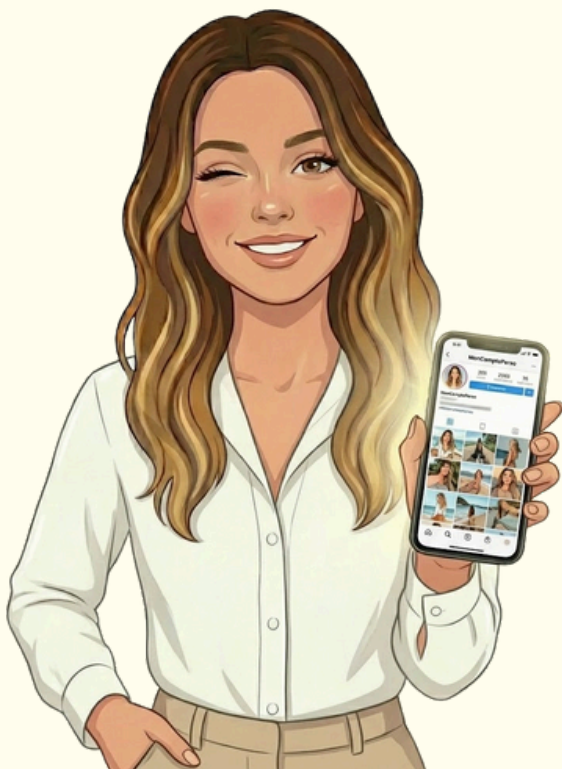


# 5 CONSEILS FACILES ET RAPIDES

pour optimiser  
votre compte Instagram



bisou

agencebisou.fr  
@agencebisou  
hello@agencebisou.fr

Tu as ouvert ton compte Instagram car tu as compris que cela pouvait être **un bon outil pour trouver des clients** mais entre ce que tu espérais et la réalité, un fossé s'est creusé.

Gérer son compte Instagram, c'est **loin d'être une partie de plaisir**. Il faut trouver le temps de poster, savoir quoi poster, quand le faire pour que ça marche le mieux possible. Il faut aussi faire des belles photos, des vidéos, rédiger les légendes des posts et maintenant il faut même penser au SEO.

Tout ça en menant son activité parce que c'est quand même ton métier de base, ce qui te fait vivre.

**Bref, tu fais clairement de ton mieux mais ça bloque.** Et limite si tu n'as pas envie de ne plus t'embêter avec tout ça et arrêter de te prendre le choux.

Allez, souffle, tu lis ce e-book, et j'ai les solutions pour toi.



# INTRO

## ARRÊTE DE CULPABILISER

Avant de te livrer mes conseils, je veux être claire avec toi : **tu as fait de ton mieux jusqu'ici et les personnes qui te jugeront seront toujours celles qui font moins bien que toi.**

Si tu as téléchargé cet e-book, c'est la première preuve que tu es dans une démarche d'introspection, d'amélioration continue, que tu as cette flamme en toi qui t'anime et te booste dans ton business. **Et ça, c'est le meilleur des atouts.**

**MAINTENANT, SOIS EN PAIX AVEC TOI-MÊME.**

Et retiens cette phrase : **fait est mieux que parfait.** Pour l'instant, tu fais, d'autres font mieux, d'autres font moins bien, mais toi tu te remets en question, tu testes, tu écoutes les conseils alors une bonne fois pour toute, arrête de t'en vouloir de ne pas être parfait.e



# CONSEIL N°1

LE NOM D'UTILISATEUR



# LE NOM D'UTILISATEUR

Cela n'a l'air de rien, mais le nom d'utilisateur est le premier critère d'optimisation de ton compte Instagram. On évite :

- Les petits points type @la.belle.plume
- Les underscore type @la\_belle\_plume
- Les noms à rallonge du type @labelleplume.artisancreateurmaroquinerie
- Les noms difficiles à retenir ou sans lien avec ton activité. Si ton entreprise s'appelle "La Belle Plume" et que ton nom de compte est @evelynogerot cela ne fonctionnera pas
- Les noms compliqués à écrire et mémoriser du type @enora.scherbawtosky. Cela peut être ton vrai nom mais, tu le sais mieux que personne, les fautes d'orthographe dans le nom de famille risquent d'être nombreuses et tu t'exposes à devenir... introuvable si on te cherche ! Dans ce cas, privilégies ton prénom et ton métier ou ton secteur d'activité. Cela pourrait être @enorakiné ou @lecabinetdenora par exemple. Tu pourras mettre ton nom de famille ailleurs, tu verras, on y vient.



# CONSEIL N°2

LA PHOTO DE PROFIL



# LA PHOTO DE PROFIL

Il m'arrive souvent de voir que mes clients utilisent des photos de profil selon leurs humeurs, la saison ou parce qu'ils aiment changer.

## NON.

On arrête, ce n'est vraiment pas une bonne idée.

Ta photo de profil c'est comme un visage. Tu imagines si tes clients changeaient de visage de façon aléatoire, comment ferais-tu pour les reconnaître ? Savoir qui est qui, être sûr qu'il s'agit bien de la bonne personne ?

Et bien sur les réseaux sociaux, c'est pareil. Tu gères un compte pro alors je vais te le dire en toute transparence : tu fais peut être de belles photos de coucher de soleil, tu as peut être récemment fait une nouvelle photo de toi très jolie MAIS ce n'est pas cette image qui représente ton entreprise.

**Ce qui représente ton entreprise c'est ton logo.  
Tout simplement.**

Alors pour les réseaux, soit tu utilises ton logo en photo de profil si sa taille et son design le permettent (cela signifie qu'il est reconnaissable et lisible en petite taille), soit tu utilises une version abrégée de ton logo (comme je l'ai fait). Et tu ne le changes pas (sauf cas exceptionnel type opération Octobre Rose où il devient rose mais c'est tout par exemple) mais c'est tout.

bisou

# CONSEIL N°3

## LA BIOGRAPHIE





# LA BIOGRAPHIE

La Biographie se décompose en deux parties :



Le nom est très important pour permettre de te trouver, il parle à tes abonnés mais il parle aussi et surtout à l'algorithme. L'idéal est de le nommer ainsi :

[NOM DE TA MARQUE/ENTREPRISE]

+

[2 MOTS CLES DE TON ACTIVITE] ou [2 PRODUITS PHARES]

Prenons un autre exemple que le mien, j'ai pris au hasard sur Google Maps une boulangerie en France et j'ai trouvé son compte Instagram



La Boulangerie s'appelle "Maison Bultel de Castéras". Ici le nom qui est donné est "**Yo-anne Bdc**", l'algorithme comme le client est perdu : c'est un compte personnel ou professionnel ?

Le bon nom serait "**Maison Bultel de Castéras | Boulangerie**" et on pourrait même ajouter "Boulangerie Bretonne" pour cibler encore mieux les clients

bisou

# LA BIOGRAPHIE

Passons à la description à présent. C'est ici que se joue toute l'attractivité d'un compte. Réussir à convaincre en quelques mots. Voici comment la construire :

- 1 : Ta phrase d'accroche
- 2 : Deux mots clés qui résument ton activité
- 3 : Ta promesse marketing
- 3 bis : Ta localisation (cela est primordial si tu ne travailles que localement)
- 4 : Ton appel à l'action (super important !)
- 5 : Un lien vers ton site ou ton offre phare

Le tout, accompagné d'émojis car les émojis parlent à l'algorithme, ils aident à lui faire comprendre votre univers afin d'attirer les bons clients.

Pour mieux comprendre, reprenons l'exemple de la boulangerie :



Ici il y a eu un effort, la localisation est précisée, on remarque que l'artisan est récompensé, et il y a des émojis clairs. C'est prometteur... mais mal structuré. Une bonne description serait :

🍞 **Artisan boulanger breton & passionné**  
🥖 **Elu meilleure baguette de la région**  
📍 **Saint-Philibert | Morbihan, Bretagne**  
👉 **Venez goûter notre croissant**



Ici on parle à  
l'algorithme  
et aux clients

bisou

# CONSEIL N°4

## LES PARAMÈTRES DU COMPTE



# LES PARAMÈTRES DU COMPTE

As-tu bien passé ton compte Instagram en mode “professionnel” ? C’est peut-être simpliste, et pourtant, il est fréquent que **les petites structures oublient souvent ce détail qui change tout !**

Les comptes Instagram Entreprise permettent à tes clients et visiteurs de **te contacter plus facilement** mais aussi de récolter des données statistiques qui sont essentielles à l’amélioration continue de ta stratégie. Ces données te permettent de comprendre qui sont tes abonnés, d’où viennent-ils, comment se comportent ils sur ton compte.

Passer ton compte en professionnel te donne également accès à l’ensemble de la plateforme Meta Business Suite qui est un **outil entièrement GRATUIT** qui te permet à la fois de suivre tes chiffres mais aussi de faire de la publicité et de programmer tes contenus.

En plus, depuis juillet 2025, les publications publiques des comptes professionnels apparaissent dans les résultats de recherche de Google : résultat, un boost de visibilité organique en dehors d’Instagram et une opportunité inédite de travailler votre SEO directement depuis la plateforme !

C’est un outil très simple à prendre en main, intuitif qui va te faire gagner du temps et, mieux que personne, tu sais que le temps c’est de l’argent !

## Comment passer à un compte professionnel ?

- > Clique sur ton profil en bas à droite
- > Clique ensuite sur les 3 barres horizontales en haut à droite de ton compte : les paramètres s’ouvrent
- > Va dans “Type de compte et outils”
- > Puis tout en haut dans “Type de compte”, clique sur “Passez à un compte professionnel” et laisse toi guider !



# CONSEIL N°5

LES MOTS-CLÉS



# LES MOTS-CLÉS

Adam Mosseri, CEO d'Instagram l'a annoncé, en 2026 le réseau social prend un virage assumé vers le SEO.

Ce que l'on doit en comprendre : il faut utiliser les mots clés pour être référencé, donc que ceux qui nous cherchent, nous trouvent.

En effet, les utilisateurs d'Instagram peuvent faire des recherches par mots-clés, c'est d'ailleurs une pratique de plus en plus répandue puisque la génération Z (les moins de 30 ans), **utilisent davantage les réseaux sociaux que Google pour faire des recherches !** Là où les générations précédentes tapaient "boulangerie St Malo" dans Google, la jeune génération va le faire directement dans la barre de recherche Instagram (et TikTok mais on en parlera une autre fois).

Ce que ça veut dire pour toi ? Comme je l'ai expliqué pour la description, il est donc à présent **primordial d'utiliser des mots clés pour tes contenus.** Les comptes bien optimisés arrivent dans les résultats mis en avant par Instagram sur ces requêtes. Et qui dit plus de visibilité dit plus de vues donc plus de clients et abonnés potentiels.... et un compte Instagram qui décolle (enfin !).

Mon astuce est simple, tu fais une liste de mots clés qui correspondent à ton activité. Si tu es en panne d'inspiration, demande de l'aide à ChatGPT ou Gemini en lui décrivant ton activité, ce que tu vends et surtout qui tu veux attirer comme clients. Dis lui que tu veux une liste de 50 mots clés pour optimiser le SEO de tes contenus. Sélectionne les 10 mots clés qui te conviennent le mieux et glisse ces mots clés (3 max/contentu) dans tes posts et le tour est joué !



# BONUS

## CONSEIL N°6

LE RYTHME DE PUBLICATION



# LE RYTHME DE PUBLICATION

Allez, on va rentrer dans le vif du sujet. Le plus difficile en soit : on poste quand ? A quelle fréquence ? Quel jour ? Est ce que ça change vraiment quelque chose de poster à 20h au lieu de 15h ? Le jeudi au lieu du dimanche ? Et il faut publier combien de fois par mois ? ... Vous les voyez bien toutes ces questions dans votre tête ? Moi aussi, j'ai l'habitude ! 😊

Première chose à savoir : **publier régulièrement aide ton compte à ne pas finir noyé** sous les flots de nouvelles publications et permet de maintenir l'intérêt pour tes contenus.

Oui mais régulièrement quand ? Cela dépend de ce que tu as à dire. Si tu publies tous les jours ou 3 fois par semaine pour sans cesse répéter la même chose, **tu vas lasser ton audience**. N'oublies pas de toujours créer un contenu en te posant la question "Est ce que moi, si j'étais en train de scroller sur les réseaux, je m'arrêterai sur ce contenu ? Qu'est ce qui ferait que j'ai envie de regarder cette publication, m'abonner à ce compte ?"

**Ton graal** c'est d'avoir des abonnés qui activent les notifications de tes contenus, cela signifie qu'ils aiment ce que tu fais au point de ne pas vouloir manquer "un épisode" alors, rends tes épisodes passionnants. L'important ça ne va pas être de diffuser un épisode par jour, créer de l'attente a du bon, tant écologiquement que psychologiquement pour le client. **Le tout est donc de te questionner sur ta capacité à produire du contenu et rester intéressant pour ton public.**

Tu peux mettre en place un calendrier de publication pour t'aider à t'organiser. Et si c'est un challenge qui te demande trop de temps ou qui t'effraie, je suis là pour t'y aider. C'est mon métier.

bisou



# COMMENT JE PEUX T'AIDER ENCORE +

## TABLEAU COMPARATIF

DES TARIFS



bisou

	Un peu 49,90 € / mois	Beaucoup 89,90 € / mois	Passionnément 249 € / mois	A la folie 490 € / mois
<b>Création du planning éditorial</b>	✓	✓	✓	✓
<b>Création de contenus</b>	2 contenus / mois	1 contenu / semaine	1 contenu / semaine	6 contenus / mois
<b>Gestion des réseaux sociaux</b>	1 réseau	1 réseau	2 réseaux en dupliqué*	2 réseaux optimisés*
<b>Rédaction des légendes</b>	✓	✓	✓	✓
<b>Création de contenu visuel</b>	✗	✗	✓	✓
<b>Shooting photo</b>	✗	✗	1 shooting / trimestre	1 shooting / mois
<b>Programmation des contenus</b>	✗	✗	✓	✓
<b>Créa/Refonte de la biographie</b>	✗	✗	✓	✓
<b>Stratégie digitale</b>	✗	✗	✗	✓
<b>Audit de la présence digitale</b>	✗	✗	✗	✓
<b>Template de stories</b>	✗	✗	✗	✓
<b>Rapports statistiques</b>	✗	✗	✗	✓
<b>Boost de publication*</b>	✗	✗	✗	✓



# D'AUTRES QUESTIONS ?

C'EST NORMAL, JE NE PEUX PAS  
TOUT RÉSUMER EN QUELQUES PAGES



ALORS REJOINS MOI SUR LES RÉSEAUX, ENVOIE  
MOI UN EMAIL OU UN MP, JE SUIS LÀ POUR T'AIDER

[agencebisou.fr](https://agencebisou.fr)

[@agencebisou](https://www.facebook.com/agencebisou)

[hello@agencebisou.fr](mailto:hello@agencebisou.fr)

