



OWN YOUR PRESENCE / GUIDE 2 SUR 5

Créer un compte professionnel Instagram

D'un compte tout neuf à un profil professionnel avec boutons de contact, statistiques et possibilité de vendre — sans avoir besoin d'une Page Facebook au préalable.

TEMPS NÉCESSAIRE

30 à 40 minutes

COÛT

Gratuit

NIVEAU REQUIS

Grand débutant

IL VOUS FAUT

E-mail + téléphone

Sedjro Digital
sedjrodigital.com

Rédigé en août 2026
Libre de partage · Libre d'utilisation

Comment Instagram est organisé

Instagram fonctionne autrement que Facebook, et sur un point important, c'est plus simple : il n'existe pas de page professionnelle distincte. Vous avez **un seul compte**, que vous basculez en mode professionnel.

Première étape

Créez un compte Instagram normal au **nom de votre entreprise**. Il n'y a pas d'option « s'inscrire en tant qu'entreprise » : tout le monde commence de la même façon.

Deuxième étape

Basculer ce même compte en **compte professionnel**. C'est gratuit, immédiat et réversible. Vous ne perdez rien : même nom d'utilisateur, mêmes publications, mêmes abonnés.

DEUX IDÉES FAUSSES TRÈS RÉPANDUES

Vous n'avez besoin ni d'un compte ni d'une Page Facebook. Cette obligation a été supprimée. Vous pouvez gérer un compte professionnel Instagram complet sans jamais toucher à Facebook. La connexion à une Page est facultative et traitée dans la partie 5.

Votre compte n'est pas un compte « personnel » que vous devriez cacher. Contrairement à Facebook, le compte que vous créez est le compte de l'entreprise. Mettez-y le nom de votre entreprise dès le départ.

La seule décision qui compte vraiment : Entreprise ou Créateur

Au moment de passer en professionnel, Instagram vous demande de choisir entre **Entreprise** et **Créateur**. C'est le seul choix réellement lourd de conséquences de tout ce guide, et la plupart des tutoriels l'expédient en deux lignes.

	ENTREPRISE	CRÉATEUR
Idéal pour	Boutiques, salons, restaurants, artisans, agences, tout ce qui a des clients	Influenceurs, coachs, artistes, personnalités publiques qui bâtissent une marque personnelle
Musique utilisable	Uniquement les titres sous licence commerciale — pas de musique du moment	Bibliothèque musicale complète, y compris les sons tendance
Coordonnées	Jeu complet — e-mail, téléphone, adresse avec itinéraire	Facultatives, et peuvent être entièrement masquées
Outils de programmation	Accès complet — compatible avec Later, Buffer, Hootsuite et consorts	Plus limité
Messagerie	Standard	Onglets Principal / Général / Demandes, réponses enregistrées

LE COMPROMIS SUR LA MUSIQUE EST BIEN RÉEL

Les sons tendance génèrent énormément de visibilité sur Instagram, et les comptes Entreprise n'y ont pas droit. Si votre communication repose sur le fait de surfer sur les sons du moment, le compte **Créateur** vous conviendra peut-être mieux, malgré son nom. Si vous vendez un produit ou un service, si vous avez une adresse physique ou si vous voulez programmer vos publications à l'avance, choisissez **Entreprise** : l'adresse, l'itinéraire et l'accès à la programmation valent bien plus que la musique.

Passer de l'un à l'autre plus tard prend une minute et ne coûte rien : ce n'est pas une décision qui doit vous empêcher de dormir.

SOMMAIRE

Ce que contient ce guide

La première fois, suivez le guide dans l'ordre. Ensuite, servez-vous de cette page pour aller directement à la partie dont vous avez besoin.

PARTIE 1	Avant de commencer	Checklist, formats et limites de caractères
PARTIE 2	Créer le compte	Sur téléphone et sur ordinateur, étape par étape
PARTIE 3	Le sécuriser tout de suite	L'authentification à deux facteurs
PARTIE 4	Passer en professionnel	L'étape principale — 5 minutes
PARTIE 5	Compléter le profil	Bio, liens et connexion à Facebook
PARTIE 6	Et ensuite	Statistiques, boutique, certification
PARTIE 7	Quand ça coince	Chaque erreur courante, et sa solution

Avant de commencer

Indispensable

- ☐ **Une adresse e-mail que vous contrôlez.** Utilisez une adresse professionnelle si vous en avez une.
- ☐ **Un numéro de téléphone.** Techniquement facultatif à l'inscription, mais ajoutez-le : c'est ce qui vous permettra de revenir si vous vous retrouvez bloqué un jour.
- ☐ **Le nom de votre entreprise** et le **nom d'utilisateur** que vous souhaitez. Prévoyez deux ou trois solutions de repli ; les bons partent vite.
- ☐ **Votre vraie date de naissance.** Voyez l'avertissement de la partie 2 : cela compte bien plus qu'on ne l'imagine.

Vivement recommandé

- ☐ **Une photo de profil** — 320 × 320 pixels, recadrée en cercle
- ☐ **Une bio, rédigée à l'avance** — vous disposez de 150 caractères, et l'écrire sur le moment donne de mauvais résultats
- ☐ **Vos liens** — vous pouvez en ajouter jusqu'à cinq
- ☐ **Votre catégorie d'activité** — à choisir dans une liste de plus d'un millier
- ☐ **Vos coordonnées** — e-mail, téléphone, et l'adresse si vos clients se déplacent chez vous
- ☐ **Trois à neuf publications prêtes** — un profil vide ne convertit personne

Formats et limites, tout au même endroit

Photo de profil	320 × 320 px	Affichée en cercle — gardez l'essentiel au centre. L'importer en 1080 × 1080 fonctionne aussi et prépare l'avenir.
Bio	150 caractères	Espaces, émojis et ponctuation compris.
Nom d'utilisateur	30 caractères	Uniquement des lettres minuscules, des chiffres, des points et des tirets bas. Ni espaces ni traits d'union. Il doit être unique.
Nom affiché	30 caractères	Espaces et émojis autorisés. Il n'a pas besoin d'être unique. Il est pris en compte dans la recherche : indiquez-y votre type d'activité.
Liens dans la bio	Jusqu'à 5	Chacun peut avoir son propre titre. Le premier s'affiche ; les autres sont regroupés derrière « et 4 autres ».
Légende de publication	2 200 caractères	Seuls les 125 premiers environ s'affichent avant « plus » — mettez l'essentiel au début.
Hashtags	5 maximum	Ramené de 30 à 5 en 2025. Voyez la remarque ci-dessous.

Publication carrée	1080 × 1080 px	Valeur sûre par défaut.
Publication portrait	1080 × 1350 px	Le format préféré d'Instagram — il occupe davantage l'écran.
Story / Reel	1080 × 1920 px	Éloignez le texte des 250 px du haut et du bas environ : les boutons recouvrent ces zones.

OUBLIEZ TOUT CE QUE VOUS AVEZ LU SUR LES HASHTAGS

Instagram limite désormais les hashtags à **cinq par publication**, contre trente auparavant. Tout guide qui vous conseille d'entasser trente hashtags dans une légende ou en premier commentaire n'est plus à jour, et ce conseil vous dessert activement aujourd'hui. Choisissez-en cinq qui décrivent réellement la publication.

PARTIE 2

Créer le compte

SUR TÉLÉPHONE — LA MÉTHODE HABITUELLE

- 1 Installez **Instagram** depuis l'App Store ou Google Play.
- 2 Ouvrez l'application et appuyez sur **Créer un nouveau compte**.
- 3 Saisissez votre **nom complet** — pour une entreprise, il s'agit du nom de votre entreprise tel que vous voulez le voir affiché.

Ajoutez votre activité s'il reste de la place : « La Cuisine de Marie | Boulangerie à Lyon ». Ce champ est pris en compte dans la recherche, et c'est souvent ce qui fait la différence entre être trouvé ou non.
- 4 Créez un **mot de passe**. Long, unique, et non réutilisé d'un autre site.
- 5 Saisissez votre **date de naissance**. La vraie.
- 6 Choisissez votre **nom d'utilisateur**. Instagram en propose un — remplacez-le par le vôtre.

Reprenez le même identifiant que sur vos autres réseaux si possible. Évitez les chiffres à la fin : ils font spam et vous font perdre en crédibilité.
- 7 Saisissez votre **adresse e-mail ou votre numéro de téléphone**.
- 8 Instagram envoie un **code à 6 chiffres**. Saisissez-le. Les codes expirent au bout d'un quart d'heure environ — si le vôtre a expiré, demandez-en un nouveau.
- 9 Acceptez les **Conditions d'utilisation et la Politique de confidentialité**.
- 10 Passez les écrans qui proposent de retrouver vos contacts et de suivre des suggestions. Vous ferez cela plus tard.

SI LES ÉCRANS APPARAISSENT DANS UN AUTRE ORDRE

Instagram teste en permanence des variantes de ce parcours d'inscription : on peut vous demander votre e-mail avant votre nom, ou l'inverse. Les informations demandées sont les mêmes dans tous les cas — avancez simplement écran après écran.

SUR ORDINATEUR

- 1 Rendez-vous sur **instagram.com** et cliquez sur **S'inscrire**.
- 2 Remplissez le formulaire unique : **numéro de mobile ou e-mail, nom complet, nom d'utilisateur, mot de passe**.
- 3 Cliquez sur **S'inscrire**.

- 4 Saisissez votre **date de naissance** → **Suivant**.
- 5 Complétez le **CAPTCHA** s'il y en a un.
- 6 Saisissez le **code de confirmation** reçu par e-mail ou par SMS → **Suivant**.

SAISISSEZ VOTRE VRAIE DATE DE NAISSANCE

Depuis mai 2026, Meta utilise des systèmes automatisés pour estimer l'âge d'un utilisateur à partir de ce qu'il publie et de la façon dont il se comporte — **même lorsqu'une date de naissance d'adulte figure au dossier**. Les comptes considérés comme appartenant à des moins de 18 ans se voient appliquer les protections restreintes des « comptes ado », ce qui limite discrètement votre portée et votre capacité à recevoir des messages. Corriger la situation après coup suppose d'envoyer une pièce d'identité officielle ou de réaliser une vérification d'âge par reconnaissance faciale. Une date de naissance inventée est l'une des causes les plus fréquentes de sous-performance inexplicée d'un nouveau compte professionnel.

Ajoutez à la fois un e-mail et un numéro de téléphone

L'inscription n'en exige qu'un seul. Ajoutez l'autre dès que vous êtes connecté. Le jour où un problème surviendra — et il surviendra — disposer de deux moyens vérifiés de prouver que le compte est bien le vôtre fera la différence entre une récupération en dix minutes et une perte définitive.

Le sécuriser tout de suite

Faites-le avant de publier quoi que ce soit. Les comptes professionnels Instagram se font voler en permanence, et il s'agit presque toujours d'un compte sans deuxième couche de protection.

LE CHEMIN DANS LES MENUS DIFFÈRE RÉELLEMENT SELON L'APPAREIL

Ce n'est pas une erreur de ce guide : Instagram place bel et bien cette option à deux endroits différents.

ANDROID ET WEB

Profil → menu ☰ → Espace Comptes → Mot de passe et sécurité → Authentification à deux facteurs

IPHONE ET IPAD

Profil → menu ☰ → Paramètres → Sécurité → Authentification à deux facteurs → Commencer

Trois méthodes vous seront proposées :

Application d'authentification	Choisissez celle-ci. Une application gratuite — Google Authenticator, Authy, ou celle intégrée à votre gestionnaire de mots de passe — génère un nouveau code toutes les 30 secondes. Elle fonctionne sans réseau et ne peut pas être interceptée.
SMS	La plus simple à mettre en place, mais plus faible en pratique, car un numéro de téléphone peut être détourné. Cela reste bien mieux que rien.
WhatsApp	Les codes sont envoyés sur WhatsApp. Très bien comme méthode de secours.

DEUX RAISONS POUR LESQUELLES CETTE ÉTAPE EST ICI ET NON À LA FIN

D'abord, un compte tout neuf avec un mot de passe récent est le plus facile à détourner. Ensuite, **l'authentification à deux facteurs est obligatoire pour Meta Verified** plus tard. L'activer maintenant vous évitera de devoir le faire dans l'urgence.

Conservez les codes de récupération fournis par Instagram ailleurs que sur votre téléphone.

PARTIE 4

Passer à un compte professionnel

CHEMIN SUR TÉLÉPHONE

Profil → menu ☰ → Paramètres et confidentialité → Pour les professionnels → Type de compte et outils → Passer à un compte professionnel

SI LE MENU AFFICHE UN LIBELLÉ LÉGÈREMENT DIFFÉRENT

Selon la version de votre application, l'entrée des réglages en haut du menu s'intitule soit

Paramètres et confidentialité, soit **Paramètres et activité**. C'est la même chose. Une fois à l'intérieur, cherchez la section **Pour les professionnels**.

- 1 Suivez le chemin ci-dessus et appuyez sur **Passer à un compte professionnel**.
- 2 Lisez l'écran présentant les avantages et appuyez sur **Suivant** ou **Continuer**.
- 3 **Choisissez votre catégorie.** Commencez à taper votre activité et sélectionnez ce qui s'en rapproche le plus parmi plus d'un millier d'options — Entreprise locale, Restaurant, Marque de vêtements, Photographe, Coach sportif, etc.

Vous pouvez décider si elle s'affiche publiquement sur votre profil. L'afficher est généralement utile : cela indique aux visiteurs ce que vous faites d'un simple coup d'œil.
- 4 **Choisissez Entreprise ou Créateur.** Le tableau comparatif au début de ce guide détaille les compromis. En cas de doute : si vous vendez quelque chose, choisissez **Entreprise**. Appuyez sur **Suivant**.
- 5 **E-mails promotionnels.** Cette option est cochée par défaut. Décochez-la, sauf si vous tenez à recevoir les communications marketing de Meta.
- 6 **Coordonnées.** Ajoutez l'e-mail et le téléphone de votre entreprise et — si vous avez un compte Entreprise et que vos clients se déplacent chez vous — votre adresse. Ces informations deviennent des boutons cliquables sur votre profil.

Ajouter une adresse active le bouton **Itinéraire**, qui ouvre l'application de cartes du client. Pour un commerce physique, c'est l'un des boutons les plus utilisés de tout le profil.
- 7 **Connecter une Page Facebook.** Cette étape propose un bouton **Ignorer**, et la passer ne pose aucun problème. La partie 5 explique ce que la connexion apporte et comment la faire plus tard.
- 8 C'est terminé. Votre compte est désormais professionnel.

SUR ORDINATEUR

CHEMIN DE CLICS

instagram.com → Plus (☰, barre latérale gauche) → Paramètres → Pour les professionnels → Type de compte et outils → Passer à un compte professionnel

Ce choix s'applique à l'ensemble de votre compte : le modifier sur ordinateur le change donc partout. Si vous ne trouvez pas l'option sur ordinateur, faites-le depuis l'application mobile — elle y est toujours.

Ce qui a vraiment changé — et ce qui n'a pas changé

Il vaut la peine d'être honnête là-dessus, car beaucoup des arguments que l'on donnait autrefois pour basculer ne tiennent plus. Depuis mars 2026, **tout compte public** a droit aux statistiques, à la programmation des publications et aux sons tendance. Alors qu'apporte encore un compte professionnel qu'un compte personnel public n'a pas ?

- **Des boutons de contact** — e-mail, appel, itinéraire, directement sur votre profil
- **Une catégorie affichée** sous votre nom
- **Un accès complet pour les outils de programmation** comme Later, Buffer et Hootsuite
- **La publicité** — impossible de diffuser des publicités sans lui
- **Instagram Shopping** et l'identification de produits
- **Meta Business Suite** — messagerie unifiée et publication croisée
- **Le tableau de bord professionnel**, et l'éligibilité aux fonctionnalités de monétisation

Cela reste une belle liste pour une entreprise. Ce qui n'est simplement plus vrai, c'est qu'« il vous le faut pour les statistiques ».

Compléter le profil

Rédigez une bio qui fait une seule chose

Vous disposez de 150 caractères. Ne les gaspillez pas en adjectifs. Une bio efficace répond à trois questions :

- **Ce que vous faites** — simplement, avec les mots qu'emploierait un client
- **Pour qui, ou pour quel endroit** — une ville, une niche, une spécialité
- **Ce qu'il faut faire ensuite** — orienter vers votre lien, vos messages privés ou votre page de réservation

Faible : « Passionnée de coiffure. J'apporte de la beauté au monde, une cliente à la fois. ✨ DM pour infos »

Efficace : « Tresses & coiffures protectrices à Lyon. Délai 2-3 semaines. Cliquez sur le lien pour réserver ↓ »

Ajoutez vos liens — vous en avez cinq

CHEMIN SUR TÉLÉPHONE

Modifier le profil → Liens → Ajouter un lien externe

Collez l'adresse complète, y compris **https://**, puis donnez à chaque lien un titre court. Le premier s'affiche sur votre profil ; les autres se cachent derrière un appui sur « et 4 autres ». Classez-les selon ce que vous voulez que les gens fassent en priorité.

Faut-il connecter une Page Facebook ?

Connectez-la si...

Vous voulez publier sur les deux à la fois, gérer les messages Facebook et Instagram dans une seule boîte de réception, ou diffuser des publicités Instagram. Un compte Instagram se relie à une seule Page Facebook.

Passez si...

Vous êtes uniquement sur Instagram et n'envisagez pas de faire de la publicité. Ne pas connecter de Page ne limite rien sur votre compte Instagram. Vous pourrez toujours le faire plus tard.

LE PLUS SIMPLE, DEPUIS INSTAGRAM

Profil → Modifier le profil → Informations professionnelles publiques → Page → Continuer → connectez-vous à Facebook → choisissez votre Page

Le guide 1 de cette série explique comment créer la Page Facebook elle-même. Vous pouvez dissocier les comptes à tout moment depuis le même écran.

Publiez avant de promouvoir

Un profil professionnel sans publications ne convertit personne, et les systèmes d'Instagram considèrent comme un signal de spam un compte tout neuf et vide qui se met soudain à suivre des centaines de personnes. Publiez trois à

neuf contenus qui montrent ce que vous faites réellement — votre travail, votre local, votre produit — avant de commencer à y envoyer du trafic.

Et ensuite

Le tableau de bord professionnel

Il se trouve **sous votre bio dans l'application mobile**, ou dans la barre latérale gauche sur [instagram.com](#). C'est votre poste de pilotage, en quatre sections :

- **Suivez vos performances** — votre nombre de vues sur 30 jours et un lien vers les statistiques complètes
- **Développez votre entreprise** — publicités, configuration de la boutique, réponses enregistrées, validations de contenus de marque, éligibilité à la monétisation
- **Restez informé** — les conseils d'Instagram et les annonces de nouvelles fonctionnalités
- **Statistiques concurrentielles** — comparez-vous à d'autres comptes (nécessite de plus en plus un abonnement Meta Verified)

Les statistiques — ce que les chiffres veulent dire

Refondues en avril 2026 en trois onglets. Ce qu'il faut vraiment regarder :

Vues	Le chiffre phare. Les impressions et les lectures ont été fusionnées dans cette seule mesure en 2025 : les tutoriels plus anciens qui parlent des deux ne sont plus à jour.
Taux de saut (skip rate)	La vitesse à laquelle les gens font défiler un Reel pour passer au suivant. C'est le chiffre le plus utile de toute la plateforme : un taux élevé signifie que vos deux premières secondes ne fonctionnent pas.
Taux de partage	La fréquence à laquelle les gens envoient votre publication à quelqu'un d'autre. Il pèse lourd dans ce qu'Instagram décide de montrer davantage.
Vues au fil du temps	Les performances sur plusieurs semaines et plusieurs mois, pas seulement le premier jour. Utile pour repérer les publications qui continuent de fonctionner.
Onglet Audience	Qui vous suit et à quels moments ces personnes sont actives. Consultez-le avant de décider quand publier.

Instagram Shopping — à lire avant de bâtir vos plans dessus

LE PAIEMENT DANS L'APPLICATION N'EXISTE PLUS

Meta a supprimé le paiement natif des boutiques Instagram au cours de l'année 2025. Vous pouvez toujours créer une boutique et identifier des produits, mais **l'achat se finalise sur votre propre site web**. Tout guide décrivant des clients qui achètent sans quitter Instagram décrit une fonctionnalité qui a été désactivée.

Si vous voulez malgré tout une boutique, il vous faudra : un compte professionnel, un pays pris en charge, un **domaine vérifié** qui vous appartient et des **produits physiques expédiables** — les produits numériques et la plupart des services sont exclus. La configuration passe par Commerce Manager et l'examen peut prendre jusqu'à quatre semaines.

Le badge bleu, en toute honnêteté

Il existe deux voies, et aucune des deux n'est une stratégie de croissance.

- **Meta Verified** — un abonnement mensuel payant. Environ 11,99 \$ US par mois sur le web, davantage via les magasins d'applications à cause de leurs commissions ; les formules pour entreprises coûtent plus cher et varient selon les pays. Vous obtenez le badge, une protection contre l'usurpation d'identité et l'accès à une assistance humaine. Parmi les conditions : avoir 18 ans ou plus, un nom réel correspondant à une pièce d'identité officielle, une photo de profil montrant votre visage et l'authentification à deux facteurs déjà activée.
- **L'ancien badge gratuit** — toujours accordé aux marques et personnalités réellement notoires, mais il ne donne que le badge, sans aucune assistance ni surveillance.

Aucun des deux ne fera le succès de votre entreprise. De bonnes publications et des réponses rapides, si. Envisagez l'abonnement si l'usurpation d'identité est un vrai problème pour vous, ou si perdre votre compte serait catastrophique et que la ligne d'assistance directe vaut son prix.

Quand ça coince

PROBLÈME

QUE FAIRE

Le nom d'utilisateur que je veux est pris

Ajoutez un point ou un tiret bas, votre ville, ou votre activité — **mariepatisse.lyon** plutôt que **mariepatisse47**. Les chiffres à la fin font comptes spam et vous coûtent en crédibilité. Instagram ne libère pas un nom d'utilisateur sur simple demande, même sur un compte inactif ; la seule exception est un signalement formel de contrefaçon de marque si vous en êtes le titulaire. Choisissez avec soin : en changer plus tard casse tous les liens que les gens ont enregistrés.

**« Nous n'avons pas pu créer votre compte »
ou « Réessayez plus tard »**

Un blocage général, généralement déclenché par plusieurs inscriptions depuis le même réseau en peu de temps. **Arrêtez de réessayer : les tentatives répétées prolongent le blocage.** Attendez 24 heures, puis changez un élément qui compte : une autre adresse e-mail, un autre réseau (basculez entre le Wi-Fi et les données mobiles), ou inscrivez-vous sur [instagram.com](https://www.instagram.com) plutôt que dans l'application. Commencez par mettre l'application à jour et redémarrer votre téléphone.

« Cet e-mail ou ce numéro est déjà utilisé »

Il est rattaché à un compte existant, peut-être un compte que vous avez oublié. Utilisez **Mot de passe oublié** pour le récupérer, retirez-en l'e-mail ou le numéro, ou utilisez tout simplement une autre adresse.

Le code n'est jamais arrivé

Vérifiez d'abord les indésirables. Contrôlez l'indicatif du pays si vous avez utilisé un numéro de téléphone. Les codes expirent au bout d'un quart d'heure environ : demandez-en un nouveau plutôt que de ressaisir l'ancien. Si un canal échoue systématiquement, passez à l'autre.

« Action bloquée » quand j'aime ou je m'abonne

Vous avez agi plus vite qu'un humain ne le ferait. Arrêtez complètement pendant un jour ou deux : cela se lève généralement tout seul. Continuer d'essayer prolonge le blocage.

Plus personne ne voit mes publications

Il s'agit généralement d'une *distribution réduite* : votre contenu n'est plus montré aux personnes qui ne vous suivent pas. C'est ce que les gens appellent le « shadowban ». Ce n'est pas définitif. Consultez **Paramètres → Compte → Statut du compte**, qui vous dit clairement si quelque chose est restreint et pourquoi. Publiez régulièrement des contenus conformes et la situation se rétablit en quelques semaines.

Mon compte a été désactivé

Suivez les instructions affichées à la connexion, ou allez dans **Paramètres → Compte → Statut du compte → Demander un examen**. Les réponses arrivent dans votre **boîte de réception de l'assistance**. Les recours se font désormais presque entièrement dans l'application ; les anciens formulaires de recours indépendants que vous trouverez en lien dans de vieux articles ne s'appliquent plus.

Un compte tout neuf a été restreint presque immédiatement

Le déclencheur classique est un compte récent qui déploie une activité intense dès le départ. Faites-le monter en température : complétez entièrement le profil, publiez quelques contenus réels, abonnez-vous à un nombre modeste de comptes pertinents, réparti sur plusieurs jours. Passez en professionnel *après* que le compte a un peu d'historique réel, pas dans les dix premières minutes.

Mon compte est traité comme celui d'un adolescent

Les systèmes d'estimation d'âge de Meta l'ont signalé. Vous pouvez corriger cela en envoyant une pièce d'identité officielle ou en réalisant une estimation d'âge par reconnaissance faciale. Mieux vaut prévenir que guérir : saisissez votre vraie date de naissance à l'inscription.

DEUX « SOLUTIONS » QUI AGGRAVENT LES CHOSES

Les VPN et les numéros de téléphone jetables. Les résultats de recherche en regorgent. Ils violent les conditions d'utilisation d'Instagram, ils rendent votre compte *plus* suspect aux yeux des systèmes automatisés, et les numéros jetables recyclés vous privent définitivement de toute récupération de votre propre compte. Si vous êtes bloqué, prenez votre mal en patience.

Récapitulatif

Téléphone ou ordinateur

TÂCHE	IDÉAL SUR	POURQUOI
Créer le compte	L'un ou l'autre	L'ordinateur regroupe tout sur un seul formulaire ; l'application le répartit sur plusieurs écrans.
L'authentification à deux facteurs	L'un ou l'autre	Le chemin diffère selon l'appareil — les deux figurent dans la partie 3.
Passer en professionnel	Téléphone	L'option y est toujours disponible. L'ordinateur la masque parfois.
Rédiger la bio & ajouter les liens	Ordinateur	Bien plus facile pour saisir et relire.
Publier des Stories	Téléphone uniquement	L'ordinateur ne permet pas de publier des Stories nativement.
Publier des Reels	Téléphone	La prise en charge sur ordinateur est limitée.
Consulter les statistiques	Téléphone	La vue complète en trois onglets se trouve dans l'application.
Configurer la boutique	Ordinateur	Commerce Manager est un outil pour ordinateur.

Tout le parcours, dans l'ordre

- ☐ Rassemblez vos informations, votre photo, votre bio et vos liens
- ☐ Créez le compte avec le nom de votre entreprise et votre vraie date de naissance
- ☐ Ajoutez à la fois un e-mail et un numéro de téléphone
- ☐ Activez l'authentification à deux facteurs et conservez les codes de récupération
- ☐ Passez à un compte professionnel et choisissez Entreprise ou Créateur
- ☐ Choisissez une catégorie et ajoutez vos coordonnées
- ☐ Rédigez votre bio et ajoutez jusqu'à cinq liens
- ☐ Publiez trois à neuf contenus qui montrent ce que vous faites
- ☐ Ne connectez une Page Facebook que si vous allez vraiment vous en servir
- ☐ Consultez les statistiques au bout de deux semaines — regardez d'abord le taux de saut et le taux de partage

UNE REMARQUE SUR LES DATES

Rédigé en août 2026. Instagram renomme souvent ses menus et réorganise ses paramètres. Si un écran ne correspond pas exactement à cette description, cherchez une formulation qui veut dire la même chose — les étapes de fond changent rarement.

C'est à vous. C'est tout l'intérêt.

Votre compte, votre audience, vos relations clients — créés par vous, contrôlés par vous, sans abonnement mensuel à verser à qui que ce soit pour avoir le droit d'exister en ligne. Personne ne peut vous les retirer, en augmenter le loyer, ni les éteindre.

LA SÉRIE COMPLÈTE — ENTièrement GRATUITE

GUIDE 1 **Page professionnelle Facebook**

GUIDE 2 **Compte professionnel Instagram**

VOUS ÊTES ICI

GUIDE 3 **Compte professionnel TikTok**

GUIDE 4 **Chaîne professionnelle YouTube**

GUIDE 5 **WhatsApp Business**

Lire ou télécharger les cinq guides

Chaque guide de la série **Own Your Presence** est gratuit à lire en ligne, gratuit à télécharger et libre de partage avec toute personne qui en a besoin — sans adresse e-mail à fournir.

sedjrodigital.com/guides