

CV le B-A ba

Version classique ou numérique

De la spécificité du cv d'artiste

- Penser à sa cible:
- Il s'adresse aux professionnels du monde de l'art: critique d'art, journalistes, commissaires d'expositions, galeristes, directeurs de festivals et de résidences, collectionneurs, etc...
- Il doit attester de votre pratique, expérience artistique, et dessiner un parcours...
- Un CV ou des CV (pro/corporate et artiste-auteur)?

Le CV artistique

- Nom, Prénom, Adresse, Téléphone, Courriel, Site web, éventuellement Galerie qui vous représente. Il faut également penser à mettre le lien vers son site internet et les réseaux sociaux.
- Vit et travaille à (*Lives and Works at*) : Ville, Pays
- Formation (*Education*) : Année, Diplôme, Ecole, Ville, Pays
- Si vous n'avez pas fait de formation spécialisée dans le domaine de l'art ou de la création, vous pouvez mettre le principal diplôme obtenu, complété de participations à des stages, workshops, cours du soir, etc....
- Expositions (*Exhibitions*) : Année, Titre de l'exposition, Institution organisatrice (Musée, Centre d'art, galerie, festival, etc...), Ville, Pays
- On peut distinguer expositions personnelles et collectives en créant des sous-rubriques. L'usage est de commencer par les expositions les plus récentes et de remonter dans la chronologie. Vous pouvez également rajouter une section A venir, pour annoncer des prochaines expositions.

CV d'artiste auteur: les autres rubriques

- Résidences (*Residencies*) : Année, Institution organisatrice, Ville, Pays
- Prix/Récompenses/Bourses (*Prizes/Award/Fellowship*) : Année, Titre, Institution organisatrice, Pays
- Vous pouvez également mentionner les sélections ou inscriptions sur les listes de finalistes.
- Editions (*Publications*) : Prénom et Nom de l'auteur, Titre, Editeur ou Nom de la Publication, Année
- On peut éventuellement distinguer des sous-sections entre catalogues et livres personnels.
- Collections (*Collections*) : Nom de l'institution (musée, collection privée...), Ville, Pays
- Interventions/ médiation: animation de workshop ou d'ateliers avec différents publics
- Enseignement: en relation avec l'art ou la culture
- Collaborations et commandes (lien avec l'activité commerciale)

La rubrique Atelier/ Intervention

- Privilégier l'ordre chronologique, en partant de l'expérience la plus récente.
- Détailler en 2/3 lignes, le contenu de l'atelier, sa durée, en précisant le public visé.
- Penser à détailler les sigles si nécessaire.

Conseils transversaux

- **-Eviter de dépasser 2 pages**
- Ne pas vouloir être exhaustif: TROP D'INFOS TUE L'INFO
- Bon exercice de concision. Nécessite de définir des priorités/ faire des choix dans votre parcours/aller à l'essentiel
- Mise en page: privilégier la sobriété et la lisibilité. Attention aux modèles datés ou un peu « scolaire »
- Toujours aller à l'essentiel. Est il vraiment nécessaire de mentionner votre bac ou la prépa ? Ou vos trois années de licence ?
- Formation = ne pas dépasser 3/4 lignes
- Penser à mettre votre site internet et les Réseaux sociaux
- Mettre un résumé/phrase pitch= message essentiel/ se démarquer

Conseils Cv suite

- Dans l'expérience professionnelle, soyez sélectif. Toujours privilégier ce qui a un rapport direct avec votre art, votre pratique, votre démarche artistique.
- Les petits boulots, type vendeur ou autre à éviter sauf si cela a un rapport avec votre projet. OK de parler de babysitting/moniteur de colonie, si vous visez un travail de médiation, ou d'animer des ateliers.
- Expériences pros : toujours expliquer ce que vous avez fait, responsabilités acquises et compétences. Participation à une exposition comme artiste, commissaire, dans le cadre du montage, assistant du/ de la commissaire, etc...
- Stage : quand vous faites référence à une association, détailler l'objectif de l'association ou son sigle
- Toujours donner plus d'informations que le simple descriptif/
- Raisonner en termes de **COMPETENCES** professionnelles :
- Ce que vous savez faire, ce que vous pouvez apporter à une personne que vous sollicitez pour un stage ou un atelier.

Quelles infos garder?

Comment choisir/sélectionner:

- PRIVILEGIER:

- Les expériences artistiques
- Les plus récentes = votre actualité
- Les plus emblématiques de votre démarche
- Ce qui peut être en lien/ rapport avec le sujet

Sur la forme....

- -Toujours **enregistrer votre CV en lui donnant votre Prénom et nom.** Plus facile à le retrouver pour votre interlocuteur. Lui faciliter la tâche.
- -Se faire aider/relire par un graphiste/ Votre nom+ adresse doit ressortir
- -Attention aux abréviations que vous êtes seul à connaître
- -Attention aux coquilles : se relire !
- -Pas besoin de mentionner CV en titre : on s'en doute !
- -Privilégier la sobriété : être lisible/ clair
- -Photo/ pas photo ?
- Réactualiser régulièrement: au moins Une fois par AN

Avantage du Cv en ligne

- Visibilité sur les moteurs de Recherche
- Enrichissement multimédia
- Possibilité de le relayer facilement, par exemple en signature de mail
- Cv classique PDF reste utile, pour les dossiers artistiques notamment.

Avantages LinkedIn

- Cv en ligne et Media en ligne pour diffuser ses infos
- Une vitrine ou le texte/ l'info pro est à l'honneur
- Réseau de contacts/ Infos/ offres d'emplois
- Réseau international
- Recommandations de son réseau
- Compte premium (+ sieurs formules): liste complète des personnes ayant consulté votre profil, quota de message direct, accès à des formations en ligne,
- 1^{er} mois gratuit, puis payant

LinkedIn

- Possibilité de rejoindre des groupes thématiques et de rencontrer de nouvelles personnes
- Possibilité de tagger une personne/
mentionner une personne avec @
- Les hashtags ou mots #

Qui trouver sur LinkedIn?

- Clients corporate, particuliers ou entreprises
- D'autres photographes /artistes: faire sa propre veille, monter projets à plusieurs
- Des membres d'institutions: musées, centres d'art, festivals, DRAC, etc...
- Commissaires d'expositions
- Des commanditaires: institutions publiques, collectivités, écoles, associations, etc
- Des journalistes, iconographes, critiques d'art
- Des experts: chercheurs, sociologues, etc...

Best practices for posting on LinkedIn

Use short-form posts to share and start conversations about what you're reading, ask for advice or ideas, and to respond to industry news, trending topics and other major events.



Content matters

Share quality insights and fresh perspectives based on your knowledge, expertise or observations. Use your [analytics](#) to see what's resonating. Post on timely and trending topics that get people talking.



Share consistently

This helps build a relationship and habit around your content.



Start or join a conversation

Engage your network by asking a question or by sharing a point of view. Respond to commenters and engage with others' posts with a comment or share to drive conversation.



@Mention

Invite people to participate in your conversations by @mentioning them in your post. This helps your post get shared and seen by people you want to hear from.



Use relevant #hashtags

Use a # to indicate what your post is about. Hashtags are searchable and help your content get discovered.



Include a photo or video

Posts with images or rich media draw people in and bring your post to life.

[Click here](#) for more details about posting.



Best practices for writing articles on LinkedIn

Use articles to share your insights, perspectives and expertise.



Timely commentary

The best way to drive conversation and attention is to write on industry trends or share commentary about the day's news.



Headlines matter

Ask yourself: "In the course of my busy day, would I click on that?" Here's a [good primer](#).



Images do, too

Articles with cover photos tend to get more engagement than those without.



Go long (but not too long)

The sweet spot for article length is about 500-1,000 words.

Here are some ideas to get you started:

- What will (or should) your industry look like in 5, 10, or 15 years, and how will it get there?
- What important trends should people in your industry or area of expertise know?
- What are some challenges you've faced or opportunities you've seized?
- What's the biggest problem your industry needs to solve?
- What concrete advice would you give someone hoping to enter your field?

[Click here](#) for more details about publishing articles.



Les bonnes pratiques LinkedIn

- 1/ Soignez votre profil
- 2/ Choisissez une photo professionnelle de profil et une bannière
- 3/ Personnalisez votre URL
- 4/ Rédigez avec soin votre titre avec des mots clefs efficaces (120 signes max) + Intégrer votre contact directement ds le titre (mail ou téléphone)
- 5/ Dans la partie Info (2000 signes max) cibler les expériences prioritaires ou les plus récentes
- 6/ Pensez aux trois premières lignes de la partie info qui seront visibles
- 7/ Choisissez des compétences qui vous démarquent
- 8/ invitez régulièrement de nouveaux contacts
- 9/ Publiez/ repostez et commentez régulièrement
- 10/ Diversifiez les contenus en termes de médias
- 11/ Répondez toujours aux sollicitations
- 12/ Restez professionnel quoi qu'il arrive

Comment publier?

- Des posts courts, interactifs (liens, tags) et en relation avec l'actualité.
- Ciblez quelques thèmes correspondant à vos préoccupations, identité professionnelle
- Ne parlez pas que de vous et partagez du contenu qui peut intéresser votre communauté.

 Document PDF	2,2x à 3,4x reach
 Sondage	2,1x à 2,9x reach
 Carrousel	1,8x à 2,3x reach
 Texte & photos	1,2x à 1,6x reach
 Vidéos	0,5x à 0,8x reach
 Post 1 lien externe	0,4x à 0,5x reach
 Newsletter	0,2x à 0,9x reach
 Article	0,1x à 0,2x reach

Le nombre de hashtags

La fourchette la plus efficace est entre

2 < # > 6

Le bonus du mode créateur

Entre 15 et 35%

de portée supplémentaire sur vos posts en moyenne !

Activez le mode créateur si vous publiez au moins 2X par semaine

Le poids des engagements

1 like	=	1 vue en plus
1 clic sur "voir plus"	=	4 vues en plus
1 partage	=	7 vues en plus
1 commentaire	=	12 vues en plus

L'impact du SSI

+25%

de portée si votre SSI est supérieur à 70/100

@ChanPerco  

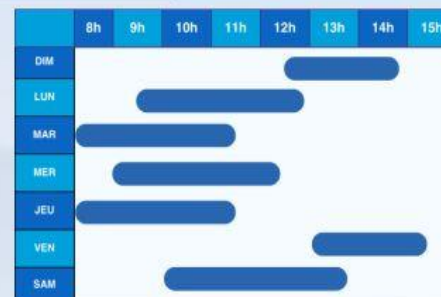


1 à 3

posts/semaine avec un intervalle de minimum de 18 heures pour éviter la cannibalisation

Le plus important est la régularité

Le meilleur moment pour publier



Générer de l'engagement dans les 90 premières minutes !

Commenter son post



Pas en premier !



Mais quand il y a quelques commentaires faites-le cela apporte **+20% de growth** dans la 1ère heure

Recommandations



Ne mentionnez pas plus de 15 comptes par post



Pas plus de 10 émojis par post et pas plus de 4 sur la même ligne, pour ne pas pénaliser la portée



La longueur des publications doit être entre 1200 et 1600 caractères pour performer.



Répondre dans les commentaires dans les 12H.



Ne modifier pas votre post dans les 10 minutes qui suivent la publication.



Le Dwell Time a perdu son importance. Ce qui compte est de générer des engagements dans les 90 premières minutes.

Source : 4th Annual Algorithm Research par Richard van der Blom de Just Connecting

Aide LinkedIn

- Modifier votre profil
- <https://www.linkedin.com/help/linkedin/topics/6042/6043/1252>
- Faire la Check-list
- <https://www.slideshare.net/axizebusiness/creerprofillinkedinpointsessentiels>
- Générer un PDF de son profil
- <https://www.linkedin.com/help/linkedin/topics/6042/6512/4618>
- Ajouter des médias:
- <https://www.linkedin.com/help/linkedin/topics/6042/6043/34430>
- Ajouter des compétences: <https://www.linkedin.com/help/linkedin/topics/6042/6043/8883>
- Créer un profil efficace
- <https://blog.openclassrooms.com/2021/02/27/les-secrets-dun-profil-parfait-pour-cartonner-sur-linkedin/>
- <https://www.vevano.be/2021-03-26-ajouter-rubrique-selection-de-contenus-profil-linkedin/>

Pour aller plus loin

- <https://www.lamaisondesartistes.fr/site/linkedin-a-lusage-des-artistes/>
- <https://www.tealhq.com/linkedin-guides/visual-artist>