



Digital Commerce

Création de photos et d'un texte accrocheur

IFAPME Mons





**Did you
know?**

Le bon texte

Règles de base : l'orthographe

Une orthographe irréprochable est de mise sur les réseaux sociaux afin d'éviter les remarques (*l'orthoshaming*) et être pris au sérieux.

Non, il n'est pas grave de faire une faute d'orthographe. Et personne ne peut prétendre n'en faire jamais. En revanche, il est grave de ne pas chercher à la corriger, il est grave de s'en fiche, et il est encore plus grave de rejeter la faute sur les autres en inventant au passage un nouveau mot.



Si l'orthographe n'est pas votre point fort, vous pouvez utiliser des logiciels (tels que Antidote) ou des sites en ligne:

- <https://bonpatron.com/>
- <https://languagetool.org/fr> (+ plugin chrome)
- <https://www.scribens.fr/>

Des mots-clés efficaces

- ❖ [Google Trends](#) est un outil d'analyse des intentions de recherche des internautes. Il vous permettra de vérifier le volume de recherches correspondant à votre sujet, ainsi que les recherches les plus tendance du moment.
- ❖ [Google Keyword Planner](#) va quant à lui, identifier sur quel mot-clé se positionner. Destiné aux campagnes Google Ads, vous pouvez utiliser l'outil gratuitement pour faire une comparaison et trouver quel mot-clé est le plus pertinent pour votre content marketing.
- ❖ [Ubersuggest](#) est un outil indispensable pour votre recherche de mot-clé. Il analyse :
 - son volume de recherche ;
 - le niveau concurrentiel de votre mot-clé en SEO et en SEA ;
 - le nombre de backlinks des contenus les mieux référencés ;
 - les pages les plus performantes pour vous donner des idées de contenus.

L'écriture inclusive

Le choix d'une écriture inclusive sera fait selon l'influence de votre public mais également de l'équipe de rédaction. Vous devez garder une certaine cohérence dans vos communications

A télécharger :

[Inclure sans exclure. Les bonnes pratiques de rédaction inclusive. Anne Dister et Marie-Louise Moreau. \(2020\). Bruxelles : Direction de la Langue française – Service général des Lettres et du Livre - Fédération Wallonie-Bruxelles.](#)

L'écriture inclusive en 3 principes

Objectif : faire disparaître les stéréotypes sexistes en remaniant l'orthographe et la façon de s'exprimer

ACCORDER

LES GRADES/ FONCTIONS/
MÉTIER/TITRES

une charpentière
une autrice ou auteure
un homme de ménage



AU PLURIEL :

FEMININ ET MASCULIN

par ordre alphabétique

les candidates et les candidats
les maires et les mairesses
les cheffes et les chefs de...

Le verbe s'accorde
avec le sujet
le plus proche ou
avec le plus grand
nombre

les décorateurs et les
décoratrices sont satisfaites
les décorateurs et la
décoratrice sont satisfaits

ou un condensé des 2 genres
avec un point médian

les électeur·rice·s
les citoyen·ne·s
les commerçant·e·s

TERMES UNIVERSELS

À PRIVILÉGIER plutôt
que «homme» et «femme»

droits humains
corps enseignant
personnes
membres

Sources : [écriture-inclusive.fr](#), Guide pratique du Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes (novembre 2015)

👩🍷🍒🐟👯☀️💕😓💕😓💕



agora pulse



#NotreEngagementVotreSécurité

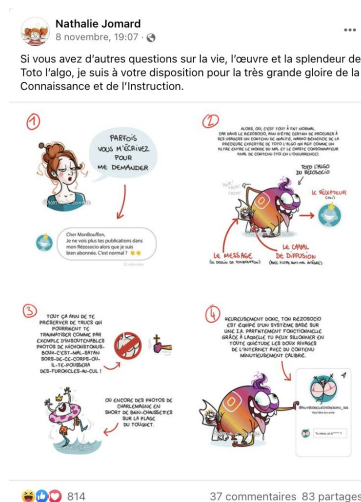
131 commentaires 140 partages

Le ton de voix dépend aussi d'autre chose que de votre public

Dans l'exemple ci-contre, l'utilisation d'un "patois" (ici le borain) minutieusement glissé dans le texte est lié non pas au public, vu qu'il s'agit d'une langue peu utilisée, mais bien un clin d'oeil à la région



La bonne utilisation du LOL



Je me suis enfin souvenu à quoi me faisait penser les vidéos conférences



Sauf si ca parle à votre public



Trouver
l'inspiration

Les 3 “E” de l’animation

Le E de *Entertain*

Les gens sont sur Facebook tout d’abord **pour se connecter avec leurs proches et SE DIVERTIR.**

Le E de *Educate*

Les fans ont également envie d’apprendre : **Expliquez votre activité, ce que vous faites, mais surtout POURQUOI vous le faites.**

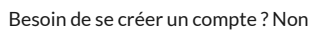
Le E de *Empower*

Inspirez vos fans : vous devez maintenant expliquer aux gens **comment mettre en pratique tous vos conseils dans leurs propres projets.**

Réseaux sociaux : que dire ?

- Promotions
- Offres spéciales
- Avant-première
- Actualités
- Conseils
- Animation et rappels
- Témoignages/interviews
- Anecdotes et faits peu connus
- Statistiques pertinentes
- Questions aux communautés
- Sondage
- Bonnes pratiques
- Etudes de cas
- Guide, aide
- Événement en direct
- Rétrospective, livres blancs
- Jeux, quizz
- Opinions
- Photos, vidéos, liens
- Idées cadeaux

- trouver les questions que se posent les gens autour d'un mot clé



Age Group	Percentage
18-24	10%
25-34	15%
35-44	20%
45-54	25%
55-64	30%
65-74	35%
75-84	40%
85+	45%

JANVIER 2020

SoRezo

LUN	MAR	MER	JEU	VEN	SAM	DIM
		1 Jour de l'on 	2	3 Solidays (Belgique)	4 Journée mondiale du braille	5 Paris-Dakar 27e Edition Globes
6 Epiphanie 	7 CES Las Vegas	8 Solidays (France)	9	10	11	12 Journée mondiale des rues
13 Journée mondiale sans pantalon	14 Paris Men Fashion Week	15 	16	17 J. I. de la cuisine italienne	18 Nuit de la lecture	19 J. M. de pop-crit
20 J. de Monday Night 7 Australie	21 J. de Colin 	22	23	24 Nouvel an chinois	25 Grammy Awards 	26
27 J. de la protection des données 	28	29	30 Festival BD Angoulême	31		



KISS (keep it
simple & sexy)

AIDA, plus qu'un joli prénom, une BASE !

Pensez à AIDA

A pour Attention : capter l'attention de la personne (évident, je sais !).

I pour Intérêt : susciter l'intérêt avec des faits, affirmations, etc.

D pour Désir : faire naître le désir en jouant sur ses émotions et ce qu'elle a besoin.

A pour Action : en lui donnant votre solution qui la pousse à passer à l'action.

Et comment ?

Posez des questions à votre audience

Partagez autour de vos valeurs

Ajoutez des photos attrayantes

Racontez des histoires

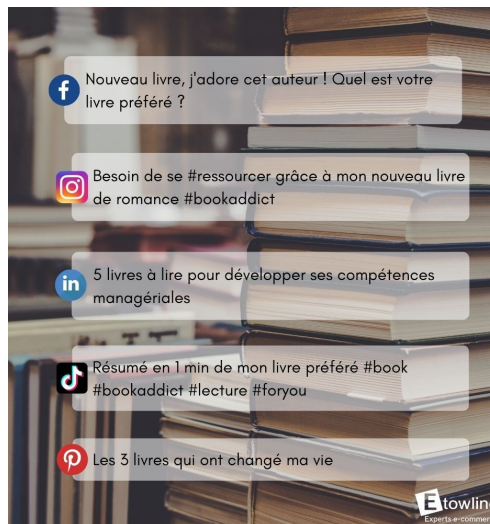
Ne soyez pas trop longs

Taggez des "partenaires", des "lieux" ou des personnes en lien avec votre post

Parlez le langage du “social media”

il est absolument indispensable de bien connaître le langage qui parle à votre public cible.

Chaque canal sert un objectif différent, le texte doit donc être adapté à chaque plateforme.



Soignez l'accroche

« L'erreur que font 98 % des Belges. »

« La méthode ultime pour mieux rédiger pour les médias sociaux, sans effort. »

« Comment payer moins d'impôts grâce à cette astuce toute simple ? »

Dans méthodologie AIDA, cette phrase est votre premier point : « Attention ». L'objectif est de l'interpeller en une phrase en jouant sur les émotions de votre lecteur : peur, doute, curiosité, envie, joie, tendresse...

L'accroche est d'autant plus importante sur les réseaux sociaux, où la première phrase de votre publication est généralement la seule à s'afficher. Si votre texte est long, l'utilisateur doit cliquer sur un bouton (par exemple, « Voir plus ») pour lire le reste.

Au moment de rédiger votre accroche pour les réseaux sociaux, vous pouvez, par exemple :

- Insister sur un danger ou un risque (de faire ou ne pas faire telle chose),
- Apporter des solutions (« la méthode... », « 10 conseils pour... »),
- Jouer sur la carte mystère (« le secret pour... »),
- Utiliser le marketing négatif (« Ce n'est pas pour toi si... »)
- Susciter l'étonnement (« Le point commun entre Coca-Cola et Disney »)

Restez simples

Imaginez que vous écrivez à un enfant de 7 ans.

Cet exercice, simple mais très efficace, vous obligera à écrire clairement et à vous débarrasser du jargon qui ne fait qu'embrouiller vos lecteurs.

- « Soyez un moteur d'innovation. »
- « Soyez disruptif ! »

Beurk.

Utilisez des termes simples qui s'adressent à tous et ne demandent pas de réfléchir. Les êtres humains réagissent bien aux textes succincts et clairs – et non aux mots à la mode utilisés à tort et à travers et dénués de signification réelle.



Devenez.fr

22 novembre, 16:52 · 🌐

Quels sont les métiers de la transformation digitale accessibles en formation courte ? 🚀 <https://hubs.ly/H0fDdnb0>



EMPLOI.DEVENEZ.FR

Quels sont les métiers de la transformation digitale accessibles en formation courte ?

Jouez avec le “oui”

L'une des techniques de vente les plus puissantes est d'obtenir une confirmation du client.

Pour ce faire, vous devez poser une question à laquelle votre client cible répondra “oui”. En mettant ces questions en haut de votre annonce, vous attirez le client parfait. Si vous les attrapez avec la première ligne, ils liront le reste.

Cette pratique consiste à bien connaître votre public cible, vos forces et les raisons pour lesquelles on contacte votre entreprise.

Par exemple, si vous vendez des cours de guitare, vous pouvez commencer votre publication par des questions comme :

- Besoin de vous améliorer à la guitare ?
- Envie devenir un guitar hero ?
- Vous avez toujours rêvé de devenir guitariste ?

Vous attirerez forcément l'attention de ceux qui cherchent à prendre des cours de guitare.



IKI.LineArt

Sponsorisé · 🌐

Tu as déjà essayé d'apprendre le crochet toute seule et tu te perds dans la multitude de tutos sur internet ? Tu ne sais pas par où commencer et les termes techniques te paraissent incompréhensibles ? 🤔

👉 Oublie tout ça, j'ai LA solution ! 🧶

👉 Découvre ma méthode qui t'emmène du "J'y comprends rien" au "Regarde ce que j'ai fait !" en seulement 21 jours. 🚀

Ave... En voir plus

APPRENDRE
Le Crochet

Zappe YouTube !

Avec moi,
le crochet devient
un jeu d'enfant !

**Réussis ton 1er projet au Crochet
en seulement 2 HEURES !**

(Même si tu n'as jamais touché une pelote et
que tu penses que le crochet,
c'est mission impossible !)

IKI-LINEART.COM

Découvre le cours de crochet qui change tout ! 🧶

Acheter

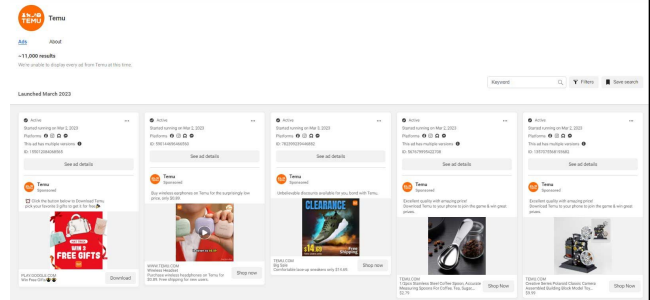
👍 64

9 commentaires 4 partages

L'urgence et la rareté

Le sentiment d'urgence est une technique marketing reconnue, qui fonctionne toujours ! La peur de rater une offre exceptionnelle conduit souvent à un comportement impulsif.

Créez l'urgence avec une offre à durée limitée qui fournit énormément de valeur pour un prix réduit. Les utilisateurs, déjà curieux à propos de vos produits ou services, se précipiteront pour profiter de la promotion.



La "trend" c'est pas que sur TikTok



IA & Social Media : tirez le meilleur de ChatGPT

Besoin d'un calendrier de contenu à la volée ? Vous pouvez compter sur ChatGPT.

Donnez-lui quelques informations sur les événements ou promotions à venir et laissez l'IA générer des types de contenu pour les futures publications de votre marque.

M peux-tu créer un calendrier de contenu Instagram pour une marque de glaces artisanales biologiques ?

Bien sûr, voici un exemple de calendrier de contenu Instagram pour une marque de glaces artisanales biologiques sur une base hebdomadaire. Vous pouvez adapter ce calendrier en fonction de votre propre style de contenu, de votre public cible et de vos offres spécifiques.

Semaine 1: Thème - Découverte de nos saveurs uniques

- Lundi : Introduction à la semaine**
 - * Postez une photo de vos glaces emblématiques accompagnée d'une légende intrigante sur les délices à venir.
- Mardi : Saveur du jour**
 - * Partagez une image appétissante de la saveur du jour avec une description détaillée de ses ingrédients biologiques et de son processus de fabrication.
- Mercredi : L'envers du décor**
 - * Montrez une vidéo en accéléré du processus de fabrication de vos glaces artisanales, mettant en avant la qualité biologique des ingrédients.
- Jedi : Témoignage client**
 - * Partagez une photo d'un client satisfait dégustant l'une de vos glaces, accompagnée d'un témoignage positif sur l'expérience de dégustation.
- Vendredi : Quiz de saveurs**
 - * Publiez une série de photos de différentes saveurs et demandez à vos abonnés de deviner les ingrédients clés. Révélez les réponses dans les commentaires.
- Samedi : Recette DIY**
 - * Partagez une vidéo montrant comment vos abonnés peuvent créer une version maison de l'une de vos glaces en utilisant des ingrédients biologiques.
- Dimanche : Repos créatif**
 - * Publiez une photo relaxante et esthétique mettant en avant l'idée de savourer vos glaces en toute tranquillité.

Testez ChatGPT

Essayez des prompts tels que :

- Crée-moi une stratégie pour les réseaux sociaux étalée sur trois mois pour une entreprise produisant des snacks biologiques. L'entreprise est active sur Facebook, TikTok et Instagram.
- Construis un plan de contenu pour augmenter le nombre d'abonnés d'une entreprise [DÉCRIRE L'ACTIVITÉ] sur Facebook. À quelle fréquence devrions-nous publier ? Sur quel type de contenu devrions-nous nous concentrer ?
- Comment notre entreprise peut-elle promouvoir nos produits de façon créative sur les réseaux sociaux ?
- Quel type de visuel devrais-je utiliser pour promouvoir mon entreprise sur Instagram ?

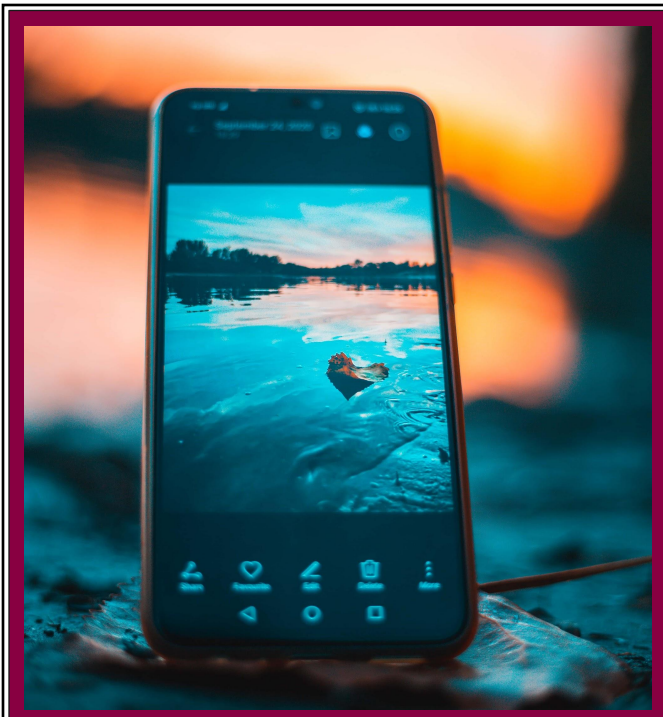
Plus l'IA dispose d'informations sur votre marque, vos objectifs, votre audience, votre ton de voix et bien plus encore, plus le résultat obtenu sera pertinent.

Demandez l'aide de Hemingway

Hemingway App est une application de bureau et cloud qui peut améliorer votre style d'écriture et peaufiner le contenu du texte en rattrapant cinq problèmes d'écriture basiques auxquels nous sommes tous confrontés :

- Utilisation illimitée de la voix passive
- Abus d'adverbe
- Phrases complexes
- Mots compliqués
- Phrases sans conséquence et longues

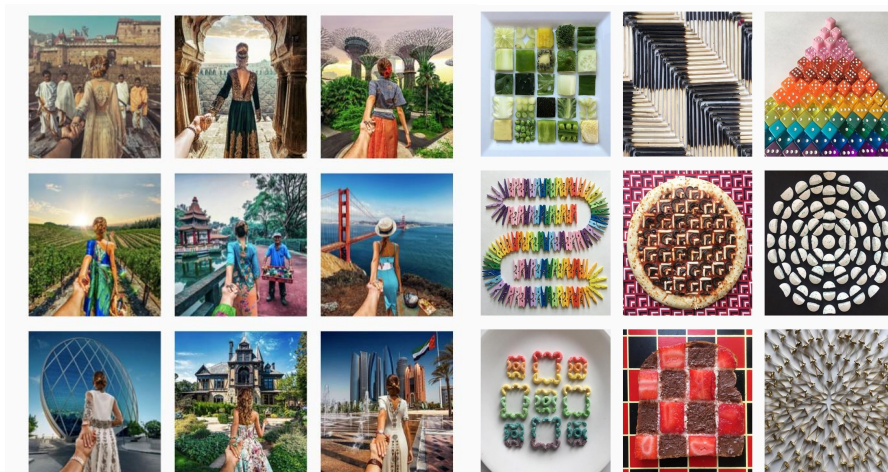
Il s'agit d'une application Web gratuite que tout le monde peut utiliser en ligne.



Prendre LA
photo

L'Esthétisme : la norme des réseaux sociaux

L'esthétisme d'Insta



La charte éditoriale

La charte éditoriale est un document de référence qui pose le cadre de votre communication éditoriale, en garantissant une homogénéité dans la production de vos contenus.

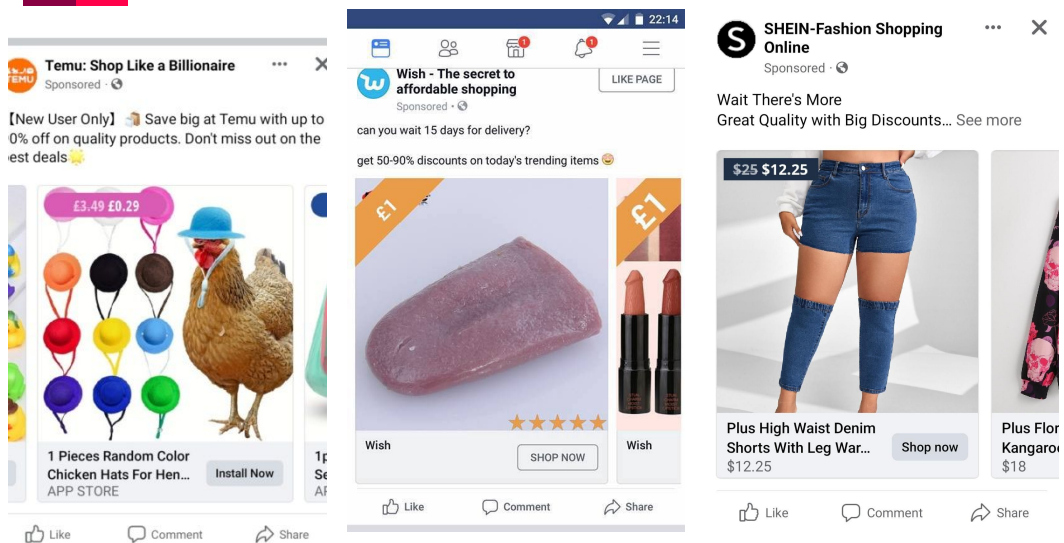
La ligne éditoriale est une étape importante lors de la création de votre compte Instagram puisqu'elle permet d'attirer, séduire et fidéliser le public tout en valorisant votre marque, votre identité et vos valeurs



Photos & IA : Faites simple



Attirez l'attention par l'image

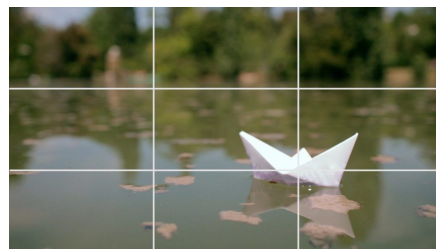
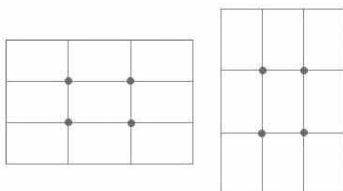


Prendre une **BONNE** photo

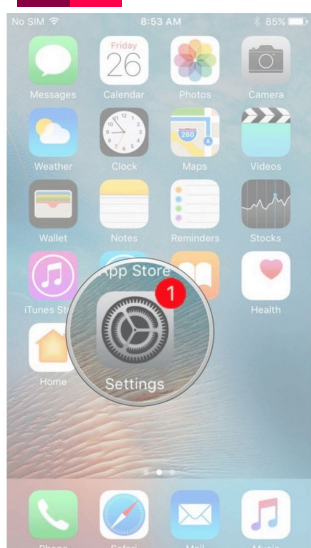
1er conseil : Utilisez des quadrillages pour équilibrer votre prise de vue.

L'un des moyens les plus simples et les meilleurs d'améliorer vos photos mobiles consiste à activer le quadrillage de l'appareil photo. Cela superpose une série de lignes sur l'écran de l'appareil photo de votre smartphone qui sont basées sur la "règle des tiers" - un principe de composition photographique qui dit qu'une image doit être décomposée en tiers, à la fois horizontalement et verticalement, vous avez donc neuf parties dans total.

Selon cette théorie, si vous placez des points d'intérêt dans ces intersections ou le long des lignes, votre photo sera plus équilibrée, de niveau et permettra aux spectateurs d'interagir avec elle plus naturellement.



Activer la grille sur votre smartphone



2e conseil : Réglez la mise au point de votre appareil photo

Les caméras des smartphones d'aujourd'hui se concentrent automatiquement sur le premier plan de votre cadre, mais toutes les photos que vous prenez avec votre téléphone n'ont pas un sujet évident.

Pour régler l'endroit où vous souhaitez que l'objectif de votre appareil photo fasse la mise au point, ouvrez l'application de votre appareil photo et appuyez sur l'écran où vous souhaitez affiner la vue.



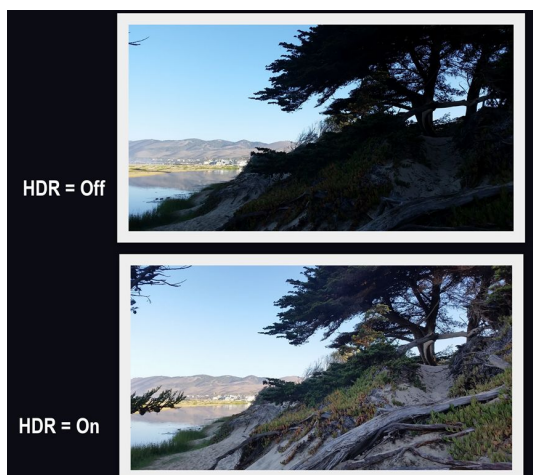
3e conseil : Utilisez le mode HDR

La plage dynamique élevée ou HDR est une fonctionnalité d'application d'appareil photo qui aide à équilibrer les éléments clairs et sombres dans une photo à contraste élevé. Il peut être utilisé pour donner aux photos une ambiance plus créative ou artistique, mais il est couramment utilisé pour produire une image qui ressemble à la façon dont vous la voyez avec vos yeux.

Souvent, avec les appareils photo des smartphones, il est difficile d'obtenir l'exposition parfaite pour les zones claires et sombres. Vous pourriez prendre une photo de quelqu'un dans une zone ombragée à l'extérieur sur un fond lumineux ou dans une pièce peu éclairée contre un mur lumineux. Régler l'exposition sur l'arrière-plan pourrait rendre la personne photographiée sous-exposée. Inversement, régler l'exposition sur le sujet peut entraîner une surexposition de l'arrière-plan.

Le HDR empêche cela en conservant à la fois les détails dans les zones plus sombres et les ombres et les zones lumineuses.

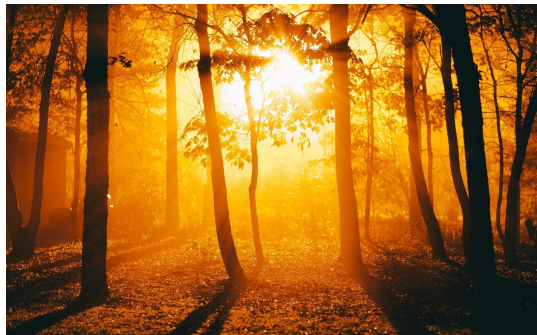
L'iPhone prend des photos en HDR par défaut. Pour les téléphones Android, vous devrez peut-être régler manuellement les paramètres HDR.



4e conseil : Utilisez la lumière naturelle

Il est difficile de trouver une superbe photo d'un smartphone prise avec un flash. La plupart du temps, ils donnent à une photo un aspect surexposé, altérant négativement les couleurs et donnant aux sujets humains un aspect délavé.

Profitez de toutes les sources de lumière naturelle que vous pouvez trouver, même après la tombée de la nuit. Cela vous donne la possibilité de jouer avec les ombres, ou de créer une silhouette avec d'autres sources de lumière ambiantes, comme la circulation et les bâtiments environnants.



5e conseil : Faites la mise au point sur un sujet

La plupart des meilleures photos ne comprennent qu'un seul sujet intéressant. Ainsi, lorsque vous en prenez une en photo, passez un peu plus de temps à préparer la prise de vue. Certains photographes professionnels disent que le sujet ne doit pas remplir tout le cadre et que les deux tiers de la photo doivent être un espace négatif, ce qui aide le sujet à se démarquer encore plus.

Mais assurez-vous d'appuyer sur l'écran de votre smartphone pour faire la mise au point de l'appareil photo sur votre sujet, cela vous aidera à vous assurer qu'il est mis au point et que l'éclairage est optimisé.

Conseil de pro: une fois que vous avez pris votre photo, vous pouvez utiliser **des filtres et des applications pour rendre le sujet encore plus vif** ou **pour le recadrer afin de cadrer correctement le sujet**. La luminosité, le contraste et la saturation de la photo peuvent également être ajustés en conséquence, le tout depuis votre téléphone.



6e conseil : Tenez votre téléphone immobile

Alors que les smartphones nous ont permis de prendre des photos en déplacement, les appareils photo de nos téléphones sont toujours sensibles aux mouvements.

Pour éviter les photos floues ou déformées, stabilisez d'abord votre appareil photo.

Vous pouvez investir dans un petit trépied adapté aux smartphones . La plupart des trépieds mobiles sont à peine plus gros que votre appareil mobile et peuvent se plier à n'importe quel angle.

Si vous n'avez pas de trépied, vous pouvez vous appuyer sur un ami ou un mur pour empêcher vos bras ou vos mains de vaciller, ou caler votre téléphone à l'aide de livres ou d'objets similaires pour stabiliser votre téléphone.



7e conseil : Embrassez l'espace négatif.

"L'espace négatif" fait simplement référence aux zones autour et entre les sujets d'une image - et il peut faire passer une photo de "bonne" à "excellente".

Lorsque vous incluez beaucoup d'espace vide dans une photo, votre sujet se démarquera davantage et suscitera une réaction plus forte de votre spectateur.

À quoi ressemble l'espace négatif ?

Il s'agit souvent d'une grande étendue de ciel ouvert, d'un champ vide, d'un grand mur ou d'eau, ou d'un ciel comme dans l'exemple ci-contre.



8e conseil : Trouvez différentes perspectives

Prendre des photos sous un angle unique et inattendu peut les rendre plus mémorables - cela a tendance à créer une illusion de profondeur ou de hauteur avec les sujets. Il rend également l'image debout dehors, puisque la plupart des photos mobiles sont prises directement ou à vol d'oiseau.

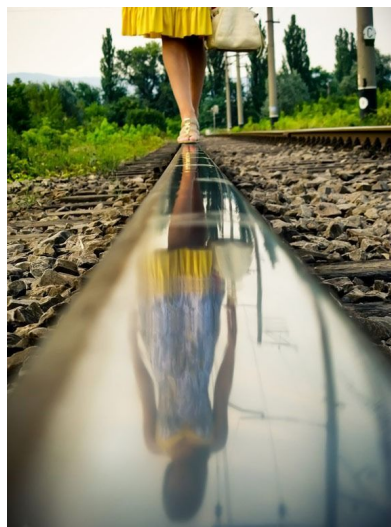
Essayez de prendre une photo directement vers le haut et de jouer avec le ciel comme espace négatif, comme sur la première photo ci-dessous. Ou, vous pouvez essayer de le prendre avec un léger angle vers le bas.



9e conseil : Jouez avec les reflets

Il y a quelque chose de si idyllique à voir le ciel se refléter dans un plan d'eau. Il y a une raison pour laquelle nous aimons voir cela : nos yeux sont attirés par les reflets. Cherchez donc des occasions de jouer avec eux sur les photos.

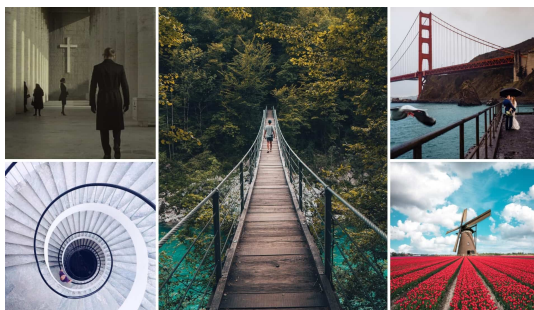
Il existe de nombreux endroits prêts à l'emploi pour trouver des reflets - les flaques d'eau, les grandes étendues d'eau, les miroirs, les lunettes de soleil, les verres à boire et les surfaces métalliques ne sont que quelques-uns.



10e conseil : Suivez les lignes directrices

Sur certaines photos, il y a une ligne qui attire l'œil du spectateur vers une certaine partie du cadre. C'est ce qu'on appelle les **lignes directrices**. Ils peuvent être droits ou curvilignes - pensez aux escaliers, aux façades de bâtiments, aux voies ferrées, aux routes ou même à un chemin à travers les bois.

Les lignes directrices sont idéales pour créer une impression de profondeur dans une image et peuvent donner à votre photo un aspect délibérément conçu, même si vous venez de tomber sur une forme vraiment cool par accident.



11e conseil : Recherchez la symétrie

Les images qui contiennent de la symétrie peuvent être très agréables à l'œil - c'est aussi l'un des moyens les plus simples et les plus convaincants de composer une photo.

En photographie, la symétrie signifie généralement la création d'une image qui peut être divisée en deux parties égales qui sont des images miroir l'une de l'autre. C'est un peu différent des reflets - la symétrie peut être trouvée "dans la nature", comme sur l'image de l'escalier, ou grâce à un élément de répétition.



12e conseil : Gardez un œil sur les motifs répétitifs

Les motifs répétitifs sont très agréables à regarder - ils apparaissent chaque fois que des éléments graphiques forts sont répétés encore et encore, comme des lignes, des formes géométriques, des formes et des couleurs.

Ces motifs peuvent avoir un fort impact visuel, et photographier quelque chose comme un beau sol carrelé peut suffire à créer une image saisissante.

D'autres fois, il est plus amusant de garder un œil sur l'endroit où ils apparaissent naturellement ou involontairement, comme avec les escaliers de secours congruents à gauche.



13e conseil : Jouez avec le blocage des couleurs

Le blocage des couleurs peut aider à mettre en évidence les éléments d'une photo que vous souhaitez faire ressortir, comme une plante ou autre chose avec une teinte audacieuse. Il atteint un objectif similaire à celui de l'espace négatif, en ce sens qu'il peut aider un seul sujet à se démarquer, mais avec le blocage des couleurs, les autres éléments de la photo restent intacts pour une image cohérente.



14e conseil : Évitez de zoomer

Lorsque vous prenez une photo à distance, il est tentant de zoomer sur quelque chose de spécifique que vous essayez de capturer. Mais il est en fait préférable de ne pas zoomer, car cela peut donner à la photo un aspect granuleux, flou ou pixélisé.

Au lieu de cela, essayez de vous rapprocher de votre sujet ou prenez la photo à une distance par défaut et recadrez-la plus tard. De cette façon, vous ne compromettez pas la qualité et il est plus facile de jouer ou d'optimiser une image plus grande.

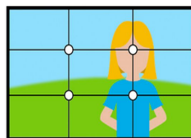


15e conseil : Capturez de petits détails.

Vous avez peut-être entendu la phrase, "Ce sont les petites choses." Parfois, cela s'applique également aux photos. Des images en gros plan qui capturent des détails petits, complexes et délicats peuvent créer un contenu visuel vraiment convaincant. Gardez un œil sur les textures et les motifs comme la peinture écaillée, une route de gravier ou un dessus de table en carreaux.



Récap : Pensez "cadrage" et "point de vue"



LA RÈGLE DES TIERS
LA PHOTO EST DIVISÉE EN 9 BOÎTES.
LE SUJET EST SUR L'UNE DES LIGNES
D'INTERSECTION.

RÈGLES DE BASE EN PHOTO

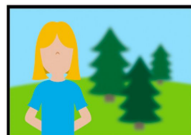


LES LIGNES DIRECTRICES
LA ROUTE SUR CETTE PHOTO SERT DE
GUIDE QUI DIRIGE VOTRE REGARD VERS
LE SUJET DE LA PHOTO.



VITESSE D'OBTURATION ET OUVERTURE

CES CHIFFRES SONT SUR L'ÉCRAN DE
VOTRE APPAREIL PHOTO REFLEX.
PLUS LE NOMBRE EST ÉLEVÉ (1/400),
PLUS VOUS POUVEZ PHOTOGRAPHIER
DES SUJETS PLUS RAPIDES.
PLUS VOTRE NUMÉRO D'OUVERTURE DIMINUE
(F2.8), PLUS LA LUMIÈRE EST AUTORISÉE
DANS LA LENTILLE. PLUS DE LUMIÈRE PERMET
VOUS PERMET DE PRENDRE DES PHOTOS
DANS DES SITUATIONS DE FAIBLE LUMINOSITÉ.



LA PROFONDEUR DE CHAMP
LE SUJET DE LA PHOTO EST
COMPLÈTEMENT "AU POINT" (NET)
ET L'ARRIÈRE-PLAN EST FLOU.



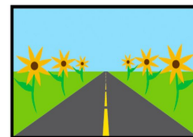
L'ENCADREMENT
C'EST QUAND IL Y A DES OBJETS AUTOUR
DU SUJET QUI ENCADRENT LE SUJET,
RENDANT NOTRE REGARD PLUS
ATTIRÉ PAR ELLE.



L'ÉQUILIBRE
VOUS DEVEZ ÉQUILIBRER LE "POIDS"
DE VOTRE SUJET EN INCLUANT UN
AUTRE OBJET DE MOINDRE
IMPORTANCE POUR REMPLIR L'ESPACE.



LE POINT DE VUE
LE POINT DE VUE A UN IMPACT MASSIF
SUR LA COMPOSITION D'UNE PHOTO,
ET CELA PEUT GRANDIÈREMENT AFFECTER
LE MESSAGE QUE VOUS VÉHICULEZ.



LA SYMÉTRIE
C'EST LORSQUE LA PHOTO EST
ÉGALEMENT ÉQUILIBRÉE OU A UN MOTIF.
CRÉANT UNE SYMÉTRIE DANS LA PHOTO.

La photo qui séduit

Une image vaut mille mots

Profitez donc de vos photos pour en dire long sur vos produits.
Postez des images en les présentant dans différentes situations.

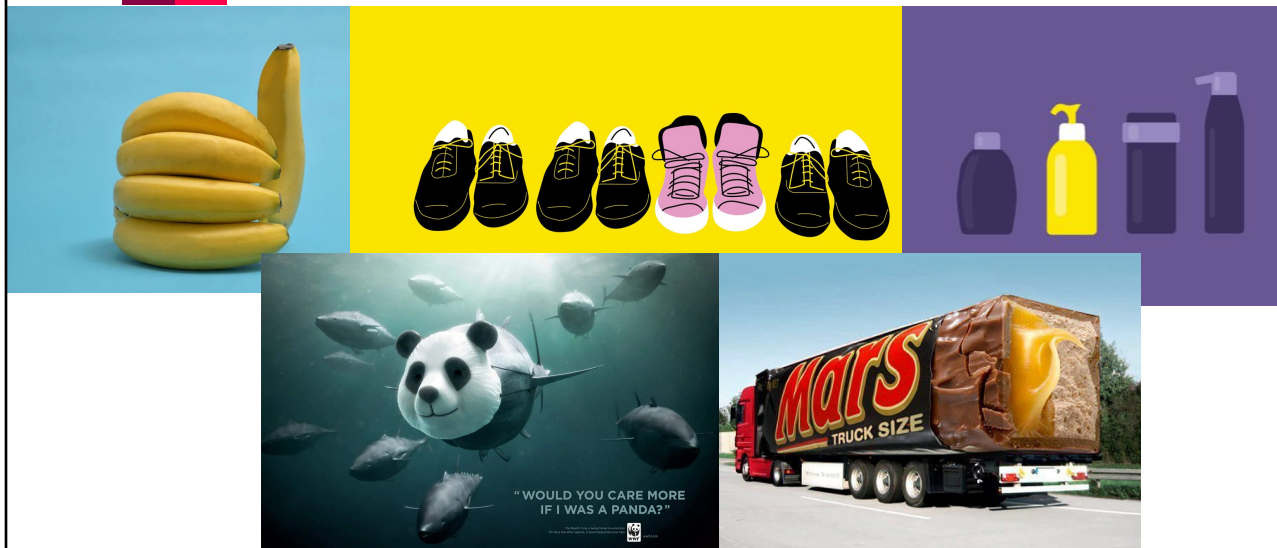
Equipez vous d'objets de saison ou en lien avec votre activité pour illustrer les produits et services que vous proposez.

Vous n'avez pas de produit ? Pas de souci !

Une clé signifie un départ vers qqch de neuf, une tasse de café, un coin de votre clavier, vos outils ...

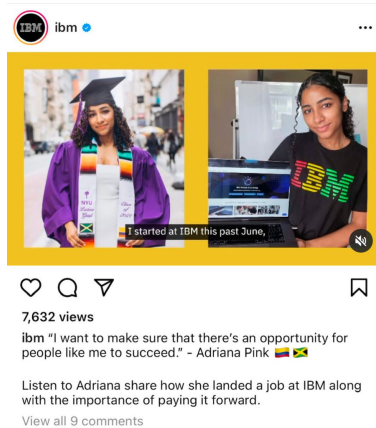


L'effet Von Restorff, la psychologie au service du marketing



Le storytelling sur les réseaux sociaux

Le storytelling sur les réseaux sociaux permet d'attirer et de fidéliser votre cible en leur racontant une histoire autour de votre univers.



La photo des autres

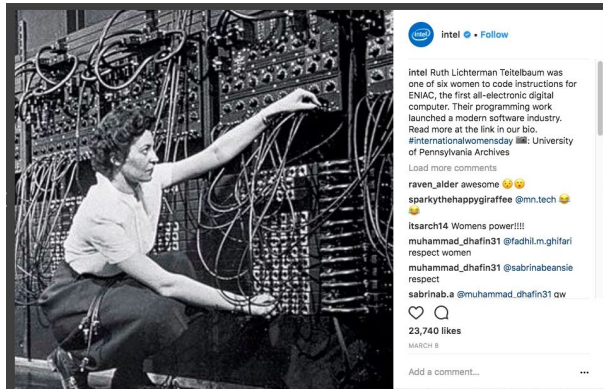


Attention aux images de stock



Les images d'archives

Une petite balade en tram à la Louvière 🚊



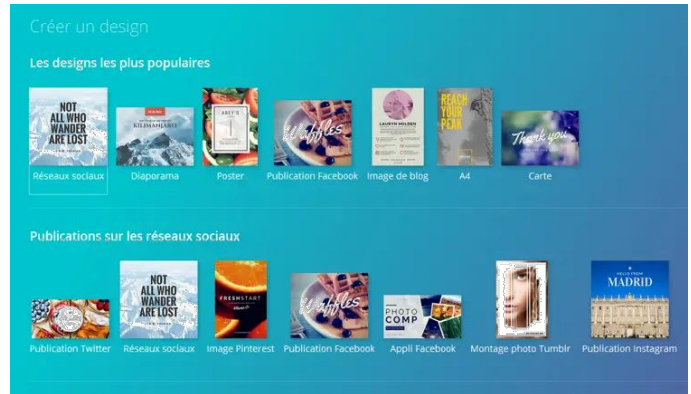
Les apps pour améliorer vos photos

Canva


Un outil pour

- créer facilement des visuels pour les réseaux sociaux

<https://www.canva.com/>



Besoin de se créer un compte ? Oui

Langue : 

Créez votre propre style





Merci