



INSTAGRAM

Comment débiter efficacement



Faisons les Présentations

Votre Animateur



CHRISTOPHE

Chargé de communication
Animateur réseaux sociaux
Agent Accueil

À vous !!

Qui êtes-vous ?
Que faites-vous ?



Programme



- Qu'est -ce qu'Instagram ?
- Fonctionnement d'Instagram
- A vous de jouer !

Instagram ?



- ° Réseau **100% visuel**
- ° Basé sur photos et vidéos
- ° Né en 2010 et appartient au groupe META (Facebook, WhatsApp)
- ° 2^{ème} application la plus téléchargée au monde derrière TikTok

Instagram ?



- ° Importance de la qualité des photos et vidéos : format, couleur, poids...
- ° Différents formats de posts : publication simple, reel, story...
- ° Réseau qualitatif de part son exigence d'esthétisme.

Quelques chiffres

- ° 2 milliards d'utilisateurs mensuels dans le monde (23,7 millions en France).
- ° 2^{ème} application la plus téléchargée au monde derrière TikTok.
- ° Le temps moyen d'une visite est de 8 min 11.
- ° 3^{ème} application en termes d'utilisateurs mensuels actifs , derrière Facebook et Youtube .
- ° Contenu favori Instagram : “Food” et “Voyages”.

Explications rapides des Algorithmes

Instagram : comment fonctionne l'algorithme du fil d'actualité ?

En 2025, l'algorithme du fil privilégie les publications selon leur pertinence et les interactions récentes.

Les contenus des amis apparaissent en premier, suivis de ceux des créateurs et marques fréquemment consultés. Et parce qu'ils génèrent plus d'engagement, les légendes détaillées et les médias de haute qualité sont valorisés.

Conseil pour le fil d'actualité : stimulez l'engagement en posant des questions ou en invitant aux commentaires. Rédigez des légendes accrocheuses qui correspondent aux centres d'intérêt de votre audience et incluez des mots-clés pertinents.

Explications rapides des Algorithmes

Instagram : comment fonctionne l'algorithme des Stories ?

Les Stories sont classées selon leur fraîcheur et leur engagement.

Les comptes avec lesquels vous interagissez régulièrement apparaissent en premier, suivis des marques ou influenceurs que vous suivez. Les nouvelles fonctionnalités comme les sondages, questions et liens cliquables contribuent significativement à la visibilité des Stories.

Conseil pour les Stories : misez sur la régularité. Publiez fréquemment et utilisez les autocollants interactifs (inciter à interagir) pour encourager l'engagement et fidéliser votre audience.

Explications rapides des Algorithmes

Instagram : comment fonctionne l'algorithme des Reels ?

Face à l'engouement pour les vidéos courtes, les Reels sont prioritaires. L'algorithme met en avant les Reels qui correspondent aux intérêts et tendances des utilisateurs. En 2025, il récompense particulièrement l'engagement et l'originalité, favorisant les contenus uniques, divertissants ou éducatifs.

Conseil pour les Stories : créez des vidéos de qualité qui suivent les tendances. L'utilisation de musiques ou hashtags populaires peut augmenter votre visibilité.

Les Types de compte

3 Types de comptes disponibles sur Instagram :

- ° **Profil Personnel** : Accessible à tous mais visible uniquement par les abonnés .
- ° **Profil Professionnel** : Réservés aux entreprises ou aux personnes ayant une page professionnelle Facebook.
- ° **Profil Creator** : Dédiés aux créateurs de contenus .

Seul les profils professionnels créateurs ont accès aux statistiques

Les types de publications

° Le FIL ou FEED : Filed'actualité , elle s'affiche à l'ouverture de l'application .

RATIOS ACCEPTÉS : DIMENSIONS RECOMMANDÉES :

Carré : 1:1.

Carré : 1080 x 1080 pixels.

Paysage : 1,91:1.

Paysage : 1080 x 566 pixels.

Portrait : 4:5.

Portrait : 1080 x 1350 pixels.

Formats supportés : JPEG, PNG pour les images ;
MP4, MOV pour les vidéos .

FIL ou FEED



Les types de publications

° La **STORY / STORIE** : Photo ou vidéo très engageante
Durée de vie de 24h.

Ratio : 9:16.

Dimensions recommandées : 1080 x 1920 pixels.

Durée maximale : 15 secondes par segment.

Pourquoi choisir la Story :

Facile d'accès (bulles en haut de l'écran)

Haute portée organique (diffusion gratuite).

Favorise les interactions grâce aux stickers (questions, sondages, GIFs).

STORY



Les types de publications

° Le REEL : vidéo courte et engageante

Ratio : 9:16.

Dimensions recommandées : 1080 x 1920 pixels.

Durée : jusqu'à 90 secondes.

Formats supportés : MP4, MOV.

Pourquoi choisir le Reel :

Excellent pour accroître la portée organique.

Idéal pour les démonstrations produit, les tutos...

REEL



Les types de publications

° Le **CARROUSEL** : permet de publier plusieurs images ou vidéos dans un seul post.

Nombre maximum d'éléments : 10.

Dimensions recommandées : 1080 x 1080 pixels.

Pourquoi choisir le Carrousel :

Idéal pour les tutoriels, les étapes de produits ou les séries d'images.

CARROUSEL



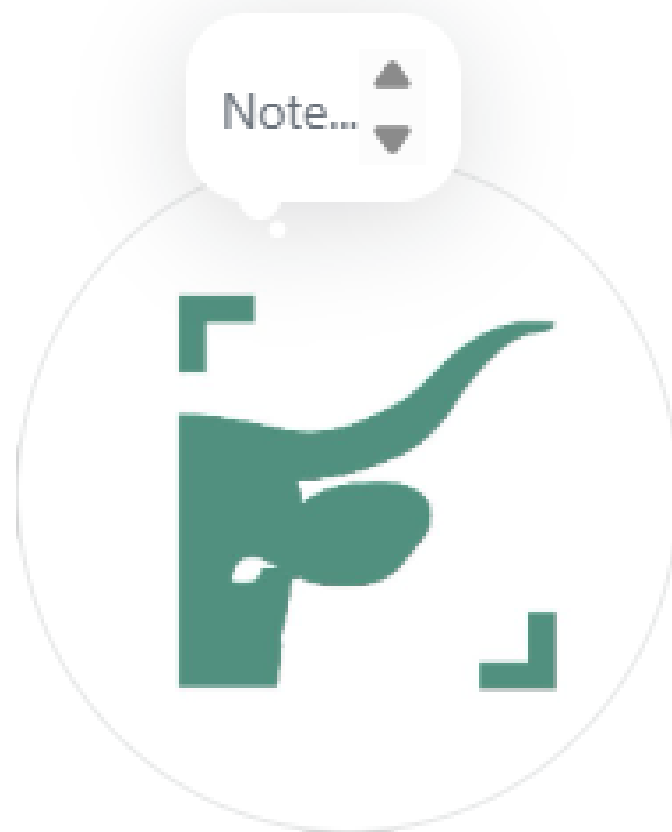
La photo de PROFIL

Première impression que les utilisateurs ont de votre compte .

Dimensions : 320 x 320 pixels (affichée en cercle).

Format : JPEG, PNG.

Conseil : Utilisez une image simple avec un bon contraste pour assurer une visibilité optimale.



tourismepayssalers ⚙️

Office Tourisme Pays Salers

548 publications **2 900** followers **713** suivi(e)s

Service local

Office de Tourisme du Pays de Salers. Dépaysez-vous à chaque regard !

#paysdesalers

#comeinpaysdesalers

#salerstourisme

place Tyssandier d'Escous, Salers 15140

www.salers-tourisme.fr

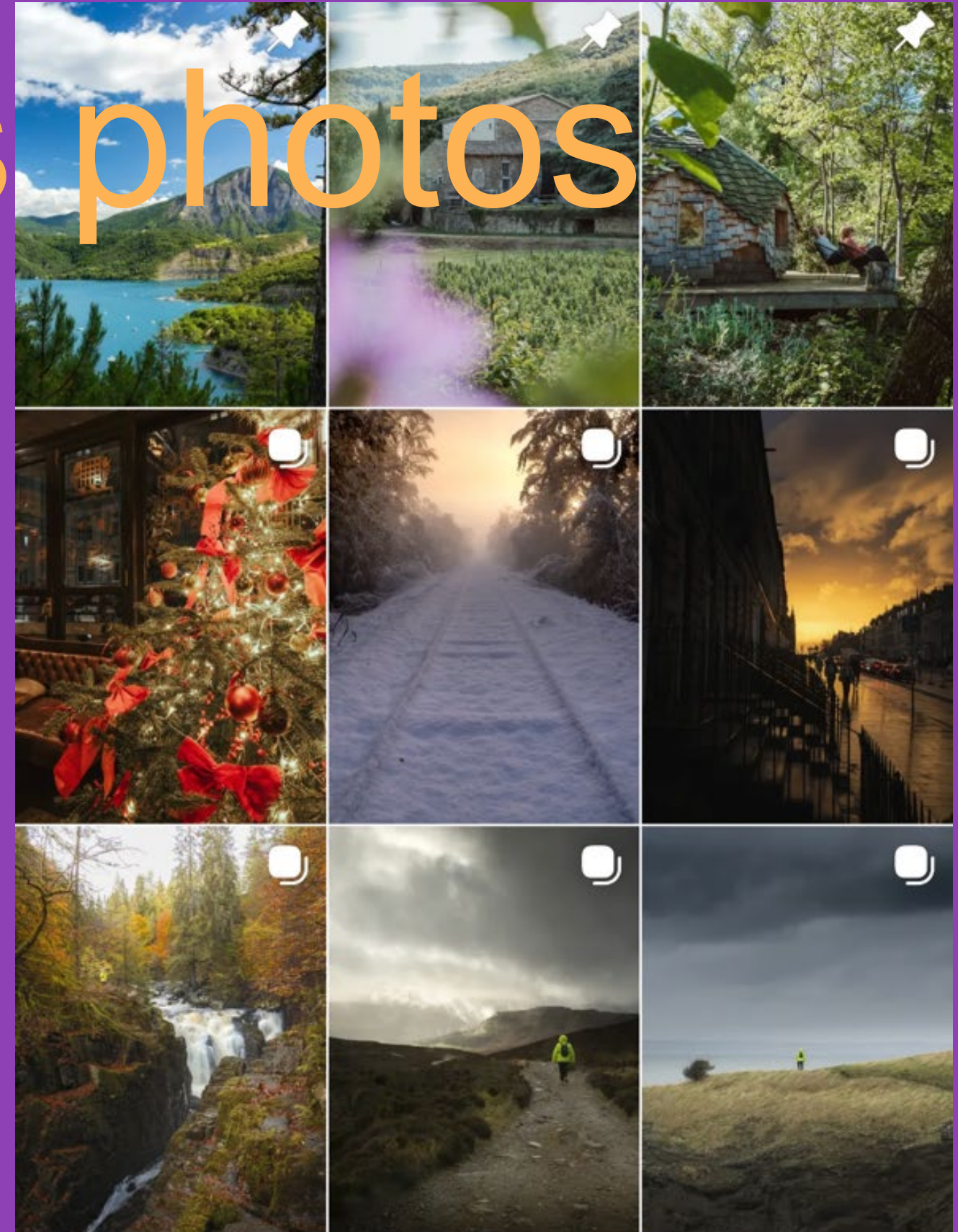
Modifier le profil

Voir l'archive

Conseils pour bien démarrer

L'esthétisme des photos

- ° Soigner son compte et ses photos.
- ° Quand le visiteur vient sur votre page, il voit un tableau.
Donc gardez une certaine cohérence visuelle en ayant toujours le même style.
- ° Ne pas changer le filtre sur chaque photo.



Conseils pour bien démarrer

Le bon moment

- ° Pour fidéliser vos “abonnés”,
postez toujours le même jour et à la même heure ,
- ° Mercredi = jour où il y a le plus d'activité sur Instagram par ex.
- ° Postez UNE SEULE photo ou vidéo par jour de post. Ne pas multiplier les posts le même jour, votre abonné se sentirait “innondé”...



©OFFICE_TOURISME_PAYS_SALERS

Conseils pour bien démarrer

Les hashtags

Mots clés précédés d'un #. Possibilité de faire une recherche que sur les #

° Bien les choisir MAIS ne pas en abuser (5 à 6 maximum).

° Exemples de hashtags les plus utilisés utiles pour vous :

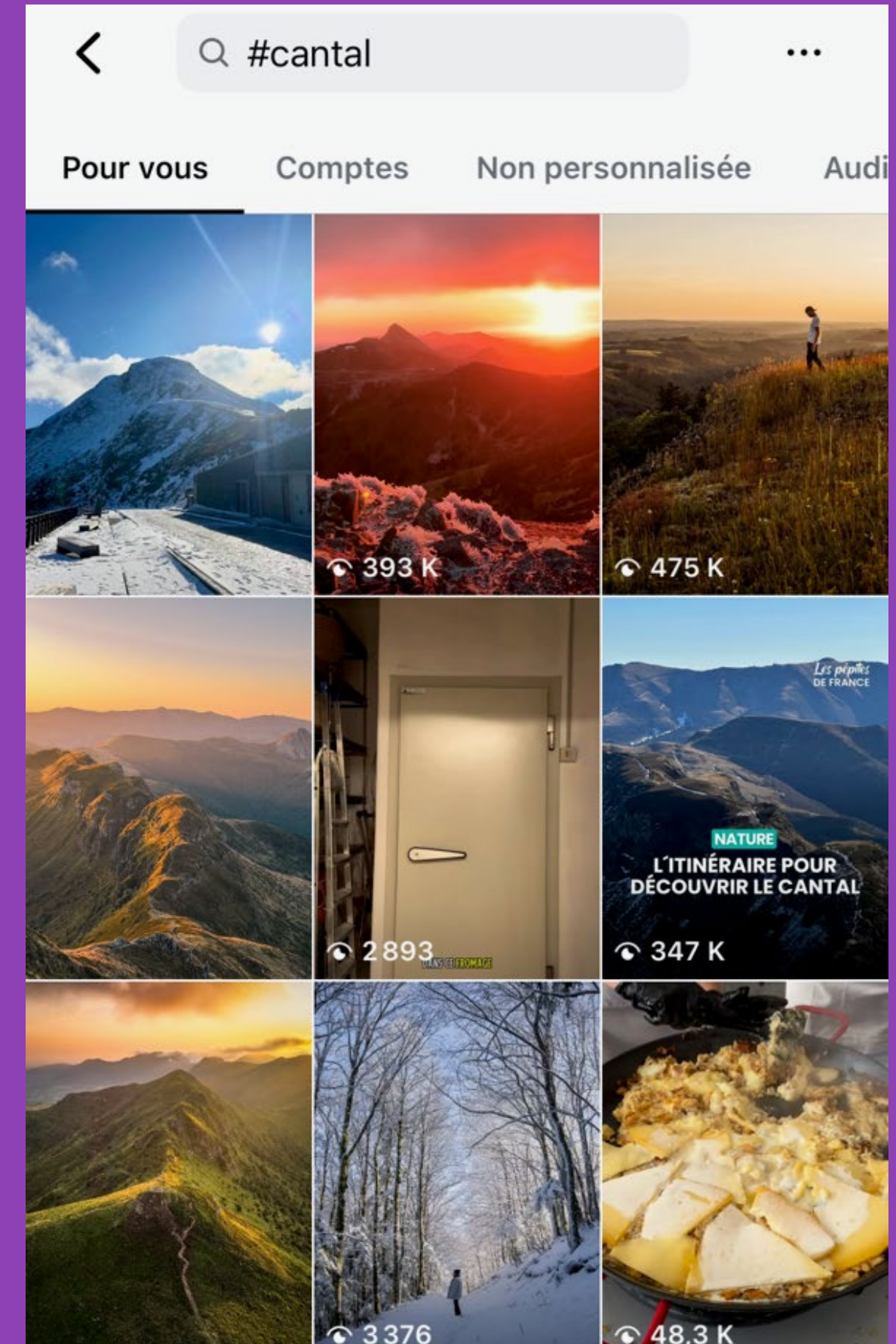
#paysdesalers (+1 000 publications)

#salerstourisme (+500)

#salers (57 000)

#cantal (380 000)

#auvergnetourisme (381 000)



Conseils pour bien démarrer

Suivre d'autres comptes

- ° Bien choisir les comptes à suivre et à interagir .
- ° Choisissez vos abonnements en fonction de votre thème , permet de faire le tri et de ne pas recevoir des posts inadaptés à votre activité . Exemple : avec les autres partenaires de l'Office de Tourisme et avec l'Office de Tourisme (ou plusieurs si plusieurs partenariats),
- ° Quand vous suivez quelqu'un il ira voir ce que vous faites .
- ° Avant de suivre quelqu'un , postez quelques photos afin que votre page soit “un peu” alimentée .
- ° Important d'avoir de l'interaction avec les autres comptes : commentaires , like, répondre aux personnes qui interagissent sur votre page.

Conseils pour bien démarrer

Exemples de comptes à suivre

INSTITUTIONS :

@tourismepayssalers (2 900 abonnés)

@cantalauvergne (20 000 abonnés)

@auvergnetourisme (100 000 abonnés)

@grandsitepuymary (14 600 abonnés)

à vous d'aller fouiller !

INFLUENCEURS AUVERGNATS :

@igerscantal (7 500 abonnés)

@hugomanhes (14 000 abonnés)

@marjo_ri (4 000 abonnés)

@energie.vagabonde (21 000 abonnés)

@leomedias (5 500 abonnés)

Conseils pour bien démarrer

L'interaction



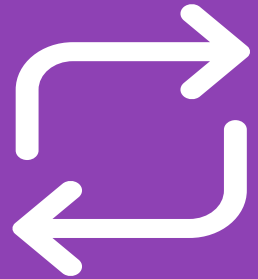
- ° Aimer, commenter, enregistrer et partager les photos des autres utilisateurs .
- ° Aimer (ou Liker) est la meilleure façon d'attirer des gens vers votre compte . Pour faire cela = 2 taps rapides sur la photo et c'est fait !
- ° Aimer, commenter et liker plusieurs photos d'un même compte pour attirer l'attention .
- ° Cela fonctionne mieux sur les petits comptes , les gros comptes ne passent pas souvent voir les "petits"... Mais vous pouvez tenter de temps en temps.



Aimer - Liker



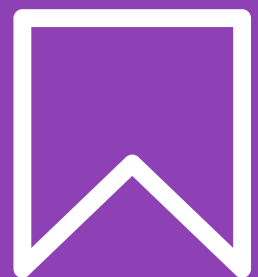
Commenter



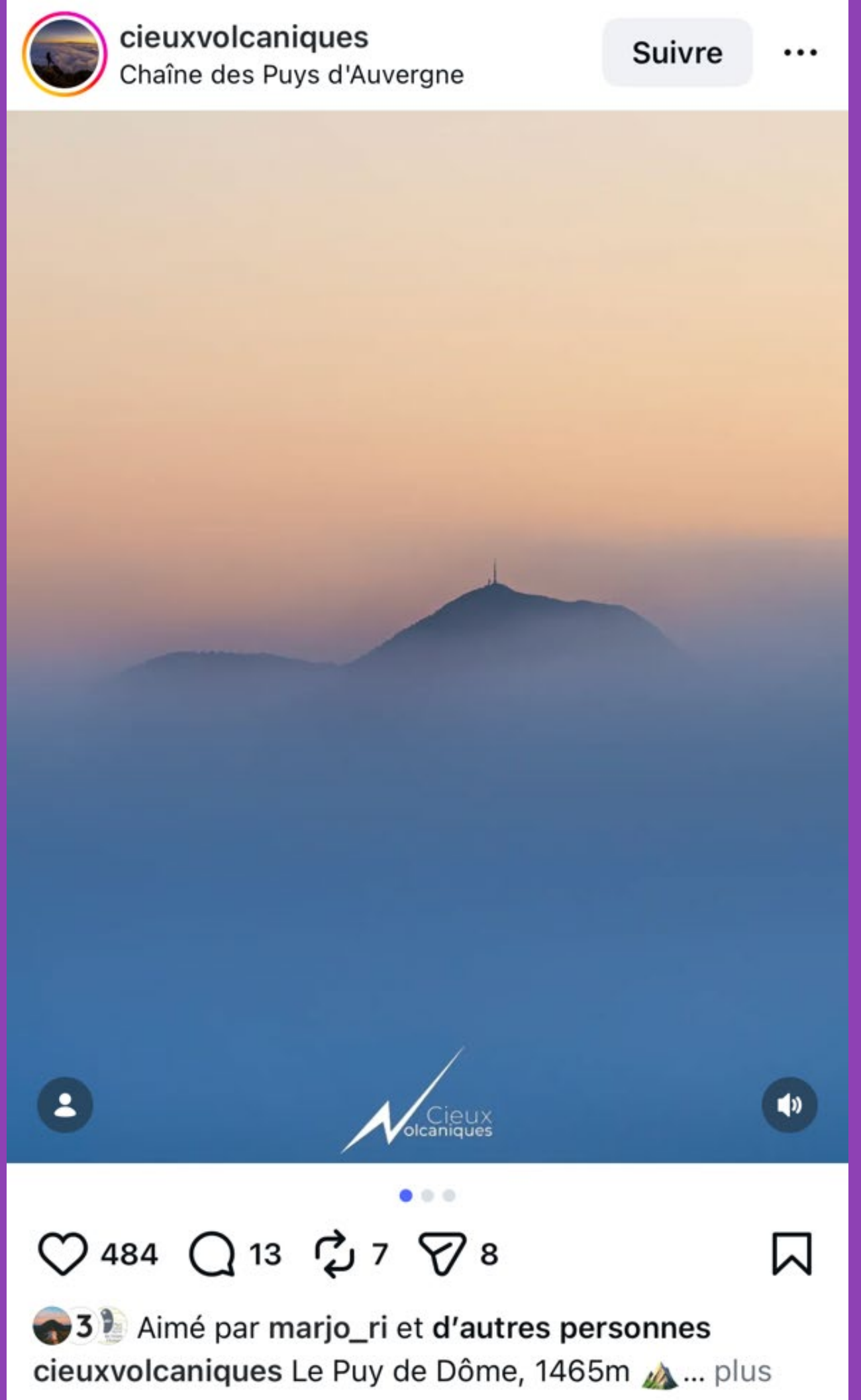
Republier



Partager (dans sa story, sur Facebook, WhatsApp, Mail ou Story)

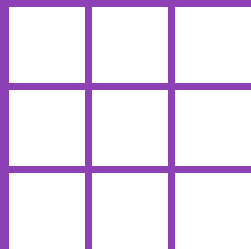


Enregistrer



Conseils pour bien démarrer

Connaître son Tableau



Ses Photos postées



Ses Vidéos et Reels



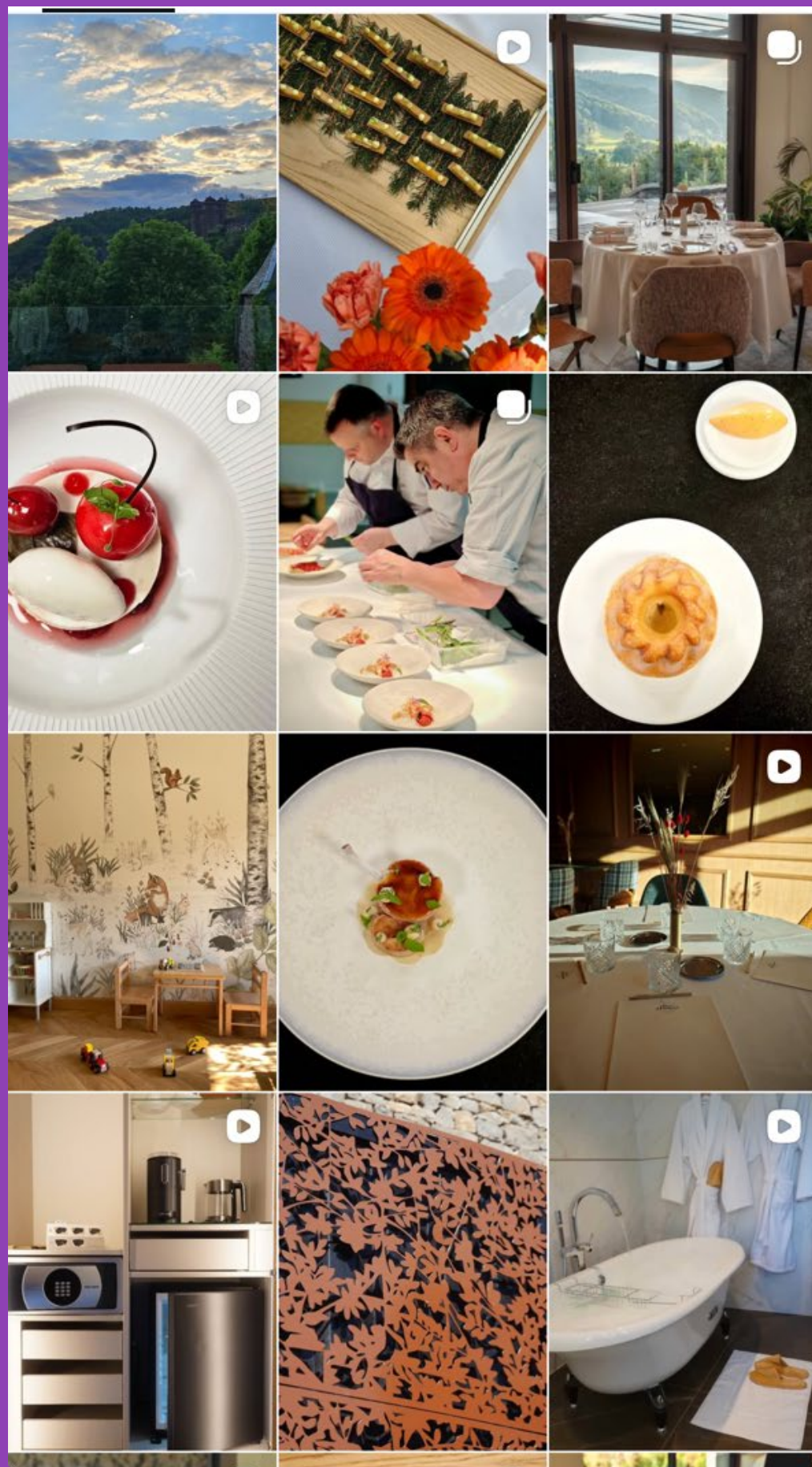
Contenu que vous avez Republié



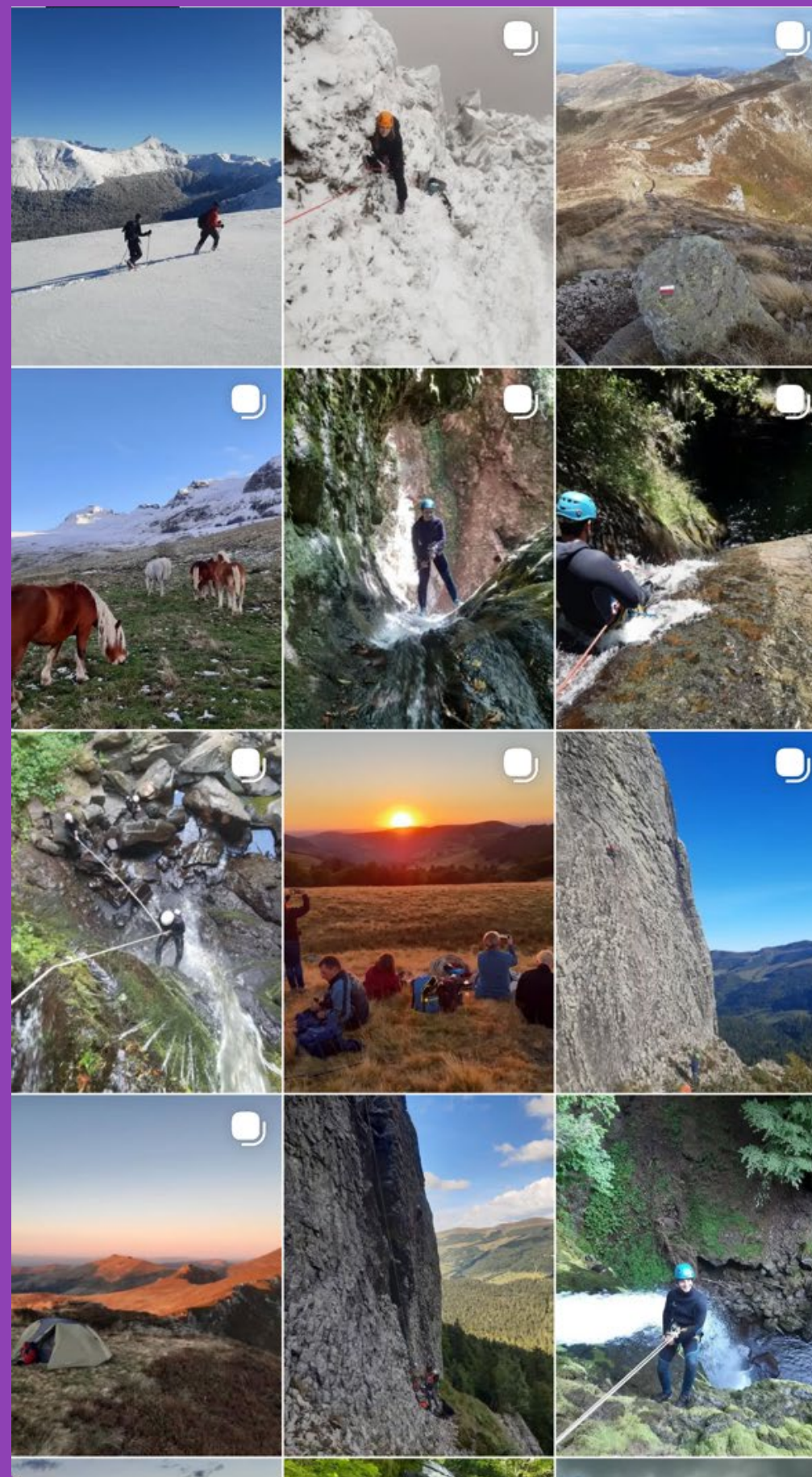
Post sur lequel quelqu'un vous a tagué
= a cité votre page.



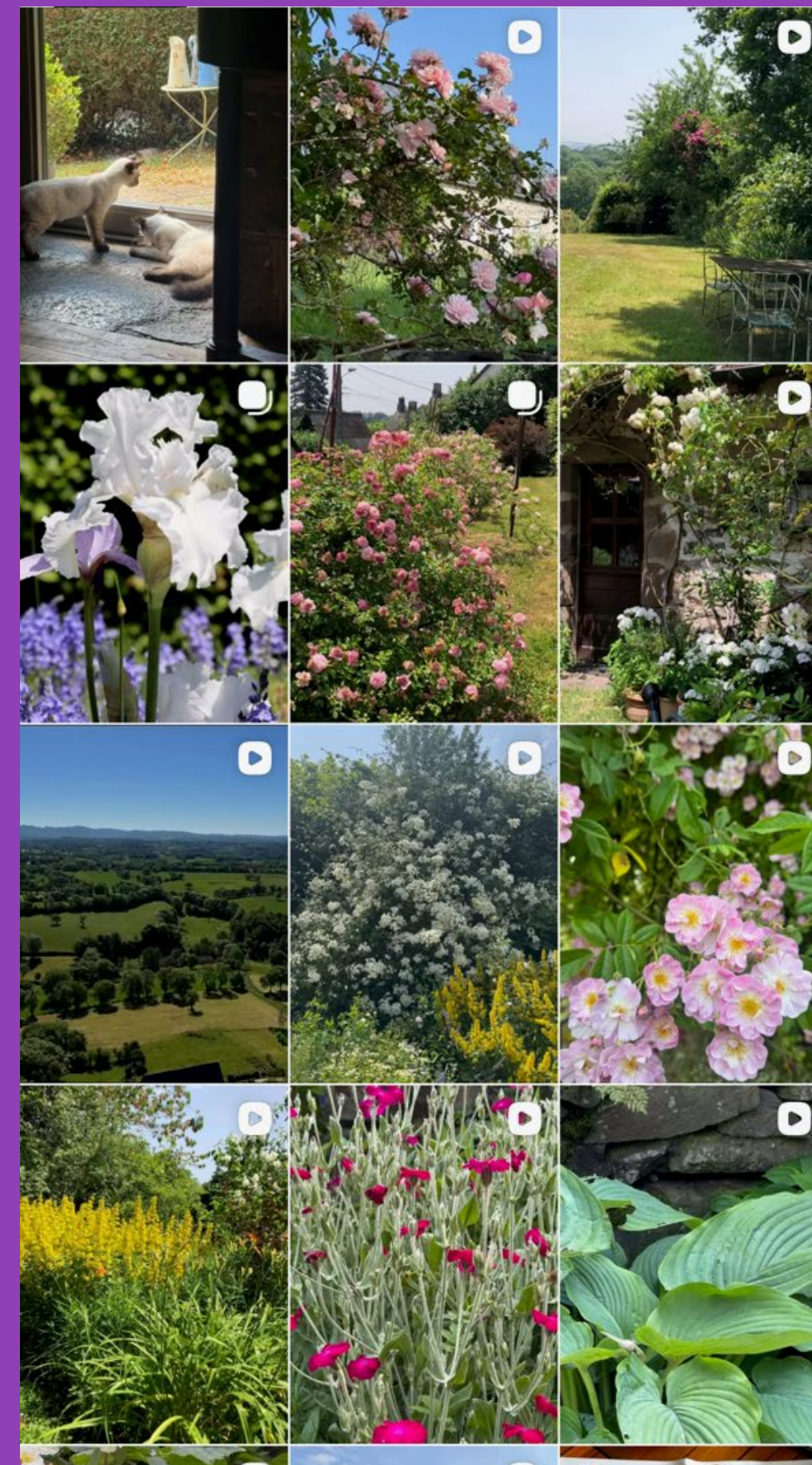
Quelques exemples de page Inspiration...



@laboriedhelipse.cantal



@terrissevincent



@lafournio

Passons à la prat

Création de votre compte

Les infos clés à ajouter

° Une photo de Profil :
Logo ou photo. Si
possible le même que
pour vos autres réseaux
sociaux

° Une biographie : descriptif
court de votre activité.
Concis et attractif



° Le lien vers votre site internet.
Si vous n'en avez pas, le lien
vers votre page sur notre site
internet peut suffire.

En pratique

Poster une Photo

1. Cliquez sur le +

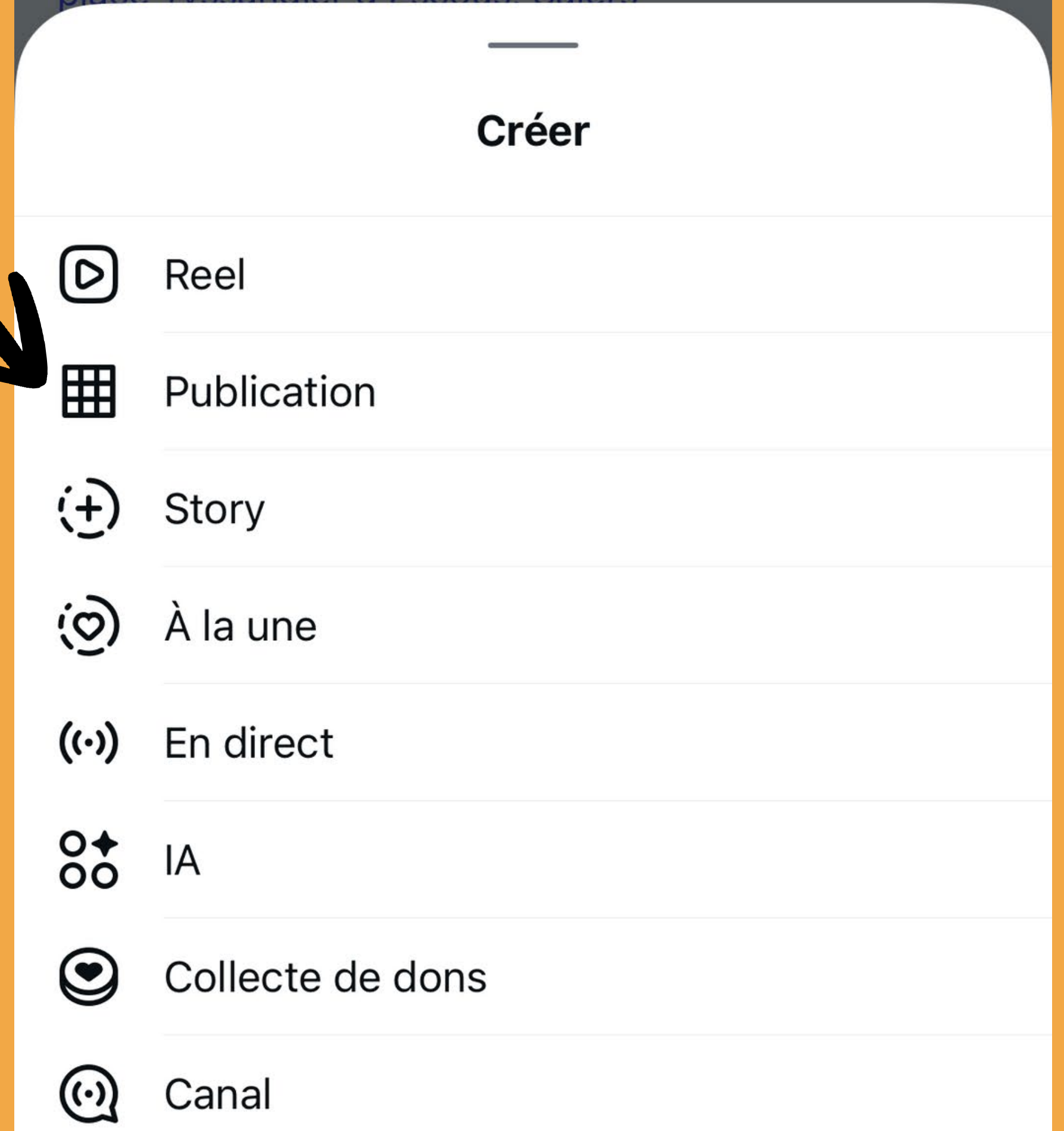
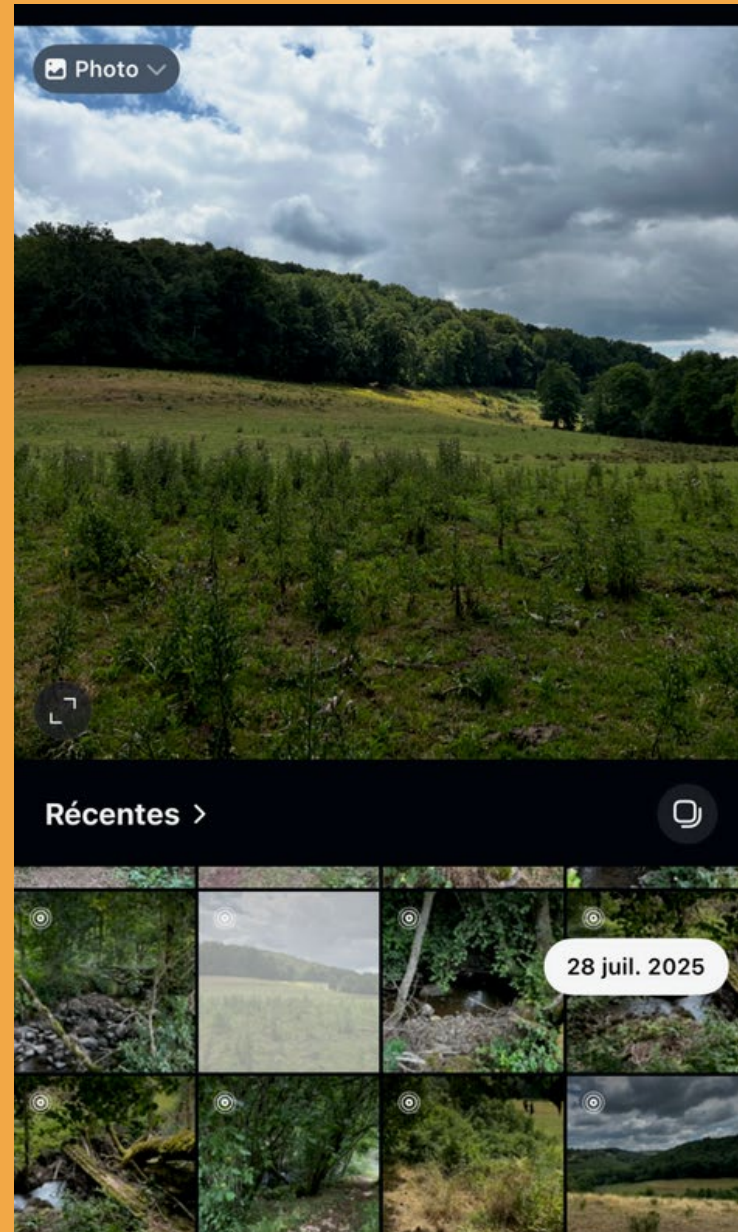


1. Cliquez sur Publication

2. Choisissez une photo sur votre téléphone

Ou

Taper sur l'icône de l'appareil photo pour prendre une photo directement .



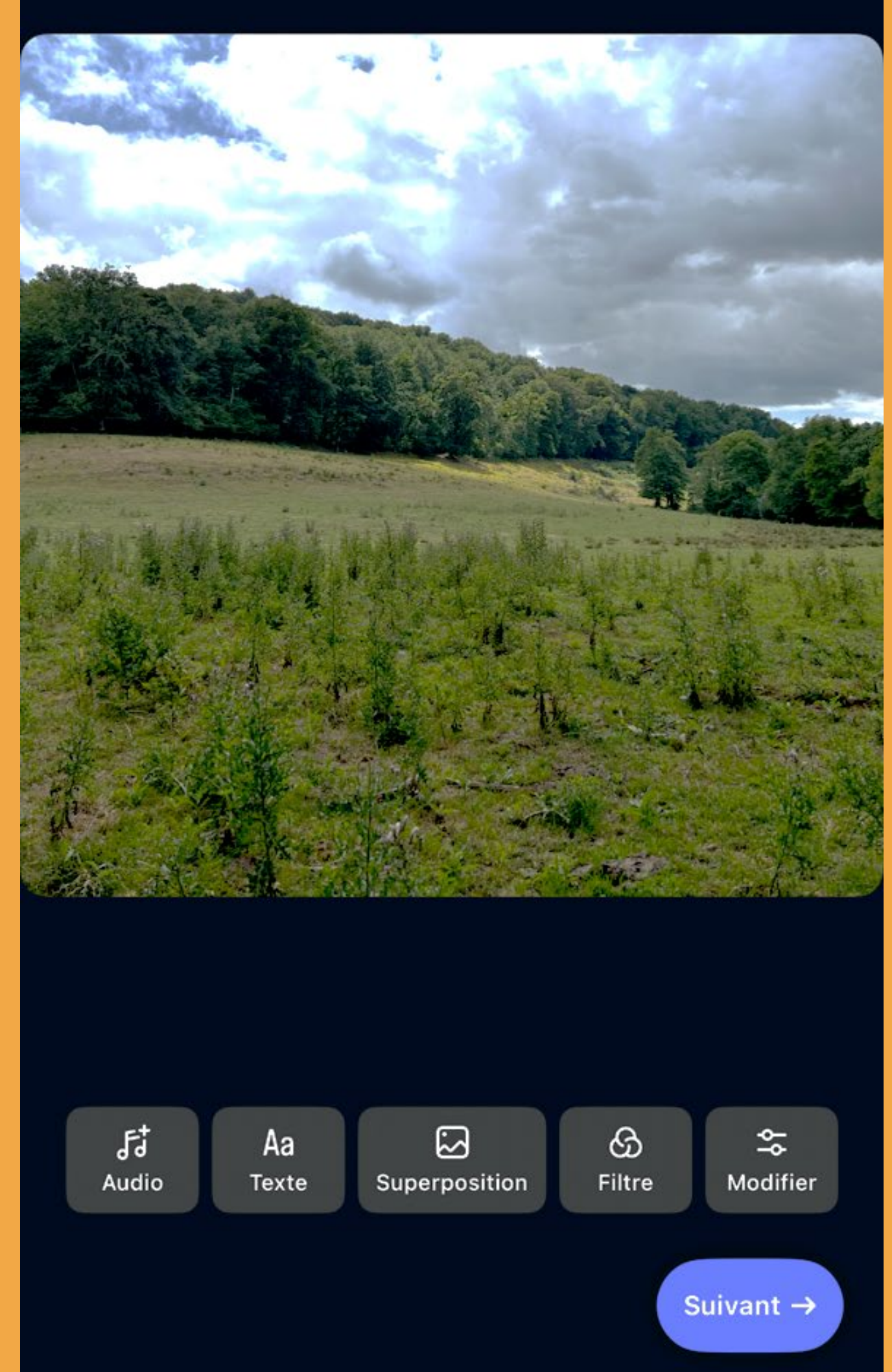
AUDIO : insérer musique

TEXTE : insérer du texte , différents styles de police, couleur...

SUPERPOSITION : rajouter une autre photo dans la 1ère.

FILTRE : pour faire des effets de couleur, monochrome...vous pouvez essayer mais déconseillé d'en faire trop (tue le naturel).

MODIFIER : régler luminosité , contraste , effet vignette... Attention de ne pas trop charger la photo.



AJOUTER LEGENDE: Décrire le lieu de façon courte .

SONDAGE: créer un sondage

INVITE : lancer un conversation (pas très utile)

AJOUTER MUSIQUE(toujours bien si musique adaptée à l'image bien sûr)

IDENTIFIER PERSONNES Permet d'ajouter des tags (nommer personnes), fonction utile pour faire connaître votre post.

En cliquant sur identifier apparaît une fonction intéressante “Inviter à collaborer) = Si la personne accepte le post est publié sur les deux pages et vous cumuler les statistiques et les vues ...



Ajouter une légende...

≡ Sondage

🔍 Invite

🎵 Ajouter de la musique >



You · Phillipe...



Chamba · Mee...



Identifier des personnes >



Ajouter un lieu >

Partager

AUDIENCE : Choisir son audience

PARTAGER AUSSI SUR partage auto sur
Facebook si vous avez une page

PLUS D'OPTIONS: bouton programmer, bouton
désactiver commentaires, identifier produits,
masquer nombre de j'aime, masquer nombre
de partages...

 Identifier des personnes tourismepay... >

 Ajouter un lieu >

Anglards-de-Salers

Salers (Cantal)

Puy Violent

Les profils avec lesquels vous partagez ce contenu peuvent voir le lieu que vous identifiez et afficher votre contenu sur la carte.

 Ajouter une mention IA

Nous vous demandons d'ajouter une mention à certains contenus réalistes créés avec l'IA. [En savoir plus](#)

☒

 Audience

Tout le monde >

 Partager aussi sur...

 Office de touri... >

...

Plus d'options >

Partager

En pratique

Poster une Story

1. Cliquez sur le + ou le + à côté de votre photo de profil .

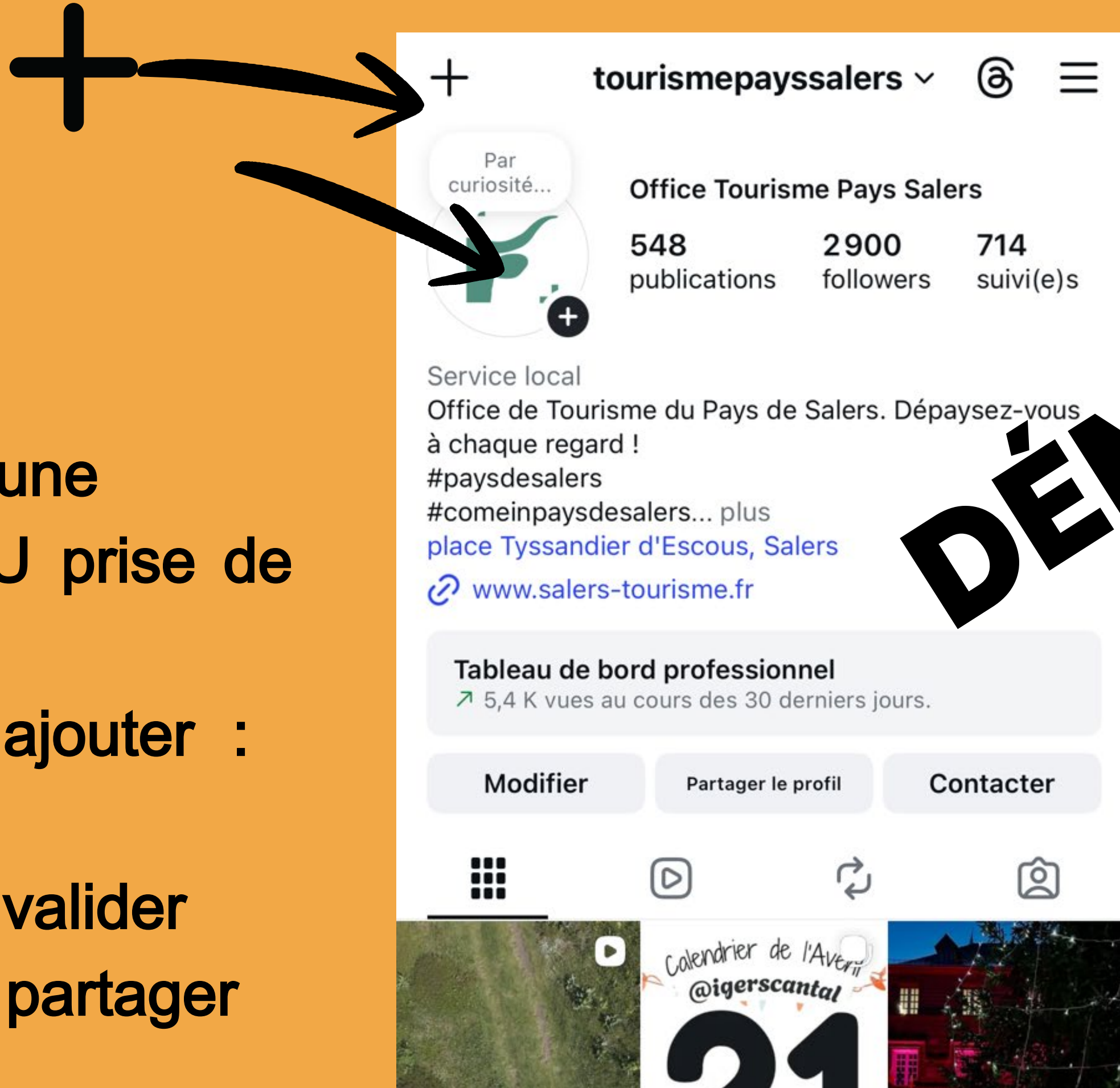
2. Choisir Story

3. sélectionner une photo ou video OU prise de vue en direct.

4. Vous pouvez ajouter : texte , gif, filtre ...

5. Vous pouvez valider

6. Vous pouvez partager



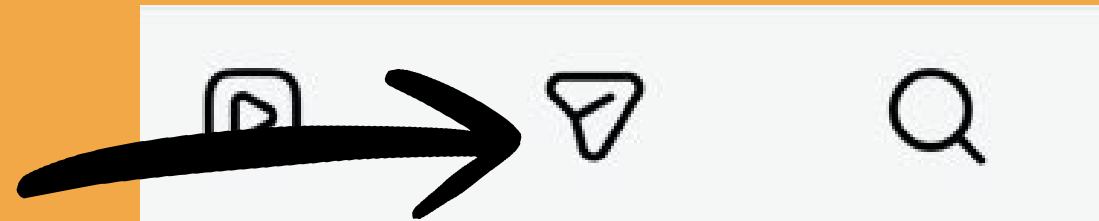
DÉMO!

En pratique

Partager dans Sa Story

° Aller sur la publication que vous souhaitez partager.

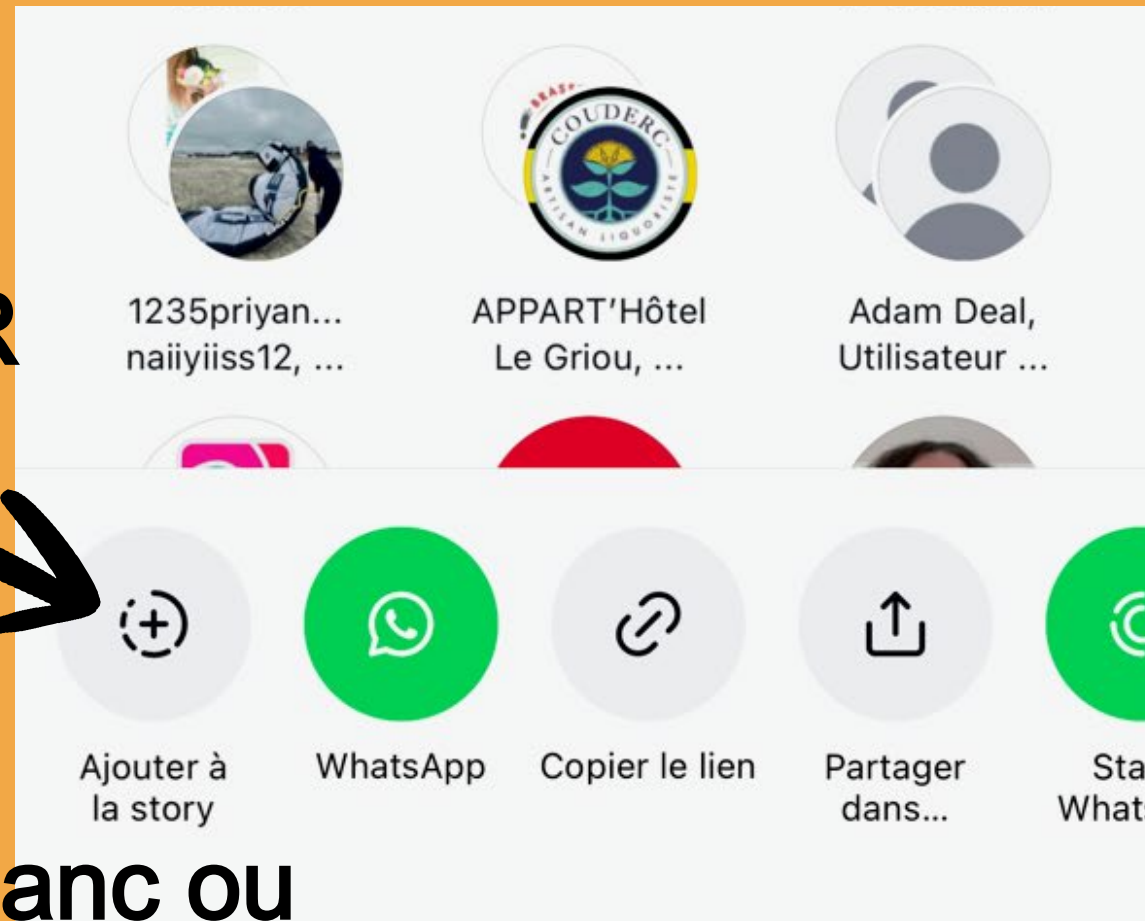
° Cliquez sur la flèche



° Cliquez sur “AJOUTER A LA STORY”



Vous pouvez conserver la légende et le cadre blanc ou le supprimer en tapant une fois sur la publication.



- ° Comme sur votre Story, vous pouvez ajouter du texte, gif...
- ° Cliquez sur la flèche en bas à droite pour partager.
- ° Choisir “Votre Story”.
- ° “Partager”.

C'EST FAIT !!



A vous joindre!!

Merci de votre attention!

 **PAYS** OFFICE DE
DE **SALERS** TOURISME