

Présentation de l'entreprise

Instagram est une plateforme de médias sociaux visuelle, elle consiste à publier des photos et des vidéos en ligne de façon permanente sur lesquelles les autres utilisateurs peuvent aimer, commenter les publications ainsi que de les partager. Les utilisateurs ont également la possibilité de faire des "Stories" qui permettent de partager des photos et des vidéos qui ne restent visibles que pendant 24 heures avant de disparaître, ces dernières peuvent être mises en stories à la une et seront visibles constamment. Diverses fonctionnalités de filtres et d'édition sont à disposition pour aider les utilisateurs à personnaliser leurs photos et vidéos.

Instagram a été lancé en 2010 et est devenu rapidement très populaire, en particulier auprès des jeunes. Cette plateforme a été achetée par Facebook en 2012 pour un montant de 1 milliard de dollars.

La plateforme est disponible sous forme d'application mobile pour les appareils Android et iOS, et peut également être utilisée sur le Web.

Elle compte plus de 1 milliard d'utilisateurs actifs mensuels dans le monde.

Cette plateforme permet également de suivre les comptes d'autres utilisateurs et de les mentionner dans leurs propres publications. L'utilisation des hashtags pour marquer les publications et rendre les contenus plus facilement recherchable. Ce réseau est très populaire auprès des jeunes et est souvent utilisé pour partager des photos de voyage, de la nourriture, de la mode, de la beauté, des conseils entre professionnels et la vie de tous les jours.

SWOT de l'application Instagram

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">- Grande base d'utilisateurs et engagement (interaction) élevés- Popularité auprès des générations plus jeunes- Interaction avec d'autres plateformes facile et possibilités de partage faciles- Options de ciblage publicitaire et métriques (mesure du taux d'engagement, d'interaction par rapport au vue) pour les entreprises- Fort accent mis sur le contenu créer par les utilisateurs	<ul style="list-style-type: none">- Publication de texte non possible obligation de mettre un support visuel- Possibilités limitées pour les utilisateurs de personnaliser leurs profils

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> - Expansion sur de nouveaux marchés et segments démographiques - Développement de nouvelles fonctionnalités et outils pour améliorer l'expérience utilisateur - Monétisation via le commerce électronique et les contenus sponsorisés - Utilisation accrue d'Instagram pour le service client et le support - Partenariats et collaborations avec d'autres entreprises et marques - Crise covid 19 et confinement 	<ul style="list-style-type: none"> - Concurrence accrue de la part d'autres médias - Changements de comportements des utilisateurs - Risque d'actions réglementaires et de maitrise de la vie privée - Risque de baisse des revenus publicitaires en cas de ralentissement économique - Changements d'algorithme qui peut nuire à la portée de certains utilisateurs ou entreprises.

L'organisation

Q Pour préparer cette action professionnelle j'ai dû effectuer quelque recherche et programmer certain point comme :

- Sélectionner la plateforme de média sociaux
- Rédaction des sujets traiter et de leurs formats
- Budget


Pour choisir la plateforme de média sociaux j'ai effectué un comparatif des différents réseaux existant. En effet, il existe de nombreux réseaux sociaux, chacun ayant leurs caractéristiques et fonctionnalités. Ce sont des plateformes en ligne qui permettent aux gens de se connecter et de partager du contenu avec d'autres personnes.

Ils ont largement été utilisés ces dernières années et ont eu un impact considérable sur la façon dont les gens communiquent et se connectent les uns aux autres. Ils ont également été répandu pour promouvoir des entreprises et des marques, pour partager des informations et des idées ainsi que pour organiser des événements en ligne et dans la vie.

Cependant, il est important de noter que les réseaux sociaux peuvent également avoir des effets négatifs, tels que l'exposition à des contenus inappropriés ou offensants, la perte de vie privée, et la dépendance. Il y a aussi le risque de l'harcèlement en ligne ayant un impact négatif sur la santé mentale, de plus la propagation de fausses nouvelles et d'informations erronées sur différents sujets. Il est donc important d'utiliser les réseaux sociaux de manière responsable et de veiller à protéger sa vie privée en ligne.

Pour choisir la plateforme que j'allais utiliser pour mon action professionnelle j'ai réalisé un comparatif de chacune puis sélectionner celle qui me paraissait la plus pertinente et intéressante à développer.





Tableau comparatif des réseaux sociaux

Réseaux sociaux	Forces	Faiblesses
Facebook 	<ul style="list-style-type: none">-54 % des utilisateurs ont 16 à 25 ans-Ludique format photo, vidéo et texte-Permet un partage et une interaction faciles avec d'autres utilisateurs-Large gamme de fonctionnalités, notamment les groupes, les événements et les options publicitaires	<ul style="list-style-type: none">-Utilisation restreinte au cercle familial-Détrôné par les nouvelles applications qui ont un design plus moderne et une interaction plus fluide-A reçu des critiques sur les systèmes de confidentialité et la gestion des données

<p>Pinterest</p> 	<ul style="list-style-type: none"> -23 % des utilisateurs ont 16 à 25 ans -Ludique format photo et texte -Grande base d'utilisateurs axée sur le contenu visuel, idéale pour l'esthétisme -Bonne base de données pour les recherches artistiques -Utilisateurs restent longtemps connecté 	<ul style="list-style-type: none"> -Moins d'utilisateurs que les autres plateformes -Majorité des utilisateurs féminin -Types de postes moins variés par rapport aux autres plateformes
<p>Tik Tok</p> 	<ul style="list-style-type: none"> -38 % des utilisateurs ont 16 à 25 ans -Ludique format vidéo et texte -Partage de post rapide par republication -Base d'utilisateurs diversifier -L'algorithme met en avant les vidéos avec du rythme -Possède des outils créatifs pour améliorer la qualité de production des vidéos 	<ul style="list-style-type: none"> -Texte restreint -Possède une base avec beaucoup de contenu personnelle, humoristique -A fait l'objet de critiques sur la confidentialité des données et la sécurité
<p>Twitter</p> 	<ul style="list-style-type: none"> -39 % des utilisateurs ont 16 à 25 ans -Ludique format photo, vidéo et texte -Partage de post rapide par republication -Grande base d'utilisateurs diversifier 	<ul style="list-style-type: none"> -Texte restreint -Public avec beaucoup de débat et de polémique -Très grande quantité de contenu -A fait l'objet de critiques sur la confidentialité des données et la sécurité
<p>Instagram</p> 	<ul style="list-style-type: none"> -82 % des utilisateurs ont 16 à 25 ans -Ludique format photo, différent format de vidéo et texte -Partage de post dans les stories et envoi à d'autres utilisateurs -Grande base d'utilisateurs axée sur le contenu visuel, idéale pour l'esthétisme -Niveaux d'engagement élevés et forte apparence visuelle -Options de ciblage publicitaire et métriques pour les entreprises 	<ul style="list-style-type: none"> -Possibilités limitées pour les utilisateurs de personnaliser leurs profils -Dépendance des applications tierces pour certaines fonctionnalités -Risque de propagation de fausses nouvelles et d'informations erronées

Par la suite, j'ai organisé et mis en place les idées de contenu pour la plateforme pour permettre une meilleure vue d'ensemble.

Tableau des idées contenues et formats

Formats	Sujets
 Publication	Articles, fiches de révisions, explications de techniques et de protocoles, mise en avant de marque
 Reel	Technique de soin visage et corps, modelage, épilation, utilisation d'appareil
 Story à la une	Livres pertinents, regrouper les postes par catégorie pour faciliter la recherche
 Story	Promotion des postes, recueil d'avis et demande de nouveau sujet

Pour le budget j'ai dû effectuer l'achat d'une Ring Light 30€ pour me permettre de filmer en ayant une bonne luminosité et un support maniable et capable de s'adapter en taille et inclinaison pour les vidéos. Tout le matériel était déjà à ma disposition.

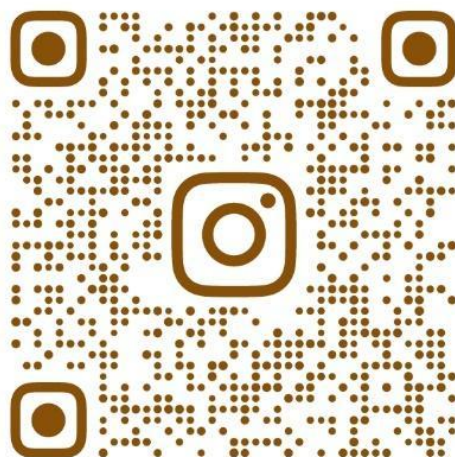
Explication du projet

Étant étudiante en esthétique et utilisatrice de réseaux sociaux, j'ai commencé à avoir des suggestions de post photos et vidéos de soin visage, de massage corps, d'onglerie et d'épilation réalisées par des professionnelles ayant un point de vue marketing. Ces postes ont pour but de mettre en avant les prestations des instituts et personnes les mettent en ligne, ils ne sont donc pas à visée éducative. Ces derniers étant en différentes langues Anglais, Espagnol, Russe, Arabe. Lors de la lecture des commentaires j'ai trouvé quelques questions postées par des étudiants en esthétique qui souhaitaient plus de renseignements à propos de techniques, de marques et qui partageaient leurs expériences et points de vue. J'ai également vu des post d'étudiant en médecine qui mettaient en avant leurs fiches de révisions et partageaient leurs expériences et points de vue en commentaires. Ces comptes sont devenus un endroit de partage et peu importe les origines de chacun. Ces personnes se sont réunies autour d'un sujet qui les passionne ce qui leur a permis de créer des contacts qui plus tard peuvent être utiles.

L'objectif de ce projet est de créer une page Instagram pour mettre en avant des connaissances et ouvrir aux débats aux personnes étudiants dans l'esthétique ou portant un intérêt à son monde tant au niveau des techniques qu'au niveau des connaissances théorique et pratique. Les contenus sont en anglais pour viser un plus large public.

J'ai tenue à réaliser la page de façon concrète pour un meilleur rendu et une facilité de partage de document pour le dossier principalement pour les vidéos qui aurait été compliqué à calquer sur papier. Je n'ai donc pas essayé de développer la page au public car je n'avais suffisamment de temps à consacrer au développement vers le grand public. Sinon j'aurais démarché des écoles, des magasins de matériels professionnels en distribuant des flyers.

J'ai généré un QR code qui facilite l'accès au compte Instagram afin de permettre la lecture des supports réalisés. Il est également possible de retrouver le compte en écrivant le nom ci-dessous.



@AESTHE_TIPS_

Résumé

My professional action is aimed at students, professionals, and enthusiasts of the aesthetic world. My Instagram page (@aesthe_tips_) will feature different media such as article, photo, video publications.

It aims to bring knowledge, views, experience sharing as well as tips.

I chose the name for its eloquence, indeed the word aesthetics and tips sum up the objective of the account and is like a pun.

I wanted to realize the page in a concrete way for a better rendering and an ease of document sharing for the file mainly for the videos which would have been complicated to copy on paper. I did not try to develop the page to the public because I did not have enough time to devote to the development towards the general public. Otherwise, I would have canvassed schools and professional equipment stores by distributing flyers.