

### Instagram, stratégie digitale

#### Public concerné

Responsable communication, responsable marketing, webmasters, chefs d'entreprise, dirigeants, Indépendants, freelances, concepteurs-rédacteurs, journalistes

#### Prérequis

Aucun

#### Méthode pédagogique

La formation comprend une explication théorique, des illustrations, des cas pratiques et un debriefing

#### Objectifs

- Comprendre le fonctionnement d'Instagram
- Créer et animer un compte Instagram professionnel
- Développer une communauté
- Définir une ligne éditoriale
- Mettre en place des campagnes publicitaires
- Utiliser Instagram comme un outil de fidélisation et de développement commercial, entrepreneurs

Durée

**28h**

Prix

**1400 €**

#### Les plus

Formation adaptée aux besoins du stagiaire  
Des exercices en lien avec les problématiques de l'entreprise  
Un certificat de formation est délivré en fin de stage



#### Programme

##### 1. Présentation d'Instagram

Prise en main d'Instagram  
Création d'un compte Instagram et conversion en compte professionnel  
Découverte de l'interface de l'application  
Optimiser son compte (Photo de profil, biographie, information de contact,...)  
TP : audit de la concurrence  
TP : écrire une bio Instagram

##### 3. Définir une ligne éditoriale

Type de contenu, type de publication, rythme de publication,...  
Le ton utilisé, les hastags, les couleurs, les émojis, les contenus  
TP : mise en place d'un calendrier de publications

##### 4. Publier sur Instagram

Créer et publier des visuels pertinents  
Soigner son feed  
Utiliser les slides, les stories, les vidéos, les gifs  
Programmer des publications

TP : création d'une publication  
TP : création d'une story

##### 5. Créer une communauté

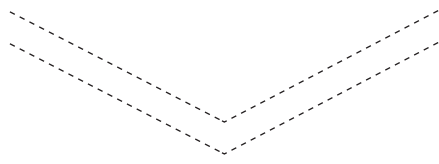
Mettre en place des jeux-concours  
Interagir avec ses abonnés (commentaires, discussion privée)  
Publier un contenu de qualité qui répond aux attentes des abonnés  
Suivre des comptes liés son activité

##### 6. Mettre en place des campagnes publicitaires

Les objectifs  
Les critères de ciblage  
Le budget  
Produire des visuels attractifs  
Analyser les performances de la campagne  
TP : création d'une publicité

##### 7. Travailler avec des influenceurs

Identifier et sélectionner des influenceurs en rapport avec votre activité



## Instagram, stratégie digitale

Contacter les influenceurs et déterminer le moyen de paiement

Mesurer les performances de cette action

TP : identifier un influenceur, et le mode de collaboration

TP : Écrire un mail de demande de partenariat

### **8. Mesurer les performances**

Présentation des statistiques Instagram

Mise en place des KPIs

Tirer les enseignements des données démographiques