

metricool

Bienvenue dans ce livret de vacances, compagnon de devoirs ou feuille de route. Nommez, comme il vous plaira, ce résumé dédié à **optimiser votre stratégie de stories Instagram en 24 jours**.

Que vous découvriez Metricool ou que vous soyez un habitué, suivez le guide !

Pourquoi mettre en place cette feuille de route autour du format des stories ?

Les stories sont souvent négligées, mais véritablement puissantes ! Notre **étude Instagram de 2023** l'affirme, elles représentent une part considérable, soit **39,31 % du contenu partagé sur le réseau**. Pour les curieux, retrouvez les conclusions complètes [ici](#).

Retournons au sujet du jour : comment améliorer votre stratégie de stories en seulement 24 jours. Ce guide pratique, divisé en six sections, vous offre un parcours complet :

- Section 1 : Lancement et Engagement 👤
- Section 2 : Créativité et Techniques 🎨
- Section 3 : Engagement Continu 💜
- Section 4 : Impact du Contenu 🔥
- Section 5 : Créativité Avancée 🧑
- Section 6 : Analyse et Réflexion 📊

Ce plan détaillé vous permettra de passer de **l'appréhension face à la caméra à l'enthousiasme dans la création de stories**, que ce soit **pour vous-même ou pour vos clients**.

📖 **À noter** : cette organisation est flexible ! Vous pouvez ajuster les jours en fonction de vos objectifs spécifiques.

Section 1 : Lancement et Engagement 🧑🧑

Jour 1 : Commencez Fort

CONSEIL : Démarrez votre journée **avec un sticker d'action pour stimuler l'engagement.** Cette interaction initiale favorise une meilleure visibilité grâce à l'algorithme d'Instagram.



DÉTAILS : Utilisez des stickers de sondage, de questions, ou de quiz pour encourager l'interaction dès le début de votre story. Les utilisateurs sont plus susceptibles de participer, ce qui peut améliorer la visibilité de votre contenu dans les stories de vos abonnés.

👉 Veillez à aligner le contenu du sticker avec le thème global de votre story pour maintenir la cohérence. Cela crée une opportunité d'engagement ludique tout en offrant une visibilité accrue à vos stories.

Jour 2 : Adaptez votre Style Visuel

CONSEIL : Choisissez soigneusement vos lettres et couleurs pour maintenir une esthétique cohérente. L'harmonie visuelle rend votre contenu plus attrayant.

DÉTAILS : Optez pour une ou deux polices de caractères qui reflètent votre identité visuelle.

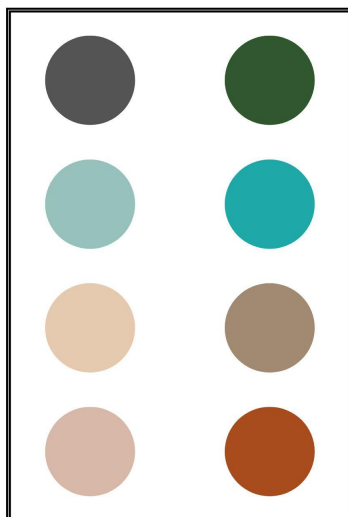
👉 Par exemple, si vous utilisez une police sans serif pour les titres, choisissez une police plus lisible pour le corps du texte.

👉 En ce qui concerne les couleurs, assurez-vous qu'elles sont cohérentes avec votre image de marque. Utilisez des stickers de sondage pour impliquer votre audience dans les décisions esthétiques, renforçant ainsi le sentiment de communauté. La cohérence visuelle favorise la reconnaissance de votre marque et rend vos stories plus mémorables pour votre audience.

♥ ASTUCE BONUS :

Créez une palette de couleurs sur Canva et gardez-la dans votre galerie pour avoir toujours vos couleurs à portée de main.

PALETTE DE COULEURS

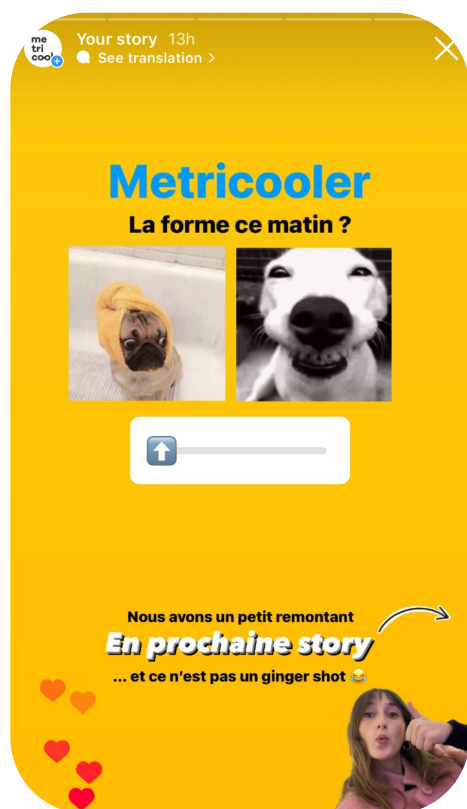


Jour 3 : Humanisez Votre Contenu

CONSEIL : Intégrez des éléments “humains” à vos stories, tels que des mèmes et des GIFs. Cette approche décontractée et ludique favorise la connexion avec votre audience.

Exemple : Quel est votre mood du jour ?

DÉTAILS : Assurez-vous que les mèmes sont pertinents par rapport au sujet de la journée et que le ton reste en accord avec votre identité de marque. Cette approche décontractée rend votre contenu plus accessible et encourage l'interaction, renforçant ainsi la communauté autour de votre profil.



Section 2 : Créativité et Techniques 🎨

Jour 4 : Améliorez Votre Créativité avec Les Stickers

CONSEIL : Explorez la création de stickers personnalisés pour rendre votre contenu unique.

Exemple : *Renforcez vos stories avec des stickers vous mettant en scène pour inciter l'utilisateur à agir.*



DÉTAILS : Donnez vie à vos stories en créant des stickers personnalisés qui reflètent l'identité de votre marque.

Trois options s'offrent à vous :

- 👉 Utilisez des applications externes de création de stickers comme [Remove.org](https://www.remove.org/).
- 👉 Utilisez votre galerie iPhone, copiez un élément puis collez-le dans votre story.
- 👉 Utilisez l'option de sticker disponible sur Instagram (*Tous les profils n'ont pas encore accès à cette option, soyez patients ^^*).

Encouragez votre audience à utiliser ces stickers dans leurs propres stories, pour une interaction dynamique. Cette approche créative permet de renforcer la reconnaissance de votre marque tout en offrant à votre audience des outils pour s'exprimer de manière unique.

Jour 5 : Profitez De La Puissance des Stories

CONSEIL : Reconnaissez le potentiel de conversion des stories. Utilisez des liens UTMs pour suivre le trafic et optimiser ainsi votre stratégie.

DÉTAILS : Intégrez des liens UTMs dans vos stories pour analyser la provenance du trafic. Par exemple, employez un lien UTM spécifique pour chaque story promotionnelle ou produit, vous permettant de mesurer l'efficacité de chaque élément de votre stratégie. Encouragez votre audience à interagir en utilisant des stickers de sondage pour partager leurs réponses ou expériences.

Cela crée une opportunité de discussion tout en vous fournissant des données précieuses sur la performance de votre contenu. Utilisez ces informations pour ajuster votre stratégie et maximiser l'impact de vos stories.

ASTUCE BONUS :

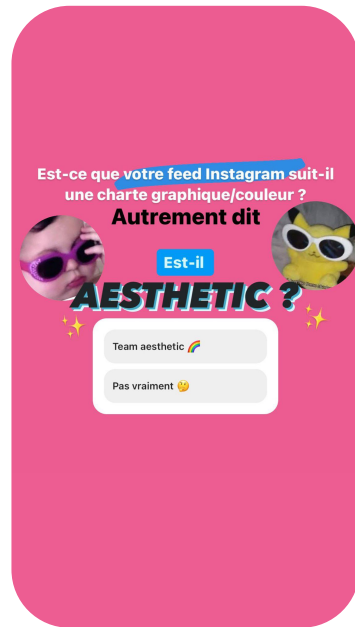
Simplifiez votre suivi en regroupant tous vos liens UTMs dans un seul document. **Metricooler, concentrez-vous sur analyser le trafic, nous, on s'est occupé du reste.**

Téléchargez gratuitement notre modèle de liens UTMS [ici](#)

Jour 6 : Maîtrisez L'Art du Storytelling

CONSEIL : Devenez un narrateur habile en utilisant des débuts percutants et des histoires engageantes pour captiver votre audience.

Exemple : ouvrez vos stories avec une accroche. Commencez par une situation intrigante, suscitez l'intérêt en développant un conflit ou une question, et concluez par une résolution ou une réponse satisfaisante.



DÉTAILS :

Astuce 1 : Commencez par un crochet narratif ! Imaginez que chaque story soit un épisode captivant de votre série préférée. Ça doit accrocher dès le départ !

Astuce 2 : Authentifiez votre récit ! Partagez des moments réels, même les plus imparfaits. L'authenticité crée une connexion puissante avec votre audience.

Astuce 3 : Optez pour des visuels impactants ! Des photos éclatantes, des GIFs qui ajoutent une touche fun, et n'hésitez pas à jouer avec les polices pour donner une identité visuelle unique à vos mots.

♥**ASTUCE BONUS :** Pour rendre le processus ultra-simple, utilisez des applications comme Canva pour créer des designs faciles et créatifs, et Unfold pour des mises en page de story professionnelles.

Jour 7 : Profitez De Téléprompteur et CapCut

CONSEIL : Utilisez un téléprompteur pour des stories fluides. Les applications comme CapCut peuvent améliorer la qualité de votre contenu.

DÉTAILS : Facilitez-vous la vie en utilisant un téléprompteur pour des stories fluides et bien structurées. Des applications comme CapCut offrent des fonctionnalités de téléprompteur intégrées.

♥BONUS :

Pour aller plus loin dans votre utilisation de CapCut, complétez votre attirail avec cette vidéo.



Jour 8 : Analysez avec Metricool

CONSEIL : Comprenez l'impact de vos stories en analysant les indicateurs clés sur Metricool. Cette démarche vous permet d'ajuster votre stratégie en fonction des résultats.

DÉTAILS : Plongez dans les statistiques de Metricool pour évaluer le rendement de vos stories. Analysez les vues, le taux d'engagement et les interactions spécifiques de chaque story. En partageant ces données avec vos followers grâce aux stickers de sondage, vous favorisez la transparence et incitez à participer. Ajustez ainsi votre stratégie en fonction des résultats, identifiez les contenus performants et améliorez votre créativité pour maximiser l'impact de vos stories.

Comment analyser le statut de vos réseaux sociaux et savoir si vous êtes sur le bon chemin ? Utilisez un support adapté !

Nous avons conçu notre modèle d'audit social média pour vous permettre de voir où vous en êtes avec vos profils.

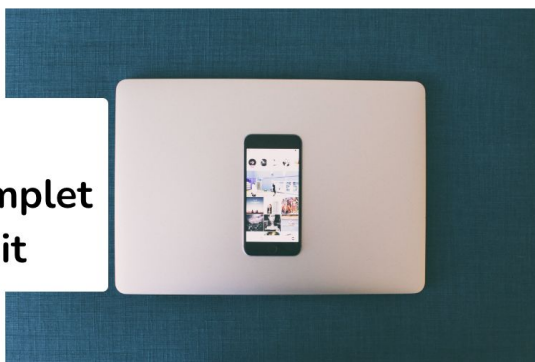
Téléchargez votre audit ici 

Home / Audit des réseaux sociaux : guide complet avec modèle gratuit

Audit des réseaux sociaux : guide complet avec modèle gratuit

08 novembre 2023

Réseaux sociaux



Section 3 : Engagement Continu

Jour 9 : Faites-vous Remarquer

CONSEIL : Utilisez des hooks percutants pour attirer l'attention. Devenez mémorable dès les premières secondes.

DÉTAILS :

- 1 Soyez captivants dès le départ ! Imaginez que chaque story est une bande-annonce de blockbuster. Donnez-leur une raison de rester accrochés dès les premières secondes.
- 2 Pimentez vos captions ! Ajoutez une dose de personnalité, d'humour, ou de mystère. Les captions accrocheuses donnent une dimension supplémentaire à votre contenu.

Exemple :

- Lundi : Découvrez la face cachée de _____ que personne ne vous a jamais révélée.
- Mardi : Les secrets bien gardés des experts pour exceller dans _____.
- Mercredi : Plongez dans l'univers fascinant de _____ et transformez votre quotidien.
- Jeudi : Les coulisses de ma journée parfaite pour atteindre vos objectifs de _____.
- Vendredi : Libérez-vous de l'emprise de _____ avec cette méthode révolutionnaire.
- Samedi : Explorez avec moi les dessous méconnus de _____ que personne n'ose vous montrer.
- Dimanche : Préparez-vous mentalement pour une semaine de réussite en suivant ce rituel de _____.

Jour 10 : Investissez Dans Du Matériel de Création

CONSEIL : Partagez le matériel que vous utilisez pour créer du contenu. Ainsi, vous créez une connexion authentique avec votre audience.

Quoi de mieux que de vous partager nos indispensables du quotidien pour créer et produire du contenu de qualité !

En espérant que cette liste non exhaustive vous donne un petit coup de pouce.

LISTE D'OUTILS :

👉 **Tube light Soonweell :**

💰 45,99 €

<https://amzn.eu/d/5aiAbmC>

👉 **Trépied amovible :**

💰 29,99 €

<https://amzn.eu/d/asZF1Qs>

👉 **Trépied 161cm :**

💰 25,99 €

<https://amzn.eu/d/3kN4rO9>

👉 **Ring light bureau :**

💰 45,95 €

<https://amzn.eu/d/4wYQbiK>

🔥 BONUS EXTRA :

- ✓ Téléphone utilisé chez Metricool : iPhone 14 ; iPhone 15 pro.
- ✓ Pour une meilleure qualité de photo, utilisez la partie arrière de la caméra.
- ✓ Essayez d'être face à une source de lumière naturelle (fenêtre).
- ✓ Pour des vidéos de qualité : ➡ 4K : 60.
- ✓ **Application pour éditer vidéo : CapCut.**

Commencez par les bases grâce à
[cette vidéo spécialement conçue pour vous](#)

Ces outils, si vous faites du contenu pour vos clients, auront tout autant d'intérêt pour améliorer luminosité, qualité et stabilité.

Vous en avez d'autres ? Partagez-les avec nous via DM sur Instagram, nous serons ravis d'avoir vos retours pour élargir notre panoplie.

Jour 11 : Partagez en juste quantité

CONSEIL : Évitez de saturer vos stories. Poster en juste quantité maintient l'intérêt et la pertinence.

Exemple :

★ Lundi : Demandez si votre audience à passer un bon weekend, partagez votre "to do de la semaine" ou un rappel des nouveautés que vous avez récemment partagé sur votre feed.

★ Mardi : Regardez ce qu'il se passe autour de vous, dans votre secteur d'activité et faites le savoir aux autres. Faites des "cross-post promotion", en d'autres termes, si vous avez une chaîne YouTube, un podcast, ou un blog, c'est l'occasion de partager vos dernières actions.

ASTUCE BONUS :

Pensez à ajouter un hook (jour 9) et du storytelling (jour 6) pour que votre audience réagisse via un sticker en amont pour ensuite partager votre link.

★ Mercredi : Pourquoi ne pas partager sous forme de mème, le mood en milieu de semaine.

★ Jeudi : Une astuce, une journée 'avec vous', un before/after, 'expectations/reality'.

★ Vendredi : Un récap de la semaine de vos meilleures publications ou encore de vos dernières ressources publiées via d'autres canaux (articles, produits, promos, formations).

★ Samedi : C'est le week-end, vous aussi êtes en pause ? Déconnectez ou profitez-en pour partager du contenu plus léger (paysage, food, vacances ou même rien du tout).

★ Dimanche : Journée libre 😊

DÉTAILS : Il est essentiel de trouver le juste équilibre entre la fréquence de vos stories et la valeur qu'elles apportent. Trop de stories peut submerger votre audience, tandis que trop peu peuvent conduire à une perte d'engagement.

Encouragez votre audience à partager leurs propres stratégies pour maintenir cet équilibre en utilisant le sticker de question. Cette pratique ouvre une discussion autour des habitudes de consommation de contenu de votre communauté, et peut même fournir des insights utiles pour adapter votre fréquence de publication en fonction de leurs attentes.

Jour 12 : Essayez l'Astuce des 24h

CONSEIL : Testez l'astuce “**24 heures sans rien poster**”. Créez de l'anticipation pour votre prochain contenu.

DÉTAILS :

5 raisons pour lesquelles cette stratégie est utile pour vous et votre audience :

1. Réaction d'anticipation : *Les gens commencent à se demander ce que vous préparez, suscitant l'engagement et l'interaction.*

2. Concentration sur la qualité : *En prenant du recul, vous pouvez réfléchir à des idées créatives et produire quelque chose de vraiment percutant pour votre prochaine publication.*

3. Éviter la saturation : *En réduisant la fréquence des publications, vous évitez la saturation de votre audience. Cela peut être particulièrement utile si vous constatez que la résonance de vos publications diminue.*

4. Mystère : *Les gens peuvent être intrigués et plus enclins à explorer votre profil lors de votre retour.*

5. Réinitialisation de l'algorithme : *Certains utilisateurs estiment que prendre une pause peut aider à réinitialiser l'algorithme d'Instagram, offrant ainsi une meilleure visibilité lors du retour avec du nouveau contenu.*

Testez et comparez votre impact, et portée après 24h.

Section 4 : Impact du Contenu 🔥

Jour 13 : Soyez Mémorable

CONSEIL : Mettez en avant ce petit quelque chose qui vous rend mémorable, même sans que l'utilisateur voie votre nom.

👉 **Astuce n°1 :** *Trouvez votre signature visuelle ! Que ce soit une palette de couleurs unique, un style de photo distinctif, ou même un émoji spécifique, donnez à votre contenu une touche personnelle inoubliable.*

👉 **Astuce n°2 :** *Soyez consistant dans votre ton ! Que vous soyez drôle, inspirant ou informatif, maintenez une tonalité cohérente qui résonne avec votre audience. La constance crée la mémorabilité.*

👉 **Astuce n°3 :** *Racontez une histoire ! Les récits créent des connexions émotionnelles. Partagez des moments authentiques qui restent gravés dans l'esprit de votre audience.*

DÉTAILS : Identifiez ce qui vous rend unique et mémorable, que ce soit votre style visuel, votre ton, ou des éléments de votre vie que vous partagez.

Utilisez le sticker de sondage pour encourager votre audience à réfléchir à leur propre unicité. Ce conseil renforce l'importance de créer une marque personnelle distincte. Invitez également votre audience à partager ce qu'ils trouvent mémorable dans votre contenu, ce qui peut fournir des insights précieux sur les éléments qui résonnent le plus avec eux.

Jour 14 : Établissez Un Copywriting Efficace

CONSEIL : Maîtrisez l'art du copywriting pour des légendes et des textes captivants. Des mots percutants font toute la différence.

Le copywriting, qu'est-ce que c'est ?

C'est le texte qui accompagne vos publications sur IG, FB, LinkedIn, etc.

Son importance ? CRUCIALE

Il capte l'attention de votre communauté pour la persuader.

OBJECTIF : inciter à agir, que ce soit partager, aimer, commenter, visiter le blog, acheter un produit.

DÉTAIL : Avant de vous partager notre liste indispensable, il est important de souligner que l'art de **la rédaction n'est pas un exercice inné, mais qui s'acquiert** à travers une multitude d'essais !

Ayez toujours en tête que même les meilleurs ont été une fois dans vos chaussettes et se sont senti perdus sur comment, quoi ou pour qui rédiger.

Découvrez les 7 formules à appliquer au quotidien :

AIDA :

- **Attention** (accroche) : Capturez l'attention avec une question ou une déclaration intrigante. (Ex: Et puis M****, je vais vous partager mes 6 conseils pour convertir votre audience en client).
- **Intérêt** : Présentez un avantage spécifique ou suscitez la curiosité pour maintenir l'intérêt.
- **Désir** : Mettez en avant les bénéfices du produit ou du service pour susciter le désir chez le lecteur.
- **Action** : Appelez à l'action de manière claire et incitative. (commentez, cliquez sur le lien etc).

PAS :

- **Problème** : Identifiez un problème auquel votre audience peut s'identifier. (ex: le manque de temps).
- **Agitation** : Mettez en avant les conséquences du problème pour susciter l'agitation. (le stress, mauvaise humeur, page blanche, etc).
- **Solution** : Présentez votre produit ou service comme la solution au problème. (Boom : Metricool).

FOMO (Peur de manquer quelque chose) :

- **Fear** : Éveillez la peur chez vos followers de manquer quelque chose ou une occasion (des offres, des promos).
- **Of** : Cool, vous les avez dans votre manche, à présent clarifiez ce à quoi votre audience a besoin (avantages).
- **Missing Out** : Enfin, mettez l'accent sur la possibilité de rater quelque chose d'exceptionnel, vous motiverez davantage vos abonnés à agir.

Before-After-Bridge :

- **Avant** : Décrivez la situation avant l'utilisation de votre produit ou service.
- **Après** : Illustrez les résultats positifs après avoir utilisé votre offre.
- **Pont** : Connectez les deux en montrant comment votre produit/service a créé la transition.

4U :

- **Utile** : Montrez en quoi votre offre est utile pour votre audience (présentez une fonctionnalité, des avantages qui répondent à un besoin).
- **Urgent** : Maintenant créez un sentiment de rareté, d'exclusivité et soulignez le besoin d'agir vite, dans l'urgence.
- **Unique** : Mettez en avant ce qui rend votre produit/service unique.
- **Ultra-spécifique** : Soyez précis dans votre message pour renforcer la crédibilité avec des chiffres, des retours clients, des exemples ! Plus vous êtes spécifique, plus votre offre aura du poids.

RHV :

- **Raconter** : L'essence même du storytelling, racontez une anecdote, une mise en situation pour créer un lien émotionnel avec votre audience.
- **Histoire** : Vous avez capté votre audience, maintenant, narrez et ajoutez des détails "péripiéties".
- **Valeur** : C'est good, vous les tenez en haleine ! Transmettez à travers l'histoire le produit/service de façon claire et convaincante. Offrez une solution, en quoi vous leur apportez une valeur ajoutée.

ACCEL

- **Attention** : Attirez l'attention de votre audience (une accroche qui interpelle).
- **Compréhension** : Assurez-vous que votre message est clair et compréhensible.
- **Conviction** : Renforcez votre message avec des éléments persuasifs.
- **Action** : Appelez à une action spécifique.
- **Loyauté** : Faites en sorte que votre audience se sente connectée et fidèle à votre marque.

Jour 15 : Incluez Des Sous-Titres

CONSEIL : Ajoutez des sous-titres à vos vidéos ainsi que des musiques !

DÉTAIL : Incorporez des sous-titres à vos vidéos pour rendre votre contenu accessible à un public plus large, y compris ceux qui ont des difficultés auditives ou qui préfèrent regarder des vidéos sans son.

En ajoutant des sous-titres, vous vous assurez que votre message atteint tout le monde, peu importe où ils se trouvent. Plus d'accessibilité, plus d'impact !

En musique, l'émotion s'intensifie ! Choisissez une bande sonore qui amplifie l'émotion que vous souhaitez transmettre. C'est comme donner une dimension supplémentaire à votre contenu.

Où faire des sous-titres ? Sur CapCut, un peu plus haut, vous avez la vidéo tuto 😊

ASTUCE BONUS

Si vous enregistrez directement vos vidéos sur TikTok, ayez en tête qu'à présent les sous-titres sont automatiquement ajoutés par l'App.

Jour 16 : Être à l'Affût des Tendances

CONSEIL : Restez informé des tendances dans votre domaine.

Pensez à créer une routine hebdomadaire de veille avec un peu de social media listening et adaptez votre contenu pour rester pertinent.

Veille et social media listening : Késako ?

"Social media listening" désigne la surveillance des conversations en ligne pour comprendre les opinions et les tendances, tandis que la "veille social media" englobe la collecte et l'analyse d'informations sur les réseaux sociaux pour prendre des décisions éclairées.

DÉTAIL : Partagez des astuces sur la manière dont vous restez informé, que ce soit en suivant des influenceurs, des publications spécialisées, ou en utilisant des outils comme Metricool pour analyser les tendances actuelles.

Vers quelles sources vous tourner pour être au courant de l'actualité ? Bonne nouvelle, nous avons conçu une liste Metricooler, prête à l'emploi !

Gardez-là précieusement :

SITES

- TikTok Newsroom
- Le Blog du Modérateur
- J'ai un pote dans la com
- Metricool : Blog et étude
- Social Media Today

SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Sur IG : @Adam Mosseri et @creators
- Sur X : @youtubecreators
- Sur Threads : @Zuck
- @Metricool_fr

Jour 17 : Planifiez en Amont

CONSEIL : Utilisez des outils de programmation tels que Metricool pour publier au bon moment et maintenir une cohérence dans votre contenu.

DÉTAIL : Planifiez vos stories à l'avance pour maintenir une présence régulière, organiser vos journées efficacement et laissez-nous nous occuper du reste.

Pour vous faciliter la tâche, voici **LA vidéo** qu'il vous faut :



📄 À noter :

vous pouvez aussi programmer vos stories Facebook en avance depuis le planificateur Metricool en suivant le mêmes étapes que pour Instagram.

Section 5 : Créativité Avancée 🧑🎨

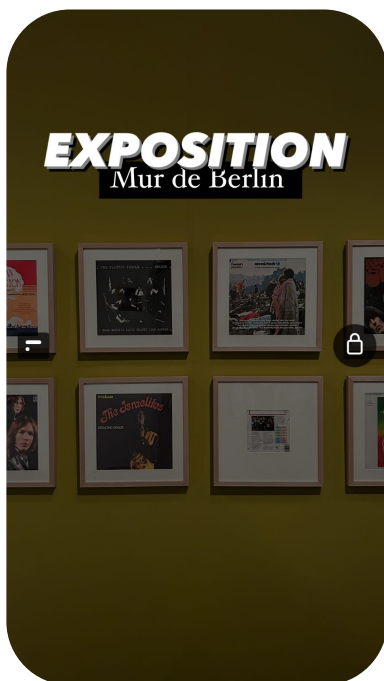
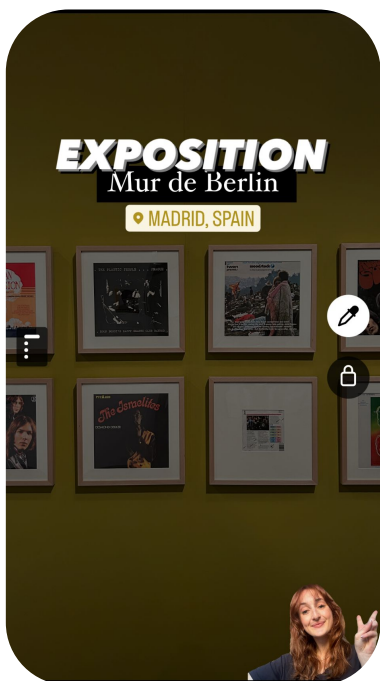
Jour 18 : Utilisez Les Calques Instagram

CONSEIL : Expérimentez les calques Instagram pour ajouter des effets créatifs à vos stories.



DÉTAIL : Ajoutez des calques pour jouer avec la couleur, la luminosité, et les effets spéciaux.

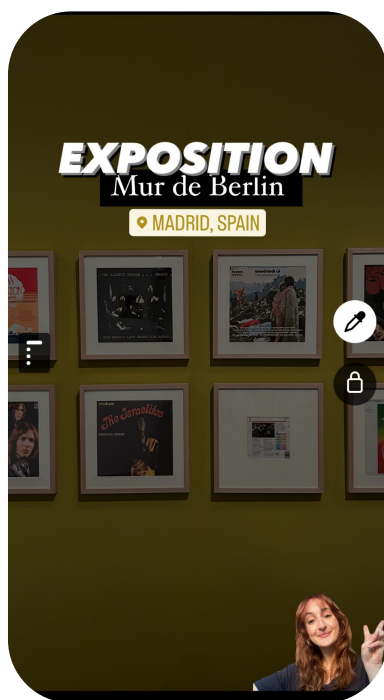
On vous montre ?

- 1 Commencez par ajouter plusieurs styles de polices pour jouer avec les reliefs.
- 2 Restez appuyé sur une des polices sélectionnées. Un curseur apparaîtra vous indiquant de choisir la position de votre texte (avant, au milieu ou à l'arrière-plan) :



3 Vous pouvez aussi changer la couleur de la localisation en effectuant la même manipulation. Restez appuyé sur la localisation, l'écran vous donnera les options suivantes :

- Position du texte
- Bloquer la position avec le 
- Choisir la couleur 

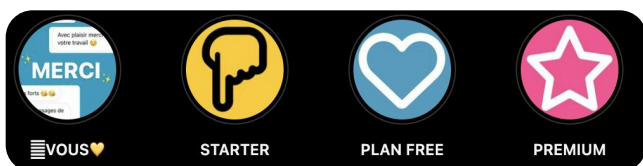


Jour 19 : Créez Des Stories à la UNE

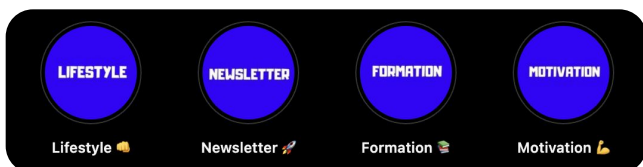
CONSEIL : Utilisez les **stories à la UNE** pour informer les nouveaux visiteurs sur votre activité et vos réalisations.

👉 Exemple : Quel type de "stories à la une" avoir ?

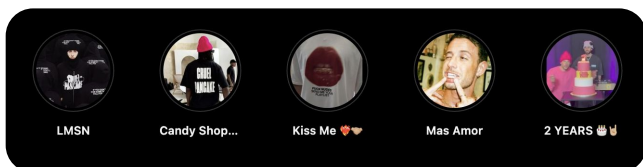
Notre réponse : tout dépend de ce que vous communiquez.



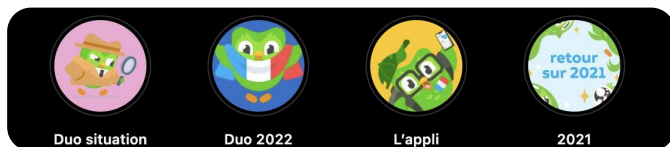
@metricool.fr



@maxime.astuces



@cruelpancake



@duolingofr



@relaisdelentrecôte

Qu'ont toutes ces stories à la une en commun ?

- Une identité visuelle propre et en adéquation avec l'ensemble de leur feed Instagram.
- Une couverture sur chaque catégorie présentée.
- Des mots-clés.
- Des informations relatives à leur domaine.

Prenons Metricool :

Chaque catégorie informe sur ce qu'est Metricool, le type d'offre et enfin une preuve sociale.

Prenons à présent Cruel Pancake :

Chaque story représente un "drop" ; un lancement d'une collection limitée puis on y voit une story '2 years' qui est aussi une preuve sociale.

Enfin, prenons le relais de l'entrecôte :

Chaque story se distingue par information : produit, service, restaurants et enfin une preuve sociale "vous".

La story à la une a pour but **d'INFORMER et d'ÉDUQUER** votre audience sans même vous connaître, vous écrire où s'abonner. N'importe quel internaute qui passe sur votre profil Instagram doit être capable de savoir après 10 secondes ce que vous faites à travers une bio et des stories à la une.

DÉTAIL :

- Créez des stories à la UNE pour mettre en avant des moments forts de votre profil.
- Organisez vos stories et créez des sections thématiques qui mettent en avant des moments significatifs de votre parcours ou des aspects clés de votre activité.
- Partagez des couvertures attractives et optimisez l'expérience de navigation pour les nouveaux visiteurs.
- Ajoutez une rubrique preuve sociale afin d'encourager l'engagement et les interactions en mettant en avant les messages, commentaires et retours d'utilisateurs que vous avez reçus.

Jour 20 : Affichez Les Témoignages Convaincants

CONSEIL : Capitalisez sur les témoignages pour renforcer la confiance et convertir votre audience.

👉 *Exemple : Utilisez le sticker de question pour partager vos propres expériences ou vos astuces pour collecter des témoignages !*

DÉTAIL : Les témoignages sont bien plus que des mots. Ils sont une preuve sociale puissante qui convertit les curieux en utilisateurs à long terme.

Imaginez ceci : des clients satisfaits partagent leur expérience, leur succès grâce à votre produit ou service. C'est comme avoir des ambassadeurs qui racontent votre histoire avec passion.

★ Les témoignages créent la confiance.

La confiance convertit ★

C'est une formule simple, mais incroyablement efficace pour booster votre crédibilité. Les témoignages c'est ce pourquoi vous travaillez, alors mettez-les en avant dès que vous en avez l'occasion.

D'ailleurs, est-ce que vous souhaiteriez que notre équipe organise un webinar sur **comment fédérer une communauté** ? Nous serions ravis d'avoir votre retour à ce sujet. 😊

👉 Pour nous écrire :

- Via tous nos [réseaux sociaux](#)
- Email : marketin@metricool.com

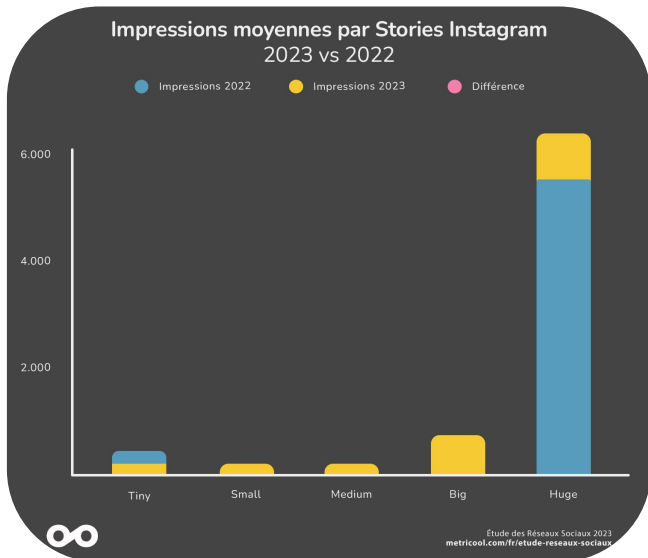
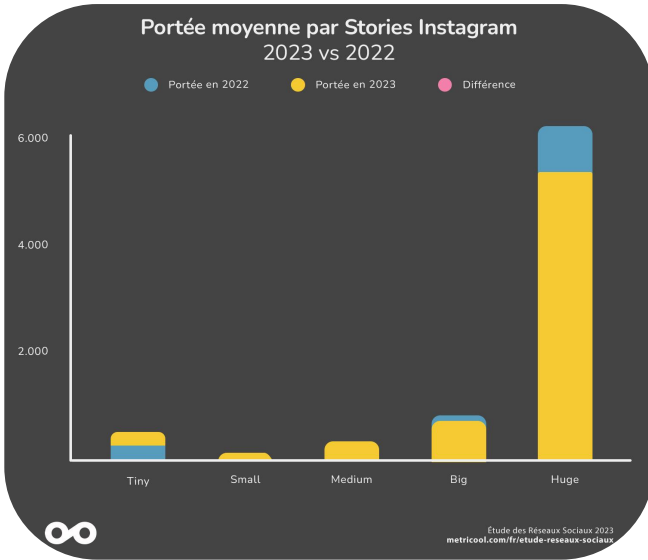
Section 6 : Analyse et Réflexion

Jour 21 : Découvrez les Statistiques des Stories Instagram

CONSEIL : Familiarisez-vous avec les statistiques des stories Instagram. Comprenez l'impact réel de vos efforts.

Faut-il toujours publier des stories Instagram? Notre réponse : **OUI**

Les stories sont essentielles pour maintenir l'engagement avec vos abonnés. En 2023, elles sont au cœur des objectifs de croissance pour les créateurs, et pour cause, elles ont considérablement augmenté en termes d'impressions et de portée cette année.



La story a la **fréquence de publication la plus élevée** par rapport aux Post et aux Reels, surtout sur les comptes les plus petits.

Comment est-ce qu'on sait tout ça ?

Chaque année, Metricool livre un rapport complet sur Instagram avec toutes les données importantes autour du réseau social. Par ailleurs, pour aller encore plus loin, nous venons de lancer l'étude des réseaux sociaux 2023 avec les conclusions les plus récentes et les tendances à venir pour chaque réseau social en 2024 (Instagram inclus). Les stories sont une partie très importante des stratégies sur Instagram parce que ce format vous permet d'être en contact avec votre communauté et d'augmenter l'engagement.

Pour lire le rapport complet des deux études, voici les liens :

 [Étude Instagram 2023](#)

 [Étude des réseaux sociaux 2023](#) et perspectives pour 2024

DÉTAIL : Analysez les vues, les interactions, et les réponses. Examinez les données démographiques pour mieux comprendre votre audience. Utilisez ces informations pour adapter votre stratégie.

Jour 22 : Posez des Questions Controversées

CONSEIL : Engagez votre audience avec des questions controversées. Stimulez des débats amicaux pour accroître l'interaction.

On sait tous que les débats sérieux sont pour les forums, mais les débats légers sur des sujets comme "Ananas sur la pizza : Team Ananas ou Team NO WAY à l'ananas" peuvent être amusants et engager votre audience.

DÉTAIL : Posez des questions qui incitent à la réflexion et suscitent des opinions divergentes.

Par exemple, demandez à votre audience de choisir entre deux options ou de partager leurs préférences sur des sujets spécifiques. Partagez vos expériences et vos anecdotes sur le sujet ! Rien de mieux pour créer des conversations animées.

Voici une série d'exemples qui pourront vous aider à trouver l'inspiration :

- **Réseaux sociaux et automatisation :** *L'automatisation des posts nuit-elle à l'authenticité du contenu ?*
- **Taux d'engagement VS nombres d'abonnés :** *Vaut-il mieux avoir beaucoup d'abonnés avec un faible taux d'engagement ou moins d'abonnés, mais une communauté très engagée ?*
- **Influence et authenticité :** *Les collaborations avec des influenceurs compromettent-elles l'authenticité d'une marque, ou sont-elles une stratégie marketing légitime ?*
- **Contenu limité ou permanent :** *Les stories sont-elles plus efficaces pour l'engagement que les publications du feed ?*
- **Fréquence de Publication :** *Publier fréquemment sur les réseaux sociaux, même au détriment de la qualité, ou privilégier la qualité, même si cela signifie une publication moins fréquente ?*
- **Contenu payant vs organique :** *Les marques devraient investir davantage dans du contenu payant pour maximiser leur visibilité, ou privilégier une croissance organique, même si cela prend plus de temps ?*
- Pour finir : *galette des rois, brioche ou frangipane ?*

Jour 23 : Combattez Le Manque d'Inspiration

CONSEIL : Recyclez vos stories qui ont bien fonctionné en Reels. Transformez-les pour atteindre une nouvelle audience.

Vous connaissez ce sentiment d'être en panne d'inspiration ? Pas de panique, profitez-en pour faire du 2 en 1 avec vos stories.

Imaginez ceci : vous avez créé une story géniale qui a fait un tabac. Plutôt que de la laisser disparaître après 24h, recyclez-la en Reel !

Réutilisez ces moments clés, ces interactions amusantes, et donnez-leur une nouvelle vie. Les Reels sont comme des histoires qui ont trouvé une fontaine de jouvence !

DÉTAIL : Identifiez les stories populaires et transformez-les en Reels en ajoutant de la musique, des effets spéciaux, ou en modifiant le format. Cette pratique donne une seconde vie à votre contenu.

Pour une meilleure organisation et des stories impactantes lorsque vous manquez d'inspiration, utilisez vos ressources personnelles en faisant une communication croisée.

Par exemple, vous venez de lancer votre dernier épisode de Podcast, partagez le en story.

Commencez 

Jour 24 : Ressources gratuites à portée de clic

Bravo, cher Metricooler ! Vous avez atteint la fin de notre mini-guide. Nous espérons qu'il vous a donné les bases essentielles pour vous lancer dans la création de stories. Cependant, la clé d'une stratégie réussie réside dans l'optimisation. Parfois, les priorités absorbent notre temps, reléguant la créativité et la constance des publications au second plan.

C'est pourquoi nous mettons à votre disposition toutes les ressources nécessaires pour vous donner l'élan dont vous avez besoin.

Note : toutes ces ressources sont gratuites et disponibles sur metricool.com ou sur nos [smartlinks](#) à tout moment.

- 👉 Formation complète à Metricool : [Passez de novice à pro en un rien de temps avec Metricool.](#)
- 👉 Document téléchargeable : [Calendrier social media 2024.](#)
- 👉 Modèle : [Stratégie et planification des réseaux sociaux.](#) *Pour appliquer ce modèle, ce [tuto complet](#) peut vous servir.*
- 👉 Templates : [Instagram stories depuis Canva.](#)
- 👉 Guide : [Dimensions des images des réseaux sociaux.](#)
- 👉 Livre blanc : [Le starter pack du CM.](#)

En somme, vous disposez désormais de toutes les cartes pour exceller dans la création de stories sur Instagram. Avec ces ressources partagées, nous sommes convaincus que vous pouvez surmonter ces obstacles.

Rappelez-vous, la créativité et la régularité sont les fondements d'une stratégie de stories fructueuse. En appliquant nos conseils, astuces et outils, vous êtes prêt à concevoir des stories captivantes et à maximiser l'impact de votre contenu sur Instagram.

Explorez, expérimentez et surtout, amusez-vous dans ce voyage créatif. Vos stories sont votre œuvre, et Metricool est là pour vous guider à chaque étape.

Bonne création !  