

SE DIFFUSER SOI-MÊME

NIVEAU : PERFECTIONNEMENT - ♥ Coups de coeur

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 éditeurs pour acquérir une méthodologie efficace.

SESSIONS : Du 12/11/2020 au 13/11/2020

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

OBJECTIFS

- Valoriser son projet éditorial et ses publications dans le cadre de la relation commerciale
- Affiner son appréhension de l'environnement commercial (librairies & points de vente)
- Mettre en place une organisation interne et des outils performants, pour une auto-diffusion efficace
- Développer une stratégie commerciale adaptée à sa structure

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Ateliers pratiques à partir des cas concrets des participants
- Les participants sont invités à venir avec leurs documents de travail : factures, argumentaires, catalogues, ouvrages, etc.

FORMATEUR

Un éditeur freelance spécialiste des relations libraires et de l'auto-diffusion, avec une expérience pédagogique confirmée

PUBLICS

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

PRE-REQUIS

- Être porteur 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

MOYENS TECHNIQUES

- En présentiel ou à distance

SUPPORTS / DOCUMENTATIONS

- Modèles de documents informatiques et commerciaux

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Évaluation par relevé d'acquis de formation