

COMMENT (BIEN) VENDRE SUR INSTAGRAM ?



Manon ROCH

Expertise réseaux sociaux & influence



Clara RUBEN

Responsable agence & influence



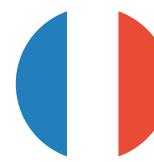
La stratégie de contenu

Quelques chiffres sur Instagram

Nombre d'utilisateurs mensuels :



+2 milliards



+22 millions

Genre :



Femme 52,2%



Homme 47,8%

Âge : 18-24 ans (27,6%) 25-34 ans (30,2%) 35-44 ans (17,3%)

83% des instagrammeurs disent découvrir de nouveaux produits et services sur Instagram.



Les publications organiques

	Reels	Story	Compte à rebours	Live	Hashtag	Guide	Post
	<ul style="list-style-type: none"> • viralité • format vidéo interactif • filtre • parler des avantages produits • surfer sur des trends 	<ul style="list-style-type: none"> • 15 à 60 sec • format vidéo interactif • filtre • redirection vers site • parler des avantages produits 	<ul style="list-style-type: none"> • timer un événement • Envoi un rappel à l'abonné pour votre événement 	<ul style="list-style-type: none"> • interactions directes avec votre communauté • faire intervenir des invités • booster les ventes • parler produit 	<ul style="list-style-type: none"> • booster votre visibilité • vous référencer • employer les mots clés de votre cible 	<ul style="list-style-type: none"> • figer ses préférences et conseils • mettre des liens et tags • montrer votre expertise 	<ul style="list-style-type: none"> • image de marque • simple ou carrousel • "en collaboration" • créer une harmonie • description • jeu concours
	<ul style="list-style-type: none"> • faible visibilité de la description • risque de flop 	<ul style="list-style-type: none"> • durée : 24h • perte de visibilité des stories sponsorisées 	<ul style="list-style-type: none"> • disponible en story uniquement • être assidu sur le timing 	<ul style="list-style-type: none"> • peu de spectateurs = pas rentable 	<ul style="list-style-type: none"> • trouver les bons # • ne pas en mettre trop 	<ul style="list-style-type: none"> • moins de visibilité • demande un engagement plus important 	<ul style="list-style-type: none"> • pas de lien en description



Exemple de stratégie social media : @horace.co

Publications



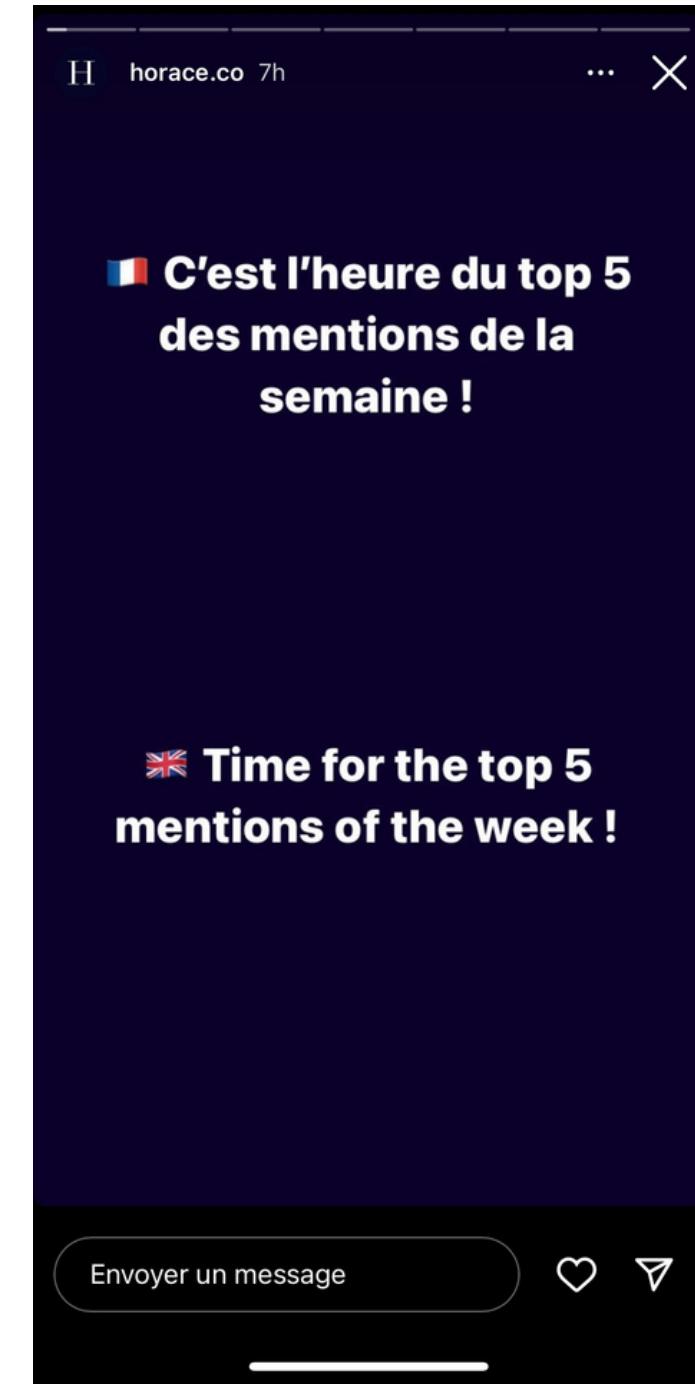
Mèmes



Reels



Stories

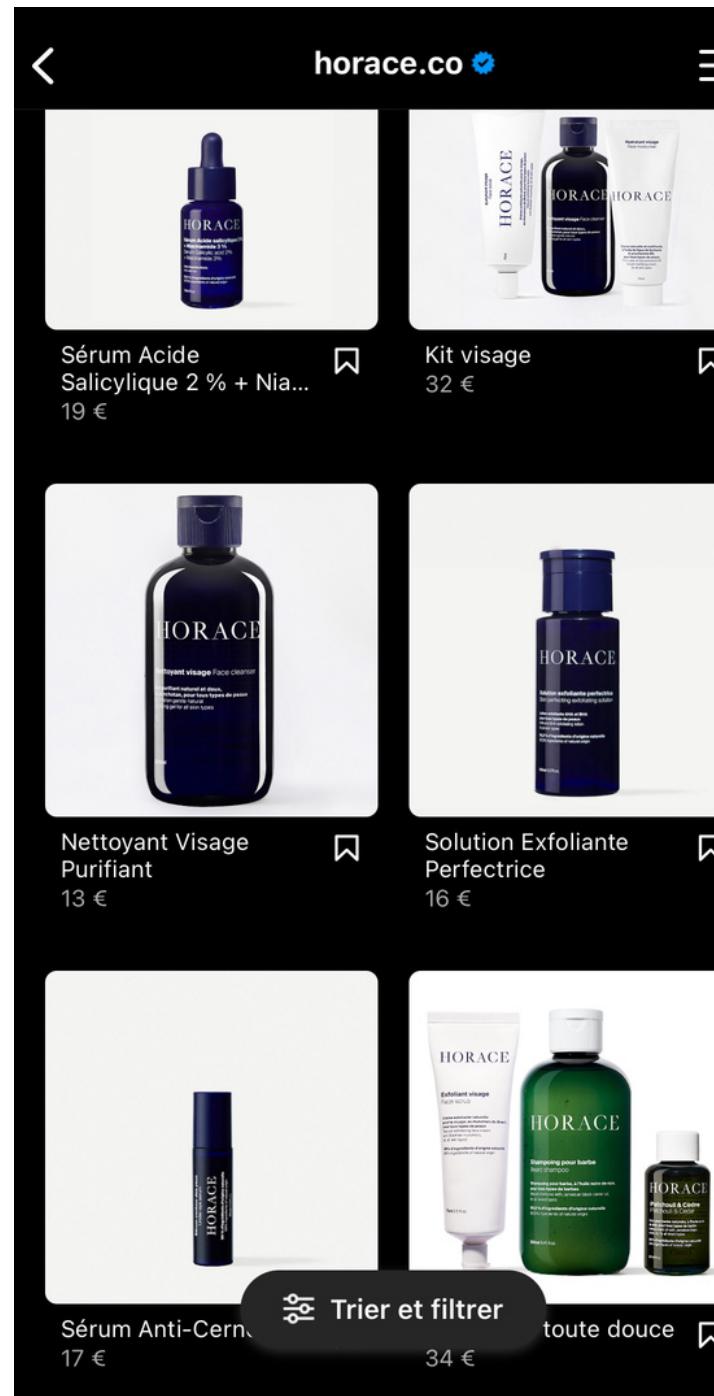


Exemple de stratégie social media : @horace.co

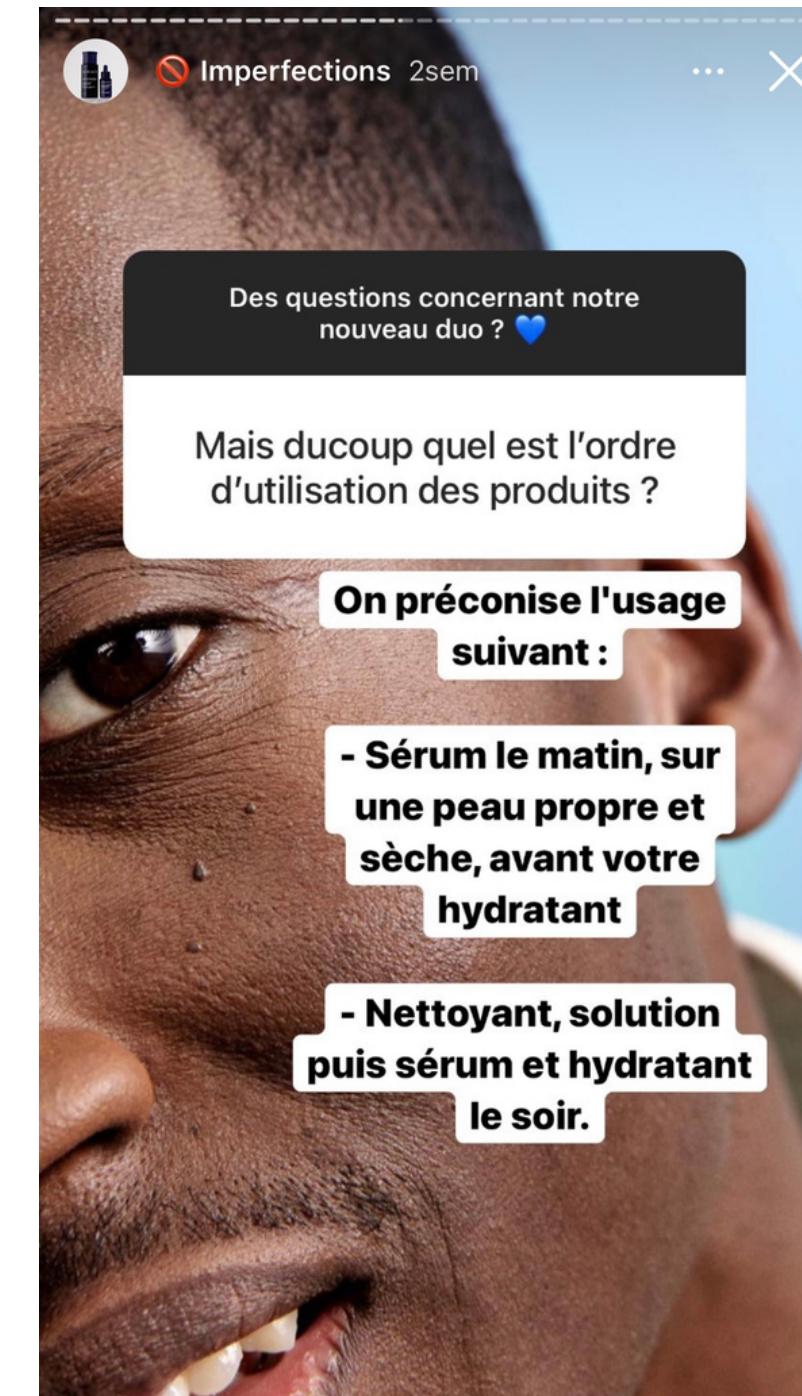
Guides



Boutique



FAG + story à la une



Descriptions produits

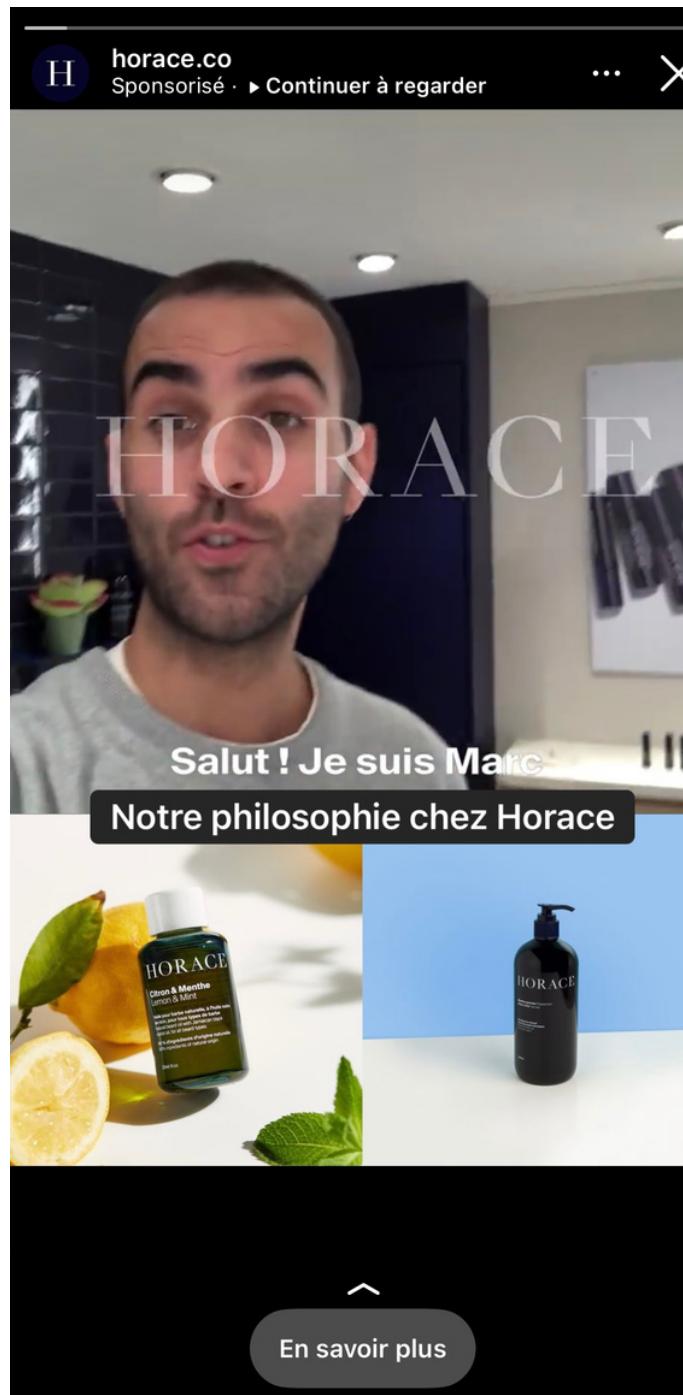


Exemple de stratégie social media : @horace.co

Parrainage



Ads



Micro-influence



Macro-influence



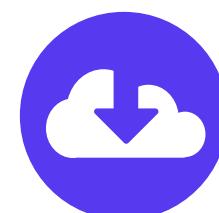
Organiser sa stratégie de contenu

Les étapes d'une stratégie de contenu :

1. Définir vos objectifs
2. Définir votre ligne éditoriale
3. Établir un calendrier de publication
4. Créer du contenu pertinent et planifier vos publications
5. Mesurer vos retombées

Les KPI's à suivre :

- Évolution du nb d'abonnés
- Nombre de clics sur le lien en bio
- Évolution du taux d'impressions
- Évolution des stats globales du compte
- Évolution du taux d'engagement



Téléchargez votre calculateur de KPI's multi-réseau Excel

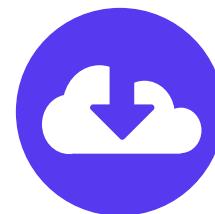
La boite à outils :



Encourager les interactions



- Créez des raisons de vous contacter : questions / sondages / offres
- Lancez un compte à rebours pour vos événements
- Faites des jeux concours pour récompenser vos abonnés et en gagnez de nouveaux
- Organisez des lives interactifs, seul ou avec des influenceurs
- Soyez dynamique (commentaire, MP) : Engagez la conversation



Téléchargez votre guide 10 étapes pour être efficace sur les réseaux sociaux



Instagram shopping

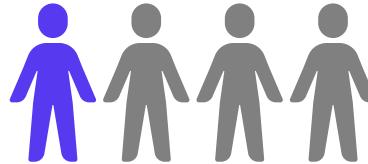
Quelques chiffres sur le social shopping

Les réseaux sociaux pourraient générer 1 200 milliards de



d'ici 2025.

En France, plus



(26%) déclare avoir déjà acheté un produit via un réseau social.

79% des acheteurs dépensent moins de 50€ via les réseaux sociaux.

Principale motivation d'achat : bénéficier d'une offre promotionnelle (43%)



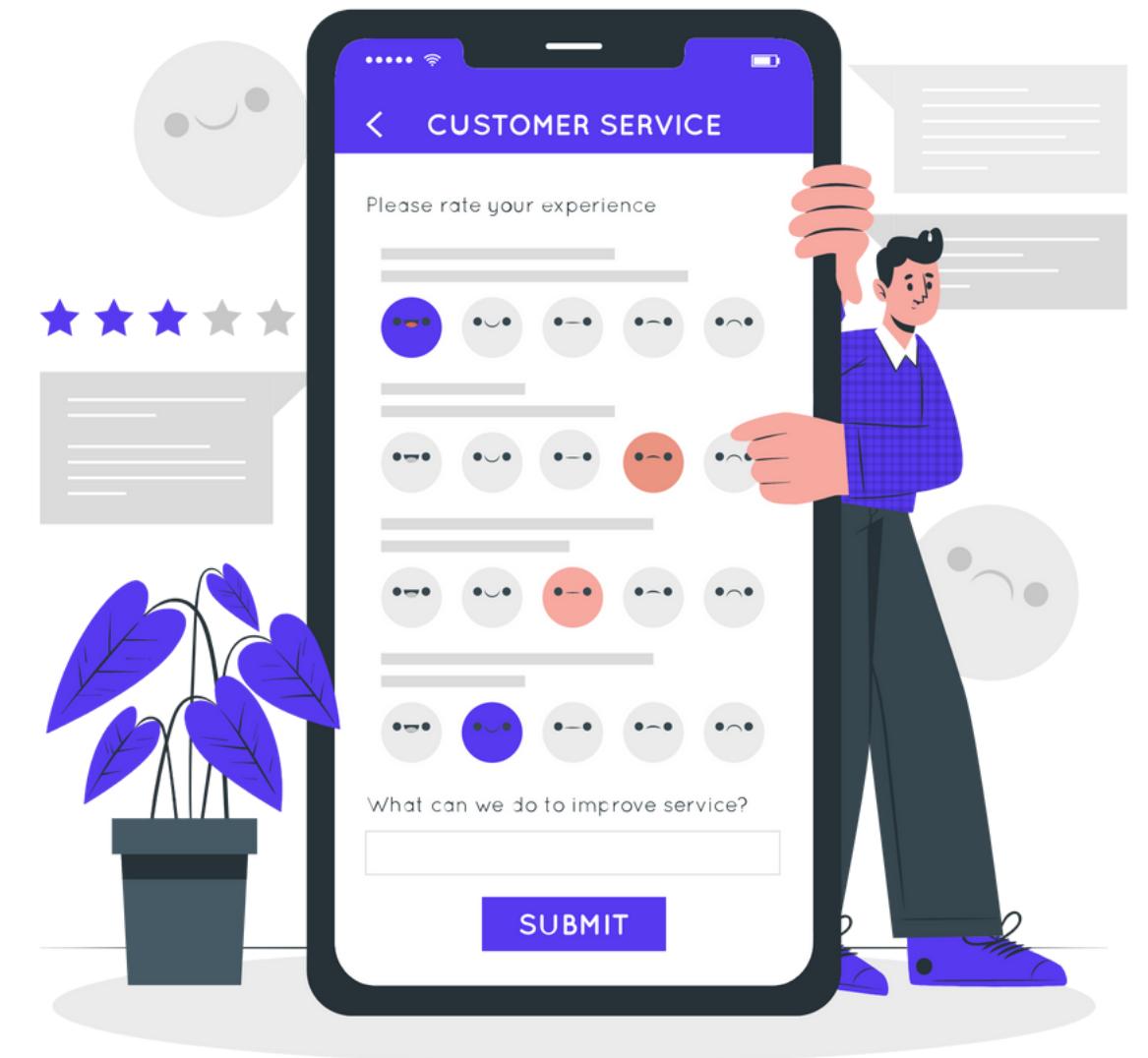
Comment créer un compte ?

- 1 Compte business ou creator
+ Page Facebook reliée au compte Instagram
- 2 Lier la page Facebook au Business Manager
Ajouter vos produits
Importer un catalogue externe (shopify)
- 3 Créer une boutique
(soit depuis Instagram, soit depuis Facebook)
Ajouter vos produits
Créer un catalogue depuis l'interface web de Facebook
- 4 Choisir les moyens de paiement (USA)
Choisir les canaux de vente
Ajouter vos produits



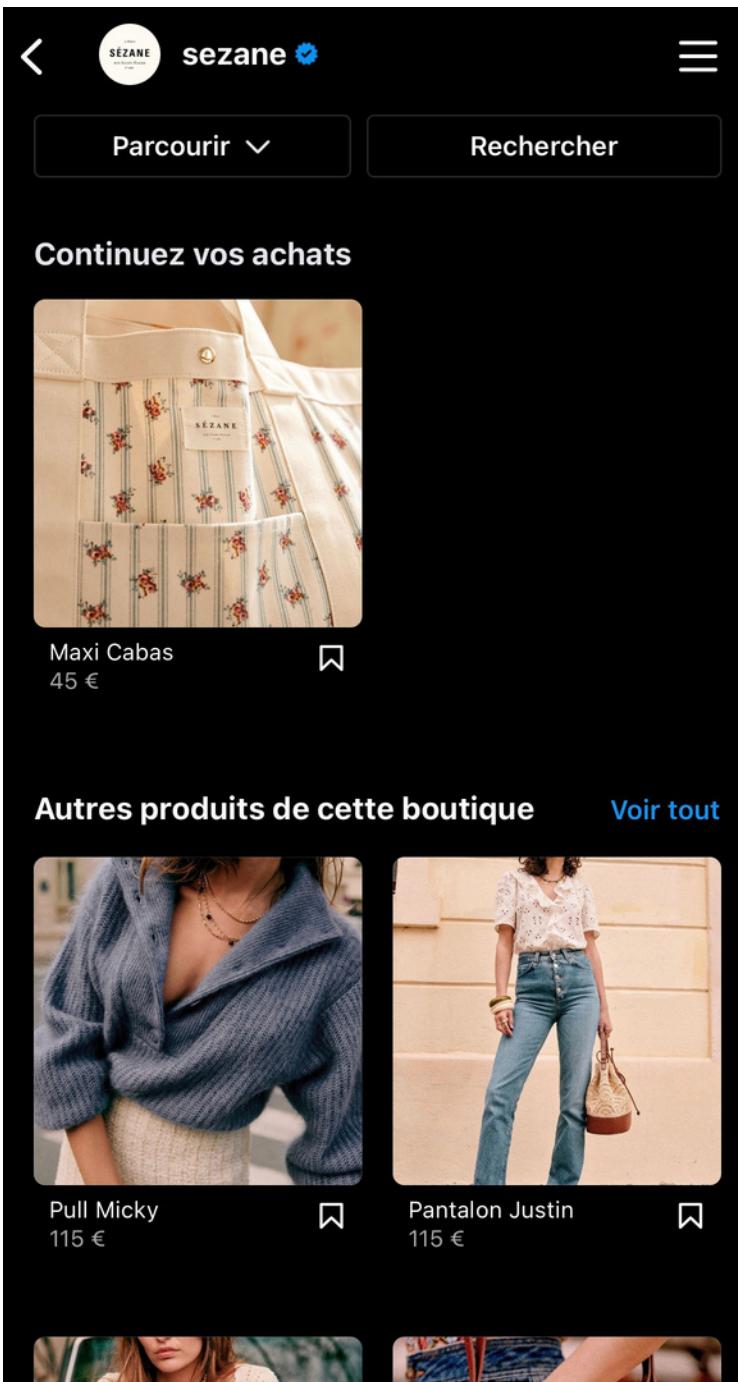
Pourquoi mettre en place le social shopping ?

- Faciliter le parcours d'achat
- Taguer / identifier des produits directement dans vos contenus : action/réaction
5 produits par photo et jusqu'à 20 produits dans un carrousel
- Appuyer la dimension immersive
- Toucher votre cible dans son quotidien
- Surfer sur les tendances
- Créer des collections avec les influenceurs

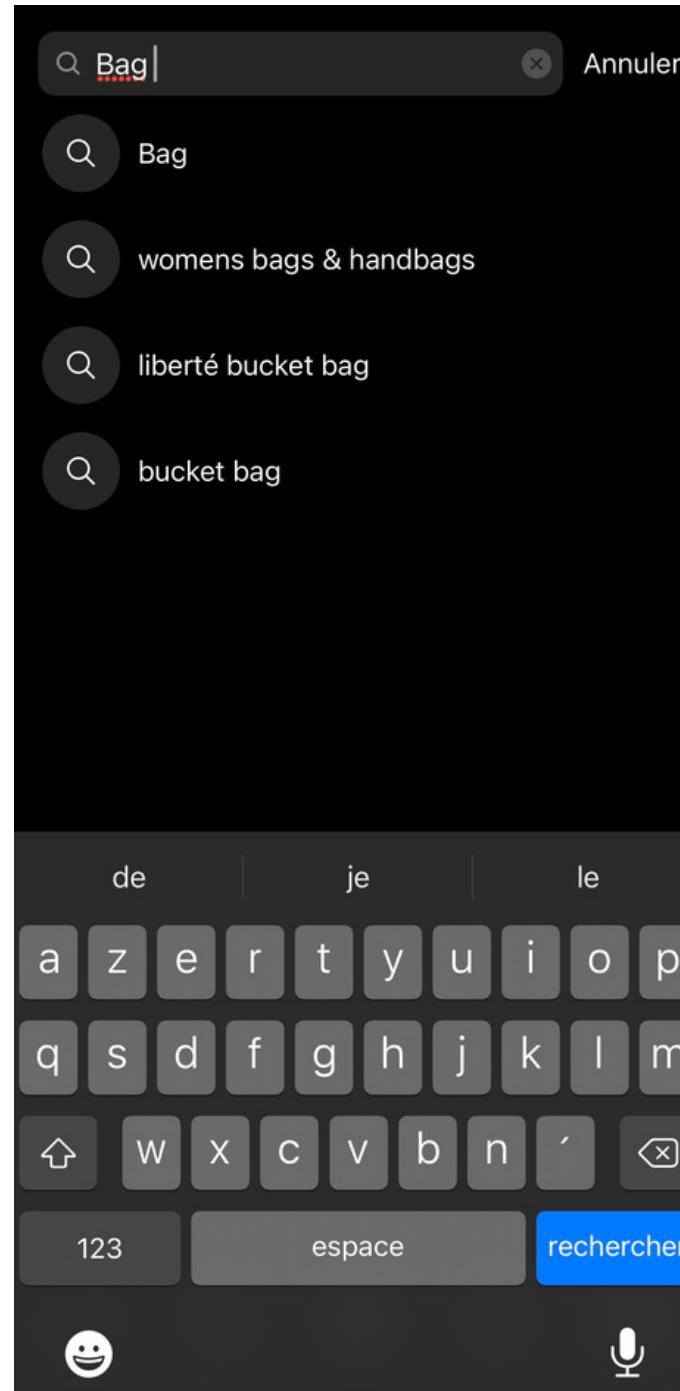


Exemple de boutique Instagram : @sezane

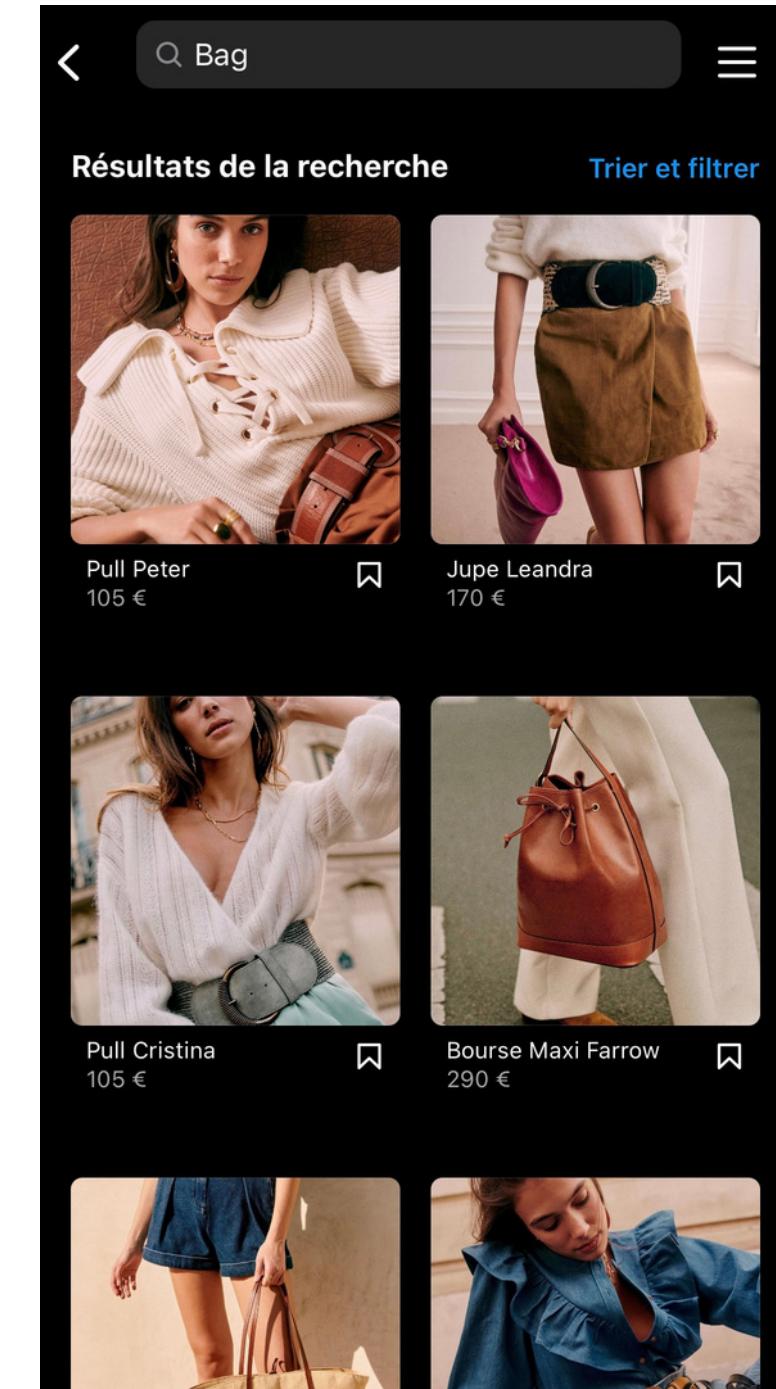
Vitrine



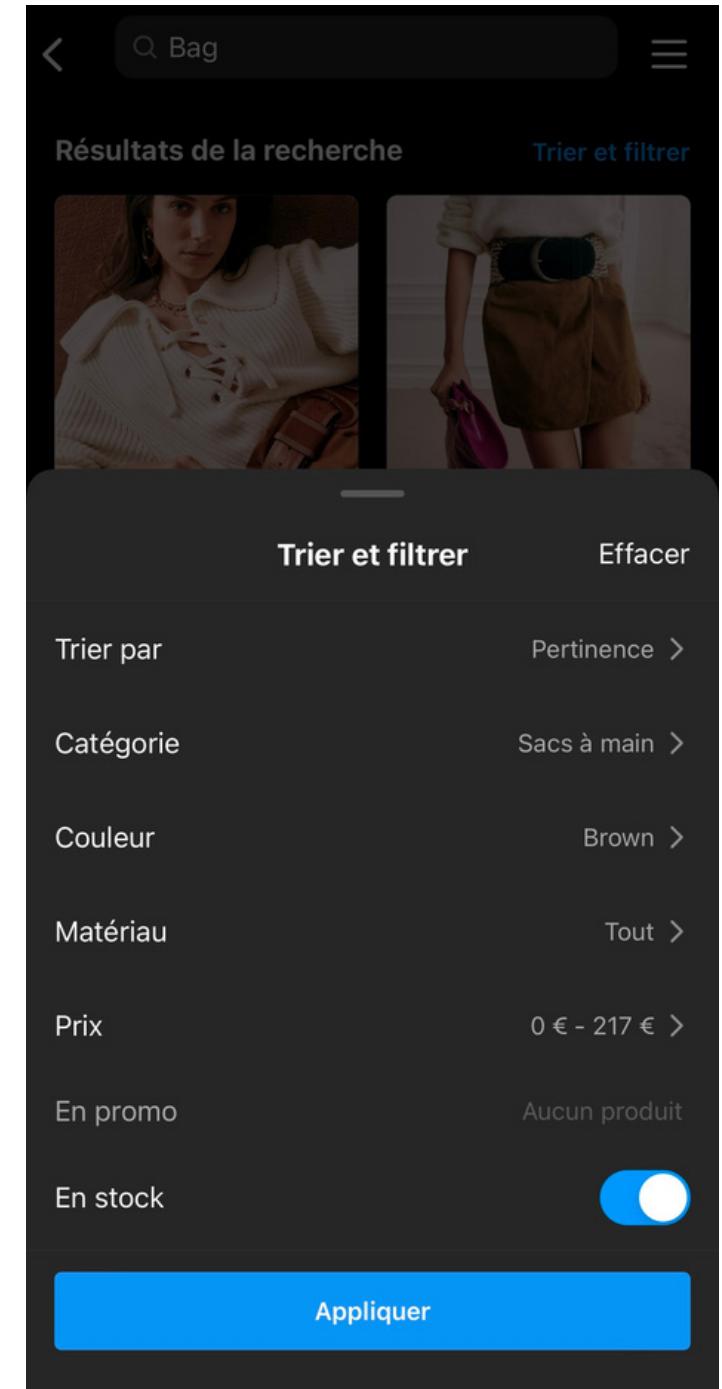
Recherche



Résultats

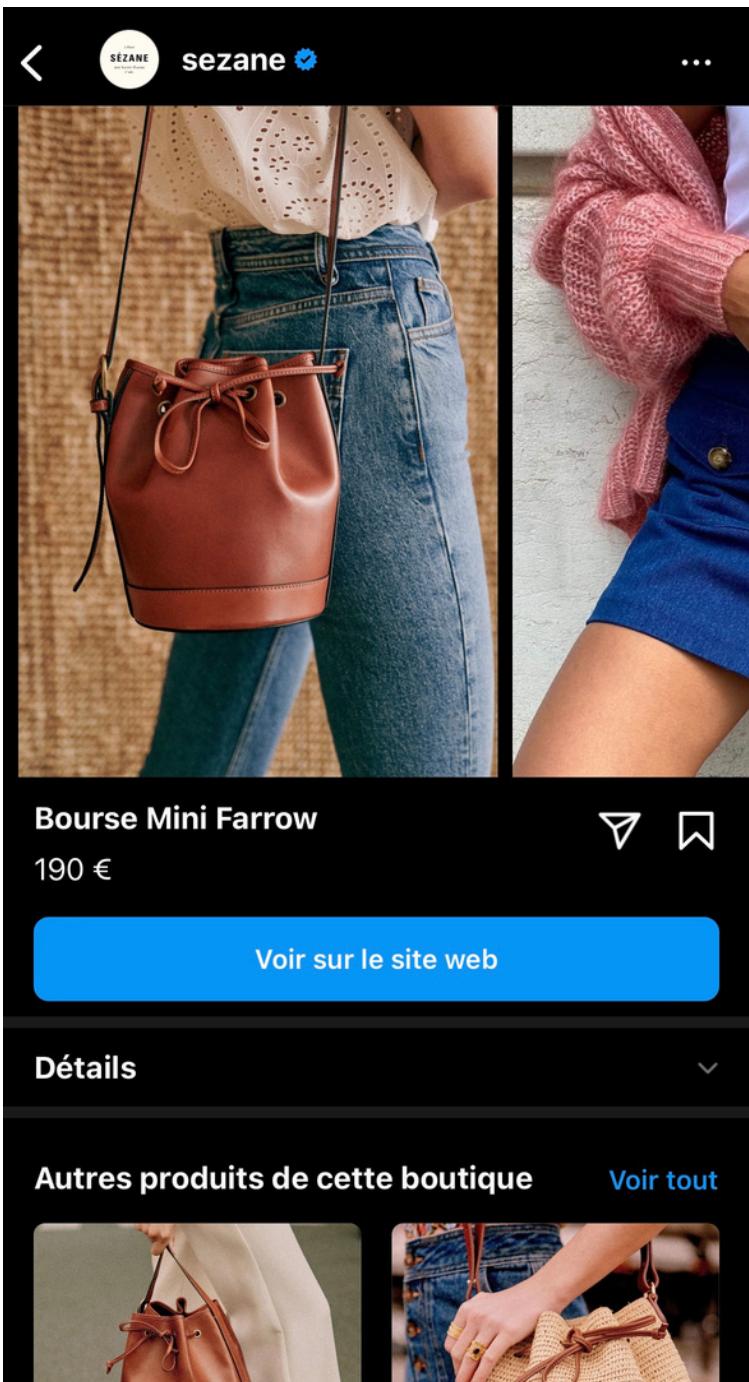


Filtres



Exemple de boutique Instagram : @sezane

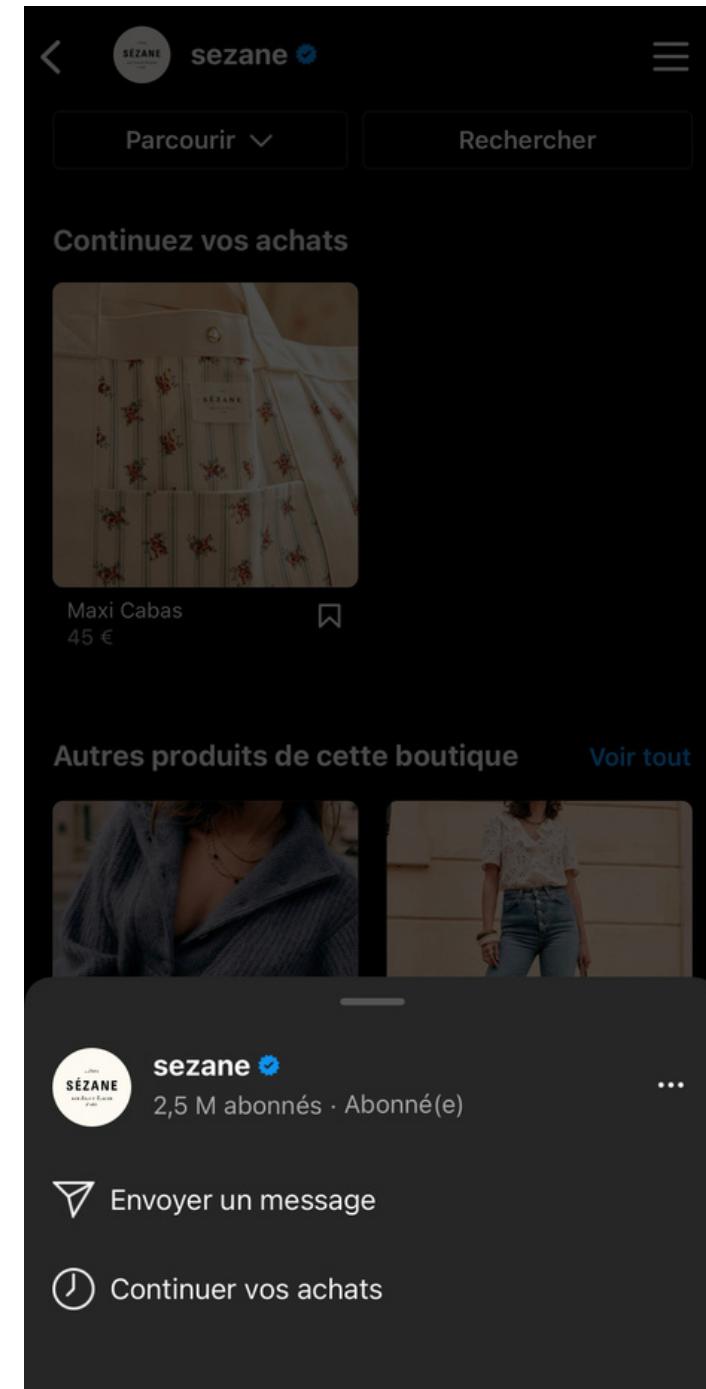
Produit



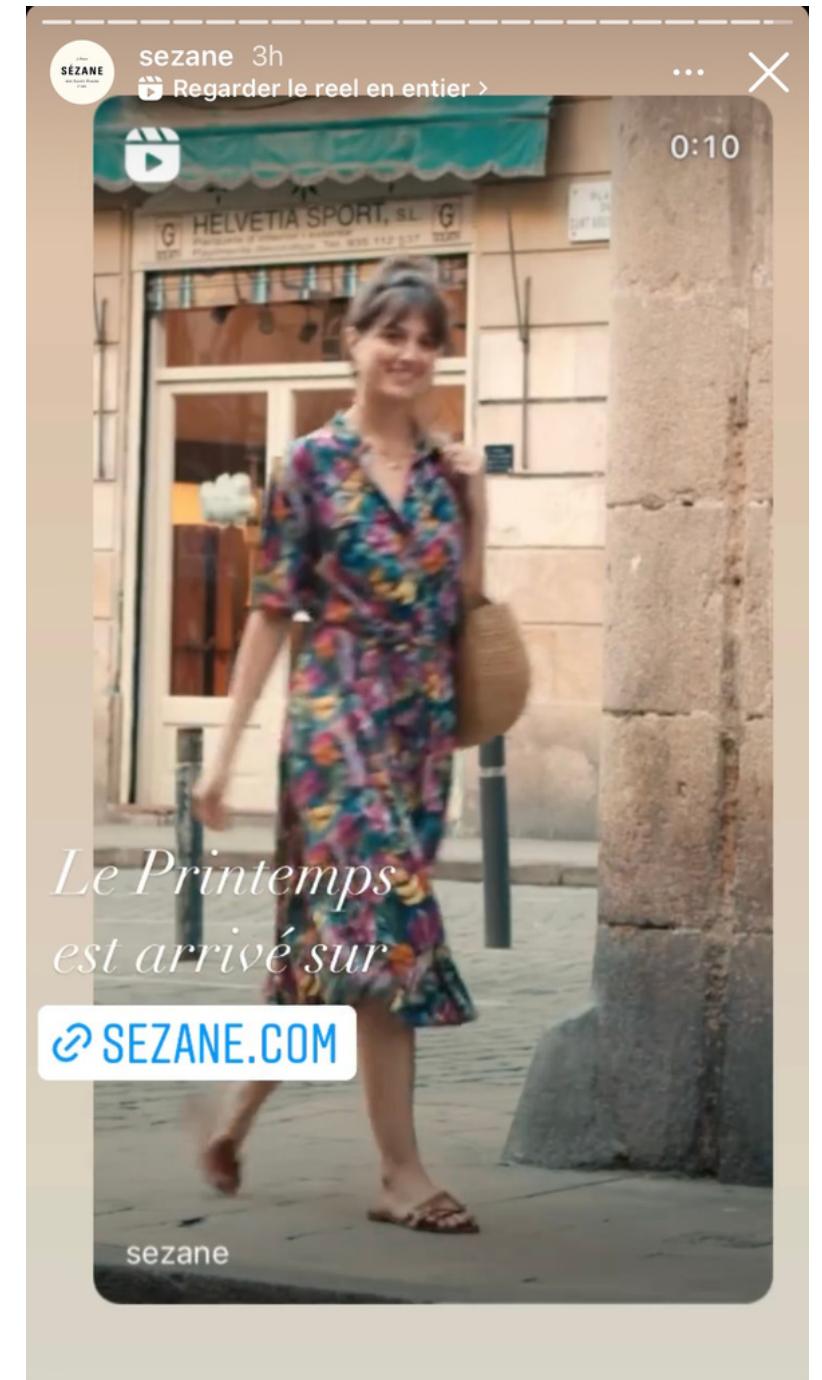
Site e-commerce



Contact



Story



Le live shopping



Créez l'événement !

• LIVE

Interaction directe

Inviter des influenceurs

Ajouter **jusqu'à 30 produits** à une collection épingle à l'écran pendant le live

Sauvegarder les articles en direct pour être redirigé vers votre site

Occasion : lancement produit, événement, dynamiser votre communauté, susciter l'intérêt



L'influence marketing

Quelques chiffres sur l'influence

87 % des acheteurs ont été conquis par un influenceur avant  un produit.

Le marché des influenceurs sur Instagram devrait atteindre 22,2 milliards de  d'ici 2025 (+12,6 % depuis 2021)

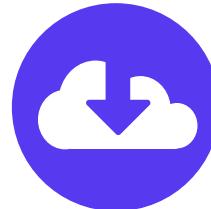
94 % des internautes affirment qu'un avis positif les incite à consommer.

90 % des répondants estiment que le marketing d'influence est efficace.



Pourquoi l'influence marketing ?

- L'essor du social e-commerce
- Augmentation de l'usage des ad-blocks
- Gagner de la visibilité
- Augmenter vos ventes
- Crédibiliser votre marque
- Humaniser votre communication
- Créer un lien de proximité
- Renforcer votre image de marque
- Créer un sentiment d'appartenance



Téléchargez votre guide 30 conseils pour réussir sa campagne d'influence



Comment faire une campagne d'influence ?

1

RECHERCHE

Sur le réseau social ou avec un outil suivant vos critères

2

ANALYSE

Taux d'engagement, âge / localisation / sexe de la communauté, abonnés vérifiés

3

CONTACT

DM ou mail ou Chat

4

TRACKING

Screenshot ou sauvegardez-les grâce à un outil

La boîte à outils :



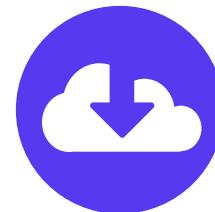
Les relations marque-ambassadeur

Ne vous précipitez pas !

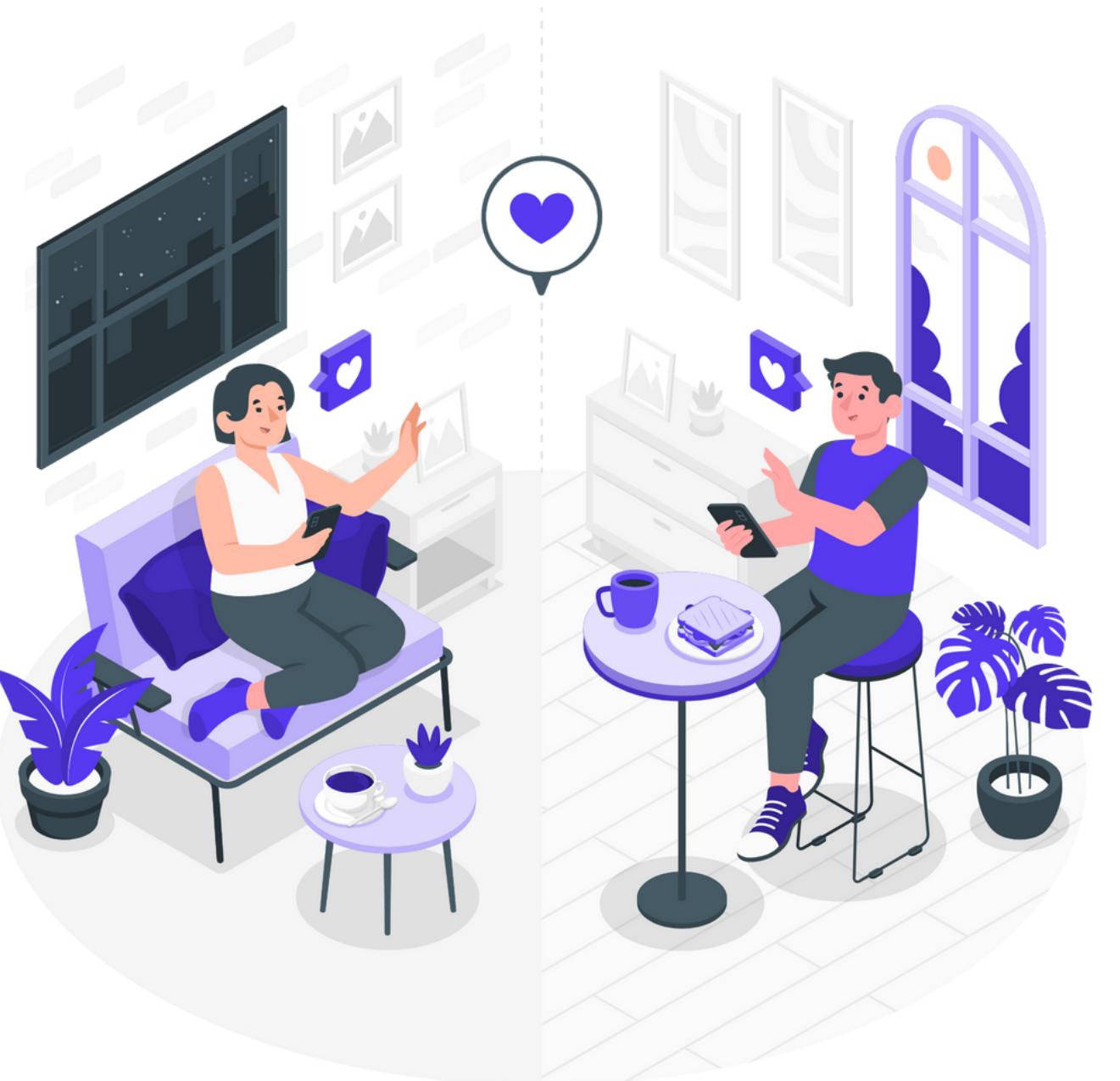
Faites d'abord une première opération réussie !

Créez du lien avec l'influenceur : quelles idées pour votre marque ?

Dotation de produit long terme : varier les supports de communication et dynamiser la communauté autour de votre marque et vos différents produits



Téléchargez votre guide relation marque/influenceur



Pourquoi utiliser un outil d'influence ?

- Arrêter de perdre du temps
- Cibler précisément les influenceurs
- Analyser et comparer les influenceurs
- Repérer les influenceurs qui trichent sur les abonnés
- Centraliser les contacts
- Échanger avec des milliers d'influenceurs en instantané
- Tracking et bilan de campagne automatisés



Concentrez votre temps sur la stratégie, la plateforme Findly s'occupe du reste.



Réservez une démo de la plateforme Findly



La publicité Instagram

Quelques chiffres sur les ads

50% des Millennials ont déclaré avoir  une marque après avoir vu une publicité.

L'audience potentielle qui peut être atteinte par les publicités Instagram en  est évaluée à 24,1 millions d'euros.

4 millions d'entreprises utilisent les Instagram Stories Ads chaque mois.

En France, grâce aux ads : 67% consulte le site internet d'une marque, 41% réalise un achat en ligne.



Quelques conseils

- Augmenter la portée de la publication de l'influenceur en la sponsorisant
- Commencer avec des petits budgets (10-20€/jours)
- Mixer les différents formats : story, photo, carrousel, vidéo
- Faire de l'A/B testing sur le format, l'audience, le texte, le visuel
- La phase d'apprentissage dure 1 semaine
- L'algorithme apprend au jour le jour, il ne faut jamais couper une campagne en cours, au risque de devoir refaire une phase d'apprentissage.
- Être patient
- Campagne de notoriété pendant les périodes de creux
- Avoir un site optimisé



Agence de publicité Instagram Oscar Black



Tarifs Blog Ressources À propos [Contactez-nous](#)

Donnons de la portée à votre marque !

Agence de publicités en ligne : achats et prises de contact via Facebook
Pour les indépendants, TPE, PME ambitieux.

[PROFITEZ D'UN MOIS D'ESSAI >](#)



-25% sur votre premier mois
Code : **Live_Findly**
Mail : Cloe.beauger@oscar-black.com



Merci & à bientôt !



 **MANON ROCH**
MANON@FINDLY.CO



 **CLARA RUBEN**
CLARA@FINDLY.CO

PROCHAIN LIVE – Jeudi 21 avril à 9h30
Comment augmenter (éfficacement) sa visibilité sur Instagram ?