



GUIDE OFFERT

Créer ta communauté sur TikTok et Instagram

La méthode pas à pas pour être suivi, créer du lien et transformer tes abonnés en clients

Par Crevilo

Pour : Passionnés, créateurs et indépendants qui veulent partager leur savoir-faire

Sommaire

- 1 Avant de commencer : une communauté, pas une audience
- 2 Trouver ton angle : pour qui, sur quoi, pourquoi toi
- 3 Un profil qui donne envie de s'abonner
- 4 TikTok : les formats qui font grandir
- 5 Instagram : attirer avec les Reels, fidéliser avec le reste
- 6 Écrire des accroches qui arrêtent le scroll
- 7 Un rythme de publication que tu peux tenir
- 8 Créer de l'interaction et fidéliser
- 9 Lire tes statistiques sans te prendre la tête
- 10 Les erreurs qui freinent ta croissance
- 11 Rester dans les règles
- 12 De la communauté au premier produit
- 13 Ton plan d'action sur 30 jours
- 14 Et maintenant : crée ton propre guide avec Crevilo

Avant de commencer : une communauté, pas une audience

Avoir des abonnés et avoir une communauté, ce n'est pas la même chose. Une audience regarde, puis passe à autre chose. Une communauté revient, commente, pose des questions, partage tes contenus à ses proches, et te fait confiance quand tu recommandes quelque chose. C'est cette confiance qui, un jour, te permettra de vivre en partie de ce que tu sais faire.

Bonne nouvelle : tu n'as pas besoin de centaines de milliers d'abonnés. Quelques centaines de personnes vraiment intéressées par ton sujet valent bien plus que des dizaines de milliers de curieux de passage. Ce guide t'explique comment les attirer, les garder et créer avec elles une relation durable, sur TikTok comme sur Instagram.

- Les signes d'une vraie communauté : des commentaires qui posent des questions, des messages privés, des partages et des enregistrements de tes publications.
- Les signes d'une simple audience : des vues, quelques « j'aime », mais peu d'échanges et presque aucun retour.
- Ton objectif dans ce guide : passer de la seconde à la première, à ton rythme, sans y passer tes soirées.

Astuce

Lis ce guide une première fois en entier, puis reviens au plan d'action sur 30 jours à la fin. Tu avanceras beaucoup plus vite avec une étape par semaine qu'en essayant de tout appliquer d'un coup.

Trouver ton angle : pour qui, sur quoi, pourquoi toi

Les comptes qui grandissent le plus vite sont ceux dont on comprend le sujet en trois secondes. « Je parle de tout ce qui me plaît » ne donne aucune raison de s'abonner. « J'aide les parents pressés à cuisiner pour la semaine en deux heures » en donne une, immédiate.

Pour trouver ton angle, complète cette phrase : « J'aide [qui] à [obtenir quel résultat] grâce à [mon savoir-faire ou mon expérience]. » Elle deviendra la base de ta bio, de tes vidéos et, plus tard, de tes produits.

1. Liste les sujets sur lesquels tes proches te demandent souvent conseil : c'est souvent là que se cache ton expertise.
 2. Pour chacun, note qui aurait le plus besoin de ce conseil : débutants, parents, étudiants, indépendants, retraités actifs...
 3. Choisis le duo sujet + public qui te motive le plus et sur lequel tu pourrais publier pendant un an sans t'ennuyer.
 4. Regarde cinq comptes qui parlent déjà de ce sujet : note ce qui te plaît, ce qui manque, et ce que tu ferais différemment.
 5. Rédige ta phrase « J'aide... à... grâce à... » et teste-la auprès de trois personnes : la comprennent-elles sans explication ?
- Cuisine : « J'aide les étudiants à bien manger avec un petit budget et une seule casserole. »
 - Sport : « J'aide les femmes de plus de 40 ans à reprendre le sport sans se blesser. »
 - Loisirs créatifs : « J'aide les débutants à coudre leurs premiers vêtements, sans patron compliqué. »
 - Productivité : « J'aide les freelances à s'organiser pour ne plus travailler le week-end. »

Astuce

Ta personnalité fait partie de ton angle. Ton humour, ton parcours, ta façon d'expliquer : c'est ce qui fait qu'on te suit toi plutôt qu'un autre compte sur le même sujet. N'essaie pas de copier le ton de quelqu'un d'autre.

Un profil qui donne envie de s'abonner

Quand une de tes vidéos plaît, beaucoup de spectateurs vont jeter un œil à ton profil avant de décider de s'abonner. Tu as quelques secondes pour leur dire ce qu'ils y gagneront. Un profil clair transforme bien plus de visites en abonnements.

☐ **Une photo de profil où l'on voit bien ton visage**

Lumineuse, cadrée serré, reconnaissable même en tout petit. Un logo convient seulement si tu restes dans l'ombre.

☐ **Un nom qui contient ton sujet**

Sur Instagram, le champ « Nom » est pris en compte par la recherche : « Lou | Batch cooking facile » est plus utile que « Lou ».

☐ **Une bio qui reprend ta phrase « J'aide... »**

Une ligne pour ce que tu apportes, une ligne de preuve (expérience, résultat), une ligne d'appel à l'action.

☐ **Un lien en bio utile**

Vers ta boutique, ton guide gratuit ou ta prochaine nouveauté : un seul objectif à la fois, clairement annoncé dans la bio.

☐ **Un compte professionnel ou créateur**

Il te donne accès aux statistiques, indispensables pour savoir ce qui fonctionne.

☐ **Instagram : des stories à la une organisées**

Par exemple « Commencer ici », « Recettes », « Avis », « Mes guides ». Couvertures sobres et cohérentes.

☐ **Des publications épinglées**

Épingle tes trois meilleures publications : celle qui te présente, celle qui a le mieux marché, celle qui mène à ton offre.

Astuce

Fais le test du nouveau venu : demande à quelqu'un qui ne te connaît pas de regarder ton profil pendant cinq secondes, puis de te dire de quoi parle ton compte et pour qui il est fait. S'il hésite, simplifie.

TikTok : les formats qui font grandir

Sur TikTok, tes vidéos sont proposées à des personnes qui ne te suivent pas encore, en fonction de l'intérêt qu'elles suscitent auprès des premiers spectateurs. Un petit compte peut donc toucher beaucoup de monde dès ses premières semaines, à condition que les gens regardent la vidéo jusqu'au bout et réagissent.

- Le tutoriel express : un résultat concret montré en une minute (« 3 sauces en 5 minutes pour toute la semaine »).
 - L'avant / après : la transformation rend immédiatement visible la valeur de ton savoir-faire.
 - L'erreur à éviter : « Arrête de faire ça quand tu... » attire ceux qui se reconnaissent dans le problème.
 - La réponse à un commentaire en vidéo : elle montre que tu écoutes et te donne des idées de contenu à l'infini.
 - Les coulisses et le quotidien : ta façon de travailler, tes ratés, tes essais ; c'est ce qui crée l'attachement.
 - La série numérotée : « Jour 1 », « Partie 2 »... Les spectateurs s'abonnent pour ne pas rater la suite.
 - Les tendances adaptées à ton sujet : un son ou un format à la mode, mais toujours au service de ton thème.
1. Capte l'attention dans les premières secondes : montre le résultat ou pose le problème immédiatement, sans introduction.
 2. Ajoute un texte à l'écran qui résume la promesse de la vidéo : beaucoup regardent sans le son.
 3. Va droit au but : coupe les silences, les hésitations et tout ce qui n'apporte rien.
 4. Termine par une question ou une invitation simple : « Tu veux la version végétarienne ? Dis-le en commentaire. »
 5. Soigne la légende avec les mots que ton public taperait dans la recherche : TikTok est aussi un moteur de recherche.

Astuce

Une vidéo qui ne marche pas n'est pas un échec : c'est une information. Avant de la supprimer, garde-la et compare-la à celles qui ont mieux fonctionné. Souvent, seule l'accroche était à revoir : republie le même contenu quelques semaines plus tard avec un nouveau début.

Instagram : attirer avec les Reels, fidéliser avec le reste

Sur Instagram, chaque format a un rôle. Les Reels font découvrir ton compte à de nouvelles personnes. Les carrousels apportent une valeur qu'on enregistre et qu'on partage. Les stories créent la proximité avec ceux qui te suivent déjà. Une bonne stratégie utilise les trois.

- Reels : tes vidéos les plus « découverte », sur le même principe que TikTok. Accroche immédiate, rythme, texte à l'écran.
- Carrousels : des fiches pratiques en plusieurs images (« 7 erreurs de débutant », « Le plan de la semaine »). Ce sont les publications que l'on enregistre pour plus tard.
- Stories : le quotidien, les coulisses, et surtout l'interaction avec les stickers sondage, question et quiz.
- Lives : une session de questions-réponses ou un atelier en direct, idéal pour créer du lien et repérer les questions récurrentes.
- Canal de diffusion : un espace où tu envoies des nouvelles à tes abonnés les plus fidèles, pratique pour annoncer une nouveauté.

Pense chaque carrousel comme une mini-leçon : une première image avec une promesse forte, une idée par image, et une dernière image qui invite à enregistrer, à partager ou à aller voir ton lien en bio. Ta mise en forme doit être reconnaissable : mêmes couleurs, même police, même style d'une publication à l'autre.

Astuce

Les enregistrements et les partages en message privé sont de très bons signaux : ils montrent que ton contenu est utile au point qu'on veuille le garder ou l'envoyer à quelqu'un. Termine régulièrement par « Enregistre-le pour la prochaine fois » ou « Envoie-le à quelqu'un qui en a besoin ».

Écrire des accroches qui arrêtent le scroll

L'accroche, c'est la première phrase dite, ou le premier texte affiché. Elle décide si l'on reste ou si l'on passe à la vidéo suivante. Une bonne accroche promet un bénéfice précis, crée de la curiosité ou interpelle directement la bonne personne.

- « Si tu [problème], cette vidéo est pour toi. »
- « L'erreur que font 9 débutants sur 10 en [sujet]... » (seulement si c'est vrai dans ton expérience)
- « Comment j'ai [résultat] en [durée], sans [contrainte]. »
- « 3 choses que j'aurais aimé savoir avant de [commencer ton sujet]. »
- « Arrête de [mauvaise habitude] : fais plutôt ça. »
- « Le [outil / astuce] que personne n'utilise pour [résultat]. »
- « Tu peux [résultat] avec seulement [peu de moyens]. Je te montre. »
- « Réponse à [prénom] qui m'a demandé [question]. »
- « Jour 1 de [défi] : on voit si ça marche. »
- « Ce que je ne referai plus jamais en [sujet]. »
- « La méthode la plus simple pour [résultat], en 30 secondes. »
- « Ne fais pas [action] avant d'avoir vu ça. »

Astuce

Tiens une liste d'accroches dans les notes de ton téléphone. Chaque fois qu'une vidéo t'arrête dans ton propre fil, note sa première phrase et adapte-la à ton sujet. En un mois, tu auras une réserve de dizaines d'idées.

Un rythme de publication que tu peux tenir

La régularité compte plus que la quantité. Mieux vaut trois publications par semaine pendant six mois que deux par jour pendant trois semaines, puis plus rien. Choisis un rythme réaliste avec ta vie actuelle, et tiens-le.

Pour ne jamais être en panne d'idées, définis trois piliers de contenu. Le premier apprend quelque chose (tutoriels, astuces). Le deuxième crée du lien (coulisses, parcours, opinions). Le troisième prouve que ça marche (résultats, avis, avant / après). Alterne-les d'une publication à l'autre.

1. Une fois par semaine, prends trente minutes pour noter cinq idées de publications à partir de tes trois piliers.
2. Regroupe les tournages : une séance de deux heures peut fournir les vidéos de toute la semaine.
3. Prépare les textes et les légendes à l'avance, puis programme tes publications avec les outils intégrés des applications.
4. Publie la même vidéo sur TikTok et en Reel sur Instagram, en l'exportant sans le filigrane de l'autre application.
5. Garde un créneau de quinze minutes après chaque publication pour répondre aux premiers commentaires.

Astuce

Exemple de semaine tenable : lundi un tutoriel, mercredi des coulisses, vendredi un carrousel pratique, et des stories deux ou trois fois par semaine. Ajuste ensuite selon ce que tes statistiques t'apprennent.

Créer de l'interaction et fidéliser

Une communauté se construit dans les échanges, pas dans les vues. Chaque commentaire auquel tu réponds, chaque message privé, chaque question reprise en vidéo montre aux gens qu'il y a une vraie personne derrière le compte, et qu'elle les écoute.

- Réponds aux commentaires, surtout dans l'heure qui suit la publication, avec plus qu'un émoji : une vraie réponse relance la conversation.
- Pose des questions simples, auxquelles on peut répondre en un mot : « Plutôt sucré ou salé ? »
- Transforme les questions de tes abonnés en contenus et cite-les (avec leur accord) : ils se sentent écoutés, les autres osent poser les leurs.
- Crée des rendez-vous : une série chaque mardi, un live chaque mois, un défi de rentrée. Les rituels font revenir.
- Partage les réalisations de ta communauté : une recette refaite, un premier ouvrage cousu, un programme suivi. Ce sont tes meilleures preuves.
- Va commenter sincèrement chez des comptes proches du tien : c'est ainsi que naissent les collaborations.

Astuce

Garde une note des questions qui reviennent sans cesse en commentaires et en messages privés. Elles te donnent tes meilleures idées de contenus... et, plus tard, l'idée de ton premier produit.

Lire tes statistiques sans te prendre la tête

Les statistiques ne servent pas à te juger, mais à décider quoi refaire. Regarde-les une fois par semaine, jamais toutes les heures, et concentre-toi sur quelques indicateurs.

☐ **La durée de visionnage**

Si beaucoup de spectateurs partent dans les premières secondes, c'est l'accroche qu'il faut retravailler.

☐ **Les enregistrements et les partages**

Ils indiquent un contenu vraiment utile : refais des contenus sur ce sujet, sous un autre angle.

☐ **Les visites du profil et les nouveaux abonnés**

Une vidéo vue mais qui n'apporte aucun abonné ? Vérifie que ton profil explique clairement ce que tu proposes.

☐ **Les commentaires**

Plus que leur nombre, regarde leur contenu : des questions, ce sont des idées de vidéos et de produits.

☐ **Les clics sur ton lien**

Ils mesurent l'intérêt pour ton offre. Teste plusieurs façons d'annoncer ton lien et garde la meilleure.

Astuce

Chaque semaine, repère ta meilleure et ta moins bonne publication, et note en une phrase pourquoi selon toi. Au bout d'un mois, tu connaîtras mieux ton public que n'importe quel conseil général.

Les erreurs qui freinent ta croissance

- Acheter des abonnés ou des « j'aime » : ces comptes n'interagissent jamais, font baisser ton taux d'engagement et peuvent faire sanctionner ton compte.
- Participer à des groupes d'échange de commentaires : l'engagement artificiel brouille les signaux et n'attire pas ton vrai public.
- Changer de sujet chaque semaine : tes abonnés ne savent plus pourquoi ils te suivent.
- Supprimer les vidéos qui ont peu marché : garde-les, analyse-les et republie une meilleure version plus tard.
- Ignorer les commentaires et les messages : c'est précisément là que se construit la confiance.
- Ne parler que de ton offre : si chaque publication vend quelque chose, on décroche. Donne beaucoup, et vends de temps en temps.
- Abandonner au bout d'un mois : la plupart des comptes qui réussissent ont publié des mois avant de décoller.

Astuce

Un bon équilibre pour commencer : quatre contenus utiles ou personnels pour un contenu qui met en avant ton offre.

Rester dans les règles

Dès que tu fais la promotion d'une marque contre une rémunération ou un avantage (argent, produit offert, réduction), la loi française sur l'influence commerciale du 9 juin 2023 t'impose de l'indiquer clairement, avec la mention « Publicité » ou « Collaboration commerciale », de façon visible pendant toute la durée du contenu. Active aussi les étiquettes de partenariat proposées par les applications (par exemple « Partenariat rémunéré » sur Instagram).

- Images retouchées ou générées : la même loi prévoit des mentions spécifiques (« Image retouchée », « Image virtuelle ») pour certains contenus commerciaux. Renseigne-toi avant de publier.
- Musique : pour un compte professionnel, utilise les sons proposés pour un usage commercial dans les applications, et non n'importe quel morceau.
- Concours : fixe des règles claires (dates, gagnants, lot), respecte les conditions des plateformes et ne collecte que les données nécessaires.
- Contenus des autres : demande toujours l'autorisation avant de republier la photo ou la vidéo d'un abonné, et cite-le.
- Santé, argent, résultats : ne promets jamais de résultat garanti. Partage ton expérience, sans affirmer qu'elle s'appliquera à tout le monde.

Astuce

Ces règles évoluent : vérifie régulièrement les informations officielles (economie.gouv.fr publie un guide de bonne conduite des influenceurs) et les conditions d'utilisation de chaque plateforme.

De la communauté au premier produit

Quand ta communauté te pose toujours les mêmes questions, elle te dit exactement ce dont elle a besoin. Un guide pratique, une checklist ou un programme en PDF qui y répond de façon complète et organisée est le premier produit le plus naturel à proposer : utile pour tes abonnés, simple à créer pour toi, et livré automatiquement sans que tu aies à y penser.

1. Repère la question qui revient le plus souvent dans tes commentaires et tes messages.
2. Valide l'idée avec un sondage en story : « Un guide complet sur ce sujet, ça t'intéresserait ? »
3. Crée ton guide : en partant de ton savoir-faire, un assistant comme celui de Crevilo te propose un plan, rédige le contenu avec toi et le met en page en quelques minutes. Tu relis, tu ajoutes tes astuces personnelles.
4. Fixe un prix accessible pour un premier produit, en cohérence avec la valeur apportée : un résultat concret vaut plus qu'une longue liste d'informations.
5. Annonce-le une semaine avant : coulisses de la création, extraits, questions fréquentes.
6. Le jour J, publie une vidéo de lancement, mets le lien en bio et en story, et réponds à toutes les questions.
7. Après le lancement, partage les retours de tes premiers acheteurs (avec leur accord) : ce sont tes meilleurs arguments.

Astuce

Ne vends pas « un PDF », vends un résultat : « Prépare tous tes repas de la semaine en 2 heures » parle bien plus que « Mon ebook de recettes ». Reprends la phrase « J'aide... à... » que tu as écrite au début de ce guide.

Ton plan d'action sur 30 jours

☐ **Semaine 1 : poser les bases**

Écris ta phrase « J'aide... », optimise ta photo, ton nom, ta bio et ton lien, passe en compte professionnel ou créateur, choisis tes trois piliers de contenu.

☐ **Semaine 1 : préparer**

Note vingt idées de contenus et dix accroches, puis tourne tes trois premières vidéos.

☐ **Semaine 2 : publier régulièrement**

Publie trois fois selon ton rythme, sur TikTok et en Reels, et réponds à chaque commentaire.

☐ **Semaine 2 : créer du lien**

Utilise un sondage ou une question en story, commente chez cinq comptes proches du tien.

☐ **Semaine 3 : analyser**

Repère ta meilleure publication et refais-en une version sous un autre angle ; retravaille l'accroche de la moins bonne.

☐ **Semaine 3 : lancer un rendez-vous**

Démarre une série numérotée ou annonce un live pour la semaine suivante.

☐ **Semaine 4 : écouter**

Fais la liste des questions les plus fréquentes et teste l'idée d'un guide avec un sondage.

☐ **Semaine 4 : préparer ton premier produit**

Crée ton guide, ta boutique et ta page de vente, et prépare l'annonce de son lancement.

Astuce

Coche chaque étape au fur et à mesure et garde une capture de tes statistiques au jour 1 : dans 30 jours, tu mesureras le chemin parcouru.

Et maintenant : crée ton propre guide avec Crevilo

Ce guide a été mis en page avec Crevilo, la plateforme qui aide les passionnés à transformer leur savoir-faire en produit numérique. Tu réponds à quelques questions sur ton sujet et ton public, l'assistant te propose un plan que tu valides, puis rédige ton guide ou ta checklist en quelques minutes. Tu relis, tu personnalises la mise en page, et ton PDF est prêt.

- Tes 2 premiers ebooks rédigés avec l'assistant IA sont offerts, sans carte bancaire.
- Ta page de vente et ta boutique à ton image, avec ton adresse crevilo.fr/ta-boutique à mettre en lien dans ta bio.
- Paiement sécurisé par carte, fichier livré automatiquement par email, TVA gérée pour toi.
- Tes produits visibles aussi dans le catalogue Crevilo, en plus de tes réseaux.
- Aucun abonnement : une commission seulement quand tu vends.

Va sur crevilo.fr pour créer ton compte : ton premier guide peut être en ligne aujourd'hui, et son lien dans ta bio dès ce soir.