

## Comment optimiser sa présence sur Instagram ?

Instagram est le réseau incontournable des arts visuels, mais est-il encore pertinent d'y recourir pour toucher ses publics ? Découvrez les outils et stratégies pour faire d'Instagram un allié de votre communication. Apprenez à créer un contenu attractif, à engager votre audience et à utiliser les fonctionnalités avancées d'Instagram pour renforcer la présence de votre structure culturelle sur le réseau.

Bulletin d'inscription  
sur [www.cipac.net](http://www.cipac.net)  
Renseignements :  
[formation@cipac.net](mailto:formation@cipac.net)  
01 44 79 10 85

Siret 415 293 208 00054  
Organisme de formation  
no 11 75 39734 75  
Référéncé au Datadock  
TVA non applicable  
en vertu de l'article 261-4°-4°-a  
5° alinea du CGI

### PUBLICS

Cette formation s'adresse aux professionnels chargés de la communication, aux community managers et à toute personne concernée par l'utilisation des réseaux sociaux.

### DOMAINES DE COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

- Communication
- Multimédia / réseaux sociaux
- Gestion de projets éditoriaux

### PRÉ-REQUIS

Professionnels de tous niveaux.

Le programme de formation à distance sera dispensé via l'application ZOOM. Le stagiaire devra disposer d'un ordinateur et d'une connexion internet à haut débit avec ou sans fil lui permettant d'installer et d'utiliser cette application.

Le stagiaire devra également disposer d'un compte professionnel sur Instagram et des codes pour y accéder.

FORMACODE® : 46252

### MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

- Cours en visio-conférence.
- Études de cas, utilisation d'outils en groupe.
- Transmission de documents pédagogiques.

### ATTESTATION DE FORMATION

Les temps de connexion des stagiaires et leur participation active aux séquences de travail en groupe seront contrôlés par demi-journée. À l'issue de la formation, une attestation de formation sera remise aux stagiaires ayant suivi l'intégralité du programme avec assiduité.

### MÉTHODE D'ÉVALUATION

Afin de déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances ou les gestes professionnels précisés par les objectifs du programme, il complètera une évaluation des acquis de la formation. Un questionnaire de satisfaction lui sera également soumis.

### EFFECTIFS FORMÉS

Cette formation est organisée pour un effectif maximal de 12 stagiaires.

### CONTENU

#### 1/ Introduction à Instagram

- L'évolution d'Instagram et son importance actuelle.
- Statistiques et audience d'Instagram en 2024.
- Les tendances actuelles.

#### 2/ Gestion d'un profil attractif

- Optimisation de la biographie et du profil.
- Choix de la ligne éditoriale et de l'esthétique visuelle.
- Utilisation des Hashtags et Géotags.

#### 3/ Stratégie de contenu

- Types de contenus : photos, vidéos, Stories, Reels.
- Fréquence de publication et timing.
- Engagement avec la communauté.

#### 4/ Techniques avancées

- Utilisation des stories et Reels pour maximiser l'engagement.
- Collaborations avec des influenceurs : bonnes pratiques.
- Publicités sur Instagram : stratégies et mise en place.

#### 5/ Ateliers pratiques

- Création de contenus visuels attrayants.
- Planification et gestion d'un calendrier éditorial.
- Analyse des statistiques et ajustement de la stratégie.

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de :

- Maîtriser les fonctionnalités d'Instagram pour les structures culturelles et les artistes.
- Créer et savoir mettre en avant du contenu engageant.
- Utiliser Instagram pour renforcer la visibilité et l'engagement de sa structure culturelle.

### FORMATRICE

Annabelle Oliveira • Consultante en communication.

### INFORMATIONS PRATIQUES

Dates: mercredi 27 novembre 2024

Durée: 1 jour, soit 7 heures de formation au total

Frais de formation: 430 euros coût net

Horaires: 10h-13h et 14h-18h

Lieu: à distance