

PHILIPPE SAUVAN-MAGNET

LES ŒUVRES NOUS PARLENT ENFIN !

Comment la communication narrative
va révolutionner les méthodes de vente
des artistes plasticiens

Préface de **Pierre Souchaud**

Avec la participation active de :

Etienne Caveyrac / Frédéric Lefèvre / Bruno Gary

Pierre Souchaud / Nathalie Brenner / Lorena Barotto

[**EDITIONS ACTIVE-ART**]

5, rue de Turbigo - 75001 PARIS

SOMMAIRE

Préface de Pierre Souchaud	11
Introduction	15
Évoluer dans un mode en pleine mutation.....	15
La crise de l'art d'aujourd'hui : où est le problème?.....	16
La disparition des histoires et du sens.....	16
La nature a horreur du vide	17
Le système nous raconte des histoires.	18
Les artistes historiques	18
Les artistes du marché de l'avant garde médiatisée.....	18
Les artistes plasticiens en devenir	19
Stratégie pour reconquérir le marché de l'art.....	20
Pourquoi achète-t-on une œuvre d'art?.....	21
La communication narrative émotionnelle	21
Une histoire puissante pour faire revenir le public vers l'art	22
Le marketing viral au service des artistes	23
Une histoire puissante à propagation virale	24
L'œuvre qui parle	25
L'œuvre qui parle est une réalité	27
« L'œuvre qui parle » : comment ça marche?.....	29
« L'œuvre qui parle » est une histoire en elle-même.....	30
Vos histoires vont modifier le regard du public	31
Un nouveau rapport à l'œuvre d'art.....	31
Diffuser largement les histoires et créer le Buzz.....	32
Quelques notions de marketing viral.....	32
Le marketing viral aime le vide	32
Apprenez à transformer vos clients en ambassadeurs.....	33
Les nouveaux réseaux.....	33
L'expérience émotionnelle et la quête du sens	34
Comment structurer vos histoires	35

Définir votre stratégie de communication.....	35
Une histoire associée à chacune de vos œuvres originales.....	36
Une histoire pour parler de l'artiste, créer sa légende.....	37
Une histoire pour inviter à une exposition.....	38
Une histoire pour faire des ventes pendant l'exposition.....	42
Histoire de Nicole.....	43
Une histoire pour garder le contact avec les clients.....	45
Vendre vos œuvres qui parlent.....	47
Les marchés visés par « l'œuvre qui parle ».....	47
Le multiple au secours de l'original.....	48
En débat : la reproduction numérique.....	48
Les clients achètent tous la même chose.....	49
Toutes vos œuvres ne sont pas des stars.....	50
Les nouvelles opportunités.....	52
La galerie pilote Active Art à Paris.....	52
L'œuvre qui parle et les galeries d'art.....	53
Les actions de groupe.....	54
Développer des réseaux de vente.....	54
Les ambassadeurs de l'art.....	54
Vente en ligne.....	55
L'atelier d'histoires de Active-Art.....	57
Artrinet, le générateur d'histoires.....	57
La médiathèque « Artrinet » des histoires de l'art.....	57
Les histoires sur mesure.....	58
L'équipe de critiques d'art à votre service.....	58
Comment diffuser vos histoires.....	59
Les fichiers d'amateurs d'art : la clé de la réussite.....	59
Constituer votre fichier personnel.....	59
Choisir un outil d'organisation.....	60
Collecter les coordonnées de vos visiteurs.....	60
Le Bus Mailing.....	61
Le grand fichier des amateurs d'art de Active-Art.....	61
Les fichiers spécialisés.....	62
Fiches techniques et conseils.....	63
Faire réaliser vos « œuvres qui parlent ».....	63
La digigraphie.....	63

La reproduction sur presse Indigo.....	65
Réaliser des photos de qualité de vos œuvres.....	66
Le QR code Active-Art	67
La charte de qualité Active-Art	69
Conseils, trucs et astuces pour écrire vos histoires.....	70
Le principe de base d'un récit qui fonctionne.....	70
La quête de sens	70
Restez authentique	71
Stimulez l'imagination de l'auditeur.....	71
Imaginez une histoire qui puisse se propager	71
La simplicité est la sophistication ultime.....	72
Embarquez l'auditeur dans votre histoire	73
Jouez sur le sentiment de reconnaissance.....	73
Ne parlez pas trop de vous.....	74
Soyez enthousiastes	74
Utilisez des « mots qui parlent »	74
L'histoire forge la réalité	75
La méthode « Coué ».....	75
Adhérez à un groupe ayant une histoire	76
Le projet de « l'œuvre qui parle »	77
Le projet en résumé	77
Les étapes du projet en pratique.....	78
Souscription Participative	79
Le comité de lecture et de créativité.....	80
Groupes d'action et de réflexion.....	81
Groupe « Marketing Viral »	81
Groupe « Animation et Action de terrain »	81
Groupe « Galeries réseaux de vente »	81
Groupe « Reproductions et multiples »	81
Groupe « Outils pour créer vos propres histoires ».....	82
Groupe « Création et exploitation d'un fichier d'amateurs d'art »	82
Une dernière chose :.....	83
Ressources documentaires et liens utiles	85
Sites partenaires	85