



Programme de formation continue ÉDITEURS De juin à novembre 2021

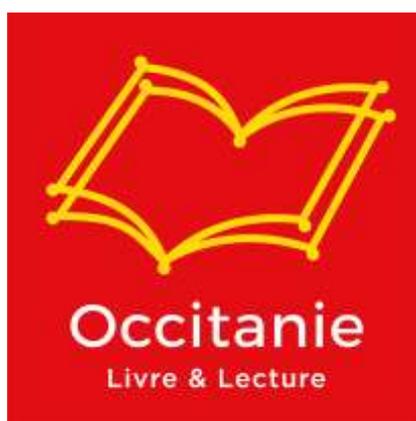
- REPENSER ET OPTIMISER LA STRATÉGIE MÉDIAS SOCIAUX DE SA MAISON D'ÉDITION
- DÉCIDER DU TIRAGE ET DU PRIX D'UN LIVRE EN FONCTION DE SON SEUIL DE RENTABILITÉ
- DYNAMISER SES VENTES
- BIEN GERER SA MAISON D'ÉDITION



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.

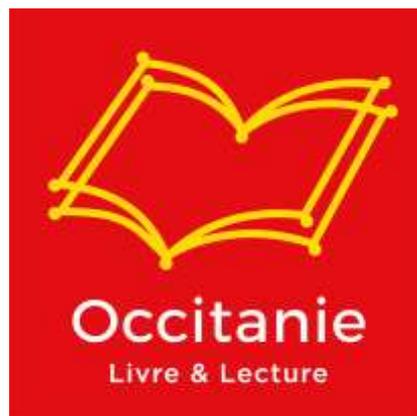




Formation 2021

**DÉCIDER DU TIRAGE ET DU PRIX D'UN LIVRE
EN FONCTION DE SON SEUIL DE RENTABILITÉ**

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

DÉCIDER DU TIRAGE ET DU PRIX D'UN LIVRE EN FONCTION DE SON SEUIL DE RENTABILITÉ

Outils et règles de gestion pour optimiser les tirages

OBJECTIFS

- Comprendre les paramètres et la logique du calcul de seuil de rentabilité
- Savoir utiliser un tableur adapté à son contexte pour prendre des décisions de prix et de tirage

PUBLIC VISÉ

Responsables de maisons d'édition et responsables éditoriaux souhaitant approfondir le calcul du seuil de rentabilité de leurs ouvrages et l'intégrer concrètement de la manière la plus adaptée à leur contexte.

INTERVENANT

Formation animée par **Hervé de Langre**. Au cours de sa carrière de plus de trente années, Hervé de Langre a dirigé des maisons d'édition traversant des mutations importantes, en France comme à l'étranger. Actuellement consultant auprès de dirigeants de maisons de toutes tailles, il les accompagne dans leur gestion, notamment lors de phases de transition. Il est également formateur auprès de professionnels de l'édition sur les problématiques de gestion, de stratégie et de transmission d'entreprises, et enseignant à l'université Paris 13 dans le cadre du Master 2 Commercialisation du livre.

PROGRAMME DE LA FORMATION

Bâtir le CEP d'un livre et prendre des décisions

- Les notions clés de l'économie d'un livre
- Le CEP (compte d'exploitation prévisionnel) : présentation, avantages, limites
- L'incidence des canaux de vente, des droits d'auteurs, des retours
- Les règles de gestion
- La pratique du CEP : décider d'un prix, d'un tirage, d'une formule de fabrication...
- 5 études de cas théoriques à travailler en binôme
- Analyse de cas pratiques des participants

CEP et bonne gestion de l'entreprise

- Qu'est-ce qu'un levier significatif de l'amélioration du CEP ?
- La matrice de marge : comment lier CEP et stratégie

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne apport structuré de connaissances, étude de cas concrets et exercices pratiques.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les exercices thématiques et pratiques permettront à chacun de valider l'acquisition des diverses notions au fil de la journée.

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

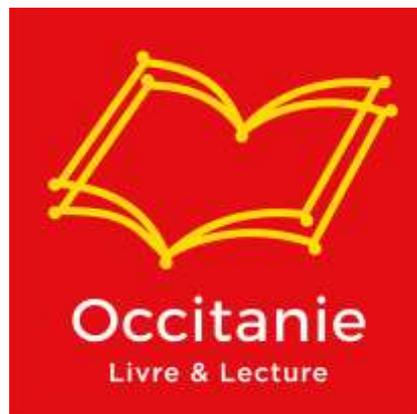




Formation 2021

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.

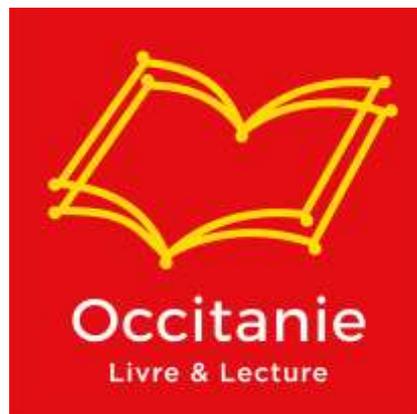




Formation 2021

BIEN GERER SA MAISON D'EDITION

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

BIEN GÉRER SA MAISON D'ÉDITION

Méthodes et outils pour gagner en rentabilité

Ce module a pour objectif de faire acquérir, en théorie et en pratique les données essentielles de la gestion d'une maison d'édition. Il vous permettra à la fois de mesurer les enjeux (dans quelles conditions et à quelles horizons mon entreprise deviendra-t-elle profitable ?) et de maîtriser les outils décisionnels nécessaires pour piloter économiquement l'activité vers le succès.

La formation sera précédée par une phase de diagnostics individuels des compétences, des outils et des problématiques rencontrées dans le domaine de la gestion, afin d'adapter le contenu aux besoins et au temps disponible.

OBJECTIFS

- Connaître les notions clés de l'économie d'un livre et d'une maison d'édition
- Maîtriser les outils d'anticipation, d'analyse et d'aides à la décision

PUBLIC VISÉ

Responsables de maisons d'édition et responsables éditoriaux.

INTERVENANT

Formation animée par **Hervé de Langre**. Au cours de sa carrière de plus de trente années, Hervé de Langre a dirigé des maisons d'édition traversant des mutations importantes, en France comme à l'étranger. Actuellement consultant auprès de dirigeants de maisons de toutes tailles, il les accompagne dans leur gestion, notamment lors de phases de transition. Il est également formateur auprès de professionnels de l'édition sur les problématiques de gestion, de stratégie et de transmission d'entreprises.

PROGRAMME DE LA FORMATION

Bâtir le compte d'exploitation prévisionnel (CEP) d'un livre

- Les notions clés de l'économie d'un titre (le prix unique, les droits d'auteur, la remise de diffusion et distribution, le point mort, la comptabilisation de subventions)
- Le CEP type (document Excel fourni aux participants)
- Exercices d'utilisation d'un CEP : savoir décider d'un prix, d'un tirage, d'une formule de fabrication en fonction d'une vue claire sur l'incidence économique de ces décisions (en exploitation et en trésorerie)
- Cas concret : construction du CEP de trois livres que l'éditeur a en projet.

Élaborer le compte d'exploitation et le plan de trésorerie de l'entreprise d'édition

- Les notions clés de l'économie d'une maison d'édition (coûts directs et indirects, valorisation et dépréciation des stocks, dépréciations des à-valoirs d'auteurs, flux nets de trésorerie, ratios d'évaluation et d'alertes)
- Le compte d'exploitation type (document Excel fourni aux participants)
- Exercices de construction d'un compte d'exploitation d'entreprise (budget) et d'analyse de comptes d'exploitation tirés de cas réels anonymisés
- Le plan de trésorerie type (document Excel fourni aux participants)
- Exercices de construction et d'analyse d'un plan de trésorerie
- Introduction au *business plan* pluriannuel et au plan de financement



MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne apport structuré de connaissances, étude de cas concrets et exercices pratiques.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les exercices thématiques et pratiques permettront à chacun de valider l'acquisition des diverses notions au fil des deux journées.

Le formateur évaluera également avec chaque participant, au regard du diagnostic individuel fait au préalable, la réalisation des objectifs fixés.

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

