



MAURYNE MARTY

RAPPORT STRATÉGIE DE PERSONAL BRANDING EN LIGNE

A2 - MMI2



Sommaire

1/ Cibles - page 1

Quelles cibles ai-je sélectionné ? Pourquoi ?

Quels sont donc les réseaux sociaux sélectionnés ?

2/ Contenus réalisés - page 4

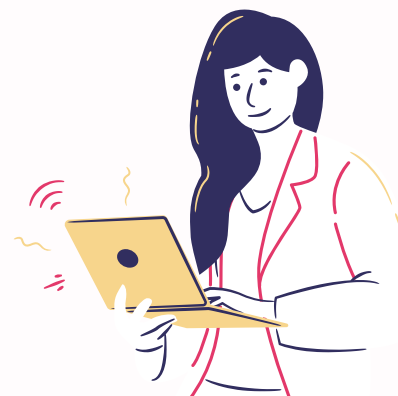
Quels types de posts ont été réalisé ? Pourquoi ? Comment ?

3/ Analyses - page 8

Quel est le taux d'engagements ? Le nombre de vues ? Le type de profil abonné à mes comptes ?

4/ Forces et faiblesses - page 12

Quelles sont mes réussites ? Qu'est ce qui est à refaire ? Quels sont mes échecs ? Comment les éviter ? Pourquoi ça n'a pas marché ?



Les différents liens :

Instagram : <https://www.instagram.com/maurynemty.pro/>

trello :

<https://trello.com/invite/b/8xb6pmFu/ATTII2e54df826edb601a05b7344ea09a077D65F303D/ppp-tschain>

1. CIBLES

1. Cibles

Avec mon plan de communication, je souhaitais toucher toute personne partageant les mêmes passions que moi. Il m'était important de pouvoir rencontrer et échanger avec des personnes possédants les mêmes centres d'intérêts.

De plus, étant étudiante en deuxième année à l'IUT MMI, je souhaitais, à travers ce plan de communication, pouvoir mettre en avant mes compétences dans les différents domaines du multimédia. En effet, je souhaiterais exercer un métier en lien avec mon parcours scolaire. Actuellement avec les spécialités création numérique, j'aime la communication, l'audiovisuel ou encore le graphisme. Ma cible s'étendait donc à tout recruteur voulant accéder à mes réalisations pour comprendre et voir mes différentes compétences et marquer mes passions.

J'ai donc décidé, après plusieurs analyses, de me pencher sur le réseau social Instagram.



Pourquoi Instagram ?

Instagram est très populaire et actuelle dans le domaine de la communication. Sur ce réseau, ma cible principale est présente (des passionnés par le domaine). Je peux apparaître dans les recommandations de profils similaires et ainsi nous pouvons être amené à échanger. Sur Instagram, je peux poster de tout (photos, vidéos, reels, stories...), cette liberté me permet donc de montrer mon intérêt dans ce large domaine qu'est le multimédia. Réaliser des quiz, m'amuser à réaliser des posts et des stories attrayantes, il n'y a rien de mieux pour montrer mes compétences et attirer ma cible.

Et les autres réseaux sociaux ?

De nombreux réseaux sociaux existent. Tous peuvent être utiles mais aucun autre ne m'attirait en particulier pour toucher ma cible. En voici les raisons :

- Facebook : les passionnés de graphisme et communication sont moins présents et les spectateurs peuvent être plus âgés donc moins d'opportunité pour rencontrer et discuter avec des personnes
- Tik tok : Tik tok ne propose pas le contenu visuelle et rédactionnelle que je cherchais.
- Twitter : Twitter ne prend pas cette idée de "story" pour se rapprocher de sa cible et je connais peu le média. Je ne voulais pas toucher une application que je ne maîtrisais pas.

Et LinkedIn ?

LinkedIn correspond aussi à ma cible. Il est tourné davantage vers le professionnel mais aurait pu m'apporter tout autant d'échanges intéressants qu'Instagram. Cependant, j'ai réalisé la charge de travail qu'était LinkedIn et Instagram. Les deux confondus auraient été trop compliqué à gérer.

Je trouvais ça inutile et une perte de temps de poster le même contenu sur deux réseaux. J'ai donc préféré me tourner vers un seul et unique réseau social pour ce plan de communication : Instagram.

D'un point de vue personnel, j'utilise néanmoins aussi LinkedIn. J'y poste des recherches de stage, mon CV... Cependant je ne possède aucun calendrier éditorial particulier, il n'est donc pas très judicieux de le présenter dans ce rapport.

Mon profil Instagram :

J'ai donc créé mon compte Instagram le 18 novembre 2022. Voici le nom d'utilisateur, un aperçu du compte et un QR code pour y accéder :



nom d'utilisateur : @maurynemty.pro



2. CONTENUS RÉALISÉS

2. Contenus réalisés



Instagram est réputé pour ses différents formats médiatiques. Il existe les stories, les reels, les IGTV, les posts... De mon côté, j'ai décidé de privilégier les posts et les stories. Ce sont deux contenus facilement mis en avant car tout le monde les regarde régulièrement. De plus je les maîtrise et ils me permettent de mettre en avant ce que je souhaite. Concernant les reels, je compte en poster mais pour le moment, aucun n'est encore visible sur mon compte.

Concernant les **posts** Instagram :

Quand ? Je réalise des posts tous les mercredis. Les posts sont un élément essentiel pour aider un compte Instagram à grandir. Il est donc important d'être régulier. 1 post par semaine reste convenable pour garder un lien avec des abonnés. Cela me permet également de travailler les posts et donc de poster du contenu de bonne qualité. Ces posts sont variés pour rester attractifs et proposer du contenu inédit.

Comment ? Je privilégie le support selon le type de post. Concernant mes mockups et présentations de réalisations, je les réalise avec le logiciel Photoshop. A l'inverse, pour les posts "inédits" (exemple : tips de graphisme) je les réalise sur Canva. Cela permet de rendre mes posts "jolies". Canva est également simple d'utilisation. J'essaye de garder une identité visuelle cohérente sur tous mes posts. Ils possèdent la même typographie : "Anton"

aAbBcCdDeEfFgGhHiIjJkKlLmMnNoOpPqQrRsStTuUvVwWxXyYzZ
0123456789

Pour les couleurs je reste sur du jaune, qui rappelle le soleil et son énergie positive, et un fond gris pour les mockups :



#f7d58c



#e8e8e6

Enfin, pour chaque post, j'y rédige une description complète et détaillée. Des émojis me permettent de trier en parties la description pour expliquer : le contexte de la réalisation, comment je l'ai réalisé et qu'est ce que cela m'a apporté. J'y mets également plusieurs hashtags à la fin. Ces hashtags me permettent d'être plus visibles. J'y mets donc ceux "tendances" et ceux en lien avec mon post.

exemple d'une description d'une réalisation :



maurynemty.pro 🏠 Réalisation d'un site d'agence à l'aide du CMS Wordpress - Mai 2022 (MMI1).

J'ai réalisé ce site, avec un groupe de projet composé de 6 personnes, dans le cadre d'une SAE.

📌 Le but était de créer une agence fictive de développement Web et de développer sa communication. Nous devions également créer un site Web via Wordpress pour présenter les services de notre agence. Notre agence se nomme donc Ask ip et propose des services étendus dans le domaine du développement Web.

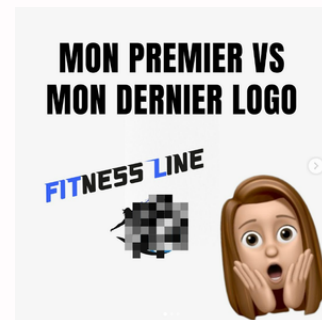
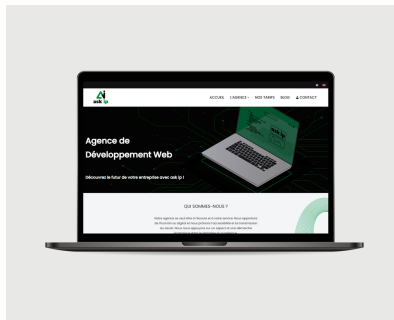
➕ Ce site m'a permis de développer mes compétences sur le CMS WordPress. J'ai appris à utiliser plusieurs plugins tels que Elementor, Yoast ou encore WP Mail SMTP. Ce site est hébergé via Ionos.

Lien vers le site Web ask ip : www.askipagency.com

#butmmi #etudiant #multimedia #askip #developpementweb
#web #visualcode #wordpress #elementor #ionos #projet

Quoi ? J'ai différents types de contenu :

- On y retrouve certaines de mes réalisations.



- Des conseils en graphisme avec par exemple le post suivant :



- D'autres types de posts pour varier le contenu et en apprendre plus sur moi.



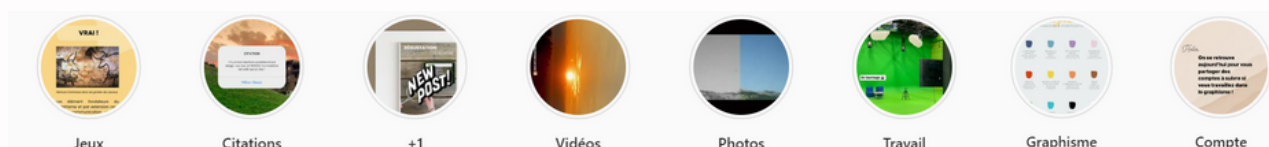
Concernant les **stories** Instagram :

Quand ? Je réalise des stories le plus régulièrement possible. J'essaye d'en poster 2 à 3 fois par semaine. Ces stories me permettent de garder un lien permanent avec les abonnés. Elles vont permettent d'interagir avec les abonnés et donc de les garder actifs.

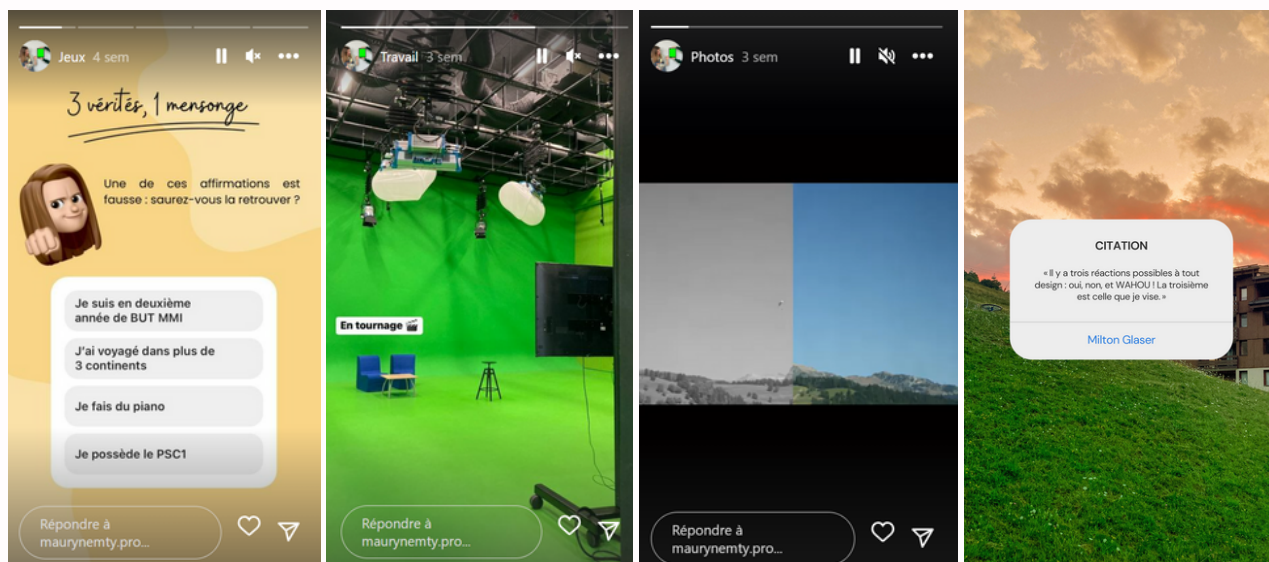
Comment ? Pour réaliser mes stories j'utilise principalement Canva. Je propose ainsi des stories de bonnes qualités, simples à réaliser. J'essaye, tout comme mes posts, de garder une identité visuelle (je récupère les mêmes couleurs que les posts). Cependant, je me laisse la liberté de réaliser des stories qui me plaisent et qui sortent de ce que je poste d'habitude. Elles sont ainsi plus humaines et naturelles.

Quoi ? Mes stories sont diverses et variées. J'y poste des jeux pour interagir avec les abonnés et avoir leurs avis ou leur apprendre des choses. Je post des moments de travail pour montrer dans quelles conditions je travaille. Je poste aussi des travaux et réalisations par ci par là. Je me laisse vraiment la liberté de poster ce que je veux pour qu'elles soient originales et donnent envie d'être vu. De plus, ça m'amuse de les réaliser.

Mes stories Instagram sont visibles n'importe quand grâce aux catégories "Story à la Une" triées par thématique.



Exemples de stories :



3. ANALYSES

3. Analyses



Analyser son engagement, son audience, rien de mieux pour savoir ce qui a fonctionné et ce qui a moins fonctionné. On fait donc un bilan des chiffres de ces 30 derniers jours. Pour comprendre l'impact de mes publications, nous allons d'abord nous intéresser à l'évolution globale du compte en comparant les données analytiques du premier et du dernier post. Par la suite, nous analyserons en détail chaque post/story.

Taux d'engagement entre mon premier et dernier post :

NB : je considère la première publication étant celle du 30/11 car je n'avais pas activé les données analytiques sur celle du 23/11 – je n'ai donc aucun chiffre sur celle-ci.

- Premier post (23/11/22) : $((38/238)) \times 100 = 16,97 \%$
- Dernier post (04/01/23) : $((30/73)) \times 100 = 41,10 \%$

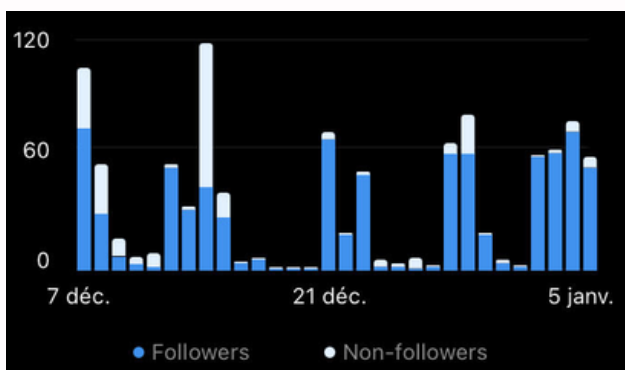
Donc mon taux d'engagement a évolué. Il y a moins d'impressions mais le nombre de likes montre l'intérêt que porte les spectateurs sur la publication.

Découverte ⓘ		Découverte ⓘ	
186		57	
Comptes touchés		Comptes touchés	
77 % ne suivait pas mauryenty.pro		19 % ne suivait pas mauryenty.pro	
Impressions	238	Impressions	73
Depuis le profil	182	Depuis la page d'accueil	56
Depuis la page d'accueil	44	Depuis le profil	10
Depuis les hashtags	8	Depuis les hashtags	5
Autre	4	Autre	2

Screenshot données analytiques posts

A gauche on retrouve les données analytiques de la première publication, à droite celles de la dernière. On remarque que les hashtags fonctionnent bien. De plus en plus d'abonnés likent mes posts, ils sont donc actifs. L'impression sur la page d'accueil a augmenté, ainsi mon post passe dans les fils d'actualité ce qui est un très bon point.

Cependant, je possède moins d'interactions dans la globalité (surtout au niveau "depuis le profil"). Cela s'explique car à la création du compte, Instagram met en avant les nouveaux comptes auprès des personnes qui pourraient être intéressés par mon contenu. Il y a donc plus d'impressions au début.



Evolution de l'interaction au cours des 30 derniers jours

Ce graphique montre qu'au cours des 30 derniers jours, il y a une augmentation de compte touché à chaque post. Par rapport au mois dernier, j'ai augmenté de 137% au niveau des interactions. Audience qui réagi représente 35% de followers et 22% de non followers.

Quel contenu marche le plus ?

Analyse globale des posts :

Quels sont les posts ayant le plus de likes ?

- Présentation Maquette graphique
- "Mon premier vs mon dernier logo"
- "Retour en photos sur un évènement réalisé durant mon stage"

On voit ici que tous ces posts sont variés. Ils ne se rassemblent pas en un thème. Je peux donc en conclure que les abonnés aiment bien différents style de posts. Je peux donc continuer à varier mes publications comme je le fais.

Le post ayant suscité le plus de commentaires est "3 erreurs à ne pas reproduire quand tu veux créer ton propre logo". Je peux donc en conclure que mes abonnés et personnes tierces (non abonnés) ont aimé ce contenu. C'est à retenir pour une idée de prochain post.



Analyse globale des stories :

Les stories ayant été les plus visionnées sont :

- Quand je montre le fond vert (54 impressions)
- Ma stories vidéos mémoires de mon voyage (45 impressions)
- Sondage "quel type de post voulez-vous voir mercredi ? (38 impressions)

Ici encore, les stories les plus vues sont diverses. Je peux donc continuer de proposer des stories variés. Cependant les sondages et jeux sont à priorisés car elles permettent d'interagir avec l'abonné, je trouve ça essentiel.

Les stories les moins regardés sont celles "+1 post". Je préfère néanmoins les garder pour augmenter le taux de visionnage de mes posts.

Chiffres sur les stories :

En moyenne, mes stories génèrent 38 vues. C'est donc une bonne moyenne face à 55 abonnés : mes abonnés sont plutôt actifs. Plus de la moitié regardent régulièrement mes stories.

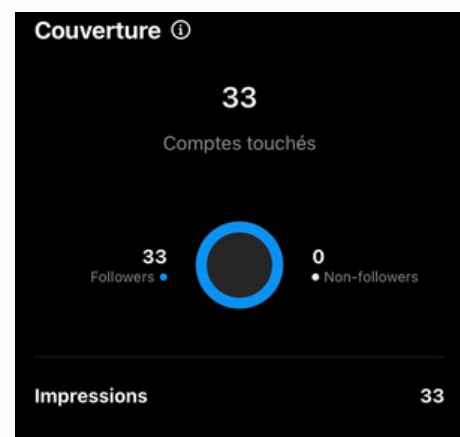
De plus, concernant les stories sondage, on y retrouve de bons chiffres :



Exemples de stories sondage

Les personnes interagissent et répondent aux sondages. En moyenne, 60% des spectateurs participent. Ce genre de stories est donc très intéressant.

Voici, par exemple, les données analytiques sur ma dernière story (réalisée le 3 janvier). On retrouve 33 couvertures. Or je possède 55 abonnés. Donc, 60% de mes abonnés ont vu la story.



Screenshot données analytiques story

4. FORCES ET FAIBLESSES

4. Forces et faiblesses



4.1 Forces

1. L'originalité de mes posts/stories :

Durant ces 2 mois de communication j'ai essayé de varier au maximum mes publications. J'ai proposé divers types de contenus qui me faisaient plaisir et je cherchais également à faire plaisir et interagir avec le spectateur. J'ai cette impression que cela a fonctionné et que j'arrive à sortir de ce que l'on voit habituellement pour proposer du contenu inédit.

Je pense par exemple au post : "3 erreurs à ne pas reproduire quand tu veux créer ton logo". J'ai d'abord cherché un titre accrocheur. Pour cela, je me suis appuyée sur les publications tendances. Les carrousels donnant l'envie d'être regardé commence souvent par "3 tips...", "5 choses...". Le chiffre rassure car la publication paraît rapide de lecture. Après avoir trouvé un titre accrocheur il me fallait une idée. Je voulais toucher ma cible en cherchant des petits passionnés de graphisme en leur apprenant quelques choses de nouveau. J'ai pensé au fait qu'on donne souvent des astuces pour créer un logo mais jamais des erreurs à ne pas faire. Et voilà ! J'avais mon sujet !

J'ai eu beaucoup de retour positif sur ce post. Preuve que cela a marché.



Exemple de commentaires sous un post

2. Ma régularité :

Ma régularité fait également parti de mes réussites. J'ai réussi à tenir mon rythme d'un post par semaine sur Instagram et de réaliser des stories régulièrement. Cela me permet de garder mes abonnés actifs et de minimiser ma perte de taux d'engagement.

Ma charge de post et de story a donc été très bien sélectionné. 1 post par semaine me permet d'avoir le temps de le préparer, d'y réfléchir et de le réaliser. Je peux donc poster du contenu de qualité tout en restant régulière et active.

Pour les stories, à l'inverse, je suis moins régulière, c'est à dire qu'il n'y a pas de jours particuliers. Mais le fait de poster au moins 2 stories par semaine me permet de garder un contact avec les abonnés.

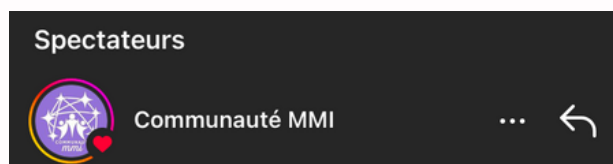
Grâce à mon trello, je serai apte à proposer du contenu toujours régulièrement et de bonnes qualités.

3. Mes stories :

Interagir avec d'autres comptes, voilà ce qui m'a beaucoup aidé. J'ai fait des stories où le spectateur pouvait choisir un choix, cela apporte donc plus de vues et créer une interaction avec le spectateur.

Les sondages ont montré de bons résultats. Voir que près de 60% des spectateurs y participent montre l'engagement de ces derniers. Avec ces sondages, on peut donc en apprendre davantage sur moi et sur le graphisme. C'est une manière originale de montrer mes compétences sous une autre forme que celle des posts.

De plus, j'ai décidé sur certaines stories d'identifier des comptes qui me plaisaient. Grâce à cela, ils ont pu voir mon contenu et liker certains de mes posts. Cela m'a rapporté quelques vues et j'ai pu interagir avec ces personnes. Ils sont au plein cœur de ma cible, c'est donc une véritable victoire.



Réaction d'un compte tierce car je les avais identifié

4. Forces et faiblesses



4.2 Faiblesses

1. Manque de temps :

J'ai beaucoup parlé du fait que la régularité de mes stories et posts me permettent d'avoir le temps de les réaliser et qu'ils soient de bonnes qualités. Cependant, je n'ai pas dit toute la vérité...

Avec la charge de travail parfois conséquente. J'oublie de réaliser mes posts et stories, cela traîne et je me retrouve donc le jour J sans rien à poster. Il m'est arrivé beaucoup de fois d'être prise de cours pour poster mes posts le mercredi (surtout pendant les périodes de fêtes).

Il est donc important que je sache m'organiser avant et en amont. Peut-être réaliser mes posts et stories de la semaine le week-end, me permettrait d'être plus tranquille.

2. Des fautes d'orthographe :

De plus, il m'est arrivé de poster des stories contenant des fautes d'orthographe ou de frappes. Le problème étant que je mentionnais des comptes ou autre et je ne pouvais plus les supprimer car ces derniers les avaient vu, liké et partagé. Il est donc important que je prenne l'habitude de bien relire mes posts et les faire peut-être vérifier par une personne tierce. En effet, on ne voit pas parfois certaines fautes de frappe sans s'en rendre compte.

3. Ne pas faire des screenshots des données analytique :

Je me suis aperçue trop tard que les données analytiques des stories disparaissaient après les 24h écoulés. En effet, comme les posts, je pensais pouvoir y accéder quand je le souhaitais. Et bien non... Il est donc important que je prenne l'habitude de screener les données analytiques de mes stories avant les 24h écoulés pour analyser mes chiffres correctement.

Les différents liens :

Instagram : <https://www.instagram.com/maurynemty.pro/>

trelo :

<https://trello.com/invite/b/8xb6pmFu/ATTI12e54df826edb601a05b7344ea09a077D65F303D/ppp-tschain>

