



INSTAGRAM, USAGES ET CIBLES

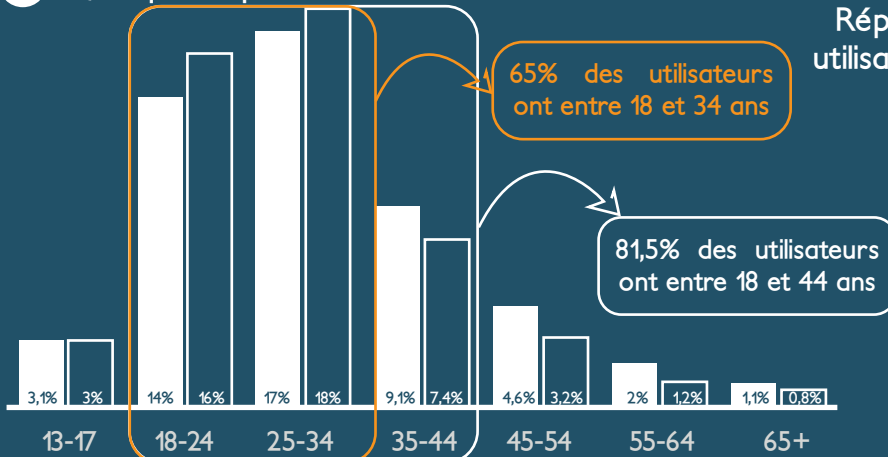
Instagram est considéré comme LE réseau social du tourisme. Son fonctionnement basé sur la production de contenus qualitatifs (photos et vidéos) le rend incontournable. Il compte plus d'un milliard d'utilisateurs actifs, il touche donc un panel de clients qui vous correspond forcément.

1 Quelques repères

source Statistica 2020 et digimind

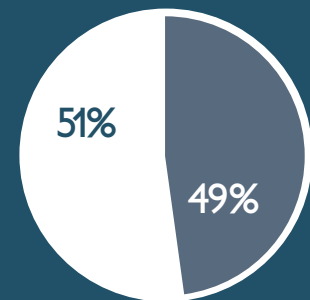
Répartition par Age & Genre des utilisateurs Instagram dans le monde

● Femme ● Homme



65% des utilisateurs ont entre 18 et 34 ans

81,5% des utilisateurs ont entre 18 et 44 ans



2 Pourquoi utiliser Instagram ?

Les avantages d'Instagram

- Avec son Milliard d'utilisateurs, Instagram est le réseau social préféré des 15-25 ans (Diplomeo)
- Le réseau social du beau et de la photo
- Une communauté particulièrement bienveillante
- Le taux d'engagement le plus élevé des réseaux sociaux, un développement de votre image accéléré (wikipédia)
- Votre image de marque rajeunie
- La possibilité de travailler facilement avec des influenceurs
- Vos abonnés créeront s'ils le peuvent du contenu sur vous

Quel usage pour votre business ?

- Informez vos clients & prospects sur vos offres
- Montrez vos plats, vos chambres, vos produits
- Travaillez avec des hashtags pour toucher vos clients
- Présentez votre équipe
- Montrez les «dessous» de votre activité
- Animer vos clients avec vos stories (cf. stories)
- Repostez des contenus faits par d'autres

3 Vos cibles marketing sur Instagram

90% de réflexion 10% d'action !

La parité Femme / Homme et la couverture d'âge va vous permettre de toucher un grand nombre de clients potentiels.

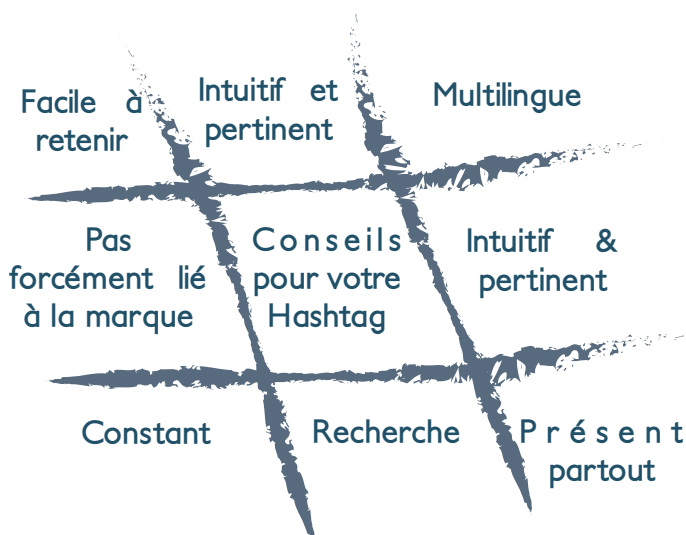
Le fonctionnement par hashtag d'Instagram permet de toucher vos clients potentiels avec une segmentation précise. Allez chercher des centres d'intérêts ou des valeurs qui vous caractérisent et vous animent.

Recherchez les # relatifs à vos avantages concurrentiels :

Soignez votre galerie pour être séduisant dès les premières secondes, vous avez du contenu intéressant mais moins esthétique ? Optez pour la storie ! c'est la fonctionnalité phare d'instagram en 2020 !

 cf. fiche Stories pour les réseaux sociaux

4 Le Hashtag



Bien choisir son #hashtag

- Privilégiez tous les mots-clés de votre contenu
- Trouvez les expressions tendances
- Évitez les caractères spéciaux, tels que les accents, les tirets, les singuliers et pluriels
- Repérez qui sont les grands influenceurs de votre secteur d'activité
- Pour les expressions, n'utilisez pas d'espace entre les mots, mettez en capitales la 1ère lettre de chaque mot #SoGood
- Vérifiez si le hashtag choisi est déjà utilisé ...

- Utilisez tous les formats proposés : vidéo, photo verticale, photo horizontale, photo carrée, carrousel.

- Sélectionnez des contenus visuellement de qualité : image nette, colorimétrie naturelle (les filtres sont de moins en moins utilisés), cadrage.

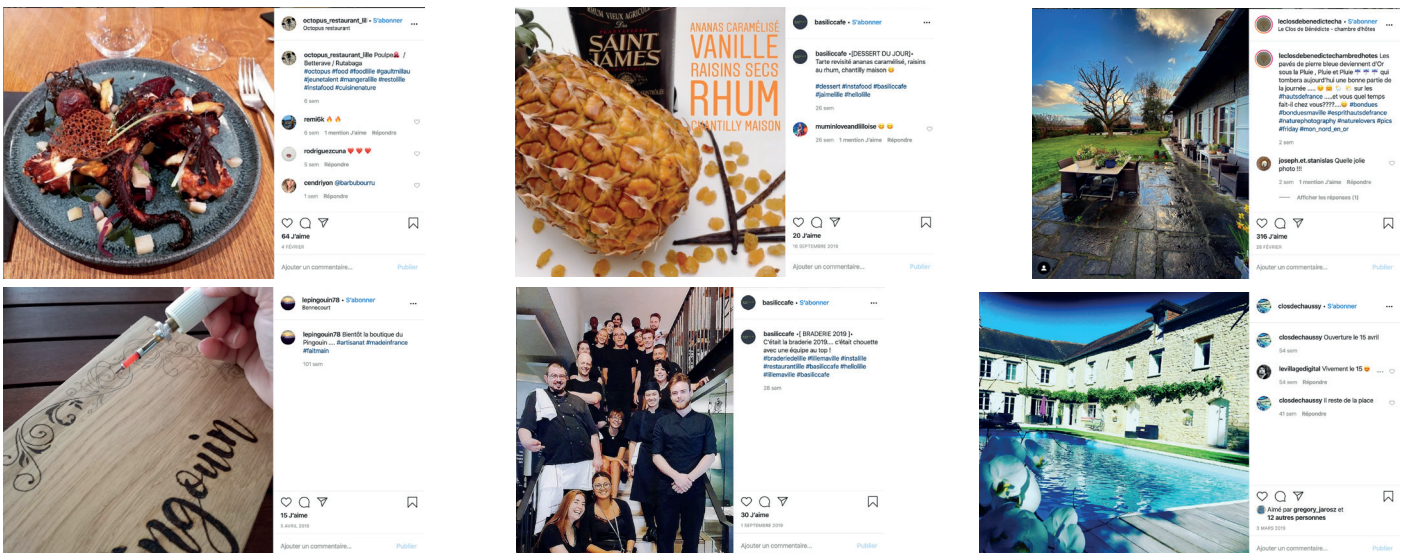
ToDo List



- Géolocalisez (permet une plus grande visibilité sur le flux de la destination) et taguer les publications.

- Limitez le nombre de hashtags par publication en sélectionnant ceux qui correspondent à la destination et au contenu.

- Assurez une modération quotidienne des commentaires.



Repost d'une publication réalisée par un abonné

Il est très intéressant de pouvoir reposter des parutions faites, vos abonnés sont vos meilleurs ambassadeurs. Demandez leur de poster des photos avec votre hashtag, suivez les, ils créeront du contenu à votre place.

Il faut demander l'autorisation de l'auteur de la publication avant d'effectuer votre repost (par message privé ou sous sa publication) et le mentionner dans le commentaire l'accompagnant ou en l'identifiant directement sur votre publication.

Comment faire un repost ?

- Faites un Imprim écran avec votre smartphone
- Utilisez une application (recherchez Repost instagram)

