

# Les Story



Sache qu'aujourd'hui 80 % de la conversion se passe en story

*Une bonne story, qu'est ce que c'est?*

- Être authentique, les gens ne cherchent pas la perfection ils cherchent l'authenticité (éviter les filtres autant que possible)
- Ton audience adore l'immersion (vidéo de ton bureau, de tes outils de travail....)
- Il faut créer un équilibre entre les face caméra, les visuels, les story de valeur et les story Business
- Faire 50% de story de valeur (conseils, astuces ... il faut apporter de la plus-value à vos clients ou prospects) et 50% Business
- Un élément Business par jour au minimum
- Ne pas mélanger plusieurs produits en story sur 1 journée
- Faire entre 5 et 10 story par jour

*10% de ton audience*

Seulement 10 % de ton audience voit tes story et même si sur tes statistiques rien ne bouge, ce ne seront jamais les mêmes personnes.

A savoir qu'une personne doit voir ton contenu environ 7 fois avant de consommer!

Pour savoir où tu en es, fais le point chaque semaines dans tes statistiques, cela te permettra de voir combien de comptes tu touches, les story les plus regardées afin d'affiner ta stratégie digitale (les statistiques peuvent être vues sur 30/14 et jours)

**IMPORTANT:** Noter cela chaque semaine pour voir l'évolution !

# Les Story



## La Programmation

Programmer c'est bien mais programmer stratégiquement c'est mieux!

Les heures stratégiques pour les story sont:

- De 6h à 7h
- De 12h à 13h
- De 21h à 22h

La programmation c'est ok mais par contre avec parcimonie, 30% maximum et surtout vérifier dans les statistiques pour voir si c'est ok.

Pour programmer il y a plusieurs outils disponibles :

- Méta Business Suite
- Canva

## Organisation

Afin de ne pas perdre de temps lors de la création de tes story, pense à faire une planche Canva avec des visuels prêts à l'emploi.

Ces visuels il faudra les renouveler de temps en temps afin que ton audience ne se lasse pas.

Il est important que sur ces visuels mais aussi sur tes face cam, il y ai un CTA (appel à l'action).

## CTA (Appel à l'action)

Ne pas mettre de CTA dans les story revient à faire du bénévolat car il n'y aura pas de conversion.

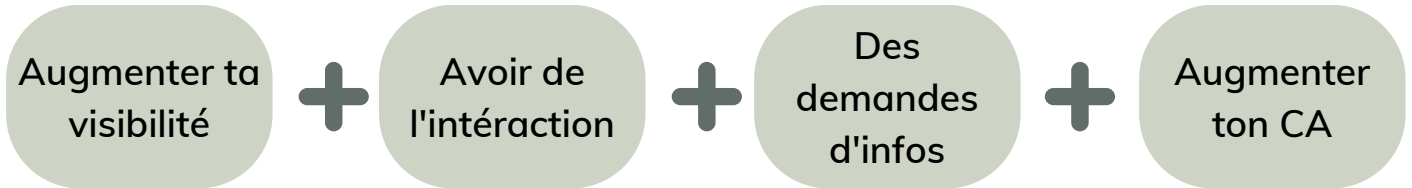
Il est donc important de mettre des CTA à la fin de chaque visuel et chaque story business (Ex : démarre maintenant, écris-moi en MP, prendre rdv en MP, infos en MP ...)

Il faut prioriser un renvoi en MP, cela permettra de récupérer le contact directement et non de l'envoyer sur un lien externe qui ne vous permettra pas de voir qui est intéressé par vos story.

# Les Story



## L'objectif des story



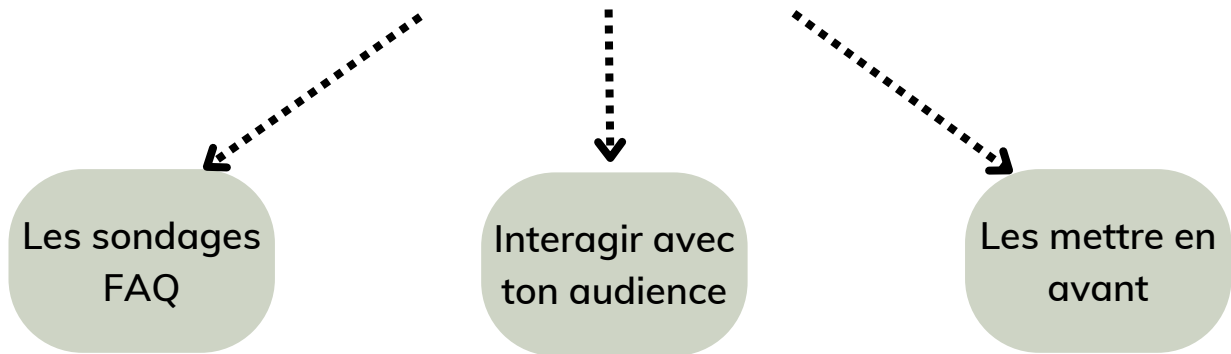
Surtout, il ne faut pas faire l'erreur de faire plus de contenu de qualité sur le feed qu'en story.

Et faire des story inédites qui n'auront pas comme point de départ un post, un réel ou un carrousel.

L'astuce si tu manques d'idées, est de recycler ton contenu !



## Pour créer du lien avec ton audience



Pour connaître ton audience et ce qu'elle aimerait voir dans tes story

Aller Liker et Commenter des profils qui vous intéressent sur leur feed et en story

Les story à la une sont indispensables (Job, qui je suis, produits, FAQ, avis clients ...)

*Maintenant passe à l'action, regarde et analyse tes story sur 24h pour mettre en place ou améliorer ta stratégie !!!*