

Yasmine Bohéas

# Un compte *Instagram* qui vous ressemble

Guide pratique à destination  
des créatifs et des entrepreneurs

**Des défis  
pour vous  
lancer !**

● Éditions  
**EYROLLES**

Toutes les photos sont © Yasmine Bohéas (@bonjourlasmala.communication et @bonjourlasmala), à l'exception des suivantes : © Atelier Paolo : p. 26, 29, 60, 110, 129 ; © Oden/Marion Weber : p. 27h, 35 ; © @cloudiies/Alison Cavaillé : p. 27b, 63 ; © Yasmine, ElyKilleuse : p. 30, 112, 138 ; Claire SEILLER @c.lairdutemps : p. 61, 111, 119, 137 ; © @tajinebanane/Alison Cavaillé : p. 62, 118 ; © Marion GRUBER - @fringeandfrange\_ : p. 68, 69 ; © @marion\_com\_artisanale/Marion Schiha : 82 ; © @taiwo.ade/taiwo tomato : p. 83 ; © Éloïse Dubois : p.109 ; © photomaison\_yriss : p. 130.

© 2023 Éditions Eyrolles

ISBN 978-2-416-00849-8

Éditions Eyrolles

61, bd Saint-Germain • 75240 Paris Cedex 05

[www.editions-eyrolles.com](http://www.editions-eyrolles.com)

Le code de la propriété intellectuelle du 1<sup>er</sup> juillet 1992 interdit expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Cette pratique s'est généralisée au point que la possibilité pour les auteurs de créer des œuvres nouvelles est aujourd'hui menacée. En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation de l'Éditeur ou du Centre Français d'Exploitation du droit de copie, 20 rue des Grands-Augustins, 75006 Paris.

Création graphique : Aurore Élie © Studio Eyrolles

Adaptation maquette et mise en pages : Sandrine Escobar

*Depuis 1925, les éditions Eyrolles s'engagent en proposant des livres pour comprendre le monde, transmettre les savoirs et cultiver ses passions !*

*Pour continuer à accompagner toutes les générations à venir, nous travaillons de manière responsable, dans le respect de l'environnement. Nos imprimeurs sont ainsi choisis avec la plus grande attention, afin que nos ouvrages soient imprimés sur du papier issu de forêts gérées durablement. Nous veillons également à limiter le transport en privilégiant des imprimeurs locaux. Ainsi, 89 % de nos impressions se font en Europe, dont plus de la moitié en France.*

Dépôt légal : septembre 2023

Imprimé en Espagne par GraphyCems

Cet ouvrage est imprimé sur du papier offset 120 g FSC.

Yasmine Bohéas

Un compte  
*Instagram*  
qui vous  
ressemble

Guide pratique à destination  
des créatifs et des entrepreneurs

Des défis  
pour vous  
lancer !

● Éditions  
EYROLLES

# Sommaire

<b>INTRODUCTION</b> .....	6
<b>1 Des fondations en béton</b> .....	8
<b>1. Instagram : tendances d'hier et d'aujourd'hui</b> .....	10
L'importance d'Instagram pour les créatifs.....	10
Les temps forts de l'application.....	12
Stratégies 2016 <i>versus</i> stratégies d'aujourd'hui.....	14
Les contenus partageables, divertissants et inspirants.....	16
<b>2. Travailler en amont sur sa stratégie</b> .....	18
Déterminer son identité de marque.....	18
Définir un objectif clair avec Instagram.....	20
Construire son storytelling.....	24
Mettre en avant sa marque.....	28
Structurer ses piliers de contenu.....	36
Connaître ses forces et ses faiblesses en communication.....	38
<b>3. S'adresser à une cible précise</b> .....	40
Connaître son client idéal pour communiquer efficacement.....	40
Savoir quels sont ses besoins et ses freins.....	46
Créer une communauté solide et prescriptrice.....	48
<b>2 Des contenus engageants et des formats adaptés</b> .....	54
<b>4. Les stories pour se connecter aux autres</b> .....	56
Les stories, le nerf de la guerre ?.....	56
La stratégie à adopter.....	58
<b>5. Les reels pour informer et montrer sa personnalité</b> .....	72
Les spécificités du format.....	72

Les conseils pour un reel réussi.....	75
Un processus créatif en 5 étapes.....	81
<b>6. Les lives pour confirmer son expertise et vendre .....</b>	<b>87</b>
Le live, un support à apprivoiser .....	87
Communiquer sur l'événement.....	89
Un format pour vendre.....	91

## **3 S'organiser pour 100 % d'efficacité.....** 94

<b>7. Utiliser son temps de façon utile et sereine .....</b>	<b>96</b>
Anticiper pour gagner en efficacité.....	96
Les 4 conseils pour cadrer le temps passé sur Instagram.....	101

<b>8. Les astuces pour garder le cap .....</b>	<b>104</b>
Trouver le bon degré d'investissement.....	104
Apprendre à lâcher prise sur le feed parfait.....	108
Se féliciter du chemin parcouru .....	114

<b>9. Développer ses talents d'écriture.....</b>	<b>115</b>
L'importance des légendes pour plus de retours.....	115
Les 6 règles d'or pour écrire de manière efficace .....	120

## **4 Retours d'expérience.....** 126

<b>@atelierpaolo.....</b>	<b>128</b>
<b>@eloisedubois_ceramique .....</b>	<b>130</b>
<b>@c.lairdutemps .....</b>	<b>136</b>
<b>@sayyasconseil.....</b>	<b>138</b>
<b>@rockmycasbah.....</b>	<b>141</b>

<b>CONCLUSION.....</b>	<b>143</b>
------------------------	------------

<b>BIOGRAPHIE DE L'AUTRICE.....</b>	<b>144</b>
-------------------------------------	------------

# Introduction

Si vous avez choisi ce livre, c'est que vous avez décidé d'apprendre avec moi comment créer un compte Instagram qui vous ressemble, de prendre les choses en main dans votre communication ou d'ajuster ce qui a besoin de l'être. Je suis touchée que vous me choisissiez comme guide ! J'ai mis dans cet ouvrage toutes mes connaissances pour vous aider de la façon la plus concrète possible.

Je tiens à vous féliciter pour cette initiative, car créer une communauté sur Instagram peut être extrêmement bénéfique pour votre entreprise, votre marque personnelle ou votre passion. En effet, Instagram est aujourd'hui l'une des plates-formes les plus populaires et les plus utilisées dans le monde, offrant un potentiel énorme pour atteindre de nouveaux publics et développer une communauté fidèle.

Ce livre, je l'ai conçu pour vous aider à naviguer dans l'univers complexe et en constante évolution d'Instagram, en vous fournissant des conseils pratiques et des stratégies éprouvées pour créer et développer une communauté sur la plate-forme.

Au fil des pages, vous découvrirez les étapes essentielles pour définir vos objectifs, optimiser votre profil, créer du contenu engageant, utiliser les fonctionnalités d'interaction d'Instagram, collaborer avec d'autres utilisateurs, analyser et ajuster votre stratégie, ainsi que gérer et fidéliser vos followers.

Je suis convaincue que ce livre vous aidera à atteindre vos objectifs et à créer une communauté solide et engagée sur Instagram. Celle que j'ai développée est très active sur la plate-forme, ce qui m'a permis de partager ma passion et mes connaissances avec des milliers de personnes à travers le monde.

Enfin, je vous invite à découvrir mon univers et à me rejoindre sur Instagram, sur le compte [@bonjourlasmala.communication](https://www.instagram.com/bonjourlasmala.communication), pour continuer à échanger sur les meilleures pratiques permettant de créer un compte réussi sur l'application.

Bonne lecture et merci de votre confiance !

Yasmine



# DÉFINIR UN OBJECTIF CLAIR AVEC INSTAGRAM

## POURQUOI SE FIXER DES OBJECTIFS ?

Je vous entends cogiter et vous dire : « Mais pourquoi on parle d'objectifs ? C'est Instagram, je veux publier de manière spontanée, moi. » Si vous ne l'utilisez que par pur plaisir, alors oui, ce n'est pas nécessaire. En revanche, si vous l'utilisez pour votre activité, vous devez le considérer comme l'outil qui va vous permettre de créer une communauté, de promouvoir vos produits ou services, de servir une cause, un engagement...

Ces objectifs sont essentiels pour définir les stratégies à mettre en place, les types de publications qui viseront à informer, inspirer, engager et vendre. Ils sont comme un fil conducteur pour éviter de s'éparpiller, et donc perdre du temps et de l'énergie.

## LES 7 QUESTIONS CLÉS À SE POSER

Pour définir l'objectif marketing de votre entreprise sur Instagram, je vous conseille de vous référer à votre vision. En effet, vous devez d'abord bien déterminer votre ambition. Prenez le temps d'effectuer cet exercice pour clarifier les choses et avancer sereinement.

- 1 Pourquoi vous faites votre métier/activité ?
- 2 Qu'est-ce qui vous fait vibrer, et pourquoi ?
- 3 Que souhaitez-vous transmettre aux autres en faisant cela ?
- 4 Quelle est votre valeur ajoutée ?
- 5 Souhaitez-vous que votre entreprise soit plus reconnue sur son marché ? Si oui, pourquoi ?
- 6 Aimerez-vous vendre grâce à Instagram ? Si oui, de combien de clients par mois avez-vous besoin pour vivre de votre activité, combien de produits devez-vous vendre ?
- 7 Combien d'abonnés qualifiés (c'est-à-dire des abonnés qui correspondent parfaitement à vos critères) vous faudrait-il pour commencer à atteindre cet objectif de vente ?

Une fois que vous avez répondu à chaque question, il en découle naturellement un ou plusieurs objectifs, que je vous propose de voir comme des projets.

**Exemple d'objectif :** « J'aimerais gagner deux cents abonnés avant la fin du mois. Que puis-je mettre en place pour l'atteindre ? »

Ces intentions vous permettent en effet de poser sur le papier des objectifs clairs, sur lesquels avancer sans stresser. Le fait de l'écrire et de le laisser bien visible sur votre bureau vous permettra de rester concentré sur ces priorités dans votre communication sur Instagram.

Notez ensuite toutes les actions qui vous aideront à réaliser cet objectif.

**Exemples de missions qui aideront à atteindre l'objectif :**

- ♥ « Je vais publier entre trois et quatre posts éducatifs par semaine répondant aux problématiques que rencontre mon audience avec Instagram. Je vais reprendre certains sujets de posts ou reels qui avaient bien marché et je vais recycler les vidéos en carrousels et les carrousels en vidéos. »
- ♥ « Je vais booster deux contenus qui ont vraiment plu dans les trois derniers mois avec un budget de vingt euros par post. »
- ♥ « Je vais mettre en place une publication ou un reel en collaboration avec une de mes consœurs dont j'adore le travail. »
- ♥ « Je ferai ensuite le point sur le nombre d'abonnés à la fin du mois pour voir si les actions mises en place ont payé ou non. Si c'est le cas, je continuerai sur ce schéma puisqu'elles portent leurs fruits ; sinon, j'ajusterai en ajoutant d'autres tâches visant à atteindre mon objectif. »

## **SAVOIR QUELS SONT SES BESOINS ET SES FREINS**

Identifier les besoins et les freins du client idéal est un élément clé pour élaborer une stratégie de communication efficace et adaptée à la cible visée. Cela permettra de mieux comprendre les attentes du client et d'adapter le message pour répondre à ses besoins spécifiques. Cela permettra également de mieux adapter la stratégie de communication et de proposer des solutions pour lever ces freins.

### **LES 3 TECHNIQUES POUR ALLER À LA PÊCHE AUX INFORMATIONS**

Voici trois stratégies efficaces pour collecter des informations sur votre client idéal.

**1** **ÊTRE À L'ÉCOUTE DES COMMUNAUTÉS**  
Soyez tout d'abord à l'écoute de la vôtre si vous avez assez d'interactions (messages privés, commentaires...), ou bien de celles de comptes concurrents au vôtre. Les commentaires peuvent vous aider à identifier les sujets « chauds » et intéressants dans votre domaine.

**2** **LE QUESTIONNAIRE OU L'ÉCHANGE TÉLÉPHONIQUE**  
Préparez un questionnaire sur Google Forms ou téléphonez à au moins cinq personnes (si vous pouvez aller jusqu'à dix, c'est très bien !) qui correspondent à la cible pour les interroger sur la pertinence de vos produits, de votre concept, sur leurs habitudes, leurs peurs, les solutions qu'elles recherchent.

**3** **LES RECHERCHES INTERNET**  
Utilisez des sites comme [www.answerthepublic.com](http://www.answerthepublic.com) pour étudier quelles sont les recherches les plus fréquentes de votre cible sur votre secteur d'activité.

Retrouvons Inès, notre céramiste préférée. Afin de développer son contenu sur Instagram ainsi que dans sa stratégie business, il est important qu'elle sache ce qui motive ou, à l'inverse, ce qui bloque ses clientes concernant son produit.

Elle décide de contacter cinq clientes par téléphone, qui ont déjà acheté sur sa boutique en ligne, pour leur poser des questions comme :

« Qu'est-ce qui vous a décidé à acheter chez moi et pas chez un autre céramiste à ce moment-là ? Comment avez-vous découvert mon travail ? Quels doutes ou freins ont pu surgir avant d'acheter la pièce, s'il y en a eu ? »

Grâce à ces échanges, Inès a pu comprendre que les freins de son audience pouvaient être le prix, la praticité dans un quotidien d'une famille avec enfants (si les pièces ne passent pas au lave-vaisselle), ou encore le fait de ne pas trop vouloir attendre avant de recevoir la pièce.

Cela lui a permis de créer des posts, des stories et des vidéos en lien avec ces sujets pour éduquer son audience et lui expliquer comment elle travaille en coulisses.

## **UN CONTENU POUR L'AUDIENCE ET NON POUR SOI**

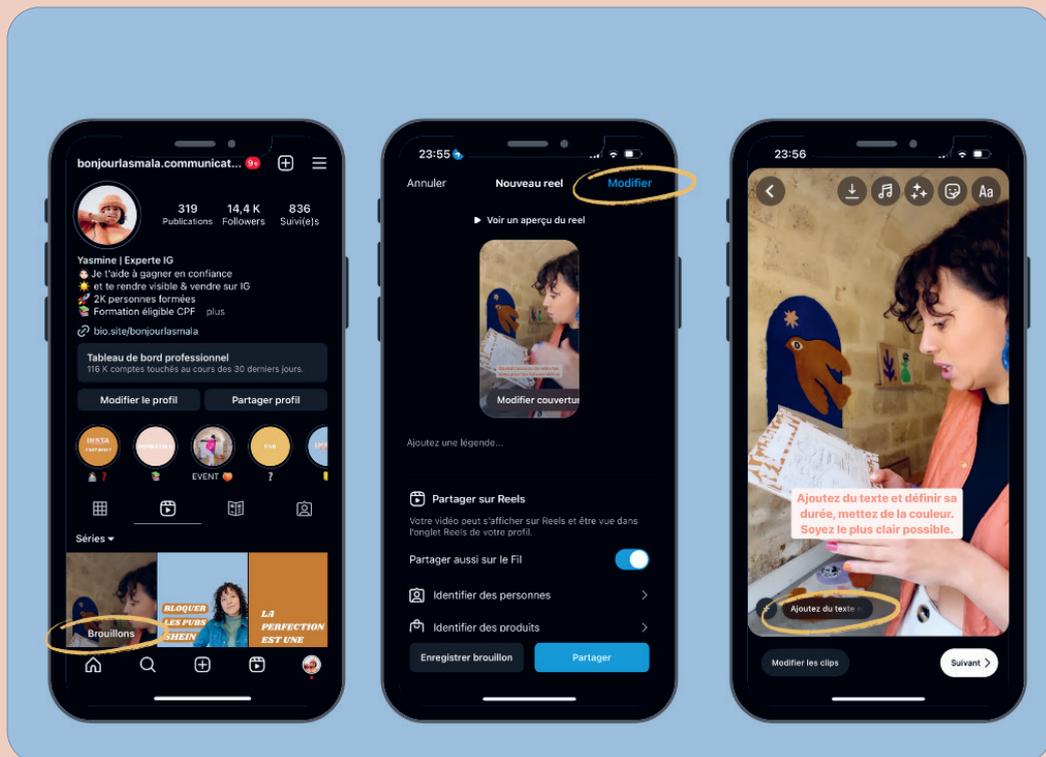
Pendant longtemps sur Instagram, et encore parfois aujourd'hui, il a été question de publier ce que l'on aime et ce que l'on trouve beau ou intéressant. Selon notre prisme personnel, notre goût à nous, finalement.

Depuis, les choses ont évolué, et les marques et les prestataires de services sont dorénavant très à l'écoute de leurs audiences. D'ailleurs, ceux qui percent ont souvent une communauté très soudée et font évoluer leur marque en cocréant constamment avec leurs audiences.

En comprenant les attentes de vos clients, vous pouvez viser plus juste dans les messages que vous souhaitez leur faire passer. Vous gagnerez aussi en idées de contenus, et en clarté dans l'expression, car vous la connaîtrez mieux. Vos messages seront donc plus clairs et plus ciblés.

### 3. L'ÉDITION VIDÉO

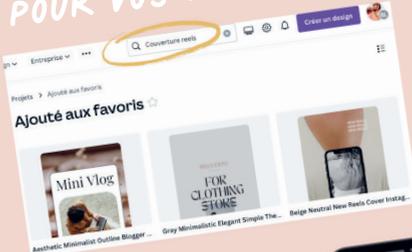
- ❑ Allez dans vos brouillons.
- ❑ Cliquez sur le reel que vous souhaitez éditer.
- ❑ Ajoutez du texte, de la couleur, placez le tout, définissez un temps d'apparition.
- ❑ Téléchargez la vidéo éditée sur votre téléphone.
- ❑ Enregistrez toujours votre vidéo dans « Brouillons » lorsqu'elle est prête.
- ❑ Préparez votre légende en dehors d'Instagram, dans vos notes, sur Notion, sur Trello ou dans votre bon vieux carnet.
- ❑ Prévoyez une liste de mots-clés d'au moins cinq à dix hashtags pour les ajouter après la légende dans le post.



## 4. LA COUVERTURE

- Allez sur [www.canva.com](http://www.canva.com) et recherchez des modèles de couvertures de reels.
- Choisissez un design qui vous plaît et customisez-le aux couleurs, aux typographies et aux éléments de votre identité visuelle.
- Téléchargez l'image au format PNG.
- Envoyez les couvertures prêtes sur votre téléphone et enregistrez-les dans un sous-dossier de votre dossier « Images ».

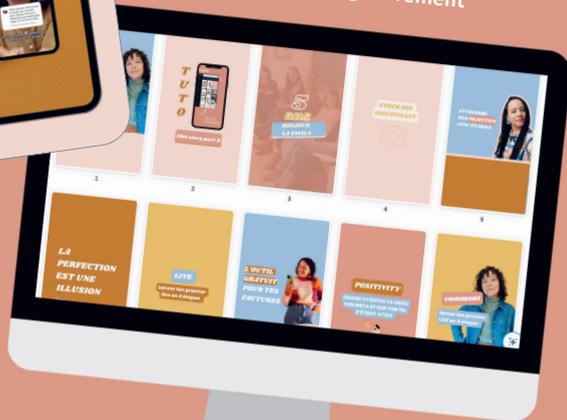
**VISUEL DE COUVERTURE POUR VOS REELS**



AVANT  
Le modèle tel que le propose CANVA

APRÈS  
Retravaillé à mon identité visuelle

**DANS MON CANVA**  
Un aperçu de mon dossier avec mes couvertures de reels, j'en ai préparé au fur et à mesure et je les réutilise régulièrement



85