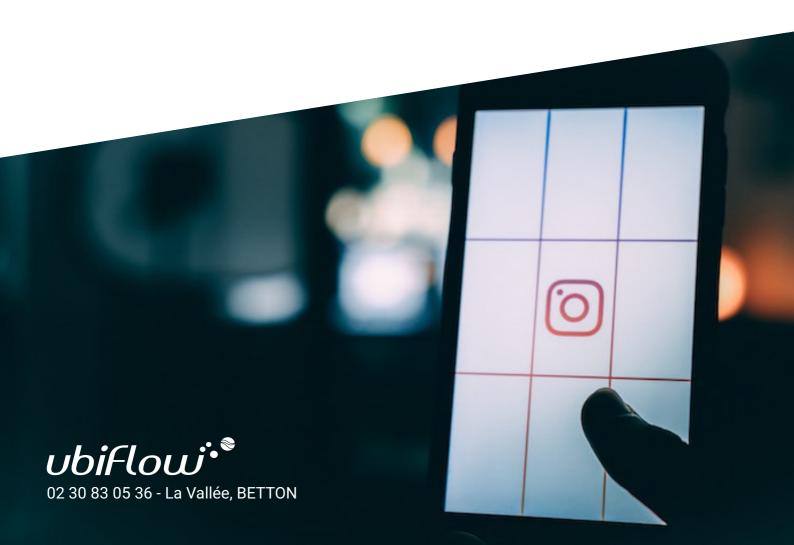
Le guide pour réussir sa stratégie social média sur Instagram.

Livre blanc dédié aux professionnels de l'automobile



GUIDE



Introduction	3
 PARTIE 1 - DÉCOUVRIR INSTAGRAM POUR L'AUTOMOBILE Instagram ? Qu'est-ce que c'est ? En quelques chiffres, Instagram c'est : Vocabulaire relatif à Instagram : Comment fonctionne l'algorithme d'Instagram ? 	4 4 4 5 7
PARTIE 2 – AMÉLIOREZ VOTRE VISIBILITÉ SUR INSTAGRAM ET GÉNÉREZ DES CONTACTS ?	10
 Ayez de l'impact sur le fil Instagram avec des publications automobiles travaillées Faites en sorte d'être en amélioration continue pour performer sur Instagram Sur Instagram, comme sur tout autre média, segmentez votre cible pour plus d'impact 	10 12 14
PARTIE 3 – COMMENT MAÎTRISER LES FONCTIONNALITÉS ET LES OUTILS INSTAGRAM DANS L'AUTOMOBILE ?	15
 Hashtags @Tags Vidéo Instagram Reels Stories Live Rechercher et Explorer 	15 17 18 19 19 20 20
PARTIE 4 – COMMENT TIRER PARTI D'INSTAGRAM GRÂCE À LA MISE EN AVANT DE	22
SES ANNONCES VO/VD/VU?Pourquoi publier ses annonces sur Instagram?	22
Conclusion	24
Pour aller plus loin!	25

INTRODUCTION



Vous êtes un professionnel de l'automobile et vous êtes conscient des enjeux représentés par l'utilisation des réseaux sociaux ?

Véritables vecteurs de votre notoriété, les médias sociaux vous permettent de créer de nouvelles vitrines digitales entièrement pilotées par vos équipes. Ils vous permettent d'être autonome et créatif afin de devenir une véritable référence en matière de vente automobile dans votre secteur géographique. Après avoir piloter votre présence sur Google et sur Facebook, il est nécessaire de développer votre image sur Instagram.

Et pour vous accompagner, nous avons préparé un guide spécialement conçu pour vous et dédié à l'utilisation d'Instagram!

Les réseaux sociaux sont une opportunité à saisir pour mettre en avant vos services, votre parc et gagner en notoriété. On sait par exemple que 74% des internautes trouvent que les médias sociaux sont utiles au moment de prendre une décision d'achat automobile*.

Instagram, utilisé par 24 millions de français, permet aux internautes de se divertir, de s'inspirer, de se renseigner sur des produits, des marques. Instagram étant un réseau social, il est opportun de s'y créer un compte quand on sait que 86% des internautes souhaitent rester en contact avec les marques après l'achat*.

Mise en avant de votre parc auto, de votre savoir-faire, de votre expertise, de vos services, de vos partenaires, il est essentiel de vous mettre en avant sur l'un des réseaux sociaux phares de 2021.

Découvrez tout ce qu'il faut savoir sur Instagram. Des indispensables à connaître à son propos, aux étapes de la création d'un compte complet et opérationnel pour vendre vos VO!



PARTIE 1 - DÉCOUVRIR INSTAGRAM POUR L'AUTOMOBILE



Instagram? Qu'est-ce que c'est?

Instagram c'est un réseau social, principalement utilisé depuis l'application mobile qui met en avant des actualités sous forme de photos et de vidéos. Ce média existe depuis 2010 et appartient au groupe Facebook depuis 2012. Son nom est en fait un mot valise. Insta pour faire référence à Instant camera en anglais et gram du mot telegram*.





En quelques chiffres, Instagram c'est :





d'utilisateurs par mois



500 Millions

d'utilisateurs qui postent une story chaque jour



des utilisateurs qui s'y retrouve pour trouver des produits ou des services qui répondront à leurs envies ou leurs besoins





24 Millions



application (hors jeux) la plus téléchargée en 2020



des 16-24 ans désignent Instagram comme leur application favorite



100 Millions

d'utilisateurs supplémentaires pour la portée publicitaire d'Instagram, par rapport à l'an dernier

Ces chiffres nous montrent bien tout l'enjeu d'une présence sur Instagram. L'audience est large, jeune et vous toucherez ainsi les futures générations d'automobilistes!



Vocabulaire relatif à Instagram :

Compte/profil ou Feed:

Il s'agit de votre page. Celle sur laquelle vous allez poster vos photos et vidéos. Il se crée grâce à un nom d'utilisateur unique, d'une photo de profil et d'une bio (description). Vous êtes obligé de passer par là pour avoir accès au réseau social. Vous allez créer un flux de publications au fur et à mesure. Il est connu pour être rangé en 3 colonnes.



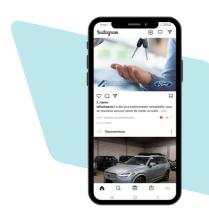
Post:

C'est une publication. Une photo ou une vidéo. Avec une description. Vous pouvez également choisir de faire une publication avec plusieurs photos, 10 maximum. L'ensemble de vos posts constitue votre Feed.



Le fil Instagram:

"Le fil Instagram est destiné à être consulté sur mobile et présente des photos et vidéos partagées par les internautes. Il permet à ces derniers de communiquer avec leur communauté et de parcourir du contenu portant sur des thèmes qui les intéressent. En tant qu'entreprise, le fil est le lieu où vous pouvez visuellement transmettre le message de votre marque, présenter vos produits et attirer les internautes pour qu'ils s'approprient votre univers." - Instagram.



Stories:

Une story Instagram est constituée de contenu éphémère. Vous pouvez y mettre des photos et des vidéos et la partager avec votre communauté pendant 24h. Si vous le souhaitez, vous pouvez aussi épingler des stories et les classer en catégories grâce aux Stories à la une.



IGTV:

Le format IGTV, vous permet de publier des vidéos de plus longue durée et de les partager sur votre profil. Géré par une application annexe, ce format est amené à dispaaître. Il sera remplacé par Instagram vidéo.



Instagram vidéo:

Instagram Video va donc remplacer le format IGTV avec de nouvelles fonctionnalités. Possibilité d'ajouter des filtres, de rogner la vidéo ou de taguer des utilisateurs. Un aperçu de 60 secondes maximum sera lisible sur le Feed des utilisateurs

Reels:

Il s'agit de courtes vidéos que vous pouvez éditer facilement en y ajoutant une bande son et des effets. Elles durent de 15 à 30 secondes et sont visibles par vos abonnés mais aussi par d'autres utilisateurs Instagram. C'est un format qui se rapproche du format utilisé sur TikTok.



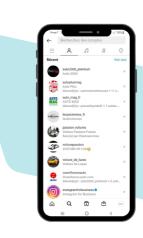
#Hashtags:

Un hashtag est un mot précédé du symbole #. Sur Instagram, les hashtags sont cliquables et permettent de catégoriser un post, une publication, une story ...etc. Quand un utilisateur va cliquer sur un #hashtag, il va alors retrouver tous les posts qui possèdent ce hashtag en description.



@Tags:

Les tags correspondent aux nom d'utilisateurs que vous voulez interpeller dans votre publication par le biais du symbole @ suivi du nom du compte en question. Ils vous permettent donc d'interpeller une personne, un compte, une entreprise, présente sur Instagram directement dans vos publications (post, story).





Comment fonctionne l'algorithme d'Instagram ?

Pour comprendre comment vous démarquer et attirer de nouveaux followers (personnes qui sont abonnées à votre compte), il est important de comprendre comment Instagram fonctionne concrètement. Voici ce que nous avons appris grâce au blog Instagram et au Blog du Modérateur.



Lors de la création du réseau social en 2010, les publications partagées par les internautes étaient classées par ordre chronologique. Or, au fur et à mesure de l'augmentation du nombre d'utilisateurs de la plateforme, une telle gestion des contenus partagés devenait impossible. En effet, les utilisateurs pouvaient manquer jusqu'à 70 % des personnes suivies à cause du volume des publications trop important. - *Le Bloq du Modérateur*.

Depuis 2017, Instagram fonctionne avec un nouvel algorithme qui classe les contenus que vous voyez passer, selon vos interactions et vos préférences.

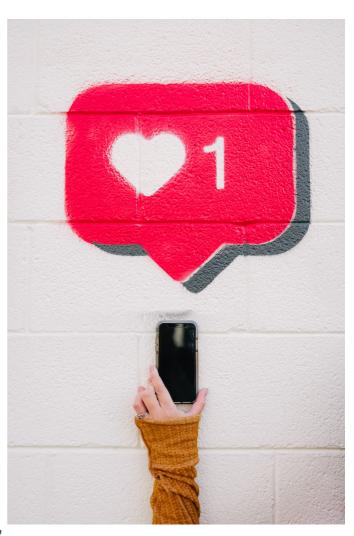
Chaque type de contenu (publications du Feed, onglet Explorer, Reels, Stories, etc.) possède un fonctionnement algorithmique différent. Ainsi, les Stories permettent de voir le contenu de ses amis les plus proches alors que l'onglet Explorer permet de regarder du contenu créé par de nouvelles personnes, que vous ne connaissez pas mais en lien avec ce que vous aimez.

Classement du Feed et des Stories Instagram

Afin de proposer des contenus en adéquation avec vos préférences, voici comment Instagram classe les posts de votre fil Instagram.

L'algorithme prend en compte des "signaux" qui vont de la date et l'heure de la publication, le support utilisé (smartphone ou ordinateur), la localisation, le nombre d'interaction générée par les publications des personnes auxquelles vous êtes abonnés, le nombre de posts que vous aimez ou encore l'historique de vos interactions avec ces personnes (commentez-vous les publications de ces utilisateurs ?).

Ensuite, à partir de ces différentes données pondérées, Instagram établit des prédictions sur la probabilité que vous interagissiez avec un post. Les cinq intéractions qui pondèrent le plus votre choix sont : le temps que vous restez sur une publication, si vous la commentez, si vous la «likez», si vous l'enregistrez et si vous cliquez sur la photo de profil de l'utilisateur qui a publié.



C'est pourquoi vous allez devoir créer un contenu percutant, différenciant, attractif, drôle ou encore ludique pour créer de l'engagement auprès de votre communauté de futurs acheteurs. Plus le contenu est original, plus il a de chances d'être partagé, vu ou enregistré et c'est grâce à cela que votre communauté va grandir.

Classement de l'onglet Rechercher & Explorer

L'onglet Explorer a été conçu pour faire découvrir de nouvelles choses aux utilisateurs. La grille est composée de recommandations – photos et vidéos sorties et trouvées par Instagram.

Ensuite, au même titre que ce qui a été décrit précédemment, les publications avec lesquelles vous allez être susceptibles d'interagir seront classées en fonction de la popularité de la publication, l'historique avec le compte suivi, la façon dont vous avez interagi avec les posts de cet onglet par le passé... etc.

Ici, Instagram applique des <u>Directives de</u> <u>recommandations</u> pour éviter que vous soyez confrontés à des publications inappropriées.

Cela va donc vous donner l'occasion d'apparaître dans l'onglet des internautes passionnés d'automobile par exemple.

Onglet Rechercher:



Classement des Reels

De la même manière que pour l'onglet Explorer, Reels est conçu pour vous divertir. La majorité de ce que vous y voyez provient de comptes que vous ne suivez pas. Instagram source alors les Reels et vous pousse ceux qui seront le plus susceptibles de vous plaire en fonction de votre comportement sur le média tout en restant attentif aux "petits créateurs".

De manière générale, l'algorithme d'Instagram fonctionne en se basant sur la manière dont les utilisateurs interagissent avec le contenu publié pour pousser des photos et des vidéos pertinentes. C'est pourquoi il est important d'attirer l'attention sur vos posts et de bien les référencer grâce aux @tags et aux #hashtags automobiles que vous allez choisir.





Création d'un compte Instagram, étape par étape :

Voici les étapes décrites sur le site business d'Instagram.



Créez votre compte

Créez votre compte Instagram en choisissant un nom d'utilisateur clair et précis. Ici,

- Soit vous choisissez de créer un compte pour votre marque : utilisez alors le nom de votre marque.
- Soit vous choisissez de créer un compte pour votre point de vente : choisissez alors le nom de votre marque + sa localisation par exemple.
- Soit vous décidez de créer un compte à votre nom, pour une utilisation professionnelle.



Ajoutez vos informations identifaires

Ajoutez une photo de profil, une biographie et un lien vers votre site web.

- Votre photo doit permettre de vous identifier clairement, tout comme votre nom. Cela peut-être une photo de vous, de votre devanture, de votre logo.
- La biographie ne peut pas excéder 150 caractères (espaces et tabulations compris).
 Faites vous la main sur un outil compteur de caractère avant de recommencer et recommencer (je parle en connaissance de cause)!
- Pour votre lien de site web, utilisez un lien "bit.ly" qui sera plus court!



Passez à un profil professionnel

À partir de votre profil, appuyez sur l'icône en forme d'engrenage en haut à droite, puis appuyez sur "<u>passer à compte business</u>".

! Remarque!: votre entreprise doit posséder une Page pro Facebook pour passer à un profil professionnel et automatiser la publication de vos contenus.





Liez votre compte à Facebook

Liez votre compte aux autres sites de partage tiers sur lesquels vous possédez un compte. Facebook par exemple. Cela vous permettra de partager des photos en un simple clic. Vous mettez alors à jour votre contenu sur 2 réseaux sociaux différents.



Lancez-vous

Commencez à <u>partager des photos sur</u> <u>Instagram</u> et sur l'ensemble de vos autres réseaux.



Examinez les statistiques

<u>Examinez les statistiques</u> sur votre profil professionnel afin de mieux comprendre votre audience et les types de contenu qui lui correspondent le plus.



PARTIE 2 - AMÉLIOREZ VOTRE VISIBILITÉ SUR INSTAGRAM ET GÉNÉREZ DES CONTACTS?

Dans cette nouvelle partie, nous allons approfondir les bases d'Instagram pour que vous puissiez vraiment avoir les clés pour faire des ventes grâce à ce réseau social. Nous allons détailler les bonnes pratiques délivrées par Instagram par grande famille de support du réseau social pour vous accompagner dans cette démarche.



Ayez de l'impact sur le fil Instagram avec des publications automobiles travaillées

Ne négligez pas la qualité de vos photos et vidéos

Instagram étant le média social de la photo il faut impérativement proposer des visuels de grande qualité. Ils doivent pouvoir attirer l'œil et se démarquer des autres posts que vos abonnés ont l'habitude de voir.

Si vous n'avez pas d'appareil photo de qualité professionnelle, les filtres Instagram vous permettent de donner du cachet à vos prises de vue. Entraînez-vous et jouez avec la luminosité, les contrastes, les détails de vos photos. Mettez-vous dans la peau d'un photographe et sublimez vos clichés pour une meilleure mise en avant de vos contenus.







Onseil Instagram :

Alternez entre photos et vidéos pour capter l'attention de votre audience sur le fil et utilisez les couleurs de votre marque. Votre fil est votre vitrine virtuelle : lorsqu'un nouveau client consulte votre profil, il doit pouvoir cerner rapidement votre marque.

Planifiez vos publications et postez régulièrement

Comme dirait l'adage "Rome ne s'est pas construite en 1 jour". Et bien pour votre communauté d'abonnés, c'est la même chose!

Afin de créer une réelle communauté et engendrer de la viralité sur vos posts, il va falloir poster. Régulièrement. Et pour cela, rien de tel qu'une organisation en amont. Si vous ne planifiez pas vos publications vous allez vite être submergé...

Vous pouvez alors faire appel à une plateforme de planification de posts. Ou bien tout simplement vous faire un calendrier éditorial sur un fichier Excel par exemple. Vous écrivez votre post à l'avance en choisissant les hashtags automobiles les plus pertinents pour votre visibilité et vous n'aurez plus qu'à copier/coller sur votre profil!

🧿 Conseil Instagram :

L'important n'est pas de publier un certain nombre de fois par semaine, mais plutôt de publier régulièrement pour maintenir l'intérêt des client·es fidèles. Mettez en place un calendrier de publication [...] vous aurez ainsi toujours quelque chose de cohérent à publier.



Misez sur des descriptions de posts cohérentes

La description de votre post est importante. Vous avez jusqu'à 2200 caractères pour vous exprimer. Vous pouvez décrire votre photo, décrire un véhicule et ses atouts pour montrer votre savoir-faire, votre activité, rebondir sur une actualité. Mais toujours en utilisant à bon escient les #hashtags. Choisir ses hashtags, c'est comme choisir ses mots-clés dans le référencement naturel!

Onseil Instagram :

Pour que vos publications soient utiles, rédigez une légende à chaque fois. Vous pouvez utiliser cet espace pour décrire la photo ou la vidéo, ou pour créer l'identité de votre marque. Essayez d'utiliser des hashtags, [...] identifiez d'autres personnes dans vos légendes pour les remercier. Encouragez votre audience à interagir en posant des questions ou en l'invitant à commenter ou à partager.

Gardez un contenu cohérent tant sur le fond que sur la forme

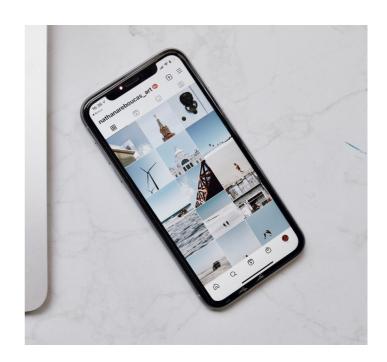
Comme on le dit précédemment, il est important de garder un contenu cohérent, dans le fond. Mais aussi dans la forme!

Ce qui plaît sur Instagram, ce sont les comptes qui savent respecter une harmonie dans leur contenu. Quand on passe d'un post à un autre, les photos/vidéos se ressemblent. On voit la même patte! Vous devriez presque être reconnaissable sans votre nom d'utilisateur. Juste avec la forme de votre contenu. Appropriez-vous une couleur, une typographie, un fond de couleur. Faites en sorte que cela vous ressemble et que ce soit simple pour vous à mettre en place. Et jouez le jeu sur l'ensemble de votre compte, de votre photo de profil à vos publications en passant par vos vignettes de Stories à la une.

Conseil Instagram :

L'identité de votre marque passe aussi par la cohérence de son profil Instagram :

- Choisissez un code couleur et faites en sorte que toutes vos publications le respectent.
- Capturez ou créez du contenu en masse pour assurer la cohérence des publications.
- Créez des tableaux de tendances dans lesquels vous pouvez puiser de l'inspiration grâce à la fonctionnalité Enregistrer.
- Archivez les publications de votre profil qui ne correspondent pas à ce que vous voulez véhiculer.



Publier sur Instagram c'est travailler sa notoriété. Si vous respectez ces conseils, vous devriez atteindre votre objectif de toucher un maximum de prospects.



Faites en sorte d'être en amélioration continue pour performer sur Instagram

Une fois que vous avez mis en place une stratégie de publication de contenus sur Instagram, il faut rester en veille et rester dans une dynamique d'amélioration de sa stratégie. Les fonctionnalités, les usages, les codes, les influenceurs évoluent très vite sur les réseaux sociaux. Vous pouvez commencer par lire régulièrement le blog tenu par Instagram. Vous y trouverez des conseils, des annonces, de l'aide etc.

Testez et adaptez votre contenu aux réactions suscitées

Connaissez-vous le "test and learn" (tester et apprendre) ? J'essaye de l'appliquer au quotidien dans mon travail. Testez des choses. Apprenez à vous servir des outils offerts par Instagram et amusez-vous. Regardez les retombées que cela suscite et tirez-en des conclusions.

Comment vos abonnés aiment interagir avec votre contenu ? Quels sont les formats les plus likés ? De quelle manière mettre en avant vos services, vos véhicules à vendre, vos conseils ? Qu'est-ce qui semble le plus pertinent ?

C'est en essayant que vous apprendrez ce qui est le plus adapté pour votre stratégie de contenu sur Instagram !

Soyez en veille constante

Les fonctionnalités et les usages des médias sociaux évoluent vite. Très vite. Il faut donc rester au fait des tendances de publications et des usages qui feront que vous aurez une communauté engagée et fidèle. Pour cela vous pouvez vous abonner à des médias spécialisés en community management comme Hootsuite ou spécialisés dans les usages du web comme Le Blog du Modérateur.

Abonnez-vous à des influenceurs, des personnalités reconnues dans votre métier et inspirez vous de leur façon de faire. En voici quelques-uns qui ont retenu mon attention :

dncluxurycars (env. 7500 abonnés) carsoutsidehouses (env. 1000 abonnés) street_cars07 (env. 1000 abonnés) silver.exhaust.system (env. 13000 abonnés)





Ces comptes sont assez différents mais ils ont en commun de mettre en ligne du contenu qualitatif et de façon régulière.

Vous pouvez faire votre veille en parcourant divers #hashtags spécifiques à l'automobile et en parcourant des comptes à droite à gauche. Une fois que vous avez trouvé des profils qui vous intéressent, inspirez-vous en! Exemples de # automobiles intéressants: #carslovers #carsofinstagram #automobile #voitureancienne #marquedevoiture

#modèledevoiture



Sur Instagram, comme sur tout autre média, segmentez votre cible pour plus d'impact

Postez local!

Ce qui vous intéresse surtout, ne l'oubliez pas, c'est d'être présent dans la mémoire et la tête des internautes qui sont proches de vous. Si vous ne vendez pas de véhicules relativement uniques (voitures anciennes, modèles rares etc.), en général vos clients se trouvent dans une zone géographique relativement proche. Si vous travaillez à Marseille, vous n'avez peutêtre pas énormément d'intérêt d'être populaire à Lille par exemple. Quoi que. En tout cas, ce n'est pas votre principal objectif.

Donc utilisez des hashtags locaux, postez du contenu en lien avec la vie de votre région, partagez les événements qui se déroulent près de chez vous et de vos futurs vendeurs et acheteurs! Abonnez-vous aux influenceurs locaux, taguez des marques ou des structures locales qui ne mangueront pas de partager votre contenu. Mettez en scène vos véhicules pour créer des histoires avec un décor et mettre en avant des acteurs locaux.

Partez du principe que si vous taguez une personne, une marque ou une entreprise, elle est susceptible de partager le contenu que vous aurez publié. Cela permet alors de multiplier votre audience!

Travailler sur Instagram c'est faire du réseautage!



Adressez vous aux principaux utilisateurs d'Instagram

La communauté automobile est présente sur les réseaux sociaux et est souvent fière de le revendiquer.

Identifiez les passionnés et les influenceurs du marché pour vous donnez de la visibilité sur cette cible prédestinée à être intéressée par vos posts.

Les jeunes sont aussi très présents sur le réseau, c'est peut-être le bon moment pour faire de la pédagogie afin d'être identifié comme un allié au moment de choisir sa première voiture ? Vous pourriez les accompagnez en les aidant à reconnaître les arnagues, leur expliquer les différences entre tels ou tels véhicules, entre les différents carburants, les véhicules les plus responsables etc.



PARTIE 3 - COMMENT MAÎTRISER LES FONCTIONNALITÉS ET LES OUTILS INSTAGRAM DANS L'AUTOMOBILE?

Les outils qui sont à votre disposition sur Instagram doivent être utilisés à bon escient afin que vous gagniez en visibilité sur le fil de vos abonnés. Voici les outils qui mettront en avant vos publications automobiles à coup sûr!



#Hashtags

On vous dit tout sur les hashtags, ces véritables mots-clés qui vous aideront à mettre en avant vos services et vos concessions/garages.

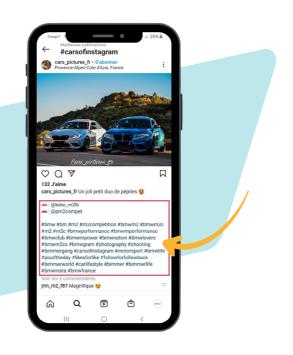
Hashtags, comment ça marche?

C'est très simple, vous choisissez un mot-clé que vous souhaitez mettre en avant et vous ajoutez le symbole # avant celui-ci. Et c'est tout. Pas de caractères spéciaux, pas d'espaces et pas trop long de préférence. A vous de jouer!

Pourquoi utiliser des hashtags?

Les hashtags sont une opportunité indéniable pour mettre en avant votre contenu auprès de personnes qui ne sont pas abonnés à votre profil! En effet, si votre page est publique, alors vos publications vont apparaître sur la page de hashtag correspondant.

Tous les hashtags utilisés sur Instagram conduisent à une page sur laquelle toutes les publications qui mentionnent ce hashtag sont répertoriées. C'est pourquoi il faut bien les travailler.

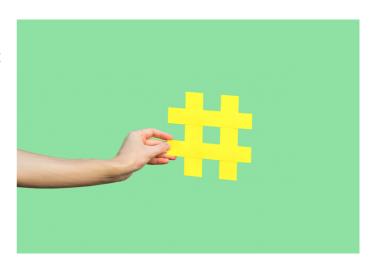


Combien de hashtags faut-il mettre pour être vu ?

Certaines personnes s'accordent à dire qu'il faut mettre entre 7 et 15 hashtags par publication (là où Instagram en accepte 30 maximum).

Mais en réalité, il est surtout important de varier vos hashtags d'un post à l'autre en essayant de garder une cohérence.

Vous pouvez par exemple vous établir une liste de 30 à 40 hashtags en lien avec votre métier et vos services et alterner en utilisant les motsclés qui correspondent au mieux au visuel que vous voulez publier.



Comment trouver des hashtags pertinents pour vos publications?

1. Regardez quels hashtags utilisent vos concurrents.

Si vous les trouvez pertinents, vous pouvez utiliser les mêmes ou bien vous en inspirer. Ou encore, au contraire, vous pouvez décider de ne surtout pas les utiliser de sorte que vous ne soyez pas en concurrence direct avec eux sur ces mots-clés là.

2. Choisissez des hashtags utilisés par les grands influenceurs du métier automobile.

Ces personnes ont une popularité telle que les hashtags qu'elles utilisent sont déjà peut-être suivis par vos prospects. Inspirez vous-en!

3. Utilisez la fonction de recherche

d'Instagram. Vous aurez alors accès à une liste de #hashtags contenant le mot-clé que vous cherchez ainsi que le nombre de publications qui le mentionne.

Ne misez pas uniquement sur des hashtags extrêmement populaires, votre post risque d'être noyé dans la masse. Le bon compromis c'est d'utiliser des mots-clés de différente popularité.

4. Créez vous un hashtag de marque.

Dans le cadre d'une animation, d'une campagne, d'un concours ou autre.

Par exemple, lancez un mouvement, #cestmacaisse en proposant à vos abonnés de poster la plus belle photo de leur voiture. On a ici, un hashtag lié à votre métier, on surf sur l'égo de nos followers pour les inciter à participer et on se créé une communauté.

5. Testez vos hashtags avant de vous lancer.

Certains mots peuvent avoir une signification toute autre que celle que vous aviez imaginée. Vérifiez les publications qui apparaissent dans l'onglet recherche # et observez les posts qui en ressortent pour voir si le contenu est cohérent avec le vôtre

6. Utilisez des hashtags simples, courts, compréhensibles rapidement.

Les hashtags trop complexes et trop longs n'ont pas beaucoup de succès car ils prennent de la place et peuvent comporter des fautes...



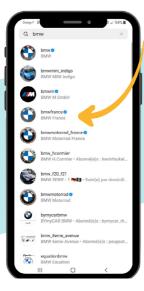
Tags, comment ça marche?

Vous ajoutez le nom du compte que vous souhaitez identifier avec le symbole @ et vous cliquer sur le compte correspondant à la personne ou l'entreprise que vous voulez taguer.

Où taguer les autres utilisateurs pour être vu ?

Vous pouvez taguer ces personnes dans vos publications, sur vos photos ou vidéos en utilisant la fonctionnalité "Identifier des personnes". Vous pouvez également les taguer dans vos stories. Cela fonctionne assez bien en général car les personnes taguées peuvent partager votre story dans la leur et ainsi vous donnez de la visibilité.

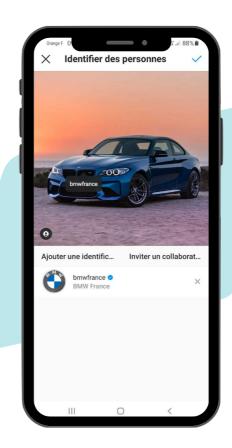






Pourquoi taguer d'autres utilisateurs sur Instagram?

Parce que cela va vous permettre d'interagir avec des utilisateurs qui sont en lien avec vous d'une manière ou d'une autre. Vous allez interpeller des personnes que vous aurez choisies au préalable pour leur faire (re) découvrir votre entreprise, vos services et cela vous permettra de vous faire connaître.



Qui taguer pour augmenter votre visibilité?

Vous pouvez taguer les marques de vos véhicules. Cela leur donnera de la visibilité si les internautes sont abonnés à leurs marques de voiture préférées.

Vous pouvez taguer vos clients après une vente ou une livraison. Après vous avoir donné leur consentement, ils pourront également relayer cette publication car cela peut être un moment important dans leur vie. C'est une nouvelle façon de faire du bouche à oreille.

Vous pouvez également taguer vos partenaires. Les identifier c'est les mettre en avant et mettre en avant le savoir-faire des équipes avec lesquelles vous travaillez. Vous montrez ainsi que vous vous entourez d'experts





pour accompagner vos clients! Encore une fois, vous pouvez attendre d'eux une réciprocité d'identification sur leur réseau social et élargir ainsi votre audience auprès d'utilisateurs qui ne vous connaissent pas.

Nous vous conseillons également d'identifier les acteurs locaux. Montrer que vous vous intéressez aux acteurs locaux augmentera votre capital sympathie et ils vous le rendront très certainement. D'ailleurs, n'oubliez pas de mettre la localisation dans vos posts. Les internautes peuvent effectuer des recherches par localisation géographique. Vous serez alors visible grâce à cela.



Vidéo Instagram

Pourquoi utiliser la vidéo sur Instagram?

La vidéo Instagram est un autre moyen de faire vivre votre contenu de marque! Selon Popcorn vidéo, "en 2020, le trafic vidéo représente 84% du trafic internet global". C'est pourquoi il faut au maximum vous approprier ce format.

Comment publier une vidéo et boostez son audience?

Vous avez juste à importer votre vidéo comme vous le feriez avec une photo, depuis votre galerie.

Après la publication de chaque vidéo dans votre feed, partagez-la dans votre story et même sur Facebook.





Reels, comment ça marche?

Prenez des vidéos de 30 secondes ou moins et laissez libre court à votre imagination ! Captez-les avec l'application Instagram ou bien importez-les depuis votre galerie. Vous pouvez ajouter du texte, des filtres, des bandes audio et même ajuster plusieurs vidéos à la suite grâce à des outils de conception vidéo.

Pourquoi publier des Reels?

Parce qu'encore une fois, c'est un excellent moyen de vous faire connaître de personnes qui ne vous suivent pas (encore)!

Le format Reels possède sa propre section.

Et comme évoqué précédemment, il possède également son propre algorithme. Vous apparaitrez donc dans les Reels d'utilisateurs qui ont des préférences pour les sujets en lien avec l'automobile et qui ne sont potentiellement pas encore abonnés à votre page.

C'est aussi l'occasion d'être original et de renforcer le ton de votre compte. Restez cohérent avec l'esprit de votre profil et inspirez-vous des Reels de vos concurrents ou d'influenceurs qui vous plaisent!





Stories, comment ça marche?

Vous pouvez publier des stories depuis votre compte. Elles peuvent être publiées sous forme de photos ou de vidéos. Vous pouvez y ajouter des gifs, des hashtags, des tags, des emojis, une localisation, de la musique, l'heure ou encore des sondages, des quiz, des liens ou des baromètres emojis. Allez fouiller ce qui s'y passe pour vous approprier ce format.

Pourquoi partager des stories?

C'est un moyen simple et rapide de partager des expériences quotidiennes. C'est aussi un excellent moyen de créer de l'interaction avec ses abonnés. On peut les faire participer à travers les sondages, les questions, les quizz. C'est également une bonne manière de partager vos publications et les mettre en avant facilement.

Vous pouvez également épingler des moments phares de vos stories grâce aux Stories à la une.



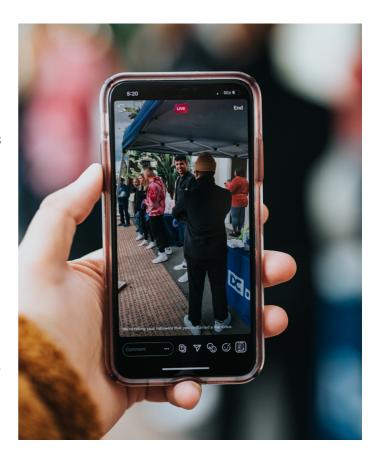
Live, comment ça marche?

Vous pouvez démarrer un live facilement depuis votre profil. Cela vous permet de lancer une conversation avec vos abonnés en direct live!

Pourquoi se lancer dans le live?

Le live vous permettra de créer une interaction forte avec votre communauté. C'est un excellent moyen de découvrir les personnes qui vous suivent, de mieux les connaître, de mettre en avant vos services.

Vous pourriez par exemple lancer des lives pour faire visiter vos points de vente ou pour lancer des événements phares comme des journées portes ouvertes.





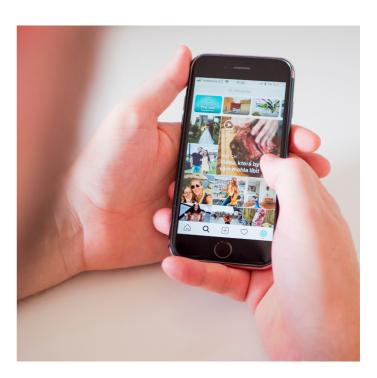
Rechercher et Explorer

Rechercher et Explorer comment ça marche?

Cette section vous permet de parcourir des photos, des comptes et des sujets susceptibles de vous intéresser. Elle permet de montrer de nouveaux contenus en fonction des personnes suivies et des publications aimées par les internautes.

Comment l'onglet Explorer peut vous permettre de gagner des followers?

Comme expliqué, vous pouvez, grâce à cet onglet, être visible de personnes qui ne vous suivent pas nécessairement. Cet onglet permettra à des utilisateurs passionnés d'automobile, de mécanique, de technologie de vous trouver. A condition d'utiliser les bons hashtags et de créer un contenu cohérent avec le sujet recherché.





Instagram vous propose une formation gratuite pour maîtriser ces différents aspects pour vous faire connaître sur le réseau social :

https://business.instagram.com/a/instagram-creative-tips



Trouvez l'inspiration

Conseil n° 2 Ne laissez rien au hasard Conseil nº 3 Misez sur la cohérence Conseil n° 4
Touchez vos clients

Conseil n° 5 Obtenez des modèles

Inspirez-vous d'autres publications

Lorsque vous recherchez des idées de publication, regardez ce que d'autres personnes ou entreprises partagent sur leur compte Instagram pour vous en inspirer.



3 techniques pour créer des publications pertinentes :

Suivez d'autres comptes.

Suivez des entreprises similaires, des organisations situées à proximité, des chefs de file dans leur secteur ou bien des entreprises qui vendent des produits ou services complémentaires aux vôtres.

• Recherchez les hashtags pertinents.

Commencez par faire une recherche large, puis soyez de plus en plus spécifique. Vous pouvez suivre la page des hashtags pour suivre les hashtags les plus pertinents pour votre entreprise.

Enregistrez les publications qui vous inspirent

Enregistrez les publications que vous aimez et remarquez les constantes. Pensez aux légende qui reflètent la manière dont vous souhaitez

PARTIE 4 - COMMENT TIRER PARTI D'INSTAGRAM GRÂCE À LA MISE EN AVANT DE SES ANNONCES VO/VD/ VU ?

On l'a vu, pour qu'Instagram devienne un média apporteur d'affaires il y a des efforts à fournir. Mais ces efforts ne seront pas vains car vous allez maîtriser l'art de publier sur Instagram pour gonfler votre notoriété et devenir la référence automobile en matière de véhicules d'occasion ou véhicules neufs. Vous avez encore des doutes ? On vous répond !

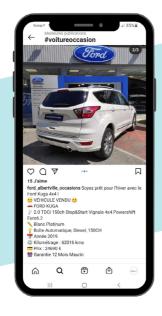


Pourquoi publier ses annonces sur Instagram?

Pour accroître votre notoriété et assurer une bonne rotation de stock!

Mettre en avant vos véhicules en vente les plus attrayants vous permettra de vous identifier comme un acteur automobile de référence. Attirer l'attention sur Instagram c'est le début de l'effet boule de neige. Les utilisateurs qui vont tomber sur votre publication peuvent alors cliquer sur votre profil et y lire une bio intéressante, voir des stories qui donnent envie et même cliquer sur un lien de redirection vers votre site Internet! Ils tombent alors sur votre stock, le descriptif de votre savoir-faire, la zone géographique dans laquelle vous travaillez etc.!

Montrer vos VO en vente ou déjà vendus, illustrera également la confiance de vos clients!



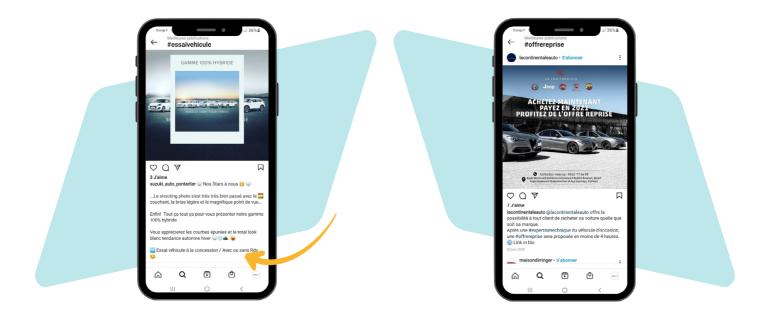


Pour mettre en avant vos services!

La publication de posts réguliers peut également vous permettre de mettre en valeur vos services, votre savoir-faire, vos équipes et convaincre alors des clients qui cherchent un professionnel de l'automobile envers lequel ils auront confiance!

Vous proposez des services de livraison ? Des essais gratuits sur route ? Des offres de reprise ? Des services de financement ?

Publiez des posts qui mettent en avant ces éléments différenciant! Faîtes de la pédagogie à ce propos, proposez des conseils d'entretien pour accompagner vos clients au plus près de leurs besoins.



Pour devenir de réels influenceurs automobiles français!

Bon ok! On vous l'accorde, il y a pas mal de choses à faire pour devenir une star d'Instagram dans l'automobile. MAIS, justement, si vous choisissez de vous y mettre vraiment, ne serait-ce pas le moyen de dépasser alors les concurrents qui n'auraient pas la connaissance, le temps et la volonté nécessaire de le faire? Le fait de proposer régulièrement du contenu de marque, publié automatiquement vous permettra d'enrichir votre Feed sans perdre trop de temps.

Profitez alors d'une nouvelle vitrine dont vous avez les clés et sur laquelle vous n'avez (presque) pas de contraintes, si ce n'est votre créativité!



CONCLUSION



On espère que ce guide vous aura permis d'apprendre les coulisses d'un média social en puissance et que cela vous permettra d'améliorer la rotation de vos stocks, de faire grandir votre notoriété locale.

Nous savons que c'est un travail important pour se démarquer des autres mais avec les bons outils, les bons conseils et des ressources humaines vous pourrez atteindre vos objectifs de notoriété grâce à Instagram.

Ubiflow vous permet notamment d'automatiser la publication de contenu en postant vos annonces directement dans votre Feed. Ajoutez des hashtags pertinents et taguez vos influenceurs, partenaires, acteurs locaux pour augmenter votre visibilité!

Vous souhaitez automatiser la publication d'annonces sur votre Feed Instagram ?

Demandez votre démo!

POUR ALLER PLUS LOIN



• Articles Ubiflow dédiés aux réseaux sociaux

Pour aller plus loin dans votre stratégie social media, voici quelques-uns de nos articles dédiés aux professionnels de l'automobile. Pour étayer votre veille, n'hésitez pas à vous inscrire à notre blog.

- > <u>Diffusion des annonces automobiles sur Instagram.</u>
- > Automatiser sa diffusion d'annonces sur Instagram!
- > Les hashtags et les tags sur Instagram : un gain de visibilité pour vos posts automobiles
- > Réseaux sociaux et automobile : ces indispensables dans la diffusion d'annonces
- > Automatiser sa diffusion d'annonces sur Google!

Liens utiles et sources :

- > https://www.blogdumoderateur.com/taille-images-instagram
- > https://business.instagram.com/blog/getting-started-on-instagram?locale=fr_FR
- > https://www.google.com/url?g=https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-internet-reseauxsociaux-france-2021
- > http://finance.yahoo.com/news/5-most-popular-instagram-accounts-164126625.html
- > https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics/
- > https://business.instagram.com/
- > https://about.instagram.com/fr-fr/
- > https://about.instagram.com/fr-fr/creators

FAITES DE VOTRE VISIBILITÉ DIGITALE **UN LEVIER DE CROISSANCE!**

Les marchés des médias et des logiciels sont complexes et ils évoluent dans le temps et l'espace. Nous avons cherché à simplifier la diffusion des annonces automobiles sur les portails. Aujourd'hui nos connaissances du secteur automobile ont évoluées et nous avons adapté nos solutions pour répondre à vos besoins les plus fins.



ubiflow^{**} © Ubiflow nov. 2021 La Vallée, 35830 BETTON www.ubiflow.net contact@ubiflow.net

Contactez-nous au 02 99 83 05 36





