

CONCEVOIR ET METTRE EN PLACE UN PLAN DE COMMUNICATION

COMMUNICATION



→ Public

Libraires, responsables de rayon



→ Durée

1 jour / 7 heures



→ Dates et Lieux

12 février 2021 (L'École de la Librairie)

12 octobre 2021 (L'École de la Librairie)



→ Prix

315 € HT / jour

CONTENU

Définir les enjeux de la communication

- Comprendre l'importance de la communication en librairie
- Identifier les caractéristiques des différents supports de communication (papier/Internet)
- Contextualiser sa librairie et identifier ses besoins
- Développer son image et son projet commercial au travers de sa communication
- Se regrouper pour mieux communiquer.

Construire sa stratégie de communication

- Identifier son public cible
- Se positionner dans son environnement
- Analyser ses moyens humains et financiers
- Définir les moyens de communication adaptés
- Établir son plan de communication
- Évaluer en permanence pour ajuster son plan de communication.

Formaliser sa communication globale

- Choisir une ligne éditoriale, le ton employé
- Réaliser sa charte graphique
- Établir un planning d'actions et les temporaliser.

Communiquer pour un événement

- Connaître les outils de communication de ses partenaires
- Réfléchir à une communication pré et post événement
- Maîtriser le rythme de cette communication
- Concevoir un rétro-planning.

OBJECTIFS

- Organiser et planifier sa communication.
- Optimiser ses actions de communication.
- Fidéliser et attirer de nouveaux clients.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Alternance d'apports théoriques et d'échanges d'expériences.
- Exercices pratiques.

INTERVENANTE

Brune Bottero

