



Avec ses 800 millions d'utilisateurs, Instagram fait rêver les spécialistes du marketing. Voici un endroit où des millions de prospects se réunissent, se connectent et consultent les comptes des marques. Cependant, plus il y a d'utilisateurs, plus la concurrence augmente... Et les internautes croulent sous les photos toutes plus inspirantes les unes que les autres.

Alors, en 2019, comment se démarquer ? Quelles sont les tendances sur lesquelles vous devrez compter ?

INSTAGRAM EST EN TRAIN DE DEVENIR 'PAY TO PLAY' (PAYER

POUR JOUER)

Instagram et Facebook, même combat ! Instagram continue d'apporter des changements à son algorithme, ce qui a une incidence plutôt négative sur la portée organique de vos publications. Bien entendu, le réseau social se justifie par l'expérience utilisateur. Il veut offrir à ses membres un flux de qualité et personnalisé, ce qui encouragerait les marques à publier de meilleurs contenus.

C'est louable, dans le fond.

Mais il ne faut pas se leurrer, l'objectif d'Instagram est de vous obliger à passer à la caisse. Par ailleurs, le nombre d'inscrits sur la plateforme ne cesse d'augmenter.

Parmi eux : vos concurrents, toujours plus présents, plus actifs et plus féroces.

Forcément, il faudra trouver comment vous démarquer gratuitement, de prime abord, car la portée organique est loin d'être morte, puis en payant pour promouvoir vos offres exceptionnelles ou innovations.

Intégrez-le dès maintenant pour éviter d'être pris au dépourvu.

IGTV SERA UN ACTEUR IMPORTANT

Annoncée et lancée en juin, IGTV est la nouvelle plateforme vidéo dédiée exclusivement aux utilisateurs mobiles. Contrairement à YouTube et à d'autres plateformes de diffusion vidéo, IGTV est dédiée à la lecture vidéo verticale et convient donc aux spécialistes du marketing et aux producteurs de contenu qui s'adressent uniquement à une audience nomade.



Pourquoi vertical ? Instagram veut encourager les gens à créer du contenu vidéo mais, en même temps, à le faire exclusivement pour mobile. Nous savons déjà que les gens sont plus susceptibles d'utiliser leurs appareils mobiles en position verticale, d'où ce choix stylistique...

“Si vous n’êtes toujours pas sur l’IGTV, il est temps de monter dans le train.”

C'est ce qu'à déclaré Vlad Callus de Planable.

“Quand je pense aux tendances à venir dans le marketing d'Instagram, je crois que IGTV et Instagram Stories sont en tête de liste. IGTV deviendra le nouveau YouTube dans trois à cinq ans, et si vous adhérez maintenant, vous attraperez la grande vague.”

Vous savez ce qu'il vous reste à faire !

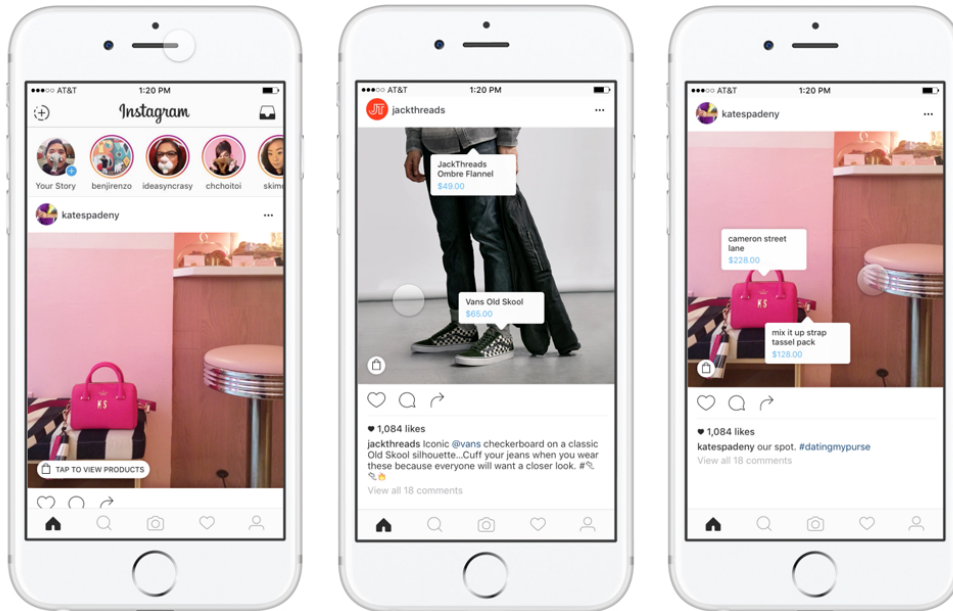
INSTAGRAM SHOPPING

L'arrivée d'IG Shopping est imminente ! Cette nouvelle application, dont le nom officiel n'est pas encore connu, permettra aux utilisateurs de faire défiler les produits des marques qu'ils suivent avant d'acheter directement dans l'application. Tout un programme !

Si l'on tient compte du fait que 4 utilisateurs d'Instagram sur 5 suivent au moins une entreprise, cela pourrait être une grande nouvelle pour les marques.

Le fait de pouvoir « shopper » directement via le réseau social va forcément influencer le taux de conversion. Les utilisateurs n'auront plus cette frustration de devoir s'éloigner de la plateforme pour faire un achat. Avec un parcours plus rapide, les conversions seront bien meilleures, surtout pour les achats d'impulsion.

Cependant, n'attendez pas que cette nouvelle application se concrétise pour encourager le shopping via votre page Instagram. Vous pouvez étiqueter vos produits sur les visuels, en synchronisant votre catalogue de produits. Pour savoir comment faire, [cliquez ici](#).



LA MONTÉE EN PUISSANCE DES NANO-INFLUENCEURS

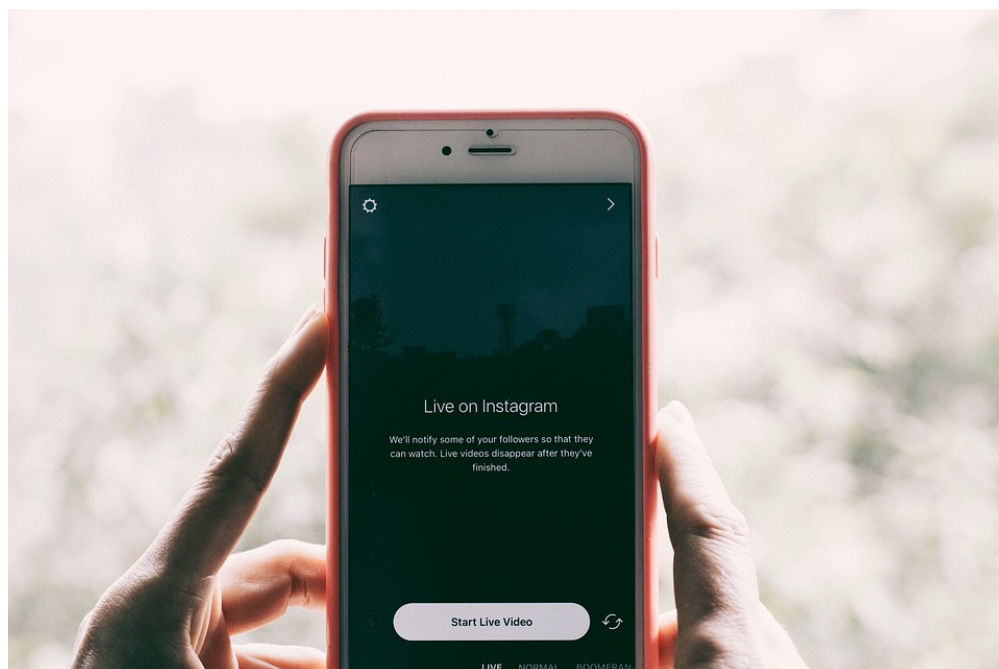
Les marques s'éloignent de plus en plus des influenceurs « stars » d'Instagram avec des millions d'adeptes, pour collaborer davantage avec des utilisateurs dont la communauté se situe entre 1 000 et 10 000 followers. Il faut dire que la parole de ces instagrammeurs est perçue comme authentique. Leur communauté est peut-être restreinte, mais plus apte à leur faire confiance et à suivre leurs recommandations.

Cela signifie qu'en 2019, vos concurrents cibleront davantage ces nano-influenceurs afin d'atteindre un public plus ciblé.

Ne vous laissez pas distancer et commencez dès maintenant à lister les profils qui pourraient devenir vos ambassadeurs privilégiés !

INSTAGRAM LIVE

Revenons sur la vidéo. Instagram intègre une fonctionnalité « Live », un fantastique moyen de communiquer avec votre public, de répondre aux questions et de résoudre tous les problèmes que votre communauté soulève.



Le live vous semble intimidant ? C'est compréhensible, mais vous n'êtes pas obligé de tourner des vidéos de vous. Vous pouvez utiliser le direct pour :

- Diffuser des démonstrations pratiques
- Faire visiter les coulisses
- Retransmettre un événement en direct
- Diffuser un webinaire
- Proposer un contenu exclusif

- Organiser un concours interactifs

L'avantage d'Instagram Live est d'envoyer une notification à vos abonnés. Ils sont donc plus enclins à consulter votre contenu. Par ailleurs, votre direct apparaît dans les contenus à découvrir ou dans les recherches des utilisateurs.

Plus vous avez de spectateurs et d'invités, plus vous serez haut placé.

Avec la publication massive de contenus sur Instagram, il est temps d'être créatif et de se démarquer ! Mais surtout, il faut anticiper les tendances pour éviter que l'algorithme vous dépasse.

Source : Content Marketing