

SE DIFFUSER SOI-MÊME

NIVEAU : TOUS

DURÉE : 2 jours - 14 H

L'auto-diffusion d'une maison d'édition nécessite une démarche professionnelle. Cette formation participative et pratique vise à outiller les éditeur·rices pour acquérir une méthodologie efficace.

SESSIONS : Session à la demande

TARIF ENTREPRISE : 1000 € HT — TARIF PARTICULIER : 720 € TTC — TARIF INTRA : Nous consulter

OBJECTIFS

- Expliquer son projet éditorial et ses publications dans le cadre de la relation commerciale
- Analyser l'environnement commercial du livre (librairies & points de vente)
- Appliquer une organisation interne et des outils performants, pour une auto-diffusion efficace
- Développer une stratégie commerciale adaptée à sa structure

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et exercices pratiques
- Études de cas à partir des cas concrets des participant·es
- Travail individuel et travail de groupe
- Mises en situation
- Echanges personnalisés avec le formateur ou la formatrice
- Les participant·es sont invité·es à venir avec leurs documents de travail : factures, argumentaires, catalogues, ouvrages, etc.

FORMATEUR

Un·e éditeur·rice ayant mis en place la stratégie de diffusion de sa maison d'édition

PUBLICS

- Gérant·e, collaborateur·rice et salarié·e de maisons d'édition
- Porteur·euse de projets d'une maison d'édition
- Tout·e professionnel·le de l'édition souhaitant connaître les enjeux de l'auto-diffusion

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

- Être porteur·euse d'un projet de création avec un programme éditorial défini (au moins un titre)

PROGRAMME

Jour 1

I. Préparer sa diffusion : se doter des bons outils

- Mettre en valeur son projet éditorial
- Le système de diffusion-distribution classique vs l'autodiffusion
- Maîtriser ses conditions commerciales et son environnement
 - Référencer ses ouvrages sur les bases de données
 - Comment établir ses conditions commerciales : remises, délais de paiement ?
 - Dépôt ou facturation avec droit de retour ?
 - Faire acheminer ses ouvrages
 - Déléguer sa distribution ?
- Outils de gestion : facturation, tenue des dépôts, bons de commande et/ou catalogue

II. Connaître ses points de vente pour anticiper ses tournées

- Appréhender les caractéristiques de la librairie : saisonnalité, temps limité, surproduction, faibles marges
- Organisation et savoir-faire de la librairie

- À quel rayon s'adresse ma production ?
- Typologie et panorama des différents points de vente : librairies, GSS, galeries d'art, réseaux alternatifs
- Maîtriser la temporalité pour organiser sa tournée

Jour 2

III. Adapter sa communication

- Méthodologie pratique de la communication dans le cadre de la diffusion
- > Atelier pratique sur les supports et modes de communication : argumentaires & 4e de couverture

IV. Stratégie de développement de sa relation commerciale

- Comment sélectionner ses meilleurs partenaires, et utiliser les bons canaux ?
- Parler des livres, promouvoir son catalogue : méthodologie
- Surveiller et analyser les chiffres de vente : progression, réassorts, choix

- Élaborer une stratégie commerciale
- > Atelier : initier une prise de parole en librairie, présenter sa maison d'édition et défendre un livre

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
- Modèles de documents informatiques et commerciaux

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Évaluation continue par des quizz, études de cas, travaux pratiques, mises en situation
- Autoévaluation des compétences