

# Autopromotion sur Instagram par Pixartprinting



Patrizia Baggio.

Aurelia Ricciardi |

**Pixartprinting, un des leaders de l'impression en ligne, est très actif sur les réseaux sociaux. Il est présent sur Facebook, LinkedIn, Youtube, Twitter et aussi sur Instagram depuis décembre 2015. Le compte Instagram européen Pixarteurope compte près de 3.000 abonnés. Nouvelles Graphiques a posé quatre questions à Patrizia Baggio, responsable de la communication de Pixartprinting, sur l'utilisation d'Instagram comme outil de valorisation d'un service d'impression.**

**Pourquoi avoir choisi une présence sur Instagram en plus d'autres médias importants comme Facebook et Twitter ?**

PATRIZIA BAGGIO. Chaque réseau social nous aide à communiquer sur notre marque et nos produits de manière différente. Avec Facebook et Twitter, nous partageons la ligne éditoriale de notre blog, nous capturons des moments de vie à l'intérieur et à l'extérieur de l'agence et nous mettons en évidence des promotions et offres commerciales. Notre cœur de métier est l'impression personnalisée, c'est-à-dire la possibilité de personnaliser des produits dans les moindres détails comme le format, le matériau, les finitions spéciales. Il est donc pour nous fondamental de réussir à restituer la qualité de notre service d'impression. Instagram, de par sa propre vocation, est le canal idéal pour partager des images de produits conçus et achetés par nos clients. C'est un amplificateur naturel d'idées créatives. La planification éditoriale sur Instagram peut influencer l'utilisateur, l'inspirer, l'intriguer avec sa pro-

pre imagination. Nous pouvons nous mettre en valeur en laissant la place aux multiples déclinaisons des commandes reçues depuis notre plateforme e-commerce. C'est un excellent moyen de montrer ce que nous faisons et les multiples possibilités offertes par nos produits.

**Comment communiquez-vous sur Instagram ? Qu'est-ce qui change par rapport à Facebook et Twitter ?**

PATRIZIA BAGGIO. Sur Instagram, nous pouvons communiquer librement : nous adoptons souvent une approche ironique, exploitant des jeux de mots qui font sens avec les images partagées. Les images mettent en avant le côté le plus amusant et utile des produits et notre communication suit les deux lignes directrices suivantes : divertir et inspirer. Nous voulons combler le regard des utilisateurs, les faire sourire et les stimuler sur la grande offre et sur les différentes façons d'utiliser nos produits. Nous avons également réalisé des mini vidéos qui montrent des produits en mouvement inter-

agir entre eux sous forme de sketch. Parfois, ce sont les clients eux-mêmes qui partagent avec nous des photos des produits placés dans des contextes réels d'utilisation et nous sommes toujours heureux de montrer leurs instantanés. C'est une belle façon de suggérer aux personnes ce qui peut jaillir de leur créativité en combinaison avec notre savoir-faire.

**Quelles sont les retombées positives de votre compte Instagram ?**

PATRIZIA BAGGIO. Notre compte Instagram montre des chiffres en croissance et génère du trafic organique de qualité. Nous avons des utilisateurs qui apprécient le design graphique, la créativité et le ton avec lequel nous nous mettons en valeur. Intrigués par la variété et les possibilités d'utilisation de nos produits, ils décident de visiter notre webshop. Chaque réseau social que nous occupons est utile pour susciter la curiosité et diriger un segment spécifique d'utilisateurs vers l'achat de nos services. Instagram fait sa part, interceptant

une cible précise de personnes et leur proposant une communication en ligne avec leurs propres intérêts et passions.

**Que peut offrir Instagram à la communication d'une entreprise d'impression ?**

PATRIZIA BAGGIO. Instagram est le canal "vitrine" par excellence. Les utilisateurs sur Instagram recherchent le plaisir des yeux. En tant qu'e-commerce, nous consacrons une très grande attention à la fonctionnalité et à l'esthétique finale de nos produits et Instagram est un excellent instrument pour le relater avec malice et légèreté, mais sans négliger pour autant les détails techniques et la variété. Sur Instagram, nous laissons la place aux produits, mais aussi aux événements auxquels nous participons, aux propositions des graphistes et de nos clients, à l'attention pour l'esthétique, à l'ironie sagace et aux conseils d'achats. C'est un lieu prêt à accueillir un storytelling varié, à multiples facettes et empreint de l'immédiateté communicative des images et des messages. ■