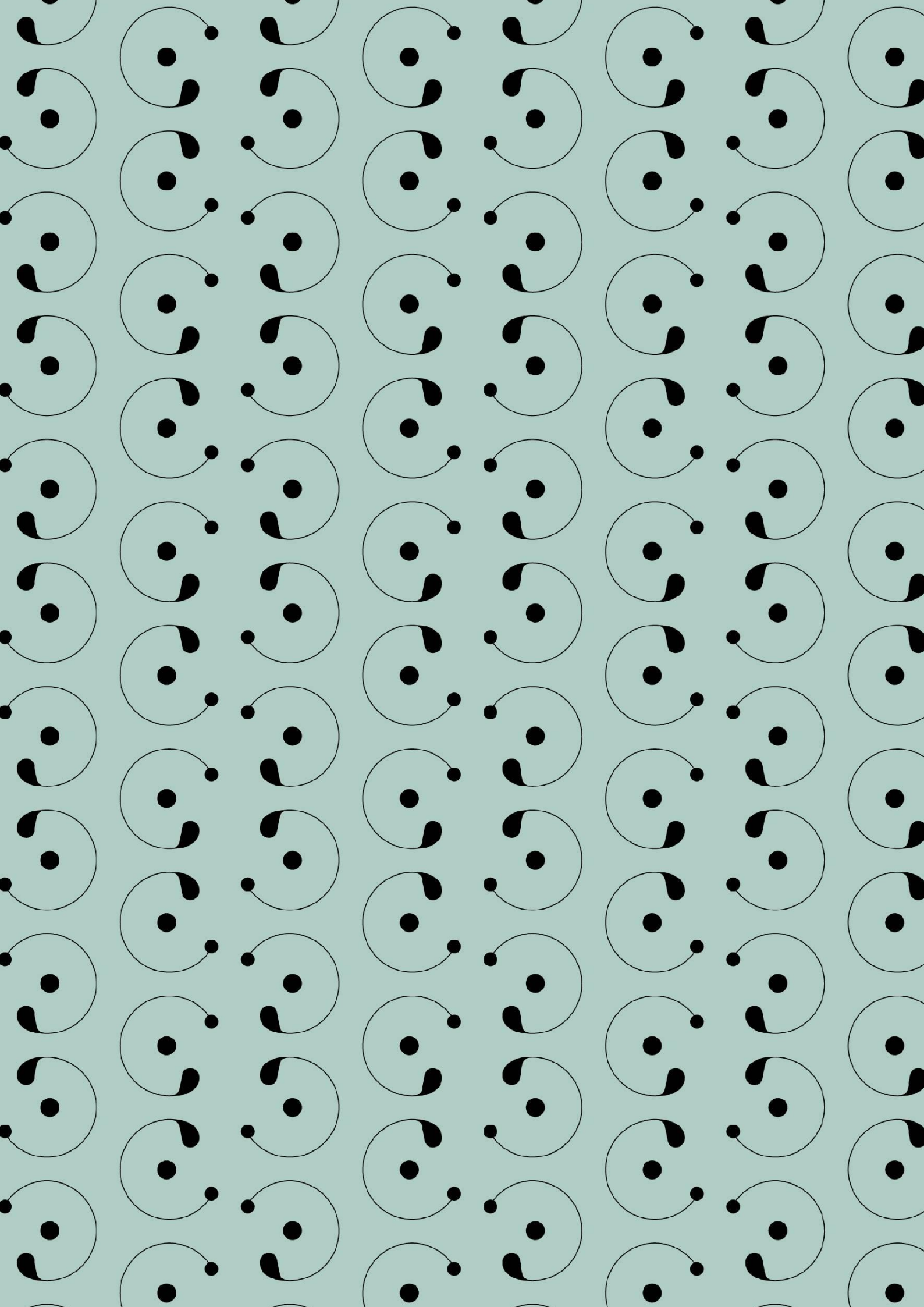


## Formation

### *Réussir ses présentations commerciales*



Proposition  
9/02/2020



## RÉUSSIR SES PRÉSENTATIONS COMMERCIALES

*Des outils de communication pour assurer une meilleure diffusion*

La priorité pour chaque éditeur est d'abord de convaincre et de mobiliser ceux qui seront les premiers « médiateurs » des nouveautés comme du catalogue dans son ensemble : les représentants – si la diffusion est déléguée –, puis les libraires. Cette formation vous donnera les clés pour renforcer la relation commerciale avec les points de vente et pour repérer les leviers permettant de construire un plan de lancement efficace comme d'animer le fonds existant.

### OBJECTIFS

- Connaître les principaux outils marketing pour construire des argumentaires pertinents
- S'entraîner aux présentations commerciales efficaces
- Mieux dialoguer et coopérer avec les représentants, les diffuseurs et les points de vente
- Mettre en œuvre les paramètres d'une communication orale réussie

### PUBLIC VISÉ

Dirigeants, responsables éditoriaux, éditeurs, responsables marketing, responsables commerciaux, responsables des cessions de droits.

### PROGRAMME DE LA FORMATION

#### Définir les enjeux et les objectifs

- L'argumentaire de vente : ce qu'il est, ce qu'il n'est pas
- Une étape de la démarche marketing : un message centré sur le client
- De l'offre à la demande : des caractéristiques du livre aux arguments de vente
- Méthodes utiles : FFOM, APB, « profils », SONCAS et autres outils d'aide à la vente

#### Identifier les partenaires et les cibles

- Les relations édition-ventes : attentes et obligations réciproques
- *Trade marketing* : adapter l'argumentation aux circuits de commercialisation
- Préparer en amont les réunions représentants ou diffuseur, les entretiens de vente
- Exemples et contre-exemples d'argumentaires de vente dans l'édition (tous secteurs)

#### Communiquer pour convaincre

- Étapes et facteurs clés de succès d'une présentation commerciale : « donner envie »
- Gestion du temps, utilisation de supports variés et complémentaires
- Maîtrise du discours : ton, voix, débit, posture, gestes...
- Répondre aux questions, traiter les objections, savoir conclure

### MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Fiches méthodologiques remises aux participants.

Exercices de mise en situation avec études de cas au choix des participants.

Jeux de rôle personnalisés et adaptés aux différents domaines éditoriaux.

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Chaque participant pourra travailler sur ses propres outils et supports de communication commerciale.

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

### DÉROULEMENT

**Durée** : 2 jours (14 heures) 9h30/13 h – 14 h/17h30

**Effectif** : de 6 (minimum) à 8 à 10 personnes (maximum)

**Calendrier** : 1<sup>er</sup> et 2 avril 2020

**Lieu** : Caen ou Rouen (à préciser)

### TARIF

**Coût global par stagiaire : 470 € HT, soit 564 € TTC pour les 2 jours.**

Les frais pédagogiques sont pris en charge par les stagiaires. Une convention de formation sera signée entre chaque éditeur et Axiales.

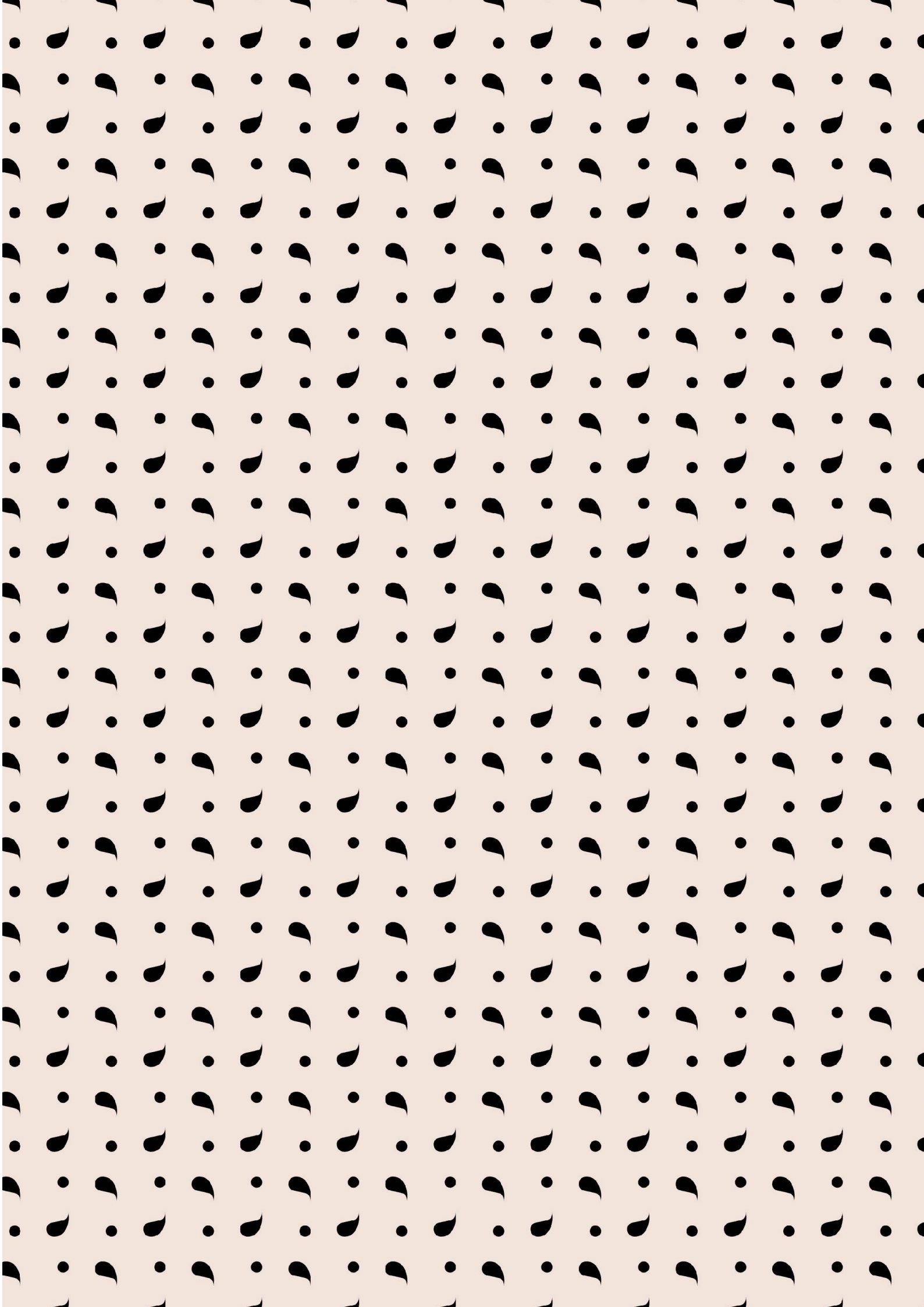
La validation de prise en charge de la formation doit se faire 15 jours minimum avant le début de la formation.

Un minimum de 6 participants est nécessaire à la réalisation des deux journées.

La formation peut accueillir au maximum 8 à 10 stagiaires.

**Les frais de déplacement de la consultante sont en sus, à la charge de Normandie Livre & lecture.**

Nos CGV sont disponibles [sur notre site internet](#).



## PRESENTATION D'AXIALES ET DE LA CONSULTANTE

L'équipe d'Axiales a une expérience étendue dans les problématiques rencontrées par les maisons d'édition de toutes tailles et de tous secteurs, ainsi que dans la réalisation d'études qualitatives et quantitatives sur les cœurs de métier du monde du livre.

Axiales est une société de conseil regroupant des professionnels expérimentés, ayant exercé des responsabilités opérationnelles dans les différents métiers de la filière : édition, marketing, promotion, diffusion, distribution, librairie, etc. Responsabilités exercées tant dans des structures privées que publiques, de grandes ou petites tailles, indépendantes ou intégrées à des groupes.

Pour en savoir plus sur les activités d'Axiales, ses références et connaître l'ensemble des consultants du réseau : [www.axiales.net](http://www.axiales.net)

### Présentation de la consultante-formatrice

#### **Françoise Geoffroy-Bernard**

Ses domaines de compétences : marketing stratégique et opérationnel // études de marché // communication

*Spécialiste du marketing appliqué au livre, Françoise Geoffroy-Bernard a développé son expertise grâce à plusieurs postes dans des maisons d'édition (Responsable marketing et développement chez Hachette Education puis Jean-Claude Lattès, Directrice marketing et communication des éditions Magnard) ainsi qu'en accompagnant, depuis 1999, plus de 1 800 éditeurs en tant que formatrice en marketing et communication à l'Asfored/ Edinovo (Centre de formation du Syndicat national de l'édition) auprès de maisons de toutes tailles et de tous secteurs, y compris en régions (PACA, Nouvelle-Aquitaine, Occitanie, Normandie, Bourgogne-Franche-Comté, Centre-Val de Loire-Limousin, Bretagne) et à l'international (Chine, Belgique, Vietnam, Algérie, Liban).*

*Elle enseigne dans plusieurs formations initiales aux métiers du livre (Masters 1 et 2 Paris 10 de 1999 à 2009, puis Master 2 Commercialisation du livre Paris 13 depuis 2009 ; Mastère Management de l'édition ESCP Europe depuis 2006). Françoise Geoffroy-Bernard est diplômée d'HEC et de Paris-Sorbonne (Licence de lettres modernes, Licence de philosophie). Elle a publié des articles et participé à plusieurs ouvrages professionnels, notamment Histoire de la librairie française, Cercle de la Librairie, (2008) ; Le Management de l'entreprise d'édition, Cercle de la librairie, 2014 ; Personnaliser la bibliothèque : construire une stratégie de marque et augmenter sa réputation, Presses de l'Enssib, (2018).*

**Parmi ses références :**

-a réalisé des missions d'étude pour des collectivités territoriales (Conseils régionaux) et DRAC :  
*Les Maisons d'édition professionnelles en Languedoc-Roussillon* (2010) ; *Le Marché du livre en Guyane* (2013) ; *Le Livre en Lorraine* (2014) ; *Structuration et évolution de la filière livre en Grand Est* (2019) ;

-a conçu et animé des stages (formations interentreprises ou sur mesure) depuis 1999 auprès de nombreux éditeurs publics (CANOPÉ, CNRS, RMN, La Documentation française, Paris musées, Monum, Presses universitaires de Rennes, de Caen, de Grenoble...) et privés (Gallimard jeunesse, Gallimard loisirs, Stock, Hatier, Hachette pratique, Marabout, Solar, First, Univers poche, Dalloz, Larousse, Michelin, Dunod, Belin, La Plage, Bamboo, Rageot, Studyrama, Prisma Media...) y compris beaucoup de « petits » éditeurs en régions ;

-a réalisé, depuis 2012, des missions de conseil et d'étude de marché pour des groupes et maisons d'édition (Fleurus-Mame-Rustica, Humensis, Belin Éducation, Place des éditeurs, Nathan jeunesse, Nathan écoles, Retz, Didier Jeunesse, Quae, La Table Ronde, Harper Collins France, Archipoche, Mame, Classiques Garnier, Leduc.s, Gulf Stream, Le Coudrier, Chattycat, éditions Maison des langues, Motus, revue *Lecture Jeune* ...) ainsi que pour le panel livres Edistat, ou encore sur la fréquentation des libraires au Salon du livre de Paris (Reed expositions France, 2014) et trois études successives pour l'ADEME (2013-2014, 2015, 2017-2018).

**Votre contact :**

Françoise Geoffroy-Bernard/ 06 43 90 71 39 /[francoise.geoffroy-bernard@axiales.net](mailto:francoise.geoffroy-bernard@axiales.net)  
[www.axiales.net](http://www.axiales.net)

Date, signature, suivie du tampon et de la mention « Bon pour accord ».

