

# COMMUNICATION

## CONCEVOIR ET METTRE EN PLACE UN PLAN DE COMMUNICATION



### OBJECTIFS

- Organiser et planifier sa communication.
- Optimiser ses actions de communication.
- Fidéliser et attirer une nouvelle clientèle.

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

#### Méthodes

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

- Exercices pratiques.

#### Moyens

- Supports pédagogiques.
- En distanciel : visioconférence synchrone et plateforme dédiée à l'enseignement à distance.

### INTERVENANTE

Eliette LEVY

### SUIVI DE L'ACTION DE FORMATION

Une feuille d'émargement est à signer pour chaque demi-journée de formation.

Une attestation de fin de formation personnelle et nominative est remise à chaque stagiaire.

Une bonne stratégie de communication est un moyen, pour la librairie, de renforcer son identité, mais également d'élargir sa clientèle. Elle s'intègre dans la journée-type des libraires et se doit d'être efficace et originale.

### PRÉREQUIS ET MODALITÉS D'ACCÈS

- Avoir une expérience significative en librairie
- Vendeur E

### 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.

-  **Public et effectif**  
Libraires, responsables de magasin.
-  **Durée**  
1 jour / 7 heures
-  **Dates et Lieux**  
21 février 2023 (à distance)
-  **Prix**  
330 € HT / jour

### COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES VISÉES

- Vendeur F
- Responsable de magasin

### PASSERELLES ET DÉBOUCHÉS POSSIBLES

- Vendeur F.
- Responsable de magasin.
- Pour aller plus loin : *Bien communiquer pour mieux vendre et La communication digitale.*

### MODALITÉS DE POSITIONNEMENT PÉDAGOGIQUE

- Grille d'analyse des besoins et des attentes.
- Test de positionnement en amont et évaluation en aval de la formation.
- Évaluation à chaud : Tour de table, bilan.

### COMMENT S'INSCRIRE ?

- Pré-inscription sur notre site Internet. L'inscription est définitive lorsque vous nous retournez le devis signé, accompagné du chèque d'acompte.
- Une équipe dédiée reste à votre disposition pour tout renseignement complémentaire ou difficulté rencontrée.
- Contact : Angelina Renaud, assistante de formation  
arenaud@lecoledelalibrairie.fr  
01.86.90.93.89