



CHOISIR TES PLATEFORMES

ET COMPRENDRE LEURS ALGORITHMES



Facebook



Instagram



TikTok



LinkedIn



YouTube



Pinterest

TA PROMESSE DE FORMATION

Comprendre le rôle de six plateformes, leurs formats et leurs recommandations pour choisir où investir ton énergie.

TES OBJECTIFS EN BREF

Te repérer · Comprendre les bases · Trouver des idées
Choisir une priorité adaptée à ton entreprise

Ton prénom et ton nom

Ton entreprise

Avec Éloïse Jean · La Fille Colorée / Les Girlboss



01 / UNE CARTE POUR COMMENCER

Ton énergie a une adresse.

Tu n'as pas besoin d'être partout. Tu as besoin de comprendre où ton offre peut être utile.

Ce guide est pour toi si... tu démarres, tu hésites entre plusieurs réseaux ou tu publies sans savoir quel rôle donner à chaque plateforme. Il convient aux produits, aux services et aux activités; adapte les exemples à ton public.

	Facebook	Informar, échanger, réunir autour d'une communauté.	p. 4
	Instagram	Montrer une offre, une démarche et un univers visuel.	p. 5
	TikTok	Faire découvrir une idée par une démonstration directe.	p. 6
	LinkedIn	Partager une expérience dans un contexte professionnel.	p. 7
	YouTube	Répondre à une question et montrer une méthode en vidéo.	p. 8
	Pinterest	Rendre une idée visuelle repérable et mener vers une ressource.	p. 9

COMMENT UTILISER CE GUIDE

Lis les six fiches, puis consulte le comparatif et le mini-bilan. Les espaces de notes sont facultatifs. Lecture suggérée : 35 à 50 minutes, selon ton rythme.



02 / COMPRENDRE AVANT DE PUBLIER

Un algorithme, en clair.

Un système essaie de proposer un contenu pertinent à une personne, dans un espace précis.

LA MÊME PUBLICATION, DES EXPÉRIENCES DIFFÉRENTES

Chaque personne a ses intérêts et ses interactions. Un fil, une recherche et un espace vidéo peuvent donc proposer des contenus différents. [1, 2]

- 1. Des contenus possibles.** Le système identifie ce qui pourrait être montré.
- 2. Des indices de pertinence.** Il utilise des informations sur le contenu, la personne ou ses interactions, selon la plateforme.
- 3. Une sélection personnalisée.** Il classe ou recommande des contenus. Les règles et leur importance peuvent évoluer. [1, 2, 3, 5]

CE QUE TU PEUX TRAVAILLER

Un sujet compréhensible dès le début, une promesse tenue et une prochaine étape claire. Ce sont nos conseils de communication; ils ne constituent pas une formule officielle de classement.

Aucune heure, quantité de hashtags ou cadence ne garantit la visibilité. Un indicateur observé n'est pas automatiquement un facteur de classement. Une publication autorisée peut aussi être peu ou pas recommandée.

LE RAPPEL G.I.R.L.

Choisis l'intention principale de ton contenu.

G Génère de la visibilité

I Inspire la connexion

R Rayonne ton expertise

L Lance ton offre



03 / TA FICHE PLATEFORME

Facebook



Informér. Répondre. Créer des liens.

À QUOI ELLE PEUT TE SERVIR

Pertinent pour expliquer ton offre, annoncer une activité et poursuivre les échanges. Donne un rôle clair à chaque espace : ta Page présente ton entreprise; ton groupe rassemble une communauté; ton profil personnel garde sa propre identité.

QUOI PUBLIER

Photos et texte pour une information pratique; vidéo pour une démonstration; publication de groupe pour une vraie question. Vérifie les règles du groupe avant une promotion.

RECOMMANDATION / LES REPÈRES

Meta utilise plusieurs systèmes pour le fil, les groupes, les Reels ou les Stories. Les interactions, les préférences et les prédictions de pertinence participent à la sélection. Les signaux dépendent de l'espace. [1, 2]

EXEMPLE / TU VENDS UN PRODUIT

Montre deux formats de pochette et explique ce qui entre dans chacun. Termine par le lien de la collection.

EXEMPLE / TU OFFRES UN SERVICE

Présente le déroulement de ta consultation et réponds à une question fréquente avant la prise de rendez-vous.

À observer : les demandes utiles, les clics et les échanges liés à ton objectif, selon les statistiques disponibles.

Piège à éviter : confondre la taille de ton groupe avec le nombre de clientes rejointes.



03 / TA FICHE PLATEFORME

Instagram



Montrer ton univers. Faire comprendre ton offre.

À QUOI ELLE PEUT TE SERVIR

Utile pour donner à voir ton travail, des détails, des réalisations et la personne derrière ton entreprise. Un compte professionnel peut donner accès à des statistiques; examine les outils réellement offerts dans ton compte.

QUOI PUBLIER

Reel : un geste ou une démonstration. Carrousel : une idée en étapes. Stories : une coulisse et une question. Photo : un détail avec un contexte clair.

RECOMMANDATION / LES REPÈRES

Le fil, les Stories, Explore et les Reels ont leurs propres systèmes. Meta décrit des prédictions d'intérêt ou d'interaction à partir de plusieurs signaux. Une réaction ne garantit pas la diffusion suivante. [1, 2]

EXEMPLE / TU VENDS UN PRODUIT

En carrousel, présente une création portée, sa taille et ses usages. Une dernière image donne la prochaine étape.

EXEMPLE / TU OFFRES UN SERVICE

En vidéo, montre une étape de préparation; en Story, invite à consulter les détails de ton service.

À observer : la compréhension du message, les visites de profil, les enregistrements, les partages et les demandes utiles.

Piège à éviter : soigner le décor au point d'oublier ce que tu proposes.



03 / TA FICHE PLATEFORME

TikTok



Une idée claire, même pour une inconnue.

À QUOI ELLE PEUT TE SERVIR

Intéressant pour démontrer, répondre, raconter une expérience ou mettre une idée en situation. Choisis un compte et des options cohérents avec ton usage professionnel. Vérifie les droits du son pour ton contenu commercial.

QUOI PUBLIER

Une question précise, un geste visible et une réponse. Parle, montre l'objet ou illustre le problème. Ajoute du texte lisible et vérifie les sous-titres.

RECOMMANDATION / LES REPÈRES

TikTok décrit les interactions, les informations de la vidéo et certains réglages du compte comme familles de signaux. Le visionnement et les préférences aident à personnaliser Pour toi. Ce ne sont pas des pondérations fixes à appliquer. [3]

EXEMPLE / TU VENDS UN PRODUIT

« Est-ce qu'un grand téléphone entre dedans? » Montre-le sans détour, puis indique où trouver les dimensions.

EXEMPLE / TU OFFRES UN SERVICE

« Avant une séance photo, prépare ces trois choses. » Montre chaque élément avec un exemple concret.

À observer : les passages regardés, les questions précises, les visites de profil et les demandes liées à ton offre.

Piège à éviter : suivre une tendance qui rend ton message incompréhensible.



03 / TA FICHE PLATEFORME

LinkedIn



Une expérience utile dans un contexte professionnel.

À QUOI ELLE PEUT TE SERVIR

À envisager si tu veux rejoindre des partenaires, des clientes professionnelles ou des personnes liées à ton secteur. Ton profil porte ton expérience et tes échanges; une Page peut présenter ton entreprise. Le bon choix dépend de ton objectif.

QUOI PUBLIER

Un cas anonymisé, une décision expliquée, un apprentissage de projet ou une courte démonstration. Situe le contexte avant de donner ton point de vue.

RECOMMANDATION / LES REPÈRES

LinkedIn décrit en 2026 une meilleure compréhension des sujets et des intérêts professionnels à partir du profil et des interactions. Il annonce aussi des actions contre l'engagement artificiel et les publications qui sollicitent des réactions sans substance. [4]

EXEMPLE / TU VENDS UN PRODUIT

Explique un choix de matière ou de fabrication et son intérêt pour une commande d'entreprise.

EXEMPLE / TU OFFRES UN SERVICE

Raconte une difficulté de projet, la décision prise et ce qu'une autre entreprise peut en apprendre.

À observer : les échanges avec les bonnes personnes, les visites pertinentes et les demandes de collaboration.

Piège à éviter : copier un discours trop général qui efface ton expérience réelle.



03 / TA FICHE PLATEFORME

YouTube



Une question. Une explication qui tient la route.

À QUOI ELLE PEUT TE SERVIR

Utile pour un tutoriel, une réponse détaillée, une démonstration ou une série de vidéos consultables. Ta chaîne donne un point de repère à ton contenu. Choisis entre une explication développée et un Short selon la question à traiter.

QUOI PUBLIER

Un titre et une miniature qui annoncent fidèlement la réponse. Un début direct, des étapes visibles et des sous-titres relus. Une action cohérente à la fin.

RECOMMANDATION / LES REPÈRES

Les recommandations utilisent notamment l'historique, les recherches, les abonnements et les retours des personnes, dont des enquêtes de satisfaction. Les signaux varient entre accueil, À suivre et Shorts. La recherche tient aussi compte de la pertinence. [5, 6]

EXEMPLE / TU VENDS UN PRODUIT

Un tutoriel d'entretien de ton produit, avec les gestes à faire et les erreurs courantes.

EXEMPLE / TU OFFRES UN SERVICE

Une vidéo qui explique comment préparer un premier rendez-vous et ce qui se passe ensuite.

À observer : les questions traitées, la durée regardée, les sources de découverte et les actions utiles après la vidéo.

Piège à éviter : promettre une réponse dans le titre et la retarder inutilement.



03 / TA FICHE PLATEFORME

Pinterest



Des idées à trouver, à garder et à explorer.

À QUOI ELLE PEUT TE SERVIR

À considérer pour des idées visuelles, des inspirations, des tutoriels et des contenus reliés à une page utile. Un compte professionnel donne accès à Pinterest Analytics. Prépare des tableaux cohérents et une destination qui fonctionne.

QUOI PUBLIER

Une Épingle lisible, un titre précis, une description contextualisée et un lien cohérent. Montre une idée complète : usage, étapes, inspiration ou résultat.

RECOMMANDATION / LES REPÈRES

La découverte passe notamment par la recherche de mots et d'idées visuelles. Les suggestions sont personnalisées. Pour commencer, rends le sujet et la destination compréhensibles plutôt que de chercher une recette de classement. [7]

EXEMPLE / TU VENDS UN PRODUIT

Une image « Trois façons de porter ce bandeau », qui mène à la page des modèles présentés.

EXEMPLE / TU OFFRES UN SERVICE

Une fiche « Préparer sa séance de marque », qui mène à ton article ou à ta présentation du service.

À observer : les enregistrements et surtout les clics sortants si ton objectif est de mener à ton site. [8]

Piège à éviter : croire qu'une impression ou l'ouverture d'une Épingle est une visite de ton site.



04 / UNE IDÉE, PLUSIEURS ENTRÉES

Le même fond. Le bon format.

Exemple : aider une cliente à préparer une première commande personnalisée.

**Facebook**

Une photo + les trois informations à envoyer pour obtenir une réponse utile.

**Instagram**

Un carrousel : besoin, dimensions, échéance. Une idée claire sur chaque image.

**TikTok**

Une courte démonstration : « Avant de demander un prix, prépare ceci. »

**LinkedIn**

Un cas de commande professionnelle anonymisé et une décision expliquée.

**YouTube**

Une vidéo qui déroule la préparation avec un exemple complet.

**Pinterest**

Une fiche visuelle qui mène à ton guide ou au formulaire adapté.

Tu offres un service? Remplace la commande par une consultation, un atelier ou une demande de devis. Le fond reste utile; la durée, le cadrage et le ton s'adaptent au contexte.

LE RAPPEL G.I.R.L.

Choisis l'intention principale de ton contenu.

G Génère de la visibilité**I** Inspire la connexion**R** Rayonne ton expertise**L** Lance ton offre



05 / LIRE TES RÉSULTATS

Des chiffres qui veulent dire quoi?

Choisis une mesure en lien avec ton objectif avant de comparer les publications.

PORTÉE / AUDIENCE

Des personnes ou comptes rejoints, selon la définition de l'outil. Ne présume pas que ce sont toutes des clientes potentielles.

IMPRESSIONS / VUES

Des affichages ou des lectures selon les règles de la plateforme. Une même personne peut compter plus d'une fois.

INTERACTIONS

Commentaires, partages, enregistrements ou réactions : regarde aussi leur utilité et leur contexte.

VISIONNEMENT

Durée ou proportion regardée, selon l'outil. Repère où une explication devient moins claire.

CLICS / VISITES

Distingue une ouverture de contenu d'un clic vers ton site. Sur Pinterest, le clic sortant vise la destination. [8]

DEMANDES / VENTES

Les actions proches de ton objectif d'entreprise. Demande aussi comment la personne t'a découverte; tout n'est pas attribuable à un seul contenu.

OÙ REGARDER

Consulte les statistiques de ton compte ou les outils professionnels disponibles. Les libellés et définitions varient : ouvre l'aide de la plateforme avant de comparer des chiffres.



06 / TON AIDE AU CHOIX

Une priorité suffit pour commencer.

Mini-bilan facultatif : quelques lignes pour relier la lecture à ton entreprise.

Choisis selon **ton public, la question à laquelle tu réponds et le format que tu peux produire**.
Les fiches proposent des usages; elles ne réservent pas une plateforme à un type d'entreprise.

Ma cliente cherche quoi? Où m'a-t-elle déjà trouvée?

Ma plateforme prioritaire et la raison de ce choix

Un format réaliste et une prochaine étape à proposer

Tu peux simplement noter ces réponses dans ton téléphone. Le guide reste une ressource de consultation; aucun gros dossier d'exercices n'est requis.



07 / SI TU VEUX PASSER À L'ACTION

Un petit essai, sans pression.

Optionnel : essaie une idée, relis tes résultats et ajuste ta prochaine publication.

CHOISIS UN SEUL OBJECTIF

Par exemple : aider à comprendre ton service, obtenir une question précise ou mener vers une page. Prépare une idée principale et vérifie la destination.

AVANT

Choisis ta plateforme et un format. Note le sujet, l'action attendue et la mesure que ton outil permet de lire.

PUBLIE

Tiens ta promesse, réponds aux questions et conserve une copie de ton texte.

RELIS

Regarde les résultats à une date choisie. Compare des contenus d'âge similaire et des mesures de même définition.

AJUSTE

Garde ce qui aide les bonnes personnes; change un élément compréhensible, comme l'ouverture ou l'exemple.

Deux publications et peu de données donnent des pistes, pas une preuve de supériorité. Une période de 14 jours peut t'aider à organiser un essai; elle ne suffit pas toujours à conclure.

LE RAPPEL G.I.R.L.

Choisis l'intention principale de ton contenu.

G Génère de la visibilité

I Inspire la connexion

R Rayonne ton expertise

L Lance ton offre



08 / LES REPÈRES À RETENIR

Tu peux laisser les recettes miracles.

Lis d'abord les affirmations, puis consulte les réponses au bas de la page.

1. Tous les espaces d'une même plateforme utilisent exactement le même classement.

Vrai / Faux

2. Une publication doit tenir la promesse de son titre ou de son début.

Vrai / Faux

3. Beaucoup de vues prouvent qu'une publication a vendu.

Vrai / Faux

4. Il faut ouvrir six comptes pour bien utiliser ce guide.

Vrai / Faux

5. Les repères de classement peuvent évoluer.

Vrai / Faux

LE CORRIGÉ EXPLIQUÉ

1. FAUX. Le fil, la recherche et les espaces vidéo peuvent avoir des systèmes différents.

2. VRAI. C'est un conseil de communication utile, quelle que soit la plateforme.

3. FAUX. Les vues ne décrivent pas à elles seules les demandes ou les ventes.

4. FAUX. Tu peux comprendre les six réseaux et n'en choisir qu'un comme priorité.

5. VRAI. Consulte les ressources officielles si un outil ou un fonctionnement change.



09 / TON REPÈRE POUR LA SUITE

Tu choisis où tu veux rayonner.

Reviens aux fiches quand ton public, ton offre ou ton temps disponible change.

TON MÉMENTO

Une personne à aider. Un sujet compréhensible. Un format adapté. Une action possible. Un résultat à observer.

Pour recevoir ton badge « Repères numériques » et ton certificat d'initiation : confirme à l'équipe que tu as lu les six fiches et le corrigé. Indique simplement une plateforme que tu souhaites explorer et une raison liée à ton entreprise.

Tu peux envoyer ce court bilan à lafillecoloree@gmail.com. Aucune capture de statistiques ni information confidentielle n'est nécessaire.

TON MESSAGE, SI TU VEUX UN POINT DE DÉPART

« J'ai lu le guide et le corrigé. Je souhaite explorer [plateforme] parce que [besoin de mon public / format réaliste]. Mon nom d'inscription : [nom]. »

Après confirmation par l'équipe, retrouve tes téléchargements dans ton espace formation. Le certificat atteste ce parcours d'initiation et ton bilan de lecture; il ne constitue pas une certification officielle des plateformes.

LE RAPPEL G.I.R.L.

Choisis l'intention principale de ton contenu.

G Génère de la visibilité

I Inspire la connexion

R Rayonne ton expertise

L Lance ton offre

**10 / POUR RETROUVER LES EXPLICATIONS**

Les sources à garder sous la main.

Ressources officielles consultées le 18 octobre 2026. Les systèmes et les interfaces évoluent.

1 / Meta / Plusieurs systèmes de classement

[Ouvrir la ressource officielle](#)

2 / Meta / Signaux, prédictions et préférences

[Ouvrir la ressource officielle](#)

3 / TikTok / Les principes du fil Pour toi

[Ouvrir la ressource officielle](#)

4 / LinkedIn / Pertinence et échanges authentiques (2026)

[Ouvrir la ressource officielle](#)

5 / YouTube / Les recommandations

[Ouvrir la ressource officielle](#)

6 / YouTube / Recherche et découverte

[Ouvrir la ressource officielle](#)

7 / Pinterest / La recherche d'idées

[Ouvrir la ressource officielle](#)

8 / Pinterest / Les statistiques et les clics sortants

[Ouvrir la ressource officielle](#)

Les exemples, les usages suggérés et le mini-bilan sont des propositions pédagogiques Girlboss. Ils ne sont pas des règles officielles de classement. La ressource TikTok explique les principes de Pour toi; ses détails peuvent évoluer.

Logos de repérage : Simple Icons, version 13.21.0. Les marques appartiennent à leurs titulaires respectifs. Leur présence sert à identifier les plateformes abordées; aucun partenariat n'est annoncé.