

Comment mieux toucher la presse ?

Se servir des médias sociaux pour capter l'attention des journalistes

Compétences visées

- Fédérer et développer un réseau professionnel sur les médias sociaux
- Utiliser les fonctionnalités des médias sociaux pour cibler des acteurs professionnels précis
- S'initier aux techniques du Storytelling pour capter l'attention

Public

Éditeurs et professionnels du livre portant des problématiques de lancement de nouveautés

Durée

Un atelier de 3h

Programme

Introduction

- Quels sont les impacts de la presse sur les lecteurs ? Les libraires ? Les autres professionnels du livre (ex : représentants) ?
- Presse écrite, radio et TV font-elles encore vendre ? Si oui, quels types d'ouvrages (littérature, jeunesse, bien être, etc.) et à quelles conditions ?

Fédérer son réseau professionnel pour atteindre les journalistes de manière indirecte

- S'appuyer sur son réseau professionnel (auteurs, libraires, autres éditeurs, etc.) pour donner de la visibilité à ses nouveautés, et pour élargir son réseau.
- Concrètement, comment publier et interagir sur les médias sociaux (LinkedIn, Facebook, Twitter et Instagram) pour fédérer son réseau et l'élargir vers les journalistes.

Cibler les journalistes pertinents et les répartir en cercle d'influence

- Sur Twitter, exploiter l'outil liste pour trouver de nouveaux journalistes thématiques.
- Sur Facebook, fouiller les groupes de pigistes.
- Sur Instagram, partir d'un journaliste influent pour trouver des chroniqueurs/pigistes émergents.
- Sur chacun de ces réseaux, comprendre comment, à partir du profil d'un acteur influent, accéder à son réseau et trouver ses sources d'influence.

Capter l'attention des journalistes et raconter de « bonnes histoires »

- S'initier aux bases du Storytelling pour raconter ses histoires éditoriales et mettre en avant ouvrages et auteurs

- Quelles techniques pour mettre en avant un premier papier ou passage média afin de capter l'attention d'autres journalistes

Conclusion

Évaluer les alternatives à la presse lorsque ces techniques ne marchent pas et cibler des amateurs éclairés (podcasteurs, bookstagrammeurs, etc.)