YOUTH MUSEUM FORUM

Musées et réseaux sociaux

Museums and Social Media

26 mai 2023

26 May 2023

Musées et réseaux sociaux

Museums and Social Media

FR

Toute institution souhaitant tirer le meilleur parti des opportunités offertes par les réseaux sociaux devrait définir une stratégie de réseaux sociaux en fonction de ses objectifs spécifiques et gérer une équipe compétente pour diriger cette stratégie. Elle doit en particulier se concentrer sur les trois points généraux d'une stratégie de réseaux sociaux réussie : écouter la conversation, en tirer des enseignements et participer à la conversation en fonction de ce que l'on a appris.

L'objectif des médias sociaux dans le marketing des musées est de promouvoir les arts, puis d'accroître l'implication du public, d'utiliser plus efficacement les ressources de l'organisation, de permettre aux organisations de s'engager plus efficacement dans la défense de l'art, de fournir une éducation artistique au public et de permettre des collaborations artistiques, ainsi que d'améliorer diverses demandes de gestion. En outre, les réseaux sociaux améliorent et développent des relations productives et durables avec le public et aident à obtenir des avantages concurrentiels tout en remplissant le rôle social des musées.

Alors que le nombre d'utilisateurs de réseaux sociaux en Afrique était estimé à 384 millions en 2022, soit 27 % de la population du continent (un chiffre qui ne cesse d'augmenter), il est plus que pertinent pour les institutions muséales africaines d'aujourd'hui d'inclure les réseaux sociaux dans leur stratégie de développement.

Musées et réseaux sociaux

Museums and Social Media

EN

Every organization that wants to make the most of social media opportunities should define a social media strategy based on its specific goals and manage a capable team to lead the strategy. They should concentrate on three general points of a successful social media strategy: listening to the conversation, learning from it, and joining in the conversation based on what has been learned.

The goal of social media in museum marketing is to promote the arts, then increase audience participation, more efficiently use the organization's resources, enable organizations to engage in art advocacy more efficiently, provide arts education to the public, and enable artistic collaboration, as well as improve various management requests. Furthermore, social media improves and develops productive and long-term relationships with audiences, assisting in achieving competitive advantages while fulfilling museums' social role.

While the number of social media users in Africa was estimated at 384 millions as of 2022, representing 27% of the population of the continent (a number that keeps increasing), it is more than relevant for African museum institutions today to include social media in their development strategy.

QUESTIONS
QUESTIONS

Semaines 1 & 2

Comment les musées peuvent-ils tirer profit des médias sociaux ?

Weeks 1 & 2

How can museums benefit from social media?

Semaines 3 & 4

Comment utiliser nos objets pour raconter des histoires, susciter l'adhésion et préserver la culture sur les réseaux sociaux ?

Weeks 3 & 4

How do we use our objects to tell stories, create buy-in, and preserve culture on social media?

AVANTAGES DES RÉSEAUX SOCIAUX
BENEFITS OF SOCIAL MEDIA

- Accroître l'engagement et la communication avec le public au-delà des frontières physiques
- Influencer la fréquentation en attirant et en fidélisant un public diversifié, en particulier les jeunes
- Créer des contenus qui ciblent le public
- Création de sondages
- Sensibiliser aux activités des musées, y compris les expositions
- Soutenir les musées dans leur mission de sensibilisation et d'information du public sur l'histoire, l'art et les traditions des peuples.
- Accroître la recherche

- *Increase engagement and communication with audience beyond physical borders*
- *Influence attendance by attracting and retaining diverse audience esp. youth*
- *Curate content that targets audience*
- *Create polls*
- *Raise awareness of museum activities including exhibitions*
- *Support museums in their mission to raise awareness and inform the public on peoples history, art and traditions*
- *Increase research*

AVANTAGES DES RÉSEAUX SOCIAUX
BENEFITS OF SOCIAL MEDIA

- Partager les expériences des visiteurs pour développer les portefeuilles
- Servir de contenu interactif qui stimule l'engagement
- Servir de plateforme publicitaire
- Pour la segmentation de l'audience

- *Share visitor experiences to grow portfolios*
- *Serve as an Interactive content that drives engagement*
- *Serve as an advertisement platform*
- *For audience segmentation*

Posts: 44

Tsholo Kenathetswe

(@tsholo) Trusted Member Inscription: Il y a 7 mois

Mai 02, 2023 10:42

HOW museums can use social media to grow and develop is important as it will influence its attendance and engagement levels. It is thus essential for museums to develop and gain more reach and brand awareness, by properly applying social media digital platforms.

Social media usage continues to be an excellent opportunity to connect with leads and reach people interested in visiting museums. Various platforms can be decided to use in connecting with customers and these include Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest and LinkedIn. It is important for museums to understand their audience well, which platforms they frequently use to engage with. Museums will then have to post a variety of content in order to keep it fresh and exciting for their audience. Keeping a strong interaction with customers may also mean using the desired social media digital platform to create original posts, share photos and videos, link to content and create polls.

Use of social media can also boost circulation and awareness of digital content at minimal costs. Links to newest collections can be created to keep the museum audience updated of the collections. This shows that social media platforms are a great way for museums to connect with their audiences and promote their exhibitions and events. Social media can also be used to give feedback from visitors as they engage in conversations about their museum experiences with the collections.

Posts: 27

Tapha Dieye

(@tapha-dieye) Eminent Member Inscription: Il y a 7 mois

Mai 12, 2023 2:57

En Afrique, la communication se faisait autrefois par le bouche à oreille, et l'invention et la diffusion de l'écrit ont permis d'archiver et de partager les savoirs. Aujourd'hui, nous vivons dans un monde interconnecté. La modernisation des moyens de communication rapproche les peuples en éliminant les inégalités socio-économiques et les malentendus culturels. En tant que lieux d'excellence pour l'éducation et le divertissement, les musées doivent être capables de s'adapter pour répondre aux attentes du public au fur et à mesure que le monde évolue. Ils doivent apprendre à tisser leur toile dans les réseaux internet en utilisant les réseaux sociaux pour fidéliser l'audience qu'ils ont acquise et conquérir une audience mondiale. Les réseaux sociaux facilitent le travail des musées car ils permettent de diffuser l'information rapidement et facilement. Pendant la période de confinement, les musées ont tenté de dématérialiser leurs activités en proposant un accès en ligne sur leurs pages officielles. Le Musée Théodore Monod d'Art Africain utilise depuis de nombreuses années les réseaux sociaux pour remplir sa mission de préservation et de valorisation du patrimoine culturel africain. C'est dans cette dynamique que nous avons recruté un agent chargé de la Médiation et Communication Numérique pour documenter et d'alimenter nos plateformes de communication numérique.

En somme nous pouvons dire que les réseaux sociaux donnent de la visibilité aux musées et des opportunités de travail pour les jeunes.

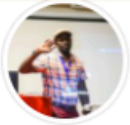
Pour d'infos sur le musée visitez les liens suivants:

https://twitter.com/museedakaroran2 , https://www.facebook.com/MuseeTheodoreMonod/ ; https://www.instagram.com/museedakar/

RESPONSABILITÉS DES MUSÉES
RESPONSIBILITIES OF MUSEUMS

- Encourager les modèles orientés vers les jeunes
- Passer de structures statiques à des plateformes en ligne
- Élaborer des agendas culturels mensuels ou des plans d'action hebdomadaires pour la publication de contenus
- Recruter du personnel pour la médiation et la communication numériques

- *Encourage youth oriented models*
- *Move from static structures to online platforms*
- *Develop monthly cultural agendas or weekly action plans for publishing content*
- *Recruit staff for digital mediation and communication*



Posts: 2

AbuSwahiliPot

Mai 04, 2023 6:33

(@abuswahilipot) New Member Inscription: Il y a 3 semaines

For Museums to properly market and promote themselves through social media they need to put in place structures that allow for a youth-oriented model which in turn enables them (museums) to be more visible and accessible digitally.

African museums, or rather museums in Africa have for the longest time remained ingrained in post-colonial models that see museum spaces as static places that people are only supposed to go to rather than mobile knowledge structures that should also move to where the audience is. This static model is not attractive to and for the youth of today who are constantly on the move as global cultural trends influence their interpretation of heritage.

These young people on the move need something that can be as mobile. Something they can access on-the-go. By taping into this demographic and building a conversational bridge, museums will allow themselves to constantly reimagine themselves from the POV of the youth. How? As spaces that also preserve contemporary artistic expressions and not just historical artefacts.

Once museums in Africa are able to do this, they will have opened a world of digital possibilities as the youth will be more keen in making these visible on social media.

Laurine

(@laurine) Trusted Member Inscription: Il y a 7 mois

Mai 06, 2023 7:24

Posts: 44

Merci pour cette thématique.

A la question de savoir "Comment les musées peuvent tirer profit des réseaux sociaux? " , on peut aussi s'interroger sur Quel réseau social pour les musées ?

Au regard de l'évolution numérique, les réseaux sociaux (RS) devraient faire partie des stratégies de communication des musées; car ils sont une véritable niche des potentiels publics de musée. En ce sens, ils accompagnent les musées dans leur mission de sensibilisation et d'information des publics, au sujet de l'histoire des peuples, voir sur les arts et traditions propres aux communautés.

Les RS permettent au musée de remplir les missions de: **recherches** (recherche d'informations sur les collections, sur l'histoire d'un peuple/d'une nation, l'organisation d'une société...); **Communication** (information sur les services, activités futures ou en cours au musée, sensibilisation sur les faits de société);

Pour tirer profit des réseaux sociaux, les musées doivent élaborer des agendas culturels mensuels ou des plans d'actions hebdomadaire ; leur permettant de mieux préparer les contenus (pertinents) à publier au quotidien. L'une des difficultés des institutions muséales présentes sur les RS est la faible animation des pages. C'est pourquoi le responsable médias sociaux d'un musées devraient avoir des compétences en rédaction de contenus web et référencement web.

EXEMPLES
EXAMPLES

Posts: 44

Zuhura

(@zuhura) Trusted Member Inscription: Il y a 7 mois

Mai 10, 2023 11:56

Thank you all for this discussion and your constructive thoughts. I think our museums still have a big chance to advertise themselves and provide their services more easily through social networks and reach more people. But the main thing is that to achieve this, we need to know what audience and content we will present to them.

African museums need to have a marketing department that understands what people want and how they will be able to achieve their wishes, especially young people who are currently very close to the whole issue of social networks. But also, our museums should not end only in promoting themselves through social media, and I think there is still an excellent opportunity to inform the world about our museums. For example, posting advertisements at transportation centres such as airports and bus stations, shopping malls, hotels, extensive markets, etc. I'm saying this because we are also trying this in Tanzania to market our museums, and I've seen it work to a large extent.

Répondre

Orange SN 4G 17:40 24 %
Détails du contenu
Publication : présentation
Masque funéraire kanaga
Face partagée en deux fosses rectangulaires.
Publication • 18 avril 2020 17:34
Couverture des publications Facebook
14
↓95.5% par rapport à la couverture médiane de vos publicatio
En moyenne 204 – 638
Répartition de la couverture entre couverture
Créer du contenu
Booster la publication

Orange SN 4G 17:44 24 %
Détails du contenu
Publication : présentation
Les résidences crea.sen
Les nouvelles technologies représentent un...
Publication • 11 mai 2023 13:57
Couverture des publications Facebook
823
Répartition de la couverture entre couverture
payée et couverture organique
Créer du contenu
Booster la publication

Orange SN 4G 17:31 28 %
Statistiques
Personnalisée
16 mai 2020 - 15 mai 2023
Tendances
Contenu
Audience
Messages
Montant dépense
Couverture de la Page Facebook
Hier
7 derniers jours
28 derniers jours
Couverture de la Page Facebook
47,5 K
↑ 100 % sur les 30 derniers jours
3,1K
1,6K
0
14 novembre
14 novembre
14 novembre
Votre indicateur Couverture de la Page Facebook pour la période 16 mai 2020 - 15 mai 2023 est 100% plus haut que pour la période La période comparée de vos indicateurs excède la durée maximum de 37 mois autorisée pour les rapports. Veuillez sélectionner une période moins longue et charger à nouveau votre rapport.

CONCLUSION

CONCLUSION

@tapha-dieye: En tant que lieux d'excellence pour l'éducation et le divertissement, les musées doivent être capables de s'adapter pour répondre aux attentes du public au fur et à mesure que le monde évolue.

@tapha-dieye: As places of excellence for education and entertainment, museums must be able to adapt to meet public expectations as the world changes.