
 <p>La Journée e-tourisme de l'Ain</p> <p>Vendredi 1^{er} décembre 2017 Espace Kennedy à Bourg-en-Bresse</p>	<p>Compte-rendu de l'atelier « Découvrir Instagram (pour les débutants)? »</p> <p>Animée par <i>Mylène, Instagrameuse</i></p> 
--	--

C'est quoi Instagram ?

Un réseau social spécialisé dans le partage de photos et vidéos. Cela représente aujourd'hui 800 millions d'utilisateurs dont 500 millions au quotidien dans le monde. Cet outil est surtout utilisé par une clientèle jeune (41% ont moins de 24 ans) qui peut même s'en servir comme guide pour s'inspirer et repérer les endroits incontournables d'un territoire (34% des voyageurs s'en servent en ce sens). Les sujets de prédilection sont la décoration, la mode / beauté, la nourriture et le tourisme. Le but initial était de poster de l'instantané. Ce n'est plus aussi vrai aujourd'hui mais se fait toujours depuis un mobile.

Bref historique :

- 2010 : naissance de l'application mobile
- 2012 : Instagram est racheté par Facebook
- 2016 : apparition des profils business et des stories

Quelques chiffres :

C'est le « nouveau routard » !

- 34% des français cherchent des idées de voyage sur Instagram
 - 60% s'informent sur leur marque préférée
 - la croissance est constante avec, en 2 ans, 300 000 utilisateurs supplémentaires
 - le taux d'engagement est 58 fois plus fort que sur Facebook
- Et un réel réseau d'influenceurs : 58% ont eu envie d'acheter à la suite d'un post.

Instagram pour le tourisme, pour quels objectifs ?

- développer son image de marque
- le mettre dans la stratégie de communication
- partager des contenus moins institutionnels
- créer du lien en utilisant un ton moins formel
- pratiquer le repost (= partage) et ne pas négliger les mentions et commentaires
- créer un # officiel de promotion, ce révèle indispensable
- sortir des clichés touristiques et proposer un regard inédit (une photo = 1 000 mots)

NB / poster au moins 3 fois par semaine, mieux tous les jours

Comment cela marche ?

Il existe 2 types de comptes : privé ou professionnel.

Sur smartphone, il suffit de **télécharger gratuitement l'application**. Il n'y a pas de limite en termes de nombre de photos.

Il suffit de publier ses meilleures photos. Il convient d'écrire au maximum 2 200 caractères.

Les posts peuvent être soit des :

- photos
- vidéos
- boomerang (prise en vidéo d'un fait qui se répète)
- stories (c'est un nouveau format de publication à la mode sur les réseaux sociaux qui permet de mettre en avant son post dans la barre supérieure de l'application, présentée sous forme d'un rond et qui ne sont accessibles que pendant 24h).

Important : la photo appartient toujours à son propriétaire.

Zoom sur un compte professionnel :

- il est relié aux pages Facebook
- des outils statistiques sont disponibles (uniquement pour ce type de compte): abonnés, impressions (nombre de fois où les photos se sont affichées), sexe, tranche d'âge, horaires de visites etc.
- il est possible de créer un compte professionnel sans disposer de compte privé

Présentation de l'outil :

	<p>Les publications apparaissent en fonction de l'intérêt et non pas de manière chronologique.</p> <p>Les stories sont accessibles dans la barre du haut sous forme de rond.</p> <p>On peut s'abonner à des personnes ou à des organismes pour suivre aisément leurs publications en termes de photo ou vidéo.</p>
	<p>Le chapeau permet d'enregistrer la publication.</p> <p>La flèche permet d'envoyer un message privé à l'auteur de la photo.</p> <p>La bulle permet de commenter la photo.</p> <p>Quand on partage une photographie (on parle alors de « repost »), il convient d'identifier l'auteur et de le remercier.</p>

Un hashtag#, cela sert à quoi ?

Représenté par # et suivi d'un mot ou d'un groupe de mots, on peut en mettre jusqu'à 30 par publication (*avec le nouveau algorithme mis en place en 2018, nous vous conseillons 5 maximum*). On crée un hashtag sur Instagram ou sur Twitter et on vérifie ainsi s'il est déjà pris par un tiers. Par exemple, quand on clique sur le #france, on voit toutes les publications postées avec ce #. Il existe des outils qui permettent de repérer les hashtags qu'il est bon d'employer (ex. : hashtagger).

NB / Il existe des # propres à la destination Ain à savoir : #Ain #JeSuisDansLAin #InstantDansLAin

Les 12 règles à suivre :

- 1/ s'appliquer, ne pas faire de photos floues
- 2/ retoucher ses photos (ex de logiciel gratuit : Snapseed)
- 3/ mettre une légende à chaque photo dont la notion de la géolocalisation : une citation ou seulement un mot
- 4/ garder le rythme (2 à 3 par semaine)
- 5/ montrer qu'on existe et liker tous les jours les photos de comptes du même style pour gagner des followers / ne pas recourir au sponsorisé
- 6/ chouchouter votre communauté
- 7/ soigner votre biographie et citer l'adresse de votre site
- 8/ choisir les bons # - 30# maximum (*avec le nouveau algorithme mis en place en 2018, nous vous conseillons 5 maximum*)
- 9/ s'appuyer sur les communautés
- 10/ publier au bon moment (entre 6h30 et 8h et entre 20h et plus)
- 11/ référencer votre compte sur tous vos supports de communication (carte de visite, flyer), mettre le # le plus largement possible
- 12/ utiliser les influenceurs

Zoom sur les communautés locales :

- réseau IGERS (début en janvier 2011)
- IGERS France : 47 villes et 120 manlgers

Et les événements pour poster du virtuel au réel :

Les Instameets : organisation d'une journée où les utilisateurs d'Instagram sont invités à visiter un lieu. 400 photos peuvent être postées sur Instagram à l'issue de la journée par une quinzaine de personnes.

Pour organiser des concours, il faut :

- établir un cadre
- faire un partenariat
- déposer le règlement
- promouvoir le concours

Attention : comme les achats de like sont possibles, le mieux est de faire une pré-sélection.

Conclusion :

En tant que professionnel du tourisme, vous pouvez vous lancer sous condition d'avoir une certaine affinité avec la photo et de pouvoir y consacrer du temps.