

Identité Numérique & Stratégie éditoriale

Quelques éléments de perspective

Définition

- Identité Numérique: ensemble des contenus diffusés sur le web qui vous concernent. On parle aussi de traces=
 - ✓ Votre image virtuelle
 - ✓ Site internet
 - ✓ Réseaux ou Médias sociaux (MS)
 - ✓ Mentions sur d'autres sites par des tiers: interview, articles, image, vidéos....

Pourquoi être présent?

- Un lien direct avec votre public/ audience/ Communauté
- Visibilité de votre travail
- Valorisation des participants d'une intervention (atelier, expo...) et des partenaires
- Un outil/ support de diffusion simple et direct: intérêt en termes de créativité, mêlant textes, images, son, vidéo, et participation...

Pensez Global

- Cohérence de l'ensemble: L'ensemble de votre présence numérique est-elle cohérente/ harmonieuse et reflète-t-elle bien votre activité?
- Le site et RS s'insèrent dans une stratégie globale de communication. Ils sont complémentaires d'autres outils: dossier de candidature, newsletter, etc...
- Le site internet fait la synthèse: à la fois une vitrine et mémoire de votre activité artistique, retrace une démarche un engagement. Possibilité d'être exhaustif. La contrainte: l'enrichir, l'actualiser.
- Sur les réseaux sociaux:
 - Plutôt sur l'actualité (notion de flux), travail de veille et de constitution d'une communauté
 - Régularité des publications

Pensez Communauté

- Informer de mon actualité
- Interagir
- Toujours répondre aux sollicitations
- Quelle est ma/mes communauté (S)?
- Outils: les hashtags # et les @ (mention d'un autre compte), les #DM/ messagerie
- Elargir sa communauté par capillarité

RS et Site internet

-Penser équilibre/complémentarité entre RS/MS et site internet

RS:

Flux, actualité, contenu éphémère, communauté,

Site :

Démarche, Mémoire, Archives...

Présentation plus exhaustive et complète de votre démarche (séries+ Textes en longueur)

De l'avantage du site internet

Avantage d'un site ou d'un blog:

1/Vous êtes le propriétaire du contenu. Pas dépendant d'un algorithme/ règlements de diffusion qui peuvent changer ou panne de système....

2/ Possibilité de présenter une pluriactivité et de la hiérarchiser:

Projet perso, commandes, corporate, presse, ateliers, etc... sans oublier les INTERVENTIONS/ATELIERS

Attention à soigner les intitulés des sous-menus/ rubriques pour qu'ils soient clairs et compréhensibles de tous: ne pas hésiter à les tester auprès de qq personnes

Quels RS/MS choisir?

- Qui sont vos principaux clients/ prescripteurs ? : presse, galeries, institutionnels, corporate, particuliers...
- Où se trouvent-ils (sur quels réseaux) pour interagir avec eux?
- Quels types de contenus attendent-ils?: photos, conseils techniques, offres d'ateliers, etc...

En résumé

- Facebook et Instagram: si vous voulez toucher les particuliers (portrait, mariages, etc..)
- LinkedIn: pour le B to B: corporate, l'institutionnel, monde de l'art, etc
- Sites personnel & Blog, newsletters: pour tous publics

Ligne éditoriale

- Définition: ensemble des choix de publication fait par l'artiste-auteur pour promouvoir et faire connaître son activité.
- Contenu des posts, fréquence, repost, etc...
- Du contenu en lien avec votre positionnement, votre activité / vos valeurs
- Une identité graphique, des choix (couleurs, police, etc...), éventuellement logo,
- Etc..

Ligne éditoriale (suite)

Que publier?

- Votre actualité
- Les coulisses d'un reportage ou d'une prise de vues,
- Ce qui vous inspire, votre univers: lectures du moment, une expo photos ou un livre qui vous a marqué, etc...
- Vos archives: à faire remonter en lien avec l'actualité
- Appel à participation/ souscription
- Vos thématiques de travail, votre expertise
- Etc...

Conseils pour publier sur les MS?

- Promouvoir son actu... mais PAS QUE!
- Interagir/commenter
- Publier régulièrement
- Du contenu original, de qualité, avec une plus-value (service rendu à la communauté des photographes) ou de la surprise.
- Soignez la qualité (des textes comme des images)
- Faites court: 500/ 1500 signes max par post
- Faites visuel: photo, vidéo, infographie, etc

Conseils de publication (bis)

- Créer du lien dans vos posts= tagger vos contacts, interpeller les par une question, demander leur avis, etc
- Diversifier les médias (photos, sons, vidéos...) et les posts sur les RS/MS,
- Dans la mesure du possible, créer du contenu exclusif pour chaque MS, éviter les copier-collés
- Penser à documenter chaque étape de votre travail (pour alimenter les MS)

Rythme de publication

- Etirer l'événement: Avant/ Pendant/Après
- Créer des RV: les coulisses d'un shooting, la publication de la semaine, etc...
- Faites-vous un calendrier éditorial pour la publication de contenus
- Anticiper les besoins pour avoir le matériel visuel en conséquence
- Outils pour programmer des publications (cf+ loin)

Conseils transversaux

- Pensez à mettre des icones de partages MS sur votre site internet, CV, dossier, etc...
- Vous pouvez aussi mettre vos liens numériques (sites et RS) dans votre signature mail
- A mettre aussi sur sa carte de visite...

Pour aller plus loin...

- Comment développer votre activité grâce aux médias sociaux. Valérie March. Edition Dunod
- Marketing web pour les photographes. Rachel Nething. Eyrolles
- <https://photographe-strategie.com>

Quelque outils de gestion

- Pour programmer ses posts et gérer plusieurs comptes de MS, et aussi pour évaluer ses performances: Buffer, Hoosuite, etc...
- Outil d'automatisation de tâches: IFTTT (If This Then That), pour récupérer les photos publiées sur les RS, ou les partager d'un RS à un autre...