RÉUSSIR LA SORTIE DE SON LIVRE

NIVEAU : INITIATION - ♥ Coups de coeur ✱ Nouveauté
DURÉE : 1 jour - 7 H

Le succès d'un livre se joue dans les premiers jours suivant sa parution. Rencontrera-t-il son lectorat ? Sera-t-il porté par les libraires, les médias ? Cette formation vous permettra d'élaborer une stratégie de communication originale et des outils de suivi et d'analyse adaptés, pour orchestrer au mieux la sortie de vos livres.

SESSIONS : Du 16/02/2026 au 16/02/2026
TARIF ENTREPRISE : 500 € HT — TARIF PARTICULIER : 360 € TTC — TARIF INTRA : Nous consulter

OBJECTIFS

- **Analyser le public cible et trouver les moyens de l'atteindre**
- **Développer la vente de ses livres sur les différents canaux**
- **Identifier les réseaux de diffusion, directs et indirects**
- **Construire des partenariats innovants et pérennes**
- **Planifier le rôle de l'auteur·ice dans la sortie de son livre**

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Apport théoriques et pratiques
- Etudes de cas des participant·es
- Mise en situation
- Travail individuel et travail de groupe
- Echanges personnalisés avec le formateur ou la formatrice

PUBLICS

- Responsable de maison d'édition
- Editeur, éditrice, assistant·e d'édition
- Chargé·e de relations librairies-salons
- Chargé·e de communication, marketing, promotion, relation presse
- Responsable ou assistant·e commercial·e

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

- Anticiper la sortie d'un ouvrage

PROGRAMME

I. Définir un plan stratégique

- Analyser son public cible et déterminer les moyens de l'atteindre
- Identifier ses partenaires et développer son réseau
- S'incrire dans l'actualité littéraire et culturelle, ou la déclencher
- Le devoir d'influence : impliquer l'auteur ou les personnes capables d'incarner le livre

II. Mobiliser les outils adaptés

- Définir ses moyens financiers et humains
- Élaborer un rétroplanning et des outils de suivi
- Construire des relations clients, fidéliser et

péreniser son réseau
• Elaborer des relais marketing (argus, PLV…), et humains (vidéos, prises de parole publiques…)

III. Construire une stratégie de communication

• Utiliser les réseaux sociaux et institutionnels
• Equilibrer la part du digital et de l'événementiel
• Atteindre les médiateurs et préscripteurs : presse, réseaux sociaux, réseaux institutionnels, prix littéraires
• Valoriser ses résultats et maintenir la dynamique autour du livre

MODALITES PÉDAGOGIQUES

• En présentiel ou à distance

SUPPORTS / DOCUMENTATIONS

• Boîte à outils & liste de ressources
• Supports théoriques
• Documents de travail issus d'exemples concrets
• Bibliographie, sitographie, institutions utiles

MODALITÉS D'ÉVALUATION

• Auto-évaluation par relevé d'acquis de compétences
• Quizz, études de cas, travaux pratiques, mises en situation