

Media de l'image: Pinterest VS Instagram

L'importance de l'image pour les entreprises n'est plus à démontrer. Elle est devenue le **vecteur d'émotions** le plus puissant pour sensibiliser et faire réagir le consommateur.

L'utilisation des images permet de mettre en avant son expertise, ses produits et ses services de manière efficace et sur différents supports.

Le visuel est au cœur de toutes les stratégies d'entreprise.

Dans ce contexte, prenons le temps de comparer **deux réseaux sociaux dédiés au visuel** et leur utilité.



Différences entre Instagram et Pinterest

	Instagram	Pinterest
Date de création	2010 (racheté par Facebook en 2012)	2010

<p>Utilisateurs *</p>	<p>– 400 millions d'utilisateurs actifs dans le monde – 5,5 millions de visiteurs uniques en France – 2/3 des utilisateurs sont des jeunes (18/29 ans)</p>	<p>– 100 millions d'utilisateurs actifs dans le monde – 2,7 millions de visiteurs uniques en France – 70% des utilisateurs sont des femmes</p>
<p>Chiffres clés *</p>	<p>– 80 millions de photos partagées chaque jour</p>	<p>– 54 millions d'épingles sont épinglées par jour</p>
<p>On y fait quoi ?</p>	<p>Instant + Télégram = Instagram Prendre des photos (ou vidéos) avec son mobile, y appliquer des filtres ou des légendes, et les partager avec son réseau</p>	<p>Pin + Interest = Pinterest Epingler des images dans des tableaux thématiques (album) pour mutualiser et partager des centres d'intérêt.</p>
<p>Avec quels supports</p>	<p>Les photos ne peuvent être chargées que depuis l'application mobile.</p>	<p>25% ordinateurs 75% mobile</p>

Intérêts	<ul style="list-style-type: none"> - Donner une image plus authentique, moderne et créative à l'entreprise <ul style="list-style-type: none"> - Partager une expérience - Informer de manière informelle - Engager la communauté (engagement moyen est 15x plus élevé que sur Facebook) et converser à travers les commentaires - Instantanéité, en mettant en image le quotidien 	<ul style="list-style-type: none"> - S'inspirer en découvrant de nouveau contenu - Apprendre et collaborer à travers des contenus « utiles » (infographie, article blog...). <p>Possibilité d'inviter un utilisateur à publier sur un de vos tableaux</p> <ul style="list-style-type: none"> - Créer du trafic sur le site web (2/3 des contenus épinglés sur Pinterest proviennent de sites web d'entreprises) - Promouvoir ses produits, travaux... et organiser les visuels par thématique (ex : collections, saisons...)
Sujets	Mode, arts, photographie, loisirs, vie quotidienne...	Décoration, mode, cuisine, beauté, bricolage, design, marketing...
Formats d'images	Carré sur le profil Le formats portrait et paysage sont possible sur le fil d'actualité des utilisateurs.	Format portrait de préférence
Interactions aux publications	J'aime, partager, commenter	J'aime, partage, commenter

Abonnement	Abonnement à un utilisateur	Abonnement à un utilisateur Abonnement à un tableau
Hashtags	Très nombreux sur une publication (jusqu'à 30)	Peu utilisés
Compte	Un seul type de compte pour les utilisations personnelles ou professionnelles	Compte : pour une utilisation personnelle Compte business : pour une utilisation professionnelle
Visibilité	Public Le mode « privé » permet de montrer les photos aux abonnés uniquement. Affichage Chronologique	✗
Publicité	✓	✓ Pas encore en France

Quels réseaux choisir pour partager ces images ?

En conclusion, chacun des deux réseaux **touchent des cibles différentes** et ont leurs propres fonctionnalités. Le choix se fera donc en fonction de votre **public cible**, votre **stratégie de contenus web** et vos **ressources**.

Souvenez-vous que **Pinterest** peut vous aider à **créer du trafic et vendre**, **Instagram** à **améliorer votre notoriété et engager votre communauté**.

Auteur: Elodie GRAND

* *Source : Médiamétie/Instagram 09/2015*

Vous souhaitez que certains points abordés dans cet article soient approfondis ? Vous avez des questions, des contributions ?

N'hésitez pas à réagir en utilisant le formulaire ci-dessous « laisser un commentaire » !