



Instagram pour les nuls

Une présence sur Instagram mérite autant d'attention que vous pourriez en porter pour votre page Facebook ou Twitter et pour les lesquelles nous reviendrons dessus dans un prochain article.

Dans un premier temps, trouvez un nom qui se rapproche le plus de votre activité ou, idéalement, un nom similaire à celui que vous utilisez déjà sur vos autres réseaux sociaux. Ajoutez quelques photos pour démarrer et le tour est joué.

En tant que propriétaires de foodtrucks, vous devez bien garder à l'esprit que votre clientèle accorde de plus en plus d'attention à votre présence sur les réseaux sociaux en dehors de leurs heures de bureau ou hors de leur domicile. En conséquence, rien ne sera plus efficace pour les entrainer devant votre camion que de poster des photos alléchantes de vos plats en cours de préparation au moment le plus opportun.

Les 4 recommandations pour maximiser le potentiel de votre compte Instagram.

Exclusivité

Votre compte a pour objectif principal de proposer des offres exclusives et d'offrir à vos clients un coup d'oeil dans votre cuisine. L'expérience se doit d'être engageante et originale tout en maîtrisant les impératifs de la modération.

De L'exclusivité et l'instantanéité de notre société découle une volonté farouche pour les consommateurs de posséder ce que les autres ont (je vois une longue queue devant un foodtruck, je veux en être) mais aussi de le posséder avant tout le monde (je veux être décideur et non suiveur). Poster la photo d'un nouveau plat sur Instagram participe de cet élan gastronomico-élitiste.

En vous suivant sur vos réseaux sociaux, vos clients vont exiger un traitement exclusif. L'absence de cette relation privilégié les pousseront à délaisser votre compte pour la concurrence. Gardez en tête que les applications et les réseaux se multiplient alors que le temps de vos clients est incompressible. Ils feront le tri d'eux-même...

Avec Instagram, vous pouvez imaginer ainsi poster une photo d'un de vos plats que vos clients vous présenteront et grâce à laquelle ils bénéficieront d'un rabais.



En ne permettant d'accéder à ces offres que via Instagram, vous fidéliserez vos clients. Prenez garde à ne pas renouveler ces offres quotidiennement au risque d'en faire non plus une exclusivité mais un du...

Autorisez un accès à vos coulisses

Instagram n'a pas toujours été un outil publicitaire pour les marques. L'application s'est faite connaître en permettant aux particuliers de poster leurs photos personnelles. Il me

paraît donc pertinent de continuer à utiliser l'application comme un outil de partage et non purement d'aide à la vente.



De belles photos de l'intérieur de votre camion (prenez le temps de le nettoyer avant...) et de votre staff (avec le sourire...) seront particulièrement productif dans votre dynamique de marketing relationnel.

Etablir le contact avec vos clients

Vos clients vous suivent ? Alors pourquoi ne pas leur rendre la pareille ? Suivez le et n'hésitez pas à poster des commentaires sympas sur leur profils. Plus vous en apprendrez sur vos clients, plus vous serez en position de poster des photos qui susciteront leur intérêt.



Avec modération

Instagram n'est pas Twitter. Autant vous pouvez poster toutes les heures sur Twitter, autant vous devriez vous garder de bombarder vos followers de nouveaux posts sur Instagram. Prenez le temps de travailler vos photos et privilégiez la qualité.

Nicolas Romer