

# INSTAGRAM : UN BON LEVIER DE PROMOTION POUR VOS LOCATIONS

Toujours dans une volonté de promouvoir votre entreprise et de maximiser vos réservations en direct, **Instagram, le réseau social au 1 milliard d'utilisateurs** actifs mensuels, est peut-être un levier de promotion auquel vous n'auriez pas pensé.

Comme vous le savez, Instagram est un réseau social basé sur la publication de **photos et vidéos**. Dans la location saisonnière comme dans les autres secteurs, les contenus préférés des internautes sont les **photos et les vidéos**. **Pourquoi ne pas corrélér les deux ? 😊**

## POURQUOI INSTAGRAM ?

De manière générale, tous les réseaux sociaux sont de bons leviers de communication et de promotion. **Non seulement ils comptent des millions d'utilisateurs**, de tout âge, tout secteur et toutes nationalités, mais en plus, ils sont dynamiques et dans les tendances actuelles. Mais Instagram est encore mieux puisque même si ce n'est pas le réseau numéro 1, c'est le réseau social avec **le taux d'engagement le plus fort** : 4,15% en moyenne (4x plus que Facebook).

Instagram représente une réelle source d'inspiration pour les utilisateurs mais est aussi un outil marketing de taille !

Ces quelques chiffres sont assez parlants :

- Instagram aide **80% des utilisateurs à se décider** pour acheter un produit ou un service.
- **83% des utilisateurs disent découvrir de nouveaux produits et services** sur Instagram.
- **50% des utilisateurs suivent au moins 1 marque**

Sans oublier que nous parlons ici d'une application totalement gratuite !

# COMMENT FAIRE ?

## CREATION DE VOTRE FEED

Dans un premier temps, si ce n'est pas déjà le cas, créez-vous un compte. Ajoutez  **votre logo, votre slogan (si vous en avez un), et un lien vers votre site web**. Ce sont 3 essentiels à afficher, ne serait-ce que pour crédibiliser et officialiser votre compte. Quand les voyageurs font des recherches et tombent sur un site qui leur plaît, ils vont souvent faire un tour sur les réseaux sociaux de la marque, et notamment sur Instagram. Vous pouvez être sûr que si vos voyageurs ne trouvent pas votre compte Insta, cela peut avoir un impact négatif sur vos réservations.



Après avoir créé votre compte, qui sera tout neuf et donc vide, il faudra ajouter des photos. Premièrement, il faut que les photos que vous publiez soient propres, professionnelles, bien cadrées, afin de mettre en valeur au maximum vos locations. (Mais je ne vous apprend rien 😊) Deuxièmement, il faut que **les photos publiées au fil du temps forment un bel ensemble**, et donc un beau *feed*.

Votre feed Instagram, c'est l'enchaînement de vos photos postées, votre profil Instagram, en gros.

Depuis quelques temps, on remarque que les « feed » Instagram sont de plus en plus soignés, épurés, et dans les mêmes tonalités. De nos jours, on ne s'applique plus uniquement sur la photo en question que l'on publie, mais sur l'ensemble des photos publiées. **Pour avoir un beau feed, quelques règles sont à respecter :**

- **Utilisez une ou deux couleurs dominantes** pour un ensemble agréable à regarder. Je vous vois déjà arriver, je suis consciente que tous vos biens à la location ne sont pas dans les mêmes couleurs et que vous ne proposez pas que des appartements avec un canapé et des rideaux violets. (Quoique, si c'est le cas, tant mieux !) Sinon, pas de problèmes, choisissez une tonalité, et essayez de **publier au moins 9 photos avec cette tonalité** afin de réaliser un joli carré. Par exemple, si l'appartement mis en valeur contient des tonalités bleues, alimenter votre *feed* avec des photos de ciel bleus, de paysages d'îles tropicales, etc. Tout en restant cohérent avec ce que vous proposez, bien sûr ! Des applications existent afin de prévisualiser vos *feeds* avant publication. (Preview, Previagram...)



airbnb

Abonné(e)

...

2 623 publications

4,7m abonnés

1 574 abonnements

Airbnb

Airbnb opens the door to interesting homes and experiences. Share your stories with @Airbnb.

[abnb.co/LinkInBio](https://abnb.co/LinkInBio)



Cooking



Magazine



Animals



Tips



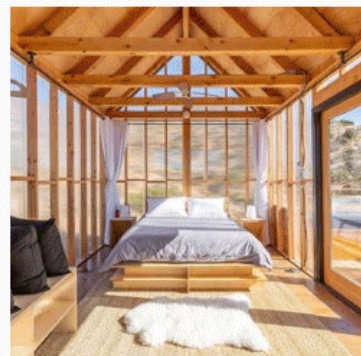
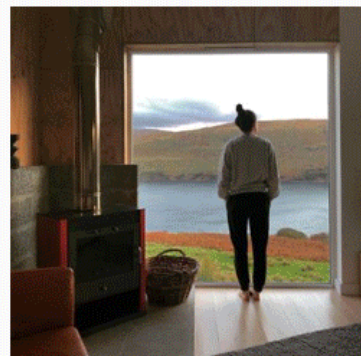
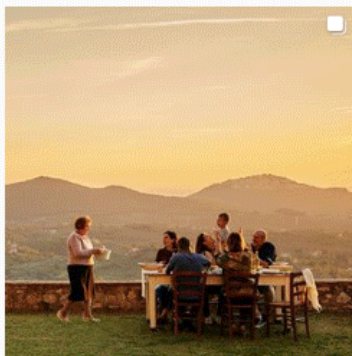
Adventures



Experiences



Community



 SWIKLY  
La solution pour vos cautions



- **Retouchez vos photos !** Ou utilisez toujours le même filtre. L'objectif ici est de créer un feed homogène, avec le même type et les mêmes retouches sur vos photos. Si vous avez l'habitude d'éclaircir un peu vos photos, ajoutez la même luminosité sur chacune. A l'inverse, évitez d'ajouter trop de lumière, trop de contraste, trop de netteté... Trop tue le trop.
- **Ne publiez pas trop de vidéos.** Même si c'est un contenu très apprécié, les vidéos peuvent vite venir gâcher le beau feed que vous aviez mis si longtemps à construire. (Sauf si vous créez un aperçu personnalisé pour chaque vidéos) Publiez-en quand même, mais sans excès, puisque dans tous les cas, les stories sont là pour ça. (Plus de détails juste après !)
- **Privilégiez les tons clairs.** Les tonalités claires génèrent un ressenti positif et un sentiment d'apaisement. Ce sera toujours plus agréable à regarder !
- **N'oubliez pas les hashtags !** Même s'ils sont souvent cachés par la description de la photo, ils sont bien présents un peu plus bas et permettent d'améliorer votre visibilité. N'hésitez pas à mettre le paquet : #vacationrental #locationsaisonnaire #locationparis #paris #holidays #travel et bien plus encore ! Le nom des villes est important puisque de nombreux utilisateurs font des recherches sur la ville dans laquelle ils souhaitent voyager par Instagram.
- **Publiez au bon moment !** Comme sur tous les réseaux sociaux, certains jours et certaines heures seront à privilégier. Voyez ce qui fonctionne le mieux pour vous, mais évitez de publier une photo en pleine nuit ou en plein milieu de la journée, quand personne ne regarde Instagram. Les périodes de publications peuvent être assez compliquées à estimer au début, mais une fois que vous les avez trouvées, elles ne changent plus !
- Quoi qu'il arrive, **restez en cohérence avec votre image de marque.** Si sur les autres réseaux sociaux, vous avez l'habitude d'ajouter un cadre, une forme, une citation, peu importe, soyez cohérent et gardez la même charte graphique.

La construction de votre feed au fil du temps est importante, cela peut être le premier élément que l'on regarde chez une marque, et donc la première impression.

## LES STORIES

Tout en soignant votre feed au quotidien, une autre fonctionnalité d'Instagram est très appréciée et encore plus dynamique : Les *stories*. Ce sont des photos et/ou des vidéos, que l'on publie et qui reste sur votre profil pendant 24h. **Ces dernières peuvent vous permettre de communiquer sur des événements, des actualités, ou même juste des petites informations à faire passer** mais qui ne sont pas nécessairement utile en tant que publication photo/vidéo constante sur votre feed. Par exemple, vous faites un repas d'entreprise avec l'ensemble de votre team et vous voulez communiquer dessus pour mettre en avant le côté humain de votre entreprise, montrer une partie de vos locaux, ou peu importe. Et hop, une petite story ! **Cela permet à vos abonnés les plus fidèles d'en savoir un peu plus sur votre entreprise, tout en gardant un beau feed Instagram**, sans la photo d'équipe un peu floue que vous auriez prise à l'arrache entre deux coups de fourchette.

### 1/3 des stories les plus vues sont celles des marques

Pour optimiser cette utilisation des stories, vous pouvez aussi inciter ou proposer à vos locataires actuels de tagger votre marque dans leurs stories !

Car oui, comme je vous le disais, cet outil de stories est très dynamique et permet de vous géolocaliser, d'afficher une date, une heure, un emoji, une musique, mais aussi de tagger des marques ou des personnes. **Si quelqu'un publie une story et vous taggue dedans, vous pourrez la reposter sur votre compte et mettre en avant vos locations, grâce à vos clients.** N'est-ce pas génial ?

## LES STORIES A LA UNE

Les stories à la une sont un mix de votre feed Insta et des stories normales. Une story à la une, c'est une story basique que vous avez publié, que vous pouvez « épingler » tout en haut de votre profil (et qui resteront le temps que vous souhaitez sur votre profil). Ces stories à la une sont plutôt pratiques puisque **cela vous permet de créer des « thèmes », des « listes », un peu comme des catégories d'informations.** Beaucoup de marques s'en servent de cette manière-là. Welkeys par exemple, la conciergerie haut de gamme 2.0 avec laquelle nous travaillons, utilise les stories à la une pour classer ses locations par ville. De ce fait, ils mettent tous leurs biens en avant et les utilisateurs peuvent choisir de ne regarder que les appartements de Lyon et Megève, par exemple !

Vous pouvez également utiliser les stories à la une pour afficher vos FAQ, une partie « Le saviez-vous ? », ou encore vos annonces de recrutement... tout est possible !

## LES PUBLICITES

Instagram vous permet aussi de faire de la publicité en ligne ! Bien moins onéreuses qu'une campagne de communication lambda, **les publicités sur Insta auraient en plus un ROI (Return On Investment) supérieur aux autres réseaux sociaux**. L'application vous permet de diffuser vos publicités à des cibles bien précises, selon leur sexe, leur âge, leur géolocalisation, leurs comportements, comme sur Facebook, puisque les données des deux entreprises sont couplées (même groupe d'entreprise).

De nombreux formats sont disponibles : une photo seule, une vidéo, un carrousel de photo... Vous pouvez également choisir votre emplacement : dans le fil d'actualité ou en directement en story, bref, il existe de nombreuses possibilités pour faire de la publicité sur Instagram, ne loupez pas l'opportunité d'augmenter votre visibilité !

**« En observant les chiffres Instagram, on comprend que l'outil est aussi une superbe opportunité pour les entreprises d'augmenter leur visibilité. »**

De nombreuses opportunités sont disponibles sur ce réseau social, alors autant mettre toutes les chances de votre côté !

Sources : Facebook, Digimind, Mention, SimilarWeb