FONTAINE O LIVRES
FORMATIONS

LES FONDAMENTAUX DU MARKETING COMMERCIAL

NIVEAU : TOUS - ♥ Coups de coeur
DURÉE : 2 jours - 14 H

Cette formation vous permettra d'utiliser les concepts et méthodes du marketing pour élaborer une stratégie commerciale adaptée à votre projet éditorial.

SESSIONS : Session à la demande
TARIF ENTREPRISE : 1000 € HT — TARIF PARTICULIER : 720 € TTC — TARIF INTRA : Nous consulter

OBJECTIFS

- **Identifier les concepts du marketing et le langage de ses interlocuteur·rices**
- **Organiser ses actions commerciales et gagner en efficacité**
- **Construire son image et sa stratégie de communication**

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et pratiques
- Étude de cas, à partir des projets des participant·es
- Travail individuel et travail de groupe
- Mises en situation
- Echanges personnalisés avec le formateur ou la formatrice

FORMATEUR

Un·e formateur·rice avec 25 ans d'expérience à des postes de direction commerciale et des ventes chez les grand·es acteur·rices de la diffusion–distribution, spécialiste du développement commercial des éditeur·rices

PUBLICS

- Assistant·e d'édition, éditeur·rice, responsable d'édition
- Porteur·euse de projets d'une maison d'édition
- Toute personne souhaitant développer une fonction marketing dans l'édition

Si vous vous identifiez comme une Personne en Situation de Handicap : afin de bien vous recevoir, contactez notre équipe à l'adresse **formations@fontaineolivres.com** pour évaluer ensemble les adaptations et accessibilités nécessaires pour participer à notre formation.
Si vous vous identifiez comme une Personne en Situation de Handicap : afin de bien vous recevoir, contactez notre équipe à l'adresse **formations@fontaineolivres.com** pour évaluer ensemble les adaptations et accessibilités nécessaires pour participer à notre formation.

PRE-REQUIS

- Il n'y a pas de prérequis particulier pour cette formation.

PROGRAMME

Jour 1

I. Réaliser une étude de marché
- Rappel : qu'est-ce qu'une étude de marché ?
- Les questions-réflexes à se poser pendant la conception d'un ouvrage
- Quelle est la « cible » d'un ouvrage à paraître ?
- Quel est son potentiel de vente ?
- Quels moyens spécifiques mettre en œuvre pour aider à sa revente ?

II. Définir un planning éditorial pertinent
- Sortir le bon livre au bon moment
- Comment équilibrer son planning éditorial ?

• Rythme, saisonnalité, rayons

III. Construire un argumentaire de vente
• Promouvoir ses nouveautés
• Qu'est-ce qu'une information de qualité ?
• Les contraintes du diffuseur-distributeur

Jour 2

IV. Organiser sa promotion
• Quels sont les outils promotionnels à disposition ?
• Combien coûte une promotion ?
• Quels effets en attendre ?

V. Amplifier son image de marque
• Comment travailler son image de marque ?
• Positionnement, réputation, valeurs, histoire, objectifs, information

VI. Construire une stratégie de communication
• Quels sont les outils à ma disposition ?
• Le e-marketing et ses solutions
• La communication narrative

Vous avez une question concernant cette formation ? Ecrivez à **formations@fontaineolivres.com** ou appelez le **01 43 14 03 94**.

MODALITES PÉDAGOGIQUES

• En présentiel ou à distance

SUPPORTS / DOCUMENTATIONS

• Supports théoriques
• Documents de travail issus d'exemples concrets
• Bibliographie, sitographie, institutions utiles

MODALITÉS D'ÉVALUATION

• Autoévaluation des compétences