



WEBINAIRE INSTAGRAM DEVENEZ « L'INFLUENCEUR » DE VOTRE CLUB

Adrien LE LUEL – Théo HÉNIN



Première partie

Comprendre Instagram

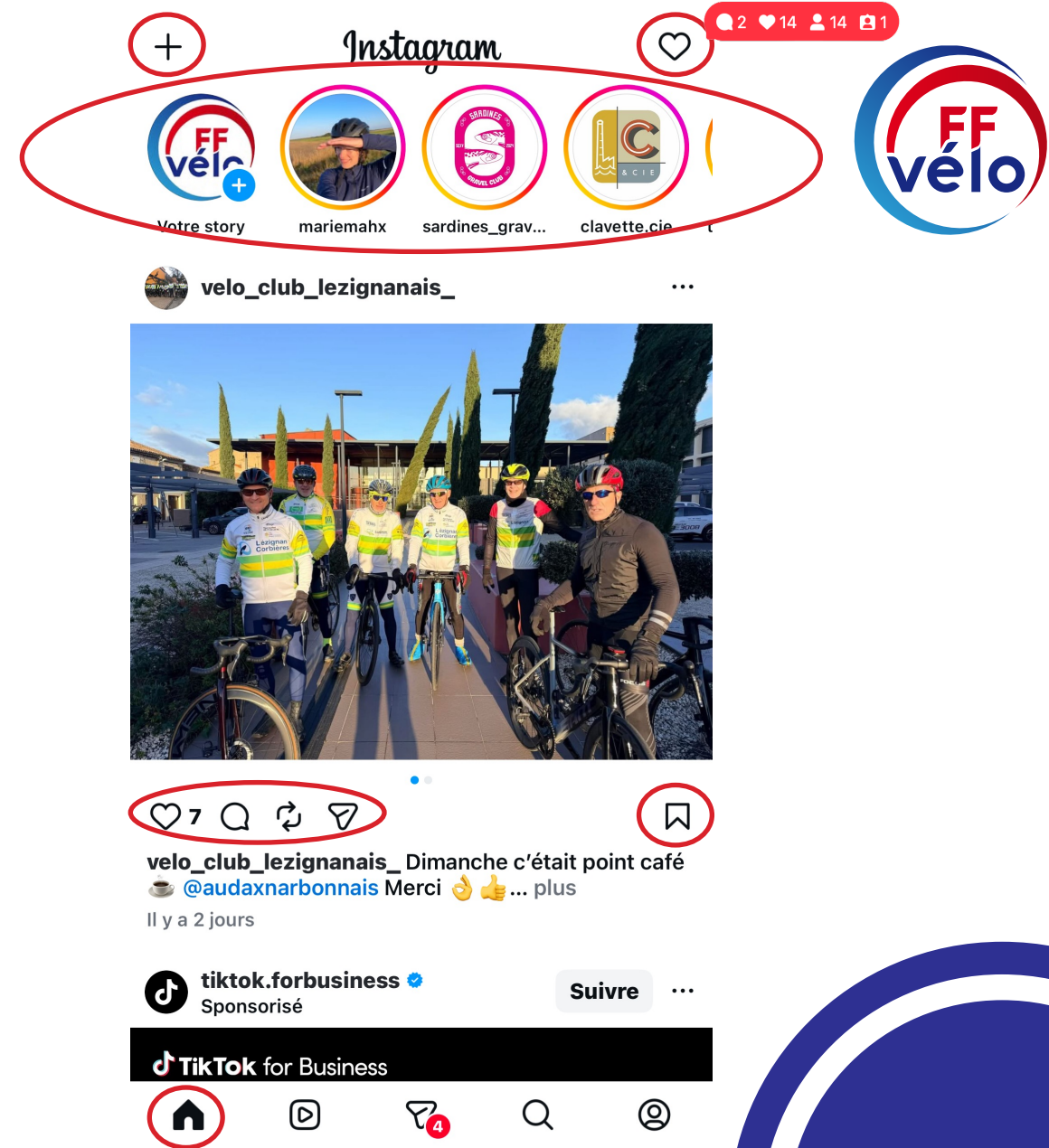
Objectif : se repérer dans l'application et comprendre à quoi servent les différents espaces.

Comprendre Instagram

Le fil d'actualité (home)

1. Le **+** permet de publier du contenu : stories, post ou Reels.
2. Le **♥** est votre « centre de notifications : likes, demandes d'amis...
3. Les **stories** apparaissent sur la ligne juste en dessous.
4. Ensuite, les publications des comptes que tu suis, ou des suggestions.
Tu peux aimer, commenter, partager ou enregistrer un post.

L'algorithme pousse le contenu qu'il pense être le plus intéressant pour vous (interactions passées, temps de visionnage, etc.).



Présentation de l'interface

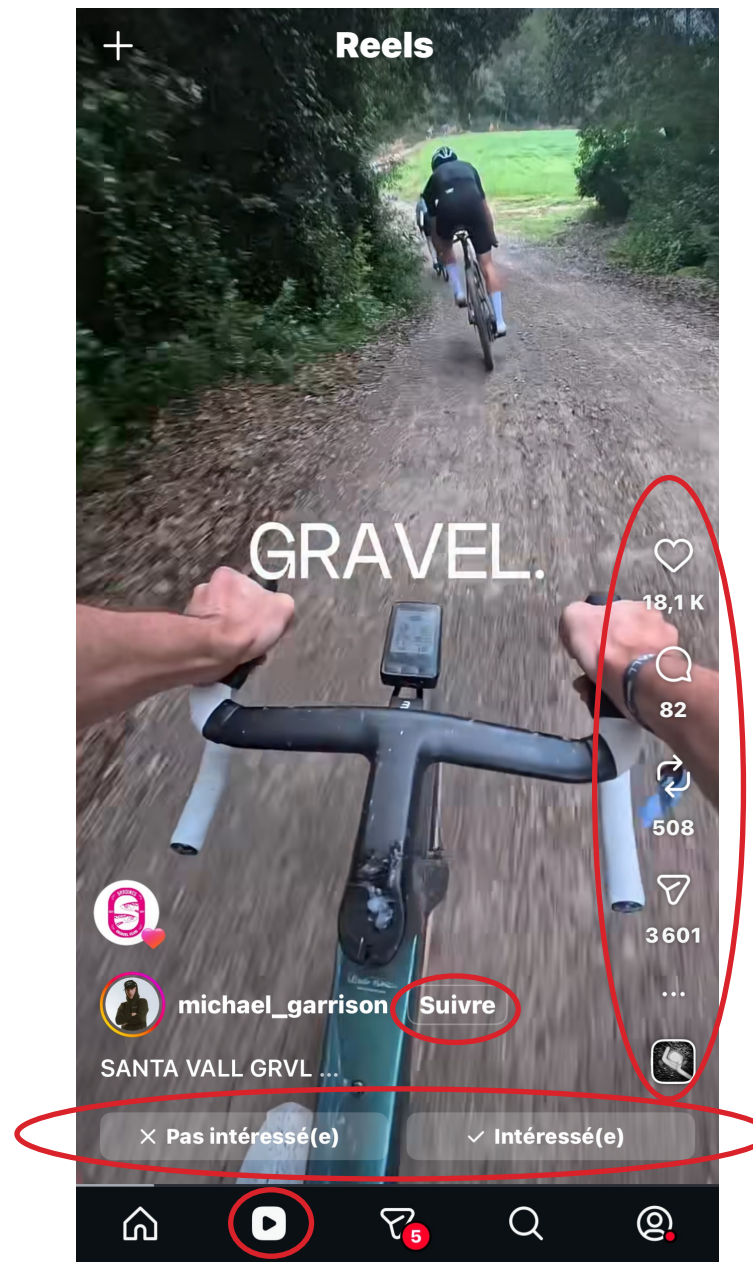
Reels

Cet onglet est dédié aux courtes vidéos verticales.

Ici, Instagram te montre des vidéos que tu es susceptible de regarder jusqu'au bout, et avec lesquelles tu vas interagir.

Contrairement au fil d'actualité (basé sur les comptes suivis), ici c'est que l'algorithme de recommandation qui entre en jeu.

Possibilité « d'influencer » l'algorithme en lui indiquant si vous êtes intéressé ou non par le contenu proposé.



Comprendre Instagram

Messages (DM)

C'est votre messagerie privée.

- En haut on retrouve les « Notes Instagram » qui sont des **statuts temporaires** visibles uniquement dans la messagerie.
- Dessous, les conversations individuelles ou de groupe :
 - Envoi de messages, de photos, de vidéos, de posts Instagram.
 - Possibilité de passer des appels audio/vidéo.



Nouveau message



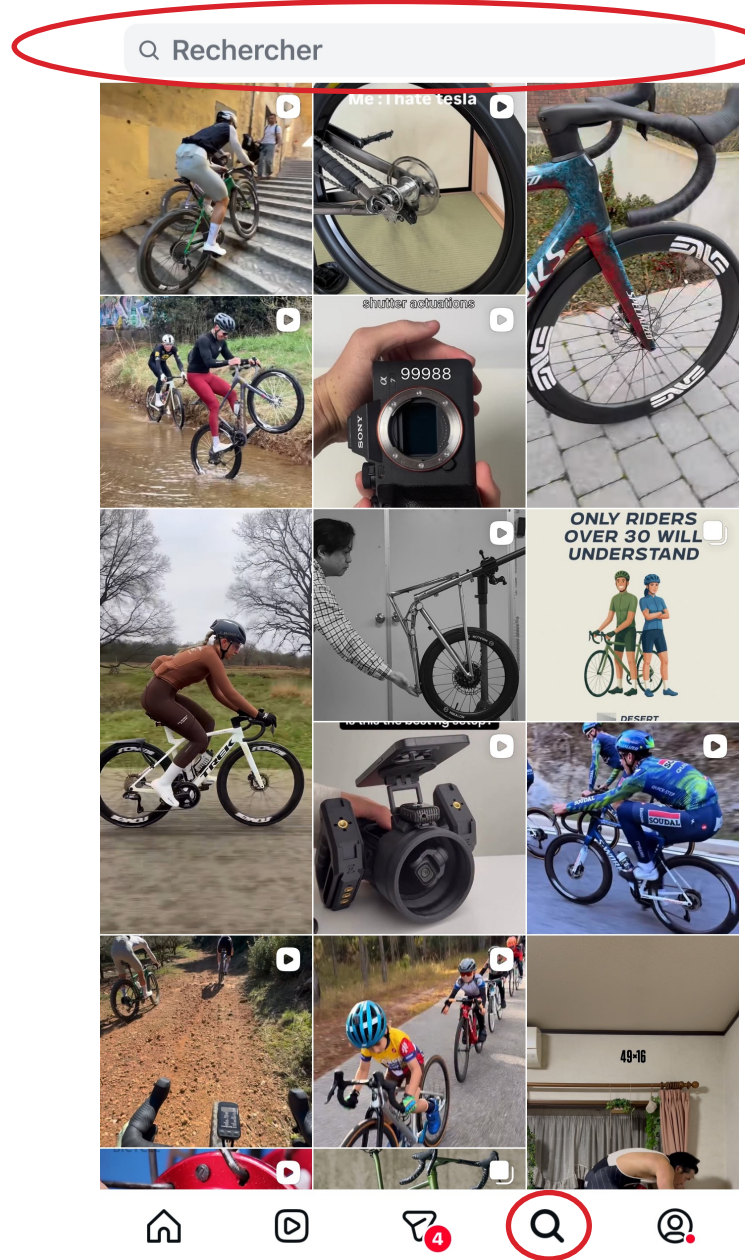
Comprendre Instagram

Loupe (Explorer – Découvrir)

C'est votre espace de découverte.

- Possibilité de rechercher des comptes, lieux, hashtags.
- Contenus recommandés par Instagram → majoritairement des reels.
- Suggestion par rapport au contenu que tu regardes habituellement.

Ici vous retrouverez beaucoup moins de comptes suivis,
l'idée est de découvrir du nouveau contenu et de nouveaux créateurs !



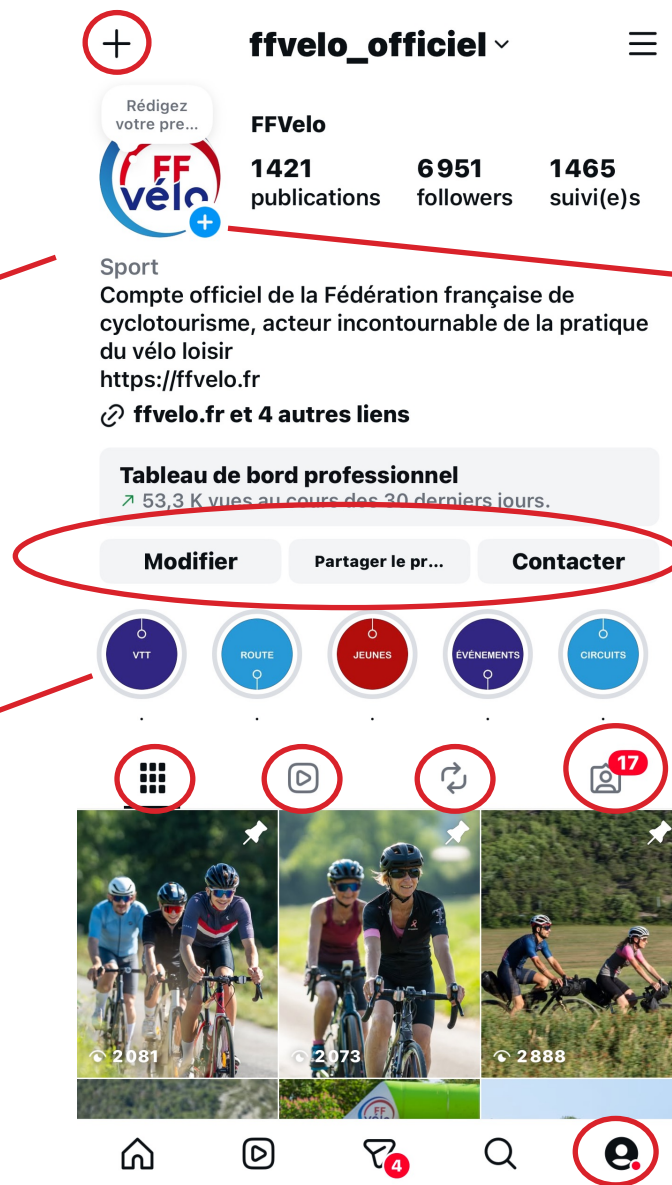
Comprendre Instagram

Votre profil

Photo de profil
et biographie

Contenu à la une

Vos publications



Ajouter une story



Comprendre Instagram

L'algorithme

1. Observe ce que tu regardes et avec quoi tu interagis
2. Le temps de visionnage est le signal principal
3. Propose du contenu similaire à ce que tu aimes
4. Réduit ce que tu ignores ou passes vite
5. S'adapte en continu à ton comportement

Objectif de l'algorithme : te montrer le contenu le plus pertinent et adapté à toi.



Deuxième partie

Gérer votre profil

Objectif : transformer votre profil en une carte d'identité claire et « professionnelle ».

Gérer votre profil

La photo de profil

C'est le **premier repère visuel** du club.
Elle doit être immédiatement reconnaissable, même en très petit format.

- Utiliser le logo officiel (si vous en avez un).
- Vérifier sa compatibilité avec l'espace donné (cercle).
- Éviter les textes trop fins ou illisibles.
- Privilégier un fond contrasté.

Objectif : identification instantanée du club.



Exemples



Gérer votre profil

Le nom du compte



Il doit permettre de **trouver facilement** votre structure sur Instagram !

- Nom clair et fidèle au club ou à la structure : cyclobrestois, audax.lavallois, ffvelo16...
- Ajouter la **ville/région** si le nom est déjà pris.
- Éviter les caractères inutiles (#, \$...).
- Garder une cohérence avec les autres réseaux (si existants).

Gérer votre profil



La biographie

La bio explique en quelques secondes qui vous êtes et ce que vous proposez.

- Qui êtes-vous ? (type de club / discipline)
- Pour qui ? (jeunes, loisirs, compétition...)
- Ce que vous proposez (entraînements, stages...)
- Infos pratiques : lieu, contact, lien

Bon exemple de bio →

Audax Lavallois

Club de cyclotourisme et de vélo longue distance à Laval depuis 1933. 🚴🏃

Club dynamique de vélo route plaisir et gravel !

linktr.ee/audax.lavallois

Gérer votre profil

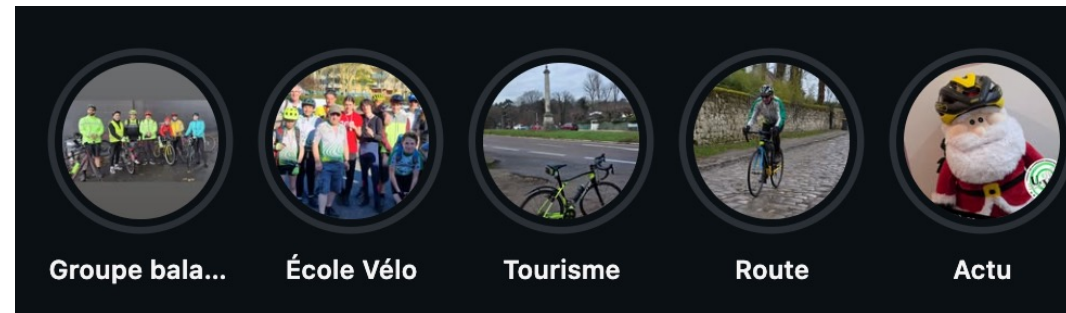


Vos stories à la une

Très important ! Elles servent de **menu permanent** à votre compte.

Elles regroupent et classent les infos importantes :

- Événements
- Type de pratiques
- Type de sorties
- Inscriptions
- Vie du club



uva.cyclo_ffvelo

Ne pas mettre de texte trop long pour que l'ensemble soit visible.



Troisième partie

Publier sur Instagram

Objectif : savoir quel format utiliser selon le type de contenu.

Publier sur Instagram

Les posts (photo ou carrousels)

Annonces importantes : ouverture d'inscriptions, nouveau partenaire, événement majeur.

Résultats : Nombre de participants, retours, fin de l'événement

Photos d'événements : entraînements, stages ou rencontres.

À savoir : privilégier un carrousel, cela permet de raconter une histoire en plusieurs images.



Publier sur Instagram

Les stories

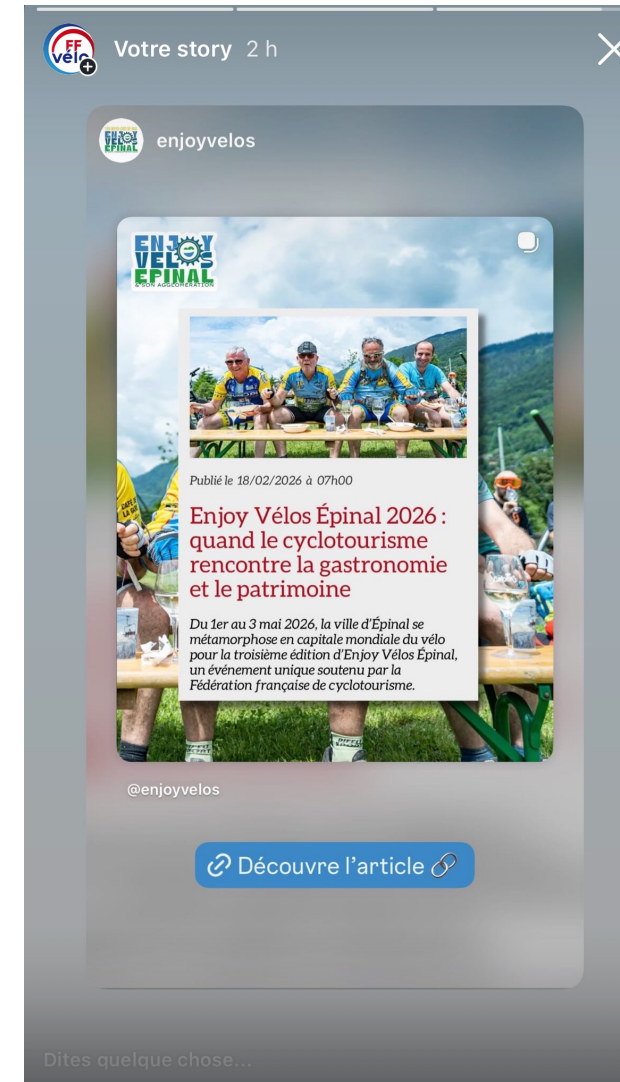
Vie quotidienne du club : entraînements, accueil des nouveaux membres.

Coulisses : préparation d'un événement, installation du terrain.

Rappels et infos rapides : horaires, inscriptions, petits messages instantanés.

À savoir : les stories disparaissent après 24h → parfait pour du contenu temporaire et engageant.

→ Pensez à ajouter les plus importantes à vos stories à la une.



Publier sur Instagram

Les Reels

C'est le contenu qui fonctionne le mieux sur Instagram

Mise en valeur dynamique : actions, moments forts, montage rapide et engageant → dure entre 30s et 1min.

Montrer vos moments forts : vos événements, grosses sorties, « performances » marquantes.

Découverte du club et ambiance : montrer l'esprit, l'énergie et la convivialité de votre structure.

À savoir : les Reels ont une portée très large et permettent de toucher de nouveaux abonnés.



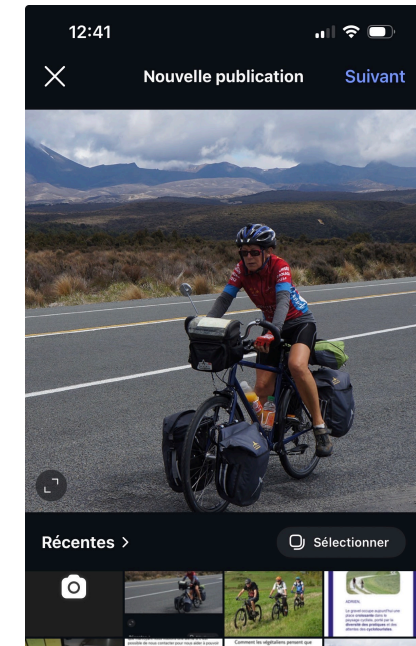
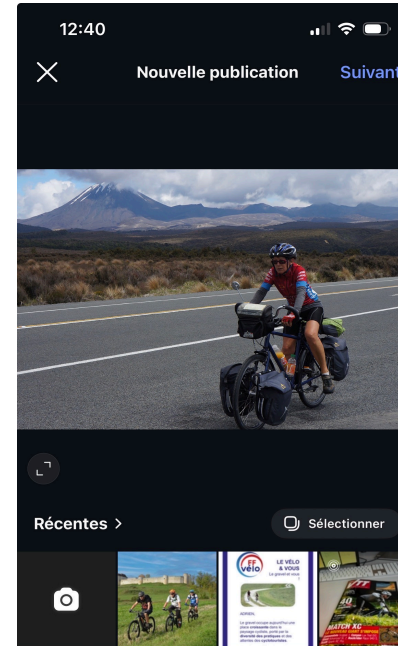
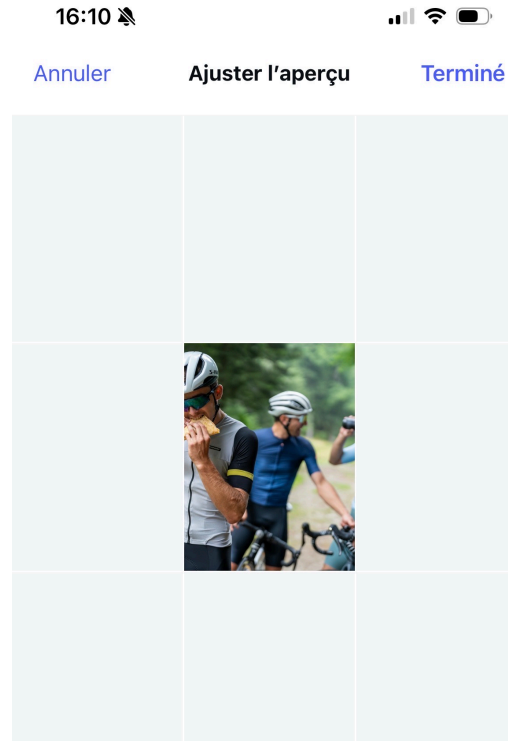
Publier sur Instagram

Prise d'images/ vidéos



Le sujet doit être au centre de la photo.
Attention au rendu du feed.

- Publication sur le fil : format portrait (1080×1350 pixels, ratio 4:5)
- Format carré (1080×1080 pixels, ratio 1:1).
- Format paysage (1200×628 pixels, ratio 1.91:1) : non recommandé.
- À noter que toutes les images seront redimensionnées et présentées sous un format portrait sur le feed.



Publier sur Instagram

La légende

La légende fait vivre la publication.

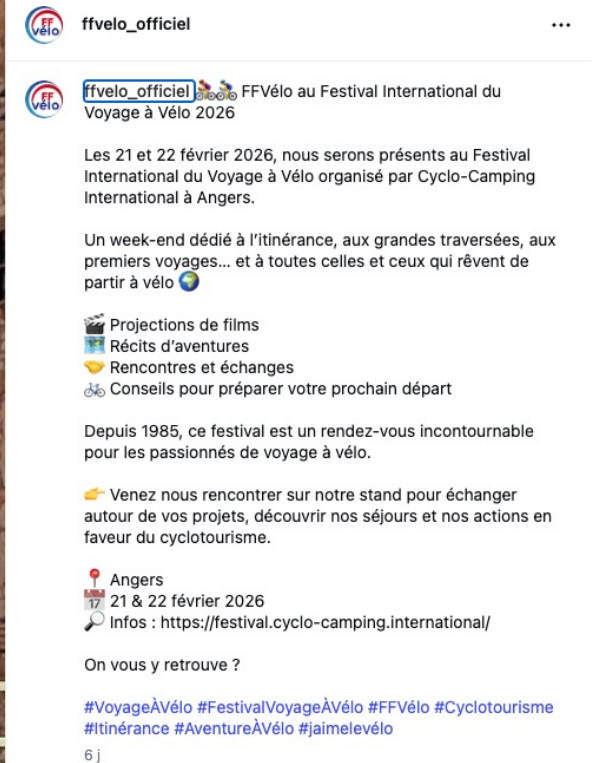
- Accroche forte dès la 1ère ligne
- Texte clair et structuré
- Appel à interaction
- Hashtags pertinents

Utiliser 5 à 10 hashtags ciblés.

- Hashtags fédéraux (#FFVélo)
- Discipline (#Gravel, #Cyclotourisme)
- Événement (#SemaineFédérale2026)
- Localisation (#savoie)
- ⚠ Éviter les hashtags trop génériques (#love)

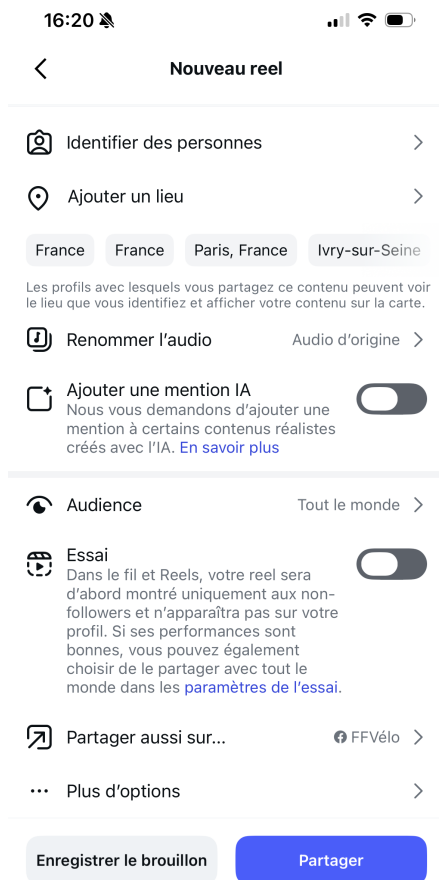
Les hashtags permettent de toucher des non-abonnés.

Mieux vaut 3 hashtags cohérents que 8 inutiles.



Publier sur Instagram

Programmer et autres fonctions



Il y a beaucoup de paramètres mais peu sont utiles (pour l'instant).

Quelques points à mentionner :

- Vous avez la possibilité de programmer une publication si elle ne paraît que sur Instagram.
- Vérifiez que c'est bien importé à la meilleure résolution.



Dernière partie

Temps d'échanges

