

## ÉDITION NUMÉRIQUE / MODULE 2

### Diffuser, valoriser et promouvoir

#### Objectifs

- Connaître les nouveaux acteurs dans le circuit de commercialisation du livre
- Comprendre les contraintes des entrepôts numériques, des edistributeurs, ediffuseurs, elibraires
- Découvrir les opportunités du web pour la promotion des éditions
- (Re)Penser son site comme un dispositif de communication, un objet vivant, un outil marketing et de fidélisation

#### Durée / horaires / lieu

2,5 jours / de 9h00-12h30 et de 13h30h à 17h / Asfored – 21, rue Charles Fourier – 75013 Paris

### **I – Commercialiser le livre numérique** (1 jour)

#### La distribution : état des lieux

- Les acteurs : leur métier, leur rôle, leurs spécificités
- L'offre : la représentation des différents secteurs de l'édition, l'évolution des ventes, les prix
- Les modèles de commercialisation (vente unitaire, vente/consultation en bouquet ...), les différents revendeurs et leurs spécificités

#### La diffusion numérique : les moyens d'informer les revendeurs et d'optimiser la mise en commercialisation

- Les métadonnées, premier outil de commercialisation : comprendre l'utilité et le circuit d'information
- Comment mettre en place un cercle vertueux de médiation, diffusion du livre entre éditeur-diffuseur-libraire dans ce commerce dématérialisé

### **II – Site web, blogs, réseaux sociaux : relais et promoteur de la marque** (1 jour)

#### Un positionnement Internet clair et pertinent

- Exemples de sites d'éditeurs : site vitrine, mini-site (dédié à un titre, une collection), site de vente ...
- Analyse des pratiques et définition de projet : les clés d'une définition de projet efficace
- Quels outils et méthodes pour créer ou rénover un site internet et en optimiser le référencement

#### Communication 2.0

- Exemple d'utilisation des réseaux sociaux et des sites communautaires par les éditeurs
- Analyse des pratiques, comparaison des usages (sites et réseaux sociaux)
- Les affiliations et les partenariats

*Lors de cette journée, les participants rédigent une définition de projet « Optimiser sa présence sur Internet » adapté à leur maison.*

### **III – e-Marketing : utiliser le web pour lancer une campagne promotionnelle, ou comment faire du Buzz ...** (1/2 jour)

#### Définir et mettre en place une stratégie (liée à un projet)

- Adapter le message selon la cible et le moyen de communication
- Les moyens et modes de communication spécifiques au format numérique

#### Les newsletters

*Chaque participant rédige un plan de promotion adapté à un projet éditorial de sa maison.*