



Digital Commerce Instagram

IFAPME Mons





Introduction : Comprendre les réseaux sociaux

**JAN
2024**

BELGIUM

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES

NOTE: SIGNIFICANT REVISIONS TO SOURCE DATA MEAN THAT FIGURES SHOWN HERE ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS. SEE THE IMPORTANT NOTES AT THE START OF THIS REPORT FOR DETAILS.



TOTAL
POPULATION



we
are
social

11.70
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+0.3%
+30 THOUSAND

URBANISATION

98.2%

CELLULAR MOBILE
CONNECTIONS



Meltwater

11.38
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+0.8%
+89 THOUSAND

TOTAL vs. POPULATION

97.3%

INDIVIDUALS USING
THE INTERNET



11.15
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+0.3%
+28 THOUSAND

TOTAL vs. POPULATION

95.3%

SOCIAL MEDIA
USER IDENTITIES



9.17
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

-2.9%
-270 THOUSAND

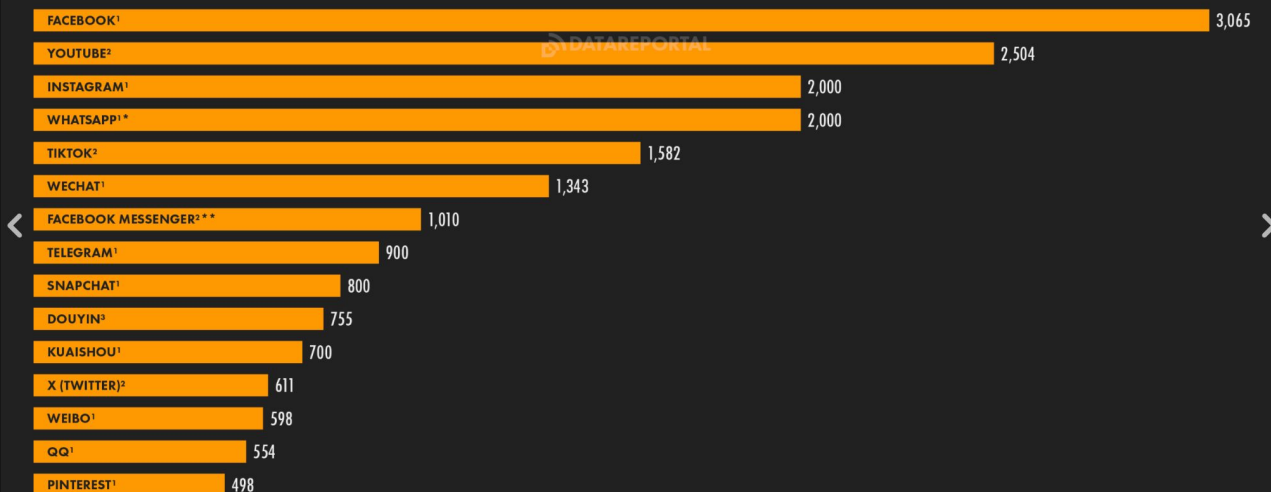
TOTAL vs. POPULATION

78.4%

APR
2024

THE WORLD'S MOST USED SOCIAL PLATFORMS

RANKING OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS BY GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS) (NOTE: USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS)



201

SOURCES: KEPIOS ANALYSIS OF: (1) COMPANY ANNOUNCEMENTS OF MONTHLY ACTIVE USERS; (2) PLATFORMS' ADVERTISING RESOURCES; (3) IIMEDIA. **ADVISORY:** USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **COMPARABILITY:** (*) THESE PLATFORMS HAVE NOT PUBLISHED UPDATED USER FIGURES IN THE PAST 12 MONTHS, SO FIGURES MAY BE LESS REPRESENTATIVE. (**) SOME FACEBOOK MESSENGER AD FORMATS ARE CURRENTLY UNAVAILABLE IN AUSTRALIA, CANADA, FRANCE, AND THE UNITED STATES, SO THE FIGURE SHOWN HERE MAY UNDER-REPRESENT THE PLATFORM'S OVERALL AUDIENCE. SEE NOTES ON DATA.

we
are
social

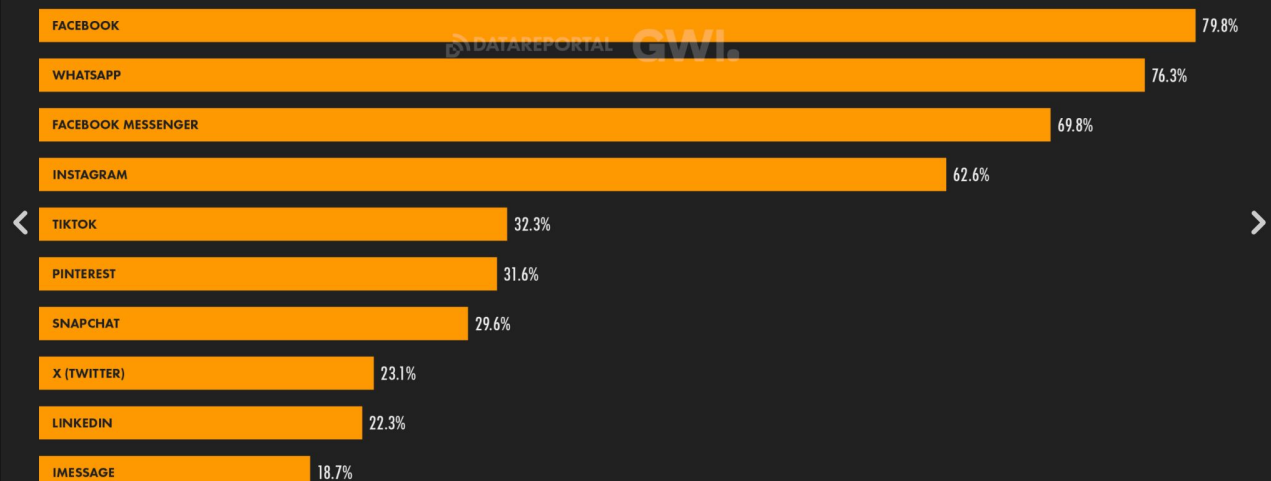
Meltwater

JAN
2024

MOST USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH

NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY, SO IT WILL NOT APPEAR IN THIS RANKING



59

SOURCE: GWI (Q3 2023). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE GWI.COM. **NOTE:** YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY. **COMPARABILITY:** A VERSION OF THIS CHART THAT APPEARED IN OUR PREVIOUS REPORTS WAS BASED ON A PREVIOUS QUESTION IN GWI'S SURVEY THAT INCLUDED YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION. GWI'S CURRENT SURVEY FEATURES A REVISED VERSION OF THIS QUESTION THAT DOES NOT INCLUDE YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION, WHILE OTHER CHANGES TO THE QUESTION'S WORDING MAY MEAN THAT THE VALUES AND RANK ORDER SHOWN HERE ARE NOT DIRECTLY COMPARABLE WITH THOSE SHOWN ON A SIMILAR CHART IN PREVIOUS REPORTS.

we
are
social

Meltwater



Instagram :
comprendre les
fondamentaux

Petit tour d'Instagram

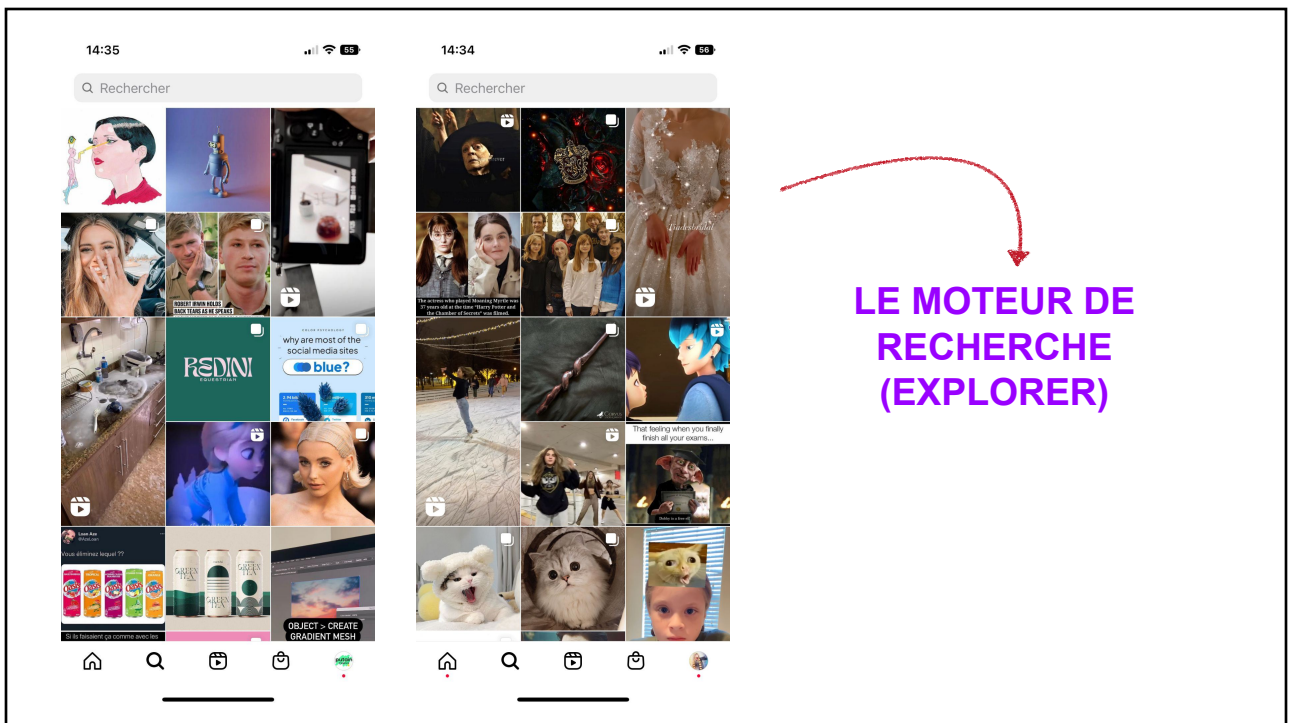
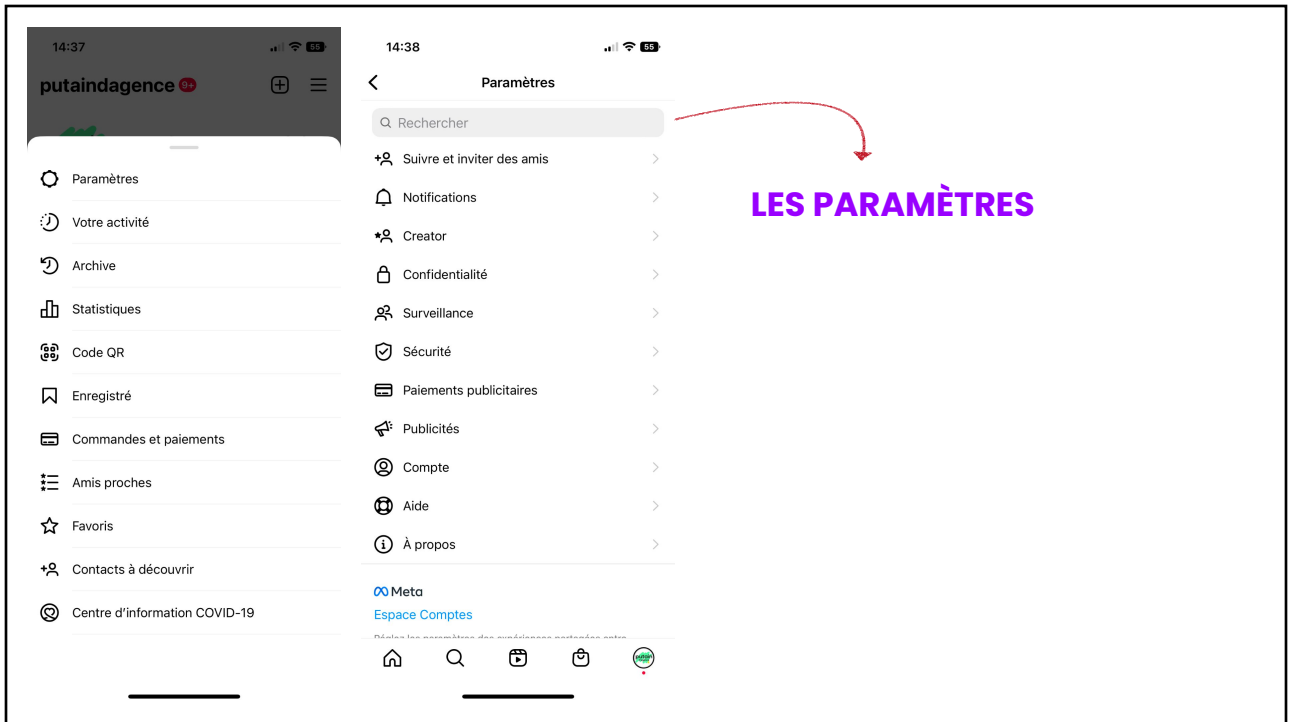


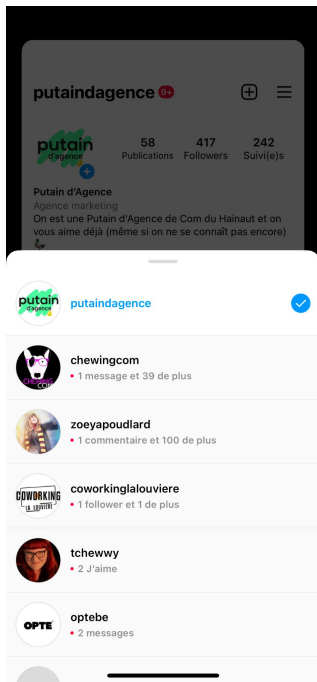


LE FIL D'ACTUALITÉ



LE PROFIL














POSSIBILITÉ DE GÉRER PLUSIEURS COMPTES

14:31











< Notifications

Nouvelles

-  @SUZANNE1, @Ibtissam et d'autres personnes ont partagé 22 photos. 22h [Suivre](#)
-  edith.frb, que vous connaissez peut-être, est sur Instagram. 22h [Suivre](#)
-  Un de vos contacts, Bourgeois Anne, est sur Instagram sous le nom annebourgeois50. 2j [Suivre](#)
-  @Emilie Limbourg, @Hainaut Développement et d'autres personnes ont partagé 21 photos. 2j [Suivre](#)
-  .ADL, que vous connaissez peut-être, est sur Instagram. 3j [Suivre](#)
-  Ibtissam smile88 et brkn_heartBe ont suivi maria.sciacchitano.14 sur Instagram. Voir leurs publications. 4j [Suivre](#)
-  en.mieux, que vous connaissez peut-être, est sur Instagram. 6j [Suivre](#)
-  annecathav a commencé à vous suivre. 6j [Suivre](#)
-  Votre contact DCB ASSOCIATION est sur Instagram sous le nom de dcb.association. 1 sem [Suivre](#)

14:31

< Notifications

-  en__camino a commenté : « @balibemilie made by putain d'agence » 3sem [Suivre](#)
-  balibemilie a commenté : « Top ! Génial ton logo Manu... » 3sem [Suivre](#)
-  @Emilie Limbourg, @Vimolia et d'autres personnes ont partagé 22 photos. 3sem [Suivre](#)
-  limbourgemilie81 est sur Instagram. balibemilie et 11 suivent aussi son compte. 3sem [Suivre](#)
-  hainaut_developpement et justletminot ont suivi madeinborinage sur Instagram. Voir leurs publications. 3sem [Suivre](#)
-  bekounet01 a commencé à vous suivre. 3sem [Suivre](#)
-  lorena__bellini a commencé à vous suivre. 3sem [Suivre](#)
-  sabrinalittlemilla a commencé à vous suivre. 3sem [Suivre](#)
-  maria.sciacchitano.14 et 370 autres personnes suivent votre profil, mais vous ne suivez pas les leurs. 3sem [Suivre](#)
-  @Vimolia, @The Monkey's Café et d'autres personnes ont partagé 20 photos. 4sem [Suivre](#)

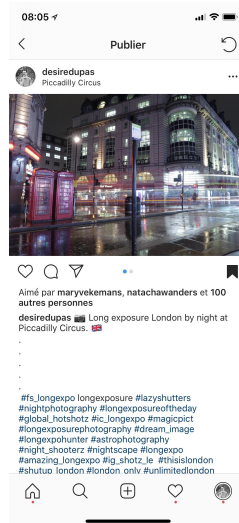
LES NOTIFICATIONS

Le bon post



GÉOLOCALISÉ

BONS HASHTAGS



BON FORMAT (VIDÉO >
ALBUM PHOTO >
PHOTO)

BON TEXTE + EMOJIS ET
SÉPARATION AVEC LES
HASHTAGS GRÂCE À DES
POINTS

Le compte professionnel d'Instagram



Le compte professionnel

Le compte professionnel dispose de multiples avantages :

- **Le profil enrichi** : il est possible d'enrichir le profil en y ajoutant, par exemple, des éléments spécifiques à son entreprise tels qu'un numéro de téléphone, un email ou encore une adresse postale. Un bouton Contacter apparaît dans la biographie du compte Instagram avec différentes actions possibles (Itinéraire, Appeler ou Email selon les données renseignées).
- **Statistiques avancées** : un compte professionnel permet aux marques de récolter des stats concernant leurs communautés (âge, sexe, habitude de présence en ligne, etc) et permet de savoir quel type de post fonctionne le mieux.
- **Fonction swipe-up** : les comptes professionnels de + de 10 000 abonnés peuvent bénéficier de la fonctionnalité de swipe-up, directement intégrée à leurs stories. Cette fonction permet aux marques d'ajouter un lien dans leurs Stories.
- **Contenu de marque** : il est possible d'ajouter la mention partenariat rémunéré et d'identifier des partenaires de marques dans une publication ou une Story.

Le compte créateur

Le compte créateur est apparu en 2019 sur Instagram et reste tout particulièrement destiné aux personnalités publiques, aux créateurs de contenus, aux artistes et aux influenceurs.

Très similaire au compte professionnel, deux différences sont notables :

- Le catalogue de musique est beaucoup plus important lorsqu'un utilisateur dispose d'un compte créateur plutôt que professionnel,
- Il est impossible de renseigner une adresse postale dans vos informations de profil.



[illegible]

La charte éditoriale

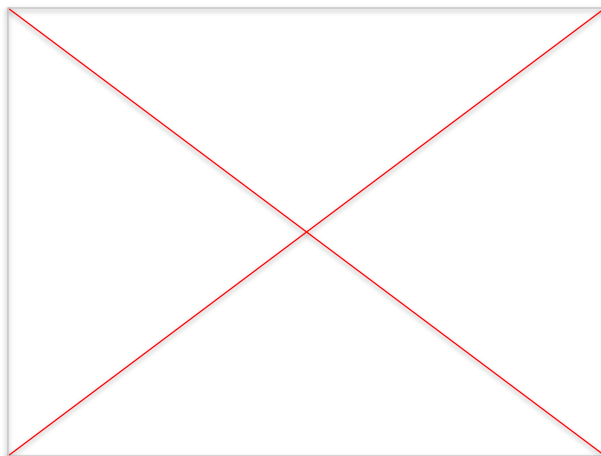
La charte éditoriale est un document de référence qui pose le cadre de votre communication éditoriale, en garantissant une homogénéité dans la production de vos contenus.

La ligne éditoriale est une étape importante lors de la création de votre compte Instagram puisqu'elle permet d'attirer, séduire et fidéliser le public tout en valorisant votre marque, votre identité et vos valeurs



L'“influenceur fatigue”

La fatigue des influenceurs, c'est quand le public en a assez de voir du contenu répétitif d'influenceurs. Les gens sont plus intelligents lorsqu'il s'agit de consommer du contenu ; ils n'absorbent plus aveuglément ce qui est présenté. Ils peuvent discerner l'authenticité de leur fil d'actu.



N'oubliez jamais : Vous parlez à des robots !



Connaître les signaux de classement

Les algorithmes sont régulièrement mis à jour : restez au courant des nouveautés pour toujours publier du contenu en accord avec les règles de scoring (voir ci-contre)

L'objectif de l'algorithme est de proposer du contenu qualifié à sa communauté : **on ne le dira jamais assez, mais soignez vos contenus !**

La portée organique (non payante) des publications a fortement baissé avec l'arrivée des algorithmes.

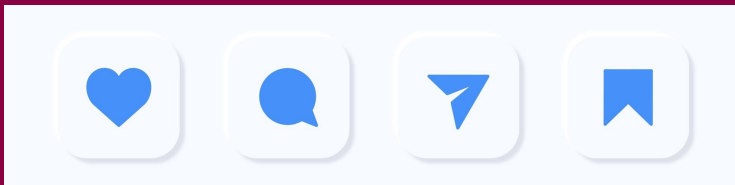


Comment fonctionne l'algorithme d'Instagram

Source : stedavies.com



Rédiger pour Instagram



Top Applications par génération par utilisateurs. 2023



Source : Data ai 2023 . Android. Gen Z =18 -24 ans ; Millennials =25-44 ans ; Gen X et Baby Boomers =45+



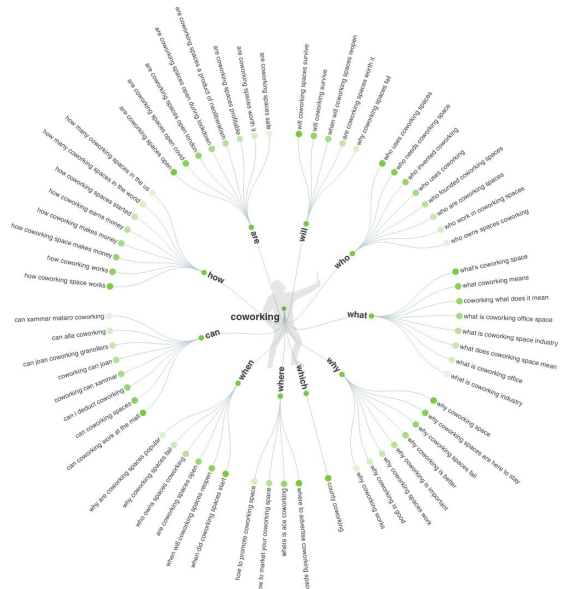
Answerthepublic



Un outil pour

- trouver les questions que se posent les gens autour d'un mot clé

<https://answerthepublic.com/>



Une image vaut mille mots

Profitez donc de vos photos pour en dire long sur vos produits.
Postez des images en les présentant dans différentes situations.

Equipez vous d'objets de saison ou en lien avec votre activité pour illustrer les produits et services que vous proposez.

Vous n'avez pas de produit ? Pas de souci !

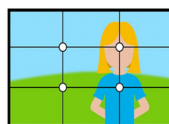
Une clé signifie un départ vers qqch de neuf, une tasse de café, un coin de votre clavier, vos outils ...



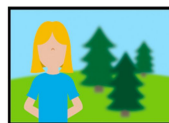
Pensez "cadrage" et "point de vue"

"Lorsque vous partagez une photo d'une largeur comprise entre 320 et 1 080 pixels, nous conservons cette photo dans sa résolution originale tant que le rapport hauteur/largeur est compris entre 1,91:1 et 4:5 (hauteur comprise entre 566 et 1 350 pixels avec une largeur de 1 080 pixels). Si le rapport hauteur/largeur de votre photo n'est pas pris en charge, votre photo sera recadrée pour correspondre à un format correct. Si vous partagez une photo d'une résolution inférieure, nous l'agrandissons jusqu'à une largeur de 320 pixels. Si vous partagez une photo d'une résolution supérieure, nous la réduisons jusqu'à une largeur de 1 080 pixels."

Dixit Instagram



LA RÈGLE DES TIERS
LA PHOTO EST DIVISÉE EN 9 BOÎTES.
LE SUJET EST SUR L'UNE DES LIGNES D'INTERSECTION.



LA PROFONDEUR DE CHAMP
LE SUJET DE LA PHOTO EST
COMPLÈTEMENT "AU POINT" (NET)
ET L'ARRIÈRE-PLAN EST FLOU.



L'ÉQUILIBRE
VOUS DEVEZ ÉQUILIBRER LE "POIDS"
DE VOTRE SUJET EN INCLUANT UN
AUTRE OBJET DE MOINDRE
IMPORTANCE POUR REMPLIR L'ESPACE.

RÈGLES DE BASE EN PHOTO



VITESSE D'OBTURATION ET OUVERTURE

CES CHIFFRES SONT SUR L'ÉCRAN DE VOTRE APPAREIL PHOTO REFLÈX.
PLUS LE NOMBRE EST ÉLEVÉ (1/400), PLUS VOUS POUVEZ PHOTOGRAPHER DES SUJETS PLUS RAPIDES.
PLUS VOTRE NOMBRE D'OUVERTURE DIMINUE (F/8), PLUS LA LUMIÈRE EST AUTORISÉE DANS LA LENTILLE. PLUS DE LUMIÈRE PERMET VOUS PERMET DE PRENDRE DES PHOTOS DANS DES SITUATIONS DE FAIBLE LUMINOSITÉ.



LE POINT DE VUE
LE POINT DE VUE A UN IMPACT MASSIF SUR LA COMPOSITION D'UNE PHOTO, ET CELA PEUT GRANDEMENT AFFECTER LE MESSAGE QUE VOUS VÉHICULEZ.



LES LIGNES DIRECTRICES
LA ROUTE SUR CETTE PHOTO SERT DE GUIDE QUI DIRIGE VOTRE REGARD VERS LE SUJET DE LA PHOTO.



L'ENCADREMENT
C'EST QUAND IL Y A DES OBJETS AUTOUR DU SUJET QUI ENCADRENT LE SUJET, RENDANT NOTRE REGARD PLUS ATTIRE PAR ELLE.



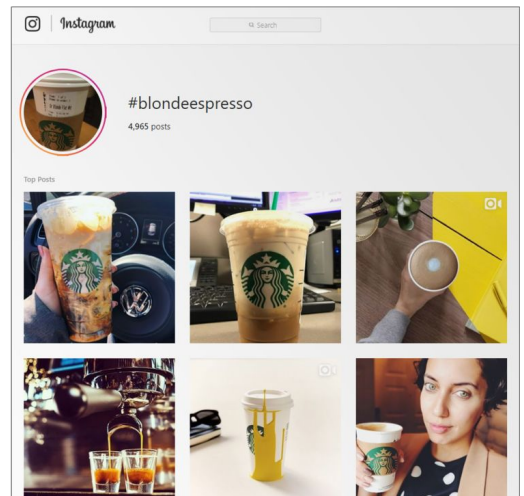
LA SYMÉTRIE
C'EST LORSQUE LA PHOTO EST ÉGALEMENT ÉQUILIBRÉE OU A UN MOTIF, CRÉANT UNE SYMÉTRIE DANS LA PHOTO.

Mettez en avant vos clients

Repostez les photos de vos "followers" pour accentuer l'aspect communautaire et les mettre en avant.

Pensez à leur demander l'autorisation pour le faire.

Vous pouvez utiliser une app nommée "repost":
<https://repostapp.com/>



Lien en Bio

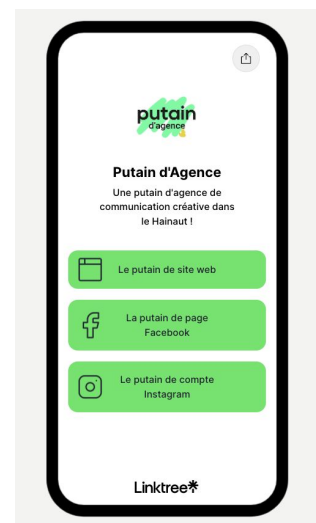
2 outils :

Shorby est le meilleur outil de gestion de lien pour Instagram en version totalement gratuite.

-> shor.by

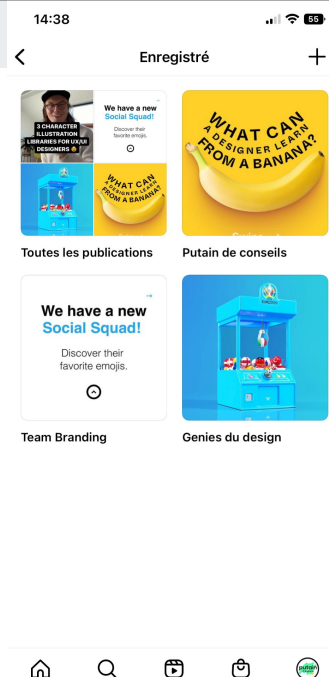
Linktree est l'un des plus utilisés. Sa version gratuite est assez étoffée mais la customisation est payante.

-> <https://linktr.ee/>



Enregistrer le contenu qui vous plaît

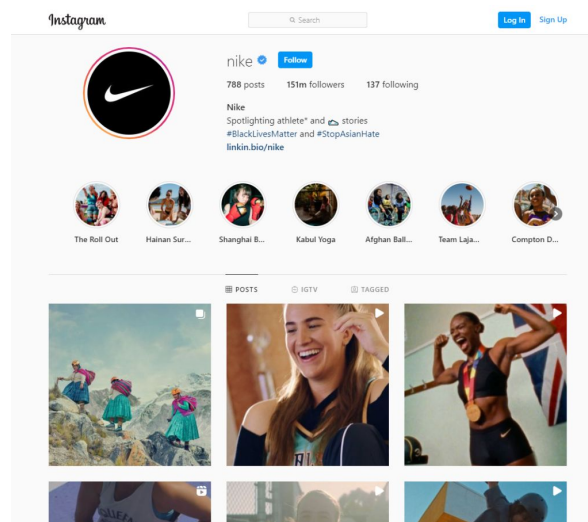
Il suffit d'aller sur votre profil, de cliquer sur les 3 traits en haut à droite de votre profil. Vous aurez alors accès à un menu où vous pourrez choisir « Enregistré ». Dans cette section, Instagram vous propose de redécouvrir tous les posts que vous avez déjà enregistrés



De la qualité plutôt que de la quantité

Par exemple, Nike ne publie pas tous les jours dans son feed comme peuvent le faire d'autres marques, mais 3 fois par semaine uniquement - et le compte n'a pas beaucoup d'activité non plus dans ses stories.

Cependant, le contenu publié est toujours de grande qualité, dynamique, et met en application les bonnes pratiques de contenu Instagram





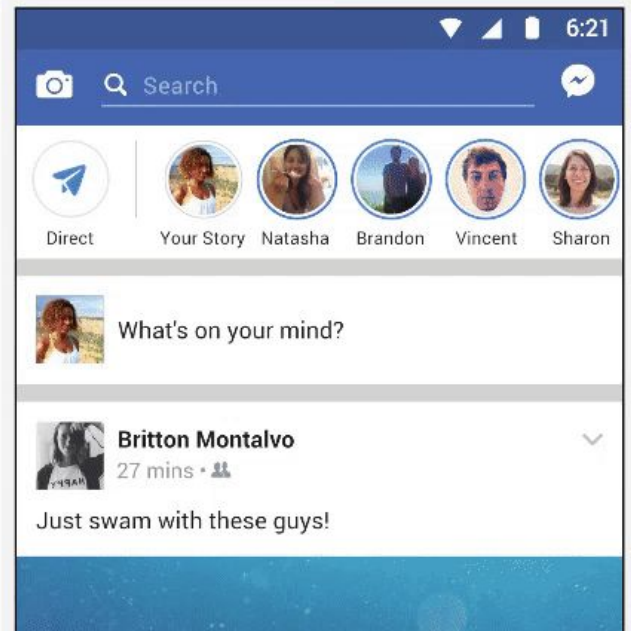
Comment créer
du contenu
efficace sur
Instagram?



Les story et les reels

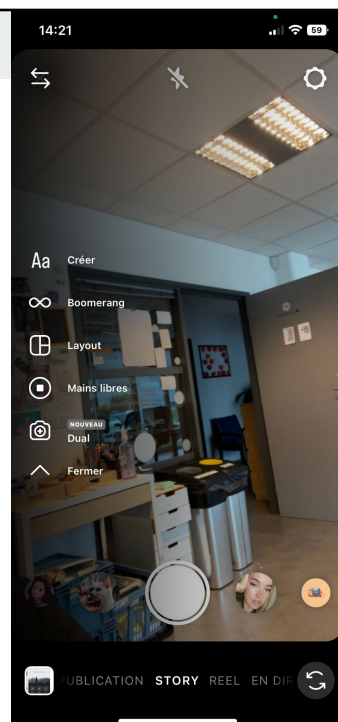


Les Stories



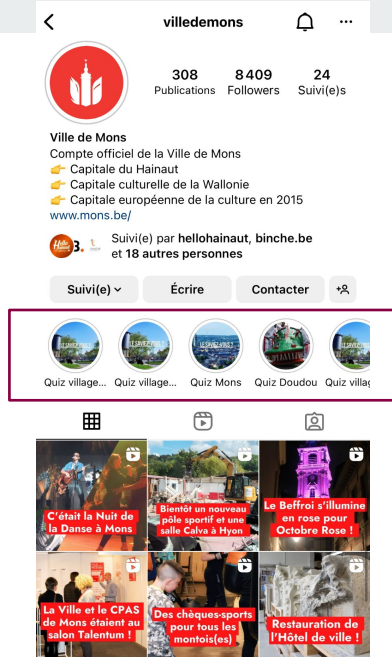
Les différents types de stories

- **Normal** est une photo ou une vidéo normale, comme celle que vous prenez avec l'application par défaut de votre téléphone. Touchez le bouton pour prendre une photo ou maintenez-le enfoncé pour enregistrer une vidéo d'une durée maximale de 15 secondes.
- **Boomerang** est une vidéo de type GIF en boucle qui joue en avant et en arrière de façon répétée. Vous pouvez enregistrer seulement quelques secondes avec ce mode, mais si vous le filmez correctement, c'est une façon créative de capturer des moments.
- **Layout** permet de créer une composition en utilisant une grille
- **Mains libres** est une autre façon de prendre une vidéo de 15 secondes, mais vous n'avez pas besoin d'appuyer sur le bouton pour le faire. Il suffit de le toucher une seule fois, et la caméra continue de tourner jusqu'à ce que le temps soit écoulé (ou vous choisissez de l'arrêter).
- **Dual** utilise les 2 caméras de votre appareil pour créer une vue intégrée de ce que vous avez en face de vous



Les "stories à la Une"

Instagram vous donne la possibilité de créer des albums de vos meilleures stories et de les publier sur votre profil.



Les reels

Les Reels sont des vidéos courtes et divertissantes d'une durée 60 secondes ou moins. Assez récents sur la plateforme, ils sont actuellement avantagés par l'algorithme d'Instagram.

La section Reels d'Explorer offre le meilleur de ce qui est populaire sur Instagram, selon vos intérêts. La plupart des publications dans cette section ont été partagées par des comptes auxquels l'utilisateur n'est pas abonné. Il s'agit donc d'une excellente façon d'augmenter votre notoriété et de montrer la facette plus créative de votre marque.

Comment l'utiliser :

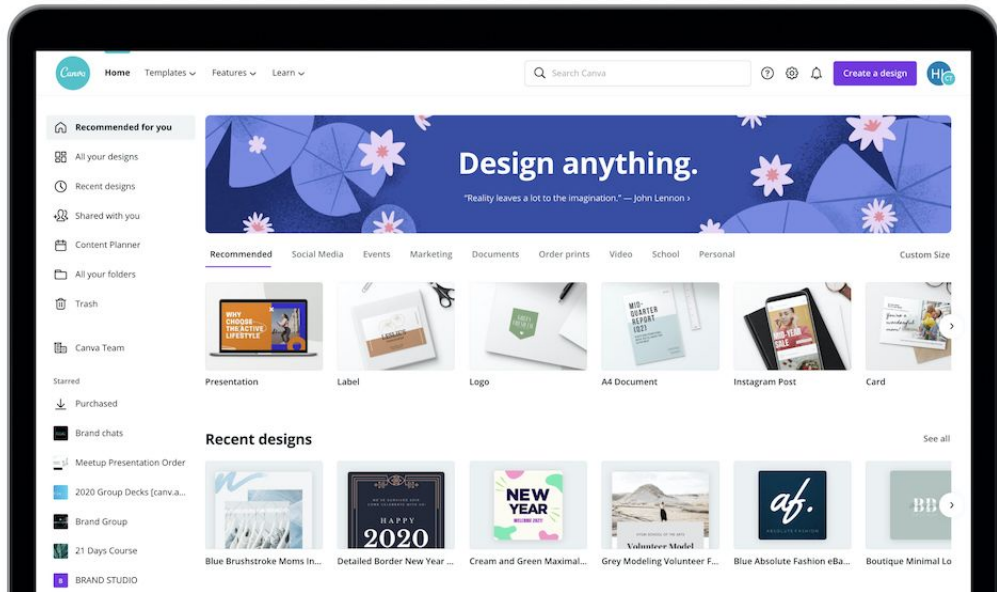
retenez que les Reels sont là pour divertir. Amusez-vous et laissez aller votre créativité. Utilisez les fonctions de traitement de texte, les filtres de réalité augmentée, les outils audio et les autres options créatives pour dynamiser vos vidéos. Suivez aussi les « trends » (type de contenu qui fait l'objet d'une mode passagère et qui est beaucoup consulté au moment présent) et tentez de les adapter à votre marque, vos produits ou vos services.



ZE outil gratuit pour les visuels !



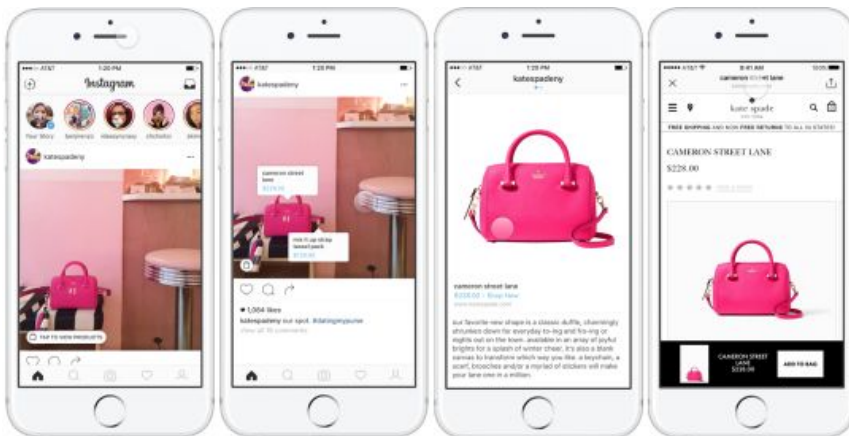
Canva



On peut vendre sur Instagram

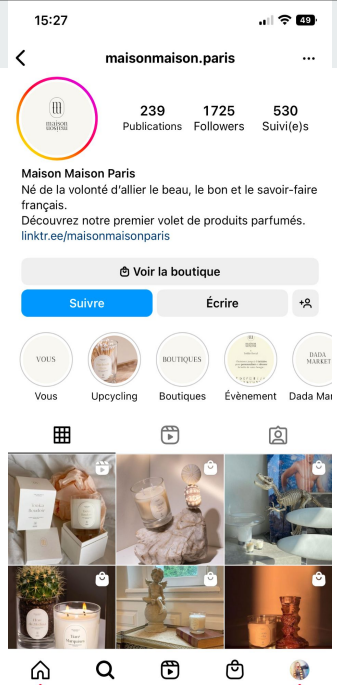


Vendre à un public déjà conquis



Intégrer ses produits dans son fil d'actu

En mettant en avant vos produits en avant à travers vos publications, vous avez une source inépuisable de choses à dire et surtout, un moyen séduisant pour convaincre vos acheteurs que VOS produits sont les bons.



Et ensuite ? Kesskonfé?

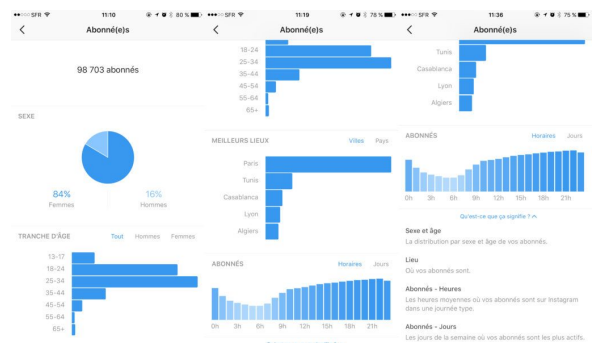


L'univers de la statistique

Apprenez-en plus sur vos followers, leur localisation, l'âge, le genre et quand les gens sont les plus actifs sur Instagram.

Comparez les performances de vos contenus afin de mieux comprendre ce qui a le plus de portée auprès de votre public.

Expérimentez avec votre contenu en testant différents posts et formats ainsi que différents horaires afin de voir ce qui correspond le mieux à votre communauté.



Pour aller plus loin : le format vidéo vertical

Les Reels sont de courtes vidéos, d'une durée maximale de 30 secondes (dans certains pays, vous pouvez zoomer jusqu'à 60), au format vertical, que vous pouvez visionner sur votre page de Reels ou sur votre fil d'actu Facebook principal.

Les vidéos courtes sur Facebook vous permettent de partager un type de contenu différent, plus léger et plus concret que d'habitude



Les outils de Meta



Le Creator Studio

<https://business.facebook.com>

Agenda
Programmez votre calendrier marketing en créant, programmant et gérant votre contenu.

Semaine Mois < Aujourd'hui > octobre 2024

| Dim 13 | Lun 14 | Mar 15 | Mer 16 | Jeu 17 |
|--------|--|--------|--------|--------|
| | <p>17:00</p> <p>Cette semaine, vos followers Instagram sont les plus actifs à cette période.</p> <p>Programmer</p> <ul style="list-style-type: none">Programmer une publicationProgrammer la storyCréer un reelLancer un directPlanifier une publicité | | | |



Merci