



INTRODUCTION AUX MEDIAS SOCIAUX

- **3,5 milliards d'utilisateurs** dans le monde sur tous les réseaux confondus. Et plus d'un milliard d'utilisateurs actifs sur Instagram. Les réseaux sont alléchants en termes de communication.
- Les principaux réseaux sociaux : Snapchat, Insta, Facebook et Twitter. Facebook connaît un ralentissement. Snapchat est davantage utilisé par les adolescents et Twitter est principalement utilisé pour des infos courtes et l'actualité chaude.
- Le plus impactant dans votre domaine d'activités : Instagram. Pour le secteur du tourisme, Instagram est l'un des meilleurs réseaux sociaux. Il permet de travailler à la fois un texte, mais aussi et surtout une image. Car oui, Instagram est féru de belles images, et ce sera à vous de trouver le bon moyen pour raconter une **histoire** au travers d'une jolies photo. Apprendre à lister vos atouts, ce qui vous différencie et à mettre en valeur ces différents points pour agrandir votre communauté.

LES ROUAGES D'INSTAGRAM

- Instagram est un réseau social capricieux. Il faut bien comprendre que derrière la joli façade de ce réseau social coloré et pétillant, il y a d'énormes enjeux en termes de business. Instagram est là avant tout pour faire de l'argent. Ce qui n'est pas mal en soi, puisque nous - mêmes nous en servons professionnellement pour accroître ainsi notre visibilité et donc notre chiffre d'affaires.
- Ceci étant dit, il faut savoir qu'Instagram, c'est avant tout un algorithme qui fait pâlir aussi bien les influenceurs que les grandes entreprises. Instagram peut décider de vous « afficher » et ainsi vous faire profiter de ses canaux de diffusion, mais aussi davantage vous faire « galérer » et ainsi vous perdre dans ses filets. Aujourd'hui, les « petits comptes » inférieurs à 10 000 abonnés sont avantagés. Malheureusement, la vérité d'aujourd'hui n'est certainement pas celle de demain et vous l'aurez compris, il va falloir faire preuve d'une grande patience dans votre utilisation

COMMENT BIEN UTILISER INSTAGRAM

- Il faut bien comprendre qu'Instagram est un outil. Un outil de communication. Et s'il est redoutablement efficace, il ne doit pour autant pas occulter les autres vecteurs de communication, surtout dans votre secteur d'activités. La presse, qu'elle soit nationale ou

locale est très importante pour garder un lien de proximité et un certain sérieux auprès du grand public. La radio elle aussi est très éloquente pour évoquer une actu chaude, un événement particulier, un temps fort ou une promotion.

- Instagram, c'est l'instant. Il faut bien vous dire que votre composition, si belle soit elle, va certainement toucher une cible affinitaire. Mais malheureusement et c'est le jeu aussi, votre information peut se noyer dans un flux incessant et parfois même étouffant d'informations. Mieux vaut ne donc pas mettre tous vos œufs dans le même panier.
- Plusieurs choix vous sont offerts. Vous offrir les services d'un **Community Manager** qui pourra, de part son expérience, vous appuyer dans le développement de vos réseaux. Tarif en fonction de votre fréquence de publication et si vous passez par une agence ou un indépendant.
- Pour bien mettre en valeur vos atouts, essayez autant que possible de travailler l'image que vous souhaitez publier, avec des outils de retouches accessibles à tous. Multiplier les publications à un rythme régulier pour ne pas tomber dans les oubliettes est un plus également (3 par semaine ou quotidien selon vos possibilités).

Ce que Instagram « Aime »

- Les jolies images évidemment. Inutile de paniquer si vous n'êtes pas de grands photographes. Le principal étant que vous soyez « vrai » dans l'image que vous proposez.
- Les textes travaillés. Instagram aime quand il y a une histoire derrière les photos. Il faut donc travailler votre texte pas dans le sens où il faut que ce soit de la grande littérature, mais faire en sorte de raconter quelque chose. Les photos accompagnées de très courts textes sont par expérience beaucoup moins virales.
- Les hashtags, ils sont essentiels aujourd'hui car ils permettent d'accroître votre visibilité. Ce sont des mots clés, en relation avec votre photo, qui permettra au réseau social de les ranger dans d'immenses bibliothèques d'images, qui pourront toucher un large nombre d'utilisateurs. Attention pour autant à ne pas en abuser. Une moyenne de 8 hashtags semble bien, jamais plus d'une dizaine ou vous serez pris pour un spameur et votre publication sera moins efficace.
- L'engagement. Instagram va de manière robotisée privilégier les comptes qui détiennent un bon taux d'engagement. Pour améliorer votre taux d'engagement, c'est à dire le nombre d'interactions avec le public, il y a évidemment le nombre de « J'aime » qui compte mais aussi le nombre de commentaires. Pour inciter les gens à commenter, n'hésitez pas à poser une question en fin de post. Cela peut être quelque chose de très simple, mais cela suffira à créer de l'engagement.
- Les story. Elles ont explosé ces dernières années, les stories sont aujourd'hui plus regardées que les posts en eux-mêmes. Vous pouvez les utiliser d'une manière très simple. Le tout étant que cela soit régulier et engageant. Pour cela, il existe tout un tas de fonctionnalités qui évoluent très fréquemment. N'hésitez à fouiller parmi les paramètres de vos stories pour créer des sondages, poser des questions, ajouter de la musique : tout ce qui pourra personnaliser vos stories et les rendre plus attractives.
- La régularité est aussi un critère important pour Instagram. Poster une fois par semaine, c'est beaucoup trop peu. Poster plusieurs fois par jour, c'est déconseillé. Si vous avez suffisamment de contenus, vous pouvez poster quotidiennement. Sinon, adoptez un rythme tous les deux ou trois jours et tentez de vous y tenir.
- Instagram aime aussi qu'on respecte ses consignes. Sur votre profil, vous pouvez consulter des statistiques. Cela vous indique une période et une heure quotidienne lors de laquelle votre communauté est davantage connectée et donc plus susceptible de voir vos posts. N'hésitez pas à suivre ce conseil ne serait-ce que pour montrer à Instagram que vous êtes un

- bon élève.
- Que vous dépensiez de l'argent évidemment. Mais attention, si l'idée de promouvoir vos posts à l'aide d'un budget prédéfini est tentante, il faut bien vous dire que vous entrez dans un cercle vicieux. A vous donc de réfléchir car certes, vous toucherez plus de monde en ayant la possibilité de définir clairement une cible, mais forcément, puisque vous aurez « payé une première fois », Instagram va vous pousser à payer chaque fois en baissant votre viralité naturelle. C'est un choix ici qui vous appartient.
 - Les vidéos. Instagram cherche à rivaliser avec YouTube et privilégie ainsi les vidéos courtes dans son algorithme. N'hésitez pas à créer des petits clips pour promouvoir votre offre.

Ce qu' Instagram n'aime pas

- Les tricheurs ! Avec l'avènement des réseaux sociaux, de nombreuses entreprises ont flairé le bon filon en proposant ce que l'on appelle de l'achat de likes ou d'abonnés. C'est très tentant, car ce n'est pas cher et très facile à faire. Cependant, et heureusement pour tous ceux qui n'ont pas triché, Instagram a resserré l'étau en trouvant le moyen de contrecarrer ce genre d'utilisateurs. Dans le petit monde des réseaux sociaux, cela a fait grand bruit et bon nombre d'influenceurs et d'entreprises ont vu leur taux d'engagement s'écrouler, ce qui n'a évidemment pas aidé à leur crédibilité.
- Les logiciels externes. Ceux qui vous permettent par exemple de programmer vos posts. Instagram veut rester fidèle à ces engagements de départ, et ainsi privilégier l'instantané. Utiliser un logiciel de publication, c'est aussi tentant mais cela ne vous apportera rien de bon.

AGRANDIR SA COMMUNAUTÉ : QUELQUES ASTUCES

- Produire du contenu intéressant
- Promouvoir vos posts
- Organiser des jeux-concours
- Être particulièrement actif sur les réseaux en likant et commentant d'autres posts relatifs à votre secteur d'activités
- La création de partenariats avec les influenceurs mais pas seulement. Vous pouvez créer des échanges entre vous, trouver des combinaisons judicieuses qui vous permettent de faire rejoindre vos communautés. Après tout, votre objectif est de faire connaître votre activité ou votre établissement, mais aussi une région. Plus l'offre est attractive, plus elle sera percutante.
- Les hashtags dont nous avons parlé plus tôt qui vous permettent de toucher d'autres personnes que ceux qui sont d'ores et déjà abonnés à vous.

QUELQUES APPLIS DE RETOUCHE SUR IOS et ANDROID :

Quickshot
PicsArt
Lightroom