

Atelier n° 2

INSTAGRAM

Dynamiser sa communication grâce aux photos et vidéos

Janvier 2019

team

AUXOIS

Tour de table



La photo...
... et vous

Faisons connaissance

Déroulé de l'atelier

Au sommaire de cet atelier ...

**1. Photos et Vidéos :
Obligations légales et importance dans
le tourisme**

2. L'application Instagram

**3. Création de compte : pré-requis et
feuille de route stratégique**

LA RÉGLEMENTATION

**et importance
des photos et vidéos
dans le tourisme**

Le droit à l'image, c'est quoi ?

Droit à l'image des personnes

C'est le droit de toute personne physique à disposer de son image

Si une personne est reconnaissable, vous devez avoir son accord préalable.

En ce qui concerne les images des mineurs, l'autorisation des deux représentants légaux est obligatoire.

Droit à l'image des biens

Si une prise de vue est réalisée dans un lieu privé, il est conseillé d'obtenir une autorisation du propriétaire qui n'est pas tenu de justifier son refus.

Les crédits photos, c'est quoi ?

La mention du nom est une des obligations à avoir envers un auteur avant de publier, reproduire ou commercialiser son travail. Si vous êtes vous-même l'auteur, le crédit photo est désormais obligatoire quand vous la publiez sur des sites communautaires (réseaux sociaux, forums...).

Un crédit se constitue en deux parties : la mention du photographe et la mention du gestionnaire des droits, s'il y en a un.

Où apparaissent les crédits photos ? "sous" ou "à côté" des photos idéalement.

Sur un site Internet, on peut également mentionner les crédits photos dans sa page "Mentions légales"

Exemple

Photo Céline Mathé/Pays Auxois Morvan

ou

© Céline Mathé/Pays Auxois Morvan

Les droits d'auteur, c'est quoi ?

Les oeuvres de l'esprit confèrent deux types de droits à leur **auteur** (Source : Code de la Propriété Intellectuelle)

Les droits moraux qui protègent le lien symbolique qui rattache l'auteur à son oeuvre. L'absence de crédit photo, la mention "DR", l'appellation marketing de "libre de droit", le montage ou la dénaturation d'une photographie sans l'accord de l'auteur sont des atteintes au droit d'auteur qui ne sont pas admissibles.

De jurisprudence constante, il est reconnu que le droit moral est d'ordre public, on ne peut y déroger. Les auteurs comme les diffuseurs doivent respecter ces dispositions dans leurs conventions ou contrats.

Les droits patrimoniaux encadrent l'exploitation de l'oeuvre. Ils appartiennent exclusivement au photographe dès qu'il crée une oeuvre et non à celui qui la commande. Ils comprennent deux volets :

- le droit de représentation qui exige l'autorisation écrite de l'auteur pour la communication de son oeuvre au public (expo, TV, internet...),
- le droit de reproduction qui exige également l'autorisation écrite de l'auteur pour toute fixation de son oeuvre sur un support permettant de communiquer au public (édition, affiche, TV, internet...)

L'utilisation des photos et des vidéos

Vous n'êtes pas propriétaire du média

- Vérifier que vous avez le droit de l'utiliser et sous quelles conditions (avec ou sans crédit photo, utilisation commerciale ou non...)
- Demander l'accord écrit au propriétaire
- Spécifier le nom de l'auteur

Vous êtes propriétaire du média

- Obtenir l'accord écrit des personnes identifiables et des propriétaires de bâtiments (si la prise de vue est réalisée sur un lieu privé)
Attention: bâtiments d'architecte, c'est l'architecte qui détient les droits et non le propriétaire (ex. MuséoParc Alésia, Halle du Toueur à Pouilly-en-Auxois...)
- Préciser votre nom et la date de prise de vue ; apposer éventuellement en plus le signe © ou "tous droits réservés", ou "CC-par : votre Nom et l'année".
- Pour des visuels d'enfants, **signature des deux parents**

Importance des photos dans le tourisme

**Une belle image vaut mieux
que 1 000 mots**

Plus de 80 % des vacanciers choisissent leur future location
en fonction de la photo d'accroche
et des autres photos de l'annonce

(source www.abritel)

Une annonce avec photos est 7 fois plus consultée

(source www.leboncoin.fr)

Importance des photos dans le tourisme

Dans le tourisme, une photo doit...

Donner envie ... Inspirer...

Faire vivre une expérience ...

Faire rêver... Séduire...

Être authentique...

Susciter l'émotion... Raconter une histoire...

Vous devez fabriquer des souvenirs...

... vous mettre à la place du CLIENT !

Côté photos...

Conseils

Quelques conseils...

Déterminez les pièces ou éléments que vous souhaitez mettre en valeur.

Soignez votre intérieur avec une mise en scène simple, agréable, désencombrée et harmonieuse (nettoyez, rangez les poubelles, sacs et balais...).

Soignez votre extérieur avec un jardin entretenu et fleuri, une piscine débâchée, des équipements de plein air mis en valeur...

Créez une ambiance : dressez un petit-déjeuner, un apéritif en terrasse, allumez un feu de cheminée, des bougies ou photophores, disposez un bouquet de fleurs dans le séjour, des coussins sur le canapé, un magazine sur la table basse, des serviettes de toilette, faites les lits...

Donnez de la vie à vos photos !

Vos photos doivent montrer :

L'ambiance générale de votre prestation, le petit "+", l'endroit agréable de l'établissement, la spécialité (si restaurant)...

TOUT CE QUI VOUS DISTINGUE DES AUTRES

Quelques exemples...



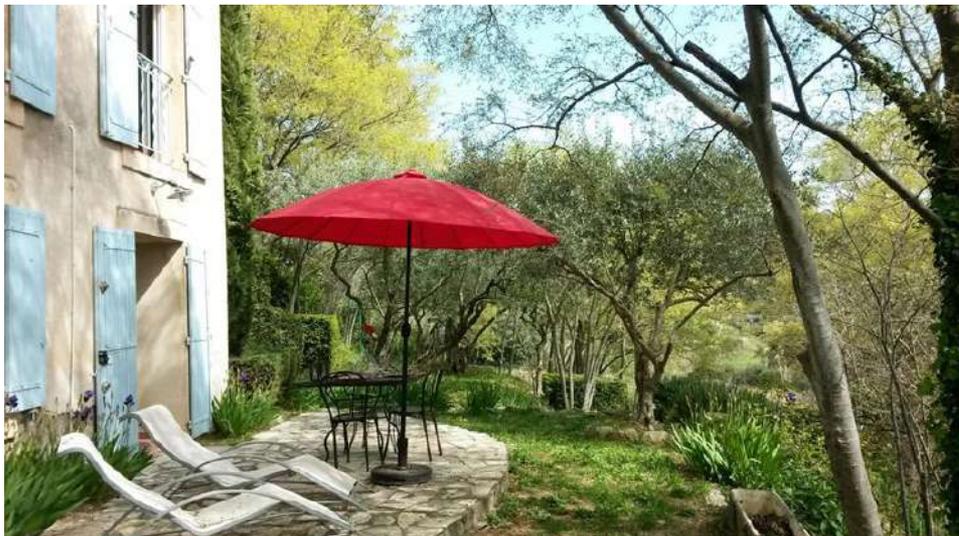
Un intérieur soigné

Une jolie luminosité



Quelques exemples...

Mise en scène



Valorisation de l'extérieur

Quelques conseils techniques photos...

LE CADRAGE HORIZONTAL, le format "paysage"

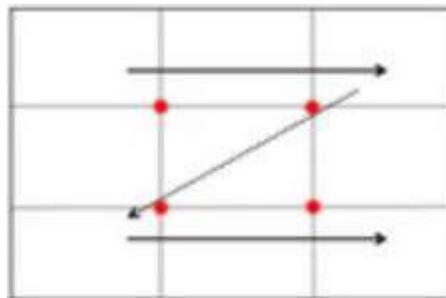
Impression de calme, de profondeur et de distance.

LE CADRAGE VERTICAL, le format "portrait"

Impression d'action et de proximité. Plus chaleureux.

LA LECTURE EN Z

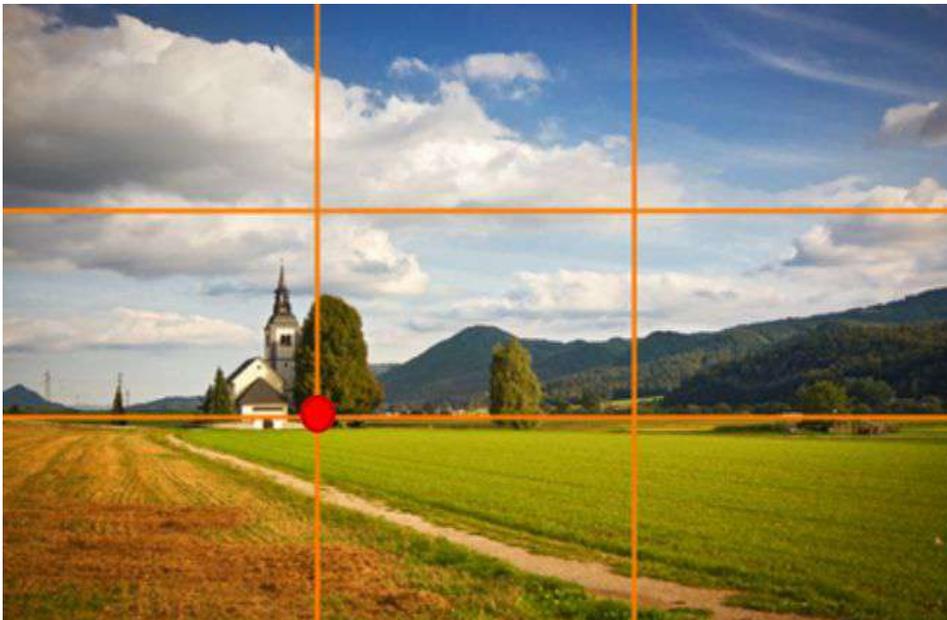
Suit le balayage naturel du regard : de gauche à droite et de haut en bas.



Quelques conseils techniques photos...

La règle des tiers (ou règle d'or !)

Elle permet de mettre en valeur le ou les sujets présents dans votre scène, tout en respectant des proportions harmonieuses.



Pour **bien cadrer**, cherchez toujours à **placer les éléments importants** de votre photo **sur un des points de croisement des lignes** (points forts) **et/ou sur les lignes de forces** **verticales ou horizontales**.

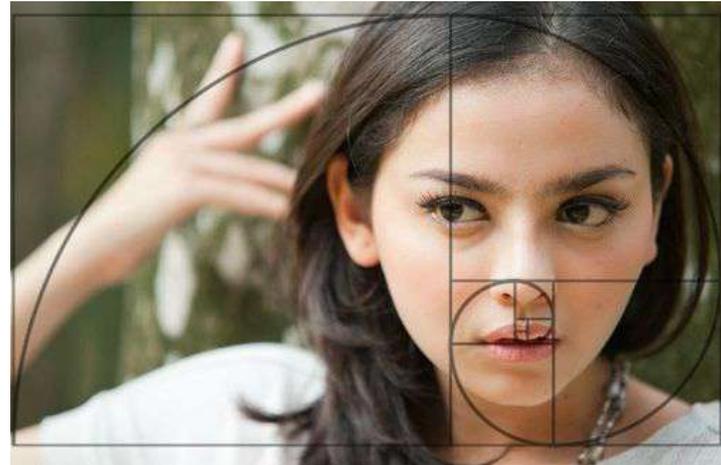
Exemple :

$\frac{2}{3}$ de ciel et $\frac{1}{3}$ de sol ou $\frac{1}{3}$ de ciel et $\frac{2}{3}$ de sol

N'hésitez pas à prendre des photos en étant accroupis, assis ou en hauteur.

Quelques conseils techniques photos...

- **Évitez les flashes**
- **Évitez le soleil de midi**, de préférence tôt le matin (lumière vive) ou avant le coucher du soleil (lumière chaude) et par temps clair !
- **Photographiez dos au soleil**
- **Ne pas vous mettre devant un miroir...**
- **Pour les portraits, décentrez le cadre et orientez les yeux**



En résumé, une belle photo c'est...

Une photo techniquement sans faute : netteté, lumière, orientation, équilibre, angle...

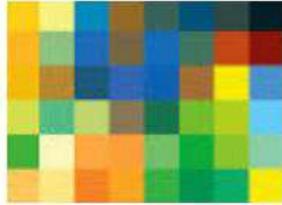
Mise en scène : une image qui raconte quelque chose et qui déclenche une émotion

Une image qui remplit sa finalité touristique :

L'envie de venir, l'envie de vivre une expérience et qui se finalise par l'acte d'achat et l'action de partage

**Un peu de
vocabulaire
photos...**

Pour faire simple...



Pixel

C'est le point qui compose l'image. Une image numérique est composée d'une multitude de points invisible à l'oeil nu. La somme de ces points compose votre photo telle que vous la voyez.



Haute définition

Plus de pixels par pouce



Basse définition

Moins de pixels par pouce

Plus la définition est haute, plus l'image sera NETTE !

Ce qu'il faut savoir

Pour l'impression

Résolution : 300 dpi
Taille mini : 4 Mo



Le poids d'une image a un impact direct sur le temps de chargement d'un site web.

Pour le web

Résolution : 72 dpi
Taille maxi : 1 Mo

En réalité, la résolution d'image a peu d'importance sur le web : c'est la taille qui compte (en fonction du type d'écran) !

Les principaux formats d'image

Format .JPEG

Format le plus courant et le plus utilisé.

- Les + :**
- prend peu d'espace sur votre disque
 - confort d'affichage sur le web
 - à privilégier pour un usage web
 - pas de chargement interminable

Format .GIF

Il n'a d'intérêt que pour de très petites images.

Le - : il est limité à 256 couleurs simultanées.

Format .PNG

Le standard dédié au web.

- Le + :**
- permet la transparence, donc idéal pour les icônes ou les logos.
 - à privilégier également pour les dessins et graphiques.

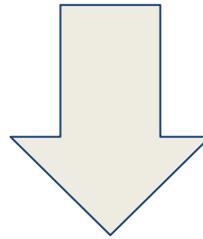
Côté vidéos...

**C'est comme la photo
mais en + dynamique**

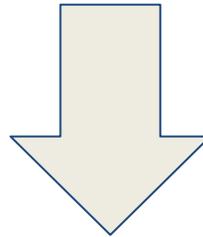
Importance de la vidéo dans le tourisme

Pourquoi travailler ses vidéos ?

PUBLIER SES VIDÉOS



FAIRE RÊVER ET SÉDUIRE

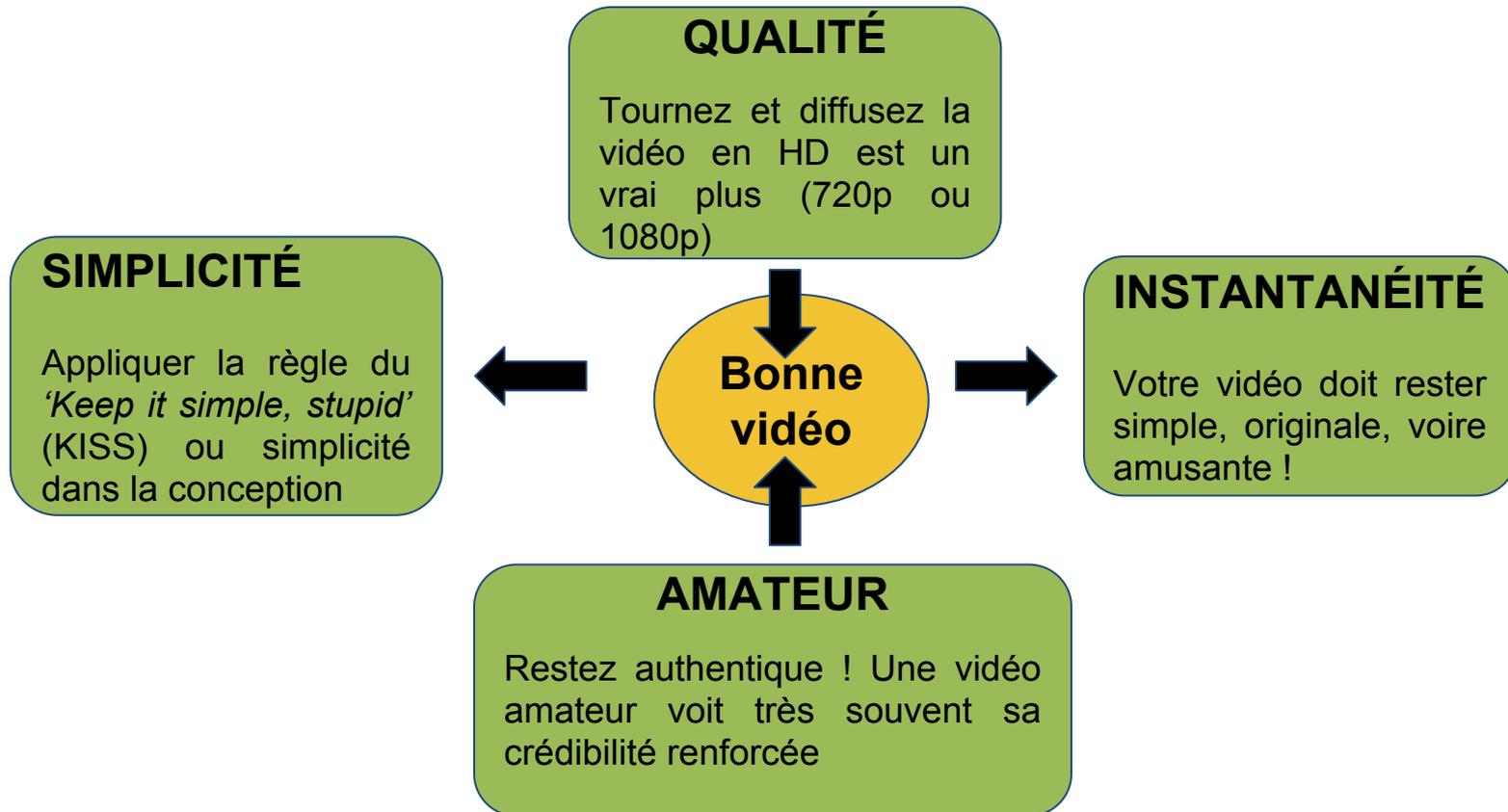


DÉCLENCHER L'ACTE D'ACHAT

Comment faire une bonne vidéo ?

Comment faire une bonne vidéo ?

*Optimisez la diffusion (= la viralité) de votre vidéo en **humanisant** (= l'humain) et en créant ainsi une proximité, un transfert (= émotion) avec l'internaute.*



Comment faire une bonne vidéo ?

Avant de filmer ? - Quelques conseils



- **Pensez à l'histoire que vous voulez raconter** et écrire son **storyboard** (tableau de bord, comme un scénario)
=> un plan = un message
- Évitez de vous placer face à la lumière, **en contre-jour**
- **Être le plus stable possible** (trépied, sur les coudes, contrôle de la respiration...)
- **Évitez le coup de zoom et le travelling trop rapides** (donne la nausée et le vertige)
- **Évitez l'interviewé qui regarde trop la caméra** ou cadré trop large (pas d'émotion)
- **Privilégier les plans fixes**, investir dans un micro

Pensez aux internautes qui vont regarder votre film !

Comment faire une bonne vidéo ?

Donnez du rythme à votre vidéo !

Variez les plans

- Plan général / plan d'ensemble
- Plan moyen
- Plan américain
- Plan rapproché épaule
- Gros plan
- Très gros plan (détail)



Alternez les plans fixes (panoramiques) et les plans en mouvements en fonction de la cible et du message

INSTAGRAM

**1er réseau mondial
de photos**

Un peu d'histoire...

Instagram est une application, un réseau social et un service de partage de photos et de vidéos

- Réseau mondial créé en 2010 aux États-Unis
- Instagram appartient à Facebook depuis 2012
- L'application est disponible en téléchargement gratuit sur mobiles (et sur PC avec des fonctionnalités réduites)
- L'âge minimum requis pour utiliser Instagram est de 13 ans
- Instagram a atteint en juin 2018 le pic d'1 milliard d'utilisateurs actifs mensuels

(source Wikipedia)

40 % des millenials* choisissent leur destination en fonction de leur "instagramabilité" (sources www.zdnet.fr)



* Ou Génération Y : regroupe, en Occident, l'ensemble des personnes nées entre 1980 et l'an 2000

En quelques chiffres

95 millions de photos et vidéos sont publiées chaque jour
(source *over-blog.com*)

Photos de vacances et selfies... que font les Français ?



42

photos prises
par jour

78 %

prennent au moins un selfie par jour

28 %

plus de 10 selfies par jour

Les 18-24 ans prennent en moyenne 20 selfies / jour

Photos de vacances, une source d'inspiration ?



8 % pensent qu'il est inutile de partir en vacances si on ne publie pas ses clichés sur les réseaux sociaux

6 % pensent qu'il est inutile de prendre des photos si on ne les publie pas en ligne

21 % ont visité une destination uniquement parce qu'ils ont vu des photos en ligne

28 % sont inspirés par les photos qu'ils voient sur les réseaux sociaux



Chiffres clés
2018



600 millions
d'utilisateurs
dans le monde

16 millions
d'utilisateurs
en France



19%
des internautes
français utilisent
Instagram



65%
des utilisateurs
sont des femmes



38%
de chance d'avoir plus
de likes sur des postes
avec emojis



51%
des utilisateurs
consultent Instagram
1 fois/jour



76%
des utilisateurs
ont moins de 35 ans



24 min
temps moyen passé
par jour pour
les + 25 ans

SOURCES : Médiamétrie, MédiaVestib, Hootsuite, Blog du modérateur - 2018

tikio

agence de communication
stratégie - design - web

suivez nous :
@agenotikio
/agenotikio
www.agenotikio.com

(source *kayak.fr*)

(source *tikio*)

Pourquoi intégrer ce réseau ?

À L'ORIGINE :

Simple application photo permettant de :

- Immortaliser un instant via son mobile
- Appliquer des filtres pour modifier sa photo
- Publier des photos

AUJOURD'HUI :

- Outil marketing majeur pour les entreprises
- On crée et on fidélise des communautés
- On met en scène les images
- On a évolué avec l'intégration du format vidéo
- On y déploie de la publicité ciblée
- On recherche et on gagne des prospects



Instagram

Certains instagramers en ont fait leur métier

INSTAGRAM

**Je débute sur
Instagram :
avant de commencer...**

Pourquoi intégrer ce réseau ?

APPLICATION POUR VOTRE ACTIVITÉ :

- Présenter votre activité par l'image = promotion
- Mettre en scène les services proposés
- Créer une communauté ciblée
- Immersion des instagramers, passer des messages
- S'identifier dans des communautés reconnues
- Mettre en avant des offres



POUR QUEL BÉNÉFICE :

- Créer un fond d'images et vidéos à utiliser
- Créer l'identité visuelle de votre activité
- Améliorer la visibilité de votre activité
- Rediriger l'audience vers votre site Internet
- Mettre en avant vos services, la qualité des prestations
- Séduire de nouveaux clients
- Communiquer avec les autres acteurs, les institutionnels



Définir sa stratégie de communication

- Objectif de votre page ?
- Quelle image souhaitez-vous véhiculer ?
- Quelles sont vos cibles ?
- Que pouvez-vous apporter à vos clients ?
- Définissez votre ligne éditoriale et vos fréquences de publications



Définir sa stratégie de communication : cible et objectif !

QUI EST MA CIBLE?

- Les locaux ?
- Les citadins ?
- Les familles...

ET SON UNIVERS !



SUR QUOI COMMUNIQUER ?

- Mon entreprise ? Moi ?
- Les prestations que je vends ?
- La région ?
- Des sujets qui m'intéressent ?

LA BONNE QUESTION :

QU'ATTEND LE CLIENT ?

IDÉES D'OBJECTIFS :

1. Booster son référencement
2. Diversifier sa visibilité sur les moteurs de recherche web
3. Atteindre une nouvelle cible d'utilisateurs mobile
4. Développer sa présence web par le partage de visuels
5. Se démarquer de la concurrence avec des contenus originaux
6. Fédérer une communauté de membres
7. Initier une politique de com créative
8. Être en support des autres canaux de com

Définir sa stratégie de communication : le timing !

QUAND PUBLIER ?

- Les heures de repas sont les + efficaces !
- Se fixer un rythme de publication :
min 1x/semaine - max 1x/jour



ATTENTION À LA RÉGULARITÉ !

Astuce : prévoyez un planning de publication (simple tableau) pour noter vos idées de publications et les planifier sur l'agenda...

LA BONNE QUESTION :

**DE COMBIEN DE TEMPS JE DISPOSE
POUR GÉRER MON COMPTE INSTAGRAM !!!!**

Attention, ça peut devenir chronophage et addictif...

Définir sa stratégie de communication : ligne éditoriale

OU COMMENT COMMUNIQUER ?

- **Quelles sont les valeurs que vous défendez ?**
ex. authenticité, luxe, nature, productions locales...
- **Quelle tonalité employer ?**
ex. convivialité, bien-être, proximité, performance, dynamique...
- **Quels mots utiliser de manière récurrente ?**
ex. authentique, nature, gourmandise, bourgogne, auxois...

LA BONNE QUESTION : QU'ATTEND LE CLIENT ?

**Mettez-vous à sa place : apprenez à connaître votre cible
et donnez-lui ce qu'elle attend !**

Définir sa stratégie de communication : ligne éditoriale

N'OUBLIEZ PAS :

- **D'harmoniser vos différents canaux de communication :**
diffuser la même image, les mêmes valeurs pour qu'il y ait une cohérence entre les outils (Facebook, Instagram, site Internet, newsletter, brochures...)
- **De faire des liens entre ces différents canaux**
ex. lien vers votre site Internet depuis le compte Instagram
- **De déterminer ce qui rend votre activité unique et différente**
(autrement dit vos avantages concurrentiels)



Qu'est ce que le hashtag et comment l'utiliser ?

C'est un **symbole matérialisé par un croisillon** qui, **associé à un mot ou à un groupe de mots**, regroupe toute référence à ce même terme.

Les hashtags permettent de transformer des sujets de discussion et des locutions en **liens « cliquables »** dans des publications sur votre journal personnel ou votre page.

Ils permettent de trouver plus facilement des publications sur des sujets précis.

Le hashtag est identifiable par le symbole

En bref, il permet de marquer un contenu avec un **mot-clé** plus ou moins partagé.

Pour choisir le # de son activité : faire une recherche via la loupe pour s'assurer qu'il n'est pas déjà pris

Exemples de

Région locale et Bourgogne

#terresdauvois #pahauxois morvan #igersbourgogne #lacotedorjadore
#mybourgogne #auvois #morvan #welovebourgogne #canaldebourgogne ...

Instagram - France

#igersfrance #france_focus-on #french_paradise #igers #magnifiquefrance
#jaimelafrance ...

En fonction du type de photo

#paysage #landscape #landscapephotography #naturephotography #photography
#countryside #countryside walk #lake #histoire #history #architecture #patrimoine
#nature ...

Conseils :

- Créer votre propre # , pour l'utiliser à chacune de vos publications et sur tous les réseaux sociaux
- Pensez au # en anglais (mots)
- Faire des recherches de # via la loupe
- Pour gagner du temps vous pouvez copier/coller les # (via votre bloc note)
- Noter le # de l'influenceur qui vous plaît, qui traite du même sujet

INSTAGRAM

Je crée mon compte

Présentation de l'outil : créer son compte

Comment créer un compte Instagram ?

Pour créer un compte Instagram à partir de l'application :

1. Téléchargez l'application Instagram depuis l'[App Store](#) (iPhone) ou le [Google Play Store](#) (Android).
2. Une fois l'application installée, appuyez sur le picto pour l'ouvrir.
3. Appuyez sur **S'inscrire avec un e-mail ou un numéro de téléphone** (Android) ou **Créer un nouveau compte** (iPhone), puis saisissez votre adresse e-mail ou votre numéro de téléphone (code de confirmation requis) et appuyez sur **Suivant**. Sinon, appuyez sur **Se connecter avec Facebook** pour vous inscrire avec votre compte Facebook.
4. Si vous décidez de vous inscrire avec votre adresse e-mail ou votre numéro de téléphone, créez un [nom d'utilisateur](#) et un mot de passe, renseignez vos informations de profil, puis appuyez sur **Terminé**. Si vous vous inscrivez avec Facebook, vous serez invité(e) à vous connecter à votre compte Facebook si vous êtes déconnecté(e) à ce moment-là.

**Choisir un nom accrocheur et représentatif de son activité
(vérifier qu'il n'est pas déjà pris)**

Présentation de l'outil Instagram

Créer son compte depuis son PC, c'est possible mais pas optimum (c'est avant tout une application mobile !)

Pour créer un compte Instagram à partir d'un ordinateur :

1. Accédez à [instagram.com](https://www.instagram.com).
2. Saisissez votre adresse e-mail, créez un [nom d'utilisateur](#) et un mot de passe ou cliquez sur **Se connecter avec Facebook** pour vous connecter avec votre compte Facebook.
3. Si vous vous inscrivez avec une adresse e-mail, cliquez sur **S'inscrire**. Si vous vous inscrivez avec Facebook, vous serez invité(e) à vous connecter à votre compte Facebook si vous êtes déconnecté(e) à ce moment-là.

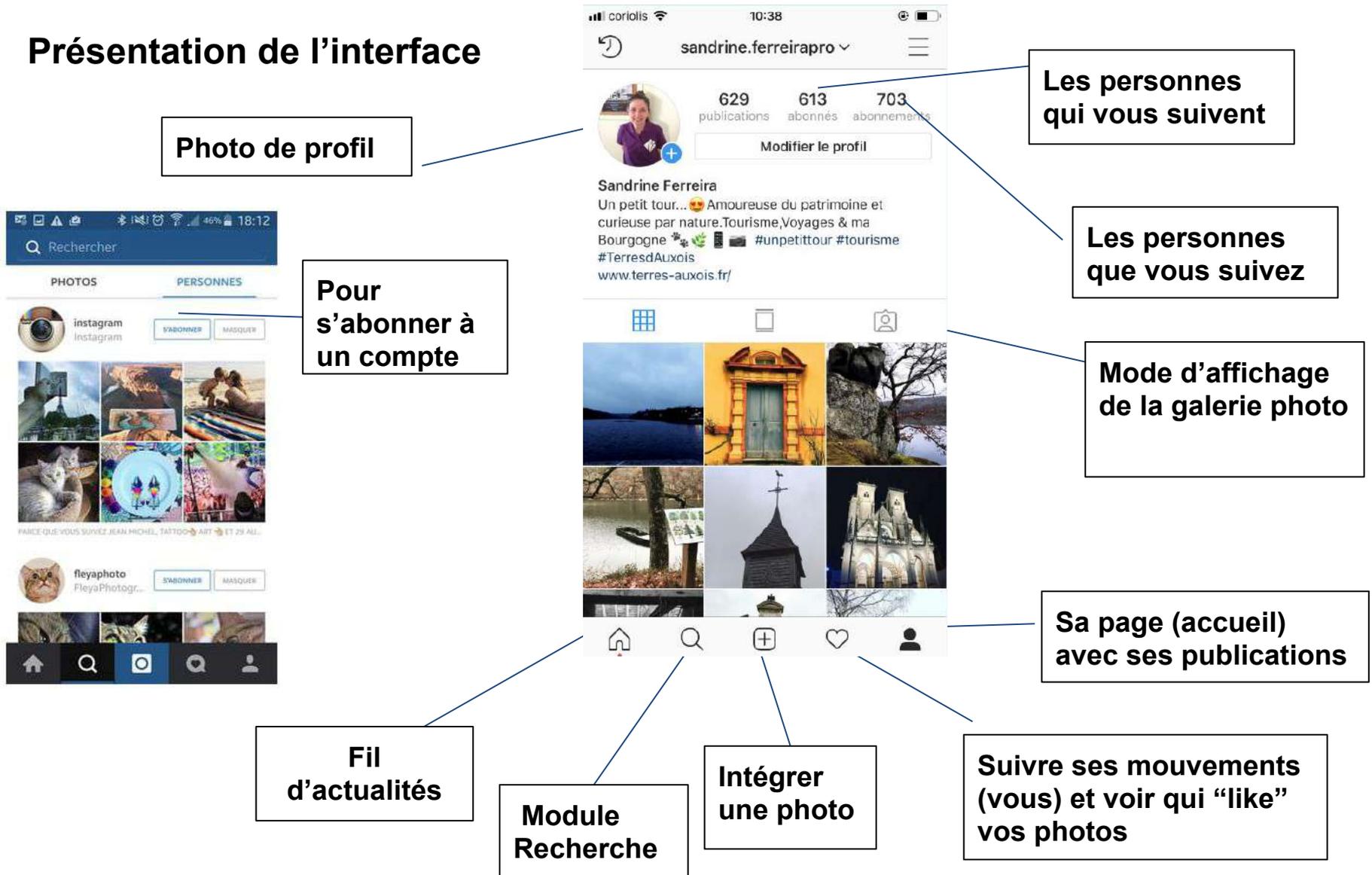
Si vous vous inscrivez avec votre adresse e-mail, vous devez la saisir correctement et utiliser une adresse e-mail à laquelle vous êtes la seule personne à avoir accès. Si vous vous déconnectez et oubliez votre mot de passe, vous devrez être en mesure d'accéder à votre adresse e-mail pour récupérer l'accès à votre compte Instagram.

INSTAGRAM

Présentation pas à pas

Présentation de l'outil Instagram

Présentation de l'interface



Présentation de l'outil Instagram

“Modifier” et “changer” sa photo de profil

Une fois l'application installée, et votre compte créé, vous pourrez personnaliser votre profil, en y insérant une photo.

Cliquez sur l'icône **en bas à droite** de votre écran d'accueil, puis sur **votre photo de profil (cercle rouge)**.

Vous pourrez ensuite définir la photo de profil de votre choix, en l'important, ou en prenant une photo sur le vif :

Conseil :

Choisir en photo de profil un visuel lisible, valorisant et communicant



ICI



Choisir la provenance de votre photo

Instagram étapes par étapes

Poster une photo ou une vidéo

Sur votre page d'accueil, cliquez sur le bouton central en bas de l'écran (**encadré en rouge**).

S'affiche un menu dans lequel vous pourrez choisir trois options différents en bas de l'écran :

Bibliothèque : permet de choisir une photo depuis votre galerie de photos personnelles.

Photo : permet de prendre une photo en passant par l'application.

Vidéo : permet de prendre une mini-vidéo via l'application.



ICI



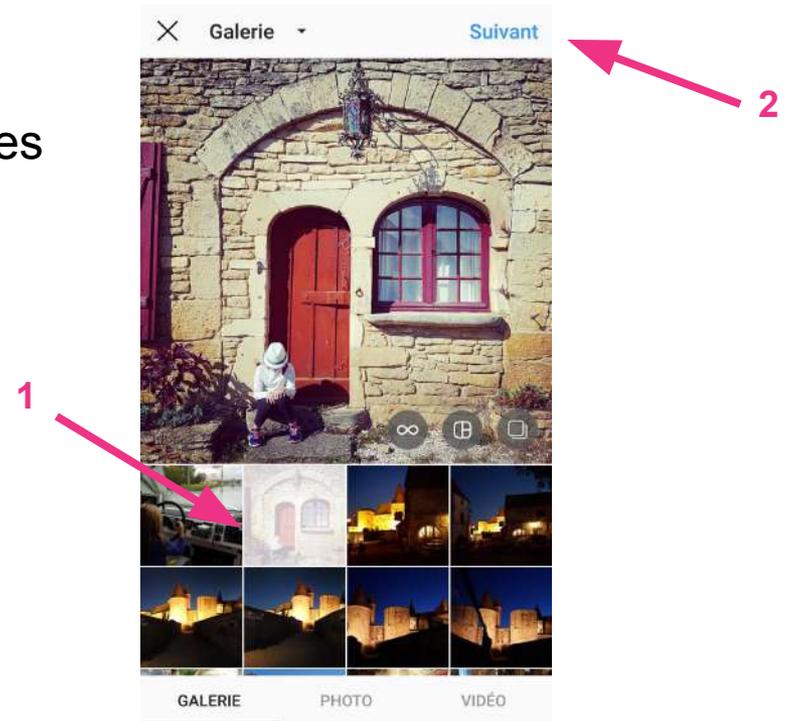
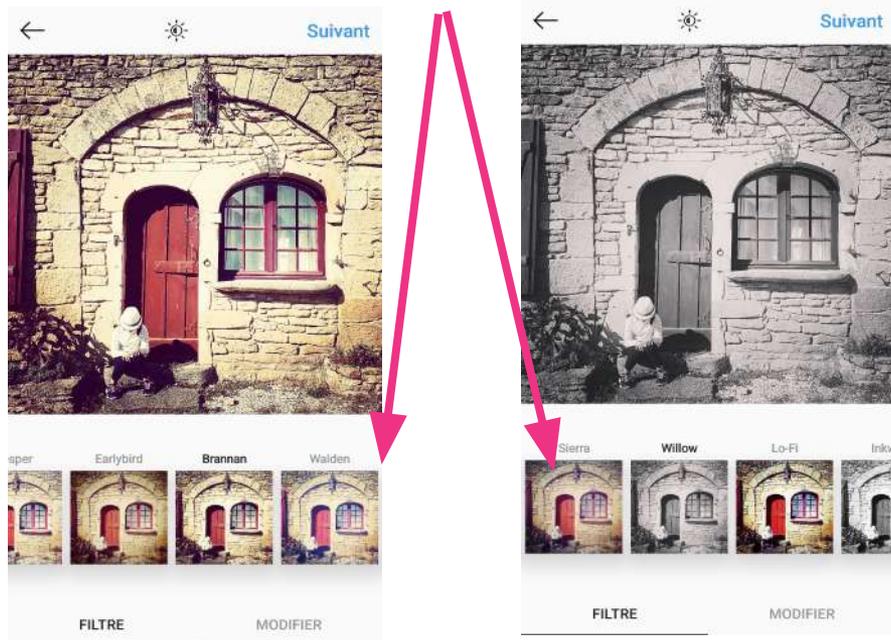
Instagram étapes par étapes

Poster une photo (suite)

1. Tapez sur la photo qui vous intéresse, elle s'affiche alors en grand au dessus des autres vignettes photos.
2. Tapez sur suivant (en haut à droite).

L'ajout de filtres :

Il existe de nombreux filtres pour modifier et donner du style à vos photos



Vous pouvez faire défiler les filtres avec le doigt pour trouver celui qui vous convient.

Astuce : à la fin des filtres, aller dans gérer les filtres, il y en a d'autres que vous pouvez ajouter à la base proposée.

Instagram étapes par étapes

La retouche manuelle

Vous pourrez choisir des retouches basiques, comme régler le contraste, la luminosité, ajouter un flou, des ombres, adoucir, mettre un cadre, recolorer, etc.



2. Tapez sur l'élément qui vous intéresse

3. Faites glisser le curseur et tapez sur "terminé".
Vous pouvez jouer avec plusieurs éléments



1. Tapez sur modifier



Instagram étapes par étapes

Poster une photo ou une vidéo

L'écran qui s'affiche va vous permettre d'ajouter un **commentaire** (texte court et pertinent : 15 mot max.) et vos **hashtags**.

Partager sur vos différents **réseaux sociaux** : Twitter, Facebook, Tumblr...

Pour finir, validez votre photo ou vidéo encore une fois avec **partager** en haut à droite de l'écran.

Conseils :

- Instagram donne la part belle à la photo
- Pour le texte : très court, dynamique, humoristique
- N'hésitez pas à utiliser les Emoticônes et dessins pour illustrer votre propos, votre émotion ou coup de coeur

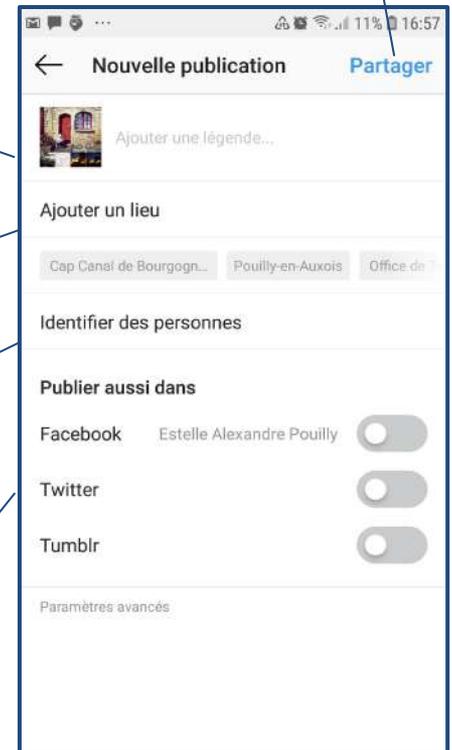
Écrire son texte /commentaire

Indiquer le lieu géographique

Identifier des personnes @

Partager sur vos autres réseaux sociaux (passer le rond blanc dans la partie gris pour devenir bleu)

Pour valider



Instagram étapes par étapes

"Liker" et "commenter" une photo

Pour accéder au fil d'actualité des images des autres instagramers, cliquez simplement sur **l'icône en forme de "maison"** en bas à gauche du menu principal.

Une photo postée par un de vos contacts vous plaît ? Vous pouvez dire que vous l'aimez en cliquant sur **l'icône "Coeur"** en dessous de la photo.

Vous pourrez également laisser un commentaire en cliquant sur **l'icône en forme de "bulle de discussion"**.

The image shows a screenshot of an Instagram post. The post is by user **estelle_alexandre** (Escommes) and features a photo of a boat on a river. Below the photo are icons for liking (heart), commenting (speech bubble), and sharing (paper plane). A callout box labeled "Partager" points to the share icon. Another callout box labeled "Enregistrer dans la collection" points to the bookmark icon. A third callout box labeled "ICI" points to the home icon in the bottom navigation bar. A fourth callout box labeled "Pour aimer" points to the heart icon. A fifth callout box labeled "Pour commenter" points to the speech bubble icon. Below the screenshot, a small icon of a person in a speech bubble is shown with the text: "= ce picto correspond à un **Tag**, c'est-à-dire à une personne identifiée".

**ANIMER SON
COMPTÉ
INSTAGRAM**

Communiquez avec votre communauté !

Comme sur Facebook, il est de bon ton d'être réactif et de réagir aux commentaires. **Vous serez plus proche de votre communauté et donnerez une bonne image.** Ces échanges vous serviront pour améliorer votre compte et vous donneront certainement de nouvelles idées.

Pour bien communiquer, plusieurs possibilités :

- Mettre une description sur vos photos (texte, hashtags, tags, émoticônes)
- Commenter des posts liés à votre activité
- Reposter les photos de vos produits prises par les utilisateurs
- Répondre aux questions
- Poser des questions pour engager une conversation
- Donner des astuces/infos utiles sur vos produits
- Aimer les commentaires...



❤️ 💬 📍 📌
Aimé par cocovalul et 258 autres personnes
la_cote_dor_jadore #jep2018 Cette semaine on fait la part belle au patrimoine de la Côte-d'Or que vous pourrez découvrir sous toutes coutures a l'occasion des Journées du Patrimoine ce weekend. Connaissez-vous Le @chateaubussyrabutin qui fête cette année les 400 ans de la naissance de son illustre propriétaire ?

Faites de la veille = suivez les autres !

SUIVEZ D'AUTRES COMPTES

Il est vivement conseillé de **suivre les comptes les plus influents de votre secteur d'activité pour plusieurs raisons :**

- Vous vous faites connaître
- Certains vous suivront en retour
- Cela sera une bonne source d'inspiration pour vos publications
- Échangez avec eux, l'algorithme d'Instagram vous aimera d'autant plus



AIMEZ LES PHOTOS DES AUTRES

- Peut vous apporter quelques abonnements
- Choisissez grâce à la recherche un hashtag lié à votre activité pour découvrir les photos de ce hashtag, ensuite il suffit d'aimer certaines photos dans la liste
- Cela montre que vous êtes actif régulièrement, c'est bon pour l'algorithme



Viralité : les nouvelles pratiques

CITEZ D'AUTRES COMPTES POPULAIRES

Il est possible de citer d'autres personnes en utilisant le @ suivi du nom du compte visé.

- Certains relayeront votre photo et vous donneront accès ainsi à leur communauté.
- Vous vous faites connaître
- Certains vous suivront en retour

METTRE LES HASHTAGS EN COMMENTAIRE

Cette technique vous permet non seulement de ne pas laisser vos fans avec 1 000 hashtags mais en plus de faire un post plus joli. L'avantage, c'est que votre photo sera toujours aussi bien référencée même si les tags figurent en commentaire.



Viralité : les nouvelles pratiques

SOYEZ CRÉATIF ET RÉACTIF !

- **Utilisez des touches d'humour dans vos posts**
Que ce soit avec l'image elle-même ou en jouant sur les mots
- **Soyez original pour vous démarquer**



Viralité : les nouvelles pratiques

SOYEZ POSITIF ET RÉACTIF !

- **Mettez en avant vos valeurs essentielles pour toucher votre public**
Partager des valeurs fortes donne un sentiment d'appartenance à une communauté et donc génère de l'émotion
- **Soyez toujours positif et valorisant !**
Suivre votre compte doit être engageant et plaisant pour vos cibles
- **Surveiller les commentaires, y répondre et réengager de la discussion**
Pour communiquer avec sa communauté = humanise votre présence, crée de la viralité
- **Soyez réactif, jouez avec l'actualité...**
Journée de la Belgique, fête des mères, journée nationale ou mondiale de...



Les astuces Instagram

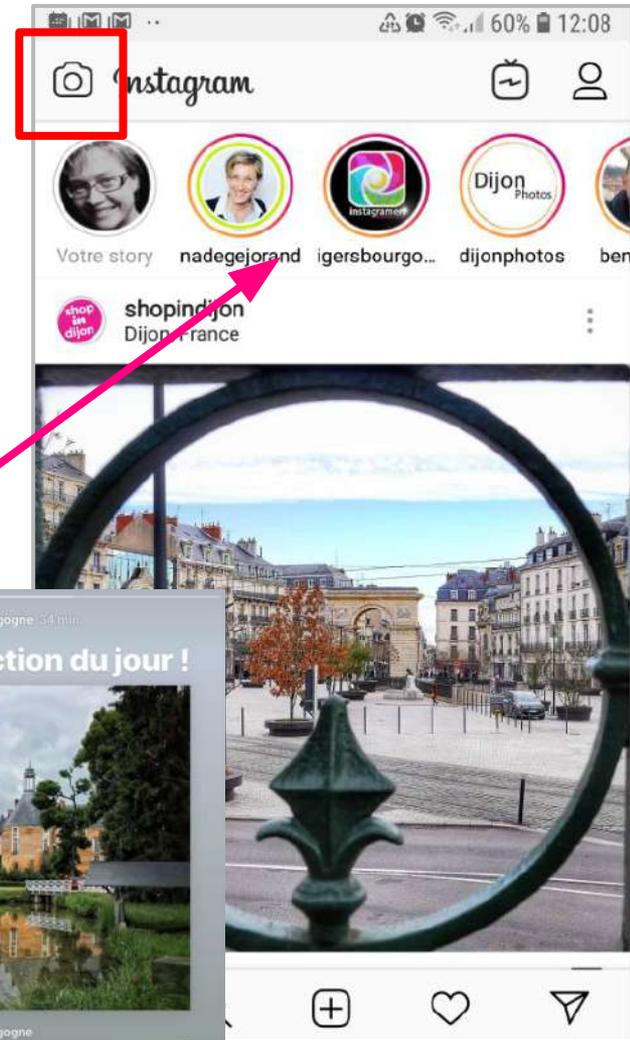
LES STORIES

C'est un service supplémentaire d'Instagram qui permet de créer des visuels éphémères (24h de parution) visibles par les abonnés et qui parlent d'un instant/sujet privilégié.

Elle apparaissent en haut de votre fil d'actualité instagram dans un carrousel de photos de profil de personnes que vous suivez.

En cliquant sur les photos de profils vous pouvez aller voir les stories des comptes auquel vous êtes abonnés.

En cliquant sur l'icône photo en haut à gauche, vous allez sur votre propre menu de compte.



Les astuces Instagram

LES STORIES

Vous arrivez alors sur votre appareil photo avec un carrousel de services défilant en bas de l'écran

Texte - Musique - En direct - Normal - Boomerang - Superzoom - Portrait...
Selon le smartphone, le contenu de ce menu peut varier un peu !



1. Choisir avec ce menu le type de publication que vous souhaitez faire.
2. Amusez vous avec les outils (filtres...).

Astuce :

Quand un de vos abonnés voit votre story, sa photo de profil apparaît en bas à gauche de la story



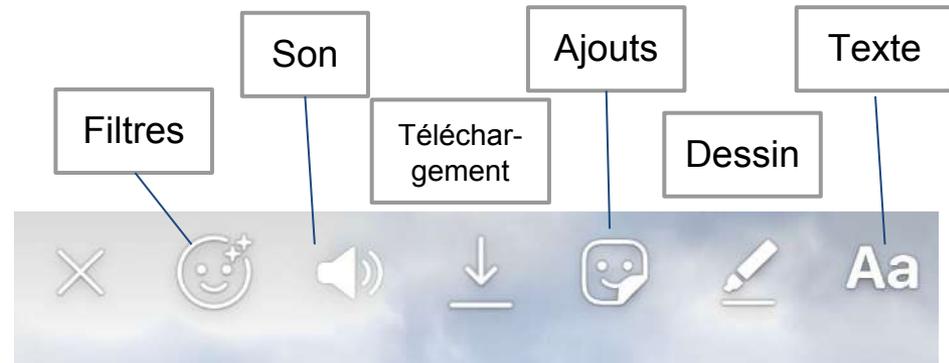
Astuce :

Vous pouvez repartager sur d'autres réseaux via le "Plus"

Les astuces Instagram

LES STORIES

En haut de votre écran vous voyez apparaître des icônes



Mentionner un compte instagram

Hashtag

Situer le lieu et la date de l'action

Insérer une musique de la bibliothèque

Insérer un dessin animé de la bibliothèque

Poser une question avec ou sans réponse



Les ajouts permettent de personnaliser son visuel et d'engager la communauté à interagir avec vous

Les visuels avec météo fonctionnent bien



Les astuces Instagram

JOUEZ AVEC BOOMERANG

C'est une application supplémentaire d'Instagram qui permet de jouer avec plusieurs images successives qui se mettent en boucle pour créer un mouvement dynamique.

Elle est accessible depuis le menu des stories ou depuis la page d'accueil Instagram après avoir appuyé sur le + comme pour poster une photo

Elle se distingue par le sigle infini



1. Cliquez sur le sigle infini (télécharger l'application gratuite [boomerang](#) si vous ne l'avez pas).
2. Quand l'application est ouverte, c'est en appuyant sur le rond blanc que les clichés se font instantanément : attention le sujet doit être en mouvement !

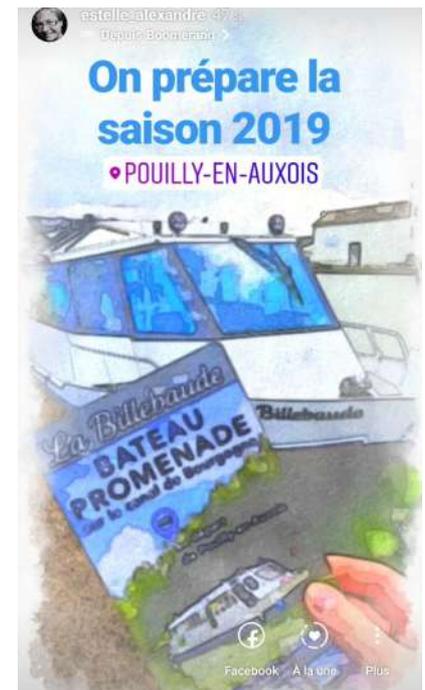
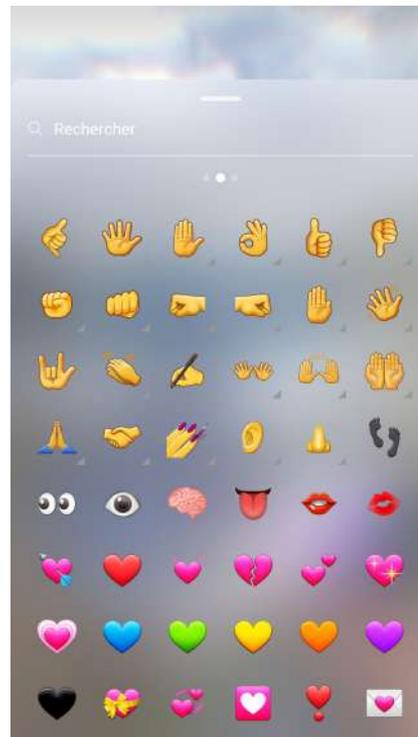


Les astuces Instagram

BOOMERANG EN STORIES

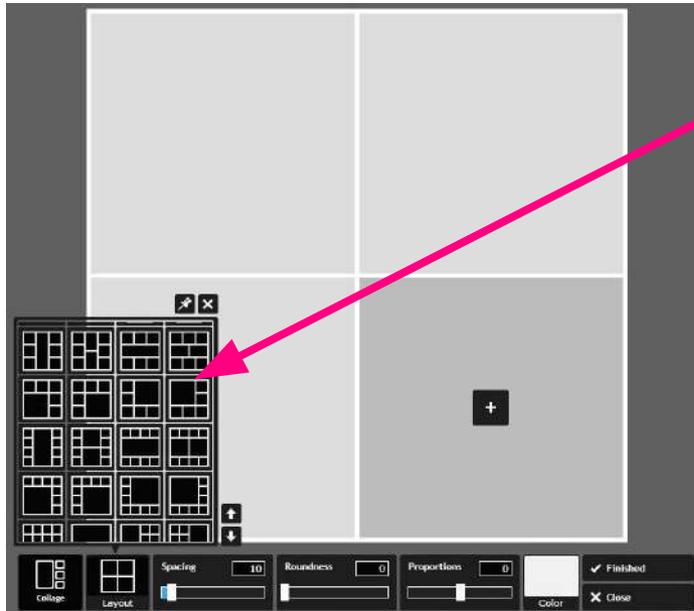
1. Comme pour les stories, vous pouvez aussi choisir des filtres, des emoticones...

Attention : amusez vous sans en abuser !



Les astuces Instagram

Le montage photo avec LAYOUT



Layout me permet de sélectionner la forme du montage photo que je souhaite (+ de 70 possibilités)

Ensuite il nous demande de sélectionner les photos

On peut ensuite jouer sur le positionnement des images (que l'on peut inverser) et les bordures (taille, couleur, forme)



Les astuces Instagram

Le carrousel

Il permet en fait de poster plusieurs photos l'une derrière l'autre que l'instagramer devra faire défiler. Il est plutôt utilisé par les marques pour présenter plusieurs produits. À travers plusieurs images, on peut aussi raconter une histoire...



Et le carrousel ?



Le live

Il permet comme sur Facebook de faire désormais des vidéos en direct à diffuser auprès de ses abonnés...

La diffusion passe par les mêmes fonctionnalités que les stories et les abonnés peuvent interagir pendant la diffusion. Nécessite d'avoir une certaine habitude de filmer pour faire quelque chose de qualité (vidéo courte).

**POUR ALLER
PLUS LOIN**

Pour aller plus loin

IGTV

Nouveauté chez Instagram, cette fonctionnalité permet aux utilisateurs de charger des vidéos verticales pouvant durer de 15 sec. à 10 mn (jusqu'à 1h pour les comptes pro).

Contrairement aux stories, elle ne disparaissent pas dans les 24h.



Ca fonctionne un peu comme une télé

- On voit les différentes chaînes
- On choisit ce qu'on regarde
- On a un affichage plein écran
- On a une fonction "à la demande" pour voir une vidéo en plusieurs fois
- On peut faire une recherche par mot-clé

Pour aller plus loin

IGTV

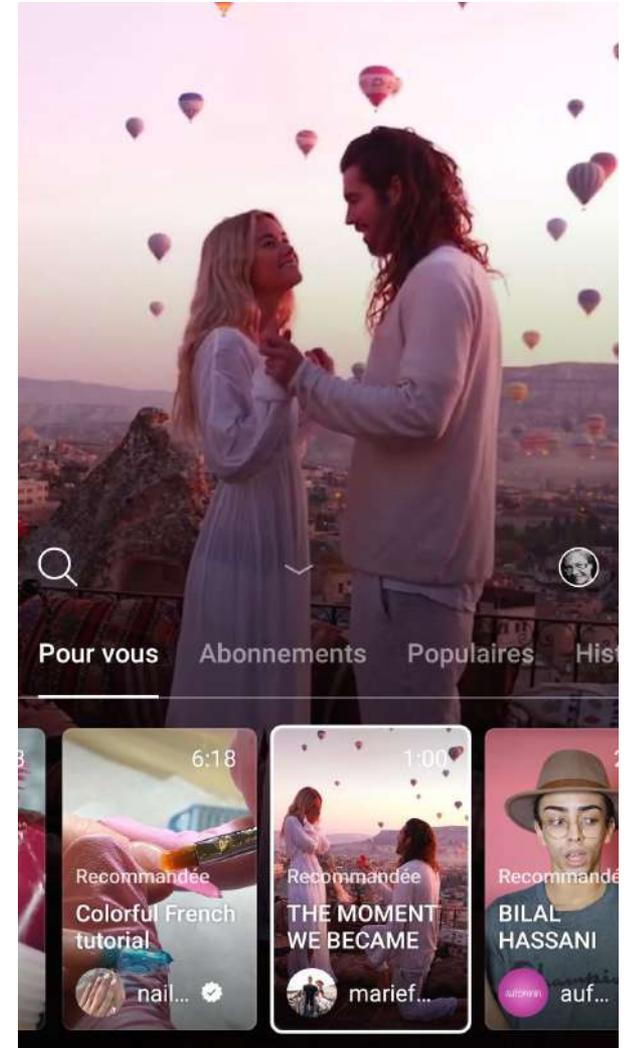
Pour le moment IGTV sert surtout à des influenceurs (car le format est uniquement vertical donc compliqué pour une valorisation touristique).

Peut éventuellement être utile pour présenter un produit, une action de cuisine, un couple ou une mise en place de petit déjeuner...

Par ailleurs, ce format vertical rend difficile le partage sur les autres plateformes (youtube, twitter...) ce qui oblige finalement à un surcroît de travail pour créer ces ig-vidéos...

Créer son compte IGTV :

- Télécharger l'application IGTV depuis [l'Apple Store](#) ou [Google Play](#).
- S'inscrire à IGTV – si vous êtes déjà connecté sur votre compte Instagram, la plateforme utilisera automatiquement votre profil.
- Cliquez sur l'icône « Paramètres » en haut à droite et cliquez sur « Créer une chaîne ».
- Voilà ! C'est fait, vous avez votre compte.



Pour aller plus loin

Faire des repost / regram

S'il y a bien quelque chose que les marques ont compris sur les réseaux sociaux, c'est l'importance du partage de contenu avec les internautes.

Contrairement au Retweet de Twitter ou au partage Facebook que se font en un clic, le Repost d'Instagram implique quelques tours de passe-passe pour partager le contenu de quelqu'un d'autre.

Solution N° 1 : partager manuellement une photo

Faire une capture d'écran de la photo et la re-publier (en la recadrant et surtout en ayant l'**autorisation de l'auteur** ; puis en **indiquant source et crédit photo d'origine**).

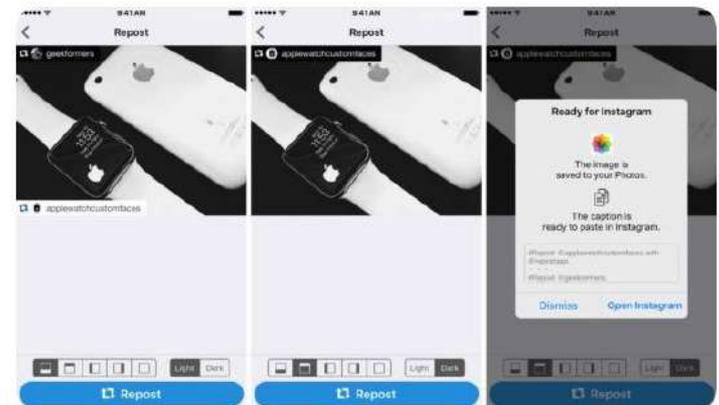
Solution N° 2 : utiliser une application tierce

Repost for Instagram, disponible gratuitement [sur Android et iOS](#).

Le petit plus de cette application, c'est qu'elle permet de partager n'importe quel contenu (aussi bien photo que vidéo) sans déperdition de qualité.

Pour procéder à un partage : copier-coller l'url de l'image qui vous plaît (en appuyant sur les trois petits points en haut à droite), puis ouvrir l'application. Vous verrez le contenu que vous venez de copier-coller ; vous n'avez plus qu'à choisir la localisation et la couleur du logo de l'application qui apparaîtra sur le post.

N'oubliez pas d'ajouter la source et le crédit photo, et le tour est joué !



Source [BDM](#)

Pour aller plus loin

Faire des vidéos time-lapse = effet accéléré

Il existe également une autre application appelée **Hyperlapse** ([iOS uniquement](#)), qui vous permet de créer des vidéos de type time-lapse (**effet accéléré**).

Après avoir tourné une vidéo (jusqu'à 45 minutes), vous pouvez ensuite régler la vitesse de lecture, la ralentir ou l'accélérer.

Comme pour les autres applications, la vidéo est enregistrée et peut être partagée avec Instagram ou Facebook.



Source [BDM](#)

Pour aller plus loin

Envoyer des messages privés en direct (Direct Message)

Instagram dispose d'une fonction de messagerie qui vous permet d'envoyer des notes, des photos ou des vidéos qui ne sont pas destinées à un affichage public.

Sur la page d'accueil Instagram, il y a une icône qui ressemble à un "origami".



Si vous cliquez dessus, vous accédez directement à votre boîte de réception où vous trouverez tous vos messages privés avec vos contacts Instagram. Pour composer un nouveau message, appuyez sur *l'icône de croix en haut* à droite du *menu Direct*, choisissez *"Envoyer une photo"* ou *"une vidéo"* ou *"un message d'envoi"*.

Le premier vous permet de choisir du contenu de votre bibliothèque, tandis que le dernier vous permet de *"chatter"* avec un autre Instagrammer.

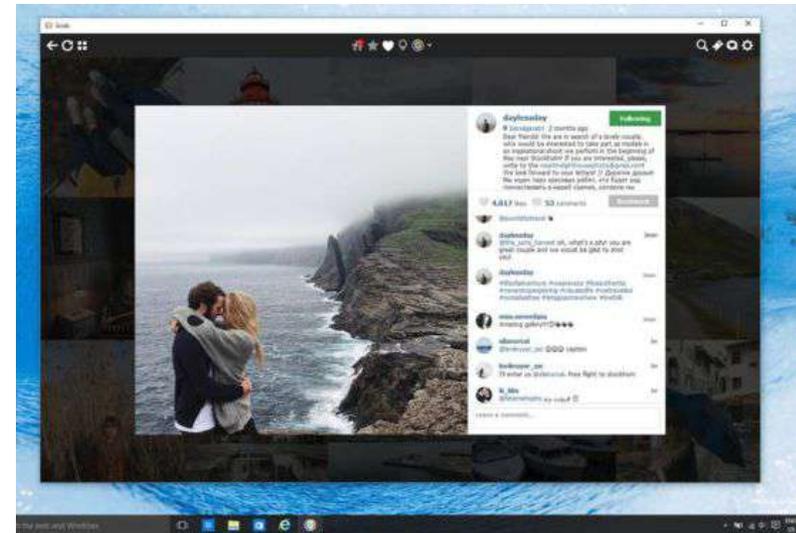
Pour aller plus loin

Instagram depuis un ordinateur

Pour accéder à votre compte Instagram sur le Web, vous pouvez aller sur : [Instagram.com](https://www.instagram.com) et vous connecter avec votre identifiant et mot de passe Instagram. Par le passé, Instagram a fait de l'application mobile la méthode préférée, et le site Web en tant que plateforme unique.

Publier des photos depuis votre ordinateur

Jusqu'à présent, vous ne pouviez publier que des photos via votre smartphone. Mais depuis quelques mois, Windows 10 propose une [application Instagram](#) permettant d'envoyer des photos en direct messages. Pour poster des photos depuis votre Mac ou votre PC, vous pouvez également télécharger une application tierce comme **MyPushUp** ou **Flume**.



Source [BDM](#)

Pour aller plus loin

Gérer plusieurs comptes Instagram

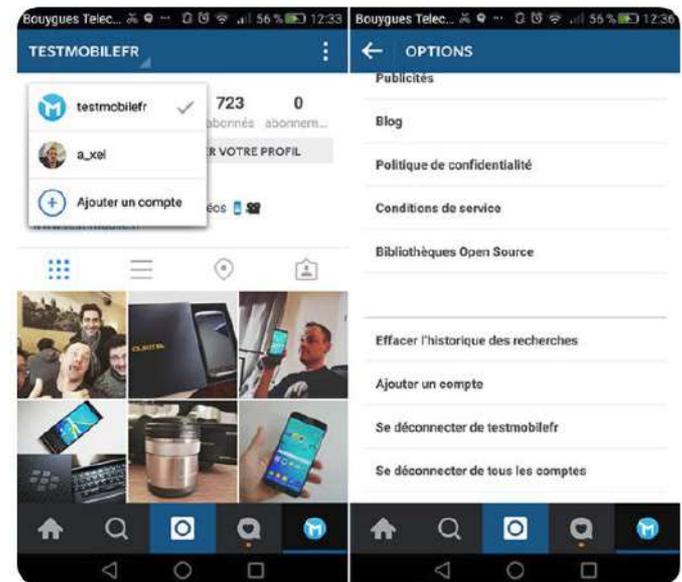
Depuis février 2016, vous pouvez gérer jusqu'à cinq comptes à la fois.

Pour ajouter un compte supplémentaire, accédez simplement à la page de configuration de votre profil et appuyez sur l'icône de **l'engrenage** ou les « ... » dans le coin supérieur droit de l'écran.

Faites défiler vers le bas et sélectionnez l'option « **Ajouter un compte** » et créez un nom d'utilisateur et un mot de passe pour celui-ci.

Pour basculer entre vos comptes Instagram, **accédez à votre page de profil**, sélectionnez votre nom d'utilisateur et choisissez le compte dans lequel vous souhaitez passer du menu déroulant.

La photo de profil reflétera alors le compte actif et vous rappellera quel compte est actuellement connecté.



Source [BDM](#)

Merci de votre attention

team

AUXOIS