



Module 2

UN PROFIL INSTAGRAM QUI CONVERTIT



Optimisation du profil (*vitrine digitale*).

Ton profil Instagram **n'est pas là pour plaire**. Il est là pour rassurer.

*Quand une cliente arrive sur ton profil, elle ne te connaît pas.
En quelques secondes, elle doit comprendre si tu peux l'aider ou non.*

→ Si ce n'est pas clair, **elle repart**.



La photo de profil

La grande question : **LOGO** ou photo de **TOI** ?



En esthétique, la cliente choisit une **PERSONNE**

Elle cherche :

- une personne rassurante
- une présence humaine
- quelqu'un à qui elle peut faire confiance

—————> Le cerveau humain **fait confiance à un visage**, pas à un symbole.

✗ **Les limites du logo** en photo de profil

- est impersonnel
- ne crée pas de lien émotionnel
- fonctionne surtout pour de grosses marques
- rassure moins dans un métier de confiance

“Je ne sais pas à qui j’ai affaire.”

✓ **La photo de toi** fonctionne mieux

- d’humaniser immédiatement ton profil
- de créer une connexion émotionnelle
- de rassurer avant même le premier contact
- de projeter la cliente dans la relation

“Je vois qui va s’occuper de moi.”



La bio Instagram

Une bio efficace **ne parle pas de toi** —> Elle parle d'abord **de ta cliente.**



Une bio qui parle au **PROBLÈME**

La cliente doit se reconnaître immédiatement.

Une bio qui montre ton **EXPERTISE**

Une bio qui donne envie de passer à l'**ACTION**

Tu montres ton expertise par :

La cliente doit savoir :

ta spécialité

ta posture

ta manière de nommer le problème

quoi faire

où cliquer

pourquoi maintenant



STRUCTURE TYPE D'UNE B10 QUI CONVERTIT

Ligne 1 – Le problème / la cible

Ligne 2 – Ta spécialité / ton approche

Ligne 3 – La promesse réaliste / la transformation

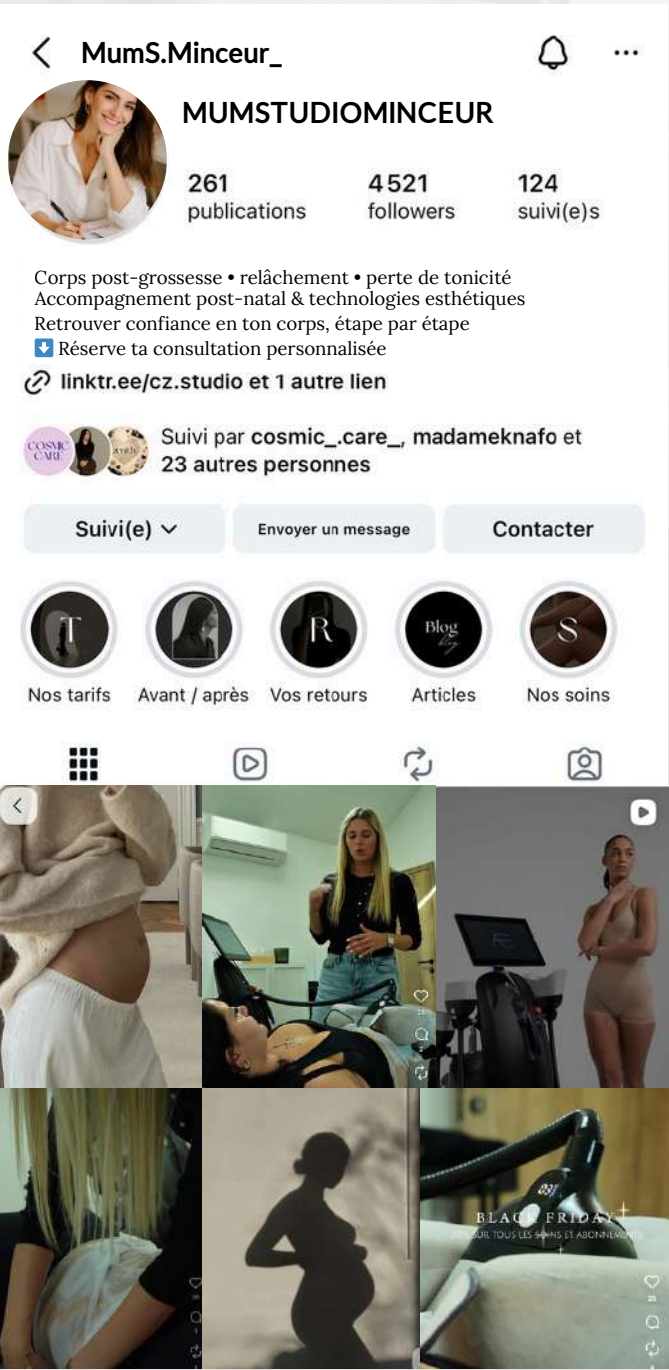
Ligne 4 – L'appel à l'action



Photo de profil pro et humaine.

Bio qui convertit en respectant les 4 points

Photo de couverture qui parle directement à la cible.



Nom qui parle à ta cible

Lien de réservation

Story à la une optimisée

