre photo comme modifier la luminosité, le contraste...
2. **La légende** : c'est la description de votre photo, vous pouvez mentionner quelqu'un @+nom d'utilisateur : la personne sera notifiée et un lien sera créé lorsqu'on touchera ce mot, vous pouvez (devez) aussi utiliser des hashtags #
3. **La recherche** : pour rechercher d'autres utilisateurs, vous pouvez cibler les gens par leurs localisations, par le hashtag ou directement par leurs noms.

DÉCRYPTAGE

FOCUS SUR LES FILTRES

Rise : pour donner un côté délavé à vos photos

Mayfair : pour donner un effet de vignettage

Nashville : effet vieilli très marqué avec un contour qui ressemblera à celui d'une pellicule

Valencia : pour donner un côté romantique

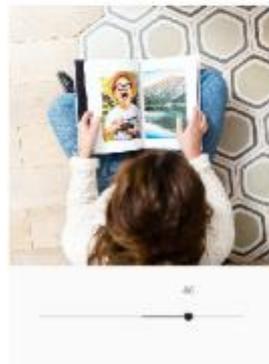
HeFe : proposer un fort contraste entre les couleurs en poussant la clarté, des zones plus sombres se mettent au coin de l'image

MAIS ! 45% des photos postées sur Instagram sont #nofilter

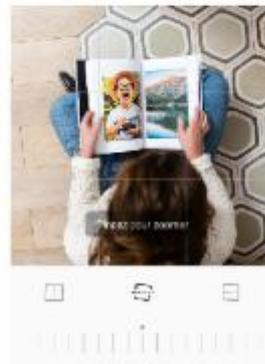


DÉCRYPTAGE

EN RÉSUMÉ !



Luminosité



Ajuster



Tilt-Shift

DÉCRYPTAGE

LES FONCTIONNALITÉS :

1. **Diffuser en direct** : Sur Instagram vous pouvez faire du live et partager directement avec votre communauté.
2. **Les messages** : vous pouvez envoyer des messages texte à d'autres utilisateurs, vous pouvez aussi envoyer des messages directement par photo.
3. **Les statistiques** : Il est important de regarder les statistiques, ca vous permettra de mieux analyser votre compte et ainsi d'optimiser vos résultats.
4. **Le profil professionnel** : vous pouvez passer à un profil professionnel, configurer votre profil d'entreprise et votre profil va passer en compte pro.

DÉCRYPTAGE

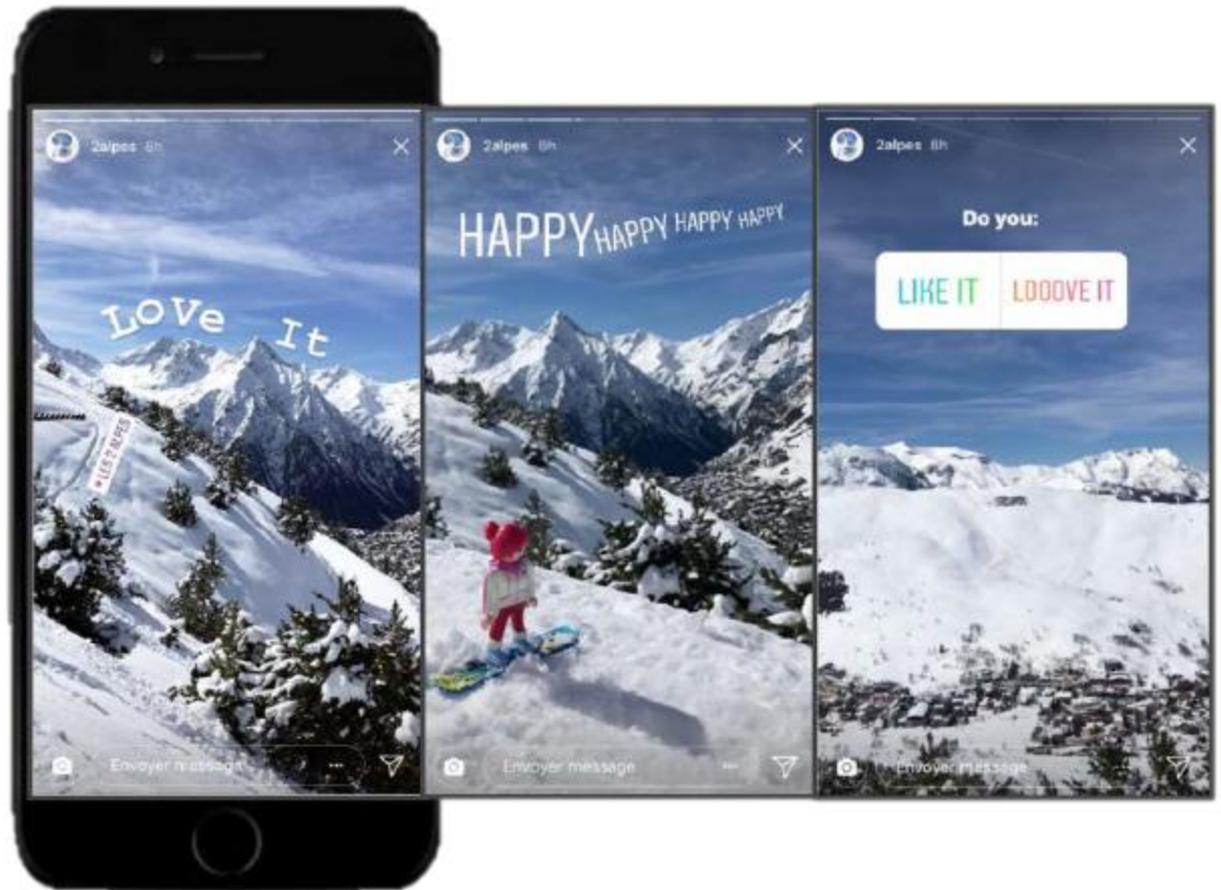
LES FONCTIONNALITÉS :

Les stories : vous pouvez toute la journée enregistrer différents contenus qui ne sont disponible que pendant 24 heures et avec lesquelles vous allez pouvoir créer des interactions avec vos abonnés, vous pouvez leurs ajouter des filtres, des Emoji, des mots que vous écrivez ou encore mentionner directement vos abonnés afin qu'ils puissent voir le contenu.

Les Stories Instagram ont connu une croissance tout bonnement incroyable. En moins de 2 ans, elles ont atteint plus de 400 millions d'utilisateurs actifs par jour ! Elles surpassent les posts traditionnels de Facebook et Instagram.

DÉCRYPTAGE

FOCUS SUR LES STORIES



DÉCRYPTAGE

FOCUS SUR LES STORIES

Pourquoi ça marche ?

- Parce que c'est un format de l'instant qui reste encore très spontané alors que les photos sont, elles peuvent être retravaillées
- Le fil d'actualité a été conçu pour les ordinateurs, c'était parfait pour partager des statuts mais les usages des réseaux sociaux ont évolué et surtout on ne consomme plus qu'avec nos smartphones !
- Parce qu'on aime les histoires, c'est tout l'art du storytelling !
- Une story est facile à créer, il suffit de quelques minutes pour poster sur les événements les plus pertinents de la journée
- C'est un format très créatif

DÉCRYPTAGE

FOCUS SUR LES STORIES

Quelles possibilités :

Mentionner et notifier des utilisateurs d'instagram dans notre story

Utiliser des filtres de géolocalisation

Utiliser des filtres ou des gifs pour rendre ses storys plus dynamiques

Mettre en place des sondages



DÉCRYPTAGE

FOCUS SUR LES STORIES

Quelles possibilités :
Raconter une histoire !

The image shows the Instagram profile for 'la.minute.culture'. The profile picture is a circular image of the Mona Lisa with red heart-shaped glasses. The bio includes the name 'La Minute Culture', the hashtag #laminuteculture, and a description: 'Chaque semaine une nouvelle story pour te cultiver sans prise de tête. Une création de @camillejouneaux #art #culture #histoire'. Below the bio are seven story highlight icons with names: ARTEMISIA GENTILESCCHI (Badass), ÉDOUARD MANET (À poil !), CAMILLE CLAUDEL (Drama), JULES CÉSAR (GOT), PIET MONDRIAN (Carrément), EUGÈNE DELACROIX (Libérés d...), and LA VÉNUS DE MILO (Coupée e...). The main content area shows a grid of story posts. The first post features a painting with the text 'Je crois qu'on nous appelle...'. The second post features a painting with the text 'Ah ouï, c'est l'heure de la Minute Culture'. The third post features a painting with the text 'Ne bouge surtout pas, je crois qu'on nous regarde...'. The fourth post features a painting with the text 'Ça ne serait pas les lecteurs de la Minute Culture par hasard ?'. The fifth post features a painting with the text 'Les bras mien tombent !'. The sixth post features a painting with the text 'Tu as vu, il y a une nouvelle Minute Culture en ligne'.

DÉCRYPTAGE

FOCUS SUR LES STORIES

Quelles possibilités :
Créer des collections où les stories sont Archivées. C'est comme du replay !

The screenshot shows the Instagram profile for 'AuvergneTourisme'. The profile picture is a circular image of a green landscape with the text 'Auvergne'. The statistics show 687 publications, 16,3 K abonnés, and 818 abonnements. A blue 'S'abonner' button is visible. The bio identifies the account as an 'Agence de voyage' and 'Compte officiel', with a thumbs-up emoji. It encourages users to use the hashtag #myauvergne and provides the website auvergne.travel/. Below the bio, it lists users who follow the account: mumuuuu15, daph_ounette, flow_raison, and 10 others. A row of story highlights is shown with circular icons: 'NOS 5 COUPS DE', a waterfall, a sunset, 'Bibendum', and 'Horiza'. Below the highlights is an 'E-mail' button. At the bottom, there are three landscape photos: a sunset over mountains, a mountain range, and a green mountain peak.

DÉCRYPTAGE

FOCUS SUR LES STORIES

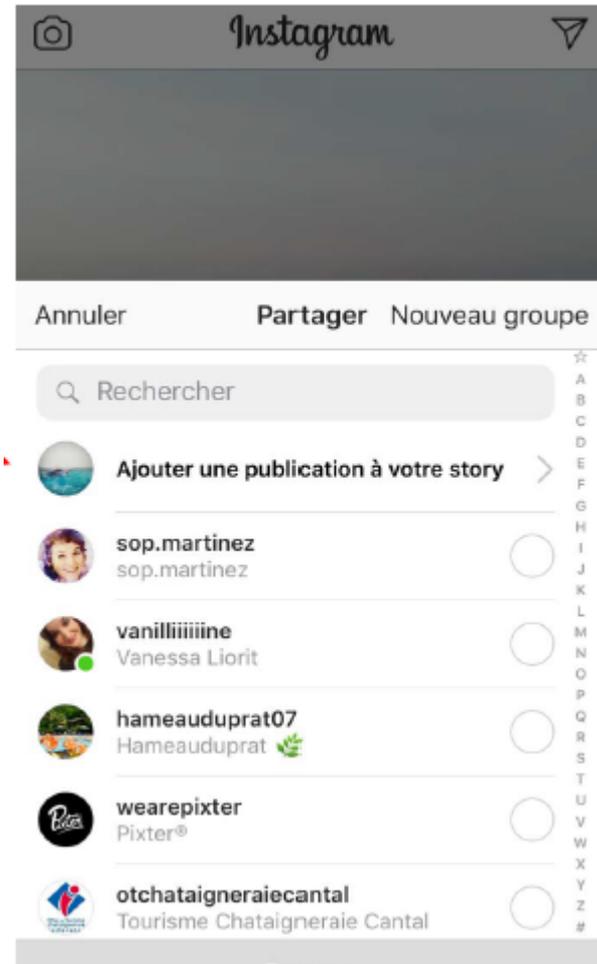
Un peu d'inspiration...

- mettre en **avant les coulisses** de l'entreprise
- mettre en avant **vos événements** et leur organisation
- mettre en avant vos employés qui œuvrent pour l'entreprise et la satisfaction des clients.
- des **sondages** à réponses fermées pour avoir l'avis de vos consommateurs (mais de façon ludique) : quelles couleurs préférez-vous pour ce produit ? Que pensez-vous de ce livre ?
- organiser des **concours** pour fidéliser vos clients.
- montrer l'utilisation de vos produits ou services par vos clients : vous pouvez partager les publications ou les stories de vos clients satisfaits, entraînés d'utiliser votre produit ou service.
- raconter l'histoire de votre entreprise en une série de photos.
- réaliser des lives avec les influenceurs de votre marque, des experts ou des clients importants.

DÉCRYPTAGE

FOCUS SUR LES STORIES

Pensez aussi à regrammer les stories des vos abonnés



DÉCRYPTAGE

Le **hashtag** précède un mot (#mot) ou un groupe de mots sans espaces laissés entre eux (#groupedemots), afin de permettre une meilleure indexation des contenus, au sein desquels vous les utiliserez. (30 max)

Les hashtags Instagram peuvent être placés dans les descriptions de compte (bio) comme dans les publications. Les placer au sein de sa bio permettra à votre compte d'être directement référencé dessus, en tant que compte.

Placer les hashtags au sein de ses publications permettra au réseau social de les indexer, afin qu'elles soient plus facilement retrouvées.

Créer le post Instagram parfait requiert donc un savant dosage entre création, originalité et le choix de ces hashtags.

#love #TagsForLikes #TagsForLikesApp #TFLers #tweegram #photooftheday #20likes #amazing #smile #follow4follow #like4like #look #instalike #igers #picoftoday #food #instadaily #instafollow #followme #girl #iphoneonly #instagood #bestoftheday #instacool #instago #all_shots #follow #webstagram #colorful #style #swag ».

STRATÉGIE DE CONTENU

- Quelle cible ?

Les personas : imaginez votre follower « modèle » : pour qui voulez-vous poster ?

- L'audience cible :

déterminer les bonnes tranches d'âge, localisation, centres d'intérêts, revenus, situation maritale et pourquoi ils pourraient être intéressés par votre marque.

- Quels objectifs ?

Créer une communauté

Gagner des abonnés

Vendre

STRATÉGIE DE CONTENU

-Créer une esthétique forte et unique !

**Quelle image souhaitez-vous donner à votre communauté ?
Formelle, directive, joyeuse, positive, rebelle...**



STRATÉGIE DE CONTENU

Soignez votre BIO

Pas de lien actif dans les publications, uniquement dans la bio

Utilisez les emoticones pour attirer l'attention

AuvergneTourisme

Agence de voyage

Compte officiel 👍

Utilisez le hashtag #myauvergne pour partager l'Auvergne que vous aimez ! ❤️

live.auvergne-tourisme.info/social-wall/

Oise Tourisme

Office du tourisme

L'Oise : LA destination pour votre prochain week-end à 1h de Paris.

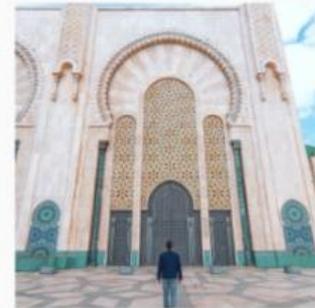
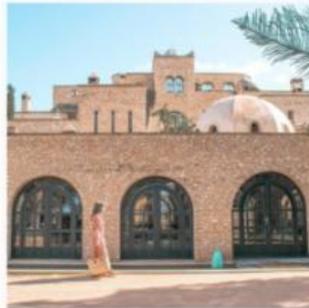
▶▶ PARTAGEZ vos photos avec #oisetourisme ◀◀

www.oisetourisme.com/

22 place de la Préfecture, Beauvais, France 60000

STRATÉGIE DE CONTENU

Travailler votre feed !



STRATÉGIE DE CONTENU

Raconter une histoire,
véhiculer des émotions



STRATÉGIE DE CONTENU

Pensez aux marronniers,
Rebondissez sur l'actu



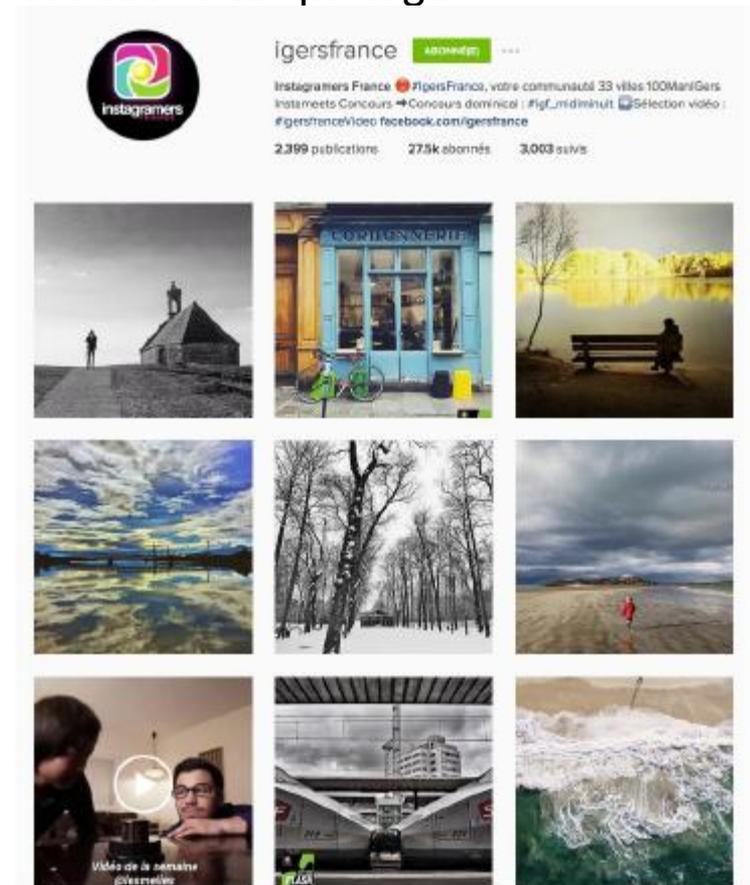
49 514 J'aime

nutella Put a smile on mom's face.
#HappyMothersDay <http://ntl.la/wl6odx>

DEVELOPPER VOTRE AUDIENCE

- **Trouver des amis** : Suivez vos amis Facebook et quand un ami vous suit, suivez-le (si son compte correspond à votre stratégie, l'univers que vous souhaitez partager)
- **Identifiez** les gens, les marques concernés par vos publications

**TROUVER LES
COMMUNAUTES INFLUENTES**



DEVELOPPER VOTRE AUDIENCE

- Partagez** le contenu d'autre compte, profitez d'Igers en visite chez vous pour les **repostez**
- Likez** les publications qui vous concernent, cherchez les publications avec votre # et likez
=> tissez des liens avec votre audience !
- Faites de belles photos** (inspirez-vous de comptes influents), attention aux filtres
- Choisissez les bons hashtags** (#), recherchez ceux les plus utilisés (à consommer avec modération car vous risquez d'être noyé dans la masse des publications)
- Choisissez **le bon moment** pour poster
- Ne pas hésiter à travailler d'anciennes publications pour les faire revivre !

DEVELOPPER VOTRE AUDIENCE

- Parlez votre compte Instagram sur vos autres comptes, sites web, éditions...
- **ORGANISEZ UN INSTAMEET**



Les APPLIS

UNUM : pour faire de beaux feeds !

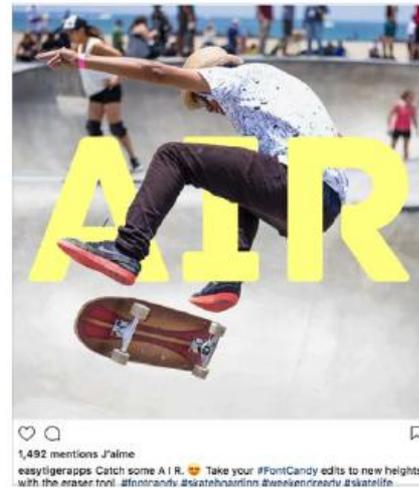
SNAPSEED : pour retoucher vos photos

VSCO : filtres photos et vidéos

FONT CANDY : appositions de texte

LAYOUT : associez, retournez ou inversez plusieurs photos en une seule

GIANT SQUARE : pour créer de grandes images, des photos panoramiques et des bannières

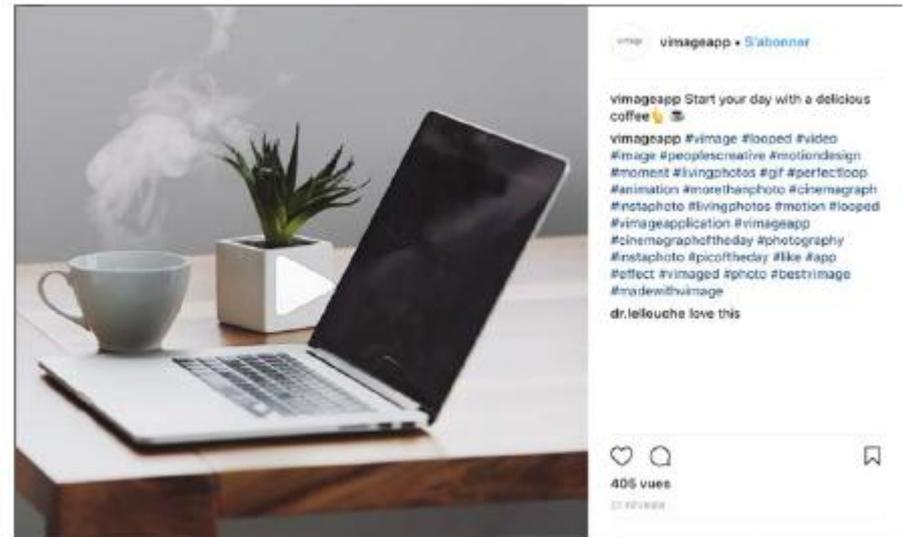


Les APPLIS

VIMAGE : réalisation de cinemagraph avec des filtres / [Inspiration : Flixel](#)

ADOBE SPARK : pour faire des petites vidéos

HYPERLAPSE : pour capturer des moments au ralenti



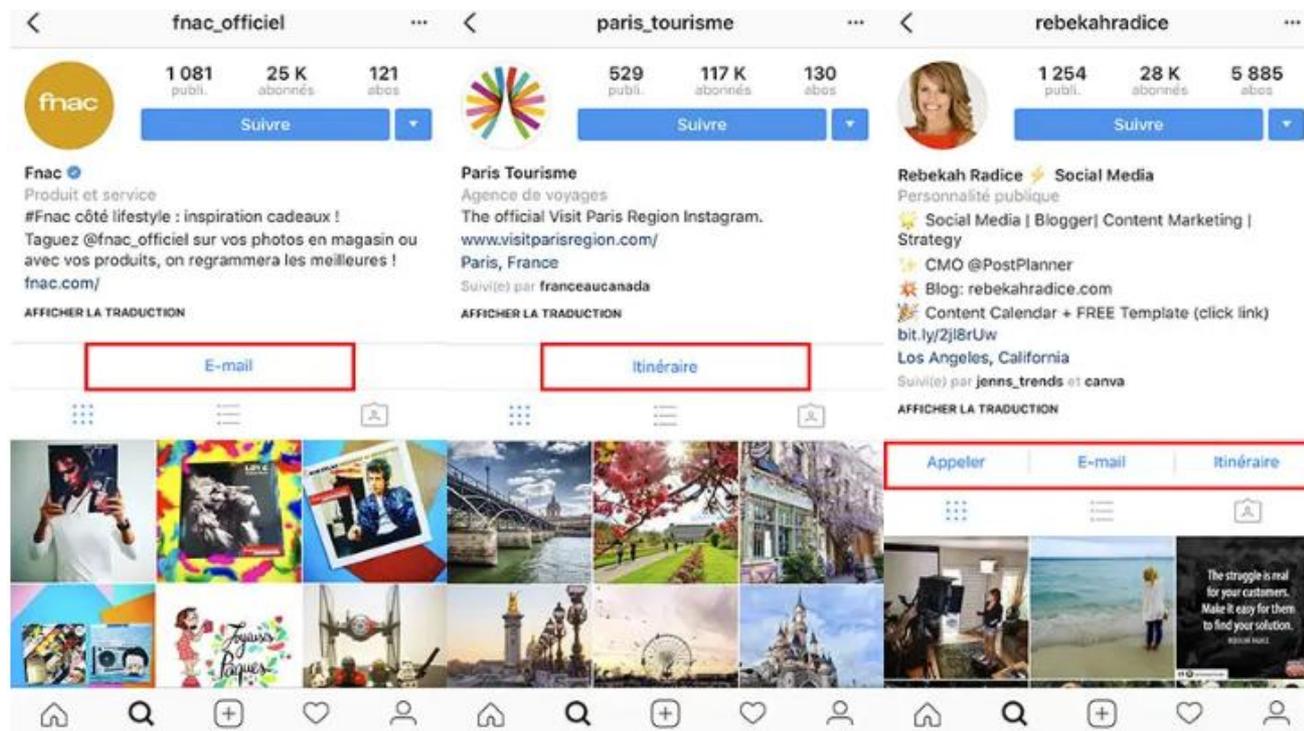
Les APPLIS

GIPHY MAKER : pour faire des gifs à partir de photos / [exemple](#)



Analyse des statistiques

Les statistiques ne sont disponibles **que pour les comptes PROS**
avec un compte PRO vous pourrez aussi faire de la publicité sur Instagram et ajoutez des boutons d'action (téléphone, itinéraire...)



Analyse des statistiques

COMPRENDRE LES STATISTIQUES :

Par défaut, Instagram vous donne les statistiques générales de votre compte Instagram **au cours des 7 derniers jours**.

CONTENU : pour voir les stats de vos publications, storys et promotions c'est le moyen le plus simple de voir quel type de contenu est le plus performant et de suivre l'évolution de votre taux de participation dans le temps

Analyse des statistiques

COMPRENDRE LES STATISTIQUES :

ACTIVITE

- **Découverte :**

- C'est le rendement global et l'influence de votre compte Instagram à l'aide de deux paramètres clés : Portée et impressions

- **Portée** – Le nombre de comptes uniques qui ont vu l'un de vos messages.

- **Impressions** – Le nombre total de fois que tous vos messages ont été vus

- **Interactions :**

- Dans cette sous-section, vous pouvez voir le nombre total de mesures prises sur votre compte au cours de la semaine précédente, suivi d'une liste d'autres mesures.

- **Visites de profil** – Le nombre d'utilisateurs qui ont visité votre profil Instagram.

- **Nombre de clics sur le site Web** – Le nombre d'utilisateurs qui ont cliqué sur le lien du site Web dans votre biographie.

- **Emails** – Le nombre de fois que les utilisateurs ont tapé sur Email sur votre profil.

- **Appels** – Le nombre de fois que les utilisateurs ont tapé sur Appeler sur votre profil.

ANALYSE DES STATISTIQUES

COMPRENDRE LES STATISTIQUES :

AUDIENCE

- Sexe – La répartition en pourcentage de vos adeptes
- Tranche d'âge – Les tranches d'âge de vos adeptes
- Lieux principaux – Les emplacements de vos suiveurs en fonction de la ville et des pays
- Abonnés – Les heures les plus actives de vos suiveurs, par heure du jour et par jour de la semaine.

FAIRE DE LA PUBLICITÉ

POURQUOI ?

- Parce qu'Instagram fait partie de la galaxie Facebook
- Parce qu'Instagram a le vent en poupe
- Parce que vous bénéficiez de fonctionnalités supplémentaires
- Parce que le taux de conversion est très intéressant

EN RÉSUMÉ : VOUS GAGNEREZ EN NOTORIÉTÉ, CONSIDÉRATION, CONVERSION



FAIRE DE LA PUBLICITÉ

OU ?

- Dans les storys
- Dans les photos
- Dans les vidéos
- Dans un carroussel

POUR QUI ?

Pour toucher votre audience cible vous pourrez définir :
Lieu, âge, genre, langue, centres d'intérêt, comportements

COMBIEN ?

Vous définissez le budget

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface for creating a new ad set. The ad set name is "Menlo Park + 13+". The location is set to "Menlo Park, California (+10 mi)". The audience definition is as follows:

- Location: United States: Menlo Park (+10 mi) California
- Age: 13 - 55+
- People Who Match:
 - Interests: Ice cream, Soft serve, Frozen dessert, Frozen yogurt, Cake, Cupcake, Gelato or Desserts
 - Behaviors: Cookies
- Placements: Facebook Feeds and Facebook Right Column

Potential Reach: 120,000 people

Estimated Daily Reach:

- 1,300 - 3,300 people on Facebook (of 74,000)
- 640 - 1,700 people on Instagram (of 55,000)

This is only an estimate. Numbers shown are based on the average performance of ads.

A vous de jouer !

**Mais n'oubliez pas il faut que ca reste fun
et que vous y preniez plaisir !!**

SAINT GERMAIN
BOUCLES DE SEINE
TOURISME