

UGC vue par audience



Attraction

Rédigé par
L'équipe Diverstyle

DESCRIPTION DU PLAN D'ACTION

Contexte

Déployer une stratégie de publication UGC performante pour promouvoir efficacement les produits de Diverstyle. Ce guide fournit l'ensemble des instructions nécessaires pour automatiser vos processus, générer un maximum d'attraction et maximiser votre retour sur investissement (ROI).

Une stratégie rigoureuse est la clé d'un projet réussi.

Objectifs visibilité max

Liste des étapes chronologique.

UGC contenu généré
par l'utilisateur

Plateforme de
communication

Le bon timing

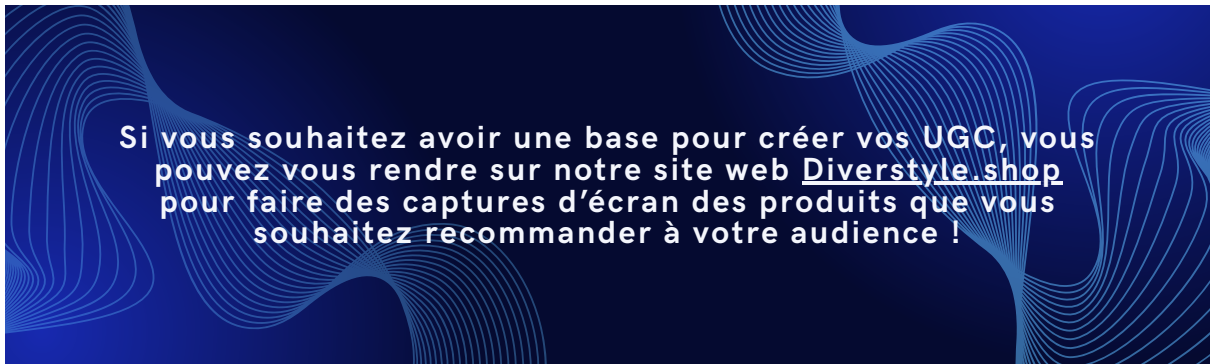
La bonne redirection + (Offres / Promesse)

LES AUDIO &/ VISUEL

La création d'UGC (contenu généré par l'utilisateur) doit respecter plusieurs critères de base.

1. Choisir votre plateforme de publication.
2. Créer votre contenu UGC en respectant les contraintes de cette dernière, qui peuvent être les suivantes :
 - **Acceptation des formats** : la plateforme accepte-t-elle les images, les vidéos, ou les deux ?
 - **Dimensions du visuel** : quel est le format requis (par exemple, 9:16 vertical ou 1:1 carré) ?
 - **Taille maximale du fichier** : quel est le poids limite autorisé pour le téléchargement ?
 - **Autres critères** : la durée maximale de la vidéo, les droits musicaux ou les restrictions de texte.

Vous l'aurez compris, il y a des contraintes à respecter pour publier votre contenu.

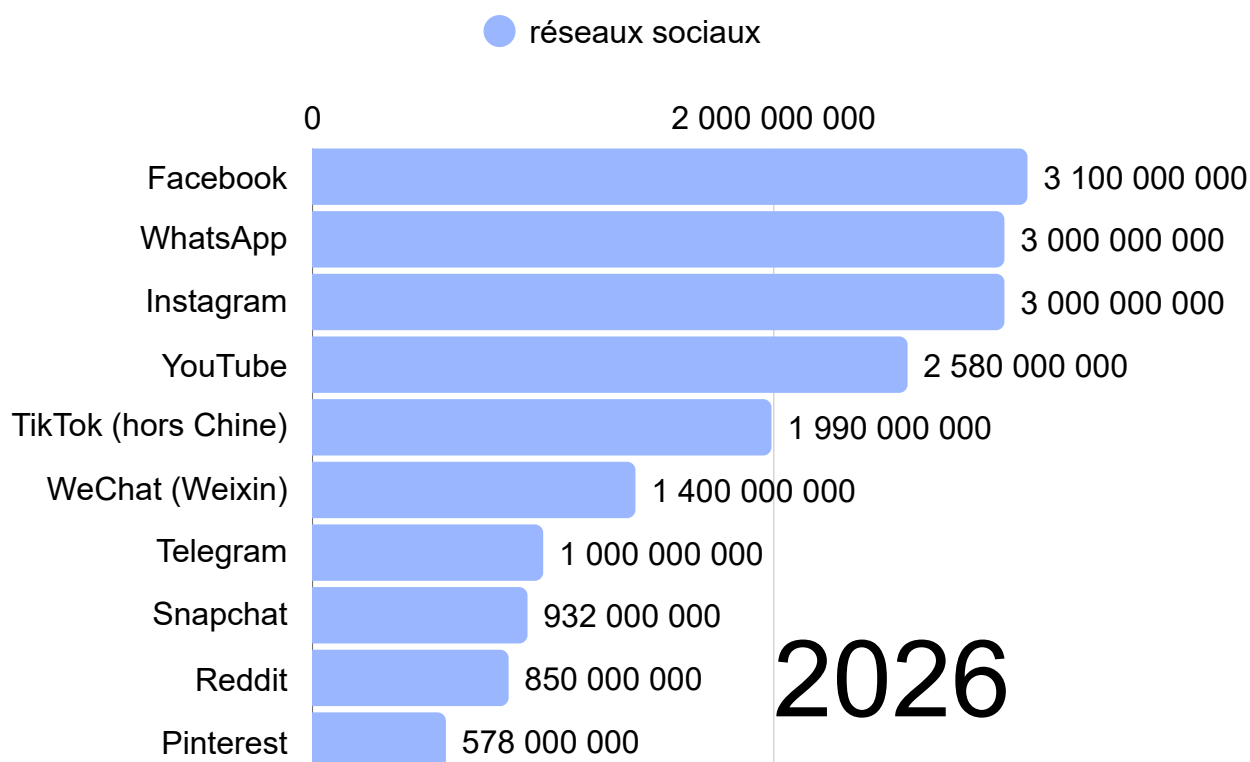


Si vous souhaitez avoir une base pour créer vos UGC, vous pouvez vous rendre sur notre site web [Diverstyle.shop](https://diverstyle.shop) pour faire des captures d'écran des produits que vous souhaitez recommander à votre audience !

DONNÉES MÉTRIQUES CLÉS

Plateforme de communication

Vous trouverez ci-dessous le nombre de **visites organiques** pour chaque canal de communication :



Le bon timing

Le tableau ci-dessous présente les plages horaires de fréquentation des principaux réseaux sociaux et applications au niveau mondial :

Les horaires indiqués dans le tableau ci-dessous sont exprimés en UTC (Temps Universel Coordonné).

Cliquez sur le lien suivant pour convertir l'heure UTC selon votre position géographique et optimiser vos publications : >> [Votre heure optimale](#) <<

1. Choisissez une heure de référence (UTC $\pm$ 0). [Pays disponibles](#)
2. Choisissez votre heure locale.
3. Le pays configuré à l'heure UTC $\pm$ 0 correspond aux plages de connexion (1) et (2) du tableau ci-dessous.
4. Vous obtenez ainsi vos heures de publication optimales.

Réseau social / Application	Plage de connexion (1)	Plage de connexion (2)
Facebook	13:00 - 16:00	07:00 - 09:00
WhatsApp	12:00 - 14:00	17:00 - 20:00
Instagram	14:00 - 19:00	06:00 - 08:00
YouTube	14:00 - 16:00	18:00 - 21:00
TikTok (hors Chine)	15:00 - 22:00	x
WeChat (Weixin)	04:00 - 06:00	11:00 - 14:00
Telegram	10:00 - 15:00	17:00 - 20:00
Snapchat	18:00 - 22:00	x
Reddit	11:00 - 15:00	19:00 - 21:00
Pinterest	19:00 - 23:00	x
Messenger	13:00 - 17:00	07:00 - 09:00

Douyin (TikTok chinoise)	10:00 - 14:00	x
X (anciennement Twitter)	11:00 - 15:00	x
Threads	13:00 - 17:00	x
LinkedIn	12:00 - 16:00	x

ALIGNEMENT : MESSAGE / PRODUIT



Boostez vos commissions Diverstyle : l'art de la redirection UGC

Chers affiliés, une bonne redirection est essentielle pour convertir un visiteur en acheteur et toucher votre commission.

Prenons un exemple concret : vous créez une vidéo ou une image UGC pour promouvoir l'un de nos sweats à capuche. Si votre lien d'affiliation redirige vers nos mugs ou nos accessoires, l'utilisateur intéressé change d'avis immédiatement. Face à cette incohérence, il ne comprend pas le parcours de vente. Il se dit : « *Je voulais ce sweat Diverstyle et le site m'envoie sur des mugs !* » À cet instant précis, il perd confiance et quitte la boutique.

La règle d'or : associez toujours votre contenu UGC avec le lien exact du produit mis en avant.



L'alignement de la promesse : Modèle, Couleur et Promotion

L'expérience visuelle du client doit être fluide pour éviter l'abandon de panier. Le moindre doute annule la vente.

- **Le modèle et la couleur :** Si votre contenu montre un sweat de couleur *Dusty Rose*, votre lien doit diriger le client vers la fiche de ce produit avec cette couleur sélectionnée.
- **Les offres et les réductions :** Si vous annoncez une promotion de -20% ou un code promotionnel dans votre vidéo, le client doit voir cette offre immédiatement après avoir cliqué sur votre lien.

En résumé : Ce que montre votre UGC, c'est ce que doit obtenir le client en cliquant sur votre lien.

Comment créer votre lien de redirection sur Goaffpro

Les raccourcis clavier essentiels pour sélectionner, copier et coller

Appuyez simultanément sur les **deux touches** de votre clavier pour effectuer l'action souhaitée :

- **Windows :**

- Sélectionner tout : **Ctrl + A**
- Copier : **Ctrl + C**
- Coller : **Ctrl + V**

- **Apple / Mac :**

- Sélectionner tout : **⌘ + A**
- Copier : **⌘ + C**
- Coller : **⌘ + V**

Partie 1 : [Diverstyle.shop](https://diverstyle.shop)

Allez sur notre site web **Diverstyle.shop**. Rendez-vous sur la page où vous voulez faire arriver votre client. Sélectionnez et copiez le lien (URL) qui se trouve en haut de la page et qui commence par https://.

Partie 2 : [Goaffpro](https://goaffpro.com)

Connectez-vous à votre tableau de bord d'affilié et suivez ces étapes simples :

1. Ouvrez votre portail partenaire **Goaffpro**.
2. Allez dans l'onglet **Marketing Tools** (Outils marketing).
3. Collez votre lien dans l'encadré "**Coller l'URL de la page produit**".
4. Récupérez votre lien personnalisé dans l'encadré "**Votre lien d'affiliation**" pour que nous puissions vous attribuer vos commissions.



Attraction

Rédigé par
L'équipe Diverstyle