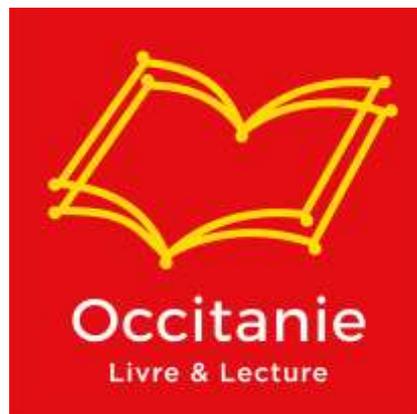




Formation 2021

DYNAMISER SES VENTES

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

DYNAMISER SES VENTES

Marketing et politique commerciale de l'éditeur

Une approche concrète des pratiques marketing destinées aux éditeurs et des outils commerciaux à mettre en place pour développer le chiffre d'affaires.

OBJECTIFS

- Améliorer la présentation de son catalogue aux revendeurs
- Créer les outils d'aide à la vente à la vente en magasin
- Construire un fichier clients performant
- Planifier et hiérarchiser son action commerciale

PUBLIC VISÉ

Responsables de maisons d'édition, responsables marketing promotion.

INTERVENANTS

Formation animée par **Mathilde Rimaud** et **Mathias Echenay**.

Depuis quinze ans dans les métiers du livre, Mathilde Rimaud a été en charge pendant plusieurs années de la politique de promotion d'un éditeur jeunesse. Elle accompagne depuis les éditeurs et libraires dans leur stratégie de développement commercial.

Mathias Echenay a été représentant, chef des ventes, directeur des ventes et plus récemment directeur général du CDE et FED (filiales de diffusion du groupe Gallimard).

PROGRAMME DE LA FORMATION

Exploiter les ressorts et les outils du marketing

- La veille sectorielle
- Le mix marketing
- La couverture : premier outil de vente
- L'argumentaire, le dossier de presse et la quatrième de couverture
- Le *booklet* de présentation

Renforcer sa relation avec les libraires et les lecteurs

- L'analyse des relations libraires
- La mise en œuvre et le suivi des animations sur les lieux de vente
- Les opérations commerciales
- La pérennisation de la relation avec le libraire
- Les outils du marketing direct vers les lecteurs

Organiser la mise en vente des ouvrages

- La coordination du planning éditorial et de la mise en marché
- Niveau de mise en place selon les types de librairies
- La politique de remise en vente, le passage en poche, le pilon

Définir sa politique commerciale et gérer les ventes

- Les accords et les outils interprofessionnels
- Les différents types de remises
- Le cas des dépôts
- Organiser ses tournées et savoir vendre
- La facturation et les échéances
- La structure du chiffre d'affaires : CA libraires et CA hors libraires
- Le tableau de bord de gestion commerciale et ses indicateurs



MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, illustrés de situations réelles.

Les participants sont activement sollicités et partent de leurs cas concrets pour des séquences d'exercices pratiques en petits groupes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Chaque participant réalise l'autodiagnostic de sa relation libraire et analyse son positionnement.

Un exercice pratique sur les argumentaires des éditeurs est réalisé en sous-groupes.

Des exercices de calcul de remise sont effectués.

À l'issue de la formation, une évaluation sur son déroulement sera réalisée avec les participants sur chacun des points abordés.

