



Comment vendre sur Instagram en 2020 ?

Aurélie Moulin - 3 Zestes de Citron

Qui suis-je ?



Je suis Aurélie Moulin

Évoluant depuis 20 ans dans le marketing digital, j'ai d'abord accompagné des annonceurs grands comptes sur leur stratégie SEO-SEM en agence.

Puis j'ai passé 10 ans chez aufeminin en tant Responsable Acquisition Audience où j'ai contribué à la croissance exponentielle des audiences organiques et payantes des sites web du groupe et des communautés sur les réseaux sociaux, en France et à l'étranger.

Depuis septembre 2018, j'ai créé ma structure, 3 Zestes de Citron, pour accompagner les entreprises à développer leur activité sur Instagram via des [formations](#), des missions d'audit, de consulting et de coaching.

Quelques références clients :

SHISEIDO

DOLCE & GABBANA

Le Parisien

aufeminin

Beautiful Box
BY AUFEMININ

Gretel
Encas de bonheur

JOYCE

Madeline
PARIS

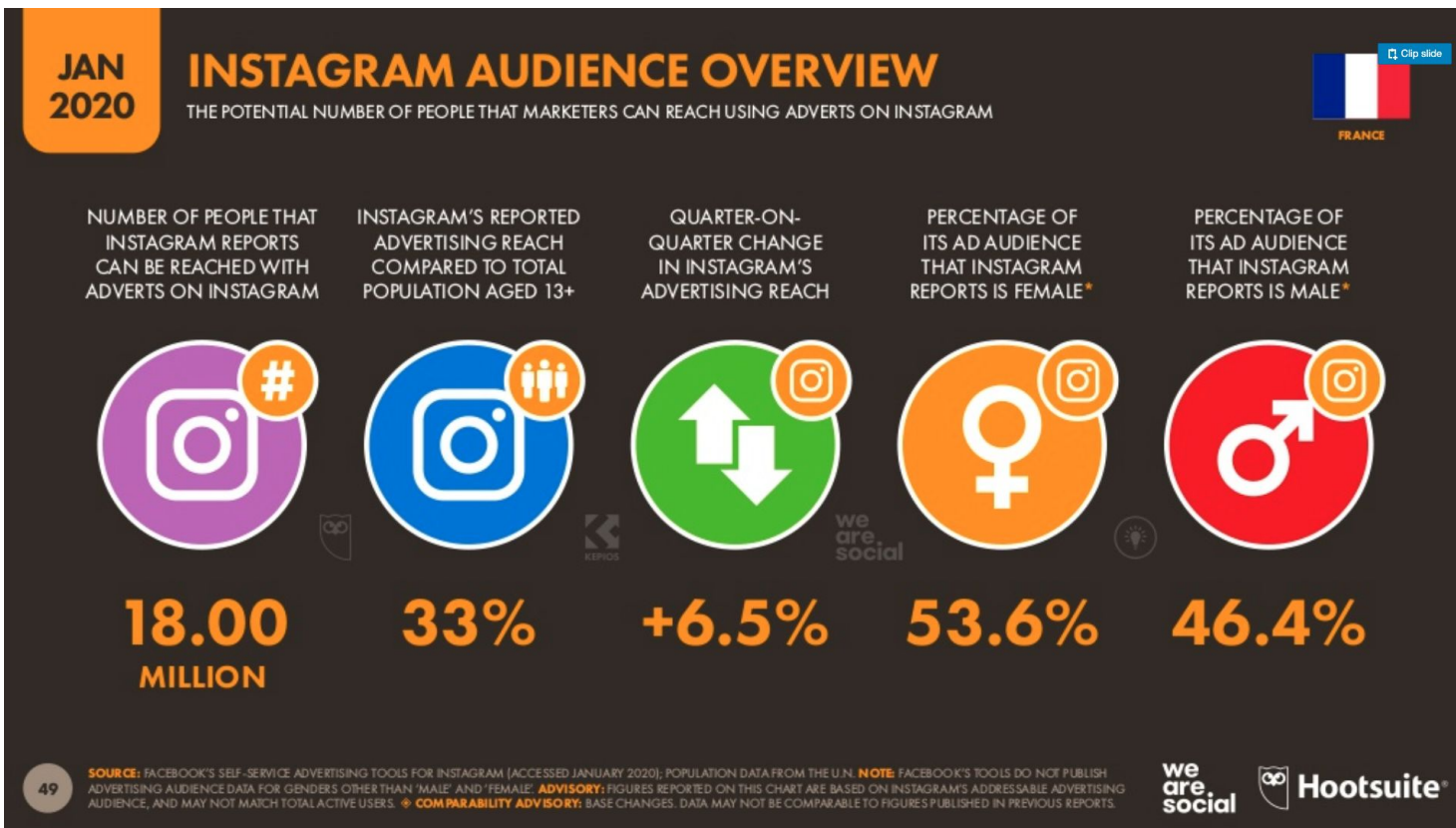




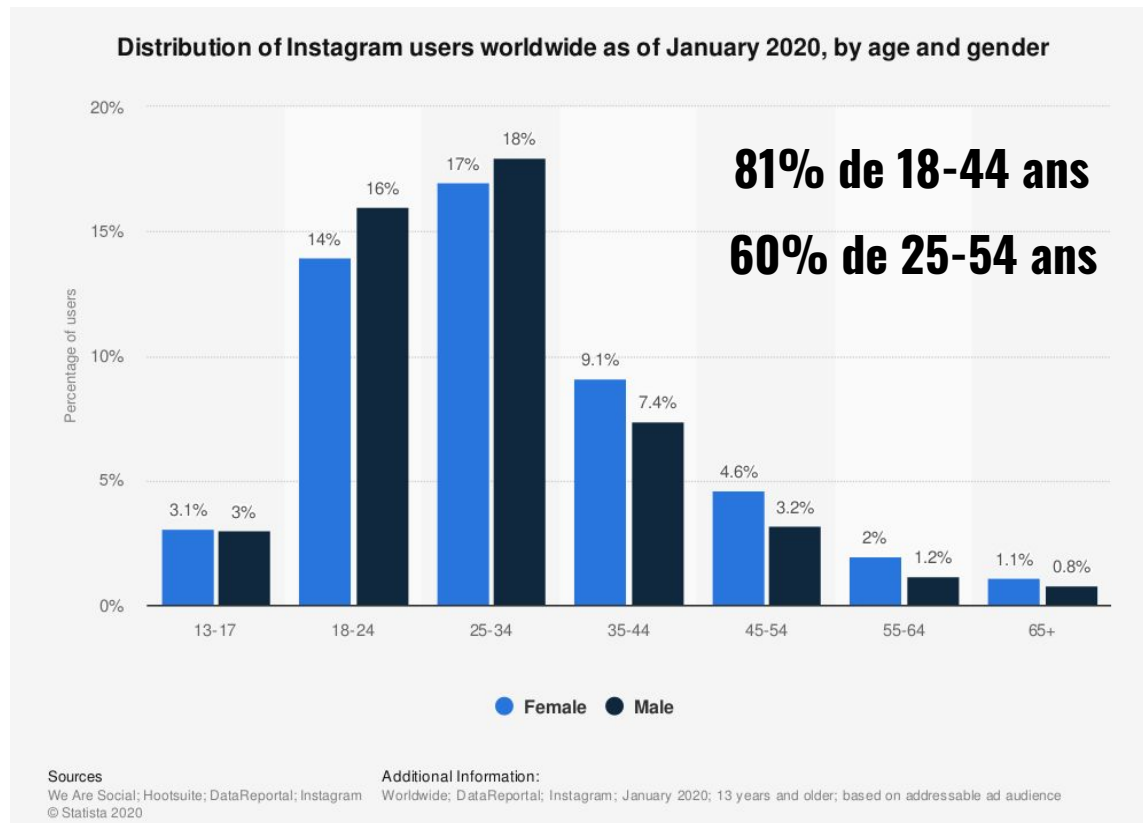
Démystifions Instagram

Les données clefs

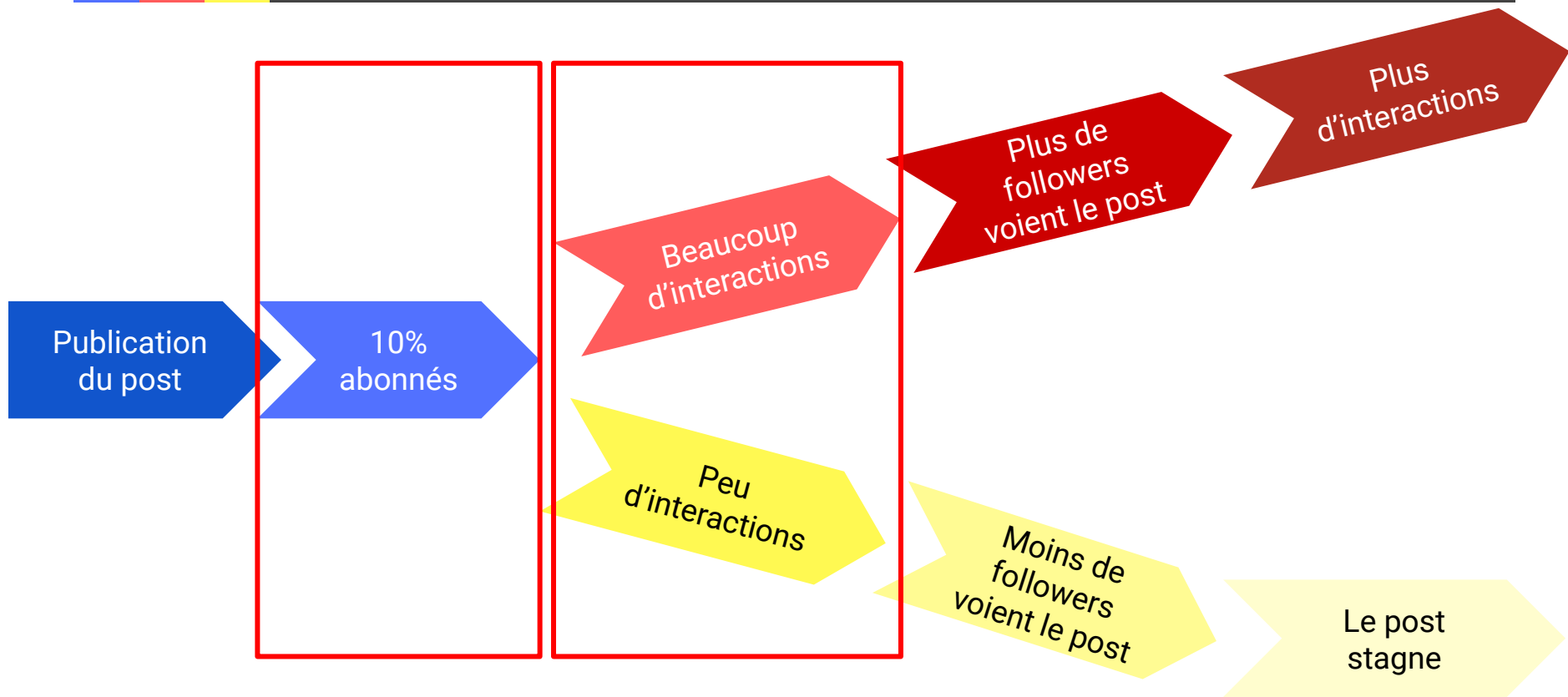
Un réseau social pas si féminin



Un réseau social pas uniquement pour les jeunes



Le fonctionnement de l'algorithme en une slide



La portée et les interactions sont liées



Taux de reach = 52.66% - 531 interactions



Taux de reach = 31.65% - 216 interactions



Taux de reach = 24.52% - 123 interactions

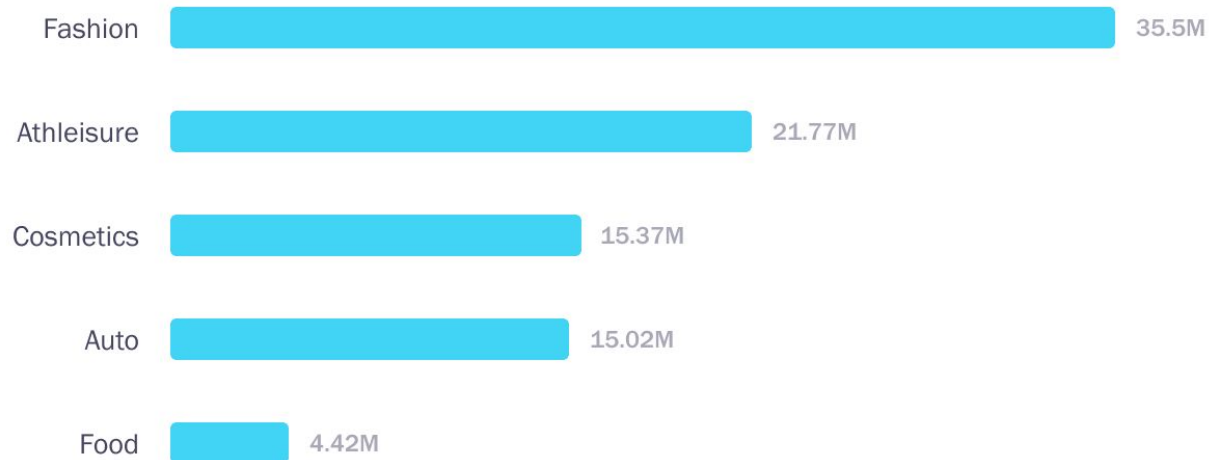
The background of the slide features a repeating pattern of stylized lemons. Each lemon is outlined in a light gray color and contains a cluster of small gray dots representing seeds. The lemons are scattered across the entire background.

L'Industrie de la Mode sur Instagram

La Mode, secteur d'activité le plus suivi sur Instagram

Followers by Industry

unmetric



FOLLOWERS



Top 10 des marques Mode Luxe les plus suivies en France

Marques Luxe	Nombre d'Abonnés en France	Nombre d'Abonnés Total
Chanel	3.6M	39.9M
Louis Vuitton	2.3M	38.2M
Givenchy	1.1M	14.3M
Prada	1M	23.5M
Dolce & Gabbana	793.6K	24M
Burberry	844.9K	17.1M
Balmain	826.9K	10.6M
YSL	794.4K	7.9M
Balenciaga	679.1K	11.3M
Fendi	656.2K	15.2M

Source : HypeAuditor - Mai 2020

Account Name	Total Interactions	Interaction Rate	Avg. Posts Per Day	Video Views	Account Followers	Growth % and #
Average Total	12.61M	0.279%	1.90	14.28M	20.20M	+3.89%
1  louisvuitton	36.08M	0.336%	2	28.54M	38,229,255	+5.12% +1,860,521
2  chanelofficial	21.43M	0.16%	2.38	46.59M	39,928,741	+4.18% +1,602,064
3  dolcegabbana	15.79M	0.144%	3.23	27.10M	23,955,126	+3.04% +707,038
4  burberry	11.96M	0.226%	2.19	8.36M	17,100,955	+3.50% +578,044
5  prada	11.82M	0.138%	2.6	12.76M	23,515,540	+5.45% +1,215,940
6  fendi	9.09M	0.165%	2.58	7.85M	15,226,462	+5.09% +736,902
7  balenciaga	6.70M	0.83%	0.51	11,525	11,282,592	+4.02% +436,397
8  ysl	5.49M	0.406%	1.22	2.90M	7,913,152	+6.43% +478,016
9  balmain	5.15M	0.25%	1.35	5.80M	10,611,705	+1.15% +120,171
10  givenchyofficial	2.59M	0.135%	0.94	2.94M	14,250,581	+0.94% +133,022

Source : CrowdTangle - 2020



Top 10 des marques Mode hors Luxe les plus suivies en France

Marques (Hors Sport)	Nombre d'Abonnés en France	Nombre d'Abonnés Total
H&M	1.3M	35.3M
Zara	?M	39.4M
ASOS	1.1M	10.4M
Supreme	772.2K	14M
Mango	626.4K	11.4M
Sézane	566.5K	1.7M
Primark	519.1K	8.3M
Lacoste	486.3K	4.7M
Bershka	439.7K	8.9M
Stradivarius	433.9K	6.9M

Source : HypeAuditor - Mai 2020

Account Name	Total Interactions	Interaction Rate	Avg. Posts Per Day	Video Views	Account Followers	Growth % and #
Average Total	11.47M	0.559%	2.13	13.18M	14.10M	+4.16%
1  hm	27.39M	0.284%	1.92	17.23M	35,292,401	+2.58% +888,422
2  asos	18.96M	0.21%	6.18	38.83M	10,382,890	+4.86% +480,781
3  supremenewyork	14.87M	1.579%	0.47	15.35M	13,990,064	+2.07% +283,184
4  primark	14.29M	0.317%	3.81	22.35M	8,348,557	+2.69% +218,721
5  zara	9.99M	0.172%	1.05	13.60M	39,432,290	+5.00% +1,879,074
6  bershkakollection	9.22M	0.577%	1.26	9.37M	8,901,712	+2.93% +253,316
7  stradivarius	7.92M	0.775%	1.06	351,260	6,854,815	+3.89% +256,858
8  sezane	7.22M	0.768%	4.06	8.57M	1,702,693	+12.38% +187,621
9  mango	3.15M	0.172%	1.13	4.04M	11,410,844	+2.18% +243,094
10  lacoste	1.71M	0.737%	0.35	2.11M	4,717,820	+3.06% +140,139

Source : CrowdTangle - 2020



Top 10 des marques Mode par interactions

	Account Name	Total Interactions	Interaction Rate	Avg. Posts Per Day	Video Views	Account Followers	Growth % and #
	Average Total	12.05M	0.419%	2.01	13.73M	17.15M	+4.03%
1	 louisvuitton	36.10M	0.336%	2	28.54M	38,229,255	+5.12% +1,860,521
2	 hm	27.39M	0.284%	1.92	17.23M	35,292,401	+2.58% +888,422
3	 chanelofficial	21.43M	0.16%	2.38	46.59M	39,928,741	+4.18% +1,602,064
4	 asos	18.99M	0.21%	6.18	38.83M	10,382,890	+4.86% +480,781
5	 dolcegabbana	15.79M	0.144%	3.23	27.11M	23,955,126	+3.04% +707,038
6	 supremenewyork	14.87M	1.579%	0.47	15.36M	13,990,064	+2.07% +283,184
7	 primark	14.30M	0.317%	3.81	22.35M	8,348,557	+2.69% +218,721
8	 burberry	11.97M	0.226%	2.19	8.36M	17,100,955	+3.50% +578,044
9	 prada	11.82M	0.138%	2.6	12.76M	23,515,540	+5.45% +1,215,940
10	 zara	9.99M	0.172%	1.05	13.60M	39,432,290	+5.00% +1,879,074

Source : CrowdTangle - 2020



**Quels types de contenus publier
sur Instagram pour vendre ?**

Pourquoi les gens achètent ?

La BONNE raison

⇒ Pour répondre à un besoin, un désir, une frustration, un problème, une douleur...



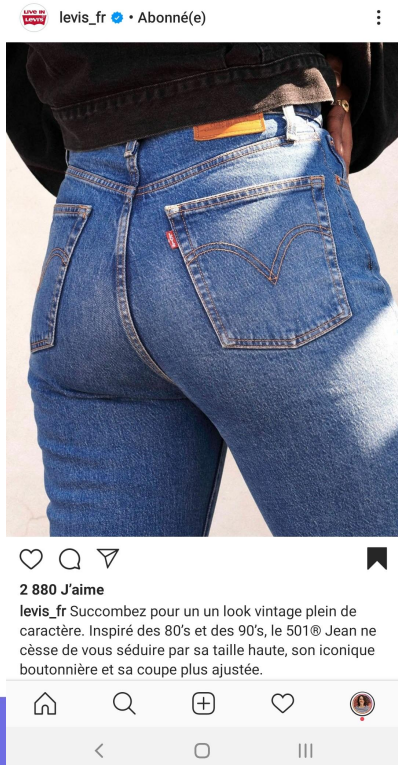
La VRAIE raison

⇒ Parce que votre offre est différente de celle des autres vendeurs, VOUS êtes différents



Pourquoi les gens achètent ?

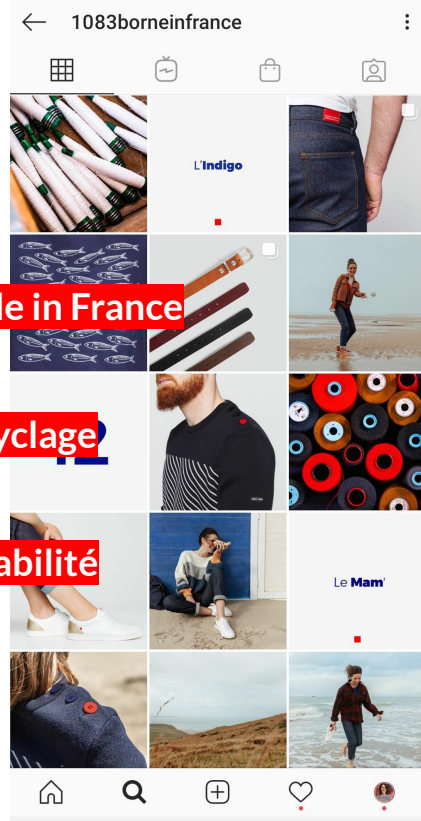
Vous avez besoin / envie d'une nouvelle paire de jeans, un skinny taille haute, lequel achetez-vous ?
Quels sont les arguments qui vous font acheter l'un plutôt que l'autre ?



Si on avait exactement le même modèle et la même teinte chez ces 3 marque...

- ☐ le prix
- ☐ la livraison
- ☐ les valeurs de la marque
- ☐ les conditions de fabrication
- ☐ la durabilité
- ☐ les influenceurs

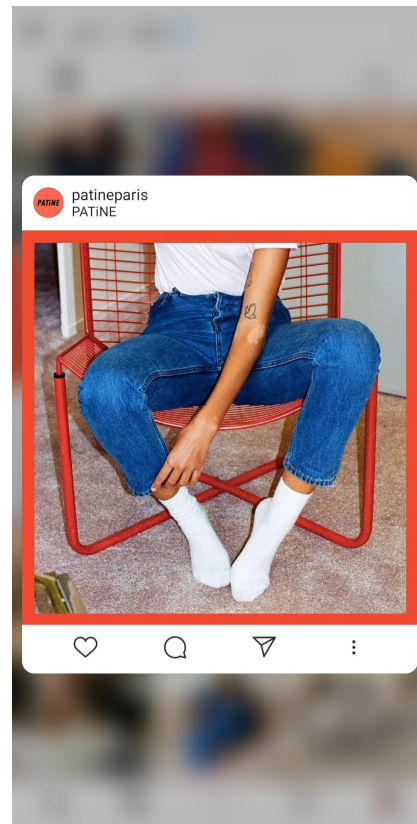
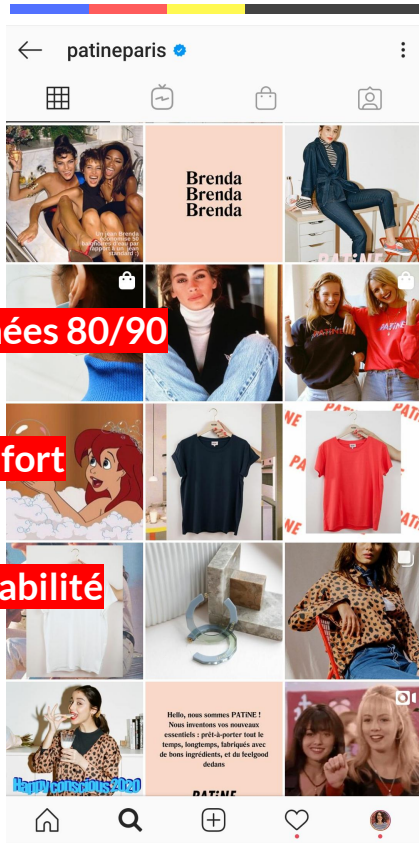
Communiquez sur vos engagements



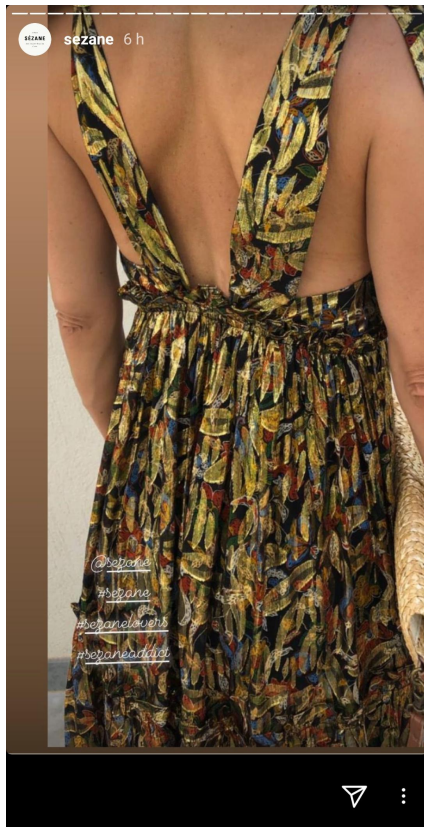
Informez sur les processus, l'histoire...



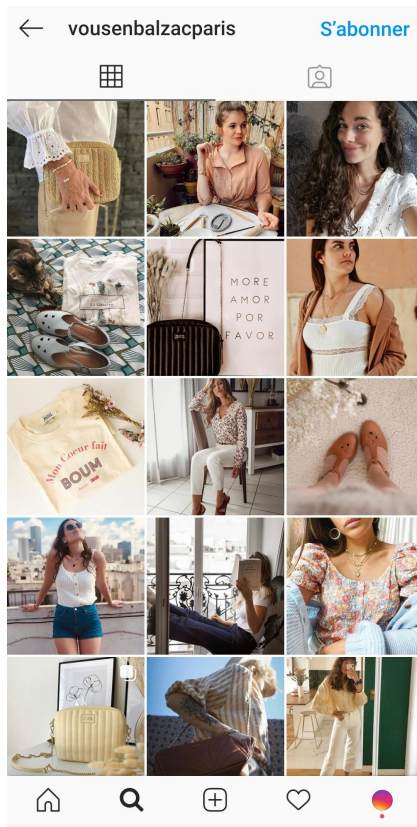
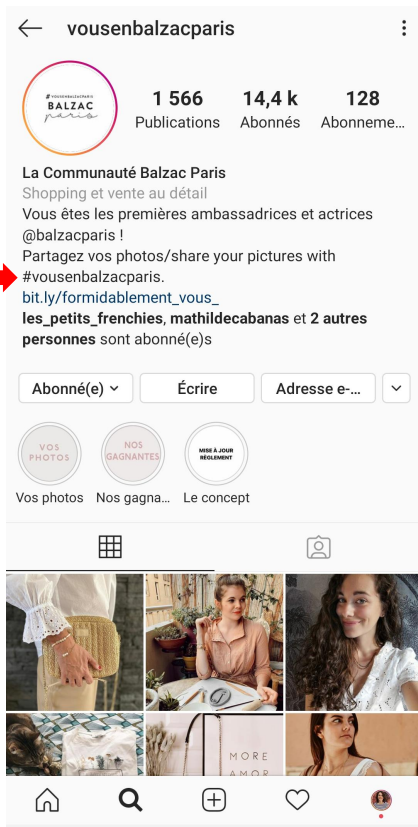
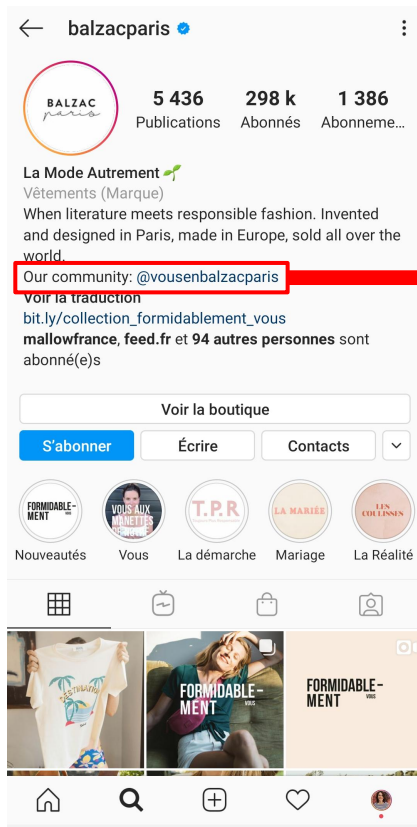
Développer une communauté qui vous ressemble



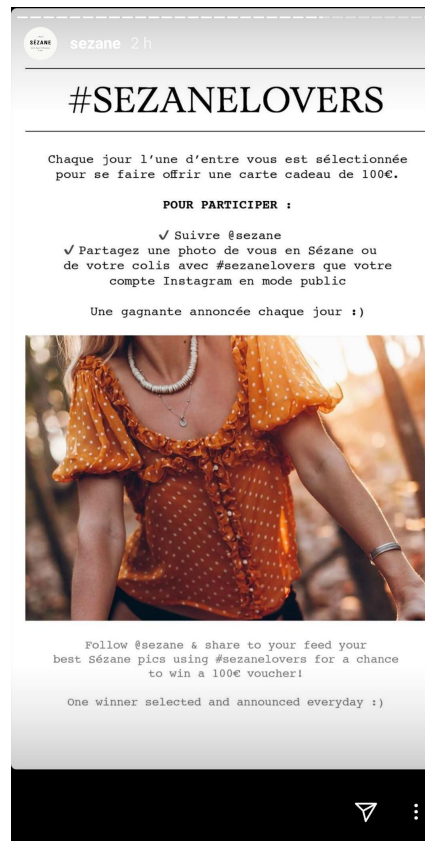
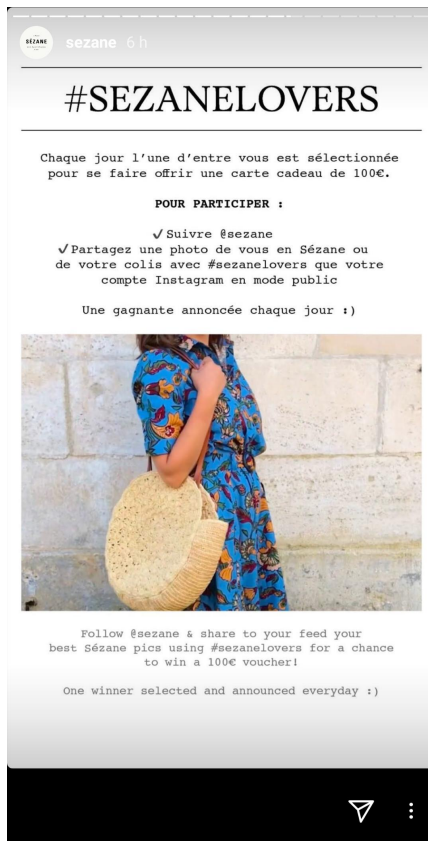
Partager des contenus UGC



Partager des contenus UGC > Compte communautaire



Partager des contenus UGC > Gagner un bon d'achat



Partager des avis clients

misterk

misterk 21 h

Vous au cœur de tout

Commander en avril Le blazer Albert.

Le faire livrer à paris Chez ma maman parce que je vis à l'étranger.

Patienter.

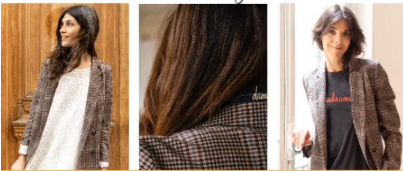
Patienter encore.

Arriver à Paris sous un temps plus qu'estival mais enfin rencontrer Albert. L'adorer. Avoir le sentiment d'enfant d'avoir de l'allure. Un style. Se sentir forte.

Être probablement La seule et l'unique personne à paris à se réjouir de la baisse des températures à venir pour pouvoir Le porter.

Merci Charlotte.

Albert
Dream Big



JE LE VEUX

 Voir plus

Vous

15 sem.

« Cette coupe parfaite. Une allure de folie, je suis amoureuse! »

@anna_chebanana

« Je viens de le recevoir, tout est parfait: bravo! »

@carodabey



« Les pièces sont top, et d'une qualité incroyable, merci! »

@axelledesescalopier

JE LE DÉCOUVRE

 Voir plus

Vous

22 sem.



@celinelaurentphotography C'est la boule qui fait tout quand même! Final touch !
😊 Foncez, foncez, achetez Mister K!!!
La qualité est absolument irréprochable, en témoignent entre autres les deux manteaux achetés, j'attends le troisième, demain apparemment 😊, drap de laine superbe. Les grandes marques peuvent trembler, manteau @misterk acheté l'hiver dernier, deux fois plus cher, mis une dizaine de fois, qualité du tissu absolument calamiteuse. Et en plus chez Mister K, au-delà du savoir-faire, le savoir-vivre est de mise... Un peu de retard dans la fabrication, et bien on vous appelle bien gentiment pour vous prévenir. Nous ne vous dirons jamais assez bravo. Qu'il est bon de voir la photo de l'équipe qui s'agrandit à grande vitesse. Continuez

1h Répondre

Du fond du coeur merci pour ce message vibrant qui récompense tant notre travail acharné

 Voir plus

← Photo

misterk

Bonjour Charlotte et Agathe
Un grand merci pour la chemise Victor libre dans un magnifique imprimé rouge et la chemise Michelle hope d'une douceur incroyable, reçues et essayées ce matin avec plaisir.
C'est une belle journée car j'ai aussi rencontré un migrant venu du Cameroun et perdu à Lyon, je lui ai fait un baluchon vêtements et repas dans le beau tote bag : never give up et l'ai conduit au samu social, il continuera son chemin avec vous Charlotte qui êtes une belle étoile 🌟
Une belle journée grâce à vous.
Patricia ❤️

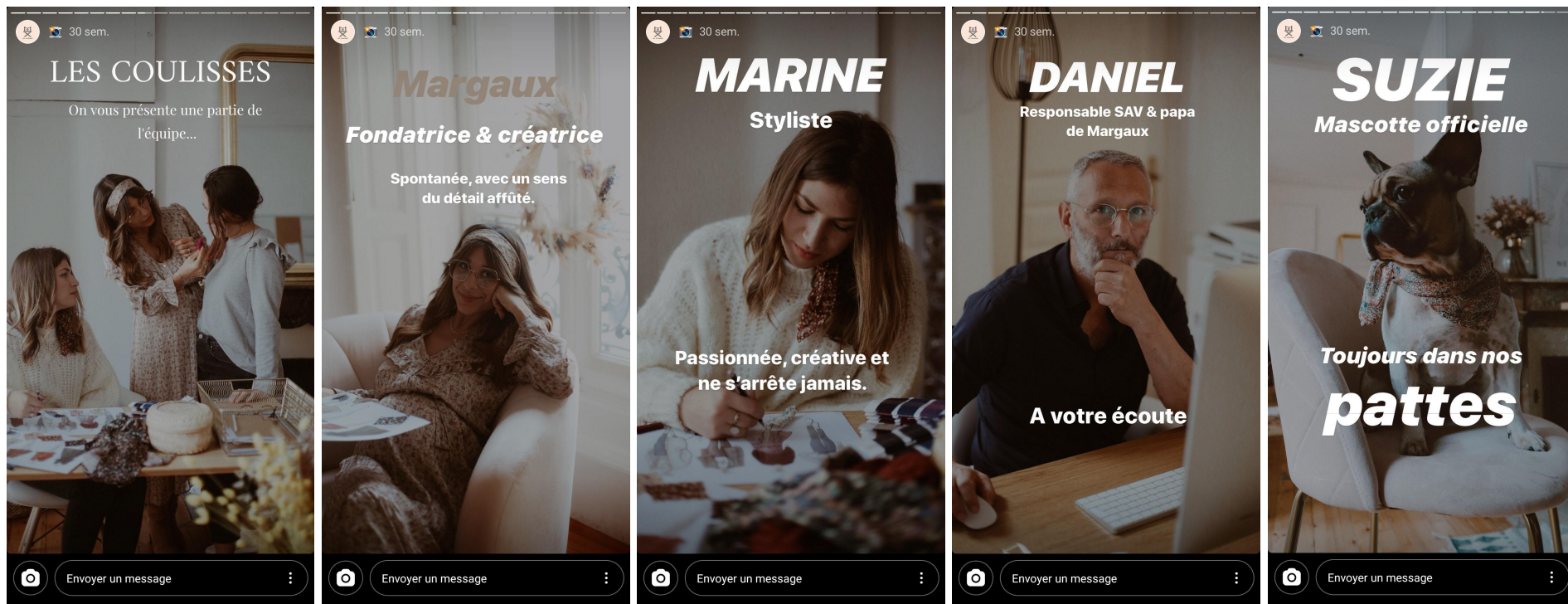
Aimé par emmstonejewels et 444 autres personnes

misterk { Le vestiaire engagé } ❤️ La mode qui a du sens chez @misterk c'est ça, contribuer sans cesse à faire du beau, du bien, faire le bien, le faire bien, sans esbroufe, juste avec sincérité, authenticité, générosité . Si notre marque résonne en vous avec autant de justesse, alors on aura tout gagné.
« Le bruit ne fait pas de bien, le bien ne fait pas de bruit », disait Saint François de Sales.



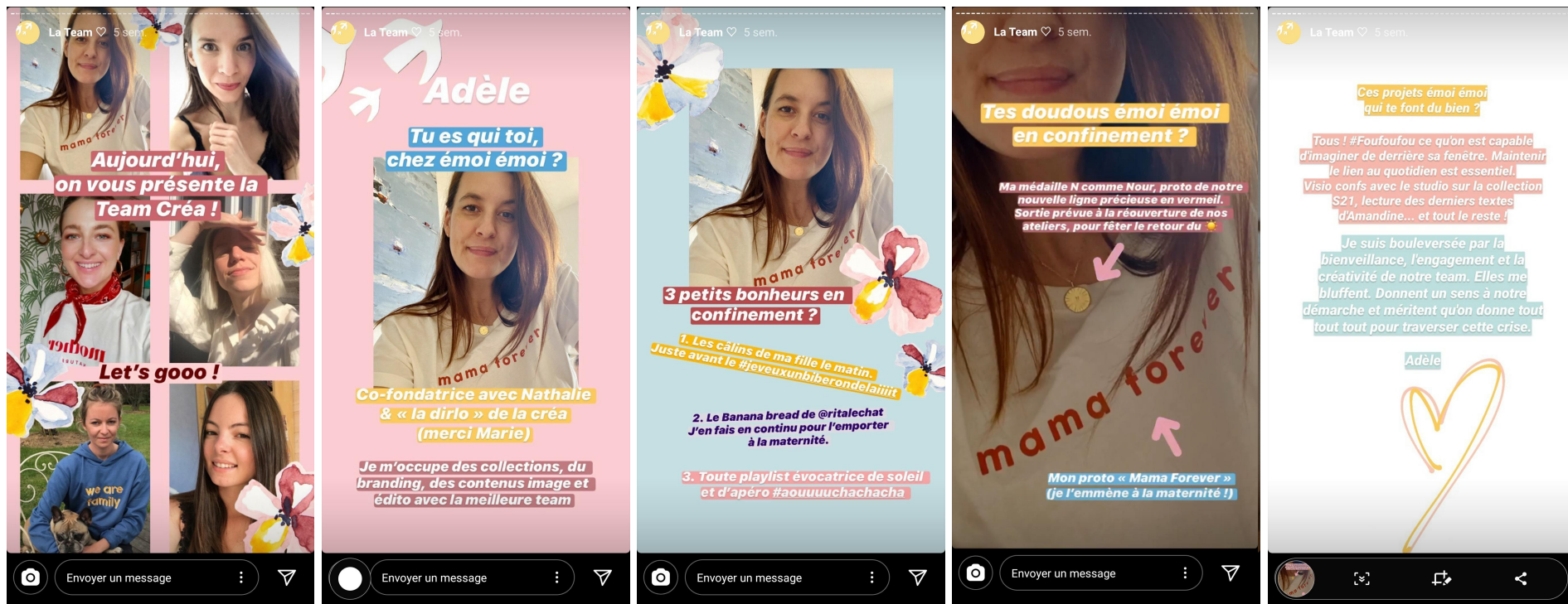
Humaniser la marque > Présenter l'équipe



[@stellaetsuzie](https://www.instagram.com/stellaetsuzie)



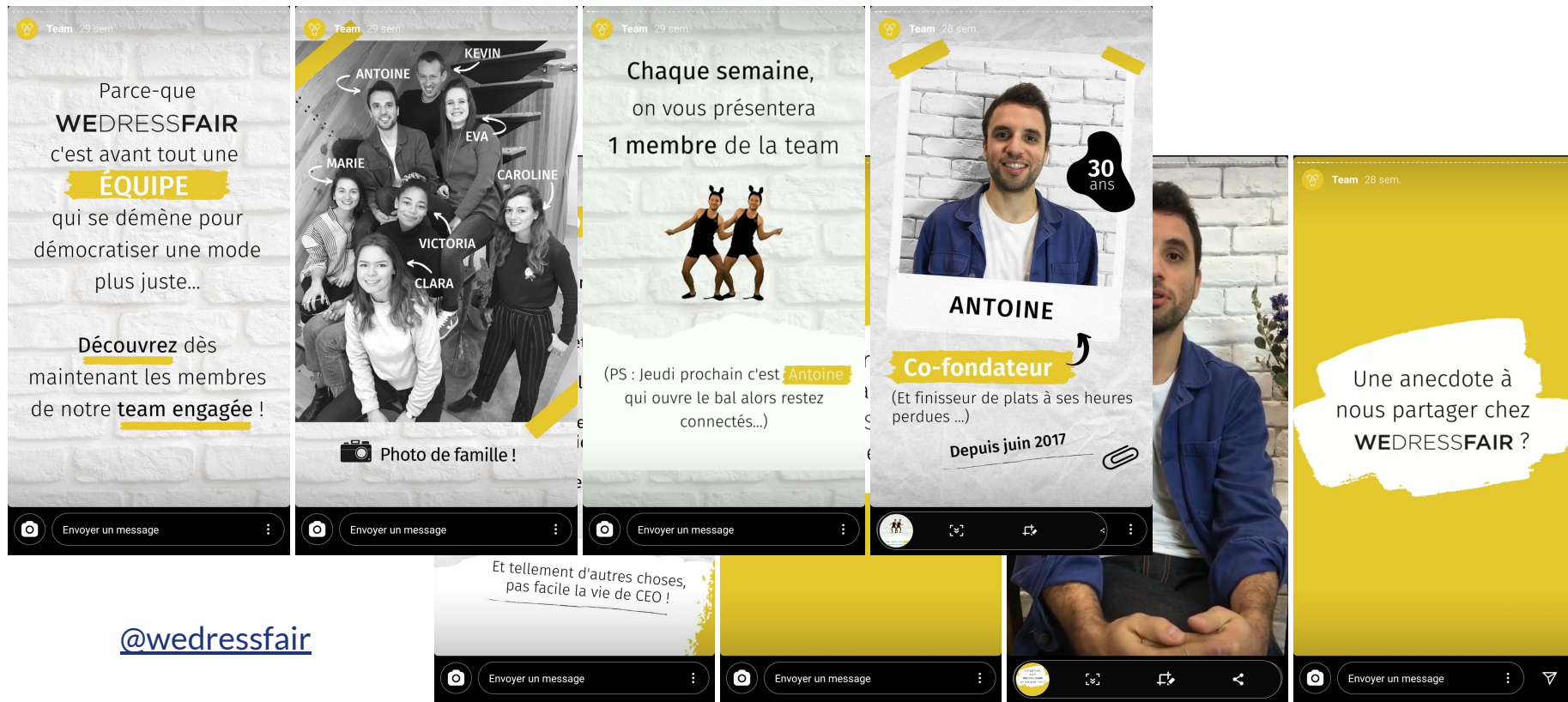
Humaniser la marque > Présenter l'équipe > + anecdotique



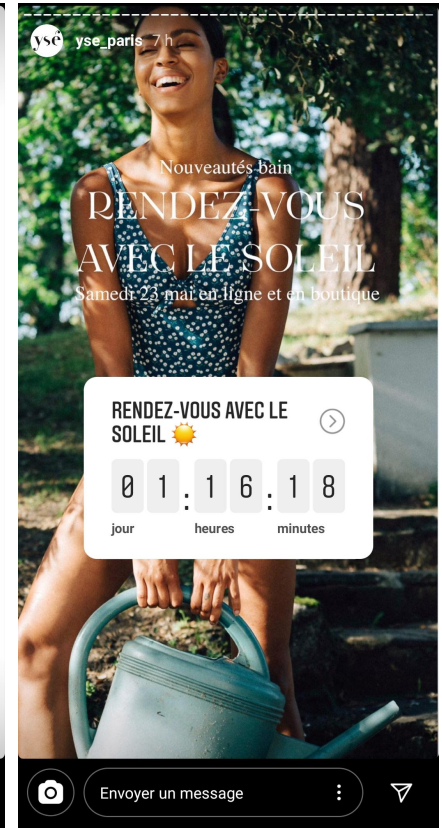
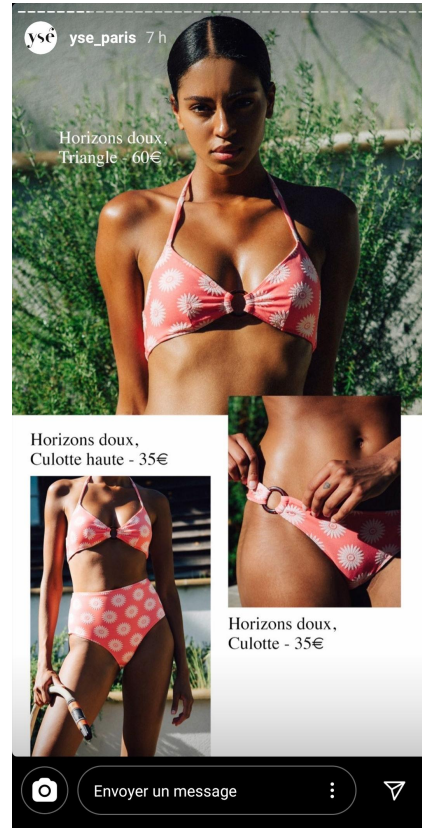
[@emoi_emoi](#)



Humaniser la marque > Donner la parole à l'équipe



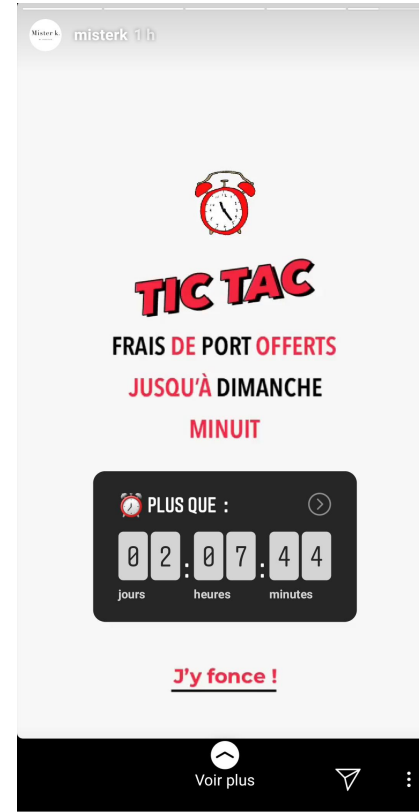
Créer l'attente > la sortie de nouvelles collections



Les Promos ou Offres Spéciales



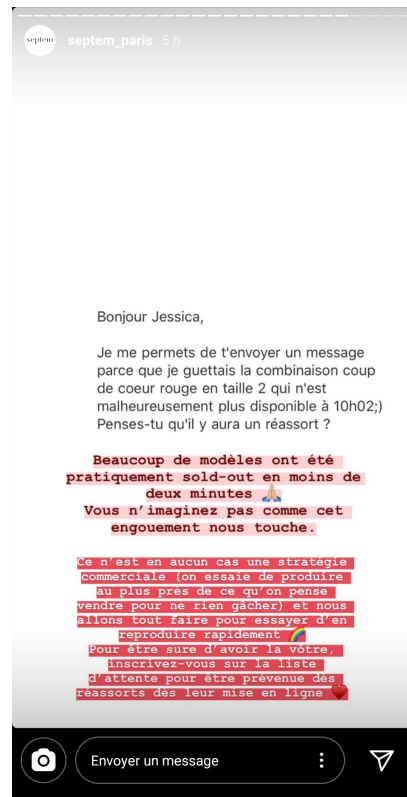
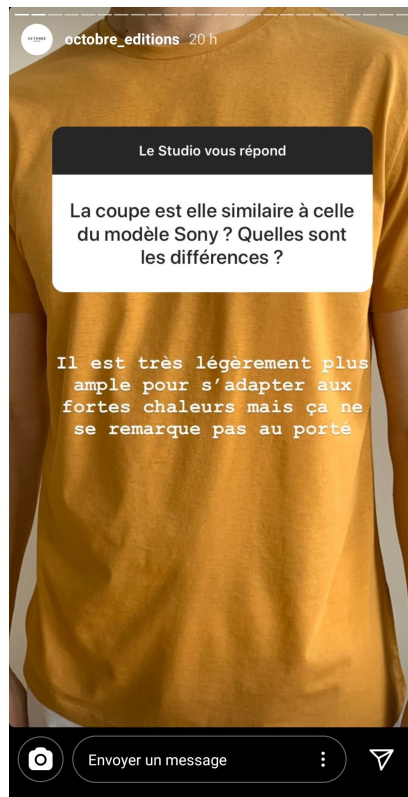
Créer le sentiment d'urgence > Le Compte à rebours



Créer le sentiment d'urgence > Les Alertes Stock



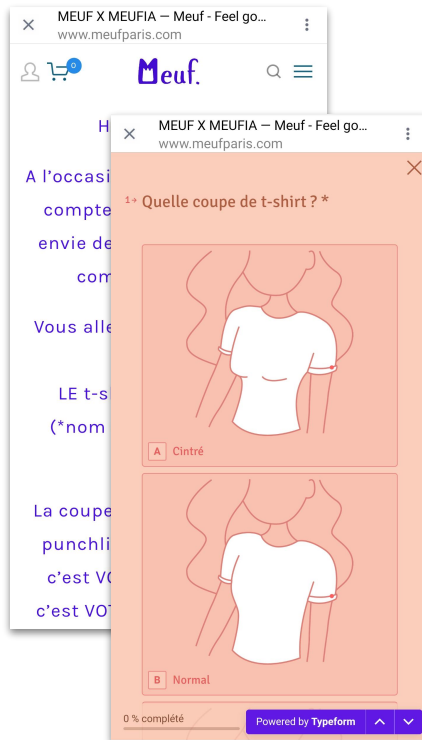
Répondre à toutes les questions



Demander leur avis



La Co création > Les faire participer à la création



The background of the slide features a repeating pattern of stylized lemons. Each lemon is depicted with a simple outline and a cluster of small dots representing seeds. The lemons are scattered across the entire frame in various orientations and sizes, creating a light and fresh aesthetic.

Le dispositif natif d'Instagram pour vendre

Instagram Shopping, la version 1.0 > Les posts du fil

The image displays five screenshots from an Instagram profile named 'modetrotter', illustrating the shopping features available on the platform.

Screenshot 1: Shows a post featuring a checkered tote bag and a blue cap. Product tags are visible: 'Casquette Jojo Tiki' (40 €) and 'Sac Hana Haleo' (65 €).

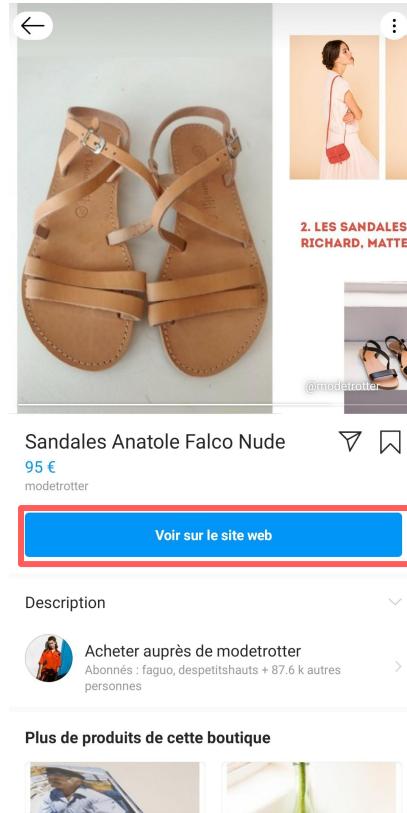
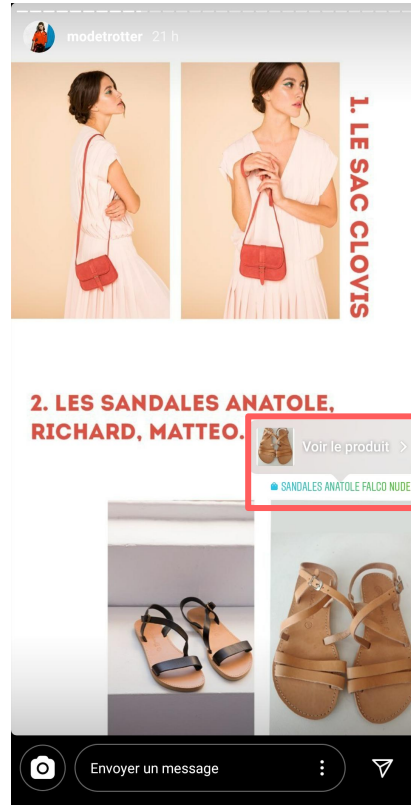
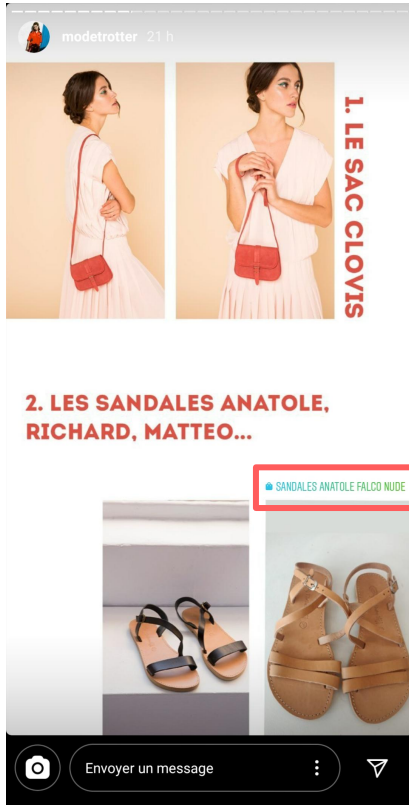
Screenshot 2: Shows the same post with a red box highlighting the 'Afficher les produits' button.

Screenshot 3: Shows the same post with a red box highlighting the 'Afficher les produits' button.

Screenshot 4: Shows a 'Sur cette photo' gallery with a red box highlighting the 'Sac Hana Haleo' product.

Screenshot 5: Shows the product page for 'Sac Hana Haleo' (65 €) with a red box highlighting the 'Voir sur le site web' button.

Instagram Shopping, la version 1.0 > Les stories



Instagram Shops / Boutiques, la nouveauté à venir



- Les utilisateurs pourront payer directement dans Instagram sans quitter l'application (Checkout) ⇒ rapidité de commande et augmentation du taux de conversion.
- Instagram prendra une commission au passage
- Les influenceurs (=Createurs) pourront présenter des produits avec le lien directement pour acheter dans des Live
- Shops/Boutiques peuvent être utilisées de façon "transversale" sur Facebook, Instagram, WhatsApp et Messenger



KPI > Les principaux indicateurs à monitorer

Principaux KPI Instagram

- ☐ Total Abonnés
- ☐ Nouveaux Abonnés
- ☐ Nombre de comptes atteints
- ☐ Nombre de visites de profil
- ☐ Nombre de Posts Fil
- ☐ Nombre de Stories
- ☐ Nombre total d'interactions
- ☐ Nombre moyen d'interaction
- ☐ Taux d'interaction
- ☐ Taux d'interaction / portée

Trafic via Instagram

- ☐ Visites
 - ☐ Lien Bio
 - ☐ Stories
 - ☐ Shopping
- ☐ Pages Vues
- ☐ Taux de Rebond

Conversions via Instagram

- ☐ Création de compte client
- ☐ Nombre de ventes
- ☐ Chiffre d'affaire
- ☐ Panier Moyen
- ☐ Taux de réachat
- ☐ Abonnements Newsletter

Outils pour mesurer : [Iconosquare](#) - [Minter.io](#) - [Smartmetrics.co](#)

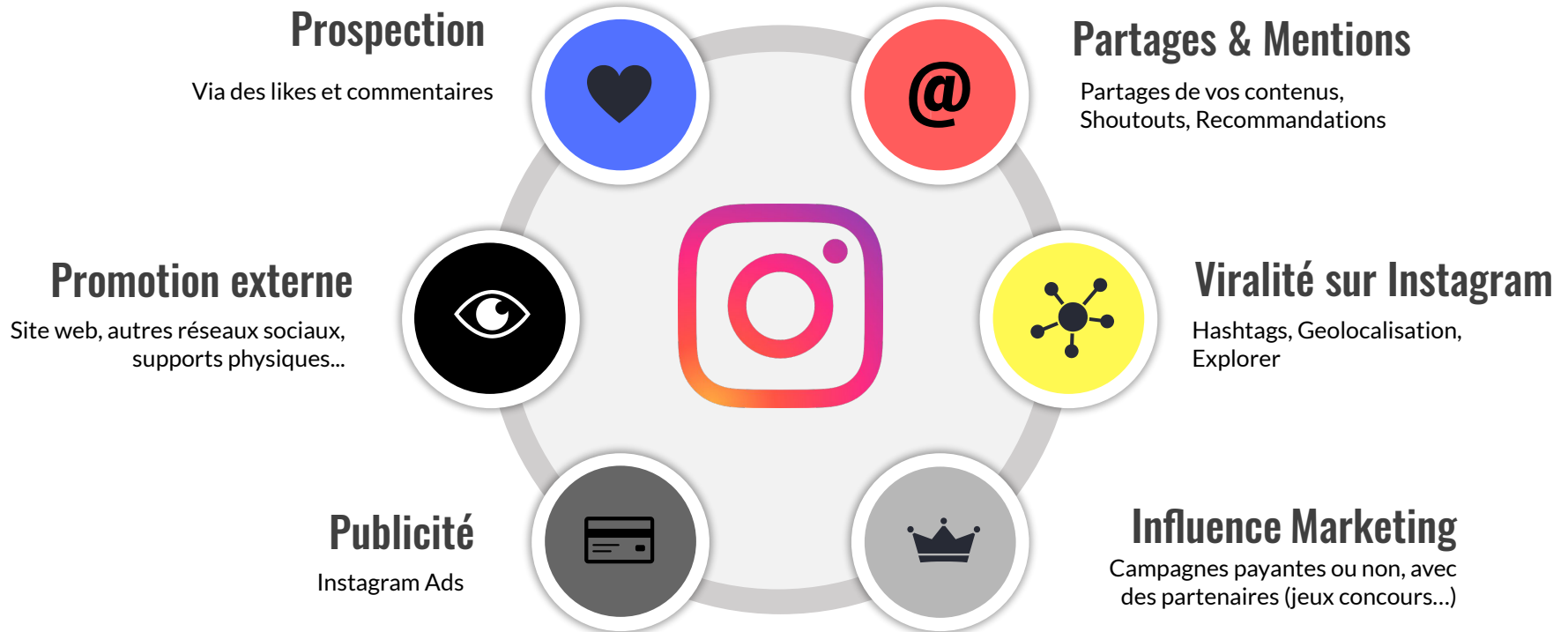


The background of the slide features a repeating pattern of stylized lemons. Each lemon is outlined in a light gray color and contains a cluster of small gray dots representing seeds. The lemons are scattered across the entire background.

Vos Questions

Vos Questions

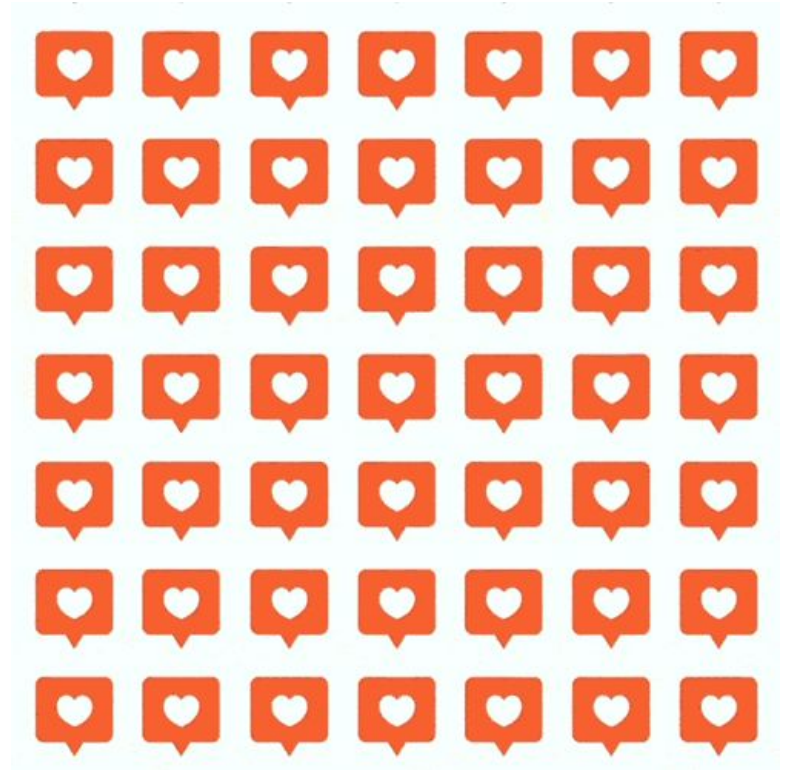
Comment booster ma quantité de followers ?



Vos Questions

Comment créer et alimenter une communauté ?

1. Définir son / ses avatars
2. Mettre en place des actions pour les attirer sur son profil Instagram ⇒ ils ne s'abonneront que si le contenu publié leur plaît.
3. Publier du contenu pertinent / attrayant pour eux et qui va susciter des interactions
4. Entretenir une relation de proximité avec eux (en interagissant avec eux, en répondant leur commentaire et messages privés, en leur demandant leur avis...)

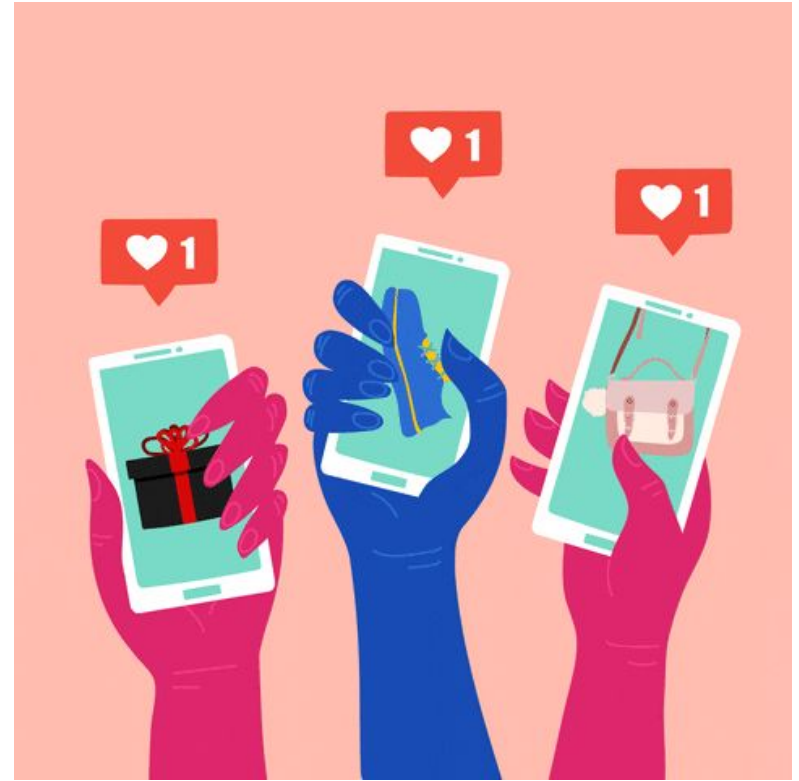


Vos Questions

Quelle est la meilleure stratégie afin d'être le plus compétitif et le plus visible sur Instagram ?

Les meilleures stratégies (il ne peut y en n'avoir qu'une) dépend de vos objectifs :

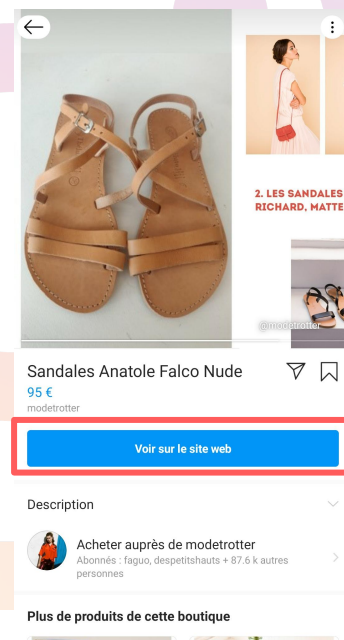
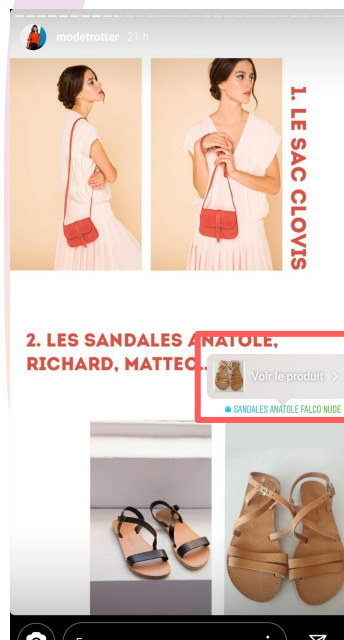
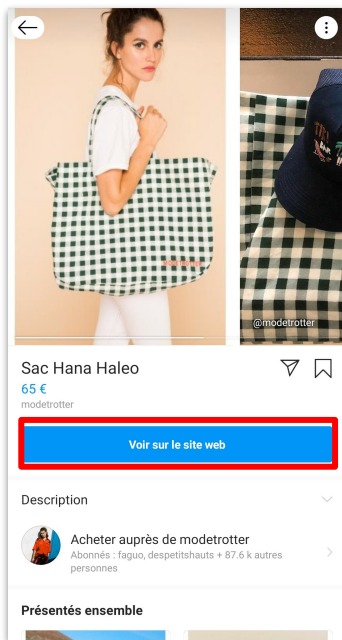
1. Définir vos objectifs (=> stratégies)
2. Définir vos avatars
3. Analyser vos concurrents
4. Mettre en place la routine quotidienne / hebdo / mensuelle qui va vous permettre d'atteindre vos objectifs
5. Mesurer et challenger les résultats



Vos Questions

Nous avons un site vitrine, peut-on se servir de la fiche contact pour recevoir des commandes ?

Oui, par message privé vous pourrez recevoir des demandes que vous pourrez traiter manuellement mais vous ne pourrez pas bénéficier de la solution Shopping



Vos Questions

Je suis styliste indépendante, je travaille seule et je fais tout moi-même. J'aimerais savoir combien de temps minimum faut-il consacrer par semaine à son compte pro instagram pour le rendre dynamique et vivant ?

- 15 à 30 mn par jour pour animer le compte (sans compte le temps de création des posts)

Quels outils connexes me conseilleriez vous pour faciliter et valoriser la présentation visuelle de mon compte ?

- Pour les posts du fil : [VSCO](#)can (pour les photos), [Canva](#) (pour les créas graphiques)
- Pour les stories : [Unfold](#), [Mojo](#)

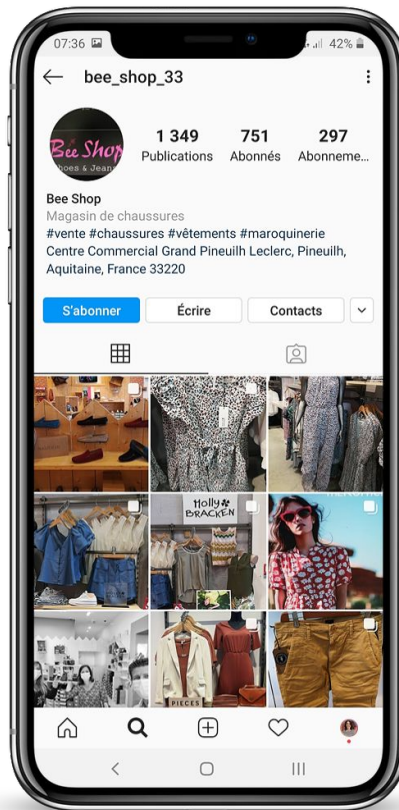
Je crée et vends essentiellement des modèles uniques et sur mesure, l'outil de vente instagram est-il adapté à mes produits ?

- Bien sûr. Sachez toutefois que pour activer Instagram Shopping il faut que vous puissiez avoir des modèles en stock et les proposer à la vente dans une boutique en ligne.

Vos Questions

Ma principale problématique sur instagram est le format des photos qui ne rend pas comme je le souhaiterais car je partage en même temps sur Facebook (Voir bee-shop-33)

Ce n'est pas tant le format qui pose problème ici mais plutôt les photos en elles-mêmes : préférez les photos de vêtements portés, même sur mannequin, plutôt que les photos sur cintres en magasin. Aménagez-vous un coin avec un éclairage optimal et n'hésitez pas à sortir du magasin pour mettre les vêtements en situation.



Vos Questions

Il y a t'il des démarches particulières pour le lancement d'une nouvelle marque ?

Lancer le compte Instagram le plus tôt possible pour raconter votre aventure entrepreneuriale, les étapes qui vous conduiront à la concrétisation de votre projet.

Double objectif :

- construire votre communauté petit à petit, ils vous suivront d'autant plus qu'ils vous auront connu depuis le temps et vu grandir
- vendre dès le lancement de la marque



Vos Questions

Quelle est la durée idéale d'une publicité ?

Ce sont les 3 premières secondes qui comptent le plus car ce sont elles qui vont déterminer si oui ou non l'utilisateur va s'arrêter de scroller pour la regarder.

Délivrer le maximum d'infos dès le début :
votre offre + votre marque

Quels mots choisir pour une publicité efficace ?

Power Words

- | | |
|---|--|
| ☐ Découvrez | ☐ Offert |
| ☐ Maintenant/Aujourd'hui | ☐ Exclusif |
| ☐ Gratuit | ☐ Immédiatement |
| ☐ Nouveau | ☐ Parce que ... |
| ☐ Rapidement | |



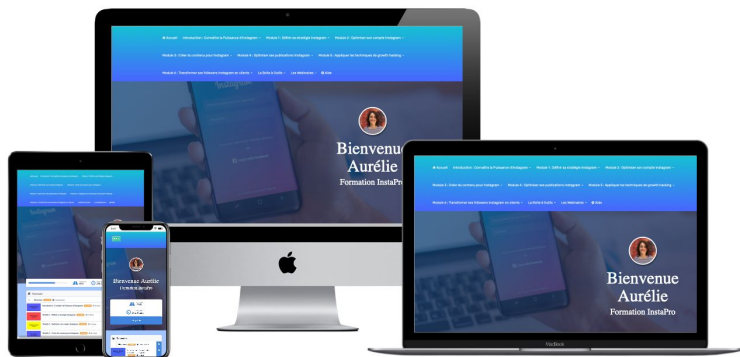
Créez un sentiment d'urgence :

- ☐ Offre limitée
- ☐ Aujourd'hui seulement
- ☐ Maintenant
- ☐ Plus que x disponibles
- ☐ Uniquement valable ici
- ☐ L'offre expire bientôt ...
- ☐ À ne pas manquer !

The background of the image features a repeating pattern of stylized lemons. Each lemon is depicted with a simple, rounded outline and a small cluster of dots inside, representing seeds. The lemons are scattered across the entire frame in various orientations and sizes, creating a light and airy texture.

Pour aller plus loin

La formation InstaPro



- ❑ Un espace pour me poser toutes vos questions
- ❑ Un live par mois (replay)
- ❑ Un groupe Facebook privé

La formation permet de se former de façon autonome mais je réponds à toutes vos questions, sans limite de temps.

- ❑ 7 Modules
 - ❑ 49 leçons
 - ❑ + 22 heures de vidéos
- ❑ Mises à jour régulières
- ❑ Un accès en ligne, 24/7 et à vie

Détail des Modules

- Introduction : Connaître la Puissance d'Instagram
- Module 1 : Définir sa stratégie Instagram
- Module 2 : Optimiser son compte Instagram
- Module 3 : Créer du contenu pour Instagram
- Module 4 : Optimiser ses publications Instagram
- Module 5 : Gagner des abonnés qualifiés
- Module 6 : Transformer ses abonnés Instagram en clients
- Module 7 : Faire de la publicité avec Instagram Ads

En savoir +





Aurélie Moulin

Experte en Marketing Instagram

aurelie@aureliemoulin.com

Tel : +34 640 123 777

Site : www.aureliemoulin.com

Linkedin : [aureliemoulin](https://www.linkedin.com/company/aureliemoulin)

Instagram : [@3zestesdecitron](https://www.instagram.com/3zestesdecitron)

Twitter : [@3zestesdecitron](https://twitter.com/3zestesdecitron)