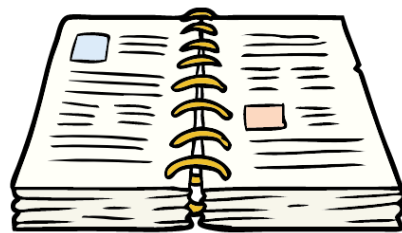


Hashtagram :

Organisateur de hashtags pour Instagram

Mode d'emploi



Qu'est-ce que l'organisateur de hashtags Instagram ?

L'organisateur de hashtags est un tableau Excel conçu pour vous aider à utiliser les hashtags de manière stratégique, pour apporter plus de visibilité à votre contenu Instagram et atteindre plus facilement vos objectifs.

L'organisateur de hashtags est composé de trois onglets :

- Le premier onglet intitulé « Référentiel de hashtags » regroupe plus de 400 hashtags en français. Ces hashtags

sont répartis en 6 catégories et classés par ordre croissant de publication : de +1000 à +1 million de publications

- Le deuxième onglet intitulé « Mes catégories de hashtags » est divisé en 5 catégories de hashtags à utiliser pour son marketing Instagram selon son domaine d'activité et selon sa localisation
- Le troisième onglet intitulé « mes groupes de hashtags » va vous permettre de constituer vos groupes de hashtags.

Comment utiliser l'organisateur de hashtags ?

Pour commencer faites une copie de sauvegarde du tableau Excel (au cas où, vous feriez une mauvaise manipulation et pour éviter de perdre vos données).

Référentiel de hashtags :

Piochez dedans pour trouver des hashtags en rapport avec le contenu de vos publications ou un sujet que vous abordez dans vos publications.

Si vous vendez des produits physiques, vous pouvez piocher des hashtags dans les catégories suivantes :

- Entreprise
- Entreprenariat féminin
- Made in France

- Développement personnel (si les hashtags sont ceux que votre client idéal utilise).

Une bijoutière pourrait utiliser, par exemple, des hashtags en rapport avec l'estime de soi et le bien être :
#oserêtresoi #changerderegard #estimedesoimême
#çafaitdubien

Si vous êtes prestataires de services, vous pouvez piocher des hashtags dans toutes les catégories. Veillez tout de même à choisir les plus pertinents par rapport à votre contenu.

Pensez à vérifier sur Instagram, au moins une fois par mois, le nombre de publication des hashtags du référentiel, que vous allez utiliser. Il faut régulièrement mettre à jour ces données car ce nombre peut évoluer rapidement en fonction de la popularité du mot clé.

Mes catégories de hashtags :

Vous devez ici, déterminer les hashtags que vous allez intégrer à votre stratégie de visibilité.

Ces hashtags doivent être en lien avec votre industrie, votre activité dans cette industrie, également appelé « niche » et votre localisation, si vous avez un emplacement physique (mais même si ce n'est pas le cas, vous pouvez quand même ajouter des hashtags géographiques, vous pouvez aussi être trouvé par ce biais).

Exemple pour une couturière :

Hashtags de l'industrie :

#couturiere #coudre #couturiereprofessionnelle

Hashtags de niche :

#couturebébé #lingettesbebe #cadeaudenaissancefaitmain

Hashtags géographiques :

#villedeparis #coutureparis #coudreparis

Nb : si vous avez un commerce sur paris, ne mettez pas le #paris qui est trop concurrentiel mais essayez de chercher des hashtags plus petits sur lesquels vous avez plus de chance de vous positionner. Il suffit simplement de taper des mots clés dans le moteur de recherche d'Instagram et de voir ce que ça donne. Si le mot clé ou l'association de mots clés est compris entre +1000 et +1 million, alors notez-le dans votre tableau !

La section « hashtags saisonniers » est déjà pré-remplie avec les hashtags correspondant aux gros événements de l'année et pouvant impacter votre business.

Mes catégories de hashtags :

L'objectif ici est de vous permettre de constituer des groupes de 30 hashtags, à utiliser alternativement, selon le contenu de votre publication et/ou les sujets que vous abordez.

Ces hashtags seront à piocher, selon vos besoins, dans le référentiel et dans l'onglet mes groupes de hashtags (avec les hashtags que vous aurez trouvé selon votre domaine d'activité).

Vous n'êtes, bien sûr pas obligé de constituer des groupes de 30 hashtags (mais si vous pouvez c'est mieux, pour augmenter votre chance d'être trouvé par votre client idéal). L'essentiel est d'utiliser des hashtags que votre cible recherche et utilise et qui décrivent clairement le contenu de vos publications.

Dans l'onglet, vous avez une base de 3 groupes de hashtags mais vous pouvez en déterminer plus. Pour ce faire, il vous suffira simplement de faire une copie de l'onglet « mes groupes de hashtags » dans une autre page.

Maintenant, à vous de jouer !