

HORS NORME

**CONSTRUIRE
SA STRATEGIE DIGITALE
SUR INSTAGRAM**



Catherine Pleeck



CATHERINE PLEECK

- Expert en stratégie digitale et réseaux sociaux
- Journaliste (Le Vif Weekend, Le Soir, Bizz Magazine)



@goodstories.agency



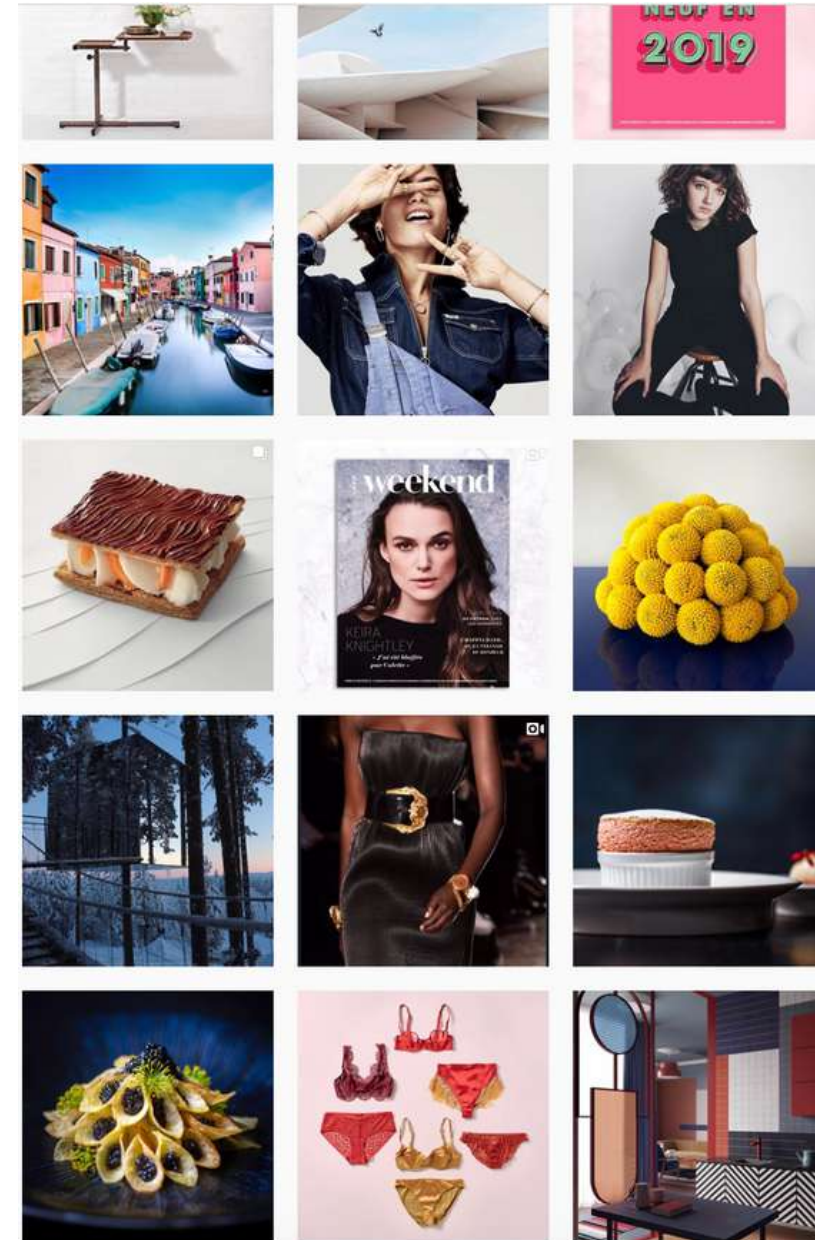
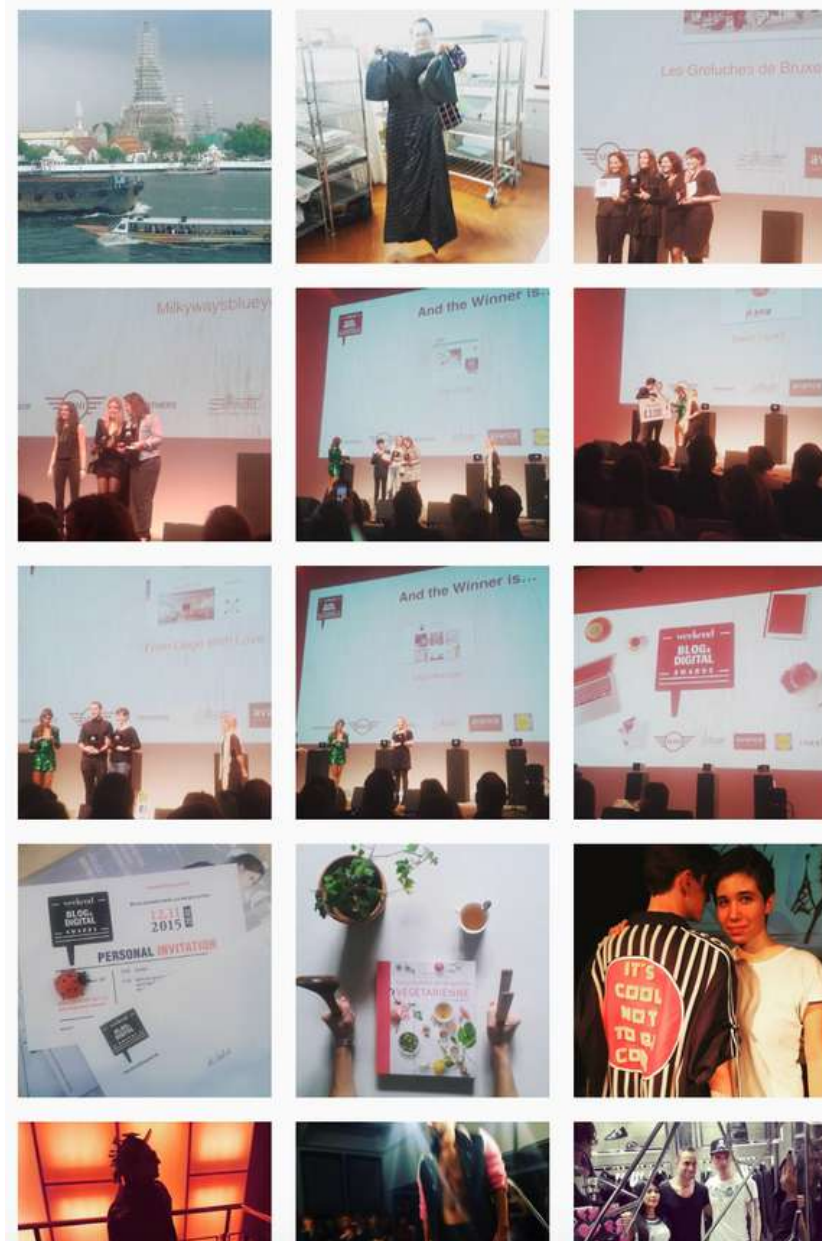
/catherinepleeck

SOMMAIRE

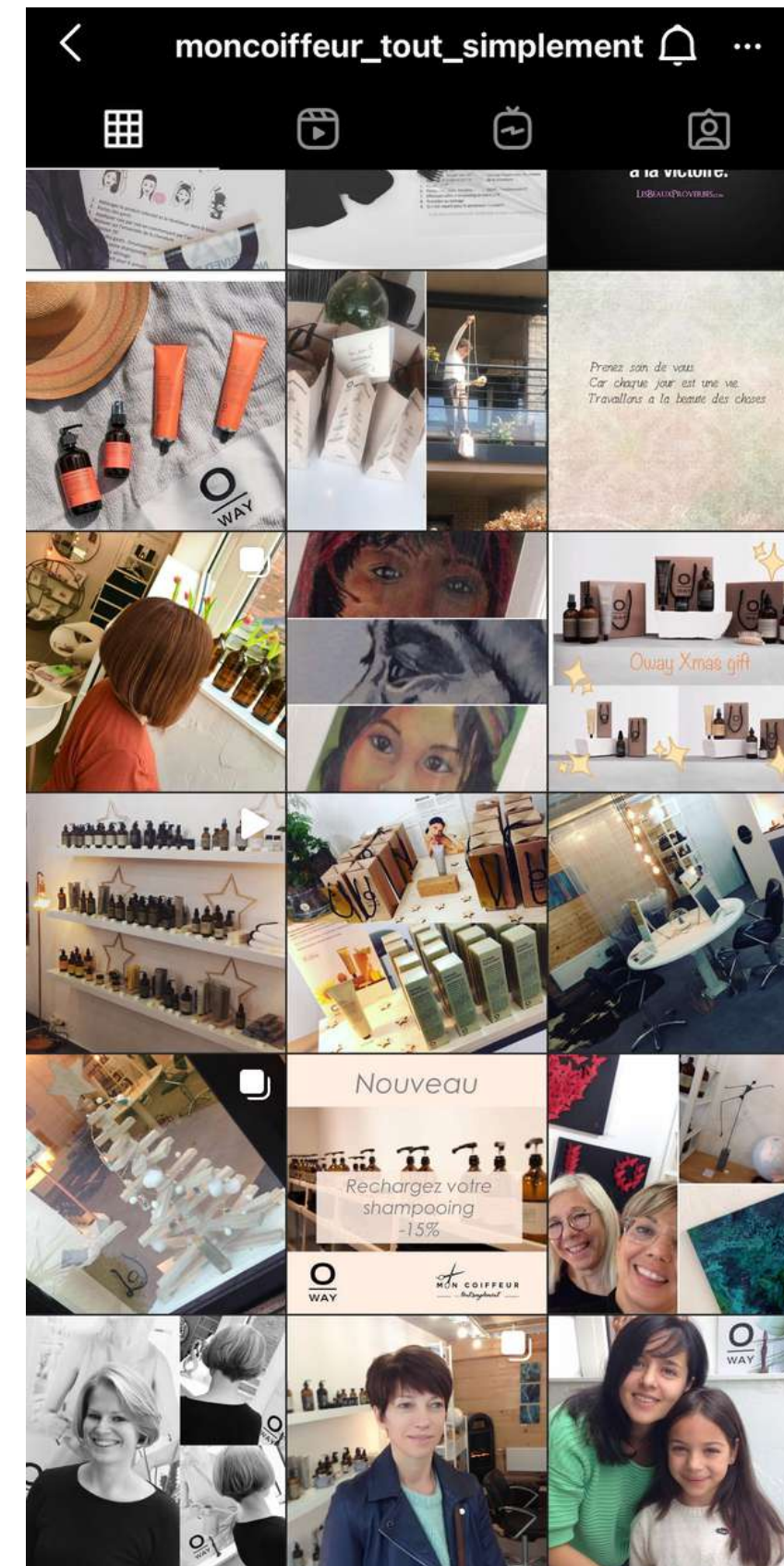
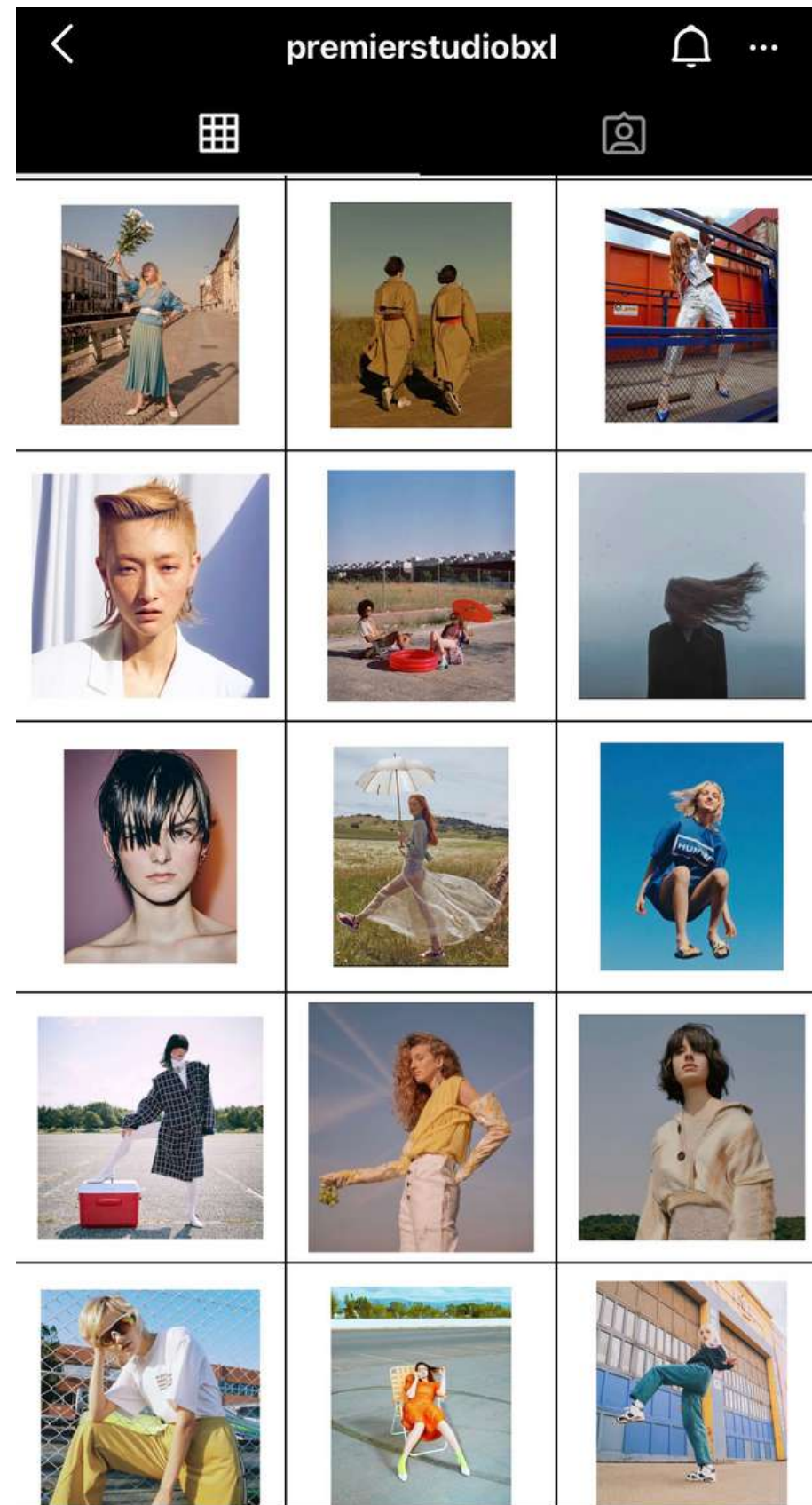
-
- 1 Intro
 - 2 Définition du projet
 - Qui?
 - Pour qui?
 - Quoi?
 - Pourquoi?
 - Comment?
 - Quand?
 - 3 Stratégie de contenu:
 - Optimiser sa bio
 - Identité Visuelle
 - Storytelling
 - Tone of voice
 - 4 Vendre via Instagram
-

1. INTRODUCTION

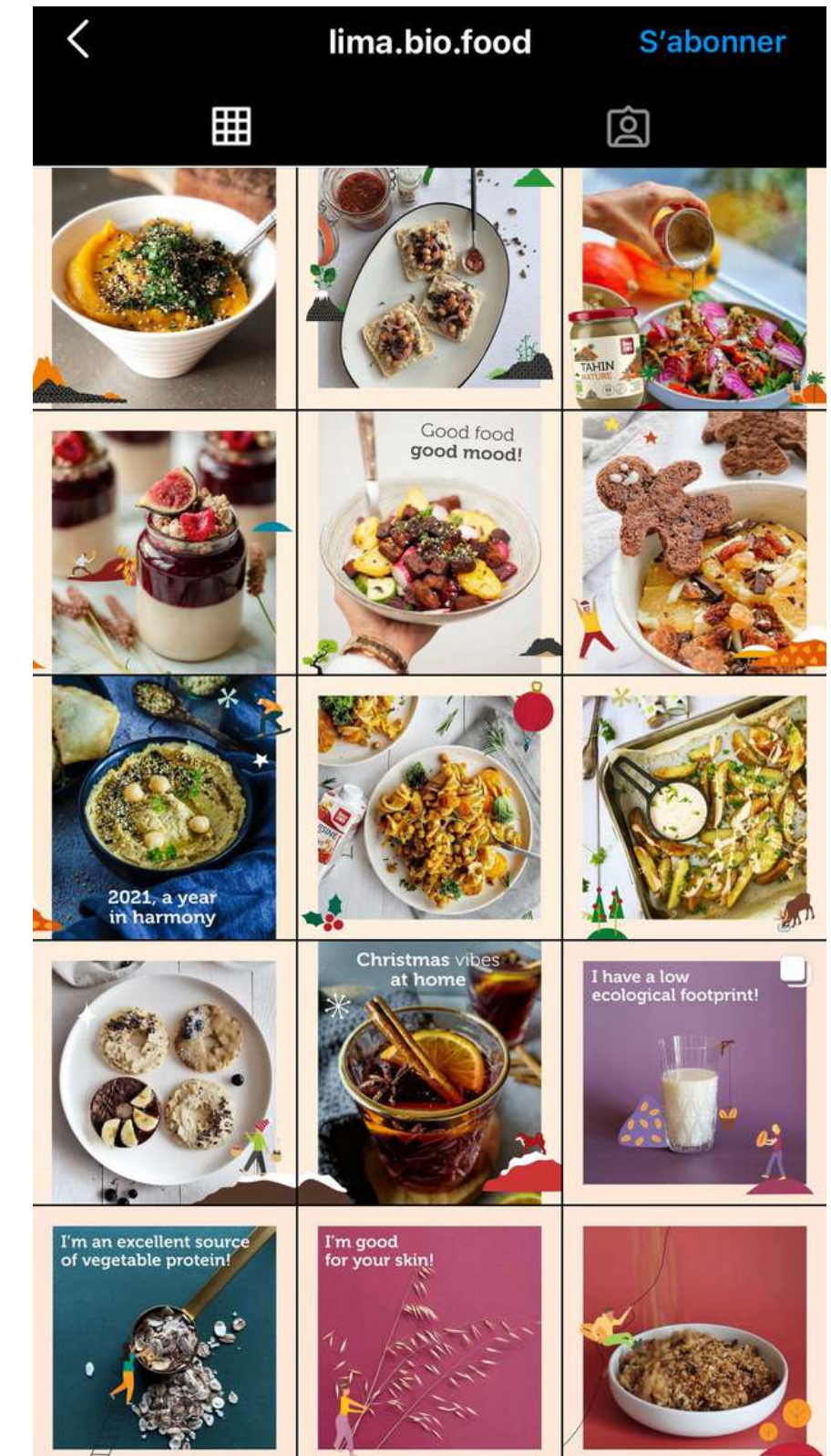
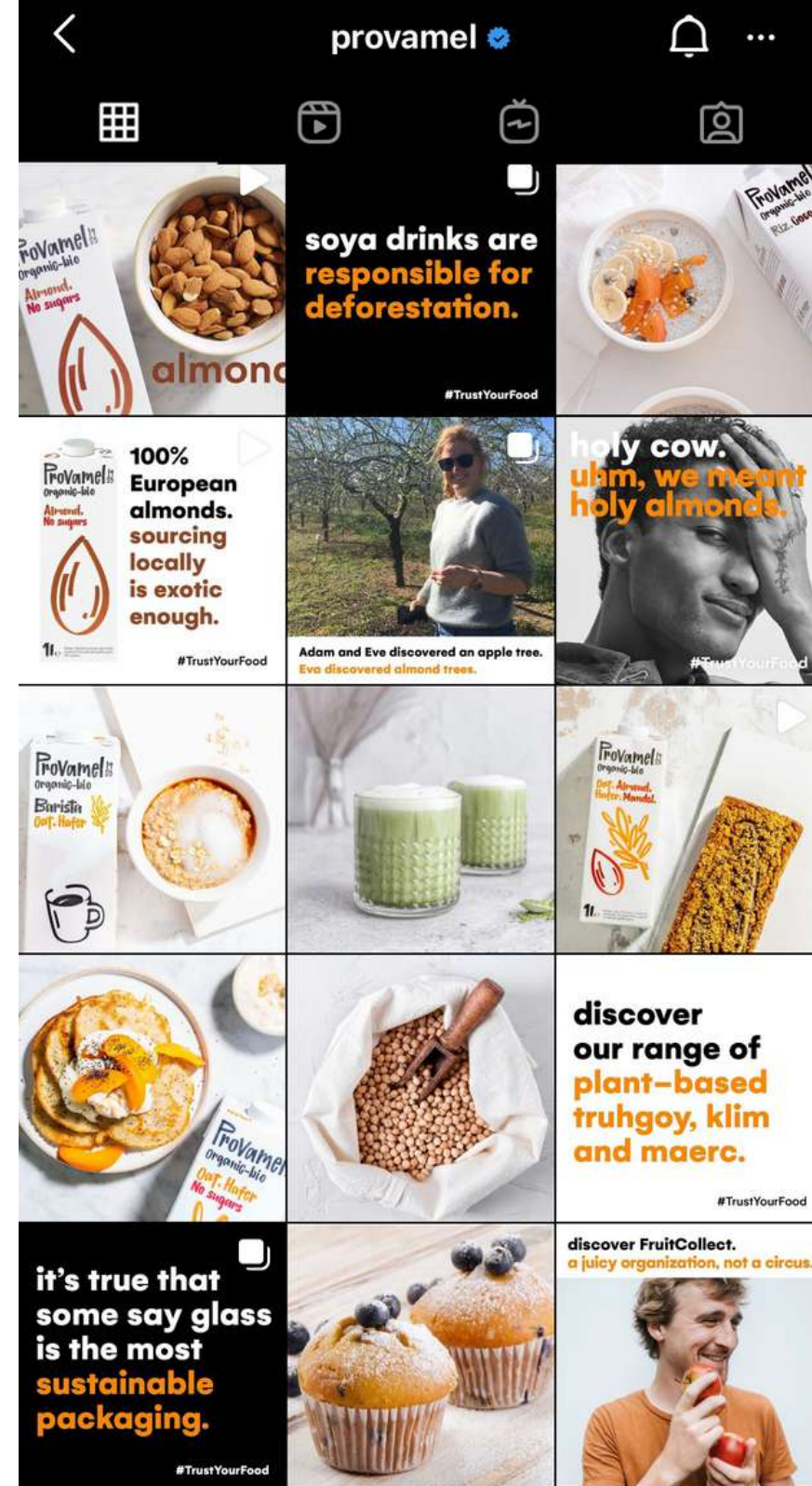
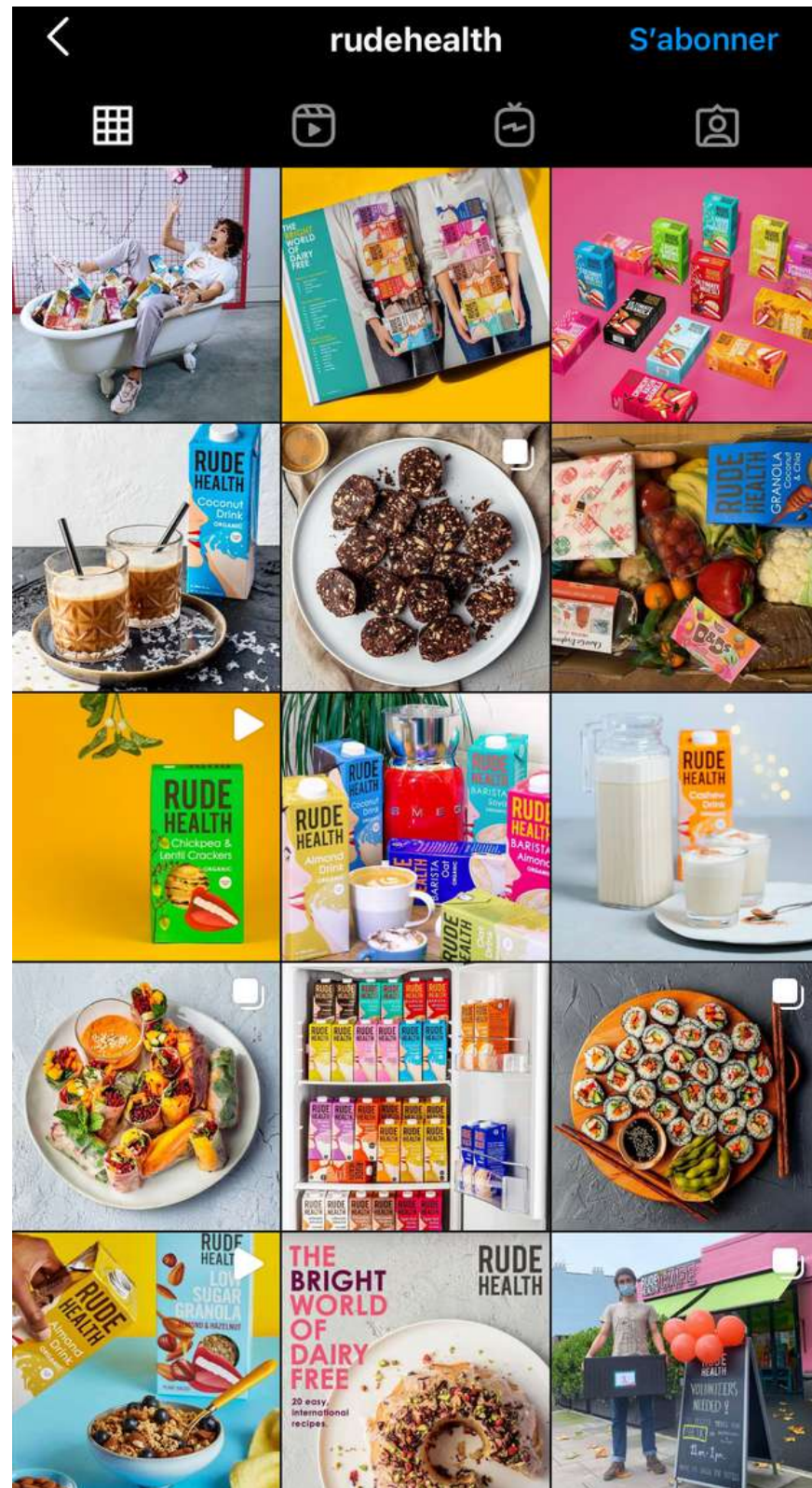
1. Instagram Avant - Après



1 Intro



1 Intro



2. Instagram en quelques chiffres

- **50%** des Belges (16-64 ans) sont **actifs** sur Instagram
- l'**engagement** sur Instagram est **10x plus élevé** que sur **Facebook**
- **80%** des gens sur Instagram suivent un compte business
- **75%** des utilisateurs passent à l'action une fois inspirés par une publication.
- **2020** était l'année des **stories et des reels**
- **2021** privilégie les contenus de qualité (partages, enregistrements et temps de visionnage).



3. Comment fonctionne l'algorithme d'Instagram?

La règle de base: l'engagement

Les critères:

- Temps consacré à regarder vos photos et lire vos légendes
- S'ils regardent et interagissent à vos Stories, direct et IGTV.
- L'intérêt et la pertinence
- L'opportunité (priorité aux nouveaux posts)
- Les relations

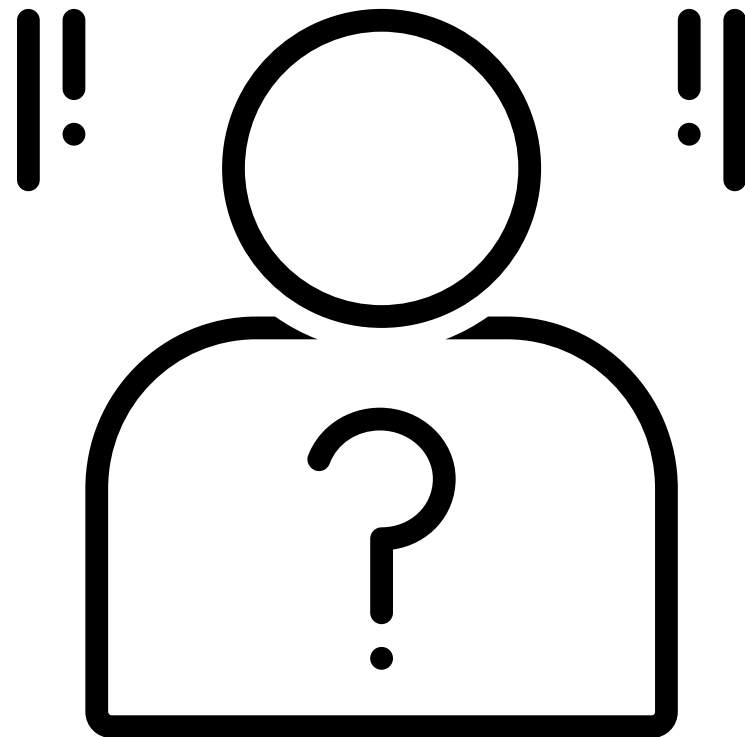


Comment fonctionne l'algorithme d'Instagram

Source : stedavies.com



2. DÉFINITION DU PROJET



QUI?

Comment voulez-vous vous présenter?

Quelle est votre "proposition de valeur unique"?

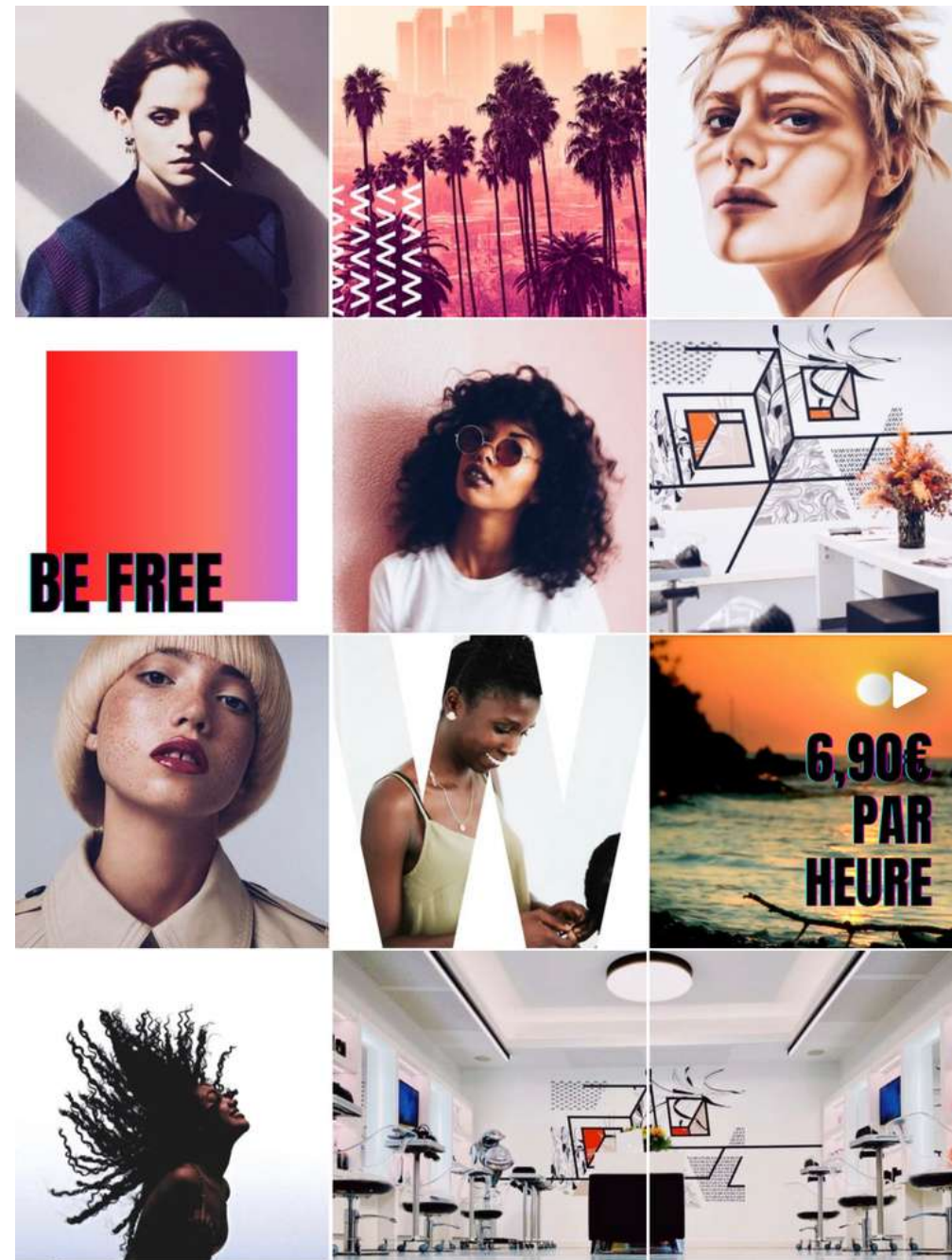


POUR QUI?

A qui allez-vous vous adresser?

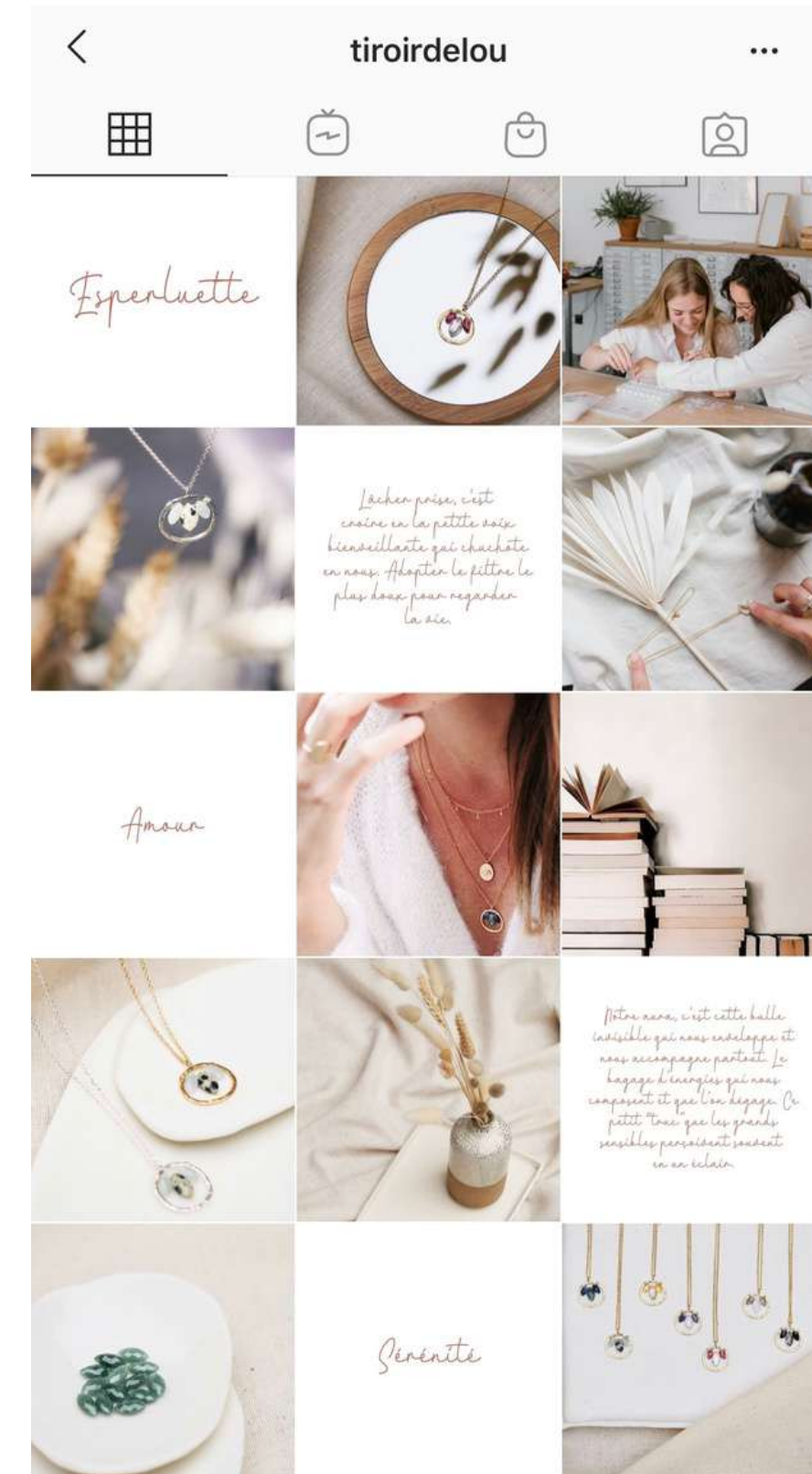
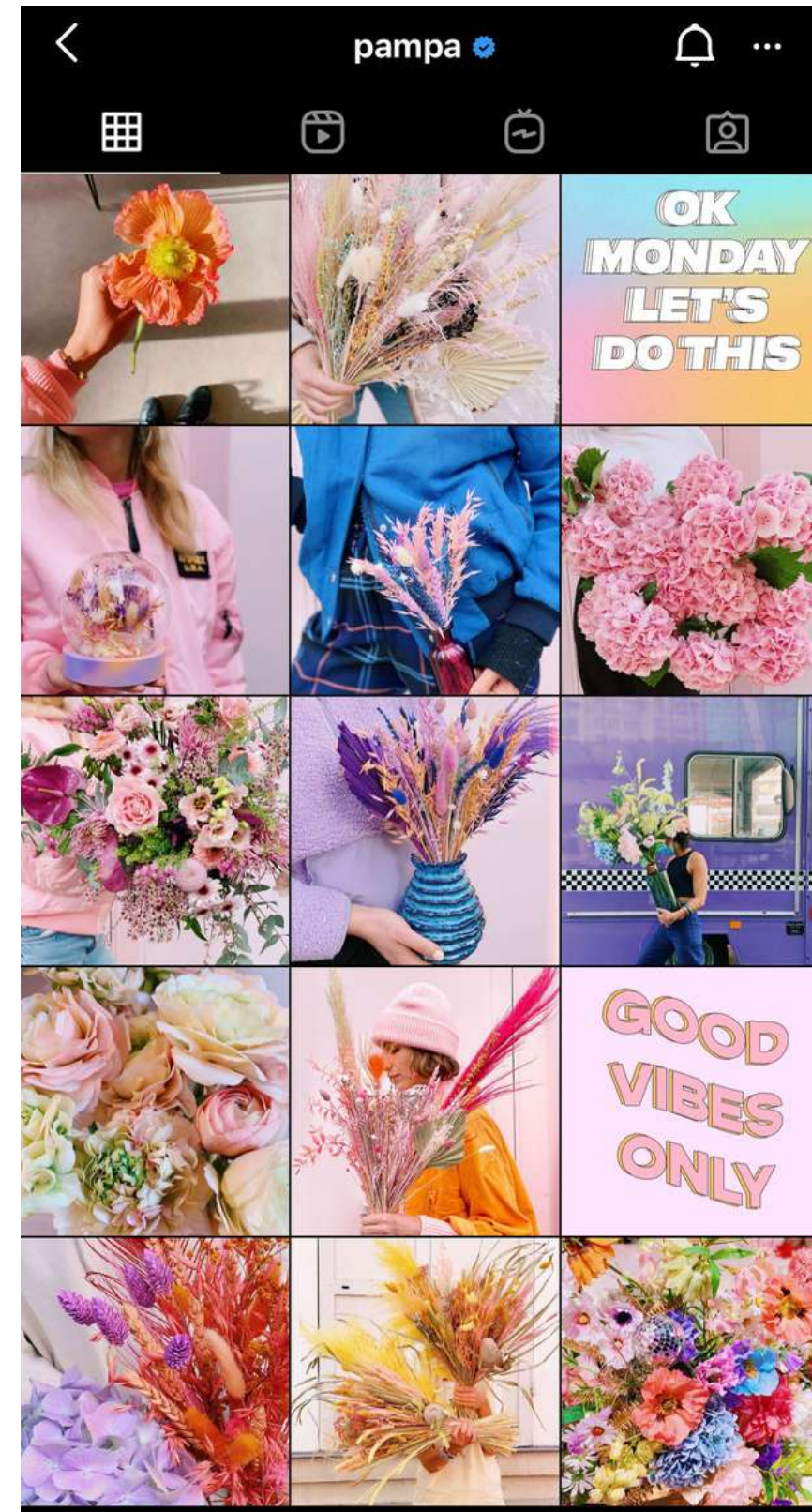
Imaginez vos personae, ce qu'ils aiment, ce qu'ils souhaitent voir.

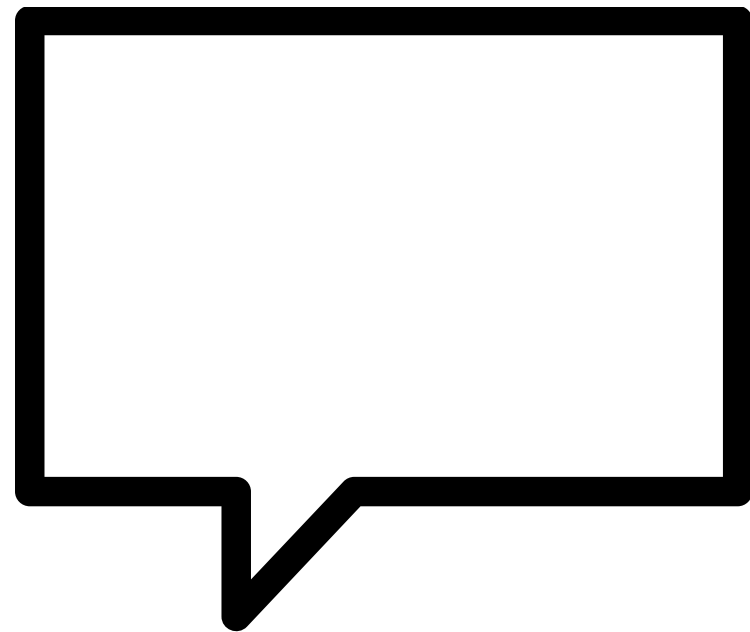
2 Définition du projet



THE WAVE
COWORKING

WAVMVA
VAVMVM
WAVMVA
VAVMVM





QUOI? POURQUOI?

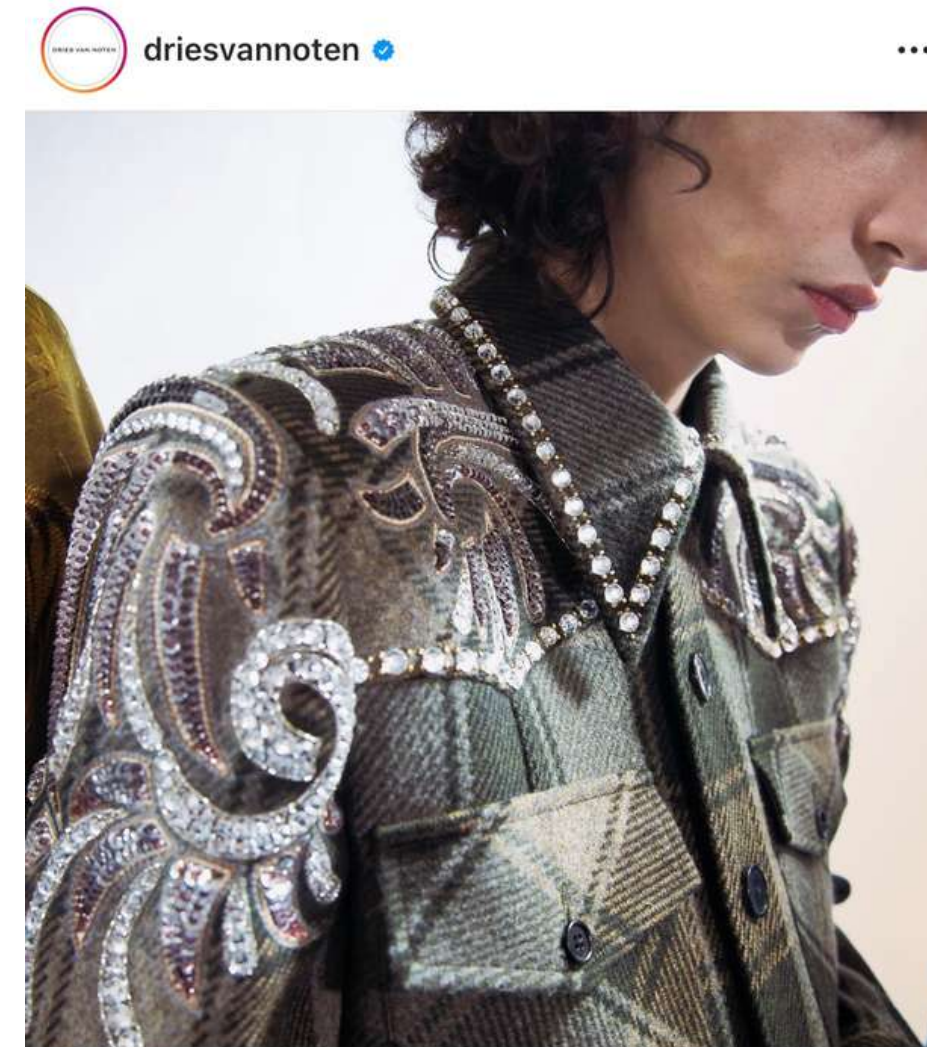
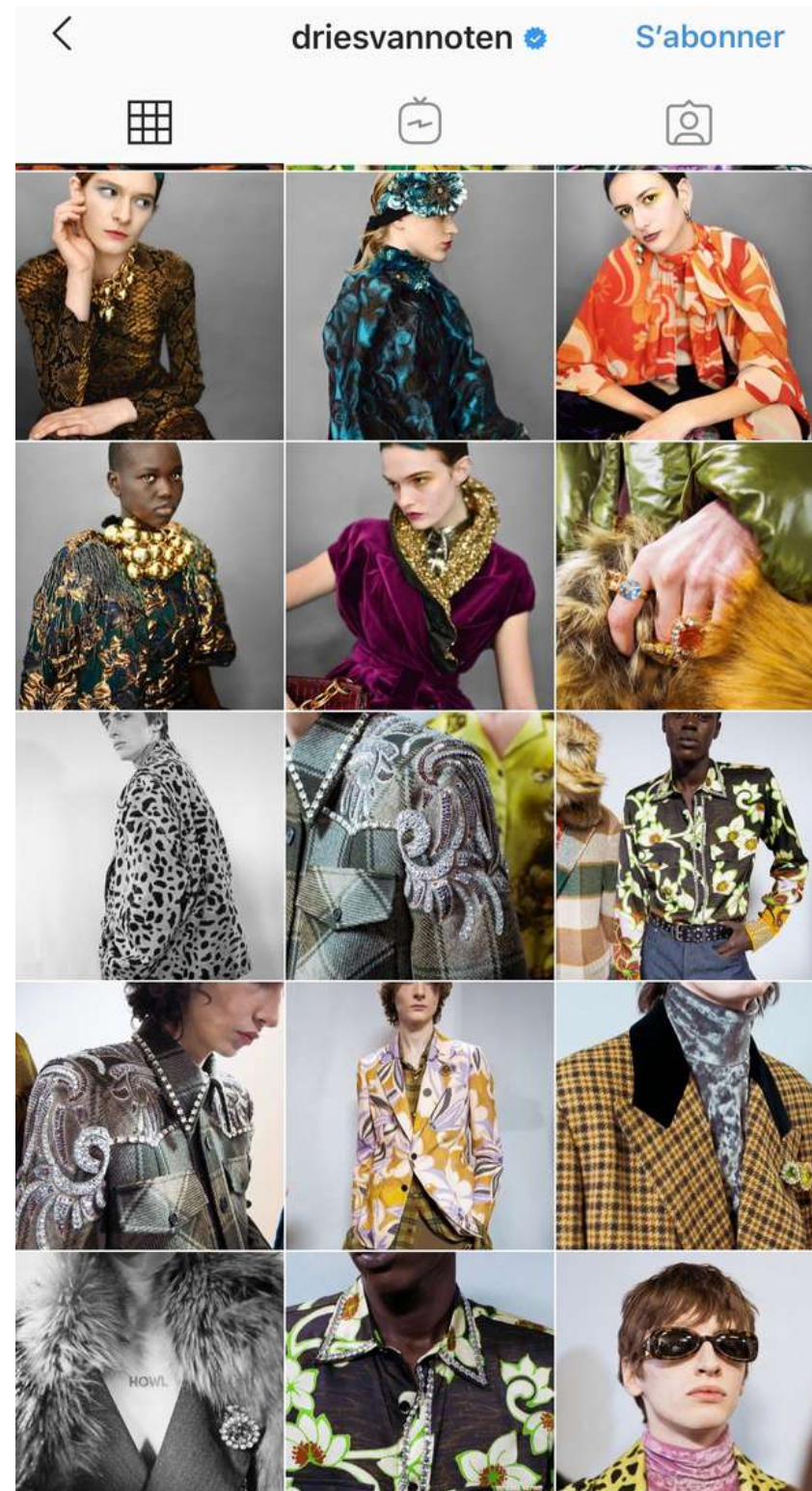
Qu'allez-vous raconter?

Quel est votre objectif?

...

2 Définition du projet

Profile page for **driesvannoten** (verified account). The profile shows 1153 publications, 1 million followers, and 3 subscriptions. The bio identifies it as the official account and lists several followers. Navigation buttons for 'S'abonner' and 'Écrire' are visible, along with a grid of recent posts.



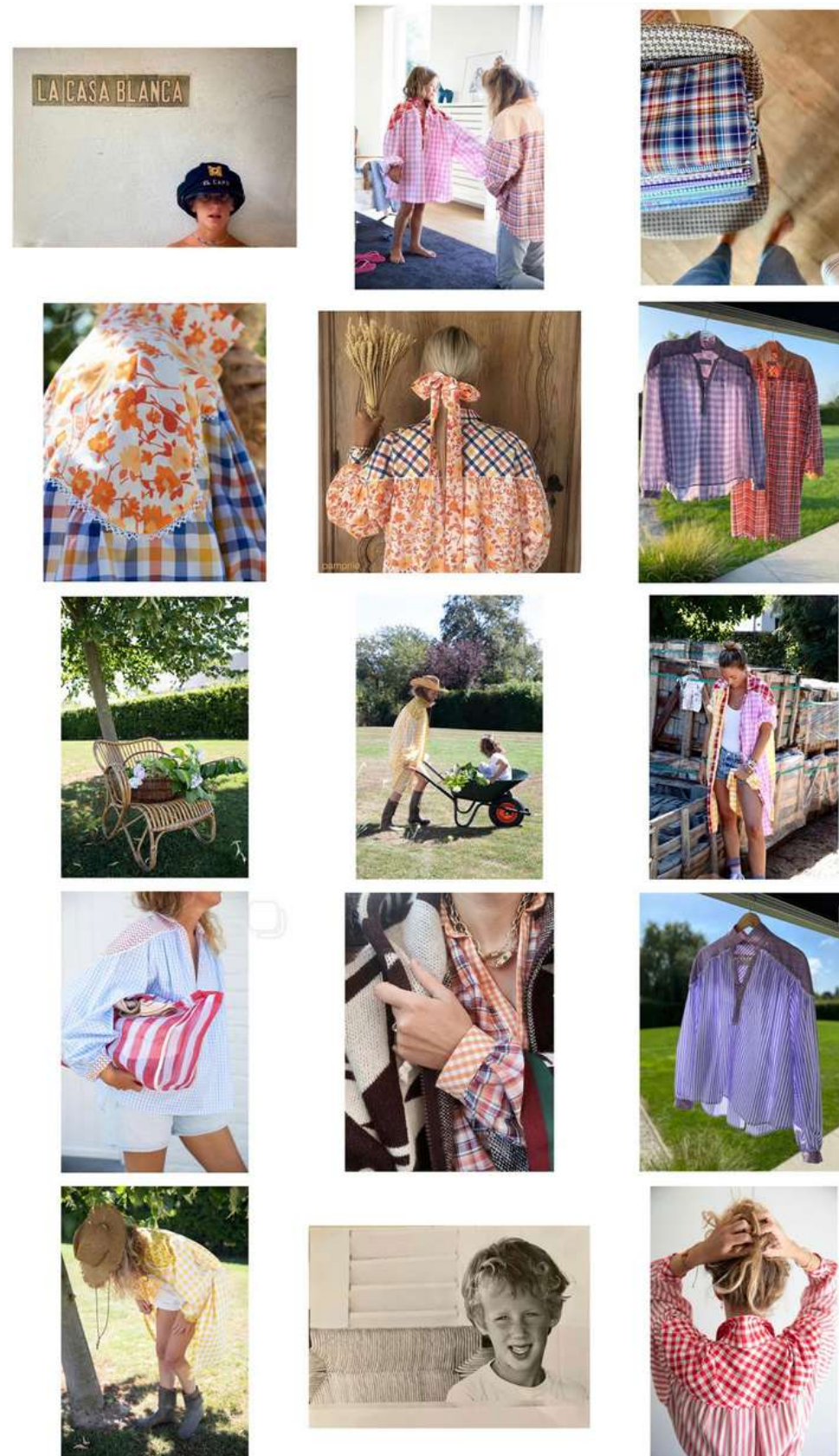
10 592 J'aime
driesvannoten Men Autumn Winter 2020-21
Picture: @filepmotwary... suite

2 Définition du projet



212 Publications 2584 Abonnés 402 Abonnements

PAOLINA
Vêtements (Marque)
Belgian Brand with Catalan Accents
• One Size Shirts - Numbered
• By @macha_dormal
• cachemirecotonsoie & la_suite_by_ag
www.paolina.be/



paolina_clothes



👍 🗨 📌

Aimé par move_180_sports et 205 autres personnes
paolina_clothes Exactly 20 years ago, he asked to marry me! We were spending a sunny afternoon on my grandfather's Catalan boat, Paulina, anchored in the Bay of Aiguablava. I was only 23 but knew for a long time already, he would be the Love of my life! ❤️

paolina_clothes



👍 🗨 📌

31 J'aime
paolina_clothes Mood
#moodoftheday ☀️ #dirtydancing 🌊 Dive into
#PaolinasWorld... suite
27 mai - Afficher la traduction



COMMENT? QUAND?

Posts / Stories

Photos / Quotes / Vidéo

1x/jour ----- 1 ou 3x/semaine

...

3. STRATEGIE DE CONTENU

1. Optimiser sa bio



Vicky's Donuts
Boulangerie
Hackney, London
Available 7 days a week @bigshotldn
Order online: vickysdonuts.com
Vegan available
vickysdonuts.com
London, United Kingdom
Voir la traduction

833 Publications 100 K Abonnés



PIED DE BICHE
Vêtements (Marque)
Parisian brand 🇫🇷 Italian leather, high quality shoes handmade in Portugal •
Shipping Worldwide • #pieddebiche #instabiche #shoes #paris
bit.ly/PDBParis
5 rue Commines, Paris, France

337 publications 31,1 K abonnés 54 abonner



kathleenlights ✓
South FL 🇺🇸 Cubana
Beauty Vlogger, Coffee Lover 🍷☕
👤 - Kathizzle11
* For Business Inquiries-
kathleenlights@yahoo.com
Subscribe to my channel 📺
youtube.com/kathleenlights

1 894 publi. 1,5 mio abonnés

Suivre



SNOBE
Mode et création
SNOBE GET AN ATTITUDE #mourirdamour #1080
www.snobe.be/
Abonné(e)s : isabelle.blandiaux, coucoushop.be et adelaiidee

88 Publications 1 851 Abonnés 43 Abonnements

Voir la boutique

S'abonner Écrire E-mail

10SO PRESS LES GENS RE/SNOBE HASHTAG



LŌU.YETU ✓
Boutique de bijoux et de montres
• Petits bijoux en plaqué or 3 microns
• Qui résistent à la vie
• Fondatrice : Camille Riou @camilleriou_ly
Dès 20€ | Ship (almost) worldwide ✉️🌍❤️
www.louyetu.fr/
35 rue de Poitou, Paris, France

1 732 publications 252 K abonnés

S'abonner



Agence Cotillon
Service d'organisation de mariages
Wedding Planner en baskets
🌈 Sur mesure et petit truc en plus
📍 Nantes, France
linktr.ee/agencecotillon

64 Publications 754 Abonnés



Ace & Tate
Boutique de lunettes et lunettes de soleil
Show us your fresh summer style with #aceandtate for a chance to be reposted. 🕶️👓🍦
a--t.co/Spotlight

2 026 Publications 142 K Abonnés 524 Abonnements



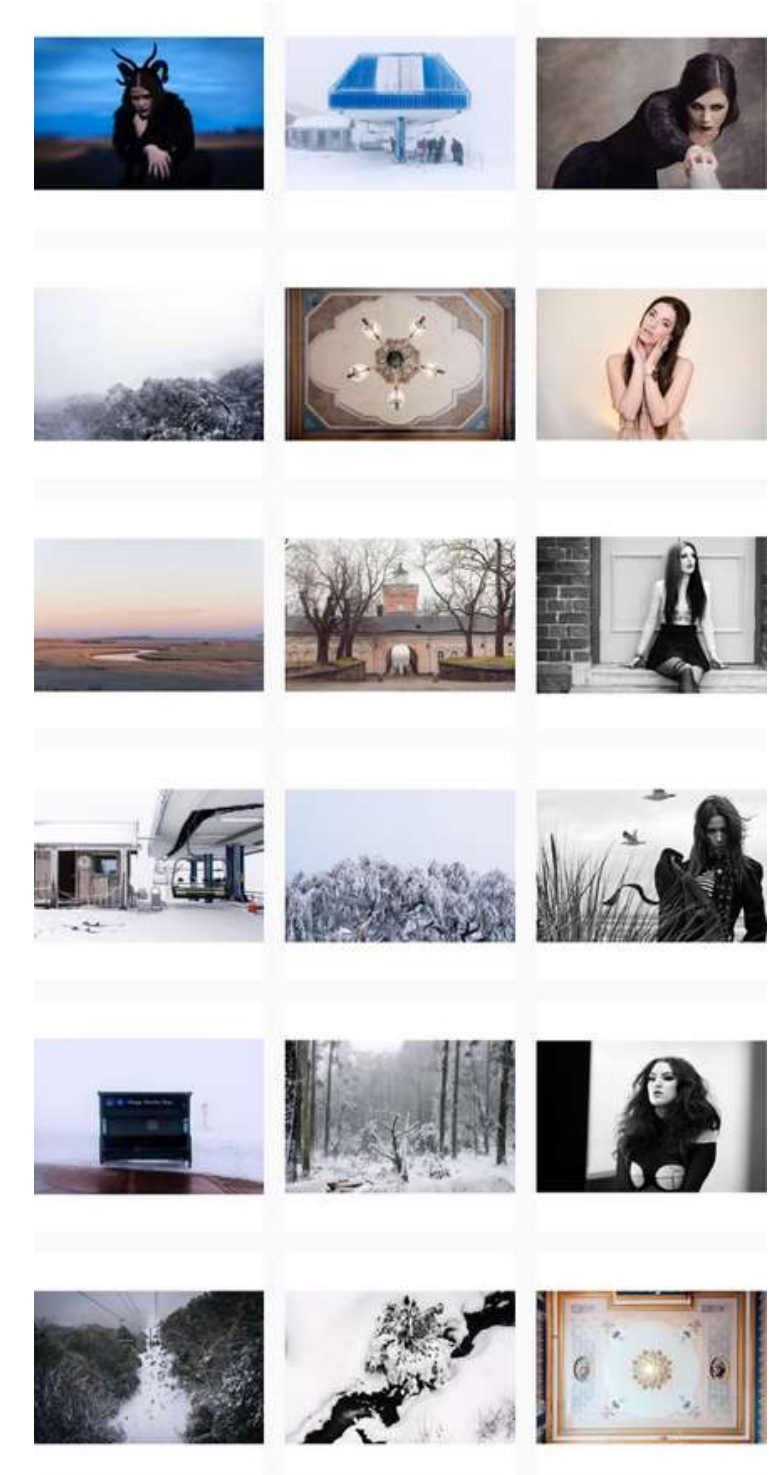
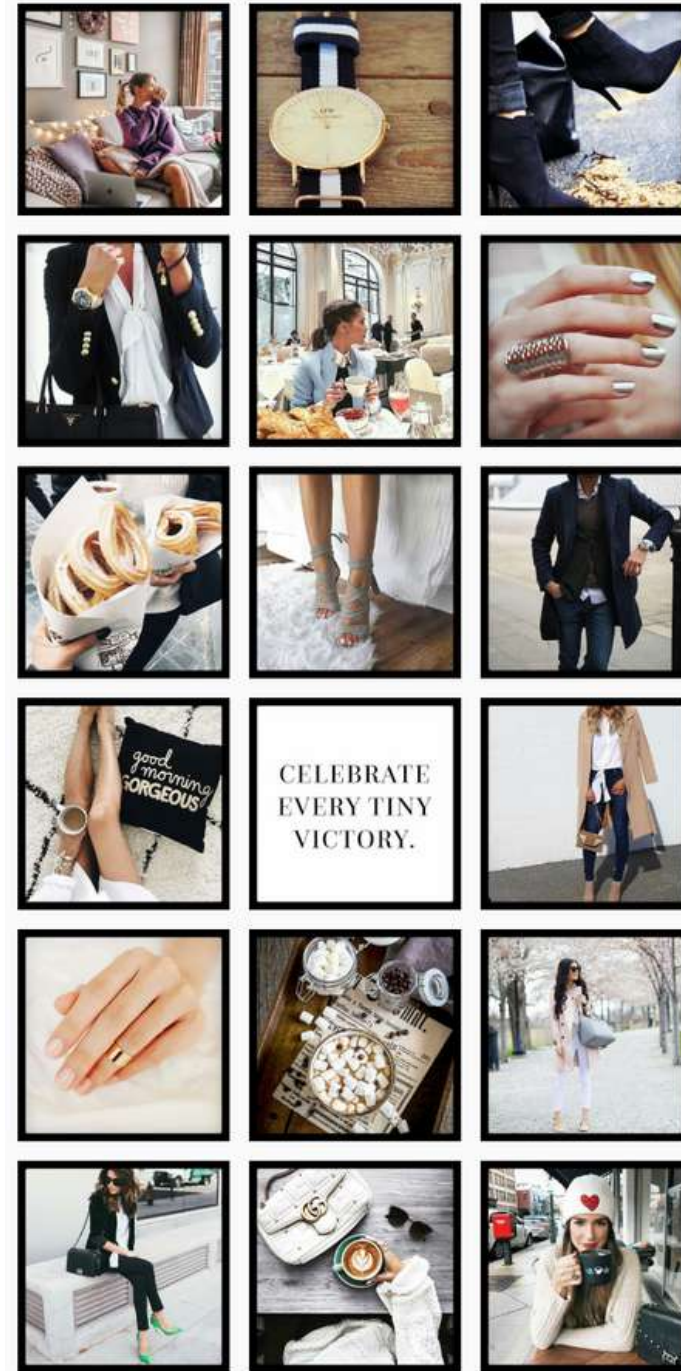
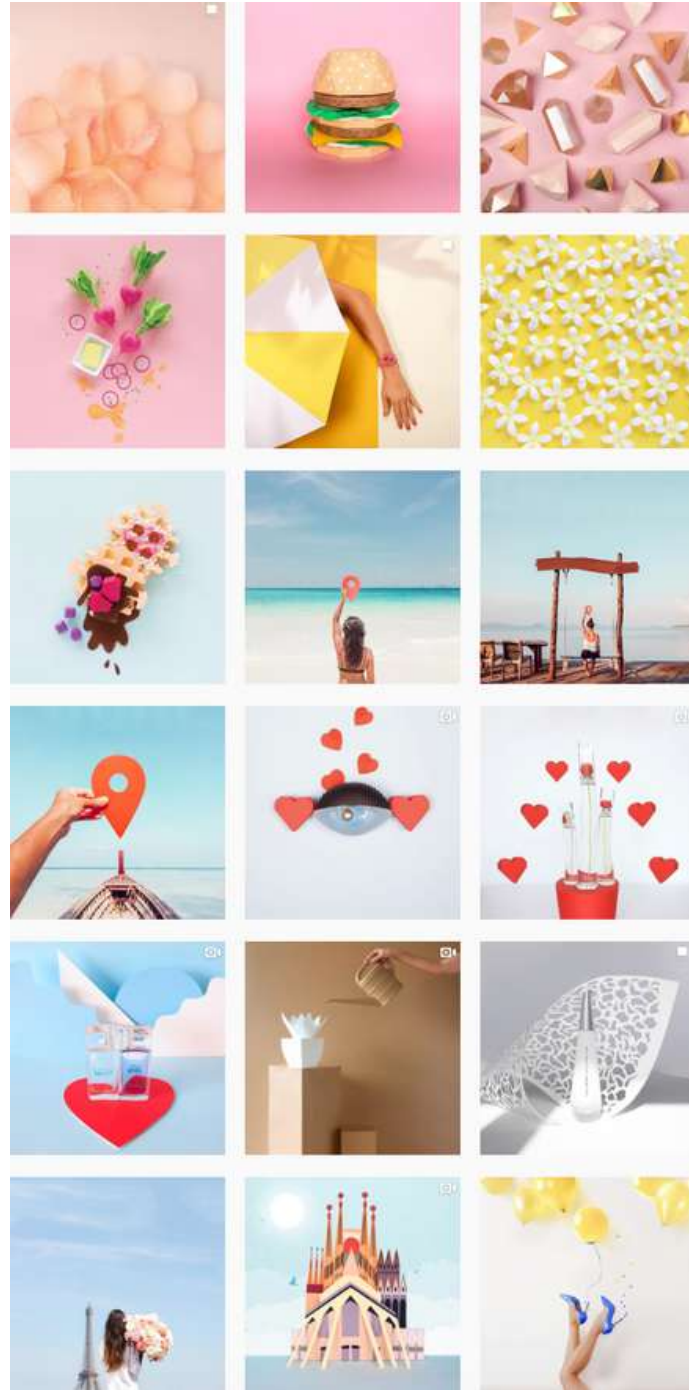
FILS DE PÔMME 🇫🇷
Vins/spiritueux
The French Botanical Cidre 🇫🇷
La 1ère marque 100% Bio de Cidres
• 🌿 Biologique & Naturelle
• 🍷 Peu Calorique
• 🏆 Vice Meilleur Cidre International 2017
www.fils-de-pomme.com/
TEL: 0033 (0)7 83 68 35 89, Paris, France

158 publications 12,1 K abonnés 953 abonnements

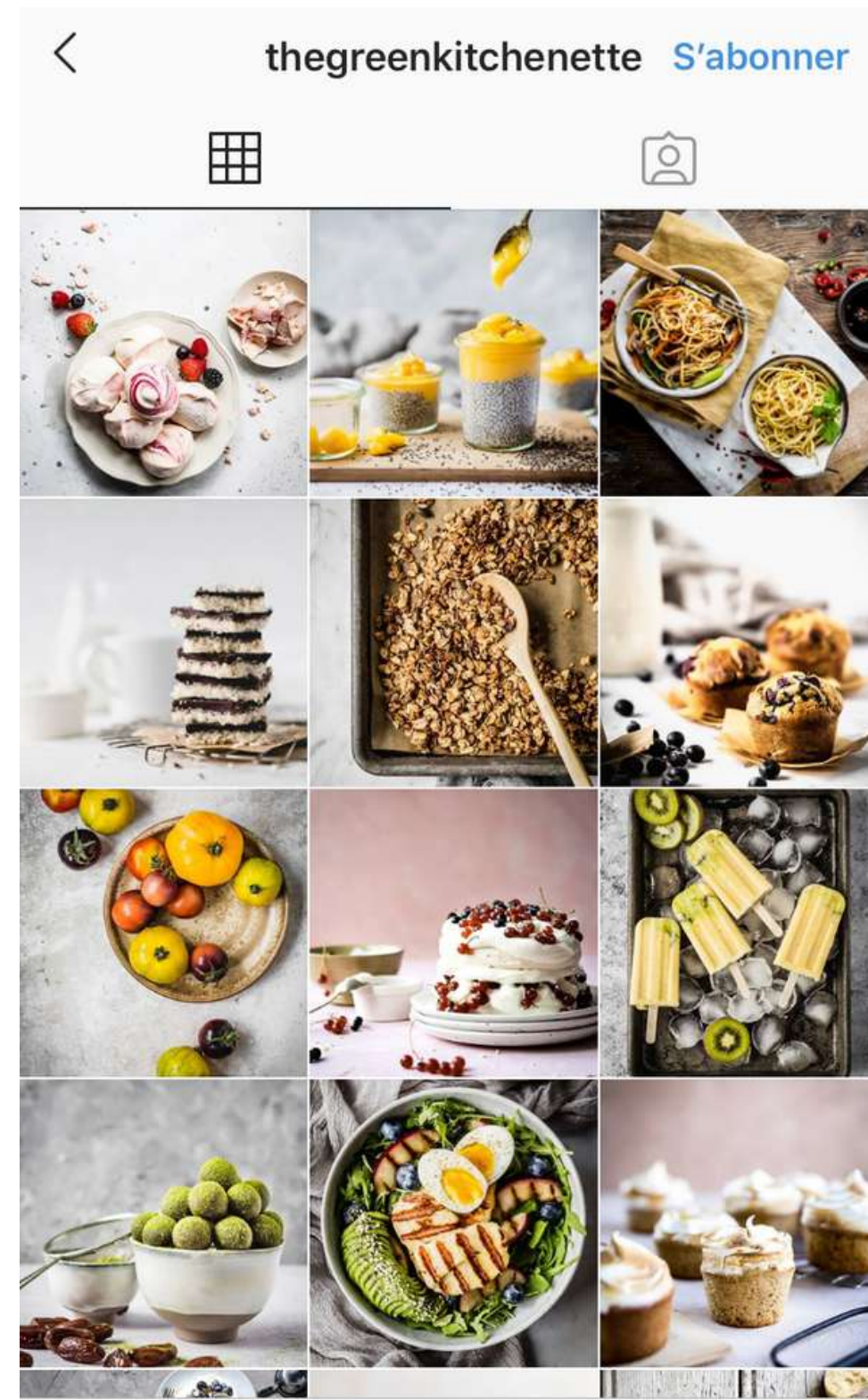
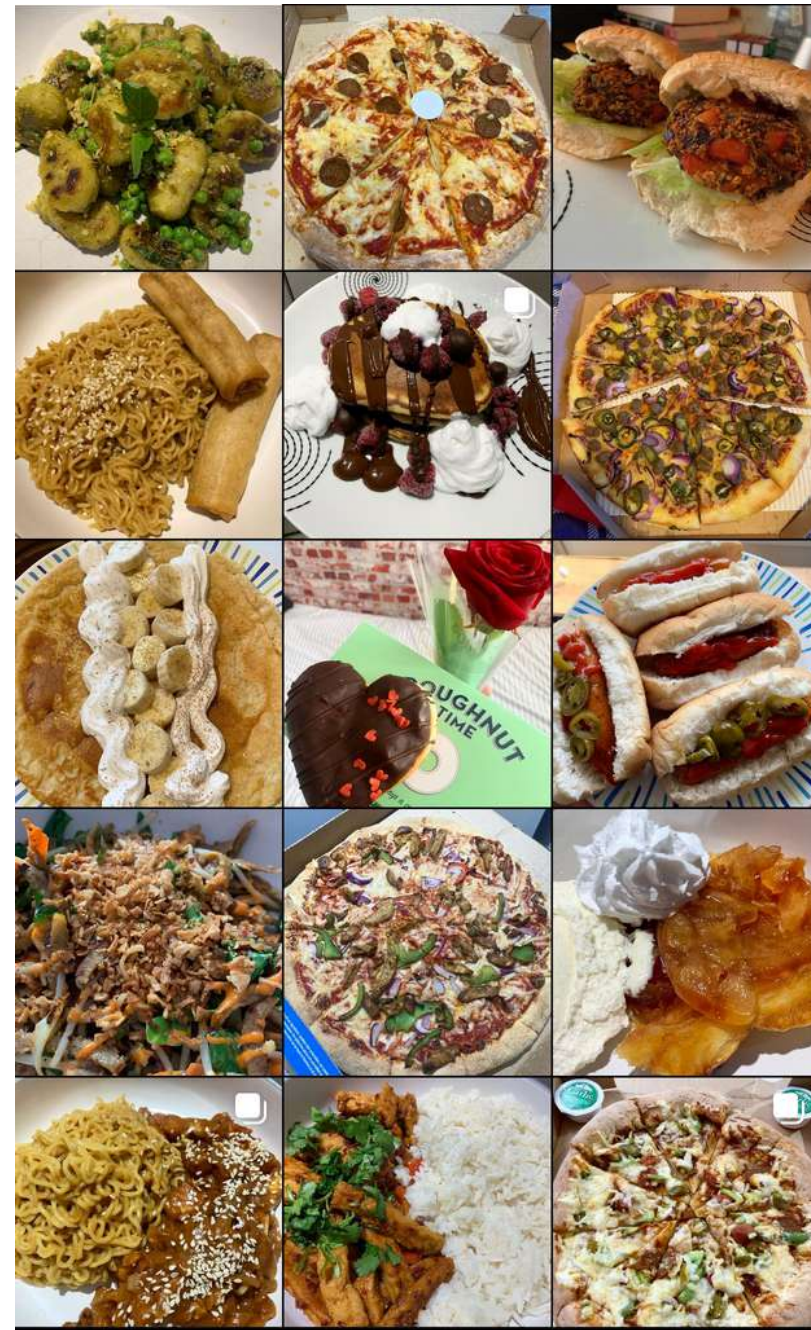
Suivre

→ Tout l'espace disponible optimisé

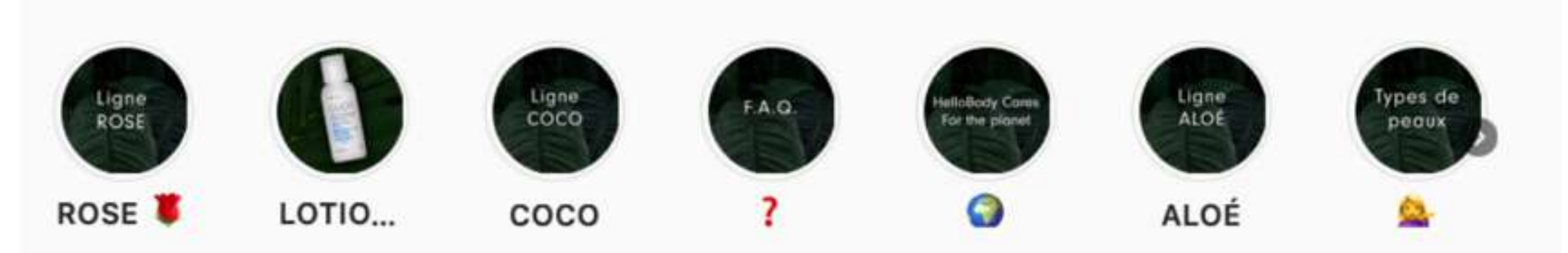
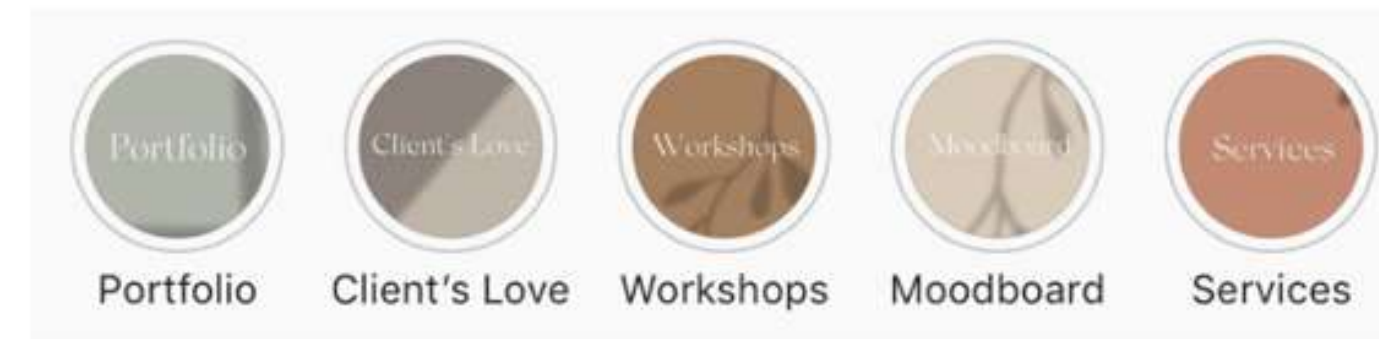
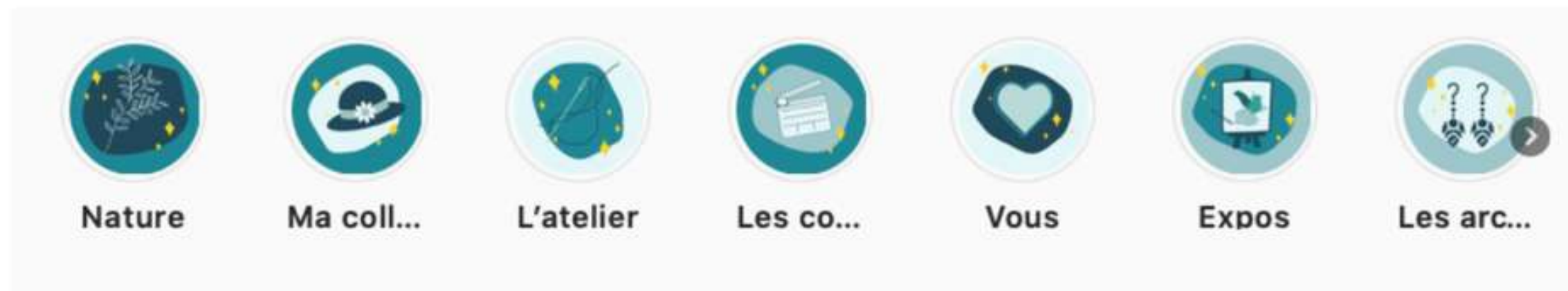
2. Trouver son identité Visuelle



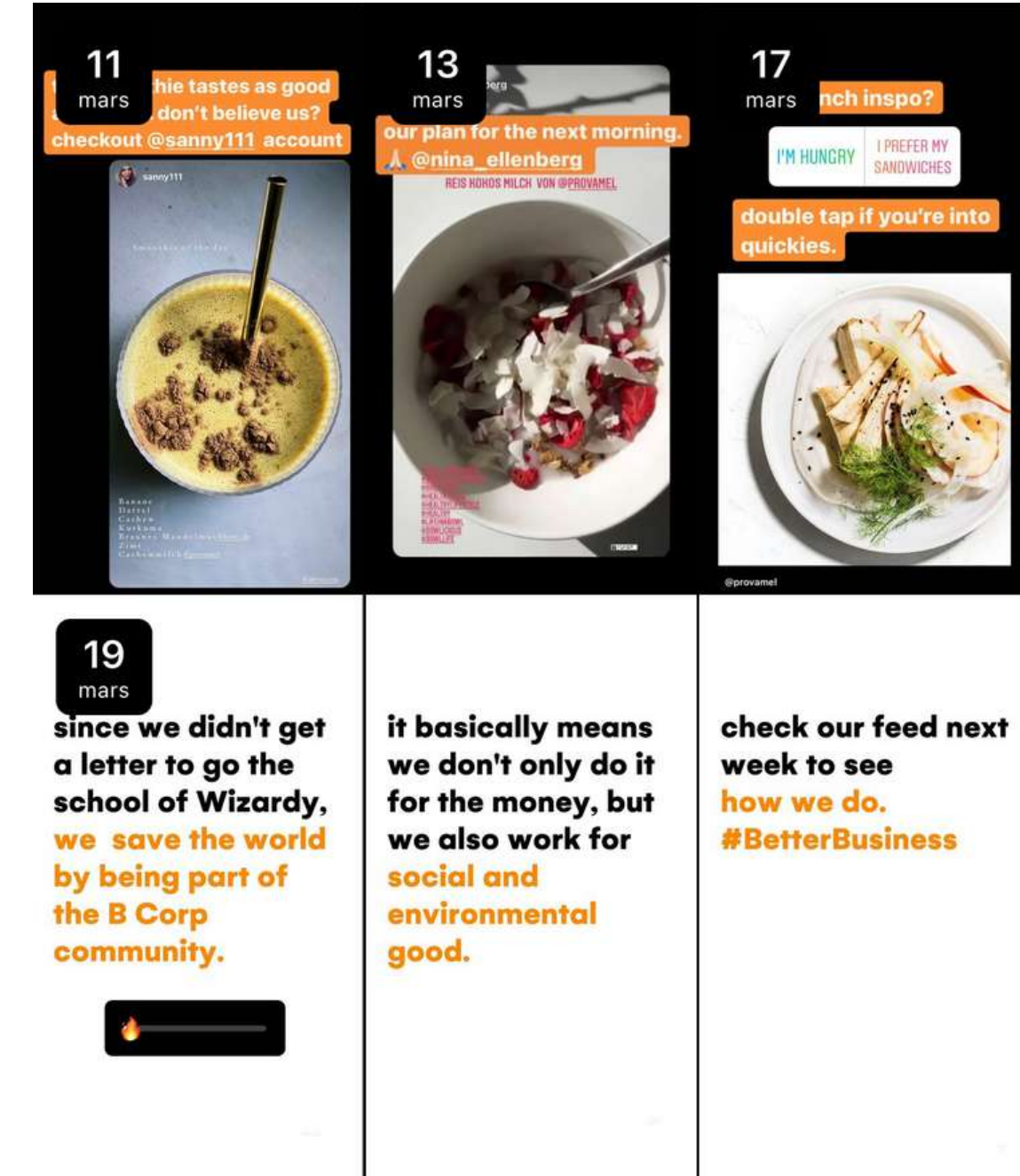
2. Trouver son identité Visuelle



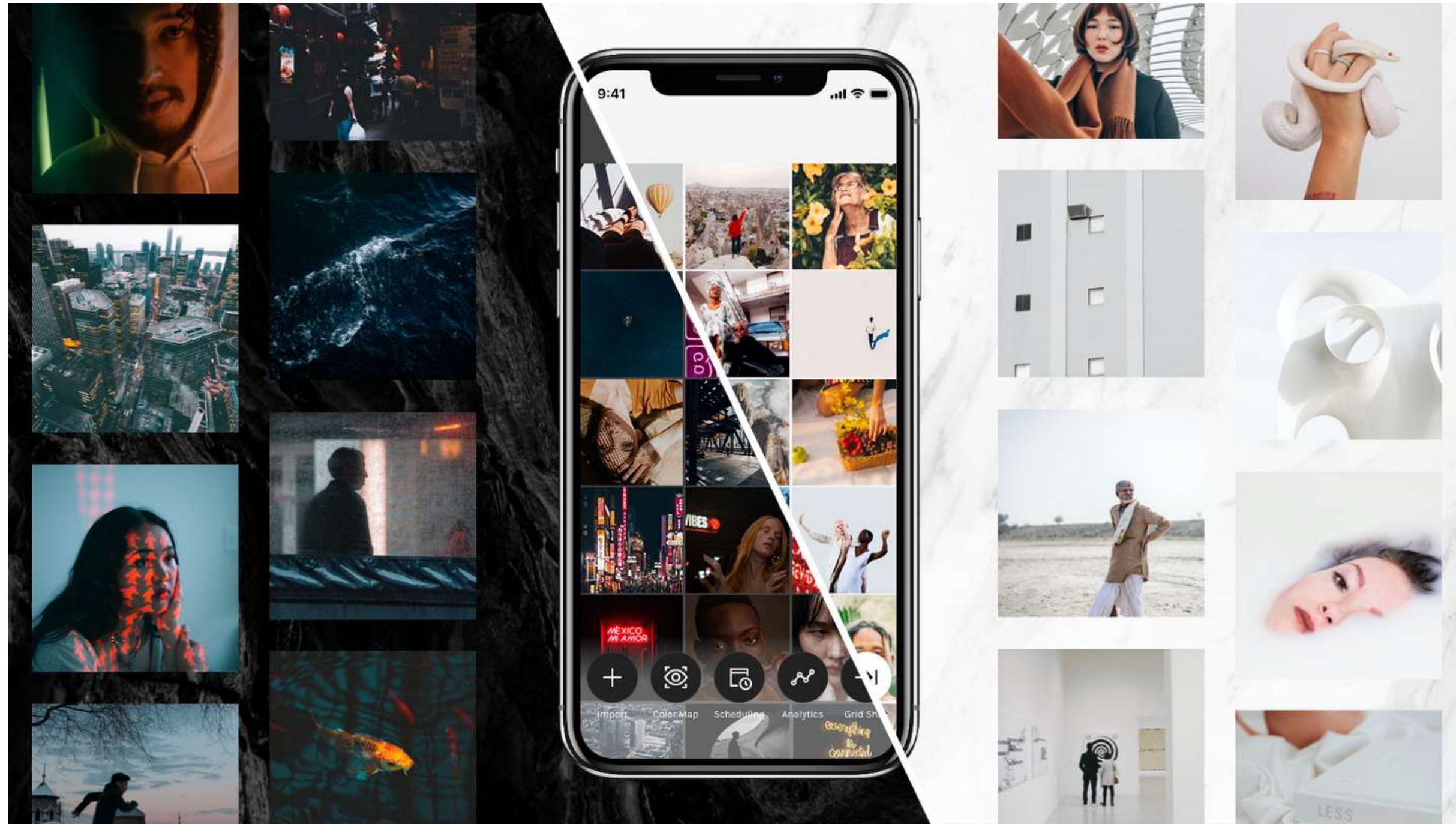
2. Trouver son identité Visuelle



2. Trouver son identité Visuelle

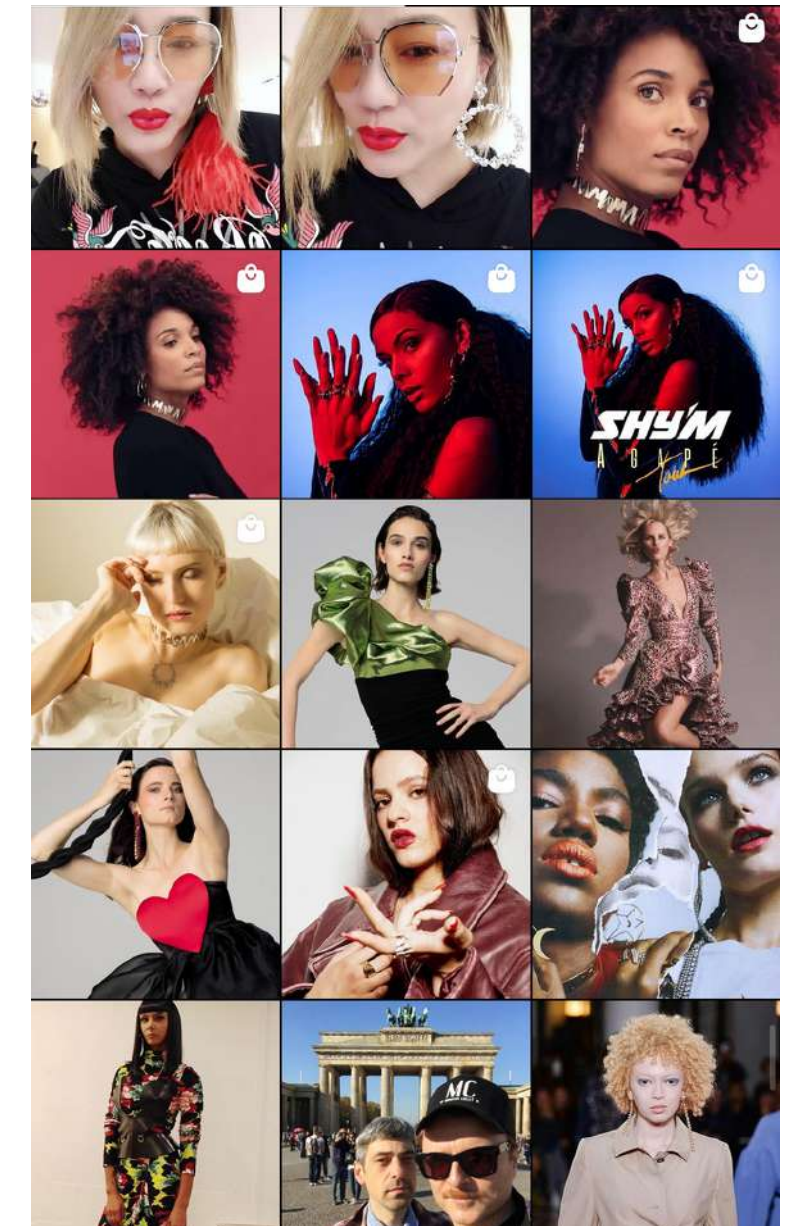
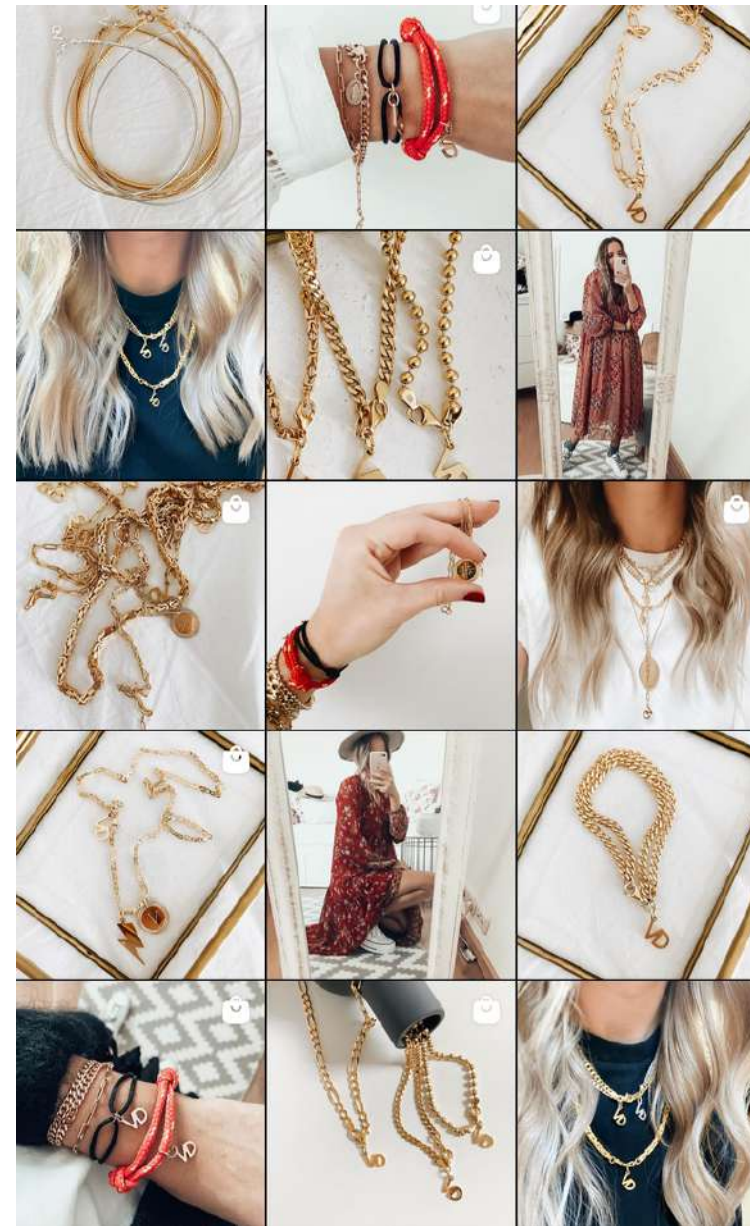
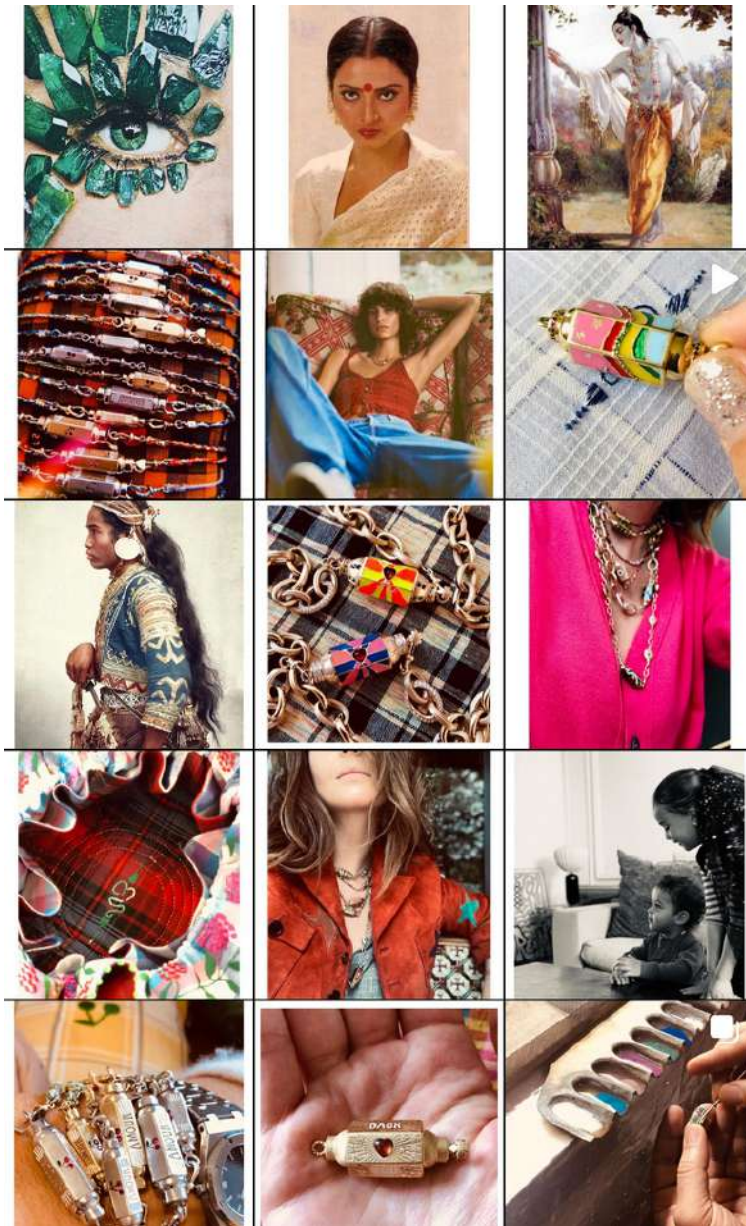


2. Comment créer une identité de marque forte?



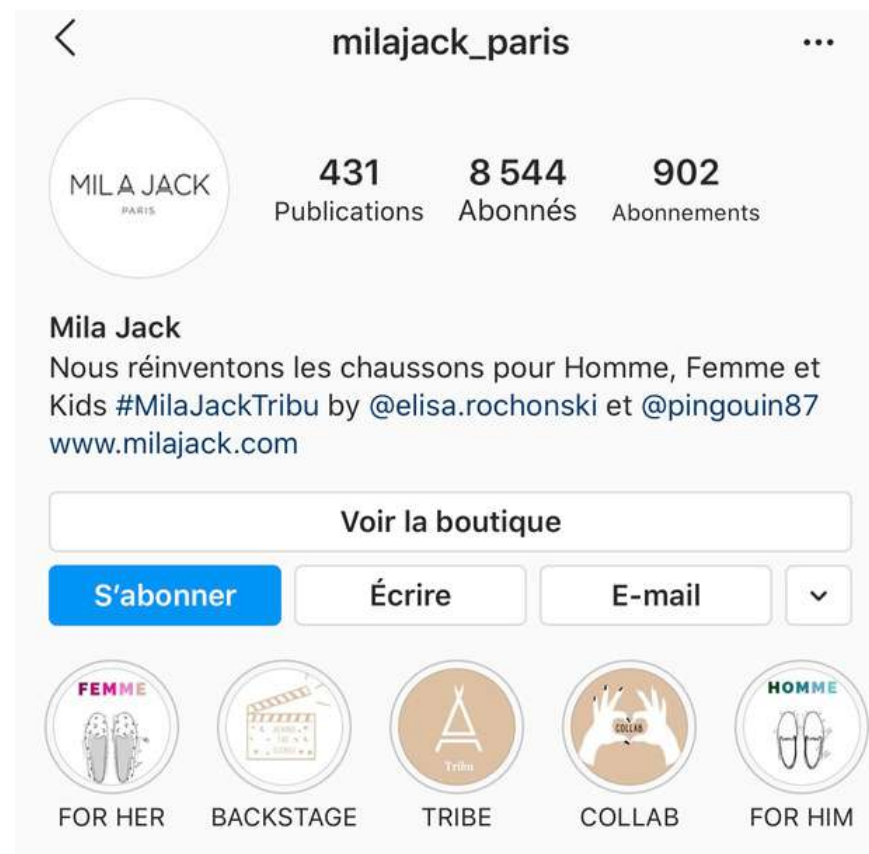
2. Comment créer une identité de marque forte?

A. Choisir son esthétique, en analysant la concurrence



2. Comment créer une identité de marque forte?

C. Garder une grille équilibrée



milajack_paris

MILA JACK PARIS

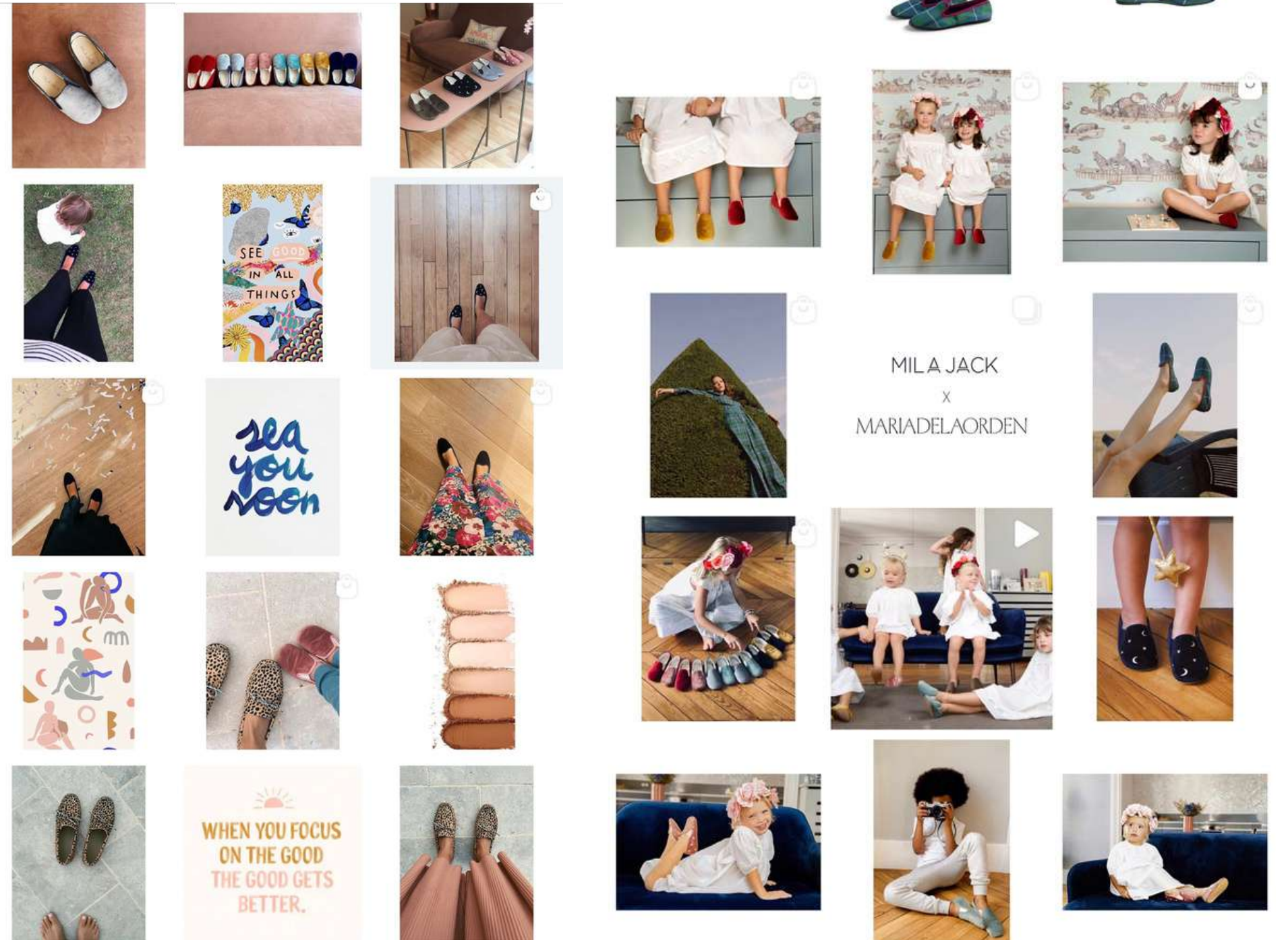
431 Publications 8 544 Abonnés 902 Abonnements

Mila Jack
Nous réinventons les chaussons pour Homme, Femme et Kids #MilaJackTribu by @elisa.rochonski et @pingouin87
www.milajack.com

Voir la boutique

S'abonner Écrire E-mail

FEMME FOR HER BACKSTAGE TRIBE COLLAB HOMME FOR HIM



3. Storytelling

Il était une fois...

3 Stratégie de contenu


3. Storytelling



144 Publications
3 204 Abonnés
649 Abonnements

SARAH DE SAINT HUBERT

- Tailored for wild women/men
- Designed in Belgium, made in Portugal
- Tag us with #followyourwildlove
- 'KEEP CHINS UP' collection is OUT! 📌

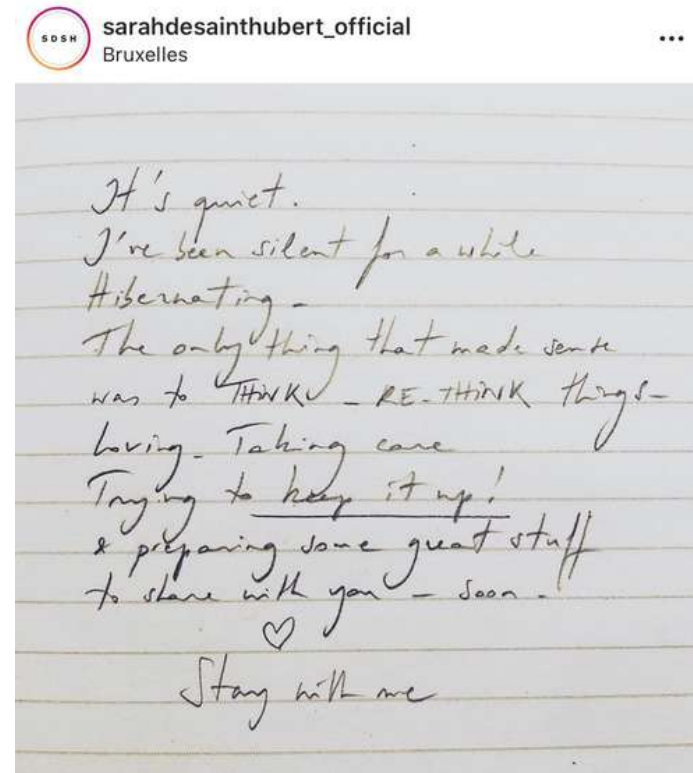


sarahdesainthubert_official
Belgium, Brussel

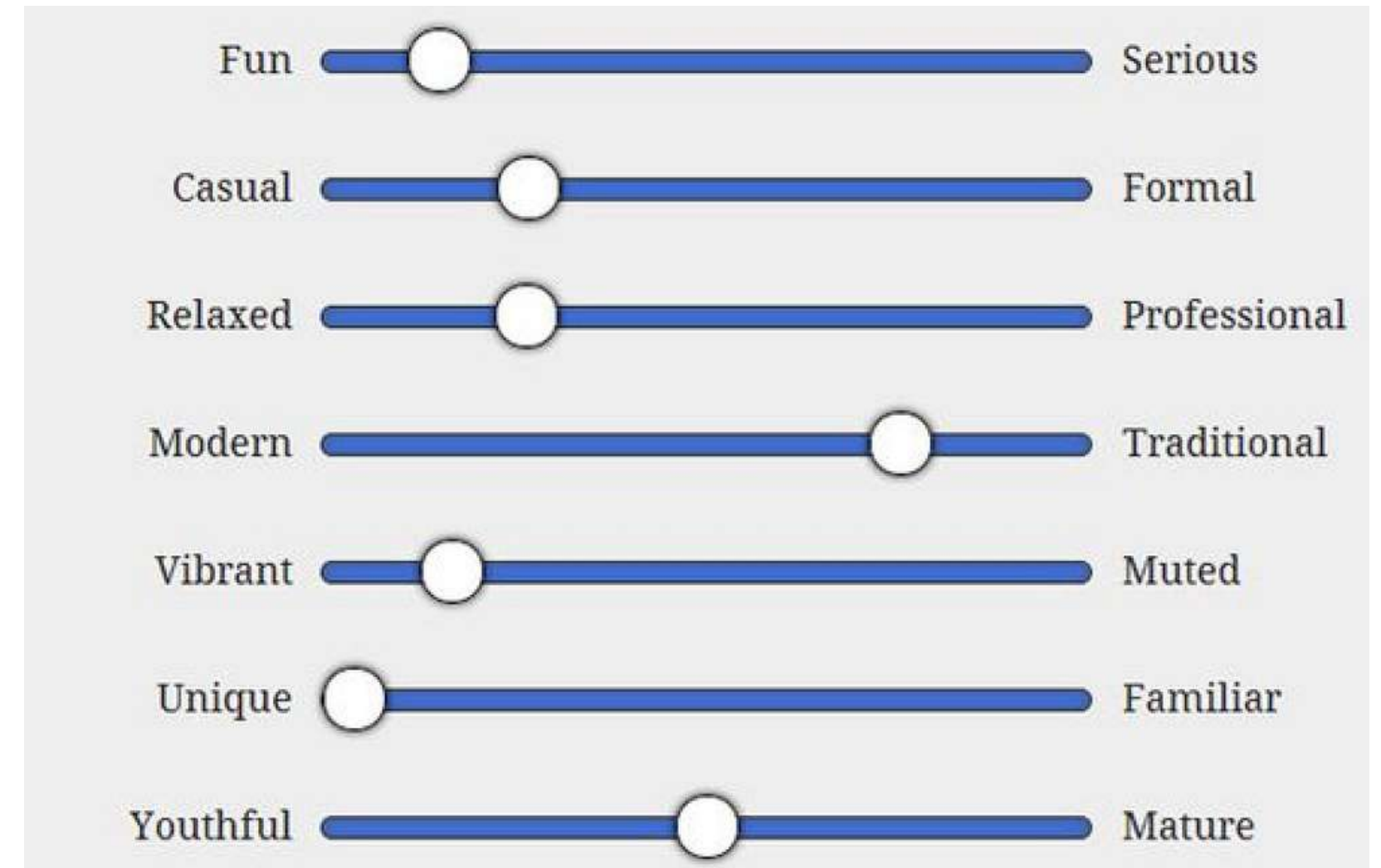
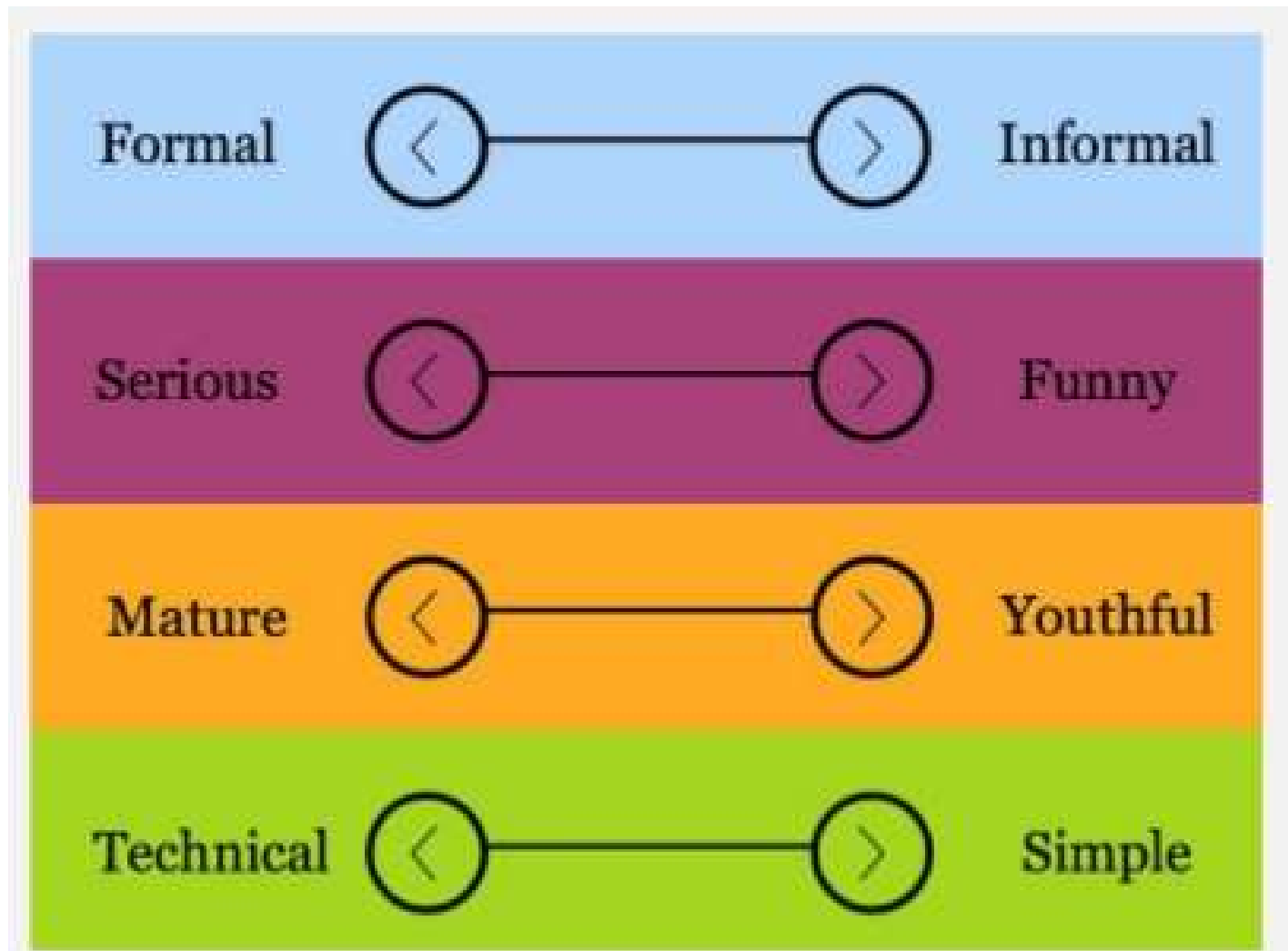
SARAH DE SAINT HUBERT

'NEW BEGINNINGS'

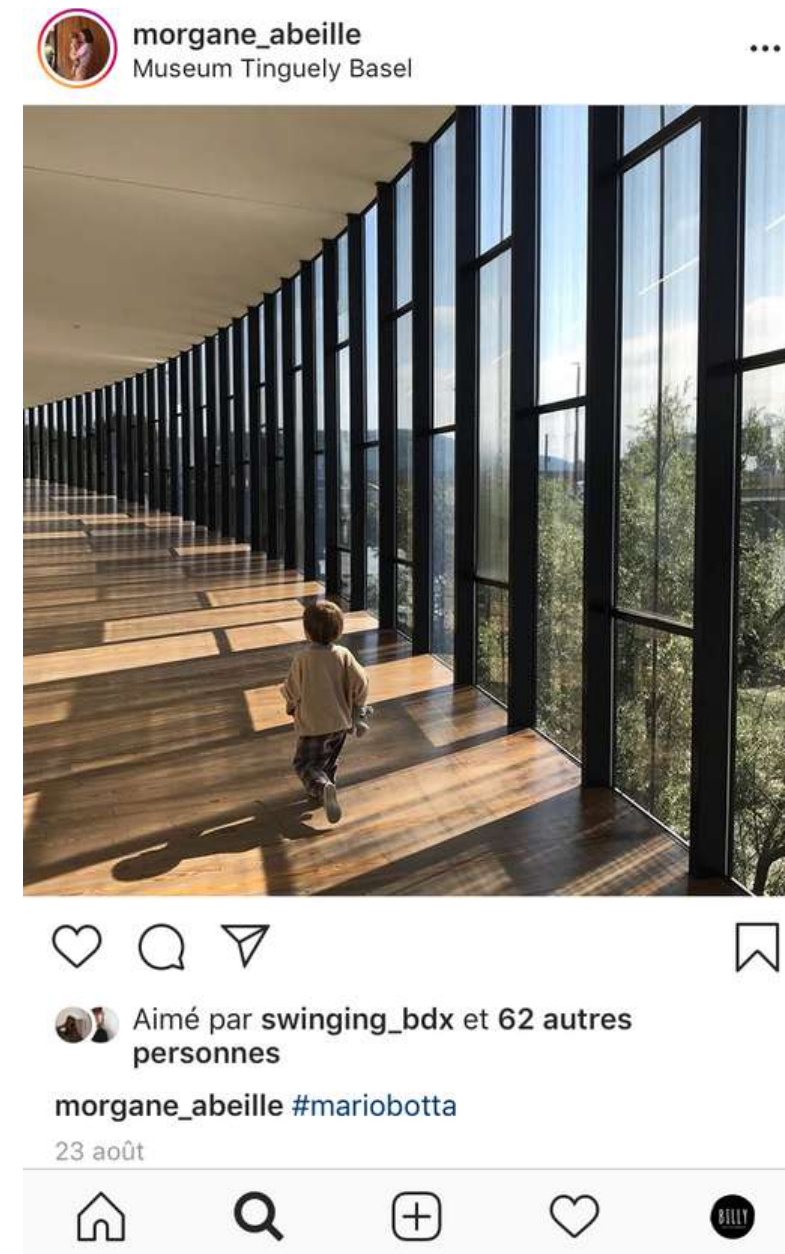
It's all about hopes.
It's about the urge to unite.
It's about a need to value and explore what's already there, around me and in me.
It's about a universal feeling that connects us all.
It's about being part of humanity rather than being a woman or a man.
Ultimately, it's about believing we are brave, resilient, creative and responsible enough to build up something beautiful on what's been broken.
In these uncertain times, more than ever, I wish to let my creative passions, fashion & music, freely co-exist, because they continuously feed and inspire one other, and because it feels right, here and now.
This new collection and This song are One.
This is the new SDSH blend, and I am so elated to share it with you!



4. Tone of Voice



4. Tone of Voice



4. Tone of Voice

Inspi: @Pampa



4. Tone of Voice

Inspi: @BigMammaGroup

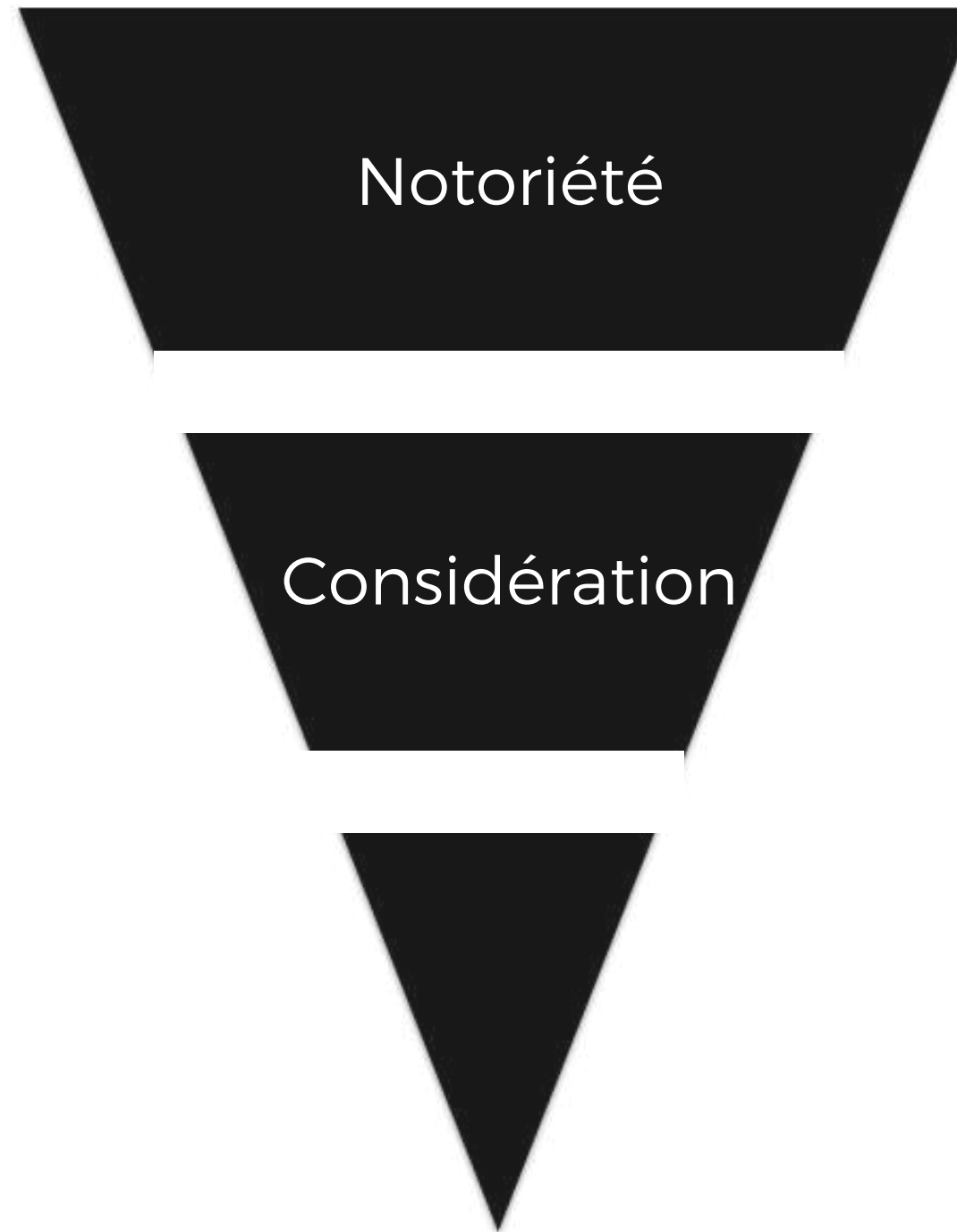
27



3. VENDRE VIA INSTAGRAM

SOYEZ PATIENTS

Un client s'attrape
rarement à froid.







PENSEZ À VOTRE FUNNEL DE CONVERSION



4 De l'art de vendre







 Aimé par les_heures_heureuses et 75 autres personnes

tiroidelou Le dimanche crée toujours un peu d'espace pour l'inspiration... Pour l'instant, je suis obnubilée par ce genre d'image (chipée sur Pinterest). Elle donne d'ailleurs un peu le ton de ma prochaine capsule... Bientôt! TOUT BIENTÔT MÊME! ✨



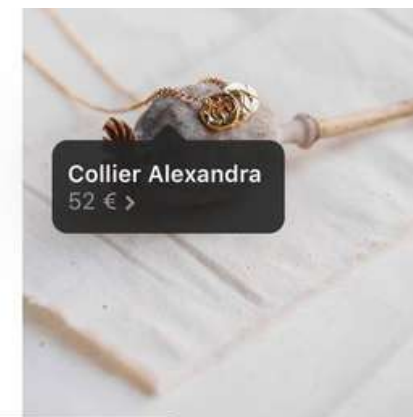





 Aimé par ophelie.fontana et 131 autres personnes

tiroidelou Chaque bijou de la collection 'Jours Heureux' sera en or recyclé! ✨

Vous êtes nombreuses à m'avoir déjà posé la question: vous pouvez commander chaque bijou de cette collection en or jaune, blanc ou rosé! Magique, non? ✨

17 juillet



 VOIR LES PRODUITS










 Aimé par nsie et 106 autres personnes

tiroidelou HAPPY LUNDI 🌞 Que la force d'Alexandra soit avec vous! #tiroidelou #imakemagic #responsiblejewelry... suite



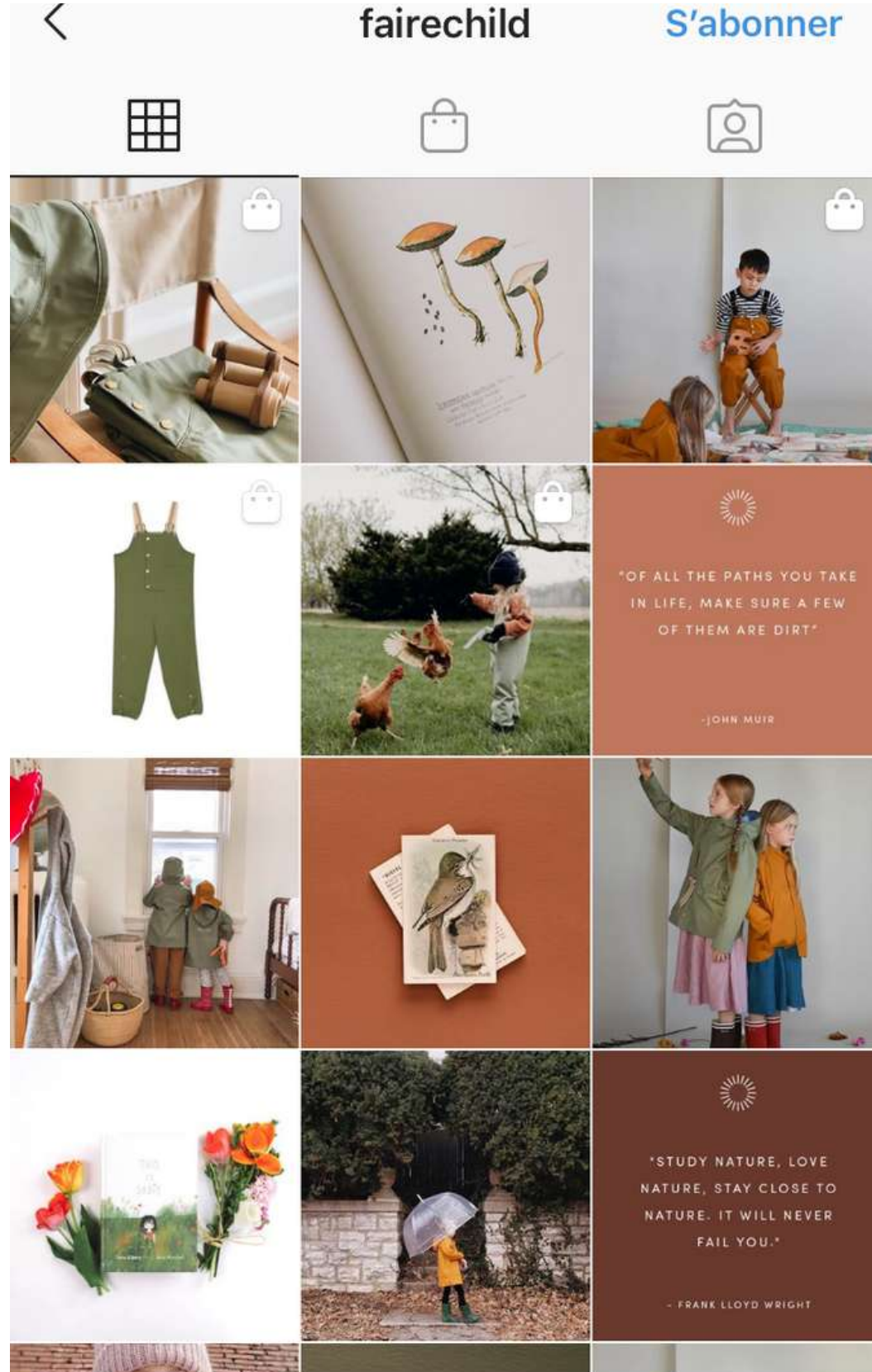





 Aimé par __kropp__ et 493 autres personnes

tiroidelou L'HYPERSENSIBILITÉ, CE POUVOIR MAGIQUE ✨

C'est si difficile, d'expliquer aux autres comment on se sent, quand on est né sous cette étoile-là. C'est comme quand un pilote de chasse vous demande de lui expliquer comment vous voyez, vous, en tant que mvone/hvpermétrone/nrchvte. Impossible. Il faut

4 De l'art de vendre



[VOIR LES PRODUITS](#)



44 J'aime

fairechild Styled after fishermen's pants, our Dungarees are perfect for the east coast weather. Waterproof, windproof, and mudproof, the... suite



64 J'aime

fairechild Washable, windproof, waterproof and just right for playing with friends - the Rain Pant in balsam. 🐔💛 photo by @brittney.romeo

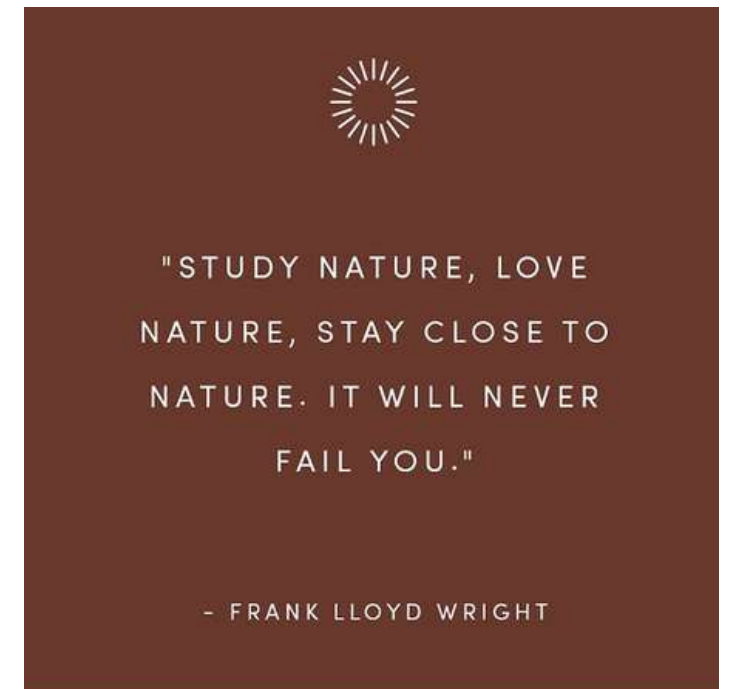
7 mai · [Afficher la traduction](#)



39 J'aime

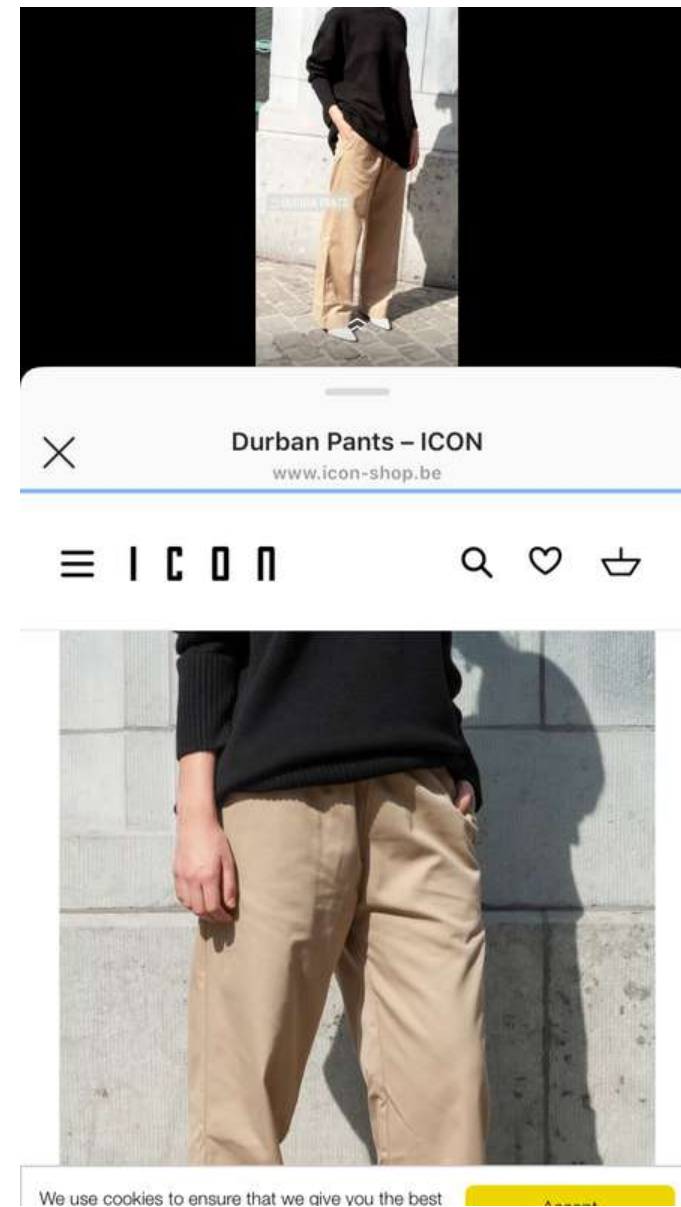
fairechild We share the planet | "Eastern Pheobe - Under a bridge in a girder, in the cow shed, or under the roof of a piazza, wherever a few inches of... suite

5 mai · [Afficher la traduction](#)

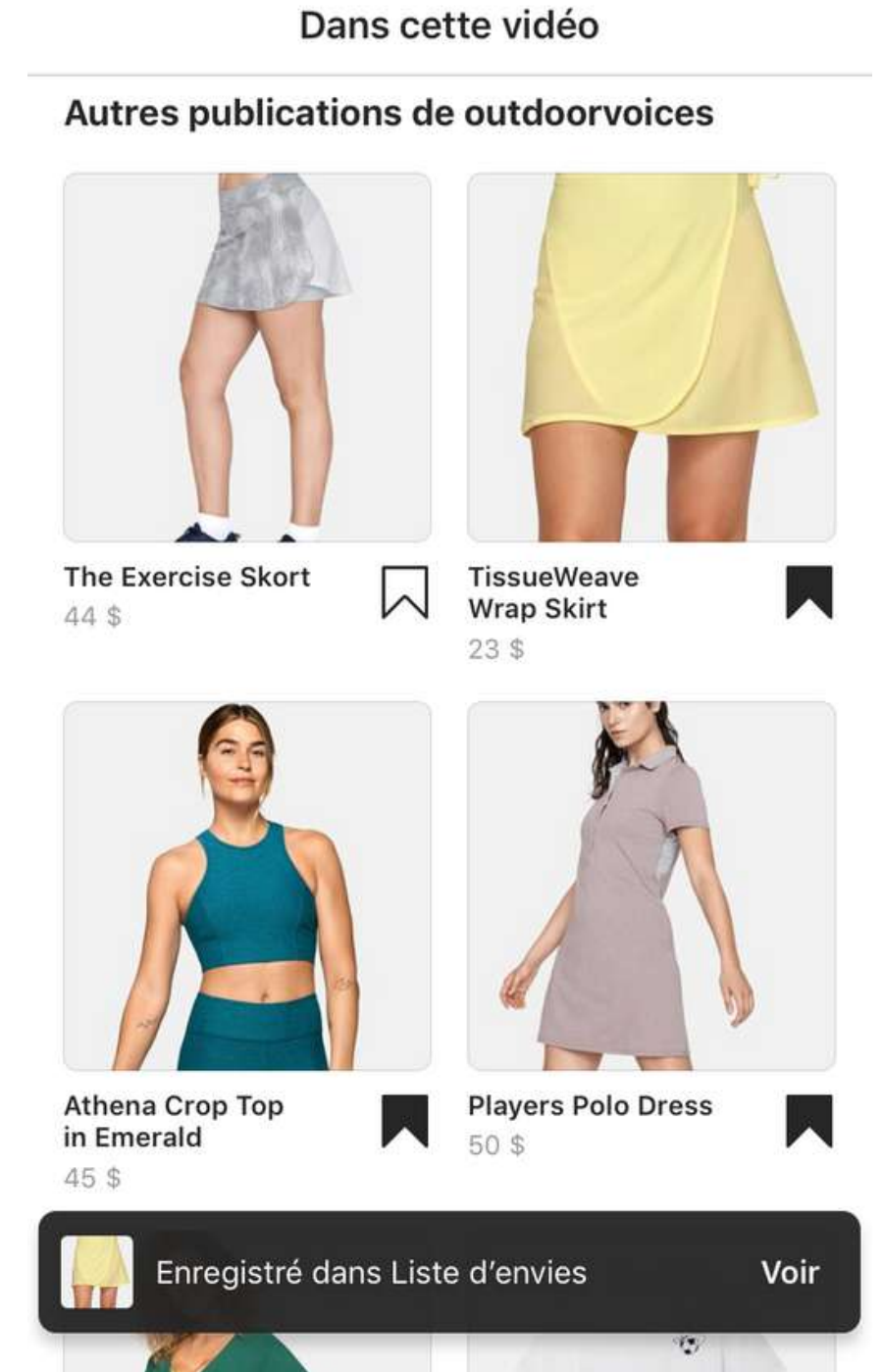
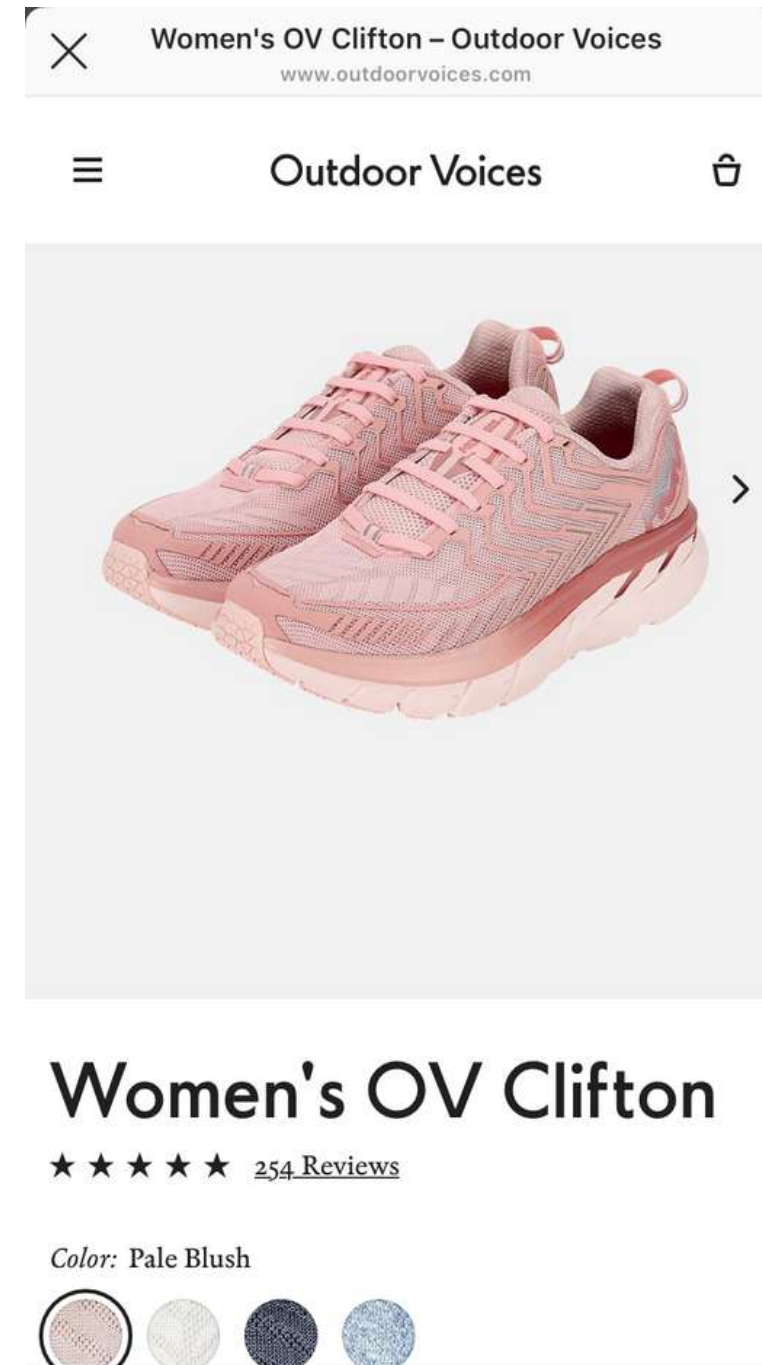
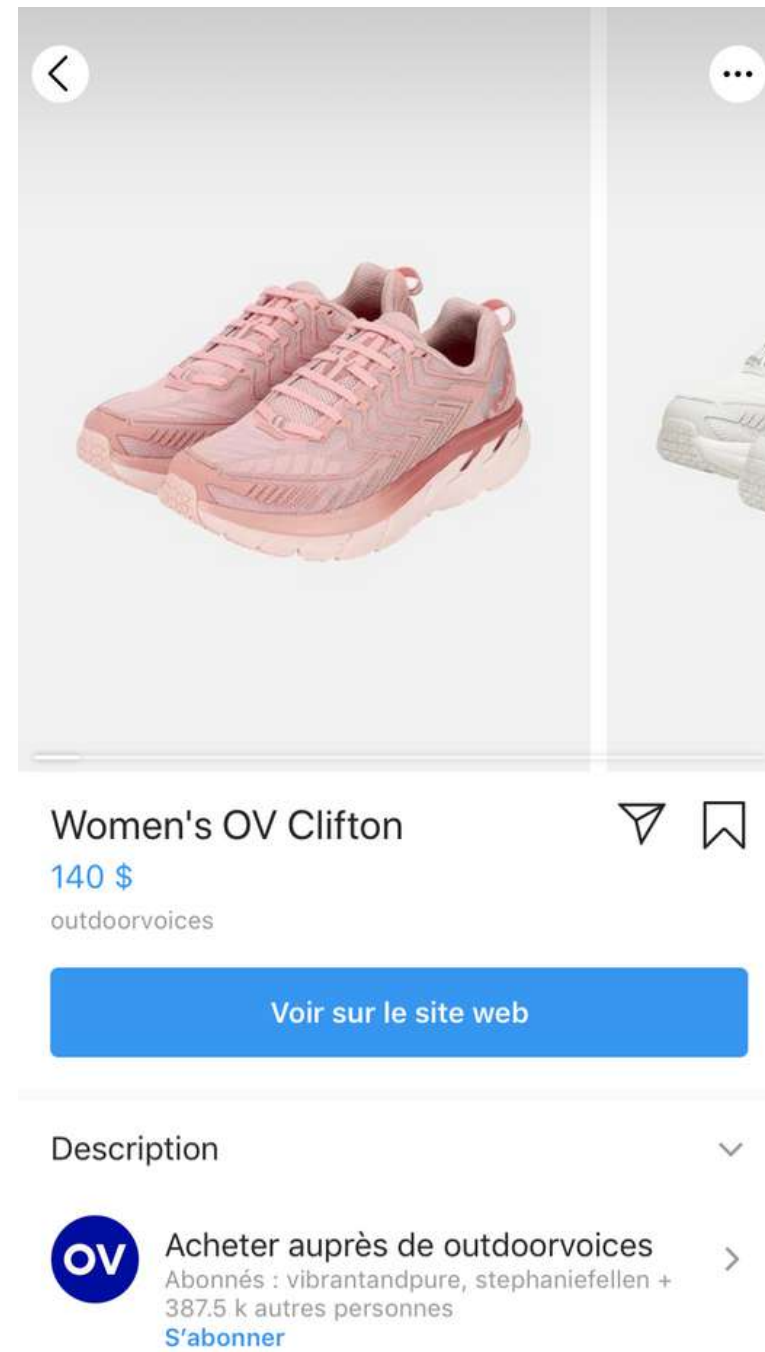


4 De l'art de vendre

En Stories, dès 10k



Dans le feed



marche à suivre: <https://business.instagram.com/a/shopping-setup-guide>

5. EN CONCLUSION

1. Trouver une image de marque forte et différenciante
2. Avoir des visuels pro
3. Choisir ses piliers de contenu, quelles histoires raconter
4. Soigner son tone of voice
5. Penser à son funnel de conversion

CONTACT



GOOD STORIES

Catherine Pleeck

catherine@goodstories.be

@goodstories.agency