

 malt
academy



COMMENT FAIRE RAYONNER SA MARQUE SUR INSTAGRAM ?



INTERVENANTS



**PASCAL
KAMMERER**
Manager du
Marketing Digital



**MARGAUX
SAVIGNY**
Community
Developer

INTERVENANTS



**PASCAL
KAMMERER**
Manager du
Marketing Digital

- **Freelance sur MALT**
- **MBA en Management du Marketing Digital à l'Institut Léonard de Vinci**
- **22 ans d'expériences professionnelles dans la communication digitale**
- **Agence, PME, Start-up, Groupe**
- **Mentor sur Openclassrooms** 

AU PROGRAMME

1.

Pourquoi Instagram est-il devenu incontournable ?

Les chiffres clés

2.

Pourquoi utilisez-vous Instagram ?

Vos objectifs et KPI

3.

Comment les instagramers utilisent-ils l'application ?

De nombreuses fonctionnalités, pas toujours maîtrisées

AU PROGRAMME

4. **Créer un contenu qui se démarque**

De la créativité et du savoir-faire

5. **Vous prendrez bien un petit stimulant ?**

Concours, influenceurs, sponsorisation, automatisation

6. **Savoir se remettre en question**

Mesurer son succès et apprendre. Tester et optimiser

AU PROGRAMME

7. **Exemples de comptes efficaces**
S'inspirer des meilleurs

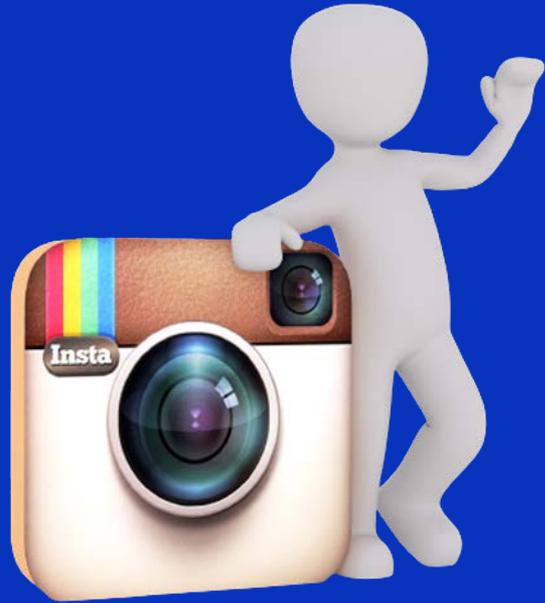
8. **Les Sources**
Les études

9. **Vos questions**
C'est à vous

POURQUOI INSTAGRAM EST-IL DEVENU INCONTOURNABLE ?



LA PUISSANCE DU NOMBRE



LA PUISSANCE DU NOMBRE



- **Le 5ème réseau social avec 1,221 milliards d'utilisateurs actifs mensuels**
- **25 millions de comptes de marques et plus de 500 000 influenceurs actifs**
- **500 millions de personnes y accèdent chaque jour**
- **Pour s'y connecter une dizaine de fois et y rester 30 minutes en moyenne**

L'INSTAGRAMER TYPE



L'INSTAGRAMER TYPE

- **Jeune : 80% a moins de 35 ans**
- **Globale : 80% des utilisateurs sont hors des Etats-Unis**
- **Mixte : 51% d'hommes, 49% de femmes (mais 84 % des influenceurs sont des influenceuses !)**
- **Instagram est aussi le second réseau social préféré de 81% des Community Manager !**



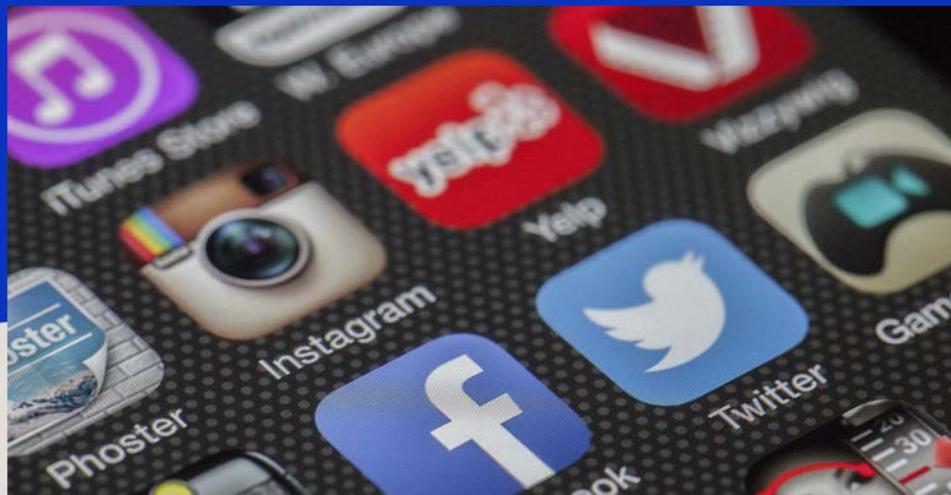
Ce n'est pas un hasard

L'image a, souvent, plus de poids et de force que les mots.
Elle a une valeur universelle et comporte une charge
émotionnelle forte.

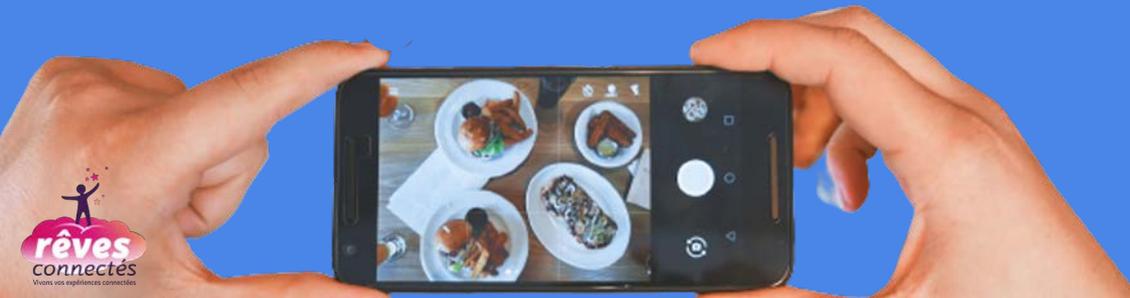


Ce n'est pas un hasard

Instagram a su s'adapter à la concurrence grâce à de nouveaux formats pour contrer les nouveaux venus comme Snapchat et TikTok.

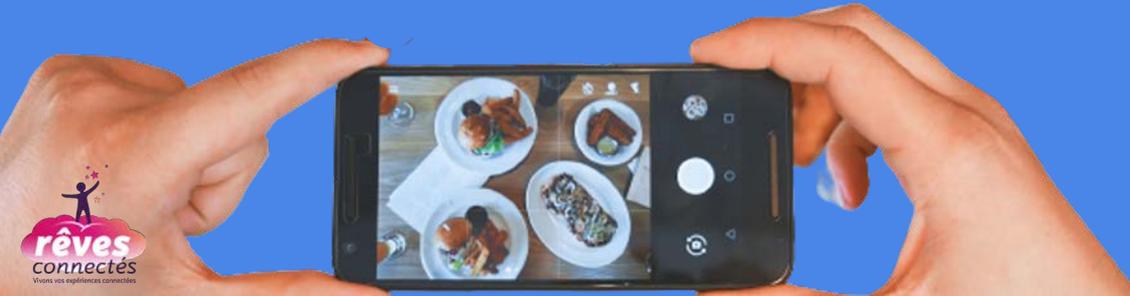


LES THÉMATIQUES POPULAIRES



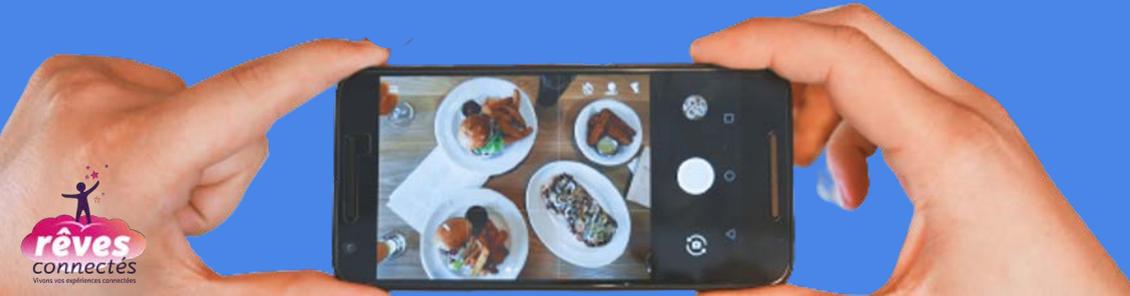
LES THÉMATIQUES POPULAIRES

- Le luxe
- Les voyages
- La mode
- Les cosmétiques
- La cuisine
- La santé
- La décoration
- Fitness, Sport
- Les jeux vidéo
- ...



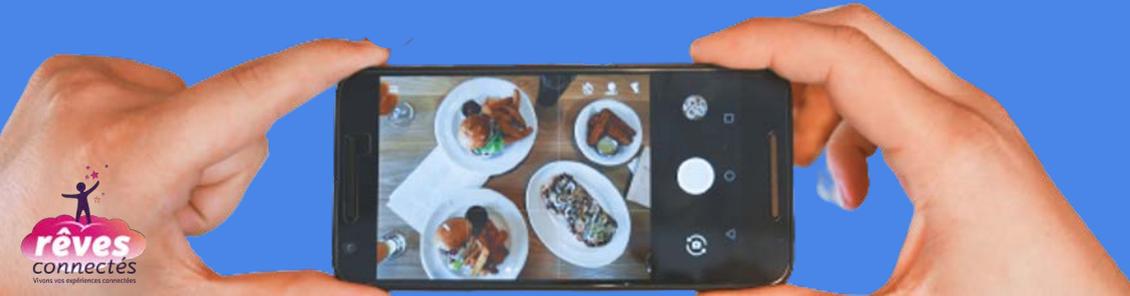
LES THÉMATIQUES POPULAIRES

- 69% des Millennials prennent leurs plats en photo
- Le hashtag #food comptabilise plus de 250 millions de posts... par mois



LES THÉMATIQUES POPULAIRES

- Ces grandes thématiques cachent de nombreuses niches à exploiter
- À vous de créer de nouvelles tendances



POURQUOI UTILISEZ-VOUS INSTAGRAM ?



ÊTRE COHÉRENT AVEC MA STRATÉGIE MARKETING



ÊTRE COHÉRENT AVEC MA STRATÉGIE MARKETING

- Cibler les millennials (génération Y ou digital natives)
- Ambitions internationales
- Montrer le côté humain de ma marque, notre culture d'entreprise
- Montrer mes nouveaux produits et leur utilisation au quotidien (lifestyle)
- Créer une communauté, générer des contacts et des ventes

FIXEZ DES KPI / INDICATEURS DE PERFORMANCE



FIXEZ DES KPI / INDICATEURS DE PERFORMANCE

PROUVER LA VALEUR D'INSTAGRAM

SUIVRE LES OBJECTIFS DE SES CAMPAGNES

SE REMETTRE EN QUESTION



FIXEZ DES KPI / INDICATEURS DE PERFORMANCE



- Publier x publications par jour / semaine / mois
- Générer x abonnés par jour / semaine / mois
- Obtenir x mentions j'aime sur chaque publication
- Obtenir x commentaires sur chaque publication
- Taux d'engagement (Nombre moyen de mentions j'aime et de commentaires par post / Nombre d'abonnés)
- Générer x nouveaux prospects / achats

**FIXEZ UN BUDGET EN RAPPORT
AVEC VOS COMPÉTENCES
ET VOS AMBITIONS**



FIXEZ UN BUDGET EN RAPPORT AVEC VOS COMPÉTENCES ET VOS AMBITIONS



- **Community Manager**
- **Photographe**
- **Graphiste**
- **Opérations spéciales (Ads, Influenceurs, Concours ...)**

Ce n'est pas un hasard

Vos clients pensent parfois qu'il faut y aller parce que c'est à la mode, que c'est facile et gratuit parce que leurs ados y sont...



COMMENT LES INSTAGRAMERS UTILISENT L'APPLICATION



CONNAISSEZ-VOUS VRAIMENT BIEN INSTAGRAM ?



CONNAISSEZ-VOUS VRAIMENT BIEN INSTAGRAM ?



*Bien la connaître
pour l'utiliser à 100%
Le bon format au bon moment*

La découverte de nouveaux contenus

La découverte de nouveaux contenus

Le fil d'actualité

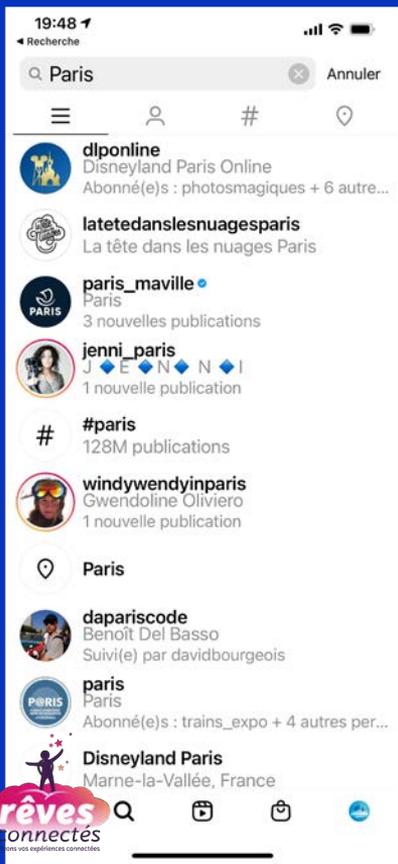


“Les Français ont tendance à se connecter avec des personnes qui partagent les mêmes passions : musique, sport, architecture, design... et à suivre des célébrités.”

La découverte de nouveaux contenus

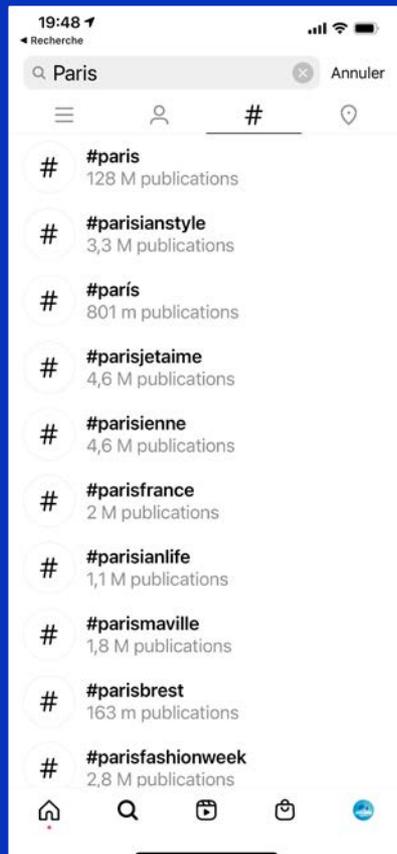
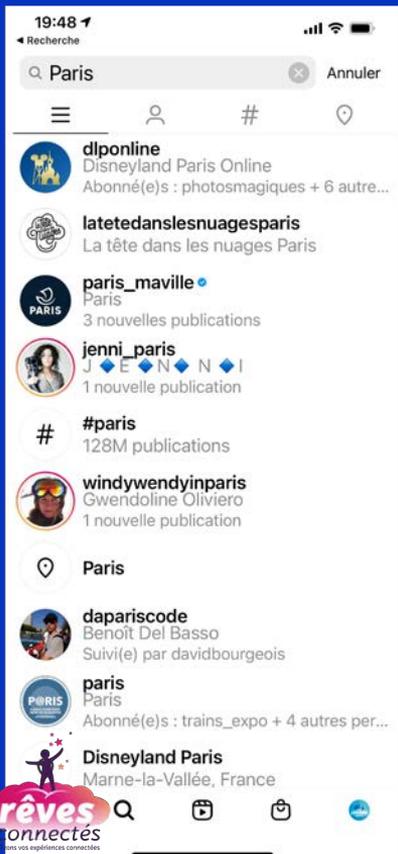
La recherche

50 % des utilisateurs d'Instagram utilisent l'onglet Explore pour trouver de nouveaux contenus chaque mois.



La découverte de nouveaux contenus

La recherche



La découverte de nouveaux contenus

Les résultats



Les instagramers ne se contentent pas de suivre des comptes, ils peuvent également s'abonner à des #hashtags.

La découverte de nouveaux contenus

Les résultats



La publication de nouveaux contenus

La photo



Le format historique. Carré. Et des filtres.

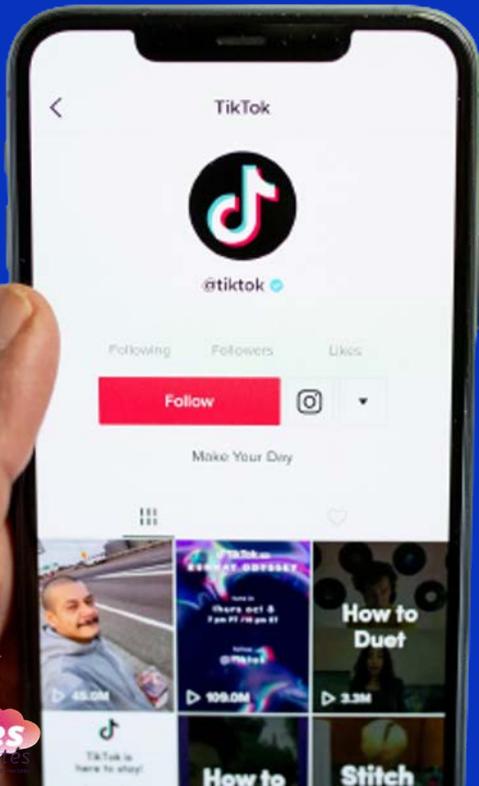
Layout : montage de photos

Galerie : 4 photos dans un même post

Les photos comportant un visage (pas uniquement les selfies) ont 38 % de likes en plus.

De nouveaux formats

La concurrence



Depuis son lancement en 2010, de nombreux réseaux sociaux innovants (Snapchat, Vine, Periscope, TikTok, Twitch, Clubhouse ...) ont su conquérir le coeur des jeunes. En les imitant Instagram a su rester le leader sur ce segment. Au détriment néanmoins de l'ergonomie et de la lisibilité de son offre.

La publication de nouveaux contenus

La vidéo



Fil d'actualité : 3 à 60 secondes

IGTV : Jusqu'à 60 minutes

- Les posts contenant une vidéo ont deux fois plus d'engagements qu'avec des photos
- Les vidéos de tutos représentent le format le plus populaire sur Instagram

La publication de nouveaux contenus

La vidéo



- Les créations sont courtes, impactantes, prévues pour être visionnées sans le son
- L'augmentation de la consommation de vidéo par les utilisateurs a progressé de 150%. Il est donc important que les marques s'y mettent.

La publication de nouveaux contenus

La vidéo LIVE



La publication de nouveaux contenus

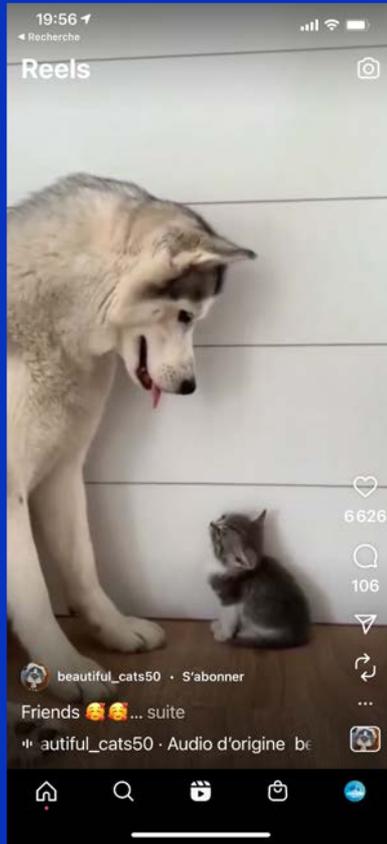
La vidéo LIVE



- Diffusion en direct de vos événements
- Jusqu'à 4 utilisateurs en même temps pour favoriser les échanges

La publication de nouveaux contenus

Les Reels



- Comme TikTok, le format des plus créatifs
- Vidéos courtes de 15 secondes
- Des effets (son/contenu audio, minuteur, réalité augmentée, alignement pour les transitions, vitesse ...)
- Peuvent être partagés partout, mais regroupés dans un onglet spécial (sauf si Story)

La publication de nouveaux contenus

Les Stories



- Un contenu éphémère (24H). Sauf highlights.
- Séparé du flux d'actualités
- Dynamique : une collection de photos et vidéos qui ne restent que quelques secondes à l'écran
- Plus spontané, plus naturel
- Fonctionnalités : textes, emojis, gifs animés, liens, stickers, sondages afin d'attirer l'attention

La publication de nouveaux contenus

Les Stories



- 68 % des Millennials regardent des stories sur Instagram (vs 49 % sur Snapchat et 44 % sur Facebook)
- Partager des choses du quotidien, drôles, légères, et éphémères.
- Par exemple : les coulisses, des avant-premières, des tutos, des codes promo, des citations ...

La publication de nouveaux contenus

Les Boutiques



- Instagram Shop facilite le processus d'achat (liens dans une publication et onglet dédié)
- Elles contiennent photo et bouton vers la page de votre boutique web
- Avoir un compte pro et configurer sur Facebook

LES CONNAISSIEZ-VOUS SUR LE BOUT DES DOIGTS ?



Nécessaire de bien les connaître pour

- Varier les formats
- Les utiliser à bon escient
- Être (très) créatif pour se démarquer, certains formats sont très exigeants

CRÉER UN CONTENU QUI SE DÉMARQUE



DE LA CRÉATIVITÉ ET DU SAVOIR-FAIRE



La réussite d'un post sur Instagram dépend de

- La qualité de la photo/vidéo et de ce qu'elle montre
- De l'écriture de votre légende, de vos hashtags, de la géolocalisation, de vos identifications, de l'horaire de publication et de bien d'autres choses.

DE LA CRÉATIVITÉ ET DU SAVOIR-FAIRE

Une photo ou une vidéo réussie



Si l'idée est subjective, il existe quelques recommandations

- Réfléchir en amont à l'objectif et au ton
- Mettre en valeur le sujet de la photographie sans qu'il prenne toute la place ($\frac{1}{3}$)
- Soigner la mise en scène et l'arrière-plan, prenez beaucoup de photos sous tous les angles.

DE LA CRÉATIVITÉ ET DU SAVOIR-FAIRE

Une photo ou une vidéo réussie



- Les créations avec un visage visible et un contenu lifestyle ont plus de succès
- Varier les types de photos et les créations. Prévoir des séances de shooting avec des comédiens ... ou vos collègues :-)
- Prendre des photos dans la meilleure résolution, et en gardant de la distance. Il sera toujours temps de recadrer au format carré

DE LA CRÉATIVITÉ ET DU SAVOIR-FAIRE

Une photo ou une vidéo réussie



- Dans certains cas utilisez du matériel professionnel (Reflex, studio photo) ou faites appel à un photographe spécialisé (en photos de produit ou en shootings par exemple)
- Pour aller plus loin, faire de la retouche, et même du montage avec un logiciel spécialisé.

DE LA CRÉATIVITÉ ET DU SAVOIR-FAIRE

Une photo ou une vidéo réussie

- Utiliser les outils proposés par Instagram sur le format choisi comme les filtres permettent de mettre en valeur votre sujet et d'avoir une luminosité impactante. Ces outils sont là pour vous aider.



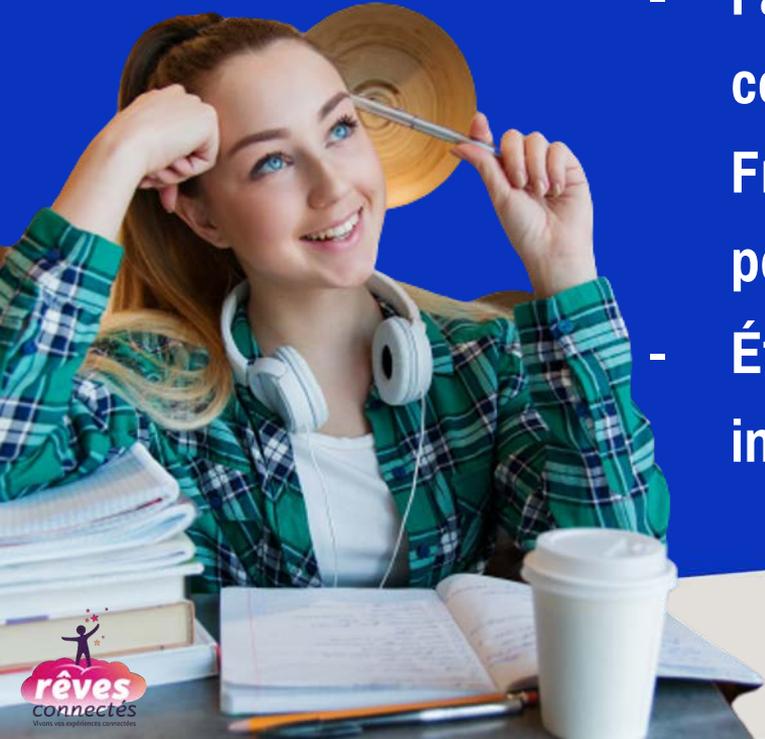
Pensez-y !

- Respectez la charte graphique et la charte éditoriale de votre marque
- Établissez VOTRE guide de création Instagram, utile pour rester cohérent, surtout en équipe
- Établissez votre planning éditorial pour prévoir à l'avance vos publications



Pensez-y !

- Faites un benchmark de vos concurrents ou de comptes dont vous vous sentez proche, en France et à l'international. Puis restez en veille permanente. Inspirez-vous.
- Étudiez votre cible, regardez les profils et interagissez. Bien la connaître est indispensable.



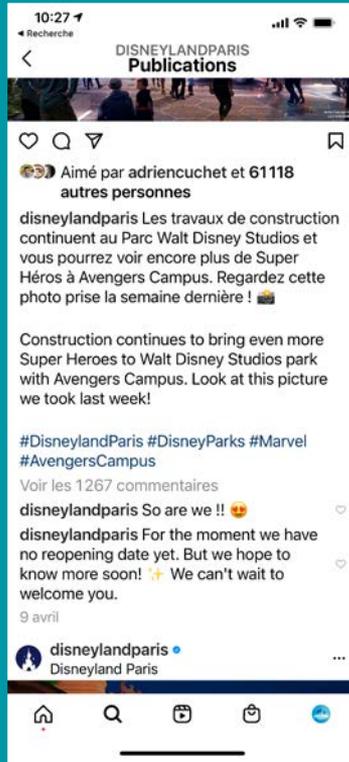
Pensez-y !

- Investissez un sujet proche de votre marque pour vous l'approprier. Prenez l'exemple de Redbull, qui communique beaucoup sur les sports extrêmes, s'auto-proclamant référence en la matière.



DE LA CRÉATIVITÉ ET DU SAVOIR-FAIRE

La légende



- Elle accompagne chacun de vos posts
- Elle contextualise, donne des informations et encourage les interactions, les conversions
- Elle peut être en français et en anglais
- 56% des légendes contiennent entre 101 et 1000 caractères
- Elle est tronquée à 125 dans le fil



DE LA CRÉATIVITÉ ET DU SAVOIR-FAIRE

Les emojis

- 92% des utilisateurs ont utilisé des emojis
- Les personnes âgées de 25 à 29 ans sont ceux qui utilisent le plus d'emojis
- Comme les images, ils sont universels
- Ils transmettent des émotions supplémentaires



DE LA CRÉATIVITÉ ET DU SAVOIR-FAIRE

Les emojis

- L'utilisation des emojis permet d'augmenter l'engagement de 48% sur Instagram. Le taux d'interaction passe à 2,21% et les posts sans 1,92%.



DE LA CRÉATIVITÉ ET DU SAVOIR-FAIRE

Les #hashtags

- Indispensable, beaucoup d'utilisateurs font des recherches par hashtags
- À insérer à la fin de la légende
- 30 maximum par post (entre 6 et 10 en moyenne)
- Instagram propose une auto-complétion avec la popularité d'un hashtag



DE LA CRÉATIVITÉ ET DU SAVOIR-FAIRE

Les #hashtags

- 7 hashtags sur 10 sont liés à des marques
- #ThrowbackThursday #tbt permet de faire revivre un souvenir chaque Jeudi
- Les hashtags les plus utilisés : #Love, #Instagood (photo dont vous êtes fier), #Fashion, #Photooftheday, #Art, #Beautiful, #Photography ... N'en abusez pas.

10:51



KAZEFRANCE
Publications

S'abonner



3797 J'aime

kazefrance On a tellement hâte de connaître la fin 😄😄😄😄😄

👤 @lenaperdrige

#ThePromisedNeverland #DemizuPosuka
#KaiuShirai #Manga #Anime #Kaze #Shonen
#Lecture #Bookstagram

Voir les 50 commentaires

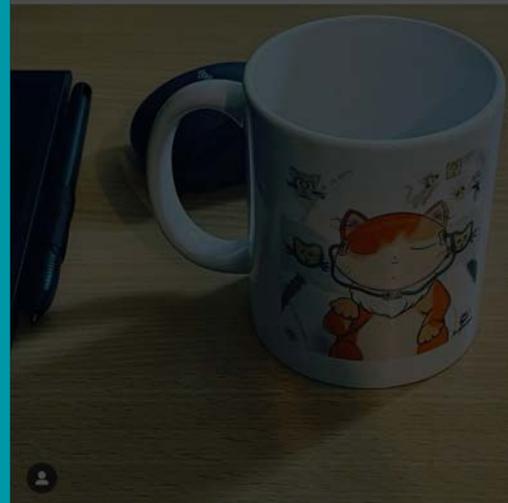
16 avril



DE LA CRÉATIVITÉ ET DU SAVOIR-FAIRE

Les #hashtags

- Ne pas oublier #votremarque #votreproduit
- Si vous organisez un événement, créez un hashtag et communiquez le partout



DE LA CRÉATIVITÉ ET DU SAVOIR-FAIRE

Les identifications

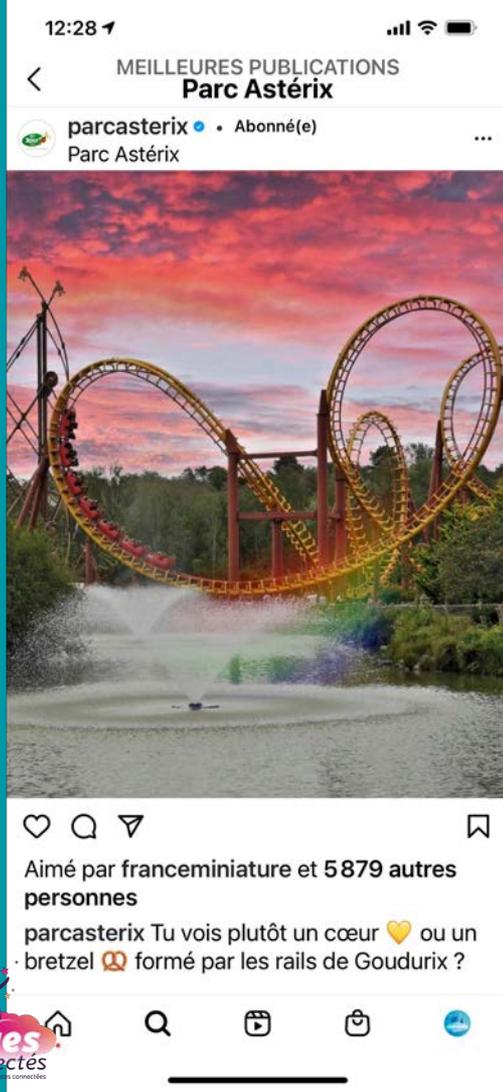
- Il est possible d'identifier d'autres comptes Instagram (qui seront notifiés)
- En créant des pages Instagram Shopping, il est possible d'identifier vos produits sur les posts.

DE LA CRÉATIVITÉ ET DU SAVOIR-FAIRE

Les identifications

- 73 % des posts Instagram ne comportent aucune identification
- Selon HubSpot, mentionner 2 utilisateurs permettrait d'obtenir un nombre plus important de likes et de commentaires.





DE LA CRÉATIVITÉ ET DU SAVOIR-FAIRE

La géolocalisation

- Les posts mentionnant une géolocalisation obtiennent 79 % d'engagements en plus
- Les lieux les plus instagramés au monde : Miami, Walt Disney World, La Tour Eiffel, Las Vegas, Times Square, Disneyland Paris, Gratte Ciel Burj Khalifa, Le Grand Canyon, La Côte D'azur, Le London Eye



DE LA CRÉATIVITÉ ET DU SAVOIR-FAIRE

Les liens

- Ils n'existent pas nativement dans un post classique.
- Pensez à en mettre un dans la biographie de votre profil
- Utilisez un raccourcisseur d'URL comme Bitly que le visiteur peut copier/coller
- Identifiez des personnes et des produits
- Utilisez les Stories, les vidéos iGTV



DE LA CRÉATIVITÉ ET DU SAVOIR-FAIRE

Les horaires

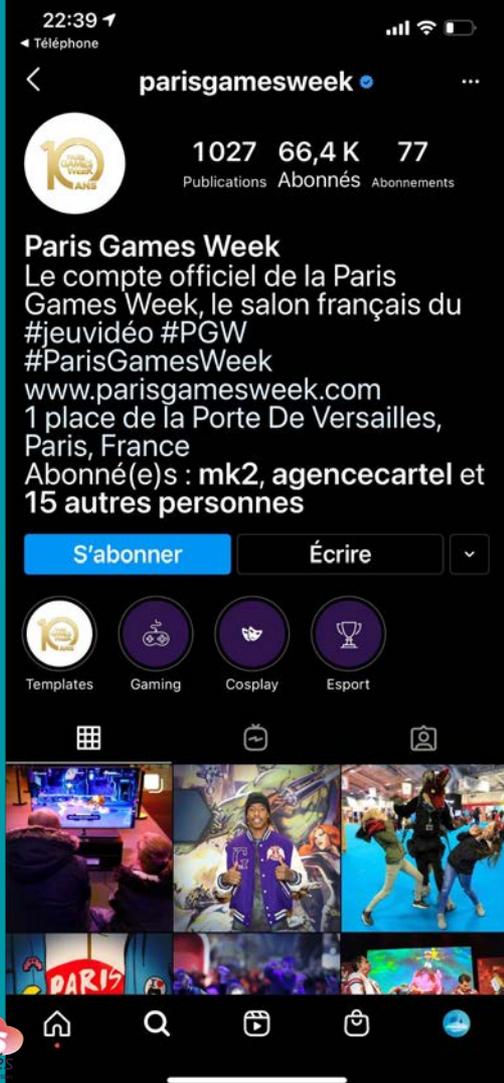
- Le meilleur moment pour publier varie selon le secteur d'activité et vos cibles
- À vous de tester et d'apprendre, notamment grâce aux statistiques fournies par Instagram
- Habituellement il faut éviter la nuit et le dimanche et privilégier la semaine entre 8-10H et 13-15H



DE LA CRÉATIVITÉ ET DU SAVOIR-FAIRE

Votre profil

- Les visiteurs viendront sur votre profil pour en savoir plus après une publication réussie
- Choisissez un nom d'utilisateur mémorable @votremarque si disponible
- Ajoutez un avatar reconnaissable en petit format et qui représente bien votre marque



DE LA CRÉATIVITÉ ET DU SAVOIR-FAIRE

Votre profil

- 150 caractères pour convaincre dans votre biographie avec #votremarque #votreproduit
- Ajouter l'adresse d'un site ou landing page pour prendre les coordonnées de vos visiteurs
- Se localiser si votre activité est locale

Pensez-y !

- Lisez les commentaires et répondez-y
- Restez en alerte sur vos hashtags pour interagir avec ceux qui parlent de vous et de vos sujets (vous pouvez aussi vous aider d'outils de veille comme ALERTI par exemple)



STIMULER SES PUBLICATIONS



Ce n'est pas un hasard

Les publications ne s'affichent plus dans l'ordre chronologique. Ainsi il est non-seulement nécessaire d'utiliser Facebook Ads pour cibler de nouveaux prospects mais également toucher vos propres abonnés...



LA PUBLICITÉ SUR INSTAGRAM



LA PUBLICITÉ SUR INSTAGRAM

- Passer votre compte en “Business” et le relier à votre page pro Facebook
- Créer les publicités depuis l’app Instagram ou le gestionnaire de publicité Facebook avec davantage d’options



BOOSTER UNE PUBLICATION INSTAGRAM



- La méthode la plus simple est d'accorder un budget à chacune de vos publications grâce au bouton "Promouvoir" sous votre post.
- Choisir un objectif (plus de visites de profil, de site web ou de messages). Le bouton d'action sera différent.

BOOSTER UNE PUBLICATION INSTAGRAM



- Définir une audience (automatique ou personnalisée) par critères socio-démographiques et centres d'intérêts
- Indiquer son budget et la durée de la promotion. Une proposition automatique est faite par Instagram. Par exemple 30 euros sur 3 jours.

BOOSTER UNE PUBLICATION INSTAGRAM



- En utilisant le gestionnaire de publicité Facebook vous avez davantage d'options de promotion et de ciblage
- Il est possible également d'utiliser sur une même campagne des promotions Facebook et Instagram, profitant de la force des deux réseaux sociaux

LES CONCOURS SUR INSTAGRAM



LES CONCOURS SUR INSTAGRAM

Il existe différentes mécaniques

1. Demander aux participants de vous suivre, d'aimer votre publication et de laisser un commentaire en mentionnant un ami.
2. Formulaire de participation classique et proposer un échantillon par exemple.



LES CONCOURS SUR INSTAGRAM

Soyez imaginatif pour des dispositifs qui correspondent à notre marque.



LES INFLUENCEURS SUR INSTAGRAM



LES INFLUENCEURS SUR INSTAGRAM

- Lister les influenceurs qui sont en affinités avec vous, repérez-les grâce à l'onglet Explorer
- Sélectionner des influenceurs de toutes tailles. Plusieurs micro-influenceurs peut avoir beaucoup plus d'impact et coûter moins cher
- Leur proposer un partenariat (tests produits, concours, bons de réduction) ou une rémunération



LES INFLUENCEURS SUR INSTAGRAM

- Selon l'étude Kolsquare, jusqu'à 60 euros pour des stories et 120 euros pour un post publié par des nano-influenceurs (moins de 10 000 abonnés).
- Plusieurs centaines de milliers d'euros pour des comptes possédant une importante communauté (au-delà de 3 millions d'abonnés)



LES INFLUENCEURS SUR INSTAGRAM

- La rémunération varie selon la taille de leur communauté, l'engagement sur leurs messages, et l'ampleur de votre campagne.
- À l'exception de Youtube, les influenceurs Instagram sont mieux rémunérés que sur les autres réseaux sociaux.



Pensez-y !

Faites savoir que vous êtes sur Instagram

- Sur votre site web
- Sur vos supports de communication



L'AUTOMATISATION SUR INSTAGRAM



L'AUTOMATISATION SUR INSTAGRAM

- **Il existe plusieurs outils d'automatisation pour Instagram.**
- **Il est fortement déconseillé d'utiliser des plateformes pour acheter des followers, ou des bots pour liker automatiquement des publications. Vous risqueriez d'être bloqué, en plus d'utiliser vos fonds pour rien**
- **Par contre vous pouvez gagner du temps grâce à des logiciels comme Hootsuite ou Loomly pour gérer vos réseaux sociaux**



SAVOIR SE REMETTRE EN QUESTION

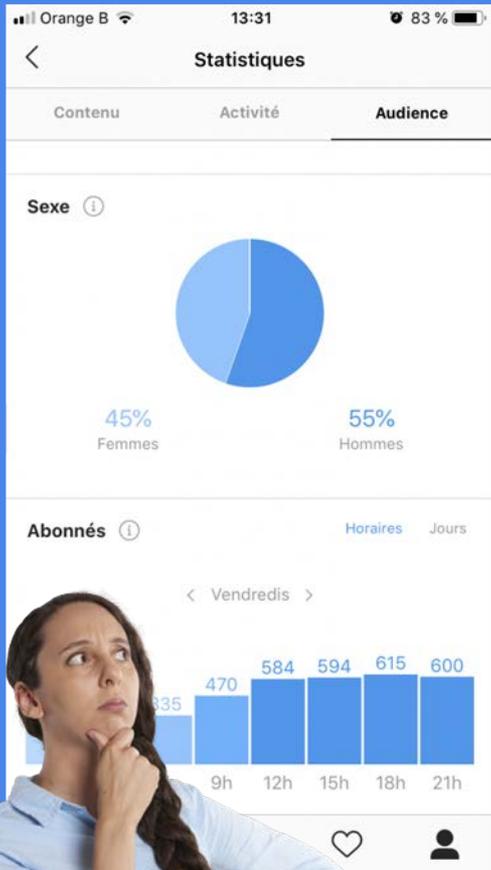


LES STATISTIQUES INSTAGRAM



LES STATISTIQUES SUR INSTAGRAM

- Instagram propose des statistiques de compte depuis votre les options de votre profil
 - Impressions / Vues
 - Portée / Vues uniques
 - Clics
 - Visites du profil
 - Abonnés



Annuler		Insights	
			
52	1	0	0
Interactions ⓘ			
3			
Actions taken from this post			
Profile Visits	3		
Discovery ⓘ			
238			
Accounts reached 28% weren't following you			
Follows	1		
Reposts	238		
Impressions	368		
From profile	289		
From explore	73		
From search	3		
From suggestions	3		

LES STATISTIQUES SUR INSTAGRAM

- Instagram propose des statistiques sur chacune de vos publications
 - Mentions j'aime
 - Commentaires
 - Enregistrements (favoris)
 - Actions (sur votre compte)
 - Découvertes (nouveaux visiteurs)





LES STATISTIQUES SUR INSTAGRAM

- Instagram propose des statistiques sur chacune de vos stories
 - Impressions (vues)
 - Portées (vues uniques)
 - Suivant (story suivante)
 - Retour (story précédente)
 - Réponses (messages envoyés)
 - Story suivante (d'un autre compte)
 - Abandons (retour au fil Instagram)



LES STATISTIQUES SUR INSTAGRAM

- **Suivre régulièrement les statistiques vous permet d'en savoir plus sur l'efficacité de vos publications et les attentes des autres Instagramers**



LES STATISTIQUES SUR INSTAGRAM

- **Suivre régulièrement les statistiques vous permet d'en savoir plus sur l'efficacité de vos publications et les attentes des autres Instagramers**
- **Suivez tout particulièrement vos KPI**
- **Remettez-vous sans cesse en question dans une démarche de TEST & LEARN. Testez, apprenez, optimisez, réessayez. Jusqu'à obtenir le résultat escompté.**



LES STATISTIQUES SUR INSTAGRAM

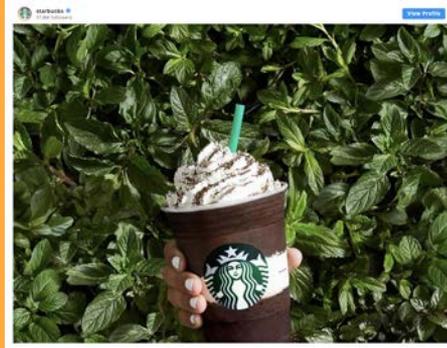
- **Suivre régulièrement les statistiques vous permet d'en savoir plus sur l'efficacité de vos publications et les attentes des autres Instagramers**
- **Suivez tout particulièrement vos KPI**
- **Remettez-vous sans cesse en question dans une démarche de TEST & LEARN. Testez, apprenez, optimisez, réessayez. Jusqu'à obtenir le résultat escompté.**
- **Ne vous découragez pas :-)**



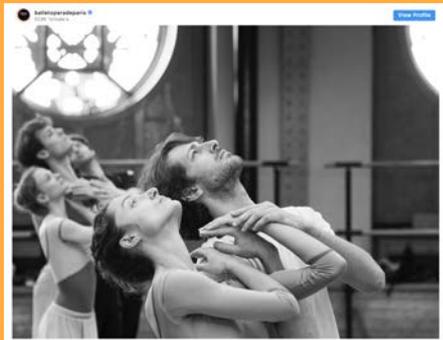
EXEMPLES DE COMPTES EFFICACES



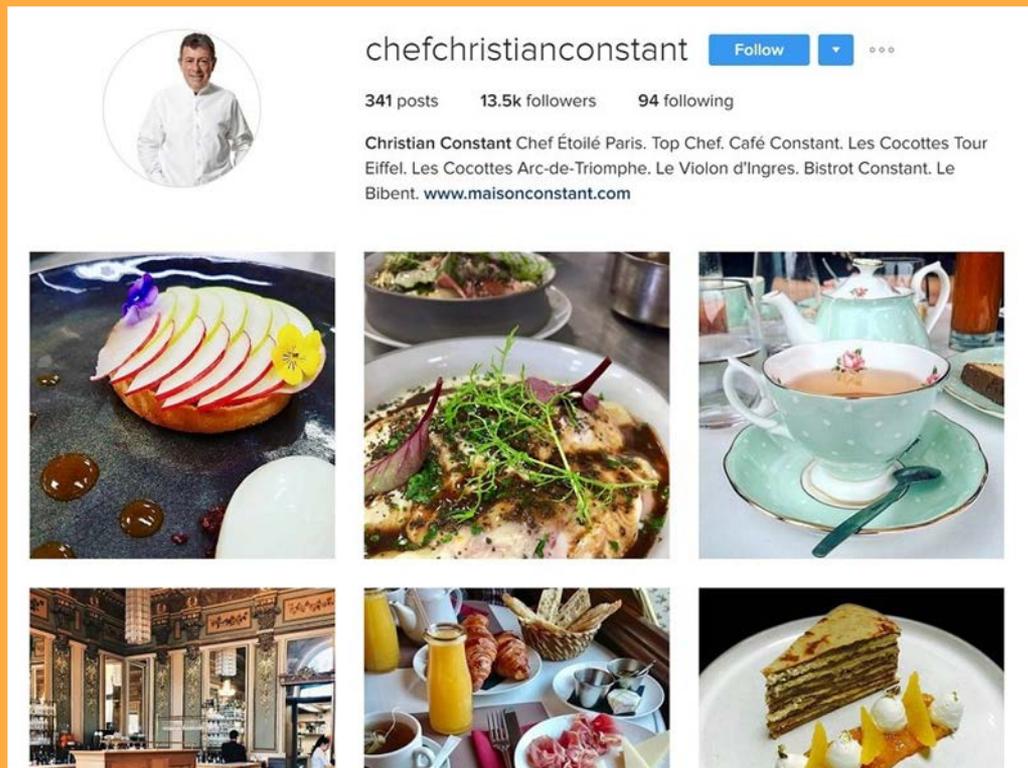
EXEMPLES DE COMPTES EFFICACES



EXEMPLES DE COMPTES EFFICACES



EXEMPLES DE COMPTES EFFICACES



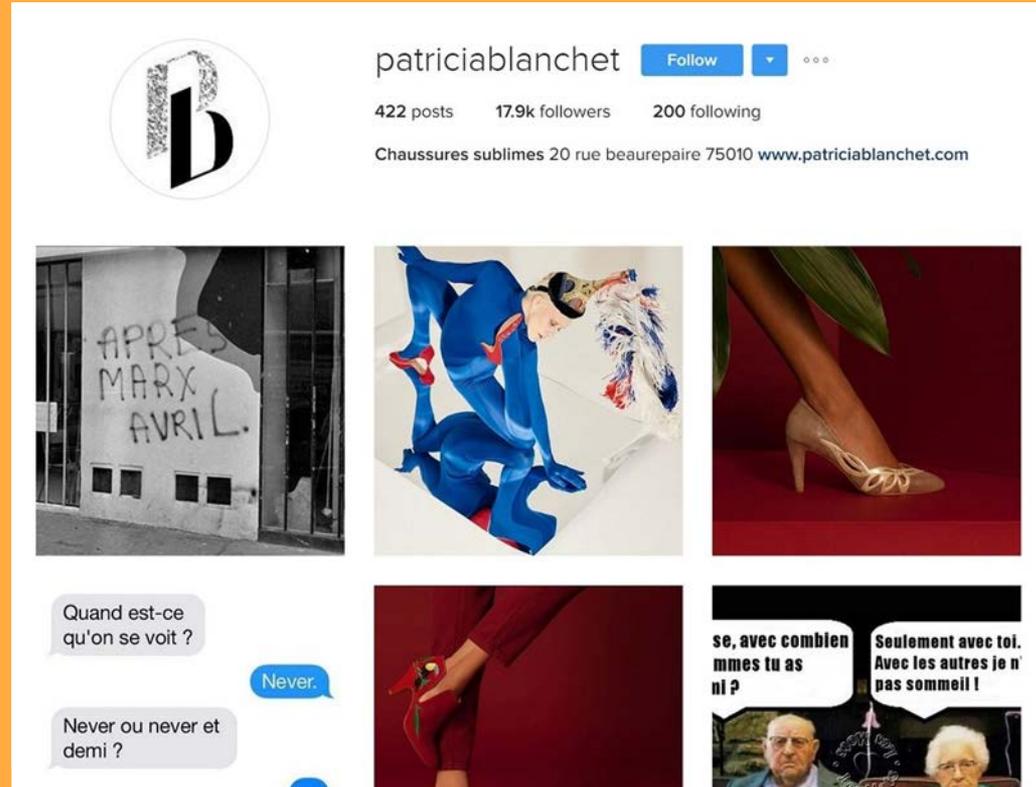
chefchristianconstant Follow ⌵ ⋮

341 posts 13.5k followers 94 following

Christian Constant Chef Étoilé Paris. Top Chef. Café Constant. Les Cocottes Tour Eiffel. Les Cocottes Arc-de-Triomphe. Le Violon d'Ingres. Bistrot Constant. Le Bibent. www.maisonconstant.com



EXEMPLES DE COMPTES EFFICACES



patriciablanchet [Follow](#) ⌵ ⋮

422 posts 17.9k followers 200 following

Chaussures sublimes 20 rue beaurepaire 75010 www.patriciablanchet.com

Grid of 6 posts:

- 1. A black and white photograph of a wall with graffiti that reads "APRES MARX AVRIL."
- 2. A blue Superman figurine in a dynamic pose, wearing red high-heeled shoes.
- 3. A close-up of a woman's leg wearing a white lace-up high-heeled shoe on a red carpet.
- 4. A screenshot of a text message conversation:
Text: "Quand est-ce qu'on se voit ?"
Reply: "Never."
Text: "Never ou never et demi ?"
- 5. A close-up of a woman's leg wearing a red high-heeled shoe.
- 6. A meme featuring two elderly men with speech bubbles. The first bubble says "se, avec combien mmes tu as ni ?" and the second bubble says "Seulement avec toi. Avec les autres je n pas sommeil !"



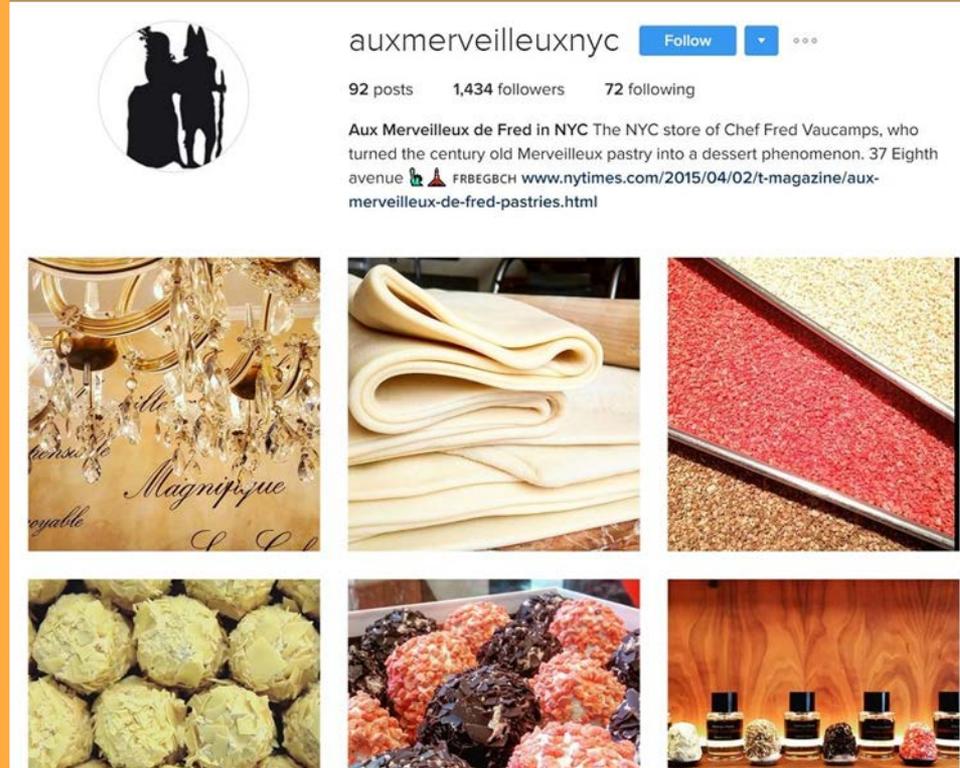
EXEMPLES DE COMPTES EFFICACES



The screenshot shows the Instagram profile for 'les.fromages.de.gambetta'. The profile picture is a circular logo featuring a brown bear holding a bottle and a cheese wheel, with the text 'Artisan Crémier' and 'Depuis 1888' below it. The bio reads: 'les.fromages.de.gambetta', '2,429 followers', '4,969 following', and 'Les fromages de Gambetta Des crémiers bien affinés vous proposent des fromages fermiers issus de petites productions FR 🏠'. The grid of posts includes: a top-left post showing a round cheese wheel on a wooden surface with pinecones and a small bowl; a top-middle post showing a round cheese wheel on a wooden surface; a top-right post showing a hand holding a small round cheese wheel in front of the Eiffel Tower and a carousel; a bottom-left post showing a hand in a black glove working with cheese; a bottom-middle post showing a hand in a black glove holding a small round cheese wheel; and a bottom-right post showing a hand in a black glove holding a small round cheese wheel.



EXEMPLES DE COMPTES EFFICACES



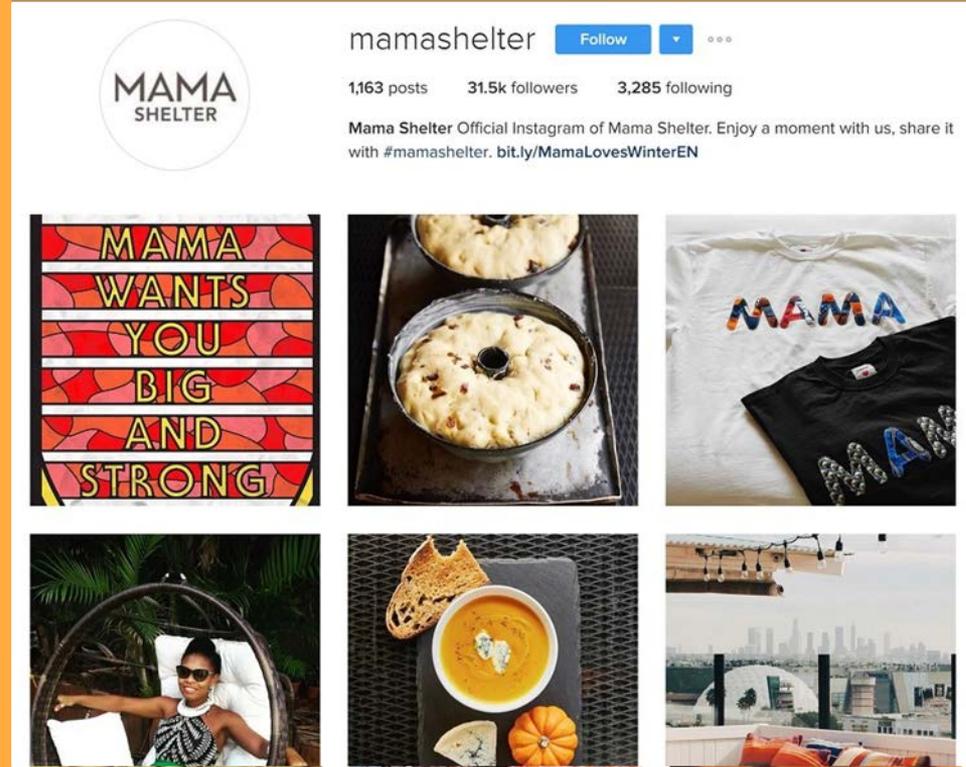
The screenshot shows the Instagram profile for 'auxmerveilleuxnyc'. The profile picture is a circular logo with a black silhouette of a couple. The bio text reads: 'auxmerveilleuxnyc' with a 'Follow' button, '92 posts', '1,434 followers', and '72 following'. The bio description says: 'Aux Merveilleux de Fred in NYC The NYC store of Chef Fred Vaucamps, who turned the century old Merveilleux pastry into a dessert phenomenon. 37 Eighth avenue 🇺🇸 🇫🇷 FRBEBGCH www.nytimes.com/2015/04/02/t-magazine/aux-merveilleux-de-fred-pastries.html'

The grid of images includes:

- A chandelier hanging over a table with a menu that says 'Magnifique'.
- A stack of folded, layered pastries.
- A tray of pastries with red and yellow toppings.
- A close-up of several round pastries with yellow frosting.
- A tray of pastries with chocolate and orange toppings.
- A row of small jars containing different colored pastries.



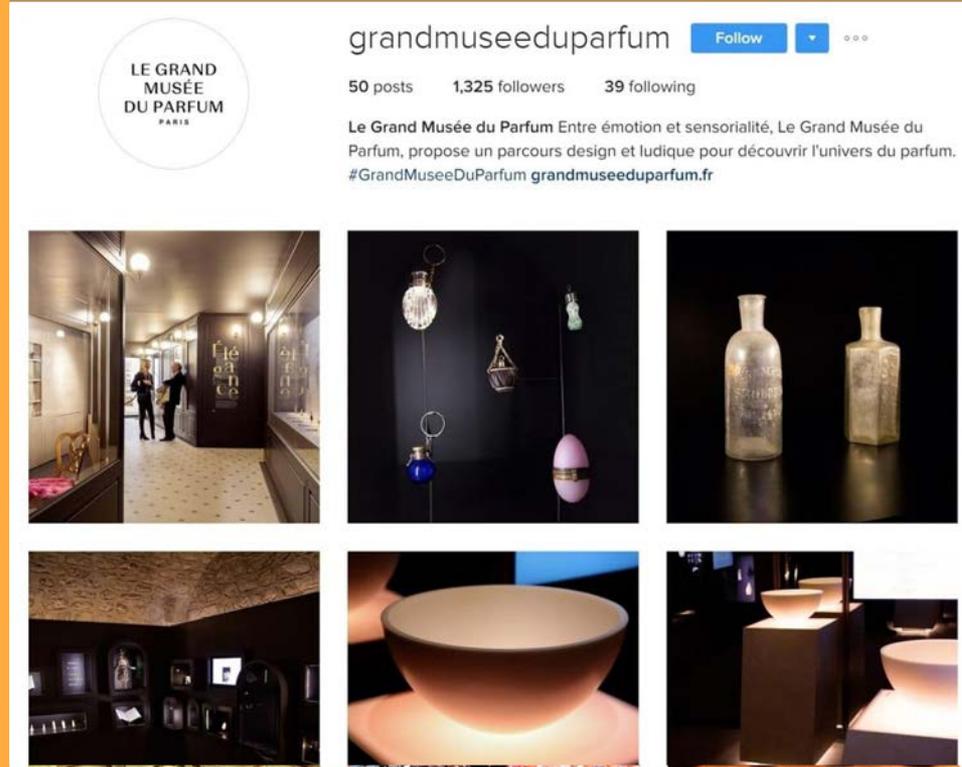
EXEMPLES DE COMPTES EFFICACES



The screenshot shows the Instagram profile for 'mamashelter'. The profile picture is a circular logo with the text 'MAMA SHELTER'. The bio reads: 'Mama Shelter Official Instagram of Mama Shelter. Enjoy a moment with us, share it with #mamashelter. bit.ly/MamaLovesWinterEN'. The profile statistics are: 1,163 posts, 31.5k followers, and 3,285 following. Below the bio are six image thumbnails: a graphic with the text 'MAMA WANTS YOU BIG AND STRONG', two round loaves of bread on a tray, a white t-shirt and a black t-shirt with 'MAMA' printed in colorful letters, a woman relaxing in a hammock, a bowl of soup with bread and cheese, and a rooftop view of a city skyline.



EXEMPLES DE COMPTES EFFICACES



The screenshot shows the Instagram profile for 'grandmuseeduparfum'. The profile picture is a circular logo with the text 'LE GRAND MUSÉE DU PARFUM PARIS'. The bio reads: 'Le Grand Musée du Parfum Entre émotion et sensorialité, Le Grand Musée du Parfum, propose un parcours design et ludique pour découvrir l'univers du parfum. #GrandMuseeDuParfum grandmuseeduparfum.fr'. The profile statistics are: 50 posts, 1,325 followers, and 39 following. The grid of posts includes: a hallway with display cases, hanging perfume ornaments, two glass perfume bottles, a museum gallery with a patterned ceiling, a glowing white bowl, and a display of white perfume bottles on a dark stand.



EXEMPLES DE COMPTES EFFICACES

festenarchitecture [Follow](#)

128 posts 23.6k followers 897 following

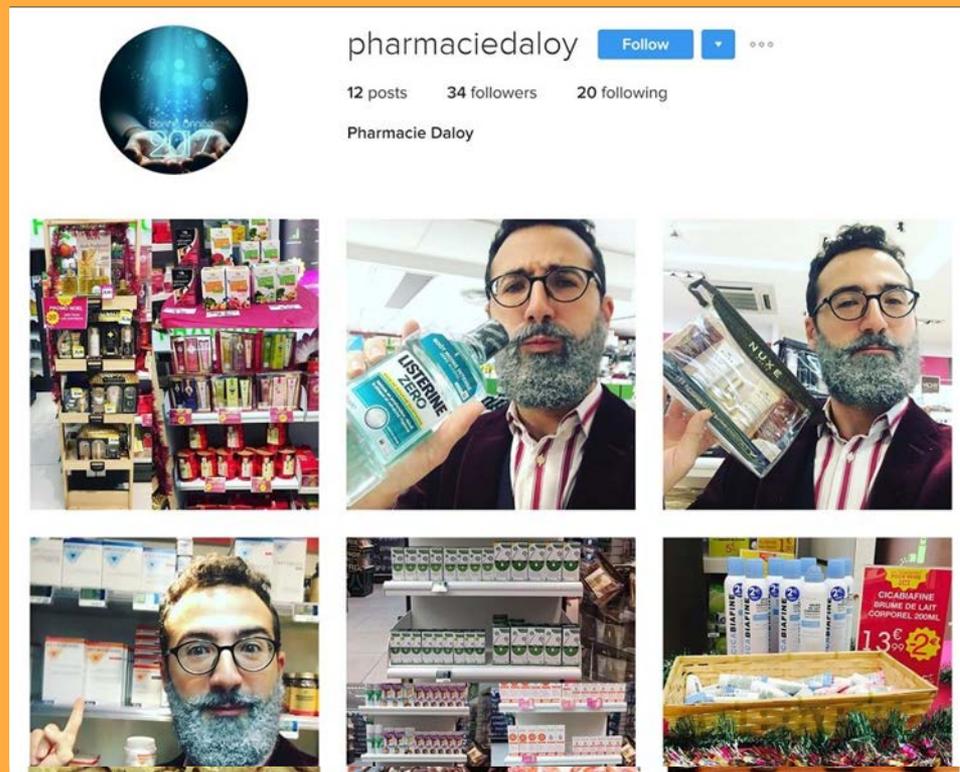
Festen Architecture
Hugo Sauzay // Charlotte de Tonnac. Interior design company based in paris. All the pictures are our projects
www.festenarchitecture.com

POSTS TAGGED

The grid contains six images: 1. A living room with a large abstract painting, a white sofa, and two wooden chairs. 2. A living room with a white sofa, a large abstract painting, and a window. 3. A dining room with a wooden table, chairs, and a white wall. 4. A living room with a white sofa, a large abstract painting, and a window. 5. A dining room with a round table, chairs, and a white wall. 6. A staircase with a white railing and a white wall.



EXEMPLES DE COMPTES EFFICACES



[D'autres exemples](#)



Sources

Images illustratives : Pixabay / Instagram

Statistiques :

- Instagram
- Omnicore
- Statista
- Hootsuite
- Social Pilot
- We Are Social
- AgoraPulse
- Le Blog du Modérateur
- lionscreative.ch
- audreytips
- Rêves Connectés / Le Revo-Rama

QUESTIONS ?

Mon email : pk@reves-connectes.com



MERCI !
Bonne réussite
à toutes et tous
sur Instagram

Site web : <https://www.reves-connectes.com/>

Blog : papacitoyen.reves-connectes.com



**VIVONS VOS
EXPÉRIENCES
CONNECTÉES**



FORTS D'UNE EXPÉRIENCE DE PLUS DE 17 ANNÉES DANS LE SECTEUR DES NOUVELLES TECHNOLOGIES ET DU WEB, NOUS AVONS LE PLAISIR DE VOUS PROPOSER NOS SERVICES.

C'est en travaillant sur de nombreux projets B2B et B2C que nous avons acquis la conviction que **l'expérience connectée** est au centre des enjeux des entreprises d'aujourd'hui.

Marketing, communication, commercial, support et SAV, ressources humaines, ... tout est connecté à la recherche de "**l'effet WOW**" pour vos équipes, vos partenaires, vos fournisseurs ... et bien sûr vos clients actuels et futurs.

Créer une **expérience mémorable** autour de vos équipes, vos produits et services, c'est **enchanter**, fidéliser, engager, innover, et créer un buzz positif. Les outils numériques permettent également d'accroître votre efficacité au quotidien.



Dans le but de vous conseiller et vous accompagner, Rêves Connectés vous propose une gamme de services de l'audit, au pilotage de vos projets et de vos communautés, en passant par l'animation d'ateliers connectés.

Que vous soyez en profession libérale, une PME, ou un grand groupe, vous êtes concernés.

QUELQUES-UNES DES ENTREPRISES POUR LESQUELLES NOUS AVONS TRAVAILLÉ PRÉCÉDEMMENT :

La Mairie de Paris Buycentral Wengo La Redoute
QUICK Belgacom La Lyonnaise des Eaux Club-Internet Claranet
Telecom Italia SNCF Natixis Oreka BD Multimédia blogSpirit / talkSpirit
Novartis Le Médiateur de la République Neuf Mobile
Medissimo Violet Nabaztag

LES SERVICES QUE NOUS VOUS PROPOSONS :

VOTRE AUDIT NUMÉRIQUE, WEB, MOBILE ET SOCIAL MEDIA

- Obtenez en quelques jours un rapport impartial sur votre positionnement ainsi que des pistes d'amélioration.
- Test de vos applications (web, mobile, logiciels)

VOTRE CHEF DE PROJET ET PRODUIT DIGITAL, WEB ET MOBILE

- Rédaction de vos cahiers des charges fonctionnels, conception de vos maquettes filaires (wireframes), pilotage de votre agence ou de votre équipe technique (ou de l'un de nos partenaires), tests et recette de votre projet, livraison et suivi des mises à jour.

VOTRE SOCIAL MEDIA STRATEGIST / COMMUNITY MANAGER

- Élaboration de votre stratégie de communication, animation de vos réseaux sociaux et de vos communautés, rédaction de notes et articles pour votre site, votre blog et vos newsletters, organisation d'événements, gestion et animation d'un forum

VOTRE COMMUNITY MANAGER / PHOTOGRAPHE

- Participation à l'organisation de vos événements pour les rendre « connectés », animation des réseaux sociaux, accompagnement de votre réseau de blogueurs / influenceurs, veille, rédaction des articles post-événement ...



MAIS AUSSI ... À DESTINATION DE TOUS :

- **ATELIERS CONNECTÉS** – Et si la révolution numérique restait un plaisir partagé par tous, ensemble ? Votre formateur selon votre besoin.
- **SOUVENIRS CONNECTÉS**
Écrivons, et si vous le souhaitez, partageons votre histoire et vos mémoires.





CONTACTEZ-NOUS POUR UN DEVIS PERSONNALISÉ AU PLUS PROCHE DE VOTRE BESOIN ET DE VOTRE BUDGET.



revesco@reves-connectes.com 

live:pascal.kammerer 

+33 7 64 08 50 28 

www.reves-connectes.com 



et si La révolution NUMÉRIQUE restait un PLAISIR?

Finis le stress,
offrez-vous un
**coach numérique
personnel !**

Blog
Réalité virtuelle
VPN
VOD
LinkedIn
bluetooth
scam
Facebook
Pinterest
http
Affiliation
mp3
flac
office
Wifi
instagram
smartphone
objets connectés
Chat
GPS
Selfie
Cloud
Twitter
emailing
NFC
replay
antivirus
MarketPlace
e-commerce
https

Le numérique pour trouver un emploi, séduire de nouveaux clients, partager ses passions, communiquer avec ses proches, se simplifier la vie ? Je suis là pour vous aider

Finis le stress ou la corvée du week-end en famille, offrez-vous les services d'un coach numérique personnel !



Pour que chacun ait le même bénéfice de la révolution numérique, je mets à votre disposition près de **20 ans d'expériences professionnelles** auprès d'opérateurs télécom, start-up innovantes, et comme blogueur / vidéaste.

Que vous soyez étudiants, parents, grands-parents, arrières grands-parents.

À l'école, employés, cadres, chefs d'entreprise, à la retraite ou à la recherche d'un nouvel emploi pour rebondir dans vos projets personnels et professionnels, je peux vous aider.

Que vos motivations soient d'apprendre, de réaliser vos projets et vos rêves, de garder contact avec vos proches, de partager vos créations, de former vos collaborateurs, de développer votre commerce de proximité ... ou de faire fonctionner le dernier objet connecté à la mode :-)

Seul, à deux, à cinq ou plus ... dans une bonne ambiance et en toute convivialité. Chez vous ou dans le lieu de votre choix.

Pour en savoir plus :

email : revesco@reves-connectes.com

Téléphone : 01.53.32.50.53

Si vous recevez
ce flyer c'est que
nous sommes
voisins !

Découvrez aussi :

Rêves Connectés : Entreprises, Vivons vos expériences connectées
www.reves-connectes.com

Souvenirs Connectés : Écrivons et Partageons votre histoire et vos mémoires. www.souvenirs-connectes.com

Le Revo-Rama : Nos coups de coeur, nos découvertes, en famille et en vidéo. www.revo-rama.com



vous seriez
et a dit que M. le nom
merait recevoir des nouvelles de
vraiment scoute et Achille et
recuple pour écrire. Je lui ai
nor j'écrirais
que nous avon
avons eu du f
quand à la n
nous avons eu
choisir nos c
de fêter Bac
et de prépar
nous fallai
Nous avons a
d'amenée d
les lauriers
aller à l'éco
5.00 h. M est
des succès
messe d'a
Achille et



Écrivons et partageons
votre histoire
et vos **mémoires**



Souvenirs connectés

Que laisser à ses proches de sa propre existence et de ses expériences ?

En plus d'un nom sur un arbre généalogique, offrez votre histoire et vos mémoires.

Une nouvelle ou un roman... Pour vous, pour vos proches, pour la terre entière... c'est à vous de décider.

Nous vous proposons :

- ✕ Une série d'entretiens et de discussions conviviales, avec vous et/ou vos proches, à votre domicile ou dans des lieux que vous aimez, autour des événements qui ont marqué votre vie.
- ✕ La rédaction collaborative de ces récits.
- ✕ La prise de photos et de vidéos ainsi que la numérisation de vos documents et de vos souvenirs.
- ✕ La compilation de ces écrits sous forme de blog privé ou public, d'un livre numérique ou d'un livre papier traditionnel.
- ✕ Le partage et communication de ces documents selon vos souhaits
- ✕ Votre formation aux outils numériques grâce aux « ateliers connectés »



Qui sommes-nous :

C'est forts de plus de 17 années dans le secteur des nouvelles technologies et du web, que nous avons le plaisir de vous proposer nos services.

Rêves Connectés, qui propose déjà aux entreprises de rendre leurs expériences mémorables pour enchanter leurs clients, s'adresse aujourd'hui à tous avec « Souvenirs Connectés ». Pour cela nous allions notre expertise rédactionnelle, sociale et technologique à celles de Chantal Panas, auxiliaire de vie référente aux solides références, exerçant depuis 2008.

Contactez-nous pour un devis personnalisé au plus proche de votre besoin et de votre budget



✉ revesco@reves-connectes.com

☎ tél. 06 66 54 99 58

🌐 www.reves-connectes.com





✉ revesco@reves-connectes.com

☎ tél. +33 6 66 54 99 58

🌐 www.reves-connectes.com

