

Ce qu'il te faut absolument pour avoir

Les bases du professionnalisme Sur Instagram



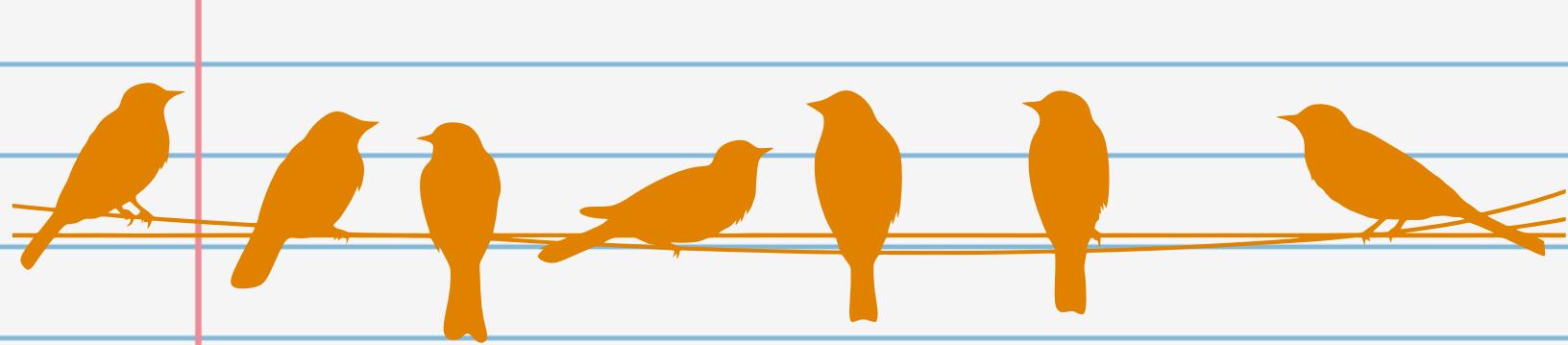


Table des matières

01 La bio

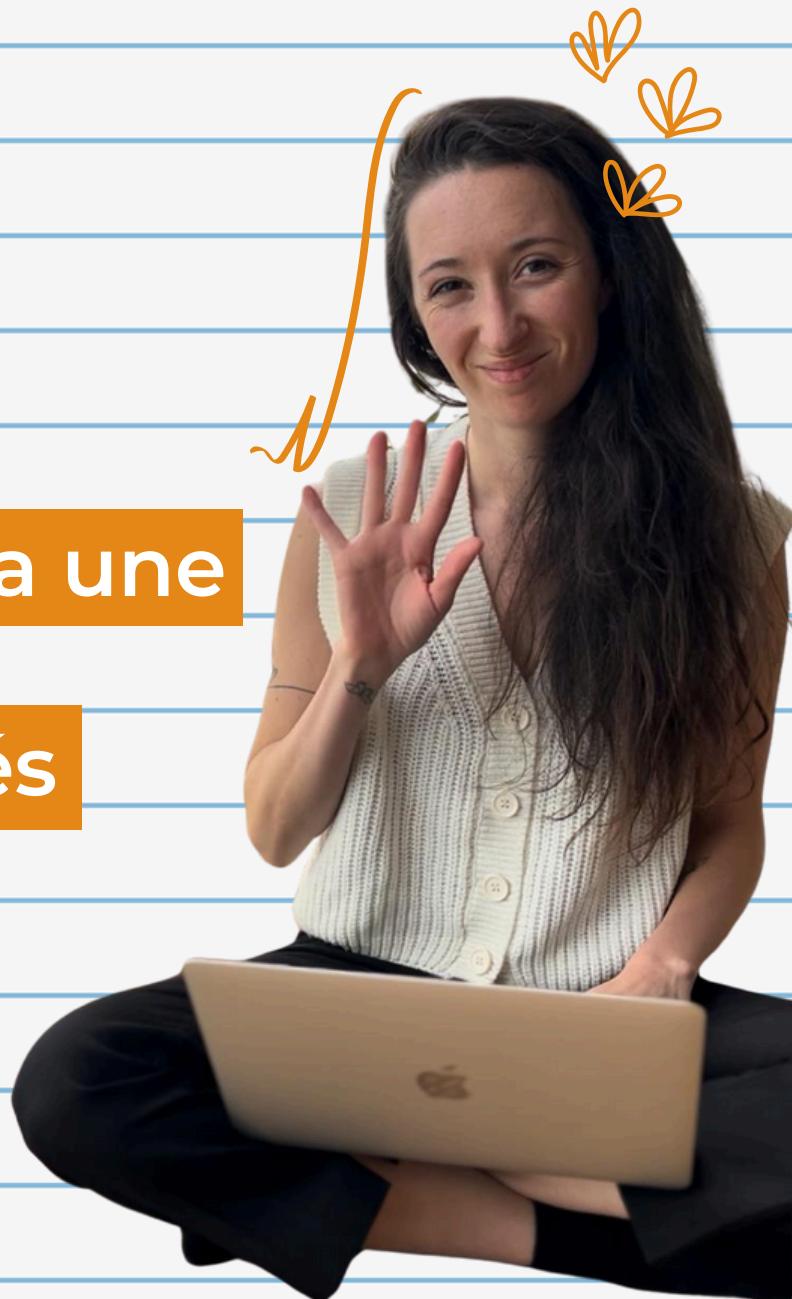
02 La photo

03 Le SEO

04 Les Story à la une

05 Post épingleés

06 Conclusion





Pensez-la comme une accroche marketing : claire, directe, et engageante.

Une structure simple pour aller à l'essentiel :



Votre activité

→ Exemple : “Coach en image & confiance en soi”



Votre cible

→ “Pour les femmes qui veulent se sentir alignées et affirmées”



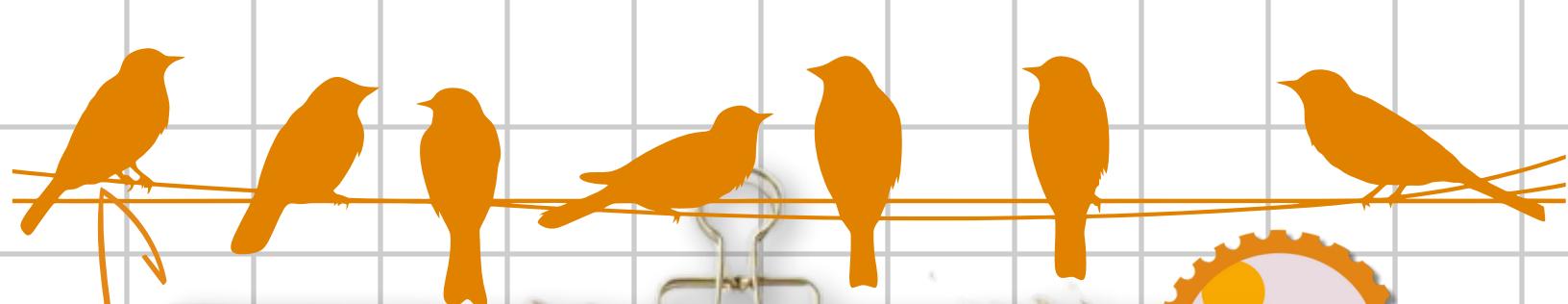
Votre promesse

→ “Des accompagnements concrets pour révéler votre potentiel”



Un appel à l'action

→ “Réservations ici  ou “Contact par DM”



Votre bio Instagram, c'est bien plus qu'une simple description, elle donne le ton dès les **premières secondes** et influence directement l'envie qu'a un visiteur de **vous suivre... ou pas.**



En quelques lignes, elle doit permettre à n'importe qui de comprendre :

- **Ce que vous faites**
- **À qui vous vous adressez**
- **Ce que vous leur apportez de concret**



Exemple de bio optimisée :

Coach Instagram pour petites entreprises

- 🎯 **Stratégies simples & rentables**
- 📍 **Basée à Lyon – RDV en ligne**
- [Lien vers ton site]**



La bio

Une photo

La photo est la première chose que les gens voient en arrivant sur votre compte, elle doit vous représenter vous, pas votre entreprise, on évite donc de mettre le logo.



Avec une bonne luminosité



Votre tête uniquement



Souriant



Dans le style de votre établissement



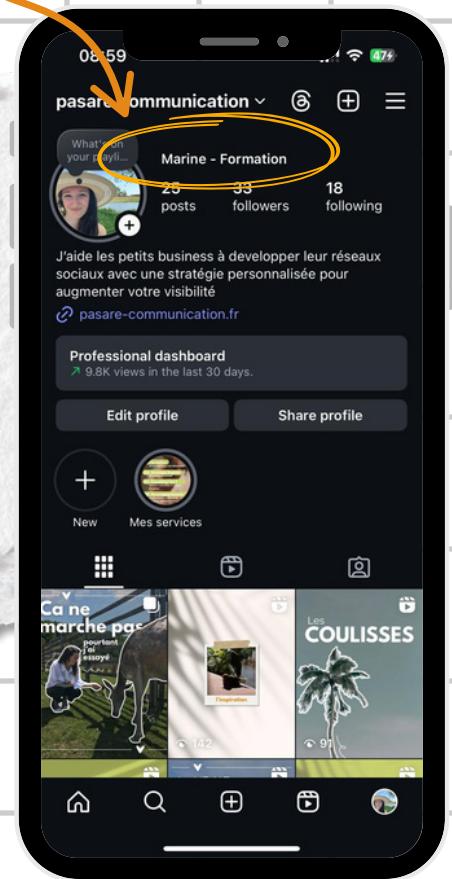
Le SEO

Le SEO dans un nom de compte Instagram, c'est l'art d'intégrer des mots-clés recherchés directement dans ton nom d'utilisateur ou ton nom de profil, afin que ton compte soit mieux référencé dans la barre de recherche Instagram.

But : Être trouvée plus facilement par ta cible, gagner en visibilité, et attirer des abonnés qualifiés.

Exemple :

Au lieu de simplement "Marie Martin", écrire "Marie | Boulangerie | Paris" permet à ton profil d'apparaître quand quelqu'un tape Boulangerie Paris dans les recherches.



Story à la une

Les Story à la une regroupe les informations importantes qu'une personne veut/doit savoir en arrivant dans votre entreprise, une étape CRUCIALE pour inciter la confiance.

Vous devez faire une story à la une différente, avec une page de couverture adaptée informant:



Qui vous êtes

→ Vidéo ou photo, racontant votre parcours



Vos services

→ idéalement un page par service proposé, exposant clairement vos différents services



Horaires (si particulières)



Avis/témoignages

→ demandez des retours clients, ou même afficher les avis de google my business, commentaires positifs laissés par vos clients...ect

Posts épingleés

Epinglez 3 posts, qui sera donc la première ligne de post qui apparaît quand quelqu'un arrive sur votre compte.

Choisissez stratégiquement, et pas juste vos posts qui ont le plus de vues, choisis 3 posts qui résument parfaitement:



Ton univers



Ton expertise



Comment tu aides ta cible

C'est une accroche visuelle importante pour transformer un visiteur en abonné (voire client), encore plus si les pages de couverture sont en adéquation avec la charte graphique de l'entreprise

Conclusion

Voila les premières étapes à mettre en place pour un rendu plus professionnel de ton entreprise.

Si tu veux aller plus loin dans ton business, consulte mes autres produits tel que ma formation réseaux sociaux spécialisée pour petit business!