



Formation 2021

**REPENSER ET OPTIMISER
LA STRATÉGIE MÉDIAS SOCIAUX DE SA MAISON D'ÉDITION**

Occitanie Livre & Lecture



AXIALES CONSEILS
2 quater rue de la Rochejaquelein
78100 Saint-Germain-en-Laye
www.axiales.net
SAS au capital de 40000 €
N° Siret : 803 581 271 00019 RCS Versailles
N° TVA intracommunautaire : FR 12 803 581 271

Votre contact : Mathilde Rimaud
mathilderimaud@yahoo.com
Tel : 06 52 22 09 47

REPENSER ET OPTIMISER LA STRATÉGIE MÉDIAS SOCIAUX DE SA MAISON D'ÉDITION

Augmenter sa visibilité et sensibiliser de nouveaux lectorats

Les médias sociaux donnent la possibilité d'un dialogue direct et renforcé avec son lectorat cible et ses partenaires professionnels. Afin d'y déployer une communication efficace, nous partirons de l'étude et de la compréhension de vos cibles pour parvenir à construire des contenus qui les engagent durablement.

OBJECTIFS

- Concevoir une stratégie de communication globale et cohérente sur les médias sociaux
- Intégrer les dernières évolutions et percevoir les tendances qui se dessinent dans l'usage des médias sociaux
- Déployer ses publications sur Instagram et Facebook sans être redondant
- S'appuyer sur les relais d'influence pour capter de nouveaux lectorats

PUBLIC VISÉ

Editeurs, gérants de maison d'édition, chargés de promotion, community manager

INTERVENANTE

Formation animée par **Stéphanie Vecchione**, consultante et formatrice. Spécialiste depuis dix ans de la promotion digitale du livre, elle intervient auprès de tous les acteurs de la chaîne (libraires, diffuseurs, bibliothèques, éditeurs).

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- Propos illustrés de nombreux exemples vivants et concrets
- Cas pratiques
- Supports de présentation des ateliers

DURÉE

4 ateliers en distanciel de 3h chacun

PRÉREQUIS

Posséder ou avoir déjà animé un ou plusieurs comptes sur les médias sociaux : Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, etc.



PROGRAMME DE L'ATELIER 1 – DERNIÈRES TENDANCES SUR LES MEDIAS SOCIAUX ET BONNES PRATIQUES DES EDITEURS

- **Évolutions et dernières tendances des médias sociaux**

Quelles sont les dernières évolutions sur ces médias ? Quels changements dans les usages depuis le premier confinement ? Quelles tendances se dessinent pour les prochaines années ?

- **Attentes des usagers et réponses des acteurs du livre**

Quelles sont les attentes des usagers sur les différents médias sociaux et comment y répondre concrètement ?

- **Bonnes pratiques des éditeurs**

Quelles publications pour animer efficacement les médias sociaux d'un éditeur ?

PROGRAMME DE L'ATELIER 2 – REPENSER SA STRATÉGIE MÉDIAS SOCIAUX POUR SENSIBILISER DE NOUVEAUX LECTORATS

- **Formats et rédaction des publications sur Instagram**

Quels sont les différents formats Instagram ? Quels usages du côté des libraires ? Hashtags, onglet discovery, reels, guides, etc. comment les utiliser et pour quels résultats ?

- **Analyse de l'existant via les statistiques disponibles sur les médias sociaux**

Quels sont les lectorats qui vous avez fédérés sur vos médias sociaux ?

Quelles sont les publications qui engagent le mieux ces lecteurs ?

- **Recherche et analyse des lectorats cibles**

Quels lecteurs potentiels ne sont pas touchés par vos publications ? Quelles sont leurs pratiques sur les médias sociaux ? Comment parvenir à les engager ?

- **Partenariats, concurrents et relais d'influence**

Comment identifier les soutiens potentiels ? Quels partenariats leur proposer ?

Cet atelier s'appuiera sur les cas pratiques et problématiques de chaque éditeur participant à ce programme de formation.

PROGRAMME DE L'ATELIER 3 – PUBLIER SUR FACEBOOK ET INSTAGRAM SANS ÊTRE REDONDANT

- **Spécificités de Facebook par rapport à Instagram**

Comment différencier ces deux médias ? Que publier, sur quel réseau ?

- **Visibilité et algorithme**

Comment parvenir à être visible malgré les algorithmes ?

- **Formats et rédaction des publications sur Facebook**

Quelles techniques pour améliorer rapidement l'engagement et la diffusion de ses publications sur Facebook ?

- **Formats et rédaction des publications sur Instagram**

Quels sont les différents formats Instagram ? Quels usages du côté des éditeurs ?

Hashtags, onglet discovery, reels, guides, etc. comment les utiliser et pour quels résultats

PROGRAMME DE L'ATELIER 4 – DÉPLOYER SES PUBLICATIONS SUR TWITTER ET LINKEDIN (CHOIX 1)

- **Usages et lectorats**

Twitter, LinkedIn, quels usages pour quels types d'ouvrages ? Vers quels lectorats ?

- **Maîtriser la grammaire de Twitter et gagner en visibilité sur ce média**

Comment bien s'exprimer sur Twitter pour être relayé ? Comment augmenter son impact sur ce média ?



- **Promouvoir ses livres sur LinkedIn**

Quelles techniques pour valoriser une nouveauté ou un fonds de catalogue sur ce média ?

PROGRAMME DE L'ATELIER 4 – TRAVAILLER AVEC DES INFLUENCEURS ET DES RELAIS D'INFLUENCE (CHOIX 2)

- **Identifier et cibler les influenceurs**

Comment les chercher et les trouver sur les médias sociaux ?

- **Évaluer l'influence d'un acteur**

Futur auteur ou futur partenaire, comment être certain de la force de recommandation d'un influenceur ? Comment peut-on l'évaluer ?

- **Partenariats et développement d'un réseau de partenaires**

Quelles modes de croissance et de gestion d'un réseau de partenaires influenceurs ? Quelles contreparties leur offrir ?

Le 4^e et dernier atelier sera déterminé en fonction des attentes et besoins que les participants feront remonter.

Il possible également que cet atelier soit mixte et propose à la fois un survol de Twitter et LinkedIn et une initiation à la gestion des relations influenceurs.

