

Support Instagram

Andre Debaisieux

Copyright - 2020

## Table des matières

<b>Formation Instagram</b>	1
Formation instagram	1
Influence	3
Créer un profil Instagram attractif	4
Présentation d'Instagram : chiffres-clés, faits, avantages, inconvénients	6
Définir une ligne éditoriale	7
Optimiser votre contenu	9
Utiliser Instagram	16
Utiliser Instagram pour des objectifs marketing	16
Menu du profil	20
Paramètre du menu Profil	22
Utiliser Instagram	24
Publier des photos	24
Publier des albums	27
Publier des vidéos	30
Publier des stories	33
Paramétrage Story	39
Publier un direct	41
Conseils de sécurité	43
Suppression de votre compte	44
LES 25 MEILLEURES APPLICATIONS INSTAGRAM	45



**Formation Instagram**  
**Formation instagram**



Instagram 1

2 3 1

4 5 6 7 8 9 10 11

Votre story studioartb\_m naughty\_eye marionlaluci... isabel32vic graffist\_love... jadeaubier laura\_makeu... styfff

12 mvagustinstagram 6



Reji@photograph

7 8 9

17

4 542 J'aime

mvagustinstagram Simply an inestimable beauty. 🇮🇹 @reji.italy  
#mvagustinstagram #MVAgusta #F4R #BiancoVarese #fastbike #bikeswithoutlimits #dreambike #ItalianDream

Voir les 18 commentaires

Ajouter un commentaire... 10

11

12 13 14 15 16



- 1- Permet de poster du texte, photos, musique, direct,
- 2- Donne accès à IGTV (liste de court métrage posté par les abonnés
- 3- Donne accès à l'espace de messagerie
- 4- Accès à la gestion de votre story
- 5- Accès à la story des gens que vous suivez (24 heures)
- 6- Accès au compte de celui qui a posté sur le fil
- 7- Liker un "post"
- 8- Envoyer un commentaire
- 9- Envoyer des messages
- 10- commentaires
- 11- Idem (6)
- 12- Home page accueil (fil actualité)
- 13- recherche par mot (#) ou thème ou profil
- 14- Poster photo, galerie, video
- 15- Gestion des likes
- 16- Votre profil poster une story
- 17- Ajouter une photo (article) dans "Article enregistré"

## **Influence**

*Instagram est un réseau social utilisant comme médium de communication principalement les images, vidéos et GIF.*

*90 % d'utilisateurs de moins de 35 ANS*



500 millions d'utilisateurs QUOTIDIENS

Plus de 2 millions d'ANNONCEURS dans le monde

15 millions de profils PROFESSIONNELS dans le monde

4,2 milliards de mentions J'AIME par jour

Les moments à ÉVITER Entre 15h00 et 16h00

En GROS On évite les heures où nos followers pourraient être au travail !

FUN FACT Instagram est 58 fois plus performant que Facebook en matière d'interactions entre les grandes marques et leurs followers !

[Supports](#)

**Créer un profil Instagram attractif**



✕ **Modifier le profil**



Changer la photo de profil

Nom

**André Debaisieux**

Nom d'utilisateur

**andredebaisieux**

Site web

**<https://www.flash-comet.com/>**

Bio

**Storytelling  
FORMATEUR CONSULTANT INDÉPENDANT CERTIFIÉ CQP FC/20160403  
PRESTATIONS**

**Informations privées**

Adresse e-mail

**andre.debaisieux@gmail.com**

Numéro de téléphone

**+33630009144**

Genre

**Homme**



Pour créer un compte Instagram à partir de l'application :

1. Téléchargez l'application Instagram depuis l'[App Store](#) (iPhone) ou le [Google Play Store](#) (Android).
2. Une fois l'application installée, appuyez sur **pour l'ouvrir.**
3. Appuyez sur **S'inscrire avec un e-mail ou un numéro de téléphone** (Android) ou **Créer un nouveau compte** (iPhone), puis saisissez votre adresse e-mail ou votre numéro de téléphone (code de confirmation requis) et appuyez sur **Suivant**. Sinon, appuyez sur **Se connecter avec Facebook** pour vous inscrire avec votre compte Facebook.
4. Si vous décidez de vous inscrire avec votre adresse e-mail ou votre numéro de téléphone, créez un [nom d'utilisateur](#) et un mot de passe, renseignez vos informations de profil, puis appuyez sur **Terminé**. Si vous vous inscrivez avec Facebook, vous serez invité(e) à vous connecter à votre compte Facebook si vous êtes déconnecté(e) à ce moment-là.

Pour créer un compte Instagram à partir d'un ordinateur :

1. Accédez à [instagram.com](#).
2. Saisissez votre adresse e-mail, créez un [nom d'utilisateur](#) et un mot de passe ou cliquez sur **Se connecter avec Facebook** pour vous connecter avec votre compte Facebook.
3. Si vous vous inscrivez avec une adresse e-mail, cliquez sur **S'inscrire**. Si vous vous inscrivez avec Facebook, vous serez invité(e) à vous connecter à votre compte Facebook si vous êtes déconnecté(e) à ce moment-là.

Si vous vous inscrivez avec votre adresse e-mail, vous devez la saisir correctement et utiliser une adresse e-mail à laquelle vous êtes la seule personne à avoir accès. Si vous vous déconnectez et oubliez votre mot de passe, vous devrez être en mesure d'accéder à votre adresse e-mail pour récupérer l'accès à votre compte Instagram.

### **Présentation d'Instagram : chiffres-clés, faits, avantages, inconvénients**

Comment prendre en main et utiliser le **réseau social mobile** Instagram ? Comment échanger avec les mobinautes sur cette application qui compte plus de **150 millions d'utilisateurs** dans le monde ?



En 3 ans, Instagram s'est imposé comme le **réseau social photographique** mobile le plus populaire et poursuit aujourd'hui son développement avec la possibilité de publier des vidéos de 15 secondes, de communiquer en mode privé avec ses abonnés...

De plus en plus d'organisations (entreprises, associations, institutions, groupes projets) et personnes rejoignent Instagram pour communiquer mais également pour faire valoir des travaux photographiques à partir de smartphones ou de tablettes.

## **Définir une ligne éditoriale**

**La ligne éditoriale est un élément stratégique que vous devez définir afin d'être le plus percutant possible sur le support de votre choix.** La

**ligne éditoriale est un fil conducteur** que vos abonnés vont suivre sans même s'en rendre compte. Aujourd'hui, nous allons évoquer **la ligne éditoriale sur Instagram**. Comment la définir et la mettre en place ?

Tout d'abord, **la ligne éditoriale ne peut être la même suivant le réseau social choisi**. En effet, chaque support a ses exigences et ses attentes. De ce fait, il est nécessaire de savoir l'adapter.

## **Se créer des objectifs**

**Une bonne ligne éditoriale débute toujours par la mise en place d'objectifs clairs.** Posez vous quelques questions :

- ? Quelles sont vos souhaits pour les semaines et les mois à venir ?
- ? Vous souhaitez acquérir plus d'abonnés, d'interactions, de partages ?
- ? Qu'attendez-vous d'Instagram ?
- ? Plus de visibilité, d'échanges, de relations ?
- ? Vous démarquer des autres blogueurs ?
- ? Acquérir plus de vues sur le blog ?

Une fois que vous avez répondu à ses interrogations, demandez-vous comment les atteindre. Chaque objectif est différent et nécessite une



stratégie individuelle. Il ne faut pas avoir peur des mots. Le mot « stratégie » n'est pas un gros mot. Votre stratégie vous appartient. N'hésitez pas à vous **fixer des objectifs réalistes et atteignables**. En effet, il vaut mieux débiter petit pour grandir par la suite.

## **Choisir ses cibles**

Quels types d'abonnés souhaitez-vous ? Soyez précis sur la tranche d'âge, le sexe, les centres d'intérêts par exemple. Cela peut paraître disproportionner mais dites-vous bien que tout cela vous servira à **agrandir votre communauté** tout en étant vous-même. On ne néglige pas votre personnalité mais on se concentre sur les **personnes à atteindre afin d'être cohérent** sur les posts et dans les échanges. En effet, si vous souhaitez avant tout échanger avec vos abonnés, il sera important de connaître leurs passions et leurs centres d'intérêts.

## **Faire une veille**

Comme toujours, n'hésitez pas à **étudier le comportement de vos abonnés et des abonnés de vos connaissances sur le réseau social**. Cela vous permet de comprendre ce qu'attendent les utilisateurs.

- ? Quelles sont les tendances ?
- ? Quels sont les sujets abordés ?
- ? Quels sont les sujets qui ont le plus de succès ?
- ? Quelles sont les photos qui marchent le mieux ?
- ? Quel est le ton employé ?
- ? Quel est le format choisi ?
- ? Quelles sont les couleurs qui fonctionnent ?
- ? Quel filtre fonctionne sur ce compte Instagram ? Pourquoi ?

**Rien ne s'improvise, tout s'analyse !**

## **Créer un planning de publications**



Rien n'est laissé au hasard comme vous pouvez le constater. De ce fait, il est essentiel de **capter l'attention au bon moment**. Nous avons déjà vu cela précédemment sur la Ruche.

**Savoir à quelle heure vos abonnés sont le plus actif pour toucher le plus de personnes possible** est indispensable si vous souhaitez vous démarquer.

Il est **nécessaire d'être omniprésent sur Instagram** pour être vu, du moins au début. **Poster régulièrement permet de maintenir le lien avec votre communauté**. Poster 1 à 2 fois par jour est le minimum afin d'entretenir une relation avec vos abonnés.

**Le planning éditorial est un outil essentiel** pour prendre du recul et varier les contenus. De plus, il aide à l'organisation. Après avoir mis en place votre **planning de publications mensuelles**, vous planifierez vos posts. Dès lors, vous aurez une **vision sur l'ensemble de votre ligne éditoriale**. Est-elle cohérente et pertinente?

Dans un premier temps, optez pour un **planning sur quelques jours**. Ainsi, vous prendrez vos repères. Au fil du temps, **l'utilisation d'un planning vous fera gagner un temps fou**. Il existe de nombreux outils sur le net pour programmer les publications à l'avance.

Enfin, **pensez à diversifier votre ligne éditoriale pour varier les plaisirs et ne pas tomber dans une routine ennuyeuse pour vos abonnés comme pour vous**. Ne négligez pas les **Stories** par exemple, cela peut-être une **excellente source de nouveautés et de surprises pour votre communauté**. Une ligne éditoriale se construit avec du temps et de la patience.

En résumé, soyez attentif au comportement de vos abonnés et mettez en place un calendrier de publications pour une ligne éditoriale de qualité.

## Optimiser votre contenu



## La création de votre univers

Si demain vous traitez le même sujet qu'un concurrent, **votre audience vous choisira car votre univers est unique**. Ils suivront votre profil Instagram **car c'est vous et pas une autre personne**. Votre manière de prendre des photos, la fréquence de vos publications, votre style d'écriture et toutes ces choses font que **c'est votre compte et pas celui d'un autre**.

A contenu égal c'est votre personnalité qui fera la différence.

Votre compte Instagram est **un reflet direct des valeurs que vous souhaitez véhiculer**.

## LE CHOIX DE LA THÉMATIQUE

Image not found  
Votre univers doit tourner autour de **votre message** et de **votre domaine spécifique**.

Avant même de faire les étapes qui vont suivre vous devez **choisir une thématique** et vous y tenir.

Fitness, Food, Voyage, Marketing, Lifestyle, HighTech, etc...

Quel qu'il soit il faut faire un choix. Si vous êtes intéressé par une multitude de choses je vous dévoile ma petite astuce pour parler de tout ça un peu plus bas.

Vous ne faites pas un compte Instagram que pour vous, mais pour votre audience. Ce n'est pas un espace pour stocker vos meilleures photos personnelles. Sinon un album photos ou une bonne clé USB pourraient très bien faire l'affaire.

Vos photos doivent **apporter de la valeur à votre communauté**, chacune d'elles doit avoir son propre objectif (inspirer, motiver, fédérer, etc... ) et être pensée en amont.

Si un jour vous souhaitez parler d'un sujet qui ne rentre pas dans



vosre thématicque habituelle, pas de problème. Vous pouvez faire une storie Instagram. C'est un moyen pour vous d'exposer un contenu (photo ou vidéo) différent qui sera conservé seulement 24H. Lorsque que vous n'êtes pas sûr que votre photo ait sa place sur votre feed (endroit où vous postez vos photos) je vous invite simplement à faire une storie.

## **LE NOM D'UTILISATEUR**

Il est probable qu'avant de mettre en place votre compte Instagram vous ayez peut-être déjà choisi le nom de votre marque, projet ou activité. Peut-être que vous avez déjà un site ou une boutique physique ?

Dans ce cas-là, je vous conseille simplement de **donner à votre compte Instagram le nom de la marque que vous utilisez déjà**. Il sera plus facile pour votre audience de vous trouver si vous avez toujours le même nom sur le web (site, page facebook, blog, chaîne youtube, etc...). C'est **important de garder cette homogénéité**, car vos abonnés perçoivent toujours la même marque, sur le long terme c'est un bon moyen de les fidéliser.

Si vous souhaitez jouer davantage de votre créativité vous pourrez le faire dans le choix du "NOM" de votre compte. Par l'ajout d'une majuscule ou encore de plusieurs emojis vous pouvez donner un aspect chaleureux à votre marque.

Lâchez-vous un peu dans cette zone !

Image not found **VOTRE PHOTO DE PROFIL**

C'est un choix difficile, mais voici **5 conseils simples pour sélectionner une photo de profil qui attire le regard et donne envie de cliquer**.

1. Elle doit être **claire et parfaitement lisible** même en petit format. Que ce soit un logo intégrant du texte, une forme particulière, un paysage ou encore une photo de vous-même
2. Si vous êtes une entreprise , je conseille **simplement de mettre votre logo**. C'est l'image qui résume probablement le mieux votre société sur ce format.
3. Si vous n'êtes pas une entreprise, vous pouvez sélectionner **une photo de vous-même durant votre dernier voyage avec un paysage atypique en arrière plan**. Nous ne sommes pas sur un réseau social professionnel comme LinkedIn, vous pouvez vous permettre ce genre de



photo.

**4. Ne changez pas toutes les semaines** votre photo de profil sinon vos abonnés n'auront jamais le temps de s'habituer à votre marque/visage et il sera plus difficile de les fidéliser.

**5.** Faite en sorte d'**être seul et ne vous placez pas de dos** sur la photo. Vous devez être facilement reconnaissable par votre audience qui ne vous connaît pas encore.

La photo de profil est souvent le premier élément qui vous connecte avec votre audience, il est donc très important de la choisir avec soin. **Ces 5 conseils conseils sont simples mais font la différence sur le long terme.**

## **VOTRE DESCRIPTION DE COMPTE**

**Avoir une description impactante, brève et qui résume la valeur ajoutée que vous pouvez apporter à votre audience.** En quelques mots dites qui vous êtes et quelle est la raison de votre présence sur Instagram.

Ce n'est pas un exercice facile et contrairement à votre photo de profil vous pouvez la faire évoluer au cours des mois afin d'obtenir une bonne description.

Vous pouvez ajouter des Emojis pour la rendre davantage humaine mais ne les utilisez pas à outrance.

Pour modifier votre description et y ajouter par exemple des espaces, je vous invite à vous rendre directement sur votre ordinateur et non sur votre smartphone.

## **2. Le contenu visuel est roi**

L'image et tout ce qui se rapporte au "visuel" prône littéralement sur Instagram plus que sur tout autre réseau social. **Tout ce qui est visible sur votre compte doit être réfléchi en amont.**

L'objectif fondamental est de créer du contenu à valeur ajoutée pour générer des likes et des commentaires. L'algorithme d'instagram prend en compte l'engagement (nombre d'abonnements, likes, commentaires et interactions) plus il y a de trafic, mieux le compte est référencé.

**Voici quelques astuces que j'applique sur mon compte :**

De manière générale les gens préfèrent **les photos claires et lumineuses**. Soignez votre feed pour qu'il soit le plus agréable possible à consulter.

Quand je visite une nouvelle ville où un lieu atypique j'essaie de **prendre un maximum de photos** que je posterai plus tard. L'idée est de **créer une petite base de photos** pour les périodes où j'ai moins de choses à partager.

Je regarde souvent **comment les autres instagrammeurs prennent et cadrent leurs photos** pour m'inspirer et trouver de nouvelles idées par rapport à mon secteur.

Si vous avez la possibilité vous pouvez **mettre en avant vos clients utilisant votre service**. C'est une très bonne manière de **renforcer l'engagement et d'affirmer votre position d'expert**.

### **3. Tisser des relations**

Il existe des actions simples pour créer une relation avec d'autres instagrammeurs.

Dans un premier temps, vous pouvez simplement **identifier les comptes Instagram des personnes qui partagent vos valeurs et centres d'intérêts**.

Utilisez le moteur de recherche Instagram pour trouver d'autres utilisateurs qui partagent les mêmes intérêts que votre marque et suivez-les. Toujours en utilisant le moteur de recherche, identifiez les influenceurs sur votre thématique et assurez-vous d'échanger avec eux et de profiter de la visibilité qu'ils offrent.

Voici à quoi ressemble le moteur de recherche Instagram.

Image not found Une fois que vous en avez une dizaine, vous pouvez interagir avec eux. En likant et commentant régulièrement leurs photos, vous allez peu à peu vous faire remarquer.

Ces utilisateurs sont alors notifiés et viendront suivre le compte de votre marque s'ils jugent le contenu intéressant.

Mais ne vous attendez pas à un effet immédiat car toutes les techniques que je présente dans cet article requièrent de la patience et de la régularité.

Vous pouvez aussi mentionner une personne que vous connaissez, ou non, sur votre photo. Cette technique simple augmente l'engagement

#### **RÉPONDRE AUX ABONNÉS LE PLUS POSSIBLE**

C'est toujours agréable d'avoir une réponse d'une personne qui possède une communauté. N'oublions pas que c'est un réseau social et pas seulement une plateforme de publications.

#### **Donc restez social.**

Certains abonnés pourraient même mal le prendre et sur le long terme se désabonner et vous faire de la mauvaise pub ! Parfois un simple smiley peut suffire, pas besoin de répondre en 10 lignes si votre temps est compté.

Plus vous répondez, plus vous augmentez vos chances de susciter l'engagement, et donc la visibilité !

Sur Instagram les échanges peuvent amener à de belles rencontres et même des opportunités professionnelles.

#### **4. Comprendre les hashtags**

**Voici 3 informations insolites liées au hashtags :**

1. 381 000 personnes ont publié leur premier tatouage sur Instagram (#firsttattoo)
2. Les 10 hashtags les plus utilisés en France : #Love, #Paris, #Sun, #Instagood, #France, #Summer, #Picoftheday, #Friends, #Girl, #Happy
3. Parmi les 10 villes et monuments les plus instagramers dans le monde : New York et Time Square, Paris et la Tour Eiffel, London et le Tower Bridge, Moscow et le Red Square, Los Angeles et le Dodger Stadium

#### **Pourquoi je vous donne ces 3 informations ?**

Tout simplement pour vous montrer qu'il est important de connaître les hashtags qui correspondent à votre domaine. Pour les trouver regardez simplement les hashtags utilisés par les influenceurs de votre domaine.



Sur Instagram il vous faut un **minimum de 5 hashtags pour susciter l'engagement**. Avec moins de 5 hashtags, si vous démarrez de zéro, cela me semble assez compliqué de vous faire remarquer.

Si vous êtes vraiment un "dingue" de hashtags voici une autre astuce pour en mettre le double.

Oui, 60 hashtags !!!

Vous pouvez en mettre 30 sous votre photo/vidéo et 30 supplémentaires en commentaires.

Mais pour ne jamais vous embêter avec le choix des hashtags je vous conseille simplement d'enregistrer les hastags de votre domaine directement sur un votre Iphone pour gagner du temps.

Vous pouvez aussi **préparer vos posts à l'avance et les poster quand bon vous semble directement sur instagram**. Au lieu de mettre « PUBLIER » vous faites retour en arrière et le poste se conserve de manière automatique.

Sur le long terme je vous encourage à **créer votre propre Hashtag lié à votre marque**. Cela peut-être le nom d'un produit que vous commercialisez, tout simplement le nom de votre marque ou peut-être un hashtag créé par vos abonnés eux-mêmes.

## **5. Le meilleur moment pour publier**

Vous pourrez trouver de nombreux articles ou infographies sur le web qui vous donnera les meilleurs à publier.

Mais je vous invite vraiment à ne pas rester figé sur ces données. Ce sont des moyennes et elles ne concernent probablement pas votre compte.

Sachant qu'au début vous avez peu d'abonnés, il vaut mieux jouer sur une fréquence de publication élevée que d'essayer de trouver l'heure parfaite pour publier.

Il est vrai que certains jours semblent mieux fonctionner que d'autres mais vous devez faire votre propre expérience sur le sujet.

Pour ma part en milieu de semaine le mercredi et le jeudi j'ai de bons résultats. Le dimanche soir est aussi un bon moment pour moi mais tout dépend de votre audience.



Est-ce que vos abonnés se connectent plutôt le matin avant d'aller travailler, à la pause du midi, dans les transports en commun le soir ou vers 21h devant un bon film ?

L'idée c'est de connaître un maximum d'habitudes de votre cible pour être présent au même moment qu'elle.

## **Utiliser Instagram**

### **Utiliser Instagram pour des objectifs marketing**

### **Faire de la publicité sur Instagram**

Consultez les [liens](#) pour en savoir plus sur la publicité sur Instagram, ou le [portail dédié aux développeurs](#) pour en savoir plus sur l'utilisation de la plate-forme API d'Instagram.

Questions les plus fréquentes sur les publicités Instagram

Mesurer les résultats des publicités Instagram

### **Informations supplémentaires destinées aux annonceurs**

#### [À propos de la publicité sur Instagram](#)

Vous pouvez créer des publicités depuis Instagram une fois que vous avez converti votre compte en profil professionnel. En plus d'Instagram, vous pouvez utiliser les outils Facebook pour créer des publicités qui apparaîtront sur Instagram.

Il existe trois façons de diffuser des publicités sur Instagram :

- [Créer des publicités directement sur Instagram](#). Une fois que vous avez opté pour un profil professionnel, vous pouvez promouvoir des publications et des stories de votre compte Instagram.



- Si vous gérez une Page Facebook, vous pouvez associer un compte Instagram à cette Page. Lorsque vous créez des promotions depuis votre Page, vos publicités apparaissent sur Facebook et Instagram.
- Si vous maîtrisez la publicité sur Facebook, le Gestionnaire de publicités met à votre disposition des outils complets pour la création de publicités. Vous pouvez choisir Instagram comme placement.

Chacun de ces outils permet de créer des publicités sur Instagram. Avant de créer des publicités, vous devez convertir votre profil personnel et profil professionnel et l'associer à une Page que vous gérez, afin de tirer le meilleur parti de nos outils professionnels.

### **En savoir plus**

- [Configurer un profil professionnel sur Instagram](#)
- [Ajouter une Page Facebook à votre profil professionnel Instagram](#)
- [Diffuser des publicités depuis Instagram](#)

Ces informations vous ont-elles été utiles ?

Oui

Non



[Lien permanent](#)[Articles connexes](#)

[À l'exception des publicités, comment puis-je élargir mon public sur Instagram ?](#)

La meilleure façon d'élargir et de développer votre public est de créer du contenu marketing de qualité que les utilisateurs veulent voir dans leur fil Instagram. Créer du contenu pertinent vous permet également de faire découvrir votre compte aux personnes qui n'y sont pas encore abonnées dans les sections [Rechercher et Explorer](#) ou [Activité](#), où les gens peuvent voir les publications que leurs abonnés ont aimées.

Vous pouvez également élargir votre public en faisant d'Instagram une part essentielle de vos activités et actions marketing quotidiennes. Par exemple :

- Apposez une affiche avec votre compte Instagram dans vos points de vente, ou partagez votre compte dans vos éléments de communications comme les e-mails ou les cartes postales.
- Citez votre compte dans la presse.
- Mentionnez votre compte Instagram sur d'autres plates-formes comme Facebook ou Twitter avec un lien vers votre compte, ou affichez un lien sur la page d'accueil de votre site web.

Ces informations vous ont-elles été utiles ?

Oui

Non



[Lien permanent](#)[Articles connexes](#)

[Où puis-je apprendre d'autres astuces et recommandations pour mon compte professionnel ?](#)

Consultez le pour découvrir les marques qui ont déjà réussi à créer des publications originales et significatives, et à entraîner leurs clients et leurs fans à faire de même.

Ces informations vous ont-elles été utiles ?

Oui

Non

[Lien permanent](#)[Articles connexes](#)

[Quelles conséquences le Règlement général sur la protection des données \(RGPD\) a-t-il pour les publicités sur Instagram ?](#)

Vous voulez en savoir plus sur les informations que nous recevons et



leur utilisation ? Consultez notre .

Le Règlement général sur la protection des données (RGPD) est entré en vigueur le 25 mai 2018 et met en œuvre des règles cohérentes de protection des données dans toute l'Europe. Il s'applique aux entreprises (où qu'elles se trouvent) qui traitent les données personnelles des individus qui vivent dans l'Union européenne.

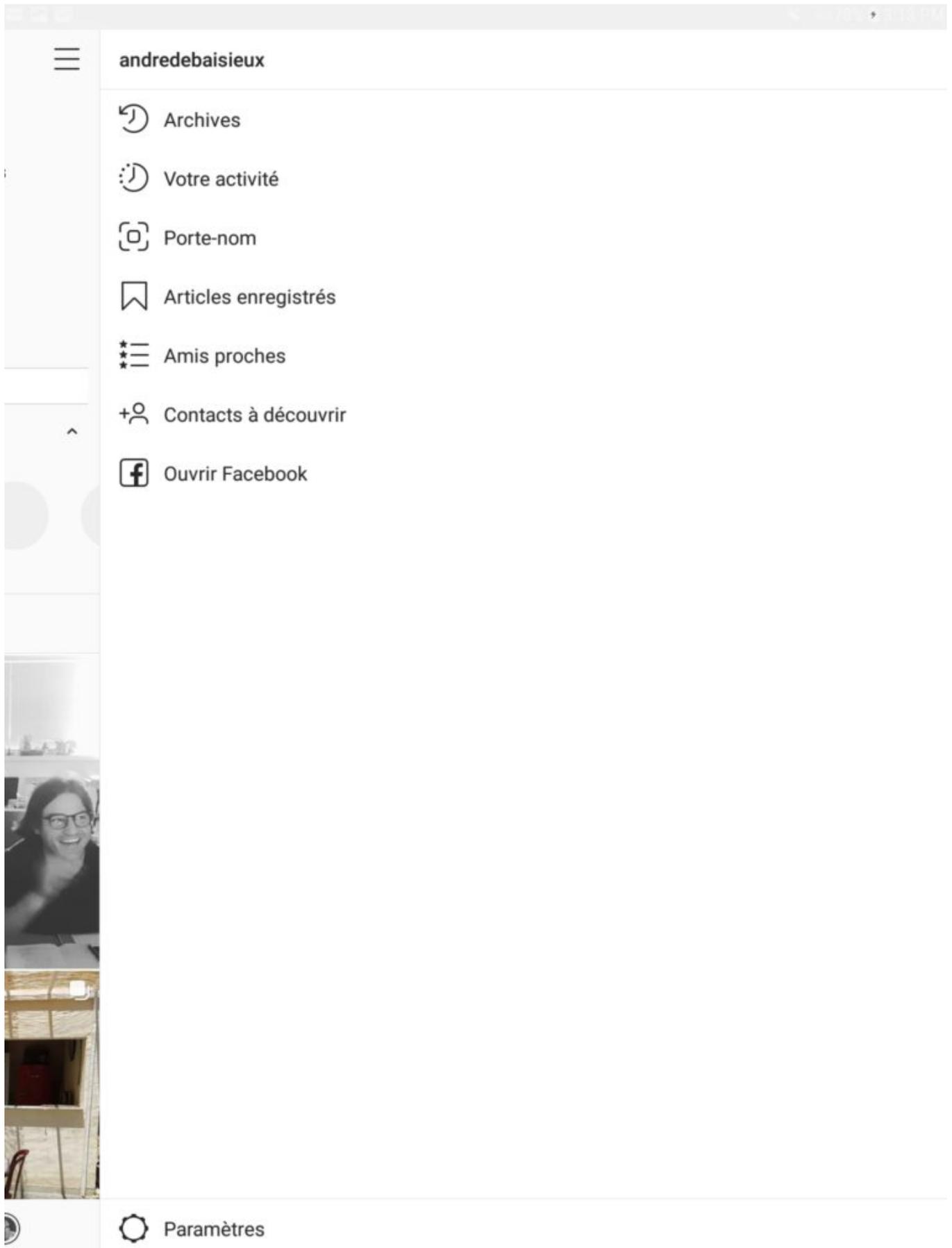
Bien que de nombreux principes de cette réglementation soient fondés sur les règles de protection des données actuellement en vigueur dans l'UE, le RGPD a un champ d'application plus large, comprend plus de normes à caractère obligatoire et prévoit des amendes conséquentes. Il exige par exemple un consentement plus affirmé pour l'utilisation de certains types de données et donne davantage de droits aux individus en matière d'accès et de portage des données les concernant.

Les entreprises qui font de la publicité avec Instagram et les entités Facebook peuvent continuer à utiliser nos plates-formes et nos solutions de la même manière qu'elles le font aujourd'hui. Chaque entité se doit de tout mettre en œuvre pour s'assurer qu'elle respecte le RGPD, ainsi que les lois applicables à sa situation actuelle.

### **Informations supplémentaires et questions/réponses**

Pour en savoir plus sur des produits publicitaires particuliers et consulter des questions/réponses sur le RGPD, rendez-vous sur .

### **Menu du profil**





A droite de votre profil, vous avez accès à l'activité lié à votre profil.

En bas l'icône "engrenage" permet d'accéder a vos paramètres.

### **Paramètre du menu Profil**



← Paramètres

+👤 S'abonner et inviter des amis

🔔 Notifications

🔒 Confidentialité

🛡️ Sécurité

📣 Publicités

💳 Paiements

👤 Compte

❓ Aide

📘 À propos

**Connexions**

[Définir une connexion multi-compte](#)

[Ajouter un compte](#)

[Se déconnecter de andredebaisieux](#)

[Se déconnecter de tous les comptes ?](#)

Instagram par Facebook





Pour accéder aux paramètres de votre compte :

**Paramètres.**

Vous pouvez ensuite effectuer les opérations suivantes :

- [rechercher et inviter des ami\(e\)s ;](#)
- 1. Accédez à votre profil et appuyez sur
  - [regarder les photos que vous avez aimées ;](#)
- 2. Appuyez sur
  - [vous déconnecter de votre compte ;](#)
  - [configurer vos notifications push.](#)

**Utiliser Instagram**

**Publier des photos**



X Galerie ▾

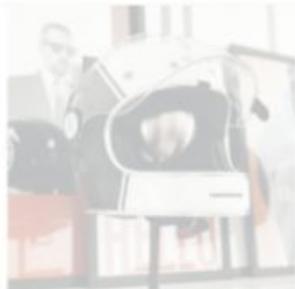
Suivant



SÉLECTION MULTIPLE



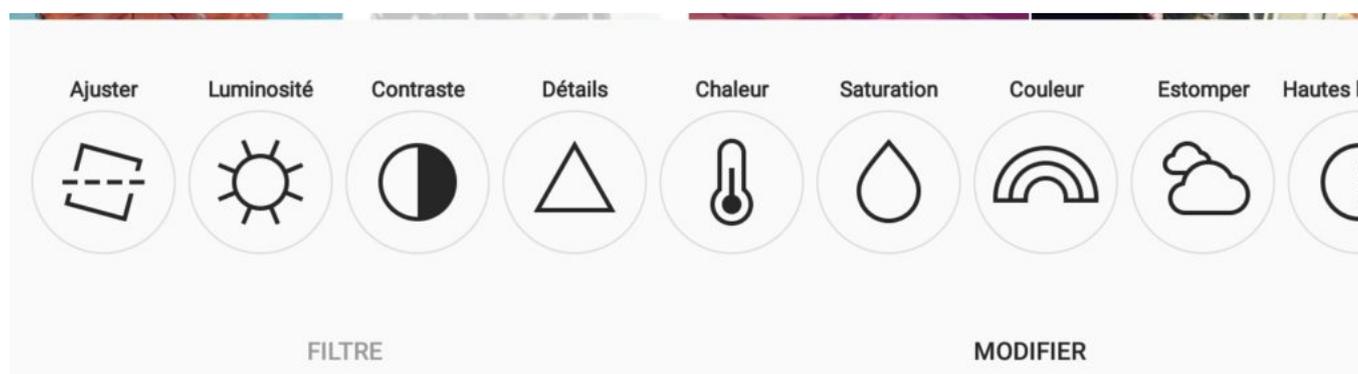
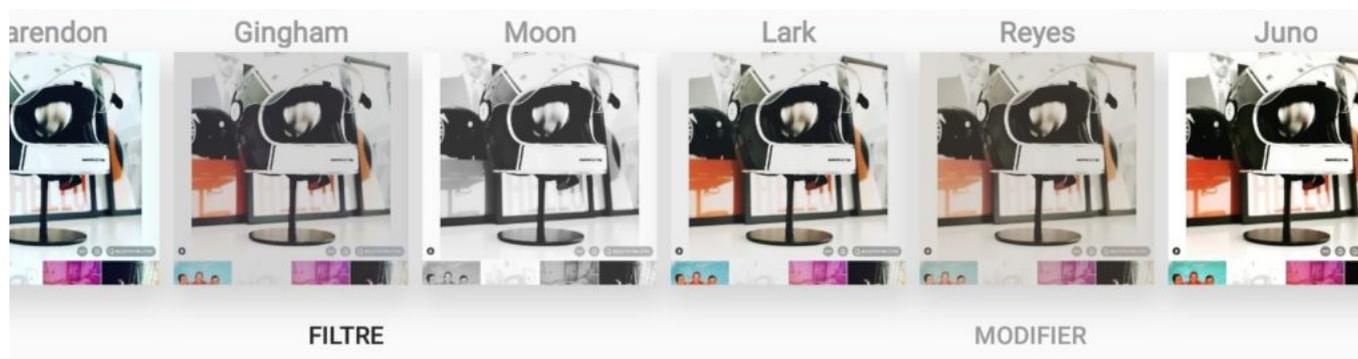
GALERIE



PHOTO



VIDÉO



## Comment publier une photo ?

Pour importer une photo ou en prendre une nouvelle, appuyez d'abord en bas de l'écran :

sur

- Pour importer une photo depuis la bibliothèque de votre téléphone, appuyez sur **Bibliothèque** (iOS) ou sur **Galerie** (Android) en bas de l'écran et sélectionnez la photo à partager.
- Pour prendre une nouvelle photo, appuyez sur **Photo** en bas de l'écran. Vous pouvez appuyer sur **Flash** pour passer de flash à flash déactivé ou sur **Flash** pour régler le flash.

Une fois que vous avez pris ou importé une photo, vous pouvez y



ajouter [des effets ou des filtres](#), [une légende](#) et [le lieu où vous vous trouvez](#) avant de la publier. Vous pouvez également [publier une vidéo](#).

Remarque : vous ne pouvez ni prendre ni importer de vidéos depuis un ordinateur.

### **Publier des albums**



✕ Galerie ▾ Suivant



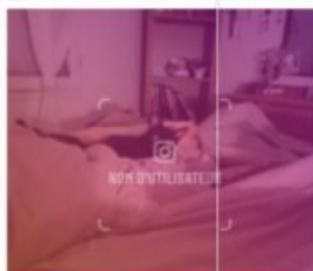
SÉLECTION MULTIPLE



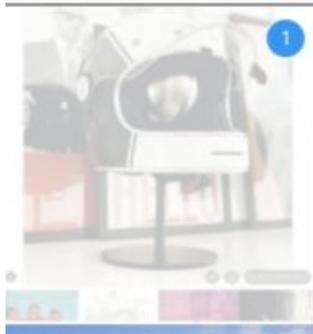
GALERIE



PHOTO



VIDÉO



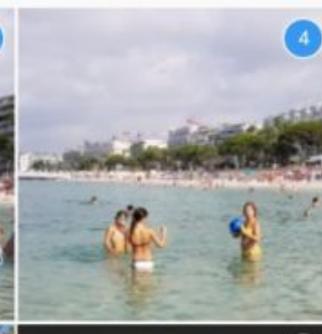
1



2



3



4



Vous pouvez importer jusqu'à 10 photos/vidéos et les partager dans une seule publication du fil d'actualité :

, puis sur **Bibliothèque** (iPhone)  
ou **Galerie** (Android) en bas de l'écran.

3. Sélectionnez jusqu'à 10 photos et vidéos dans la bibliothèque de votre téléphone. Pour ajuster le cadrage de chaque photo ou vidéo, appuyez dessus, puis touchez l'écran pour la redimensionner. Gardez à l'esprit que l'orientation choisie (carré, portrait ou paysage) s'applique à toutes les photos et vidéos de votre publication. Vous ne pouvez pas sélectionner une orientation différente pour chaque photo ou vidéo. Lorsque vous avez terminé, appuyez sur **Suivant** en haut à droite.
4. Appuyez sur un filtre en bas de l'écran pour l'appliquer à toutes les photos et vidéos sélectionnées, ou appuyez sur une photo ou une vidéo pour la modifier et ajouter des filtres individuellement.
5. Pour modifier l'ordre de vos photos et vidéos, appuyez longtemps sur l'une d'elles, puis faites-la glisser à un autre emplacement. Pour supprimer une photo ou une vidéo de votre publication, appuyez longtemps sur l'une d'elles, puis faites-la glisser jusqu'à l'icône Image not found. Lorsque vous avez terminé, appuyez sur **Suivant** en haut à droite.
6. Vous pouvez ajouter un lieu et une légende pour votre publication et identifier quelqu'un sur chaque photo. Appuyez sur **Identifier des personnes**, puis balayez l'écran pour trouver la photo sur laquelle vous souhaitez identifier quelqu'un.
7. Appuyez sur **Partager**.

Dans votre fil d'actualité, vous verrez la première photo ou vidéo de votre publication, ainsi qu'une rangée de points en dessous. Les personnes peuvent balayer l'écran pour voir les autres photos ou vidéos que vous avez partagées. Sur votre profil, vous verrez la  en haut à droite. À partir de votre profil, vous pouvez appuyer sur la publication, puis balayer l'écran pour voir les autres photos et vidéos que vous avez partagées.

Image not foundImage not found

Les personnes peuvent aimer et commenter votre publication de la même façon qu'une publication ordinaire. Les commentaires et les mentions



J'aime apparaissent sur l'ensemble de la publication, et non sur chacune des photos et vidéos qui la composent.

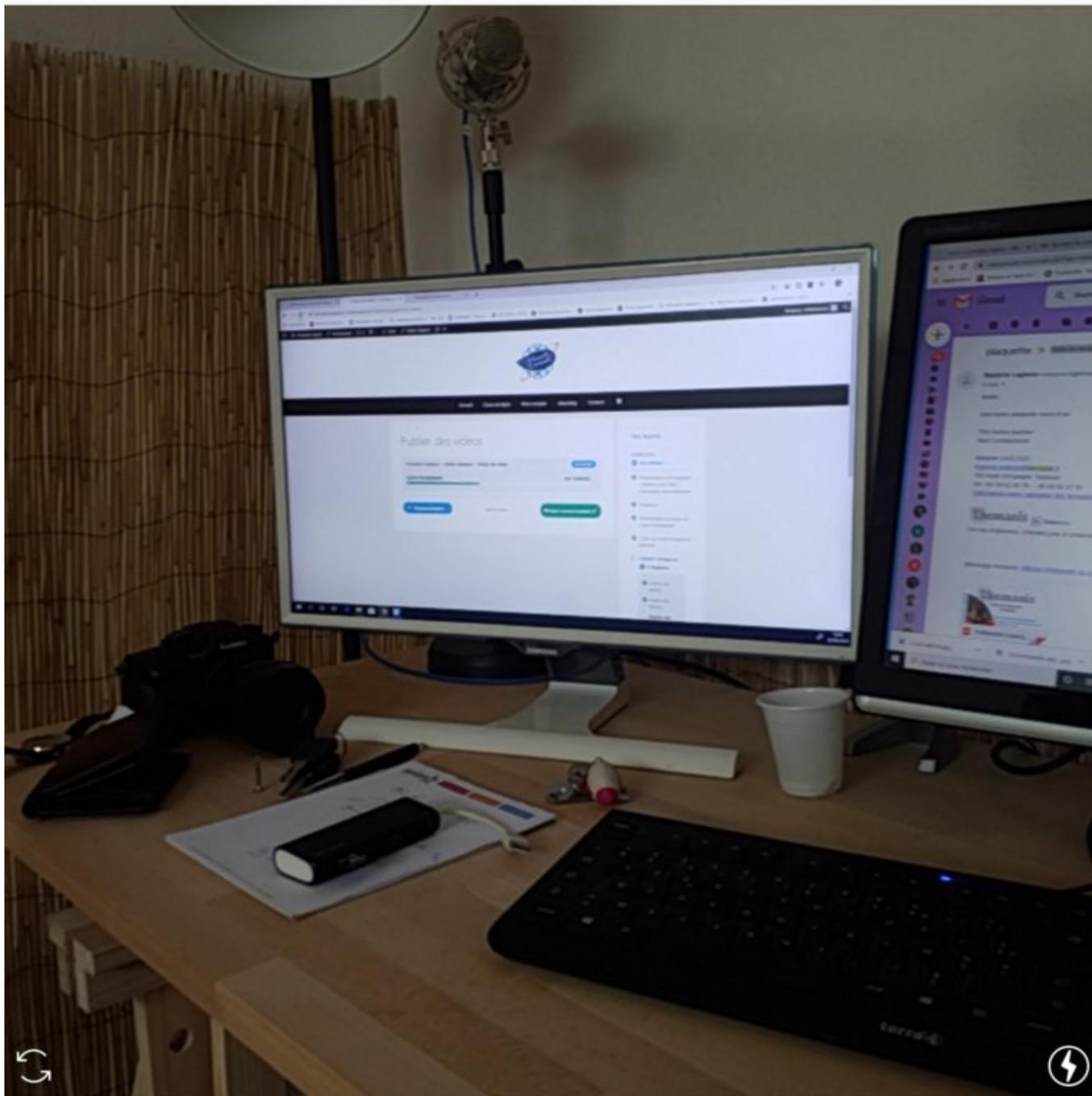
Après avoir partagé une publication composée de plusieurs photos et vidéos, vous pouvez modifier la [légende](#), le [lieu](#) et les comptes que vous avez identifiés dans votre publication. Bien que vous ne puissiez pas réorganiser, modifier ou supprimer le contenu des publications que vous avez partagées, vous pouvez toujours [supprimer la publication](#).

N'oubliez pas que l'importation de publications contenant plusieurs vidéos peut prendre plus longtemps. Si votre publication contient plusieurs vidéos, veillez à vous connecter à un réseau fiable.

## **Publier des vidéos**



✕ Vidéo



GALERIE

PHOTO

VIDÉO



Pour importer une vidéo ou en réaliser une nouvelle, appuyez d'abord en bas de l'écran :

sur

- Pour importer une vidéo depuis la bibliothèque de votre téléphone, appuyez sur **Bibliothèque** (iPhone) ou **Galerie** (Android) en bas de l'écran et sélectionnez la vidéo à partager.
- Pour enregistrer une vidéo, appuyez sur **Vidéo** en bas de l'écran. pour commencer l'enregistrement et levez le doigt pour l'arrêter. Vous pouvez appuyer longtemps encore une fois pour [enregistrer plusieurs clips vidéo](#) et appuyer pour passer d'un appareil photo à un autre.

Appuyez longuement sur

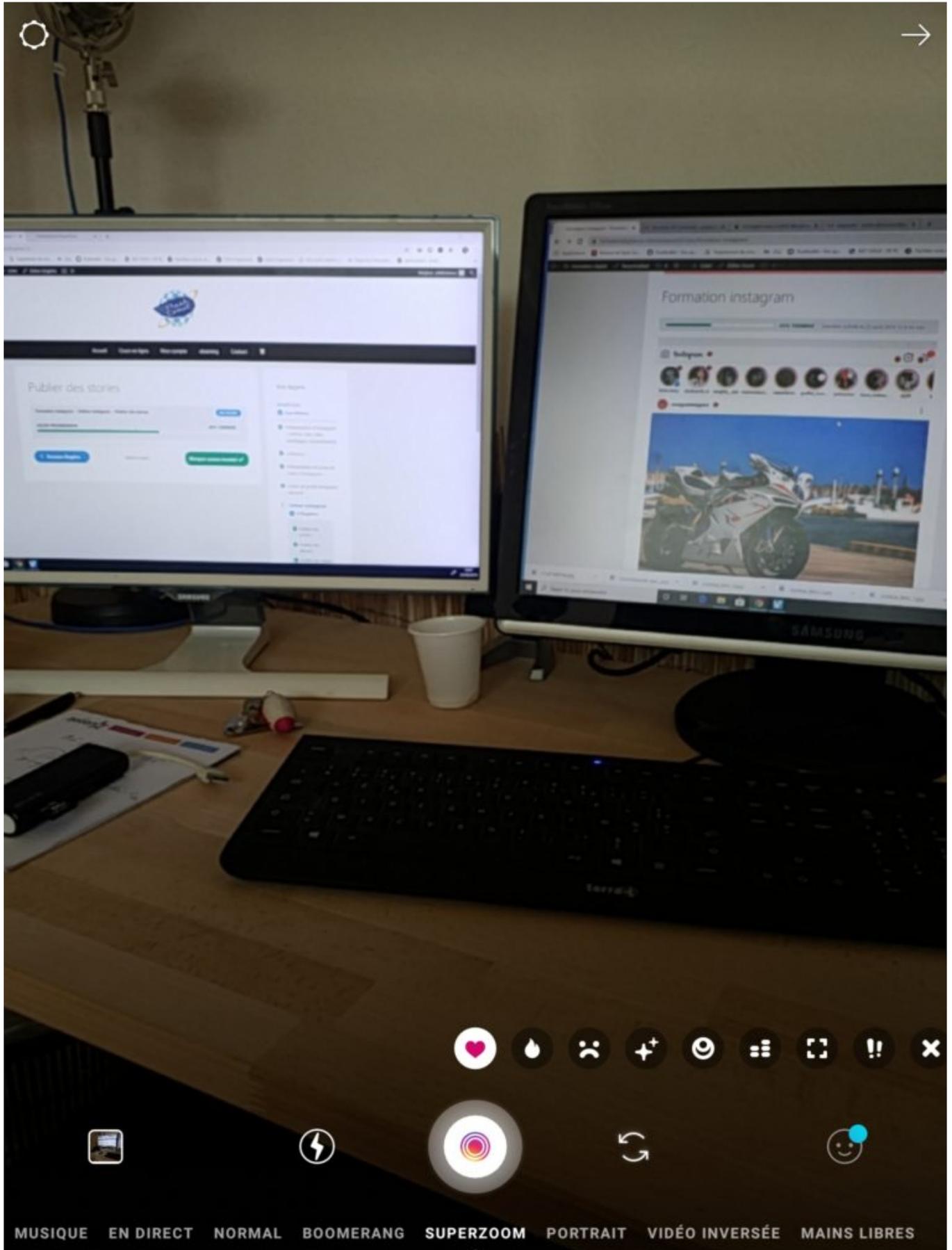
sur



Gardez à l'esprit que la durée maximale d'une vidéo est de 60 secondes. Une fois que vous avez enregistré ou téléchargé une vidéo, vous pouvez y ajouter un [filtre](#), ainsi qu'[une légende](#) et [le lieu où vous vous trouvez](#) avant de la partager.

Remarque : vous ne pouvez pas prendre ni importer de vidéos depuis un ordinateur.

## **Publier des stories**





## Conseils pour l'importation, l'enregistrement et la modification des stories

Lorsque vous [partagez une photo ou une vidéo dans votre story](#), vous pouvez utiliser des outils de création pour vous aider à l'enregistrer et à la modifier.

### Partager des photos et des vidéos

- Sur iPhone, vous verrez automatiquement l'icône Image not found lorsque votre téléphone détecte qu'il fait sombre. Appuyez dessus pour prendre des photos et des vidéos de meilleure qualité dans l'obscurité.
- Pour prendre une photo ou une vidéo avec un filtre animé, , puis sélectionnez un filtre en bas de l'écran. Lorsque vous utilisez l'objectif avant ou arrière de votre appareil photo, le filtre choisi apparaît automatiquement sur le visage de la personne la plus proche. Gardez à l'esprit que les filtres animés ne sont pas compatibles avec un certain nombre d'appareils plus anciens.
- Pour effectuer un zoom lorsque vous enregistrez une vidéo, appuyez longuement pour commencer l'enregistrement, puis faites glisser le doigt utilisé vers le haut ou vers le bas.
- Appuyez sur **Musique** en bas de l'écran, cherchez une chanson et appuyez dessus. Vous pouvez choisir la partie de la chanson qui , vous pouvez sélectionner divers effets qui réagissent au rythme de la musique. Faites glisser l'écran vers la gauche pour afficher tous les effets, puis sélectionnez celui que vous voulez utiliser dans votre vidéo.
- **Appuyez sur Portrait** au bas de l'écran pour prendre une photo ou enregistrer une vidéo d'une personne en mode Portrait. Lorsque vous prenez une photo ou enregistrez une vidéo d'une personne en mode Portrait, cette dernière est nette et l'arrière-plan devient flou. Le mode Portrait fonctionne uniquement si une



personne est visible sur la photo ou la vidéo.

- Appuyez sur **Boomerang** en bas de l'écran, puis sur le cercle situé en bas de l'application afin de prendre des photos en rafale qui se lisent à l'endroit et à l'envers.
- Pour enregistrer une vidéo sans avoir à maintenir votre doigt appuyé sur l'écran, faites glisser le bas de l'écran vers la gauche et appuyez sur **Mains libres**. Appuyez une fois pour commencer à enregistrer une vidéo, ou appuyez longtemps pour faire apparaître un compte à rebours avant l'enregistrement.
- Pour enregistrer une vidéo qui est lue à l'envers, appuyez sur **Rewind** en bas de l'écran. Maintenez la touche enfoncée pour enregistrer une vidéo ou appuyez une fois pour enregistrer en mode mains libres.
- Appuyez sur **Superzoom** pour enregistrer une vidéo qui effectue automatiquement un zoom avant accompagné d'un effet sonore saisissant sur un objet. Appuyez n'importe où sur l'écran pour sélectionner une zone ou un objet sur lequel zoomer, puis appuyez sur le cercle en bas de l'écran pour démarrer l'enregistrement.
- Sur iPhone, vous pouvez passer de l'objectif avant à l'objectif arrière pendant l'enregistrement d'une vidéo. Appuyez longuement



## Utiliser le mode Texte

Appuyez sur **Écrire** en bas de l'écran pour vous exprimer en utilisant différents styles de textes et arrière-plans, sans avoir à importer de photo ni de vidéo.

- Appuyez sur le bouton du haut pour modifier le type de texte, ou sur le cercle en bas à gauche pour changer de couleur d'arrière-plan.

bas à droite.

en

- Appuyez sur > pour ajouter plus d'éléments (par ex. : des stickers) à votre story avant de la partager.

## Modifier des photos et des vidéos

Pour ajouter un filtre à une photo ou à une vidéo que vous avez prise, faites glisser l'écran vers la gauche ou vers la droite.

Vous pouvez également appuyer sur les outils de création en haut de l'écran :

• Vous pouvez ajouter du texte. Vous pouvez ensuite effectuer les opérations suivantes :

- Ajouter un emoji.
- Agrandir ou diminuer la taille du texte en appuyant sur Image not found, puis en utilisant le curseur.
- Centrer le texte, ou l'aligner à gauche ou à droite en appuyant



- Faire pivoter le texte, l'agrandir ou le réduire en rapprochant ou en éloignant deux doigts.
- Choisir la couleur du texte en appuyant sur les couleurs en bas de l'écran. Faites glisser l'écran pour afficher d'autres couleurs, ou appuyez longuement sur un cercle pour choisir une couleur personnalisée.
- Changer de style de texte en appuyant sur le bouton situé en haut de l'écran.

en haut de l'écran et en sélectionnant une couleur.

- Épingler le texte à un endroit fixe dans votre vidéo. Après avoir pris une vidéo, ajoutez du texte, puis appuyez longuement dessus. Utilisez la barre de défilement en bas de l'écran pour choisir où épingler le texte dans la vidéo. Déplacez le texte et appuyez sur **Épingler**.

pour ajouter une section de texte supplémentaire.

- Saisir @ et entrer le nom d'utilisateur d'une personne pour [la mentionner](#).
- Entrer un hashtag (par exemple, #fleur). D'autres personnes peuvent appuyer dessus pour afficher la [page correspondant à ce hashtag](#).

pour dessiner sur votre photo ou votre vidéo. Vous pouvez ensuite effectuer les opérations suivantes :

- Choisir parmi différents pinceaux et outils de dessin dans les options en haut de l'écran.



- Ajuster l'épaisseur de ligne à l'aide du curseur situé à gauche.
- Choisir une couleur pour réaliser votre dessin en appuyant sur les couleurs en bas de l'écran. Faites glisser l'écran vers la gauche pour afficher d'autres couleurs, ou appuyez longuement sur un cercle pour afficher plus d'options de couleur. Vous pouvez également appuyer sur le bouton de la palette et le glisser-déposer pour choisir une couleur sur votre photo ou votre vidéo.

### **Paramétrage Story**

pouvez également appuyer sur



← Story

1 personne

Masquez votre story et vos vidéos en direct pour certaines personnes.

Amis proches

41 personnes

Autoriser les messages

Tout le monde

Personnes que vous suivez

Désactiver

Choisissez qui peut répondre à votre story.

Enregistrement

Enregistrer dans la galerie

Enregistrer dans l'archive

Enregistrez automatiquement vos photos et vos vidéos dans vos archives pour ne pas avoir à les enregistrer sur votre téléphone. Vous êtes la seule personne à les voir une fois qu'elles ont disparu de votre story.

Partage

Autoriser le repartage dans les stories

D'autres personnes pourront ajouter vos publications du fil et vos vidéos IGTV à leurs stories. Votre nom d'utilisateur sera toujours affiché avec votre publication.

Autoriser le partage

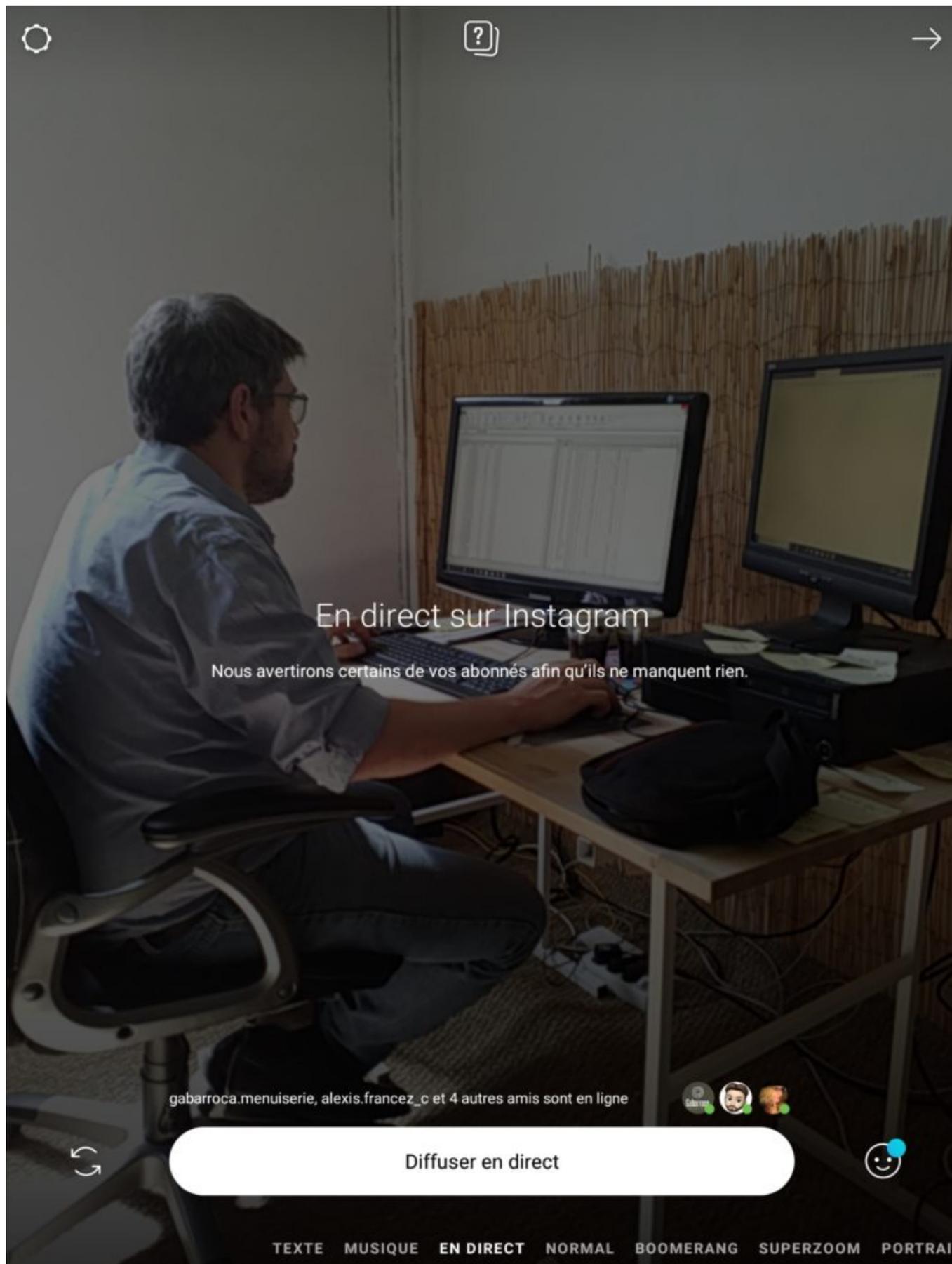
Autorisez les gens à partager les photos et vidéos de votre story sous forme de messages.

Partage de story sur Facebook

Partagez automatiquement des photos et des vidéos de votre story dans votre story Facebook.



**Publier un direct**





Vous pouvez partager une vidéo en direct pour interagir avec vos abonnés en temps réel. Lorsqu'une vidéo en direct est terminée, elle n'est plus visible dans l'application, sauf si vous choisissez de [partager le replay](#) dans votre story.

Pour démarrer une vidéo en direct :

en haut à gauche de l'écran ou balayez vers la droite, n'importe où dans le fil d'actualité.

2. Appuyez sur **Direct**, en bas de l'écran, puis sur **Diffuser en direct**.
3. Le nombre de spectateurs apparaît en haut de l'écran, tandis que les commentaires sont affichés en bas de l'écran. Appuyez sur **Commenter** pour ajouter un commentaire. Appuyez sur un commentaire, puis sur **Épingler le commentaire** pour l'épingler en haut de la liste, de manière à ce que les spectateurs puissent le voir plus facilement.

(iPhone)

(Android), puis sélectionnez **Désactiver les commentaires**.

1. Appuyez sur **Gardez à l'esprit** que les [filtres par mots-clés](#) que vous avez activés s'appliquent également aux commentaires de votre vidéo en direct.

en bas à droite pour ajouter des photos et des vidéos de votre pellicule à votre vidéo en direct. Pour cesser d'afficher votre photo ou votre vidéo, faites glisser la pellicule vers la droite et appuyez sur Image not found. N'oubliez pas que vous seul pouvez voir les photos et les vidéos de votre pellicule pendant que vous partagez une vidéo en direct.

6. Quand vous avez terminé, appuyez sur **Fin** en haut à droite et confirmez. Vous pouvez alors appuyer sur **Enregistrer** en haut à droite pour l'enregistrer dans votre pellicule, ou la [partager dans votre story](#).

## Conseils de sécurité

### Conseils de sécurité

4. Pour désactiver les commentaires, appuyez sur  
Voici quelques conseils à suivre pour protéger votre compte :  
ou

- Choisissez un mot de passe fort. Utilisez une combinaison d'au moins six chiffres, lettres et signes de ponctuation (tels que !



et &). Ce mot de passe doit être différent des autres mots de passe que vous utilisez ailleurs sur Internet.

- Changez de mot de passe régulièrement, en particulier si vous recevez un message d'Instagram vous invitant à le faire. Au cours des vérifications de sécurité automatisées, Instagram récupère parfois des informations de connexion volées sur d'autres sites. Si Instagram détecte que votre mot de passe a été dérobé, le changer sur Instagram et sur d'autres sites est un bon moyen de protéger votre compte contre toute tentative de piratage future.
- Ne communiquez jamais votre mot de passe à une personne que vous ne connaissez pas ou en laquelle vous n'avez pas confiance.
- Activez [l'authentification à deux facteurs](#) pour mieux sécuriser votre compte.
- Assurez-vous que votre boîte mail est sécurisée. Toute personne qui peut lire votre e-mail peut probablement également accéder à votre compte Instagram. Changez le mot de passe de vos comptes de messagerie électronique et assurez-vous d'utiliser un mot de passe différent pour chacun d'entre eux.
- Déconnectez-vous d'Instagram lorsque vous partagez un ordinateur ou un téléphone avec d'autres personnes. Sur un ordinateur public, ne cochez jamais la case « Mémoriser », étant donné que cette option vous permet de rester connecté(e) même lorsque vous avez fermé la fenêtre du navigateur.
- Réfléchissez bien avant d'autoriser toute application tierce.

### **Suppression de votre compte**

Quand vous supprimez votre compte, votre profil, vos photos, vos vidéos, vos commentaires, vos mentions J'aime et vos abonné(e)s sont supprimés définitivement. Si vous souhaitez seulement faire une pause,



vous pouvez plutôt choisir de [désactiver temporairement votre compte](#).

Une fois votre compte supprimé, vous ne pourrez plus vous inscrire avec le même nom d'utilisateur ni l'ajouter à un autre compte. Par ailleurs, nous ne pouvons pas réactiver des comptes supprimés.

Pour supprimer définitivement votre compte :

1. Accédez à [la page Supprimer votre compte](#). Vous devrez d'abord vous connecter à Instagram sur le web. Vous ne pouvez pas supprimer votre compte depuis l'application Instagram.
2. Choisissez une option dans le menu déroulant à côté de **Pourquoi supprimez-vous votre compte ?** et saisissez à nouveau votre mot de passe. L'option permettant de supprimer définitivement votre compte apparaît uniquement quand vous sélectionnez le motif de la suppression dans le menu.
3. Cliquez ou appuyez sur **Supprimer mon compte définitivement**.

Si vous souhaitez supprimer un autre compte, cliquez sur le nom d'utilisateur en haut à droite de la page **Supprimer votre compte**, en regard du nom d'utilisateur et sélectionnez **Déconnexion**. Reconnectez-vous avec le compte que vous souhaitez supprimer et suivez les instructions ci-dessus.

Pour des raisons de sécurité, nous ne pouvons pas supprimer un compte pour vous. Vous devez être en mesure de vous connecter à votre compte pour pouvoir le supprimer. Si vous avez oublié votre nom d'utilisateur ou votre mot de passe, consultez nos [conseils pour vous connecter](#).

## LES 25 MEILLEURES APPLICATIONS INSTAGRAM

La plate-forme a connu une croissance impressionnante de 200 millions d'utilisateurs rien qu'en 2017. Ajouté à cette croissance l'empressement des entreprises à se lancer sur **Instagram Stories**, ladite plateforme se convertit en lieu privilégié de promotion du contenu visuel.

Ceci dit et avec la concurrence accrue, le défi de se démarquer est lancé exerçant ainsi une pression pour promouvoir les contenus les plus accrocheurs.

Heureusement, il existe une tonne d'**applications Instagram** pour vous aider à relever le défi. Pas besoin d'être un créatif dans l'âme ou un ~~appuyez ou cliquez sur~~



Photographe hors pair pour y parvenir.

Nous vous avons donc concocté une **sélection de 25 applications Instagram** (gratuites et premiums) grâce auxquelles vos publications ne passeront plus inaperçues.

Nous avons fait le choix de répertorier les applications en 5 catégories, pour ainsi vous aider à mieux vous retrouver.

**Les catégories se présentent comme suit :**

- [Applications d'engagement Instagram](#)
- [Applications photo Instagram](#)
- [Applications vidéo Instagram](#)
- [Formules IFTTT pour Instagram](#)
- [Application Instagram Story](#)

## **APPLICATIONS D'ENGAGEMENT INSTAGRAM**

En choisissant Instagram comme **Canal Marketing**, vous aurez besoin de raccourcis pour optimiser et gagner du temps sans pour autant altérer la qualité de votre contenu.

Vous n'êtes pas sans savoir que le [nouvel algorithme Instagram](#) met en avant les contenus dont la qualité est soignée, voire irréprochable.

De l'optimisation du contenu à la gestion de la messagerie, tous les responsables marketing devraient disposer d'un outil leur permettant de tout contrôler depuis un seul endroit.

### [SPROUT SOCIAL](#)

La possibilité de mettre en file d'attente des messages à l'avance est une révolution pour les plus grands utilisateurs d'Instagram.

La planification Instagram vous permet d'organiser votre calendrier de contenu sans avoir à vous soucier de la création de messages en temps réel.

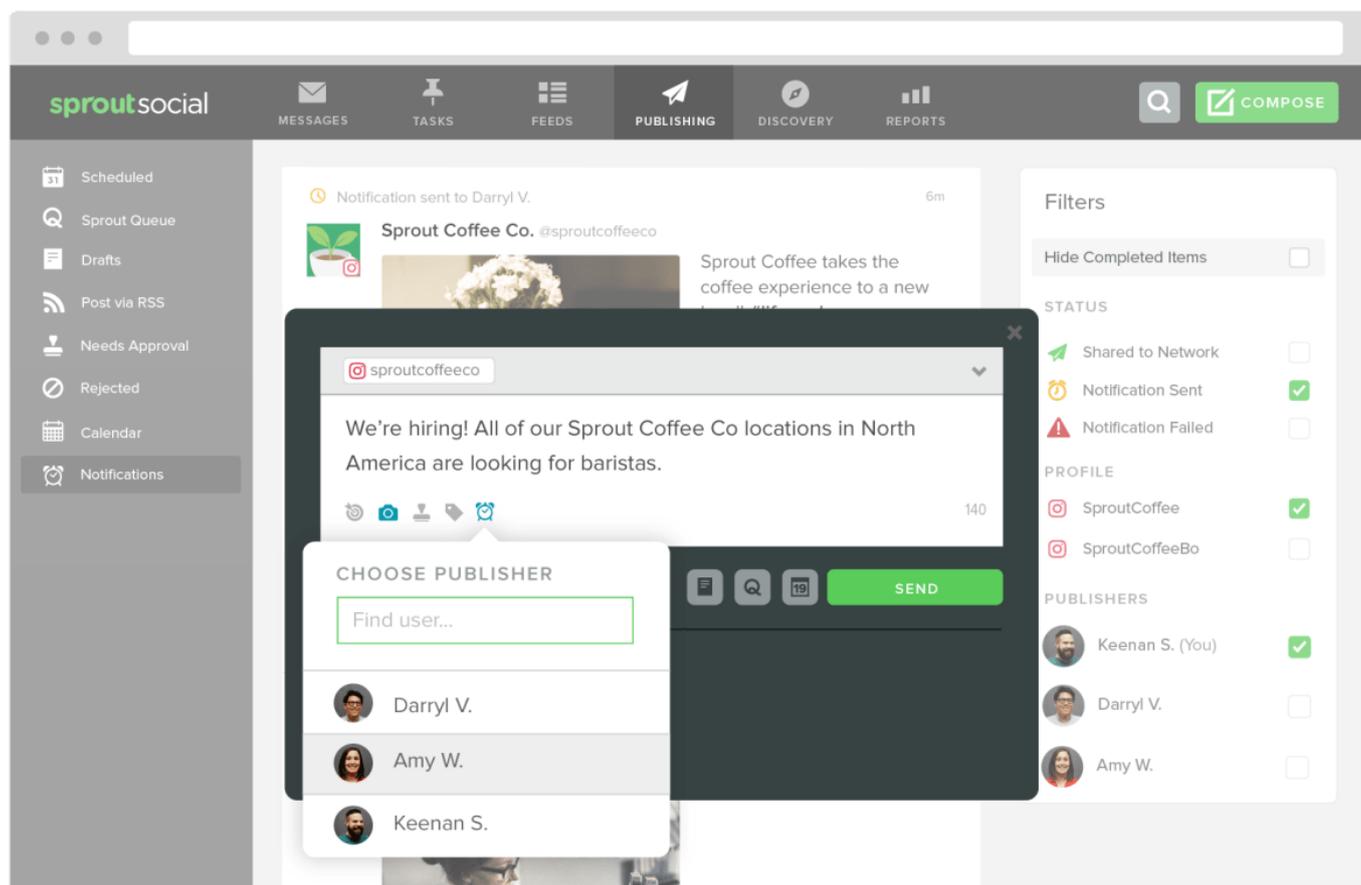
De plus, Sprout regroupe vos notifications Instagram pour ainsi ne manquer plus aucun message ou demande de vos abonnés.

Pas mal, non ?

En outre, les analyses Instagram de Sprout vous indiquent quels sont vos messages les plus performants. Cela vous permet de continuer à

créer le contenu que vos abonnés recherchent.

*Infos Bonus* : Avec la dernière mise à jour de **Sprout Social**, vous pouvez maintenant planifier et publier vos photos directement sur Instagram!



## LES APPLICATIONS PHOTO INSTAGRAM

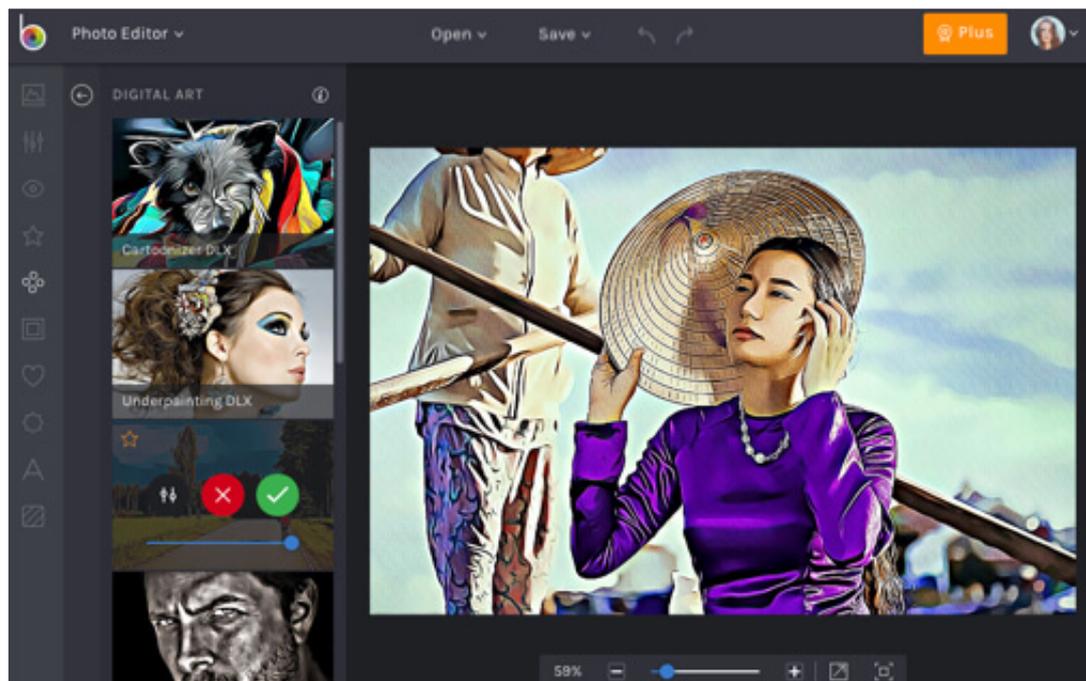
L'ère des smartphones a fait de nous tous des photographes amateurs, mais cela ne veut pas dire que nous prenons des photos impeccables.

Heureusement, il existe de nombreuses applications d'édition pour nous aider à tout gérer, des retouches à l'ajout de flair visuel avec des effets et des superpositions de texte.

### [BEFUNKY](#)

BeFunky est un outil de retouche photo basé sur le Web, parfait pour nettoyer des images et concevoir des graphiques. La suite complète d'outils d'édition inclut la possibilité de recadrer, redimensionner, incliner, adoucir ou encore affiner les éléments composant la photo en question.

En prime, vous n'aurez même pas à créer un compte pour utiliser la version gratuite.

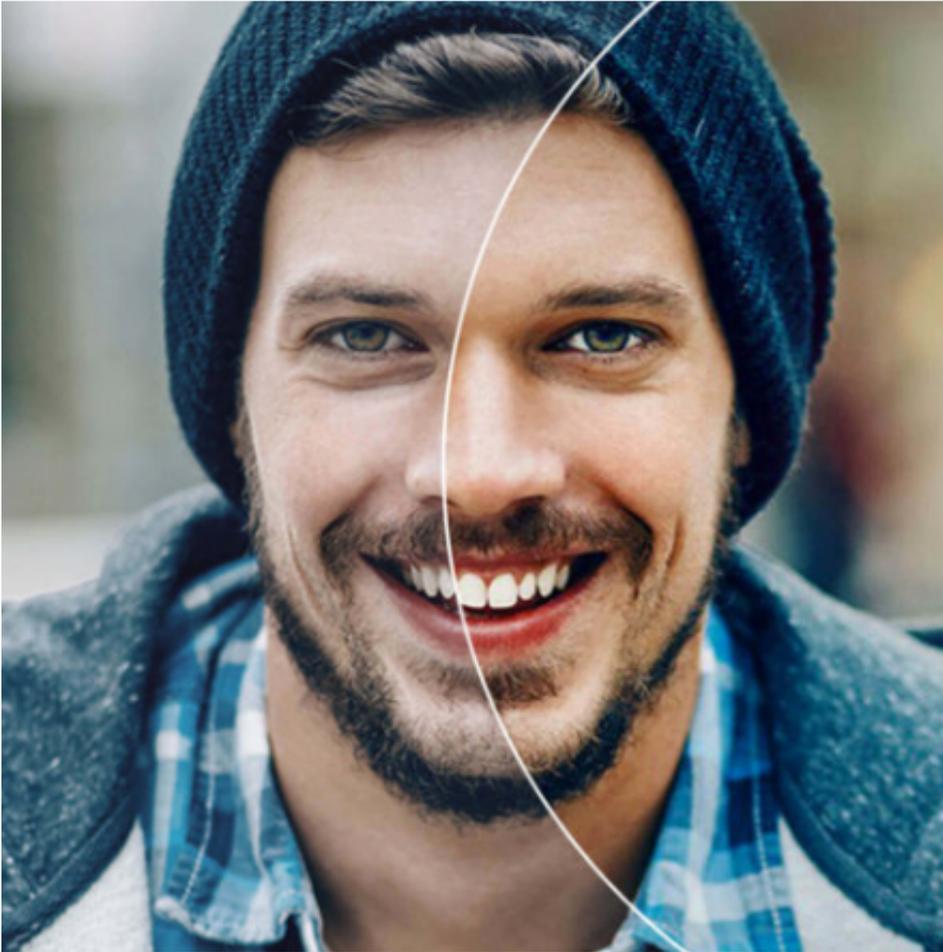


## [PICMONKEY](#)

Même une photo, à priori, réussie nécessite une retouche pour la rendre impeccable.

PicMonkey est idéal pour améliorer vos selfies, vous permettant ainsi de supprimer les rides et de réduire la brillance.

Vous n'êtes pas sans savoir que les photos Instagram présentant un visage sont plus "likées" que les autres. Une raison plus que suffisante pour sublimer le vôtre !



N. B. L'usage de **PicMonkey** ne se limite pas aux portraits.

La fonction «Réglages» est géniale pour créer des photos épiques de style paysage.

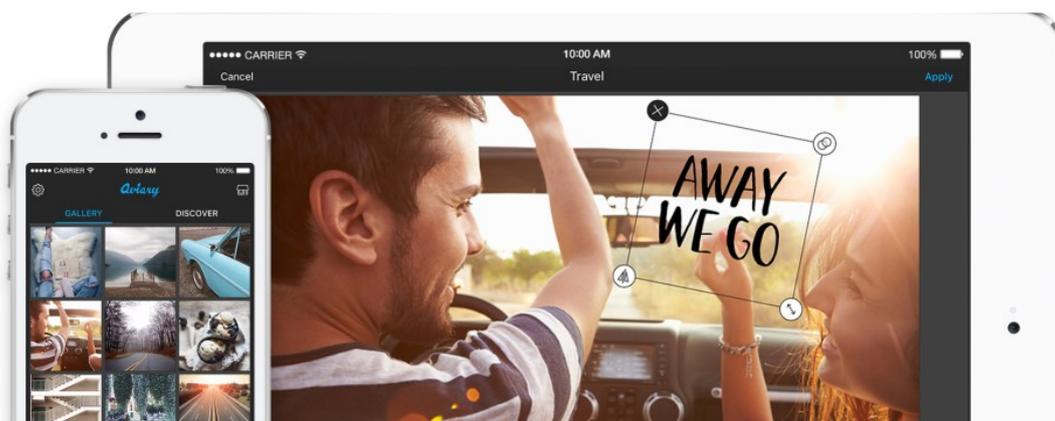
### [ADOBE AVIARY](#)

Si vous utilisez un éditeur Adobe, vous savez que vos photos sont entre de bonnes mains.

Aviary est une application Instagram à la fois simple et efficace avec une multitude d'outils vous permettant de jouer sur l'adoucissement, la netteté et la lecture avec la saturation des photos.

De simples modifications qui peuvent vous sembler futiles font la différence en donnant de l'éclat à vos photos.

Une autre fonctionnalité géniale d'Aviary est la suggestion de modifications. En effet, l'application peut vous suggérer les réglages qui conviennent le plus à votre contenu.



### [CANVA](#)

Si vous souhaitez créer des graphiques sociaux à partir de zéro, ne cherchez pas plus loin. Canva dispose de plusieurs modèles pour des images inspirantes, des photos textuelles, des annonces et bien plus.



Bookmark Ideas



Garden Party Ideas



Circus Party Ideas



Tea Party Ideas



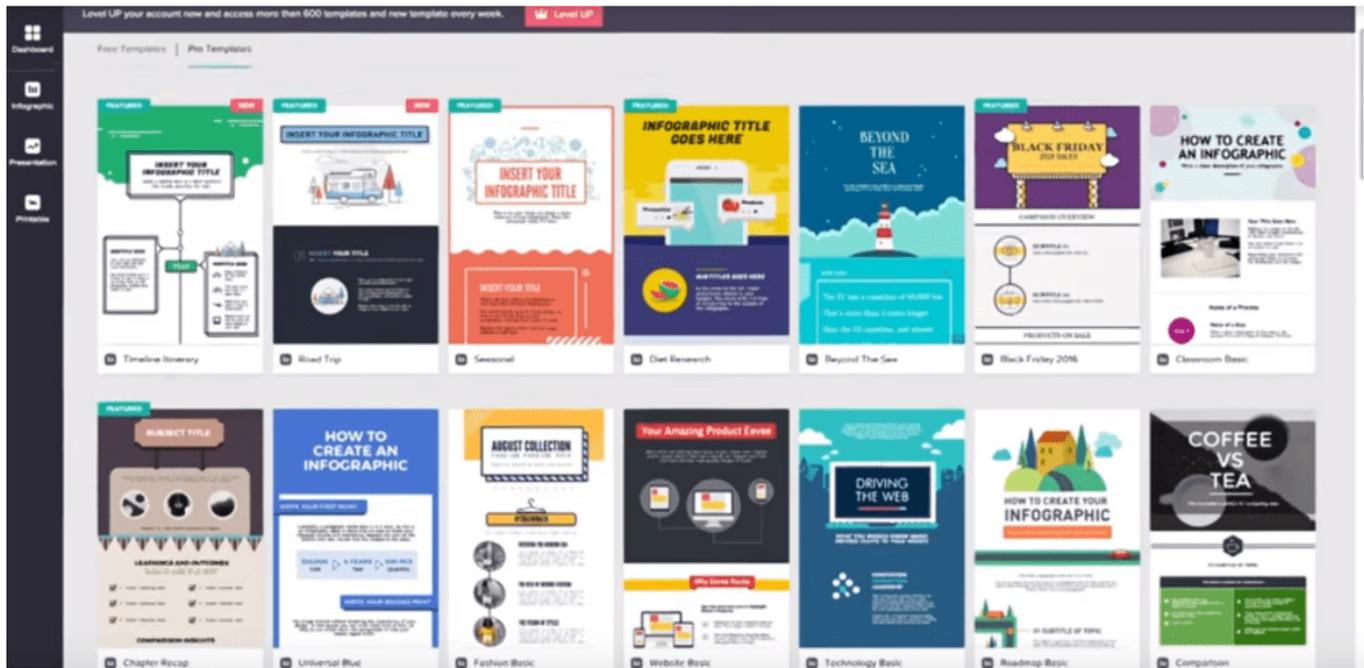
## [PIKTOCHART](#)

Les infographies sont très appréciées par les utilisateurs de Twitter et Facebook, alors pourquoi pas Instagram ?

Ça vous intéresse de savoir qui se cache derrière les écrans ?

Découvrez qui sont les utilisateurs des réseaux sociaux.

Piktochart vous fournit des modèles attrayants pour les fois où vous souhaitez partager à vos followers une publication de type informative en toute légèreté.



## FRAMATIC

Avec plus de 20 millions de téléchargements, Framatic est une autre application Instagram pour améliorer vos images. L'application dispose de 36 dispositions ajustables, 32 bordures vintage et 92 effets à appliquer aux photos en un clic.



## LANDSCAPE BY SPROUT SOCIAL

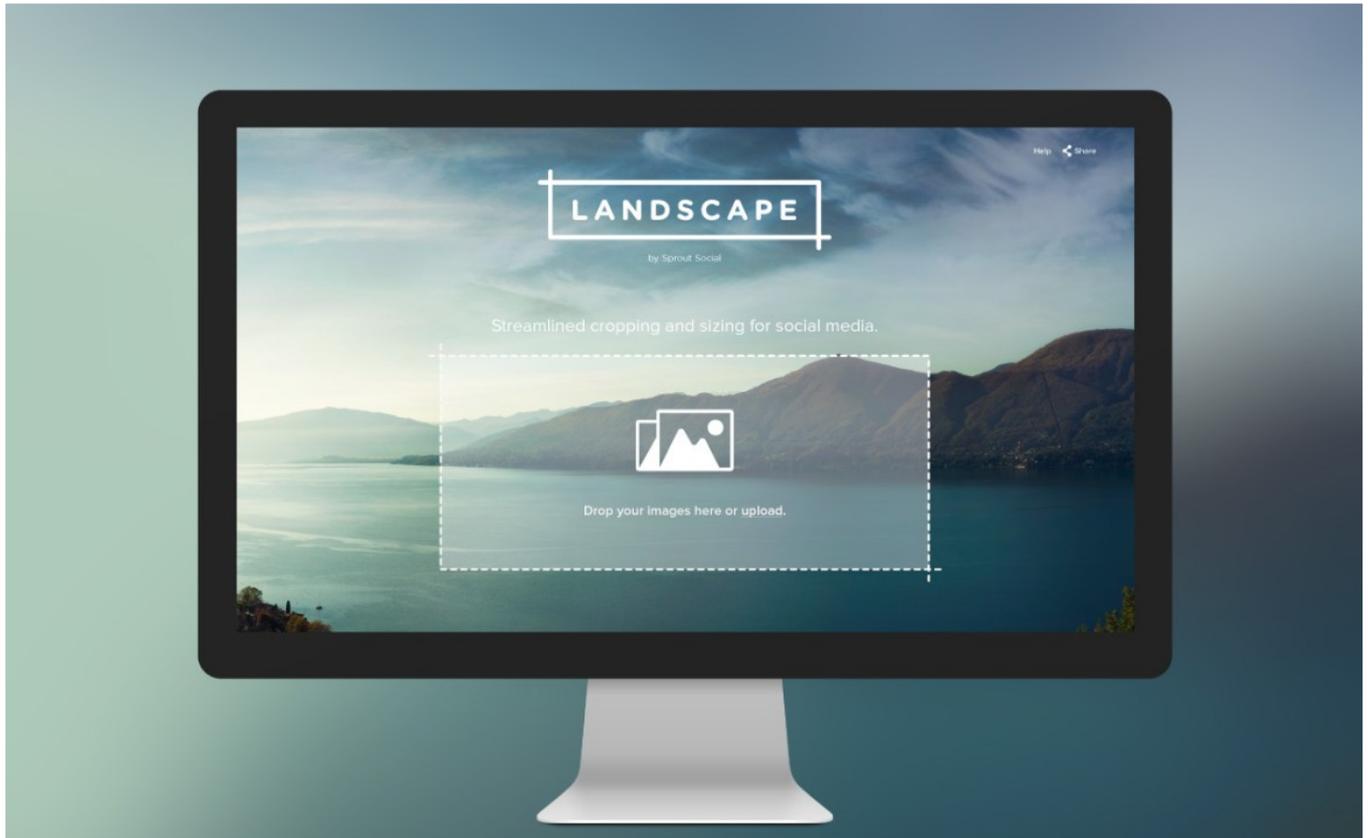
Landscape est l'outil de redimensionnement d'image des médias sociaux de Sprout.

Comment ça marche?



Téléchargez la photo que vous souhaitez partager sur Instagram, choisissez la taille de poste que vous souhaitez créer, puis guidez le recadrage et c'est tout !

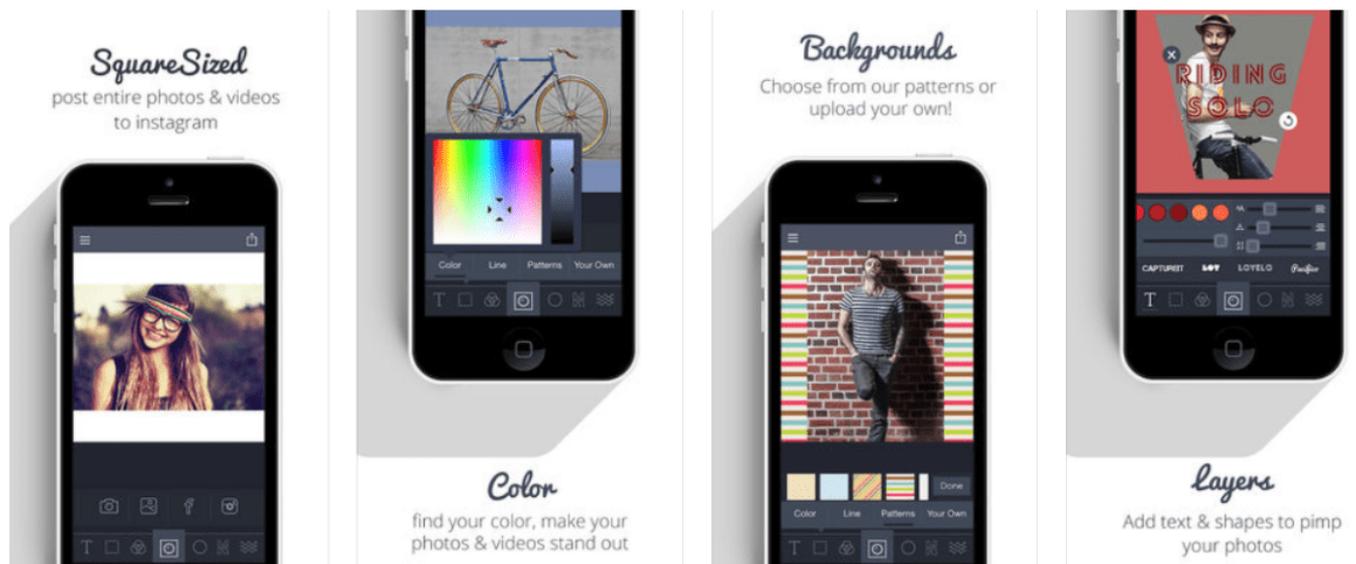
Vous avez maintenant une image fraîchement optimisée à télécharger.



### [SQUARE SIZED](#)

Dans la même lignée que l'application précédente, square Sized, permet aux utilisateurs d'importer des photos à partir d'albums personnels ou de Facebook afin de les optimiser pour Instagram.

En plus de redimensionner vos photos, l'application vous offre également la possibilité de les éditer.



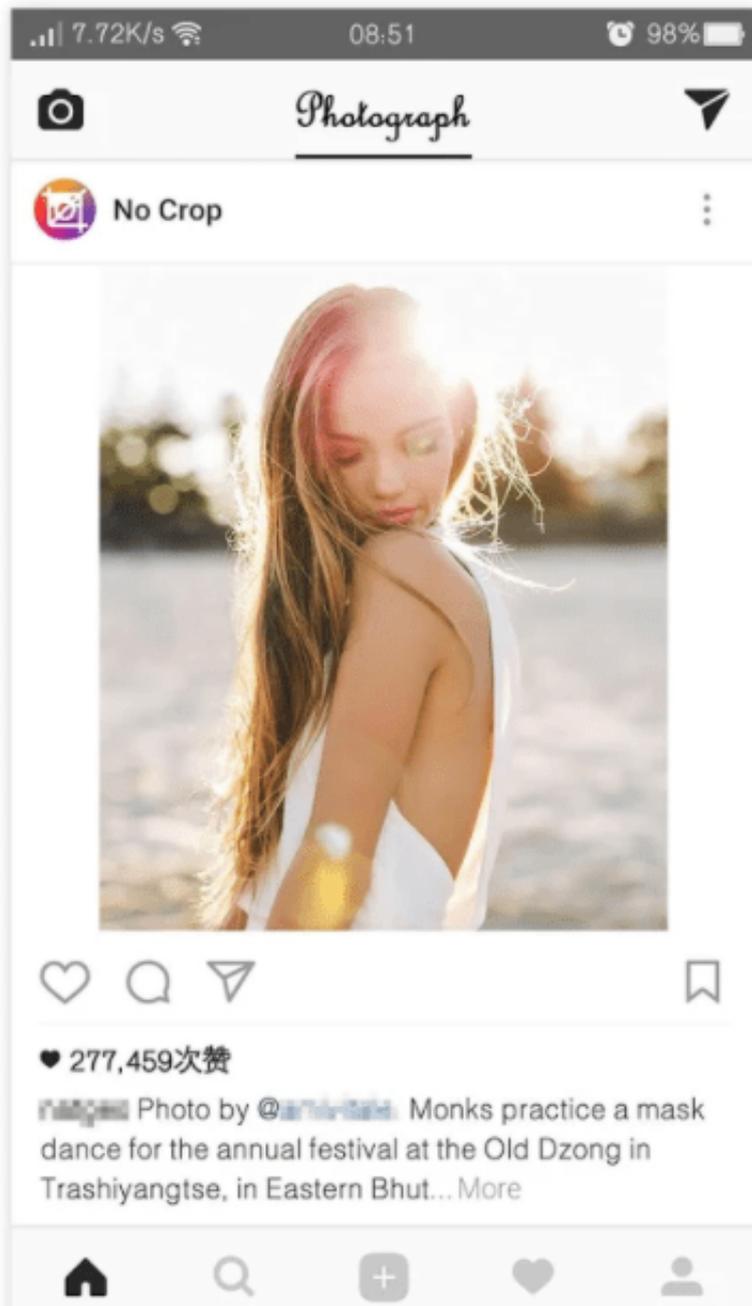
## [NO CROP AND SQUARE](#)

Pour publier des images en taille réelle sur Instagram sans les recadrer, nous vous recommandons l'application No Crop and Square. Des accessoires tels que des autocollants et des filtres sont également disponibles pour donner à vos photos redimensionnées une touche encore plus artistique.



# FIT FOR INS

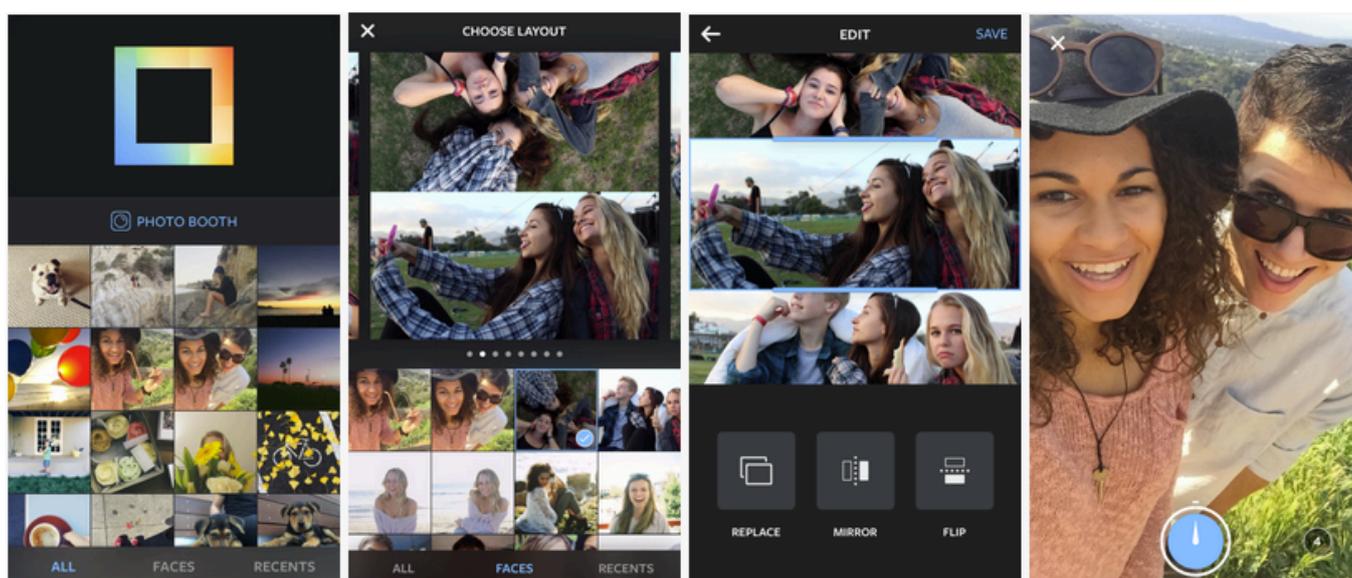
Share your wonderful life to instagram



## LAYOUT

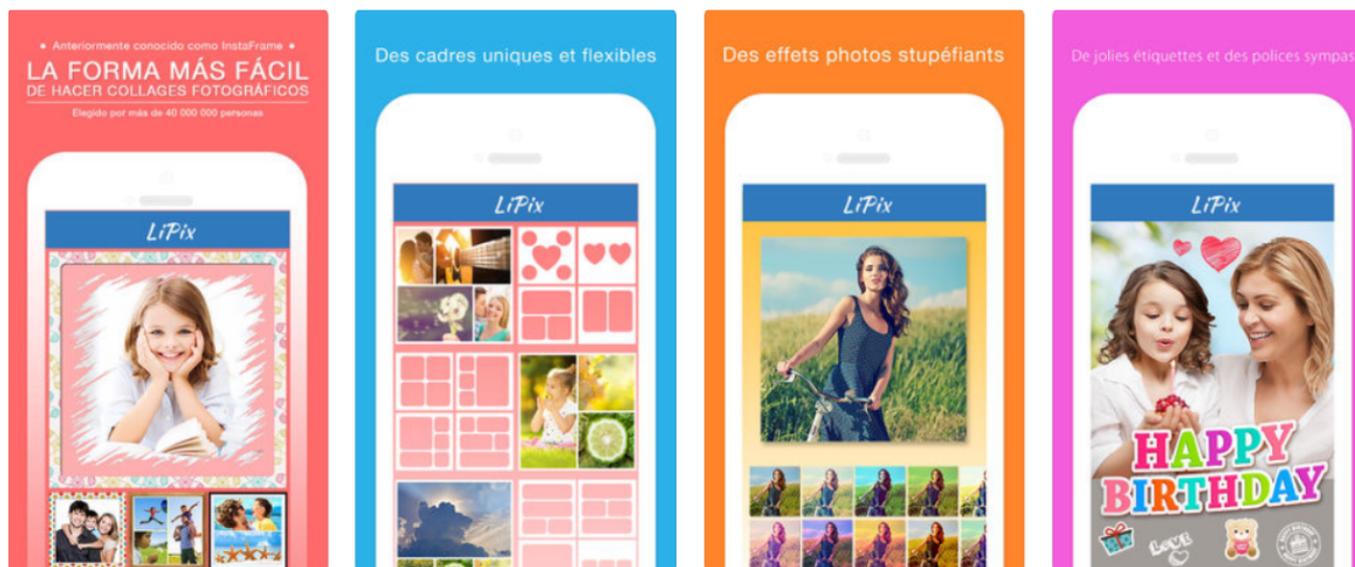
Layout est le créateur de collage d'Instagram. Vous pouvez créer des collages à partir de photos prises sur place ou à partir de votre pellicule.

Layout dispose également d'une poignée d'outils créatifs, tels que les filtres Instagram traditionnels, pour rendre vos collages à votre image... ou plutôt celui de votre feed.



## LIPIX

LiPix est un outil social actuellement utilisé par des dizaines de millions d'utilisateurs sur Instagram, Facebook, Twitter, Flickr ou encore Tumblr. L'application comprend 90 modèles ajustables, 54 bordures différentes et 20 effets photo.



## APPLICATIONS VIDÉO INSTAGRAM

Ne se limitant plus à des clips de 15 secondes, les vidéos sont, de nos jours, un format privilégié pour faire la promotion de votre contenu, vos produits et vos services sur Instagram.

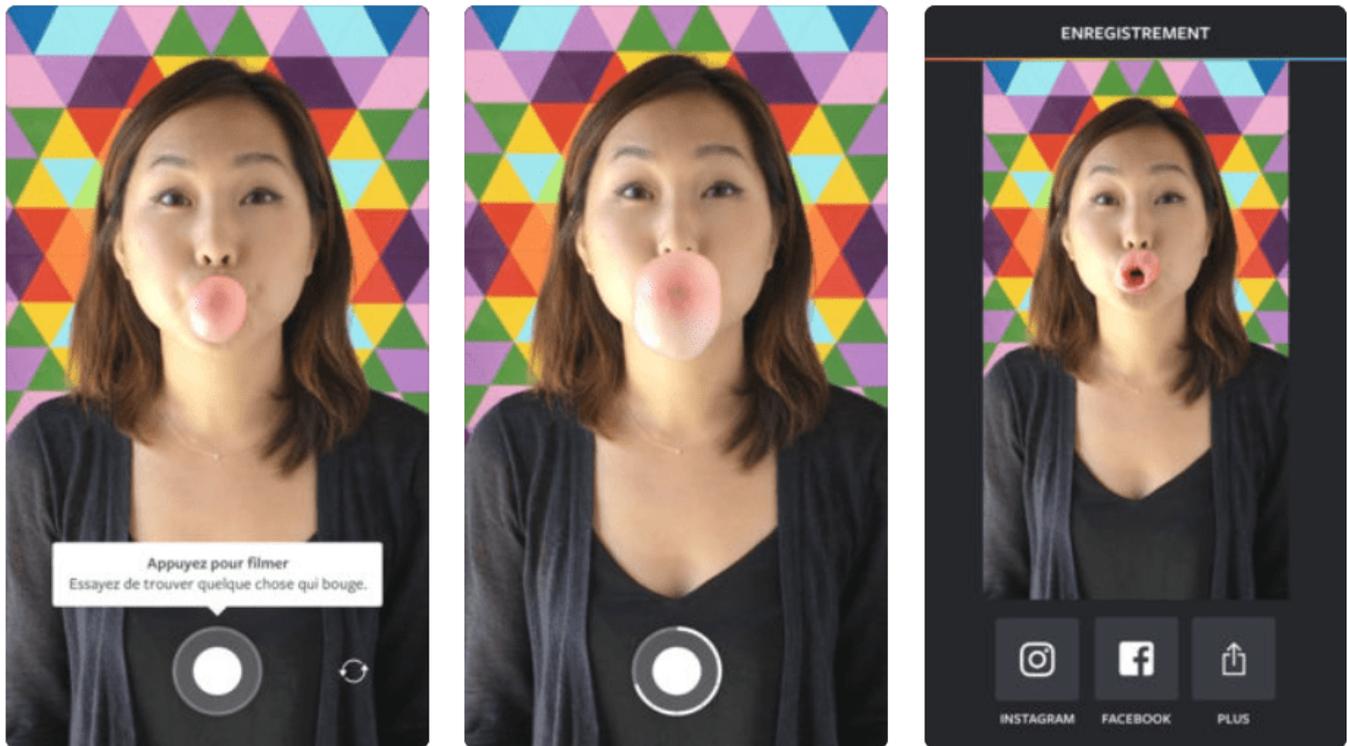
La bonne nouvelle? Vous n'avez pas besoin d'être Spielberg ou Scorsese pour réaliser une belle vidéo Instagram grâce aux applications que nous vous avons sélectionnées.

### [BOOMERANG](#)

Le traditionnel Boomerang !

Natif d'Instagram, ce format vous permet de créer de superbes vidéos qui ressemblent essentiellement à des GIF en mouvement.

En créant des «vidéos» de petite taille à partir de photos en rafale, ces éléments de contenu sont parfaits pour raconter des histoires.



## INSHOT

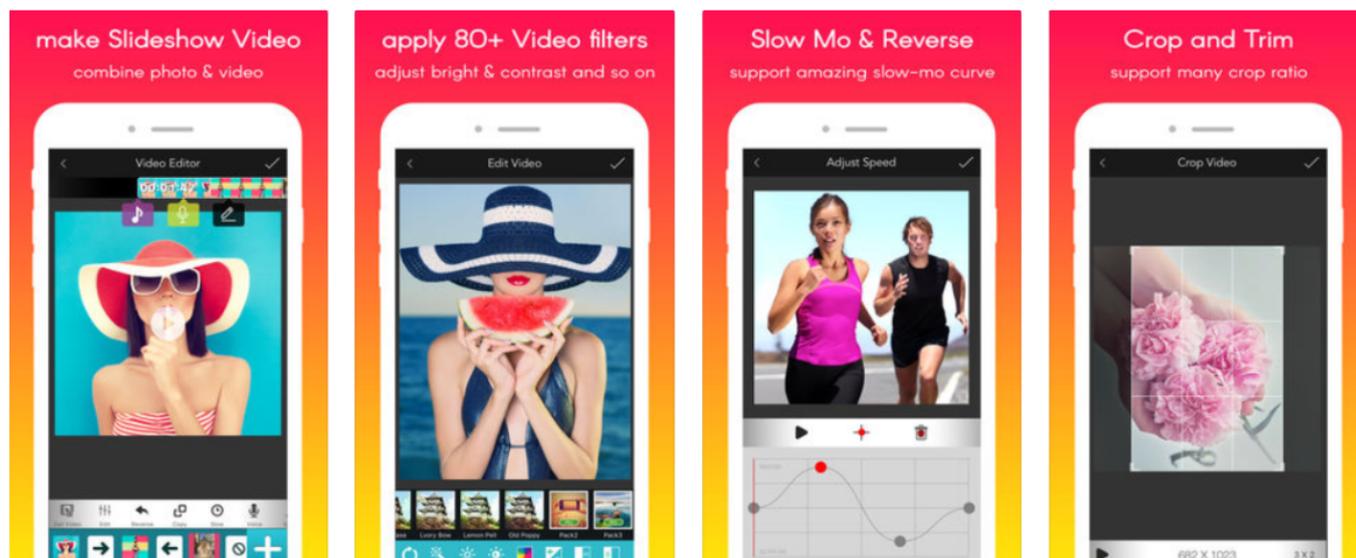
Contours, filtres, voix off et tutti quanti, cet éditeur complet peut, en un clic, rendre vos vidéos plus dynamiques. L'énergique, le dynamique... on aime ça sur Instagram !



## VIDEO EDITOR

Anciennement appelé vStudio, cette application (4,5 étoiles) vous fournit à peu près tout ce dont vous auriez probablement besoin pour éditer vos vidéos Instagram.

Les fonctionnalités comprennent la possibilité de régler la luminosité, le contraste, la saturation, l'exposition et bien plus encore. Vous pouvez également choisir parmi plus de 80 filtres différents à utiliser.



### [HYPERLAPSE](#)

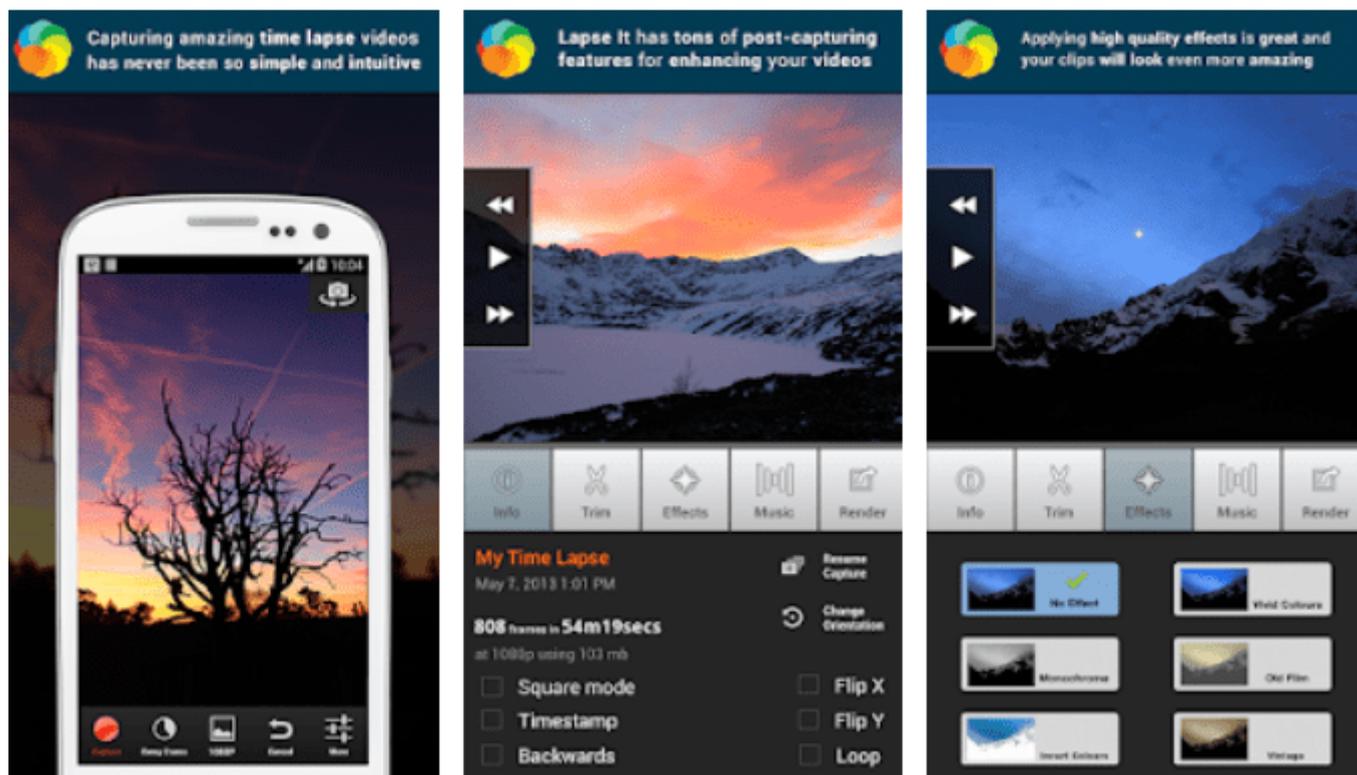
Hyperlapse est une autre application native d'Instagram.

En gros, Hyperlapse vous permet de prendre des vidéos en accéléré (même lorsque vous êtes en mouvement). La technologie de stabilisation intégrée offre aux utilisateurs la liberté de se déplacer pendant qu'ils dirigent.

### [LAPSE IT](#)

Une autre application time-lapse pour Instagram, Lapse It fournit une variété d'options d'édition pour rendre votre contenu time-lapse magnifique.

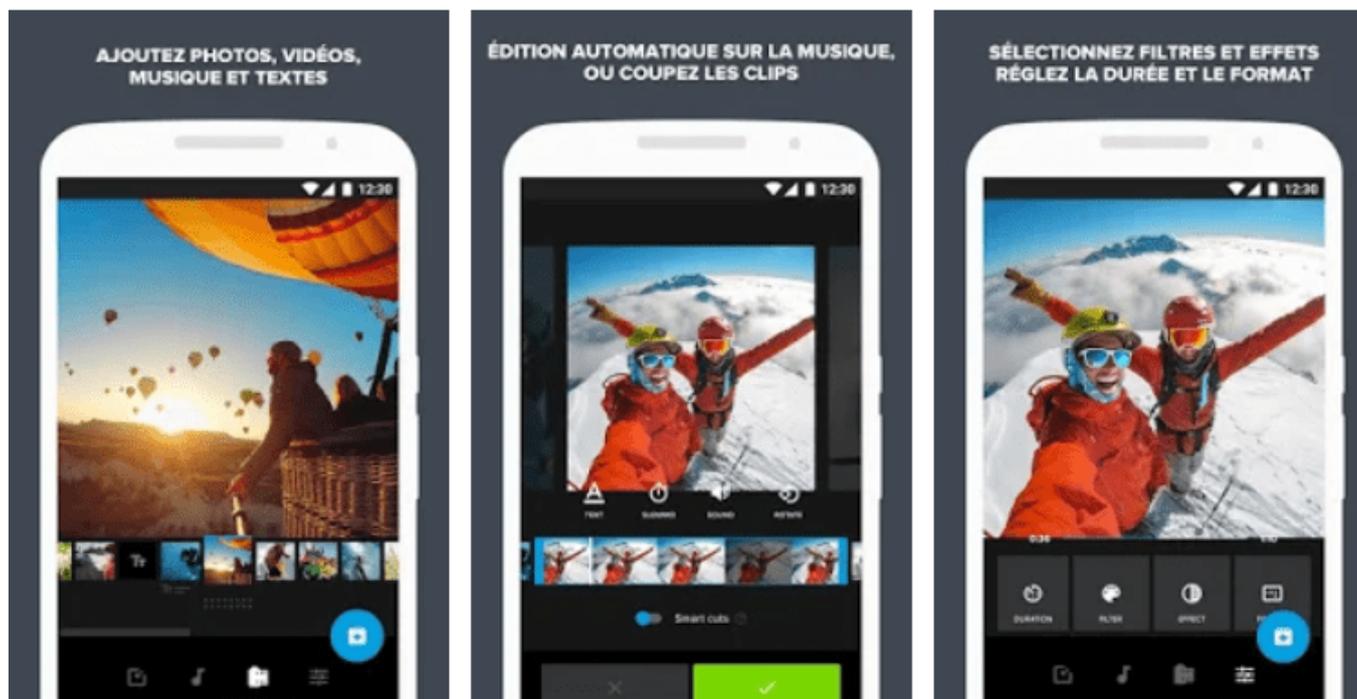
De la boucle en arrière à l'ajout d'effets visuels, la vidéo est à portée de main.



## [QUIK BY GOPRO](#)

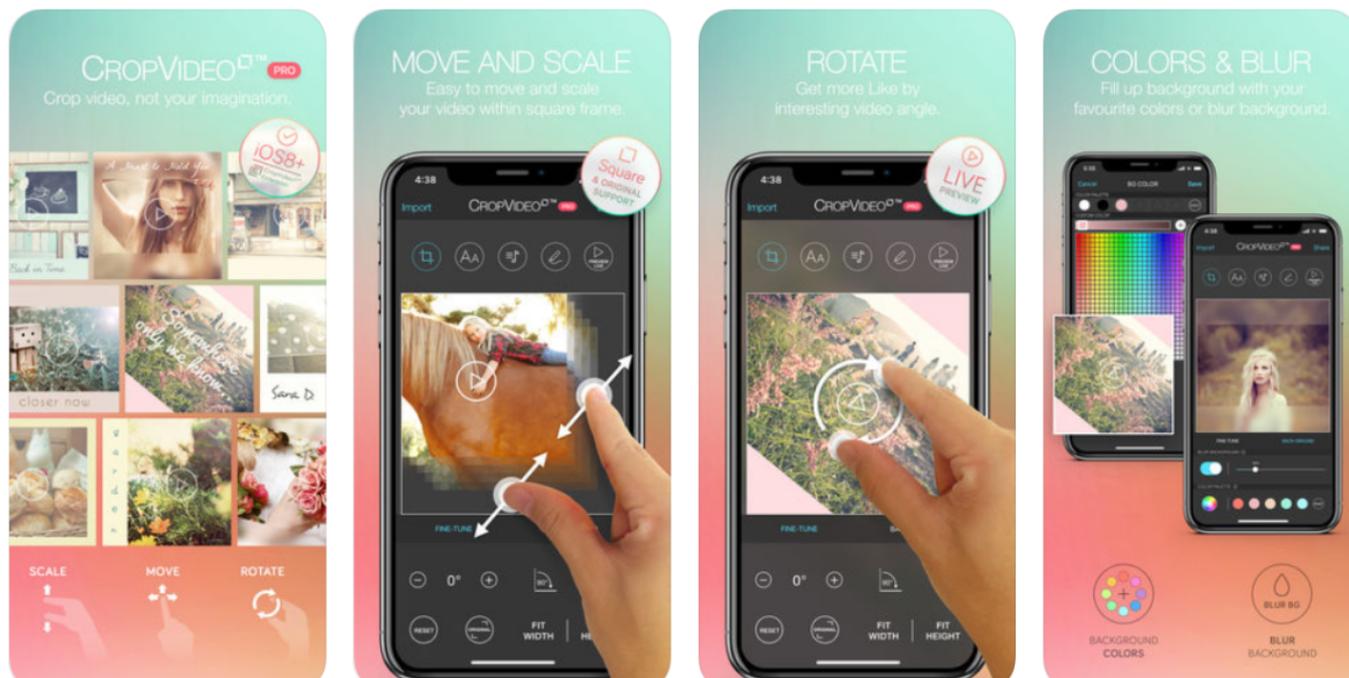
GoPro est bien connu pour son propre contenu Instagram à couper le souffle.

Grâce à Quik, les utilisateurs d'Instagram avec GoPros peuvent éditer leurs vidéos haute définition via un smartphone sans avoir à utiliser une autre application d'édition.



## CROP SQUARE VIDEO

Cet éditeur permet de recadrer rapidement et facilement le cadrage d'une prise de vue, d'ajuster la position de la vidéo, de redimensionner et de faire pivoter les vidéos comme elle permet de remplir les couleurs d'arrière-plan.



## LES FORMULES IFTTT POUR INSTAGRAM

IFTTT acronyme de short pour «If This Then That» qui veut littéralement dire : Si ceci donc cela.

Il s'agit là d'outils utilisés dans le but de connecter des produits et des applications entre elles. Vous pouvez, par exemple, vous en servir pour envoyer par courrier électronique un résumé quotidien des photos Instagram publiées dans votre région.

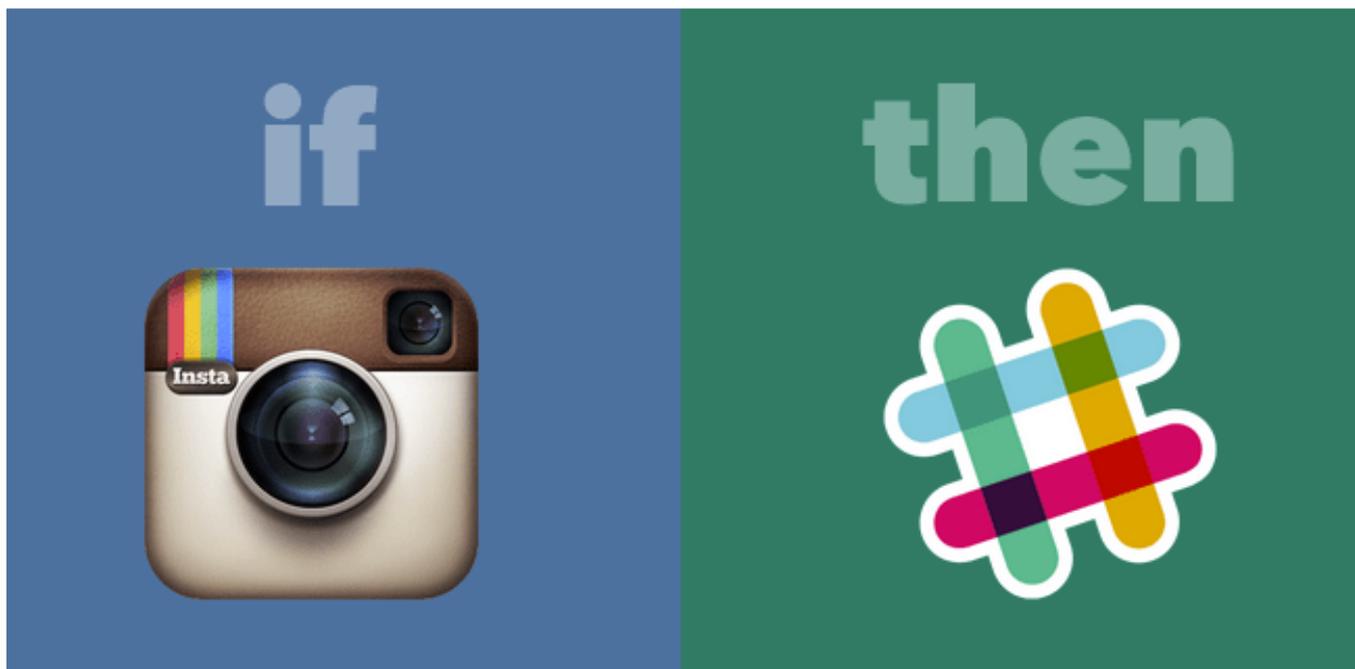
Ces outils regorgent de fonctionnalités permettant aux spécialistes de marketing d'avoir une longueur d'avance.

Découvrez quelques-uns des meilleurs IFTTT pour Instagram.

### [PARTAGER DES PHOTOS AVEC UN #HASHTAG SPÉCIFIQUE À SLACK CHANNEL](#)

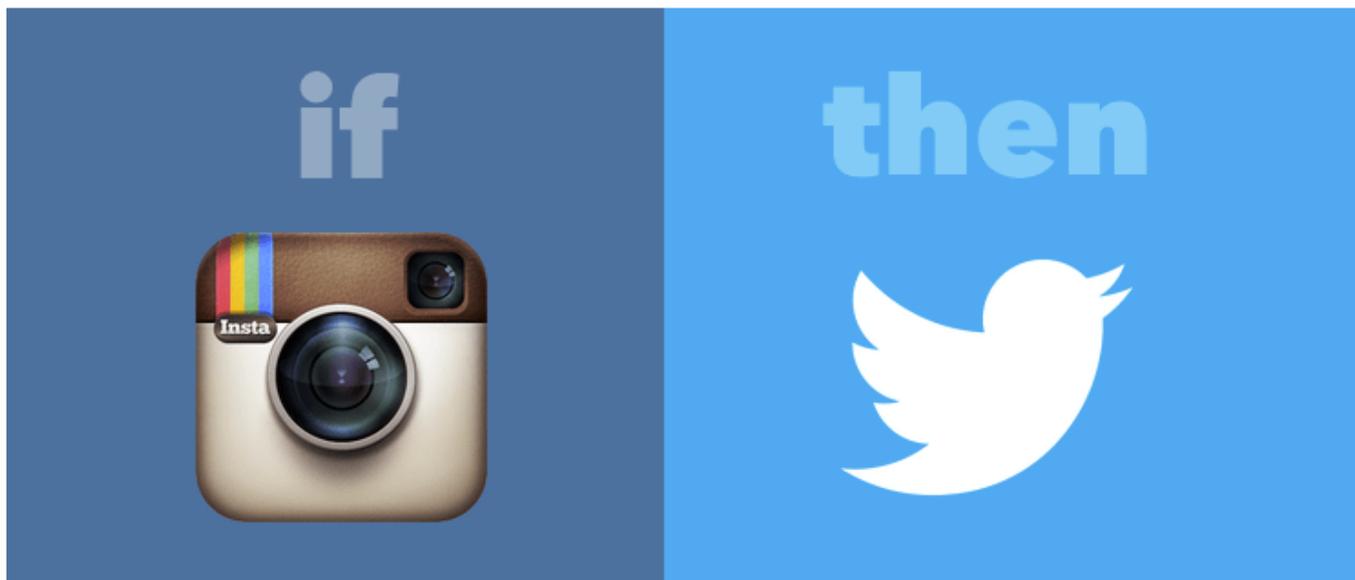
Cette formule IFTTT extraira toutes les photos Instagram avec un hashtag spécifique dans un canal Slack.

Si vous utilisez Slack, un moyen rapide et facile de trouver les photos dans lesquelles vous êtes mentionné, vous pouvez les partager rapidement avec vos followers.



### [PUBLIEZ AUTOMATIQUEMENT VOS PUBLICATIONS INSTAGRAM EN TANT QUE PHOTOS TWITTER](#)

C'est un moyen incroyablement efficace de partager vos photos Instagram sur Twitter, qui est une excellente source de contenu pour les Tweets.

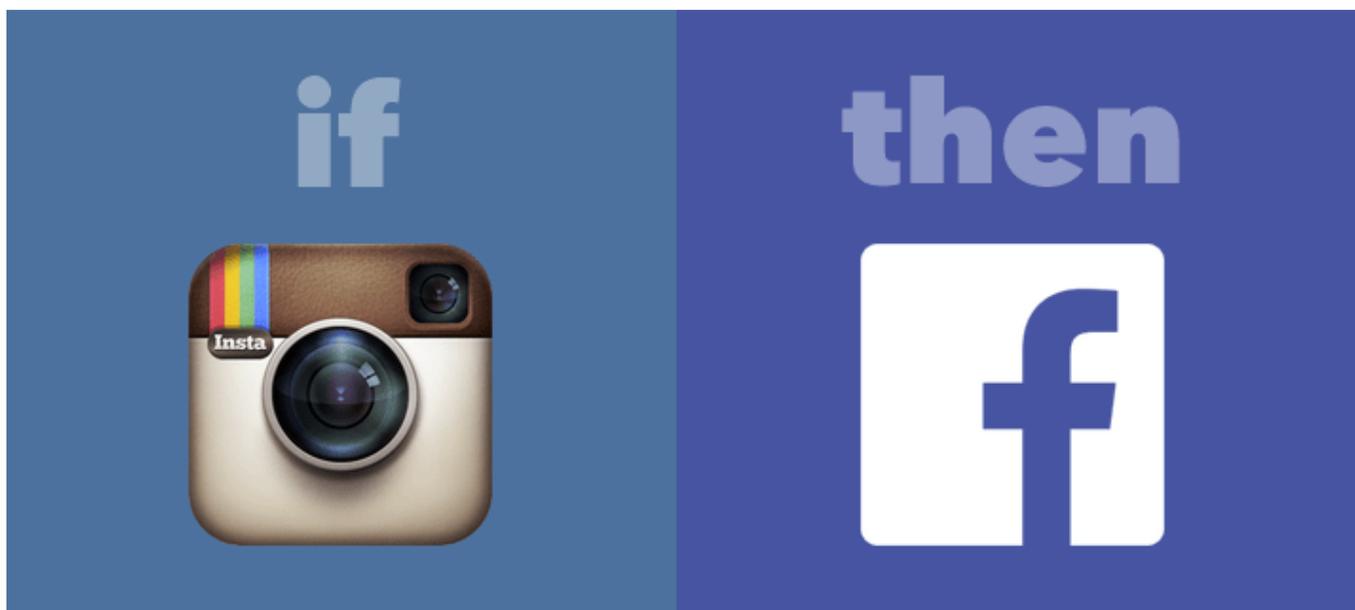


### [PUBLIER AUTOMATIQUEMENT VOS GRAMS SUR UN ALBUM FACEBOOK](#)

Cette formule offre un autre moyen simple et rapide de réutiliser votre contenu Instagram sur vos autres réseaux sociaux.

Tirez automatiquement vos photos Instagram dans un album Facebook, afin que vos followers qui ne vous suivent pas sur Instagram puissent toujours voir votre contenu.

À ce propos, découvrez comment gagner des followers sur Instagram.



### **APPLICATIONS INSTAGRAM STORY**

Les stories sur Instagram sont un moyen efficace pour garder le contact avec vos abonnés à tout moment en tout lieu. Si vous souhaitez

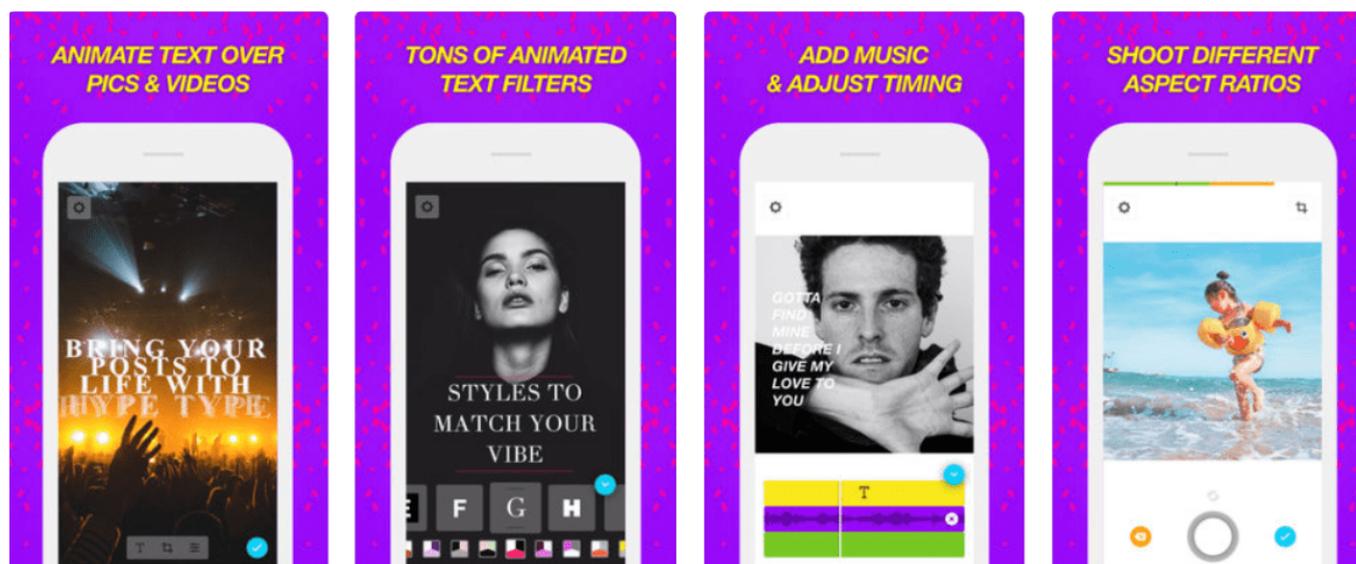


donc ajouter du pep à vos stories, ces trois applications Instagram sont incontournables.

### [HYPETYPE](#)

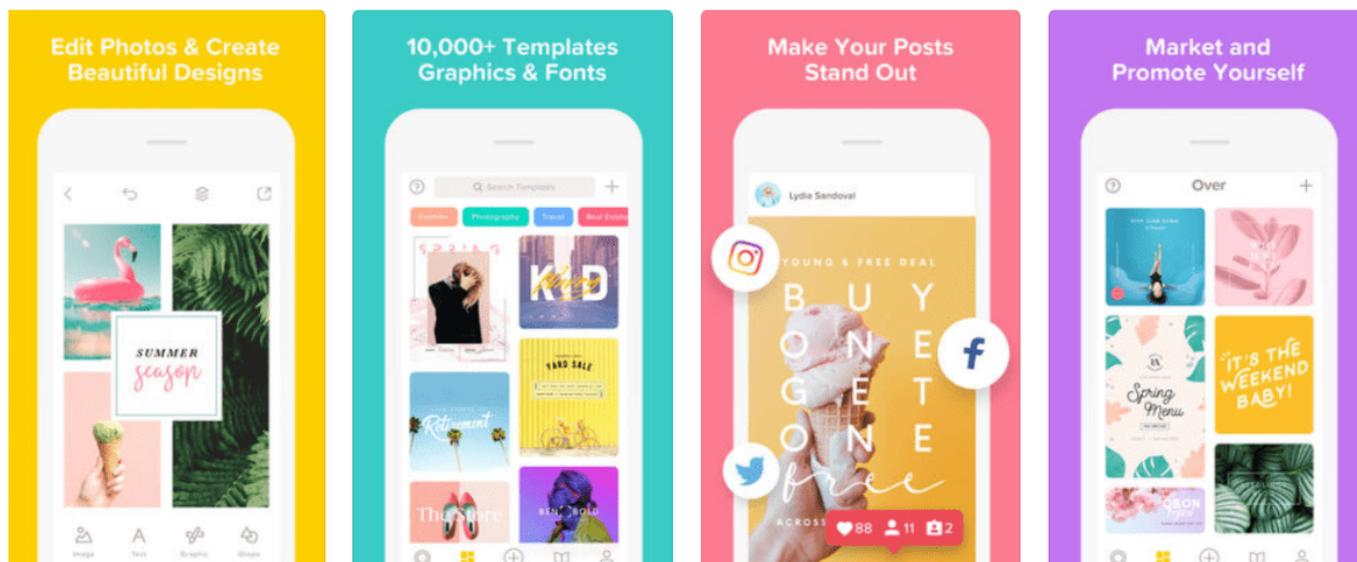
La typographie du mouvement par hypetype est suffisamment captivante pour que vos followers s'arrêtent à vos stories pour en savoir davantage.

Avec la possibilité de mettre en évidence et d'animer plusieurs phrases dans une photo, cette application est géniale pour créer des stories visuellement percutantes.



### [OVER](#)

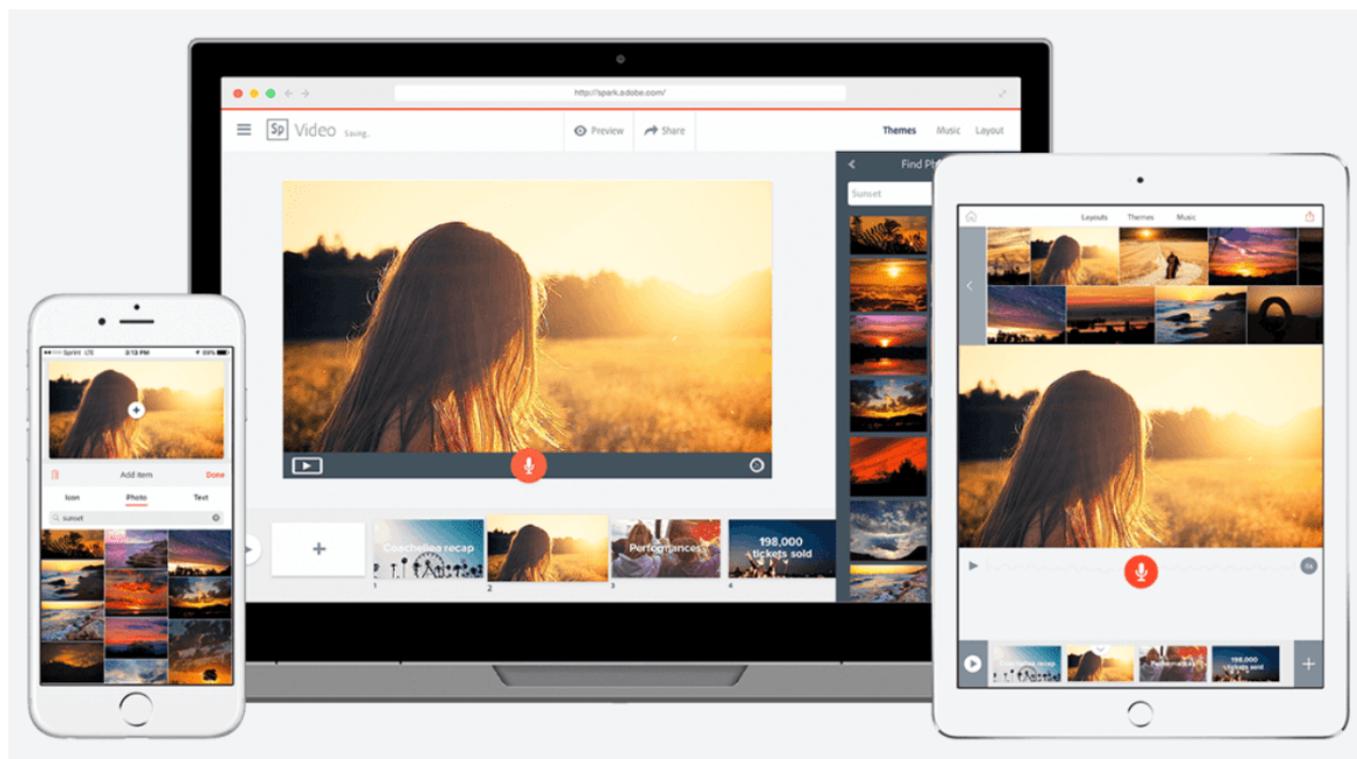
Conçu spécifiquement avec des stories à l'esprit, Over se positionne comme la solution idéale pour les marques qui prônent le contenu narratif.



## [ADOBE SPARK](#)

Pour conclure, une autre entrée d'Adobe.

Adobe Spark, fonctionnant aussi bien sur les appareils mobiles que sur les ordinateurs de bureau, est un créateur et éditeur graphique pour les personnes ayant des connaissances limitées en la matière.



La mise au point de vos photos devient, de plus en plus, une attente voire un critère de professionnalisme. De ce fait, marques et créateurs de contenu sont en quête de différents moyens pour optimiser



leurs publications et faire ressortir leur potentiel marketing.

Il existe un nombre incalculable d'applications Instagram pour vous aider à atteindre vos objectifs. Considérez donc cette liste d'applications comme un point de départ pour commencer à expérimenter.