

? POURQUOI FAIRE ?

Instagram représente un espace d'expression communautaire à fort potentiel d'amplification sur lequel 400 millions de stories sont partagées chaque jour. **Centré sur le visuel, il est particulièrement adapté aux artistes et à la présentation de leur travail et de leur diffusion.** Ce réseau est consulté par les professionnels du milieu de l'art.

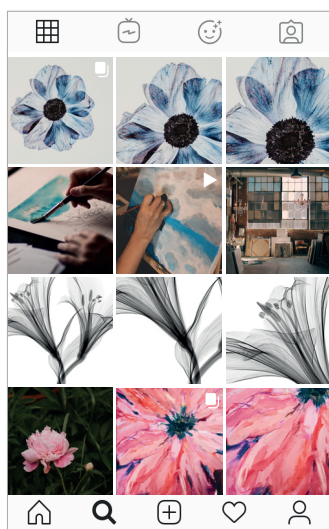
UN PROFIL QUI VOUS RESSEMBLE

Votre « profil » Instagram est l'équivalent d'un portfolio, c'est d'autant plus important que ce dernier soit représentatif de votre travail. Il s'agit d'une fenêtre ouverte sur votre démarche et vos œuvres.

> Les images doivent être de bonne qualité.

> Plusieurs mises en page s'offrent à vous, à vous de trouver celle qui vous ressemble le plus : une image différente à chaque fois ou par soucis d'homogénéité et cohérence graphique, la réalisation de triptyques ou de composition plus grande.

Voici quelques exemples...



Vous pouvez alterner les publications avec des photos et des détails de vos œuvres, des vidéos de création, des photos d'atelier et de vos inspirations.



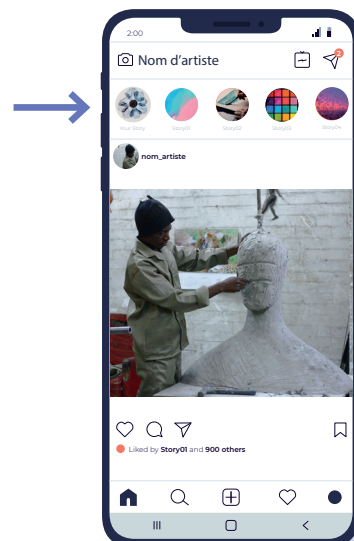
Vous pouvez aussi publier plusieurs détails d'une œuvre ou d'une photographie et les poster de façon à recréer l'œuvre complète.

DES STORIES POUR MOBILISER SA COMMUNAUTÉ

En complément du profil, vous pouvez créer des stories. **Contenu instantané, elles s'affichent sur une frise en haut du compte et disparaissent au bout de 24 heures**, à moins de les archiver. Elles peuvent aussi être enregistrées à la une.

Une story peut être une vidéo prise sur l'instant depuis un mobile, cela peut aussi être une vidéo enregistrée, une image, une photographie ou un groupe d'images, agrémentée de textes ou de stickers.

Vous pouvez publier plusieurs stories à la suite, ou à différents moments de la journée. **Elles représentent la découverte de votre atelier ou d'une œuvre en cours de réalisation ou la présentation de moments plus personnels, d'instant pris sur le vif.**



QUELS HASHTAGS UTILISER ?

- + A chaque fois que vous postez du contenu, vous pouvez agrémenter la description liée à ce dernier par des hashtags (ou mots-dièse) : #

Si la plateforme sociale autorise jusqu'à 30 mots-dièse, il est recommandé d'en mettre une dizaine, à la fin du texte, en français et en anglais.

Ce sont des fils de conversation et vous permettent de référencer votre contenu.

Ainsi, les utilisateurs de la plateforme pourront découvrir votre travail à partir de ces derniers. Vous pouvez aussi suivre par ce biais le nom de personnes, de courants artistiques, de techniques, de lieux et des hashtags événementiels suggérés par les institutions.



! LES 3 CHOSES À ÉVITER

- > **Des posts déconnectés de la réalité.** Dans Instagram, il y a Instantané : pas des paysages sous la neige en plein été.
- > Votre profil est public, privilégiez des images en lien avec votre activité. Dans ce cas, **pas de photos personnelles** qui ne concerneraient que vos proches. Un compte Instagram peut être privé pour un usage non professionnel.
- > Privilégiez la qualité de vos posts et gardez un rythme de publication régulier.

LA DÉMARCHE

> Assurer une présence digitale maîtrisée

Créer un compte sur Instagram **permet de présenter son travail, donner un aperçu de son univers.** Ne pas y être, c'est laisser d'une part, le soin à autrui d'établir sa réputation à sa place et d'autre part d'être définit par son absence.

👍 Vous pouvez à minima **publier 9 images afin d'établir un profil solide et existant.**

> Publier régulièrement

Sur Instagram, 80 % des utilisateurs postent une photo ou une story une fois par semaine. **Plus vous publiez, et plus vos posts sont rendus visibles** par l'algorithme.

Certaines règles conseillent de privilégier **le lundi** et **le jeudi** pour poster sur Instagram ainsi que la **pause déjeuner** et la **fin de journée**, comme pour Facebook.

👍 Gardez cependant en tête que la périodicité dépend avant tout de votre activité. Une seule règle : **rester régulier et créer des rendez-vous.** Le mode « compte professionnel » vous permettra de connaître vos meilleures horaires de publication en fonction de votre audience.

> Partager et dialoguer

- + **Partager**, c'est bien ; **dialoguer**, c'est mieux. **Ecrire un commentaire** sur un post Instagram est plus impactant par exemple qu'un simple like. **N'hésitez pas à échanger autour de votre contenu** et à réagir à celui des autres.

Y CONSACRER DU TEMPS

Posséder un smartphone est un préalable au bon maniement des réseaux sociaux. **Il vous faudra également y consacrer du temps et de la réflexion. Il existe des outils pour vous y aider.** Nous vous conseillons par exemple **Later** ou **Buffer** (gratuit) pour la planification de vos publications, **Kinemaster** (gratuit) pour le montage de films ou encore **Unfold** (gratuit) pour éditer vos stories.

👍 Suivez l'association sur Instagram
@lamaisondesartistes_officiel

Rédigée avec l'aide d'**Alexia Guggémos**, critique d'art, directrice de l'Observatoire Social Média et auteure du « Guide de survie digitale » aux éditions In Fine. > www.observatoire-social-media.fr

