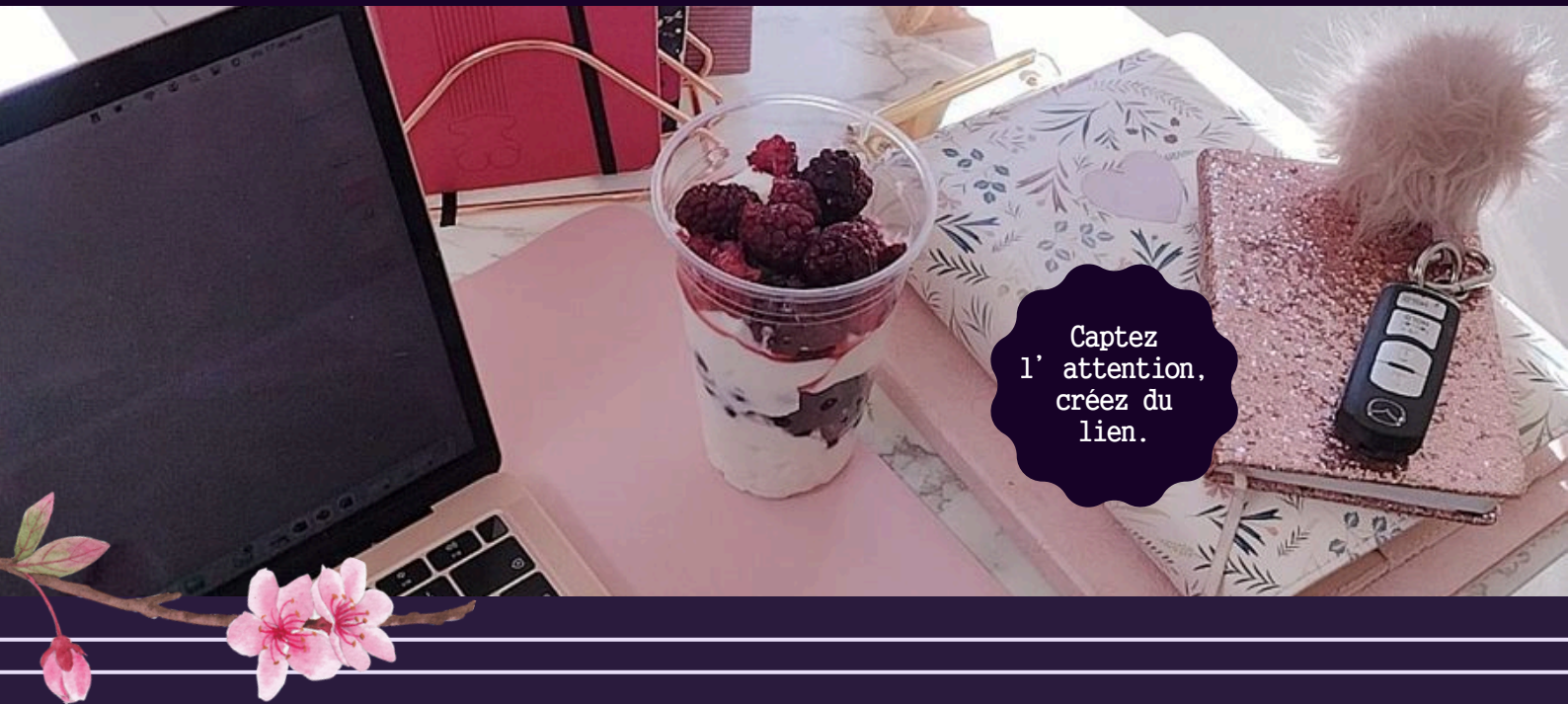


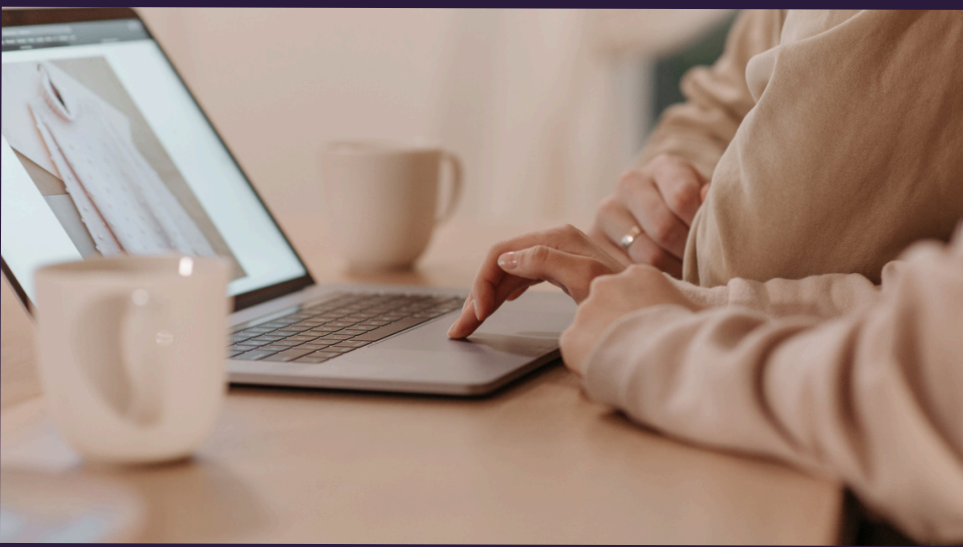


Captez
l'attention,
créez du
lien.

Stratégie. Création. Relation humaine.

15 HOOKS INSTAGRAM POUR ARRÊTER LE SCROLL

**Des accroches humaines et adaptables pour capter l'attention
sans forcer la vente.**





ET SI NOUS FAISIONS CONNAISSANCE ?

Je suis Marion, community manager indépendante et fondatrice de NABI Communication.

J'accompagne les entrepreneurs, les artisans, les commerçants et les entreprises qui souhaitent communiquer avec davantage de clarté, de cohérence et d'authenticité sur Instagram.

Mon approche s'inspire du *Jeong* — 정 — un concept coréen fondé sur l'attention, la confiance et les liens qui se construisent dans le temps.

Pour moi, une communication efficace ne consiste pas seulement à publier ou à vendre. Elle doit aider votre audience à vous reconnaître, à comprendre votre valeur et à créer progressivement une relation avec votre marque.

Ce guide vous aidera à trouver les premiers mots capables d'ouvrir cette relation.



Marion xoxo



VOTRE CONTENU PEUT ÊTRE EXCELLENT... ET PASSER INAPERÇU.

Sur Instagram, les premières secondes ou les premières lignes déterminent si une personne poursuit sa lecture, regarde votre Réel ou continue de faire défiler son écran.

Une bonne accroche ne doit pas seulement attirer l'attention.

Elle doit également :

- **parler d'une situation réellement vécue** par votre audience
- **créer une émotion** ou **éveiller la curiosité**
- annoncer clairement **la valeur du contenu**
- **donner envie de poursuivre** sans utiliser de fausse promesse.

Les 15 hooks de ce guide peuvent être adaptés à une publication, un carrousel, un Réel ou une Story.

Remplacez simplement les éléments entre crochets par les mots correspondant à votre activité, votre offre et votre clientèle.



15 HOOKS POUR ARRÊTER LE SCROLL

01

Vous pensez avoir besoin de [solution évidente] ? Le véritable problème se trouve peut-être ailleurs.

02

Si [problème rencontré par votre cible] vous semble compliqué, commencez par ceci.

03

Voici ce que personne ne vous explique avant de [action ou étape importante].

04

Vous n'avez probablement pas besoin de faire plus. Vous avez besoin de faire autrement.

05

Cette erreur paraît anodine, mais elle vous empêche peut-être de [résultat recherché].

06

Avant de choisir [produit, service ou solution], posez-vous ces trois questions.

07

Si je devais recommencer [activité ou projet] aujourd'hui, voici ce que je ferais en premier.



15 HOOKS POUR CRÉER DE L'INTÉRÊT ET DU LIEN

08 Vous reconnaissez-vous dans cette situation : [situation précise vécue par la cible] ?

09 Ce que vous voyez : [résultat final]. Ce que vous ne voyez pas : [travail, savoir-faire ou coulisses].

10 Une petite décision peut complètement changer votre façon de [action ou résultat].

11 Vous hésitez entre [option A] et [option B] ? Voici comment choisir sans vous tromper.

12 On vous conseille souvent de [conseil répandu]. Pourtant, ce n'est pas toujours la meilleure solution.

13 Il y a encore quelques mois, [situation de départ]. Aujourd'hui, [évolution ou apprentissage].

14 Voici pourquoi nous avons choisi de faire [choix professionnel, artisanal ou commercial] différemment.

15 Envoyez cette publication à la personne qui a besoin d'entendre ceci : [message utile ou rassurant].



UN HOOK, PLUSIEURS ACTIVITÉS

Exemple

HOOK DE DÉPART

« Ce que vous voyez : [résultat final].

Ce que vous ne voyez pas : [travail, savoir-faire ou coulisses]. »



POUR UNE ARTISANE

Ce que vous voyez : *une pièce terminée.*

Ce que vous ne voyez pas : *les essais, les gestes précis et les heures nécessaires pour lui donner vie.*

POUR UNE PRESTATAIRE DE SERVICES

Ce que vous voyez : une stratégie claire.

Ce que vous ne voyez pas : l'analyse, les recherches et toutes les décisions prises pour qu'elle corresponde réellement à votre activité.



POUR UN COMMERCE

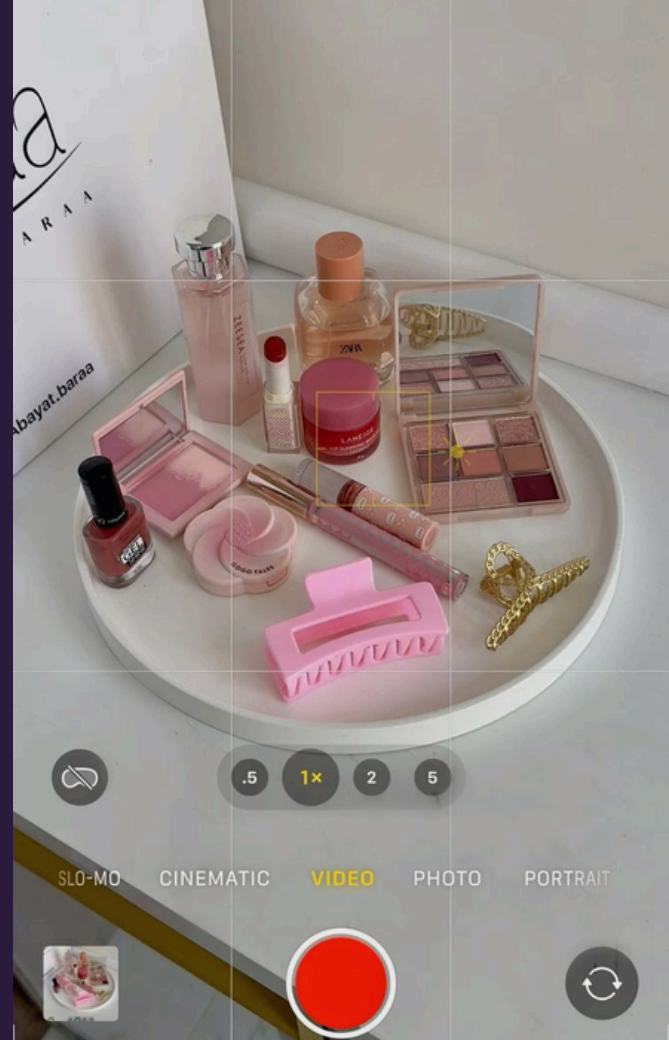
Ce que vous voyez : une sélection harmonieuse en boutique.

Ce que vous ne voyez pas : le temps passé à choisir chaque référence en pensant à vos besoins.

POUR UNE MARQUE

Ce que vous voyez : un produit prêt à rejoindre votre quotidien.

Ce que vous ne voyez pas : les prototypes, les ajustements et les choix réalisés avant son lancement.



*"Le bon hook ne dépend pas de
votre secteur.
Il dépend de la situation,
du besoin ou de l'émotion que
votre audience peut
reconnaître."*

COMMENT ADAPTER CES HOOKS À VOTRE ACTIVITÉ ?

- 01** **PARTEZ D'UNE SITUATION RÉELLE**
Quel problème, doute, besoin ou objectif revient régulièrement chez vos clients.
- 02** **SOYEZ PRÉCIS**
Remplacez les formulations générales par une situation concrète. Votre audience doit pouvoir penser : « C'est exactement ce que je vis. »
- 03** **TENEZ LA PROMESSE**
Si votre accroche annonce trois conseils, donnez réellement trois conseils. Si elle pose une question, apportez une réponse utile.
- 04** **AJOUTEZ VOTRE PERSONNALITÉ**
Une accroche est un point de départ, pas une formule à recopier mécaniquement. Utilisez vos mots, votre expérience et votre manière de communiquer.
- 05** **TERMINEZ PAR UNE ACTION NATURELLE**
Selon le contenu, invitez votre audience à enregistrer, partager, répondre, découvrir une offre ou vous contacter.



*"La visibilité attire
l'attention.
La sincérité et la
régularité construisent
la confiance."*

ET SI VOTRE COMMUNICATION CRÉAIT ENFIN DU LIEN ?

Vous avez maintenant 15 points de départ pour rendre vos contenus plus clairs, plus humains et plus engageants.

Mais une bonne accroche ne suffit pas si votre stratégie, votre identité et vos publications ne racontent pas la même histoire.

Avec NABI Communication, je vous aide à :

- clarifier votre message ;
- construire une présence Instagram cohérente ;
- créer des contenus adaptés à votre activité ;
- gagner du temps sans perdre votre personnalité ;
- développer une relation durable avec votre audience.

Mon approche repose sur le Jeong — 정 : écouter, comprendre et créer du lien avant de chercher à vendre.



DÉCOUVRIR MON UNIVERS ET MES ACCOMPAGNEMENTS



MARION GUIBERT
COMMUNITY MANAGER

INSTAGRAM : [@MARION.GBT.COM](https://www.instagram.com/marion.gbt.com)
E-MAIL : MARIONGUIBERT.CM@GMAIL.COM

Nabi Communication
Une communication qui crée du lien.

