



Le GUIDE

pour les entreprises

Conseils et pratiques à appliquer pour
augmenter l'engagement sur vos

PUBLICATIONS

SOMMAIRE

Introduction.....p.01

Pourquoi choisir Instagram pour son entreprise ?
.....p.02 à p.05

Comment fonctionne Instagram ?.....p.06 à 12

Comment optimiser son profil ?.....p.13 à 19

L'algorithme.....p.20 à 21

Les publicités.....p.22 à 27

Les bonnes pratiques.....p.28 à 37

Idées de publications.....p.38 à 39

Conclusion.....p.40

Contact.....p.41



INTRODUCTION

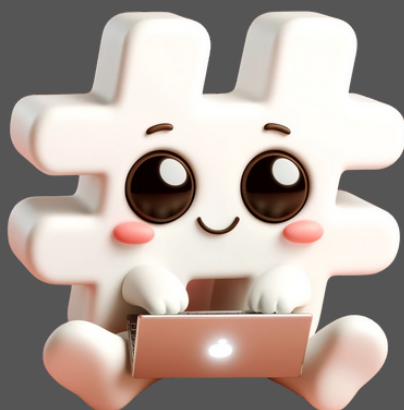
Incontournable depuis des années déjà, Instagram est le repère des créateurs de contenu. Le réseau social s'est beaucoup rapproché des marques en proposant différentes fonctionnalités dont celle d'obtenir un compte « Instagram for Business ».

Créée en 2010, l'application s'est d'abord faite connaître en se plaçant sur le créneau du partage de photographies avec ajout de filtres, avant de se lancer plus tard sur les vidéos.

Depuis 2012, Instagram fait partie de la famille Facebook.

Il compte aujourd'hui **2 milliards d'utilisateurs dans le monde**, dont 26 millions en France.

Ce réseau social est disponible aussi bien sur mobile que sur ordinateur.



POURQUOI CHOISIR INSTAGRAM POUR SON ENTREPRISE ?

UNE CIBLE JEUNE ET CONNECTÉ

Sur 26 millions d'utilisateurs, **70% ont moins de 35 ans.**

Les jeunes adultes utilisent Instagram pour **découvrir** des produits, des tendances et des marques via des contenus visuels et interactifs.

Ils sont **enclins à acheter** en ligne et **influencent** fortement les **comportements d'achat** de leur **entourage**. Les jeunes suivent des **influenceurs**, consultent des **avis** et adoptent des **recommandations** produits.



POURQUOI CHOISIR INSTAGRAM POUR SON ENTREPRISE ?

UNE CIBLE JEUNE ET CONNECTÉ

Une fois définie, il faut **adapter votre écriture** au profil de l'internaute.

Montrez vous **convaincant** en démontrant ce que vous avancez par des arguments logiques afin de prouver votre expertise.

Vous devez **rester clair** et rendre votre contenu accessible en **simplifiant les concepts** que vous évoquez.

Il est primordial de garder en tête que vous écrivez pour **apporter des réponses** aux internautes.

Soyez **pédagogue** et utile sans utiliser un vocabulaire que votre cible ne pourrait pas comprendre.



POURQUOI CHOISIR INSTAGRAM POUR SON ENTREPRISE ?

LES CHIFFRES-CLÉS

1.4 milliards : d'utilisateurs actifs mensuels dans le monde

51 % : des utilisateurs sont des **femmes** et **49 %** : sont des **hommes**

30 min : temps moyen passé **par jour** sur la plateforme en France

24 millions : de personnes en France peuvent être atteintes par les **publicités Instagram**

200 millions : d'entreprises possèdent un **compte Instagram** dans le monde

1 post : c'est ce que les **comptes professionnels** : publient **par jour** en moyenne dans le monde

2.5 stories : c'est ce que les **marques** publient **par jour** dans le monde



POURQUOI CHOISIR INSTAGRAM POUR SON ENTREPRISE ?

OPTIMISATION DU SEO (référencement naturel)

Mots-clés : les utiliser dans la biographie de votre compte, dans votre nom d'utilisateur, dans vos description de publication

Liens externes (backlinks) : les inclure dans votre biographie, cela augmentera le trafic sur votre site internet.

L'engagement : les réactions sur vos publications (j'aimes, commentaires, partages), vous permettront d'être valoriser par les moteurs de recherche.



COMMENT FONCTIONNE INSTAGRAM ?

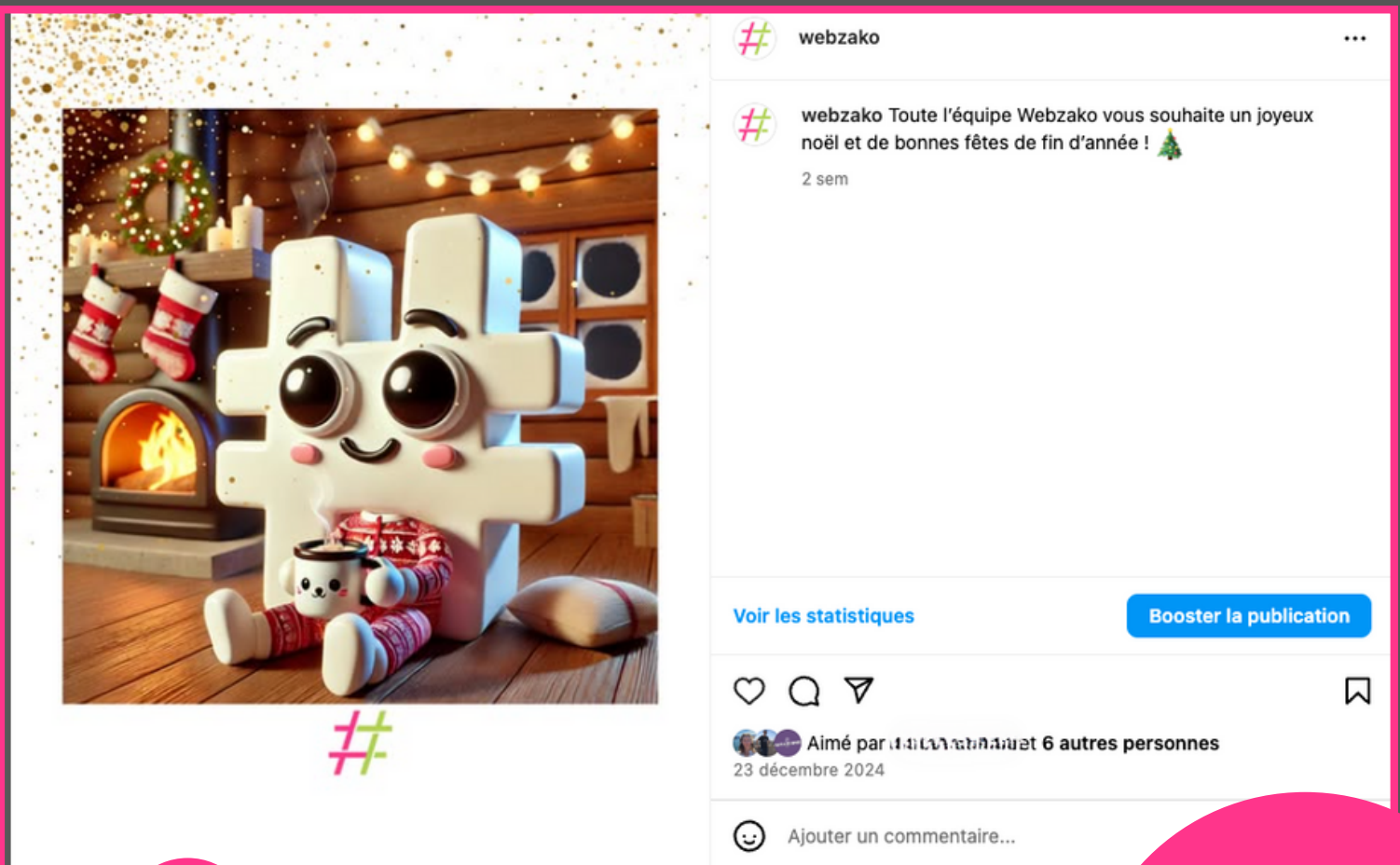
LES DIFFÉRENTS FORMATS

Les publication simples

Elles se composent d'**une seule photo**, qui est l'élément central, et peuvent aussi contenir des **informations textuelles**. C'est le format le plus simple et rapide à créer.

Format carré : 1080 x 1080 pixels

Format portrait : 1080 x 1350 pixels



COMMENT FONCTIONNE INSTAGRAM

LES DIFFÉRENTS FORMATS

Les albums

Elles se composent d'une **sélection de plusieurs photographies ou vidéos**.

Il peut contenir jusqu'à **20 éléments**.
La taille des photos est la même que précédemment.

Durée minimum des vidéos : 3 secondes

Durée maximum des vidéos : 60 secondes



Reconnaissable avec ce signe



COMMENT FONCTIONNE INSTAGRAM

LES DIFFÉRENTS FORMATS

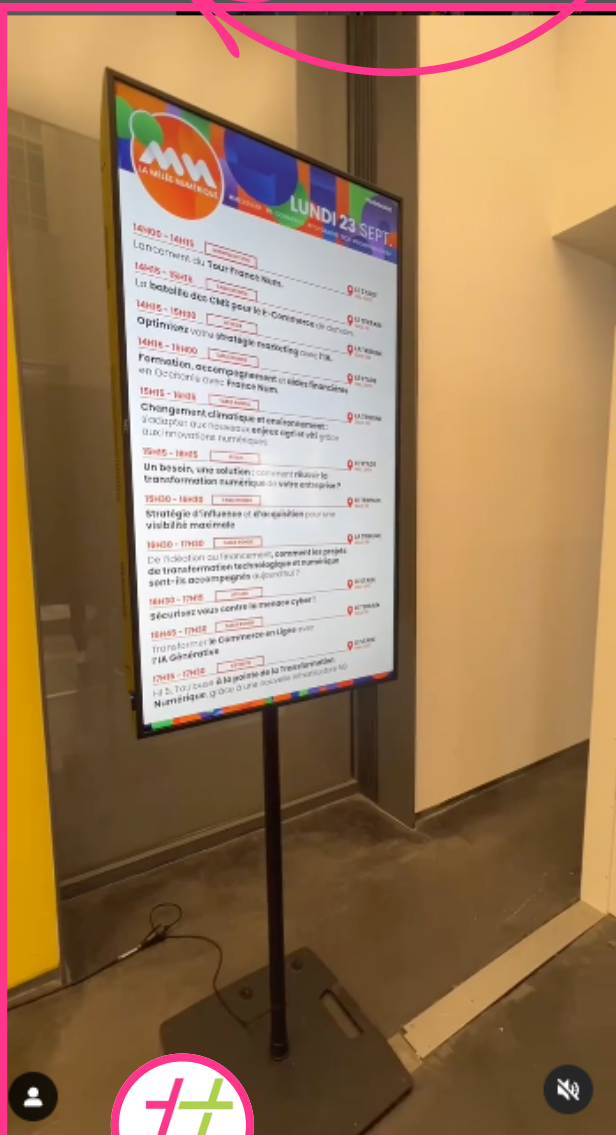
Les réels

Ce sont des vidéos au format vertical, similaires à celles de l'application TikTok. Elles peuvent durer jusqu'à 10 minutes.

Taille des vidéos : 1080 x 1920 pixels



Reconnaisable avec ce signe



webzako et associationlamelee

Baby Bash • Suga Suga (Instrumental)



webzako Petite escapade aujourd'hui à l'événement numérique toulousain de la rentrée : La Mêlée Numérique ⚡

🚀 Le festival du Numérique et de l'innovation en Occitanie qui démarre ce lundi et jusqu'au 30 septembre.

L'occasion pour la #TeamWEBZAKO de suivre les tendances en matière de stratégie marketing et e-commerce à l'aire de l'intelligence artificielle 🤖

#ia #numerique #strategiedigitale #ecommerce #meleenum #occitanie #toulouse

15 sem

Voir les statistiques

Booster le reel



Aimé par juliealbenque et 38 autres personnes

23 septembre 2024



Ajouter un commentaire...

COMMENT FONCTIONNE INSTAGRAM

LES DIFFÉRENTS FORMATS

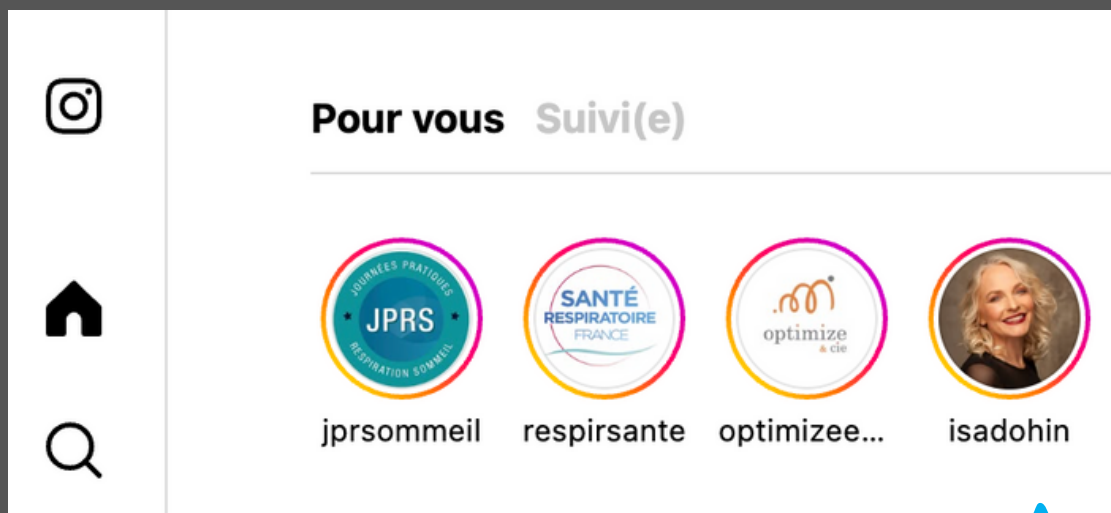
Les stories

Ce sont des **photos ou vidéos** qui apparaissent durant **24 h**.

C'est un format plus **spontané** qui permet d'avoir un **engagement direct** avec vos abonné·es.

Vous avez accès à de nombreux **stickers et outils** pour rendre votre story plus dynamique et attrayante.

La **taille des stories** est similaire à celle des réels.



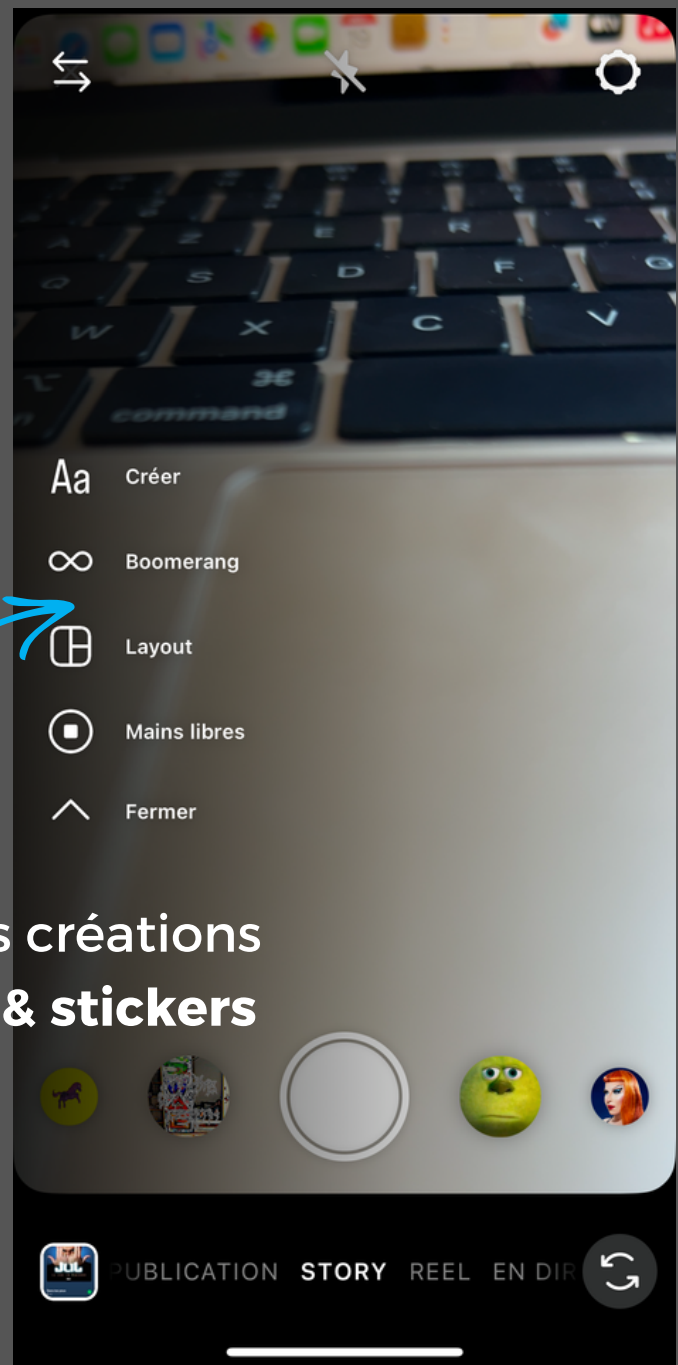
C'est ici qu'apparaissent les stories des personnes que vous suivez (écran d'accueil)



COMMENT FONCTIONNE INSTAGRAM

LES DIFFÉRENTS FORMATS

Les stories



Options créations
stories & stickers



COMMENT FONCTIONNE INSTAGRAM

LES DIFFÉRENTS FORMATS

Les stories



Vous pouvez **autoriser** ou **non** les personnes que vous avez **mentionnées** dans votre story à la repartager avec ses ami·es.



COMMENT FONCTIONNE INSTAGRAM

LES DIFFÉRENTS FORMATS

Les fonctionnalités générales

Sur tous les formats, vous retrouverez **ces fonctionnalités** : localisation, ajout de musique, mention de personnes, outils de modification du visuel (filtres, luminosité, contraste, etc.), une description et la possibilité de sponsoriser (payer pour mettre en avant votre publication).



COMMENT OPTIMISER SON PROFIL

LA PHOTO DE PROFIL

Vous devez mettre votre **logo au format rond** pour qu'il soit adapté à la plateforme.

Sa **taille** est de 150 x 150 pixels.

#WEBZAKO



DEVIENT



webzako

Modifier le profil

Voir l'archive



53 publications

246 followers

297 suivi(e)s

WEBZAKO

Agence de réseaux sociaux



Agence de conseil en [#communicationdigitale](#)



Créez et diffusez du contenu pertinent pour le [#web](#) & les... plus

1 bis, allées Paul Sabatier, Toulouse, France 31000

[webzako.fr](#) + 3



COMMENT OPTIMISER SON PROFIL

LA BIOGRAPHIE

C'est ici que vous devez inscrire vos **informations principales** : qui vous êtes, ce que vous faites, un slogan, le lieu. Ajoutez des liens externes (votre site internet, vos articles de blog, vos autres réseaux sociaux, etc.).

Pensez à mettre des **émojis** pour attirer l'œil des utilisateurs sur vos écrits.

WEBZAKO

Agence de réseaux sociaux



Agence de conseil en #communicationdigitale



Créez et diffusez du contenu pertinent pour le

#web & les #réseauxsociaux



Toulouse / Bordeaux / 🇫🇷 🌐

1 bis, allées Paul Sabatier, Toulouse, France



webzako.fr et 3 autres liens



WEBZAKO

← Qui vous êtes

← Votre activité

← Votre slogan

← Le lieu

← Liens externes



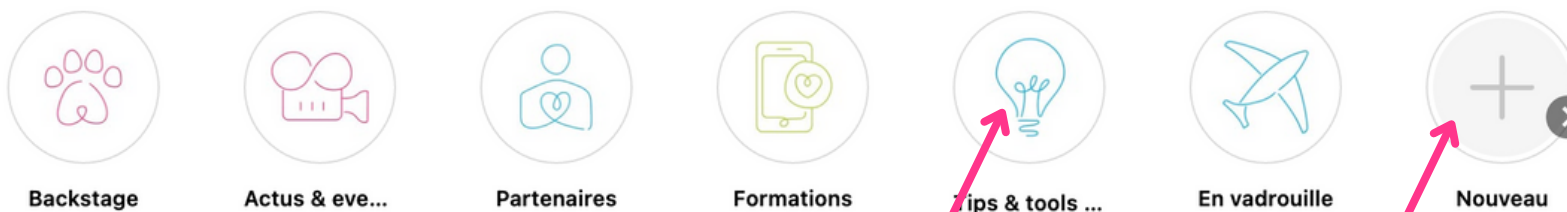
COMMENT OPTIMISER SON PROFIL

LES STORIES À LA UNE

Les stories sont **éphémères**, mais vous pouvez décider de les **garder** pour qu'elles apparaissent sur votre profil. Vous pouvez effectuer l'action directement lorsque vous ajoutez une story ou le faire plus tard avec des stories que vous avez archivées (elles le sont automatiquement).

Vous allez ensuite leur donner des **titres** (un mot de préférence) et choisir une **photo de profil** (un pictogramme ou un visuel en adéquation avec votre charte graphique) pour chaque catégorie de story.

Votre page sera plus **fluide** et **agréable visuellement**.



Backstage

Actus & eve...

Partenaires

Formations

Tips & tools ...

En vadrouille

Nouveau

Titres

Photo de profil

Ajout story à la une



COMMENT OPTIMISER SON PROFIL

PASSER EN COMPTE PRO

ÉTAPE 1

Allez sur votre profil, et cliquez sur **“Modifier”**



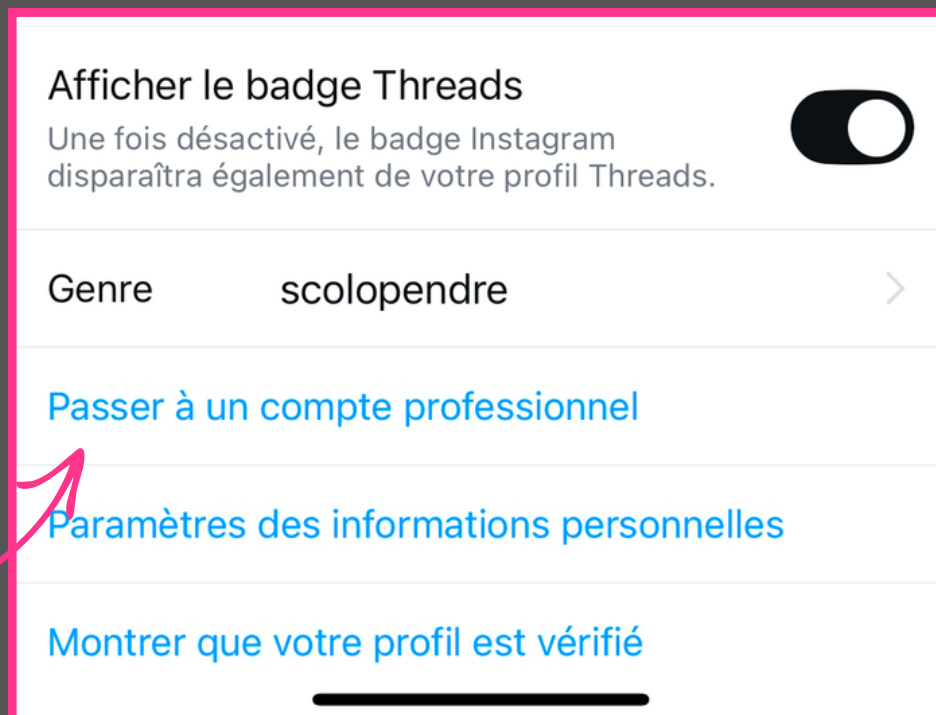
COMMENT OPTIMISER SON PROFIL

PASSER EN COMPTE PRO

ÉTAPE 2

Une fenêtre
s'ouvre avec
toutes **vos**
informations.

Allez en bas de
celle-ci et
cliquez sur
“**Passer à un
compte
professionnel**”



COMMENT OPTIMISER SON PROFIL

PASSER EN COMPTE PRO

ÉTAPE 3

Une autre fenêtre s'ouvre et vous explique les avantages d'avoir un compte pro. Cliquez sur “Suivant”



Passer à un compte professionnel



Obtenez plus d'outils et utilisez-les gratuitement



Accéder aux statistiques

Découvrez le contenu le plus populaire et le meilleur moment pour publier.



Diffusez les publicités

Améliorez la visibilité de votre contenu et dirigez la clientèle vers votre profil ou votre site Web pour augmenter la notoriété de votre marque et les ventes.



Recevoir des paiements

Gagnez de l'argent lorsque vous devenez éligible à des fonctionnalités comme les bonus et les abonnements.

Suivant



COMMENT OPTIMISER SON PROFIL

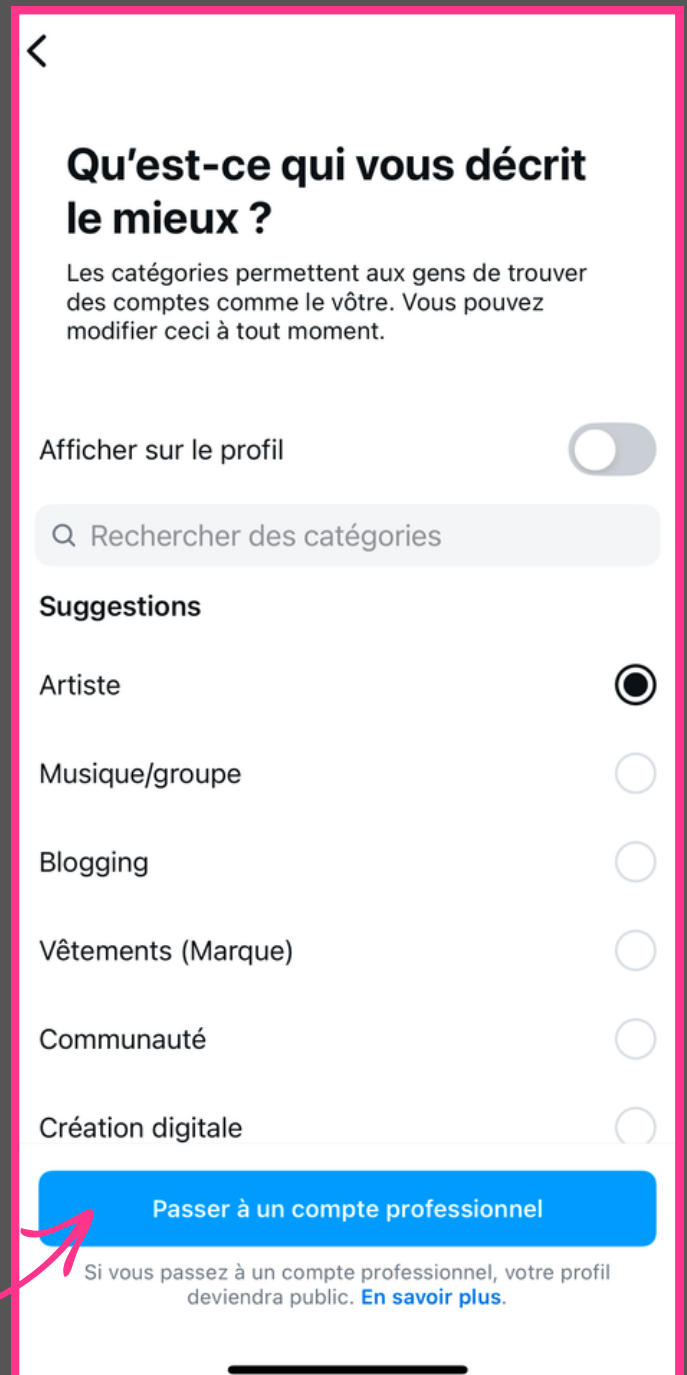
PASSER EN COMPTE PRO

ÉTAPE 4

Une dernière fenêtre s'ouvre et vous propose **différentes options**.

Sélectionnez la **catégorie** qui correspond à votre secteur.

Puis, cliquez sur **“Passez à un compte professionnel”**



L'ALGORITHME

C'EST QUOI ?

Il définit **l'ensemble de données et de règles** qui déterminent le contenu à afficher en priorité sur Instagram. Il ne cesse d'évoluer et de changer. Propre à chaque utilisateur ou utilisatrice, l'algorithme évolue en fonction du comportement qu'il ou elle adopte en ligne. Par conséquent, **deux personnes n'auront jamais exactement le même fil d'actualités.**

L'algorithme prend en compte les éléments suivants :

- **Informations sur votre post** : niveau d'engagement, date de publication, contenu vidéo ou non, etc.
- Informations sur votre compte : une personne a-t-elle interagi avec votre compte au cours des dernières semaines ?
- **Activités de l'utilisatrice ou de l'utilisateur** : cette personne serait-elle intéressée par ce contenu et combien de posts similaires a-t-elle likés ?
- **Historique d'interactions** : l'utilisatrice ou l'utilisateur serait-il intéressé par votre contenu en fonction de ses anciennes réactions ?



L'ALGORITHME

COMMENT ÊTRE FAVORISÉ PAR L'ALGORITHME ?

Privilégier les Réels

C'est le format de publication qui offre **la meilleure performance** sur Instagram.

L'algorithme met en avant les réels dans le fil d'actualité des utilisateurs. Ils permettent de garder les utilisateurs plus longtemps sur la plateforme.

Optimiser l'engagement

Plus vous recevez d'engagement (likes, partages, commentaires...), plus l'algorithme considérera que votre contenu plaît aux utilisateurs et le montrera alors à davantage de personnes. Les stories sont un bon moyen pour attirer l'attention de vos abonnés et les inciter à réagir à vos contenus (vous pouvez en faire tous les jours, soyez authentique, faites participer votre audience en leur posant des questions, créez des jeux interactifs comme des quiz).

Votre contenu doit être divertissant, inspirant ou éducatif.

Soyez régulier

Régulier ne veut pas dire publier tous les jours !

Prévoyez de poster **2 à 3 fois par semaine** (hors story). Mettez en place des rubriques (exemple : le lundi motivation, où vous partagez des conseils pour être en forme).

Pour cela, vous pouvez vous créer un calendrier éditorial pour prévoir vos futures publications pour la semaine.



LES PUBLICITÉS

LES ÉTAPES

ÉTAPE 1

Choisissez une publication que vous voulez mettre en avant et cliquez sur **“Booster la publication”**



LES PUBLICITÉS

LES ÉTAPES

ÉTAPE 2

Si vous avez une musique sur votre publication, il se peut qu'elle ne soit **pas libre de droit**.

Vous avez donc le choix entre ces **deux options**.

Booster sans musique

Certaines musiques ne peuvent pas être utilisées dans des publicités. Vous pouvez cependant booster ce contenu sans musique. Votre contenu original ne sera pas modifié.

Booster sans musique

Booster un autre contenu

Annuler



LES PUBLICITÉS

LES ÉTAPES

ÉTAPE 3

Une fenêtre s'ouvre,
sélectionnez une des 3
actions voulu avec cette
publicité.

Pour l'exemple nous
avons pris l'action
**“Consulter votre site
Web”**



[Annuler](#)[Objectif](#)

Quelles actions voulez-vous encourager quand votre publicité est vue ?

Consulter votre profil · [Recommandé](#)
Idéal pour renforcer la notoriété de la marque et gagner des followers
@My.cosmetique
Bannière de profil | Désactivé
[Modifier](#)

☐

Consulter votre site Web
Idéal pour stimuler les ventes en ligne, encourager les réservations et aider à mieux vous connaître

☒

Vous écrire
Idéal pour bâtir une relation de confiance avec la clientèle potentielle

☐

[Suivant](#)



LES PUBLICITÉS

LES ÉTAPES

ÉTAPE 4

Après avoir cliqué sur cette action, vous devez choisir un bouton d'action. Ici nous avons pris **“En savoir plus”**.

[Annuler](#)[Site web](#)[Terminé](#)

Ajoutez une URL et un bouton d'action

<https://my.cosmetiques.fr> 

Bouton d'action

En savoir plus

Acheter

Regarder plus

Nous contacter

Réserver

S'inscrire



LES PUBLICITÉS

LES ÉTAPES

ÉTAPE 5

Vous allez ensuite devoir choisir votre cible.

Vous pouvez soit utiliser l'option : "Critères particuliers" ou celle "Audience suggérée" ou enfin "Créez votre audience".

< Audience ⓘ

Qui doit voir votre publicité ?

Critères particuliers
Consultez ces critères spécifiques si votre publicité porte sur le crédit, l'emploi, le logement ou sur un enjeu social, électoral ou politique. ▾

Audience suggérée
Cette publicité sera montrée aux personnes semblables à vos followers ☒

Créer votre audience
Entrez manuellement vos options de ciblage >

Suivant



LES PUBLICITÉS

LES ÉTAPES

ÉTAPE 6

Pour terminer, vous allez devoir mettre en place votre budget.

Cliquez sur “**Suivant**” et le tour est joué.

< Budget et durée ⓘ

Vous devez désormais définir une durée lorsque vous boostez un contenu dans l'application iOS. [En savoir plus](#) ×

À combien s'élève votre budget publicitaire ?

Exclut les frais de service Apple et les taxes applicables

Budget quotidien € 5

Durée

6 jours

Budget publicitaire €30 sur 6 jours

Estimation des visites sur le site Web 470 - 1,200

Frais de service Apple ⓘ À calculer

Suivant



LES BONNES PRATIQUES

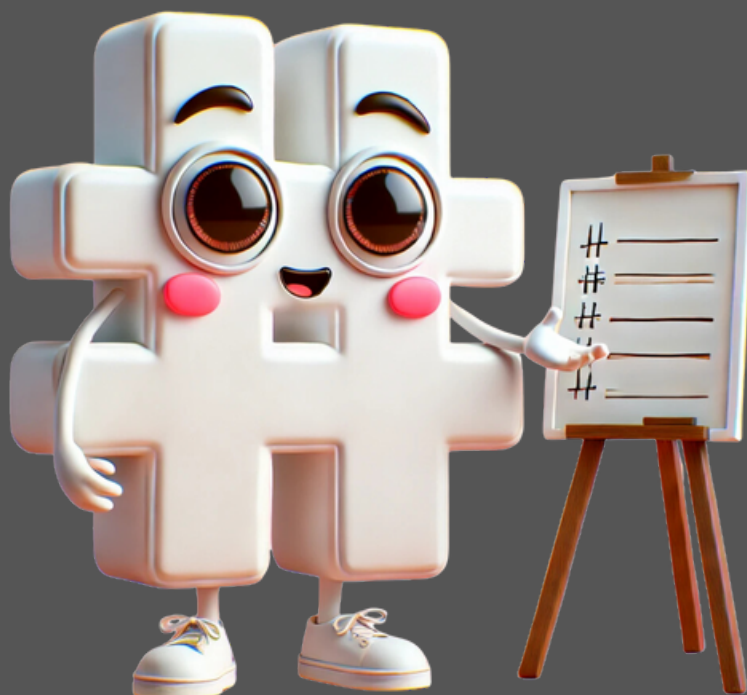
ENGAGEZ-VOUS

Allez **rechercher des comptes** dans les domaines qui se rapprochent de votre secteur ou des personnes que vous aimeriez toucher avec vos publications et suivez-les.

Réagissez (liker, commenter, etc.) à des publications quotidiennement (passez-y 10 min max par jour).

Cela permet de montrer à l'algorithme que vous êtes présent et actif sur le réseau.

Faites **attention** à avoir un **bon équilibre** entre votre nombre d'abonnés et de suivis.



LES BONNES PRATIQUES

FAITES DE LA VEILLE SUR LES TENDANCES ET ACTUALITÉS

Il est important de vous tenir informés des **dernières tendances et actualités** pour créer vos **publications** et affiner votre **stratégie social média**.

Pour ce faire, vous pouvez vous aider de **ChatGPT** ainsi que suivre différents **médias/entreprises** qui proposent des **blogs** ou des **newsletters** avec les dernières nouveautés :

- [Le petit digital](#)
- [Le blog du modérateur](#)
- [UPMYNT](#)
- [Hubspot](#)
- [Comarketing News](#)



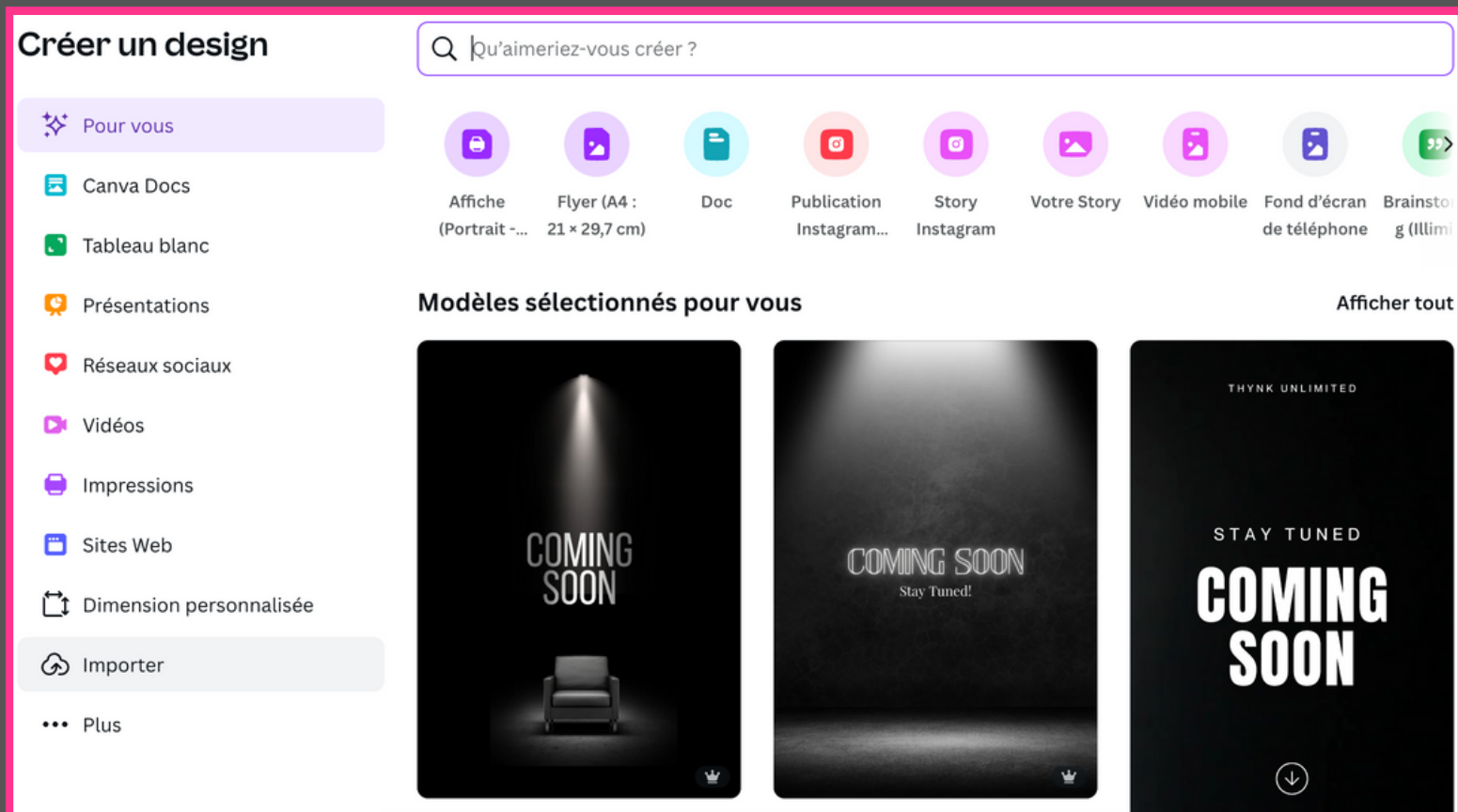
LES BONNES PRATIQUES

LES OUTILS INDISPENSABLES

Canva

Pour créer tous vos **visuels**, sous n'importe quel format. Vous avez des modèles intégrés pour vous aider si vous n'avez pas d'inspiration.

La prise en main est **très simple**.

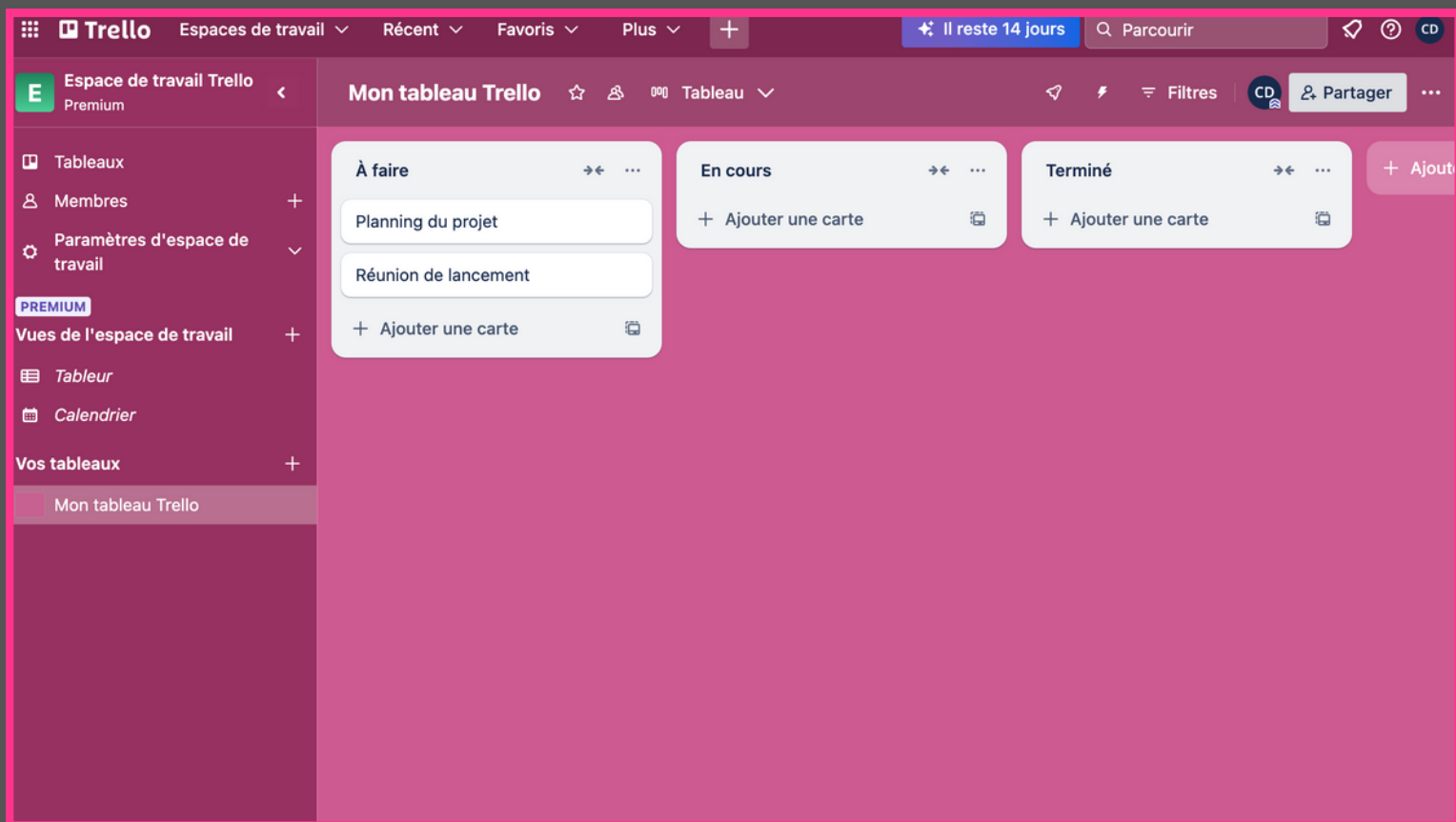


LES BONNES PRATIQUES

LES OUTILS INDISPENSABLES

Trello

Il vous permettra de **gérer vos tâches** et d'organiser plus efficacement votre travail.

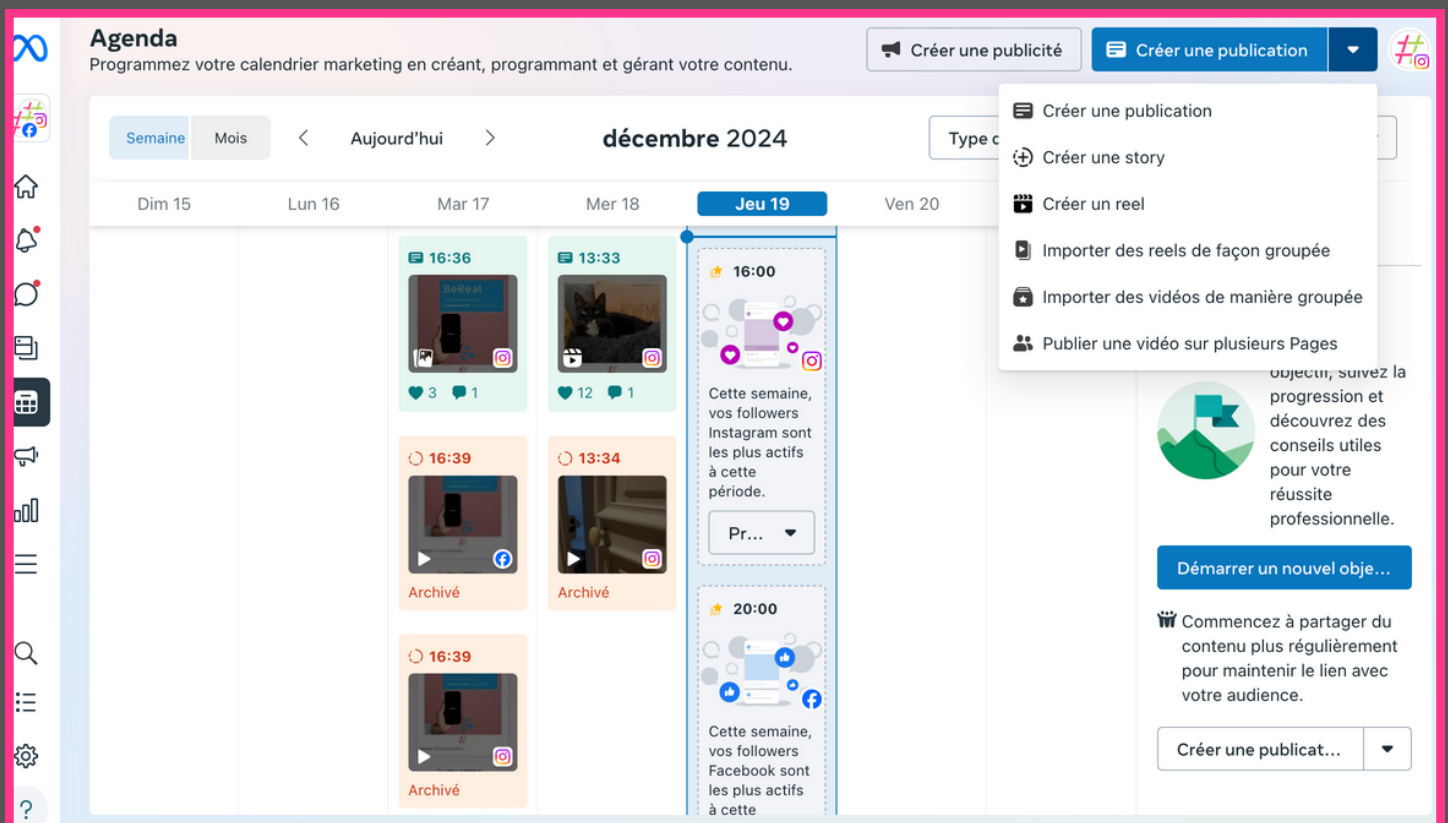


LES BONNES PRATIQUES

LES OUTILS INDISPENSABLES

Meta business suite

Il vous permettra de **gérer, programmer et créer** vos publications, d'analyser vos statistiques, etc.



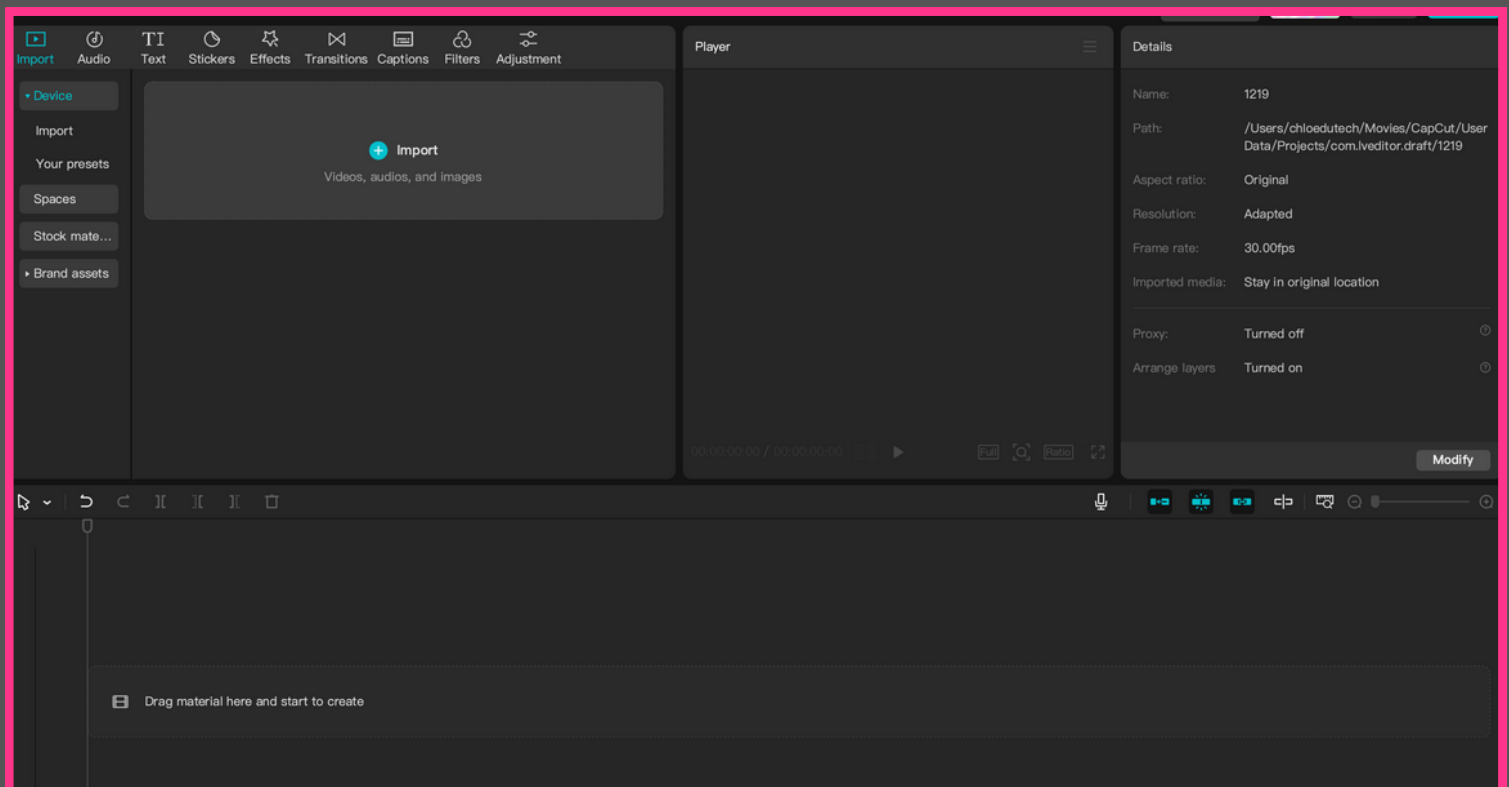
LES BONNES PRATIQUES

LES OUTILS INDISPENSABLES

CapCut

C'est un logiciel de **montage vidéo**.

Il est simple d'utilisation et vous permet de créer des vidéos attrayantes et dynamiques



LES BONNES PRATIQUES

LES OUTILS INDISPENSABLES

Calendriers

Ils sont aussi appelés "**marronniers**", vous en avez plein disponibles sur internet. Ils vous donnent les dates clés et événements de l'année en cours (Black Friday, journée du sourire, etc.).

Cela vous aidera à créer des publications.

calendrier-marketing-bdm-2025.pdf 2 / 13 19%

Janvier 2025 BDM Sarbacane

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
30	31	01 Jour de l'an Journée mondiale de la paix	02 Journée mondiale de la science-fiction	03	04 Journée mondiale du braille	05 82e cérémonie des Golden Globes
06 Rentrée scolaire (toutes zones) Épiphanie	07 CES Las Vegas (jusqu'au 10/01)	08 Journée internationale du bain moussant Soldes d'hiver (jusqu'au 11/02)	09 Journée mondiale de la Corse	10 Journée mondiale de Tintin	11 Journée mondiale du mercr	12 Journée mondiale des roux Open d'Australie (jusqu'au 26/01)
13 Journée mondiale sans pantalon Journée nationale de l'hypersensibilité	14 Journée mondiale de la logique Championnat du monde de handball masculin (jusqu'au 02/02)	15 Journée nationale du chapeau	16 Journée internationale de la nourriture pimentée et épicée	17 Journée internationale de la cuisine italienne	18	19 Journée internationale du popcorn
20 Blue Monday Journée de Martin Luther King Jr.	21 Journée internationale des câlins	22 Journée franco-allemande	23 Nuits de la lecture (jusqu'au 26/01) Journée mondiale de l'écriture manuscrite	24 Journée internationale de l'éducation Journée internationale du sport féminin	25 Journée nationale contre le sexisme	26 Journée internationale de la douane Journée internationale des énergies propres
27 Journée des community managers	28 Journée mondiale de la protection des données	29 Nouvel An chinois Journée mondiale du caviardage	30 Festival de la BD d'Angoulême (jusqu'au 02/02)	31 Tournoi des 6 nations (jusqu'au 15/03)	01	02
03	04	05	06	07	08	09



LES BONNES PRATIQUES

LES OUTILS INDISPENSABLES

ChatGPT

Un allié dans votre vie de tous les jours.

Il vous permettra de gagner du temps et de trouver des idées pour vos publications.

Fini le syndrome de la page blanche !

Exemple de prompt (requêtes à écrire) :

“Tu es un spécialiste du réseau social Instagram. Tu dois créer une publication en format (mettre le format pour (entreprise) à l’occasion de (événement). Tu dois attirer l’intérêt et l’engagement de (cible). Suggère-moi une dizaine d’idées.”

1. Teaser dynamique avant le congrès

- **Vidéo** : Un montage rapide montrant des moments excitants, des préparations et des sneak peeks de ce qui attend les participants au congrès.
- **Légende** : "WEBZAKO débarque à Bordeaux pour le congrès du numérique 🚀 Prêts pour des révélations exclusives ?! #CongrèsNumérique"

2. Interview rapide d'un membre de l'équipe

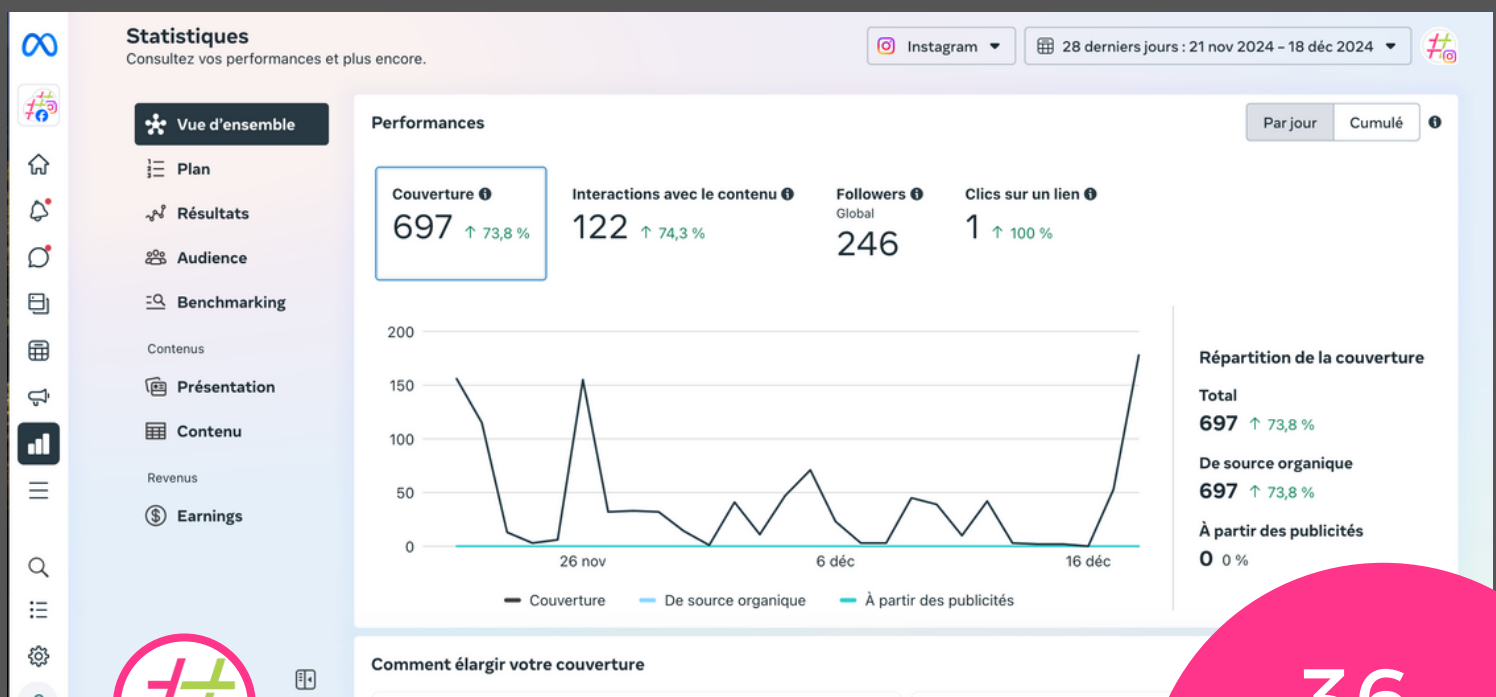
- **Vidéo** : Un membre de l'équipe parle de ce que WEBZAKO va apporter au congrès et pourquoi c'est important.
- **Légende** : "Notre CEO parle de ce qui rend notre présence à ce congrès incontournable 💬! #Innovation #Numérique"



LES BONNES PRATIQUES

ANALYSER VOS ACTIONS

Pour cela vous pouvez utiliser plusieurs outils comme :
Meta Business Suite (**aller dans statistiques**), ou
directement sur Instagram (**aller dans tableau de bord**).



LES BONNES PRATIQUES

ANALYSER VOS ACTIONS

Vous trouverez ci-dessous les principales données à analyser pour chaque publication :

- **Impressions** : nombre de fois que votre contenu est apparu sur l'écran d'une personne.
- **Vues uniques/couverture** : nombre de personnes qui ont vu votre contenu.
- **Clics** : nombre de personnes qui ont cliqué sur votre contenu (utile pour les liens mis en story ou dans votre biographie).
- **Engagement** : nombre de personnes ayant réagi à votre contenu.
- **Taux d'engagement** : pour le trouver, faites ce calcul : $(\text{Total des engagements} / \text{Portée totale}) \times 100$.

Vous pouvez vous créer un tableau sur **Google Sheets** ou **Excel**.

Grâce à cela, vous allez pouvoir **rediriger/modifier** votre **stratégie** en fonction de ce qui a le mieux ou le moins marché.



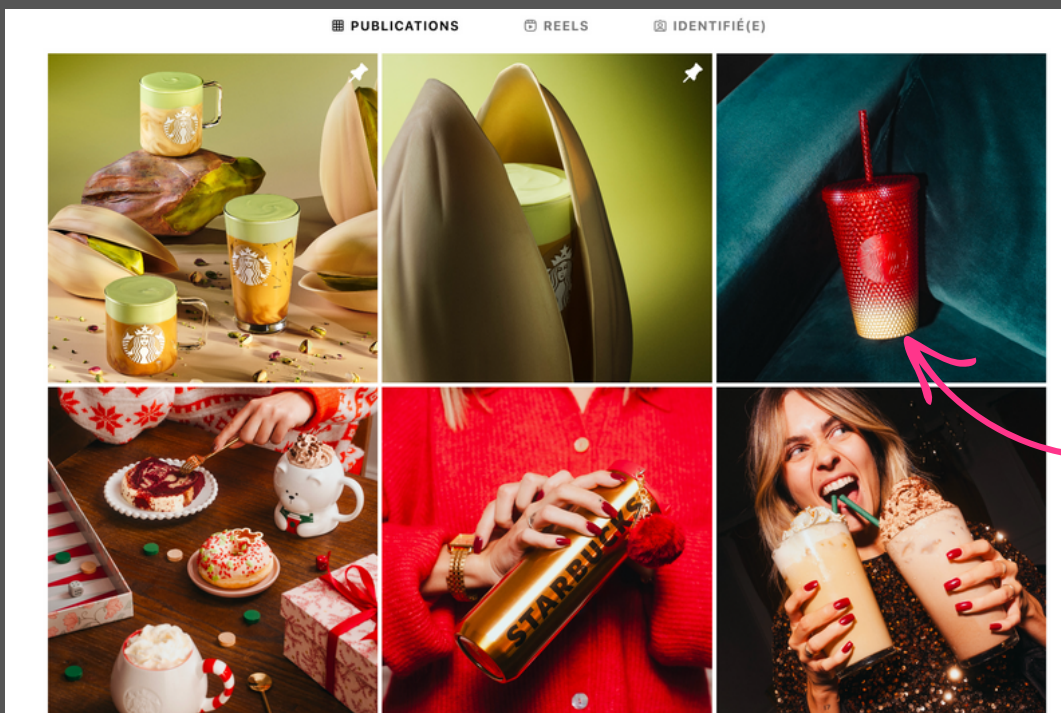
IDÉES DE PUBLICATIONS

METTEZ EN AVANT VOS PRODUITS/SERVICES

Une image **soignée et attrayante** captera davantage l'attention des utilisateurs et favorisera **l'engagement** (elle suscitera des interactions sous forme de likes, de commentaires et de partages).

Inspirez-vous des contenus d'autres créateurs ou entreprises pour **affiner** votre style et améliorer vos visuels.

Observez les tendances actuelles, les cadrages utilisés, les jeux de lumière ou encore les palettes de couleurs qui fonctionnent. Prenez également le temps de **travailler vos présentations**



Exemple
avec la
marque
Starbucks



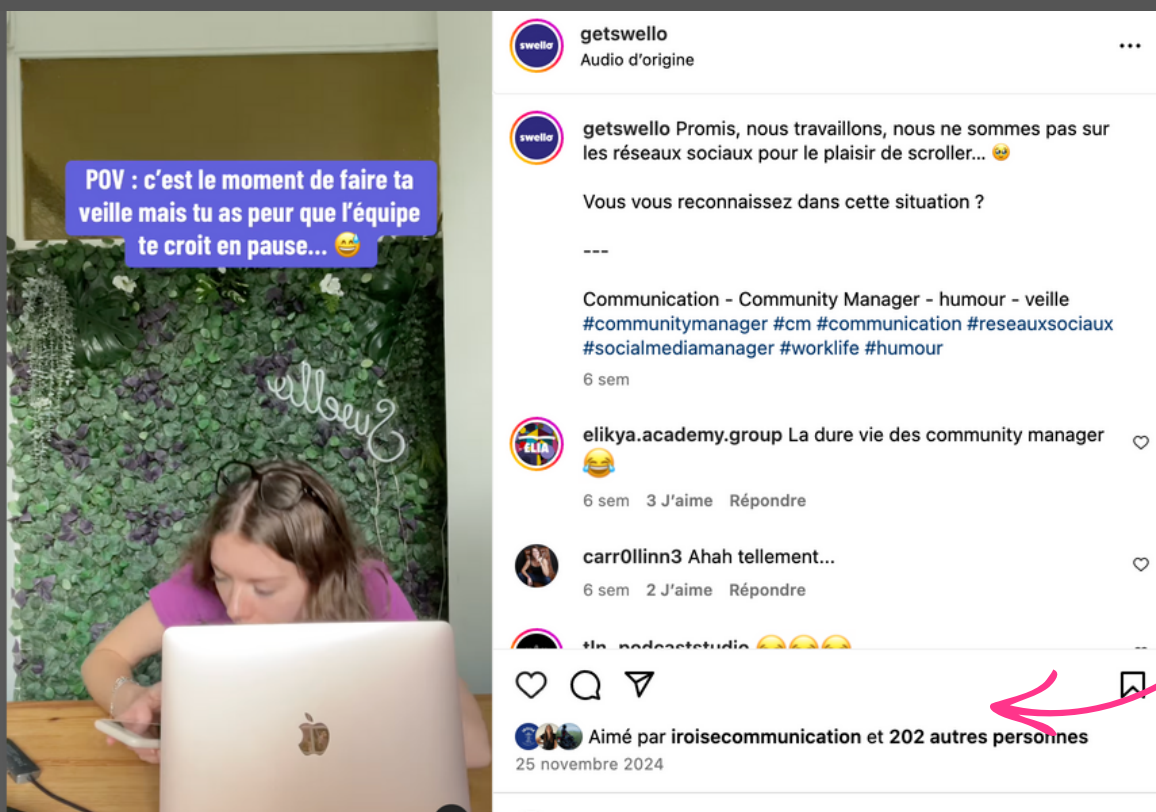
IDÉES DE PUBLICATIONS

MONTREZ LES COULISSES DE VOTRE ENTREPRISE

Ces moments partagés **renforcent la proximité** et créent une **connexion authentique** avec votre audience.

Parlez de vos équipes, faites des making-off de vos créations, proposez des contenus dans lesquels vos **cibles peuvent se reconnaître**.

Vous susciterez un **sentiment d'appartenance** et encouragerez **l'engagement** de votre communauté.



Exemple
avec
l'entreprise
getswello



CONCLUSION

Instagram est un réseau social en constante évolution, enrichissant régulièrement son offre avec de nouvelles fonctionnalités pour répondre aux **attentes des utilisateurs**.

Vous disposez désormais des **bases essentielles** pour vous lancer sur cette plateforme et accroître la **visibilité** de votre entreprise.



WEBZAKO



CONTACT



julie@webzako.fr



06.88.18.62.09

RÉSEAUX SOCIAUX



WEBZAKO



WEBZAKO



