

NOTRE OFFRE DE FORMATIONS

2024-2025

-
- | | | |
|----|--|-------------|
| 1. | Notre approche | => p. 2 |
| 2. | « LES FORMAXIONS » | => p. 3 |
| 3. | Les formations pour les ÉDITEURS et ÉDITRICES | => p. 4-40 |
| 4. | Les formations pour les LIBRAIRES , les BIBLIOTHÉCAIRES ,
les ORGANISATEUR·RICES DE MANIFESTATIONS LITTÉRAIRES | => p. 42-54 |
| 5. | Nos formateurs et formatrices | => p. 55-57 |
-

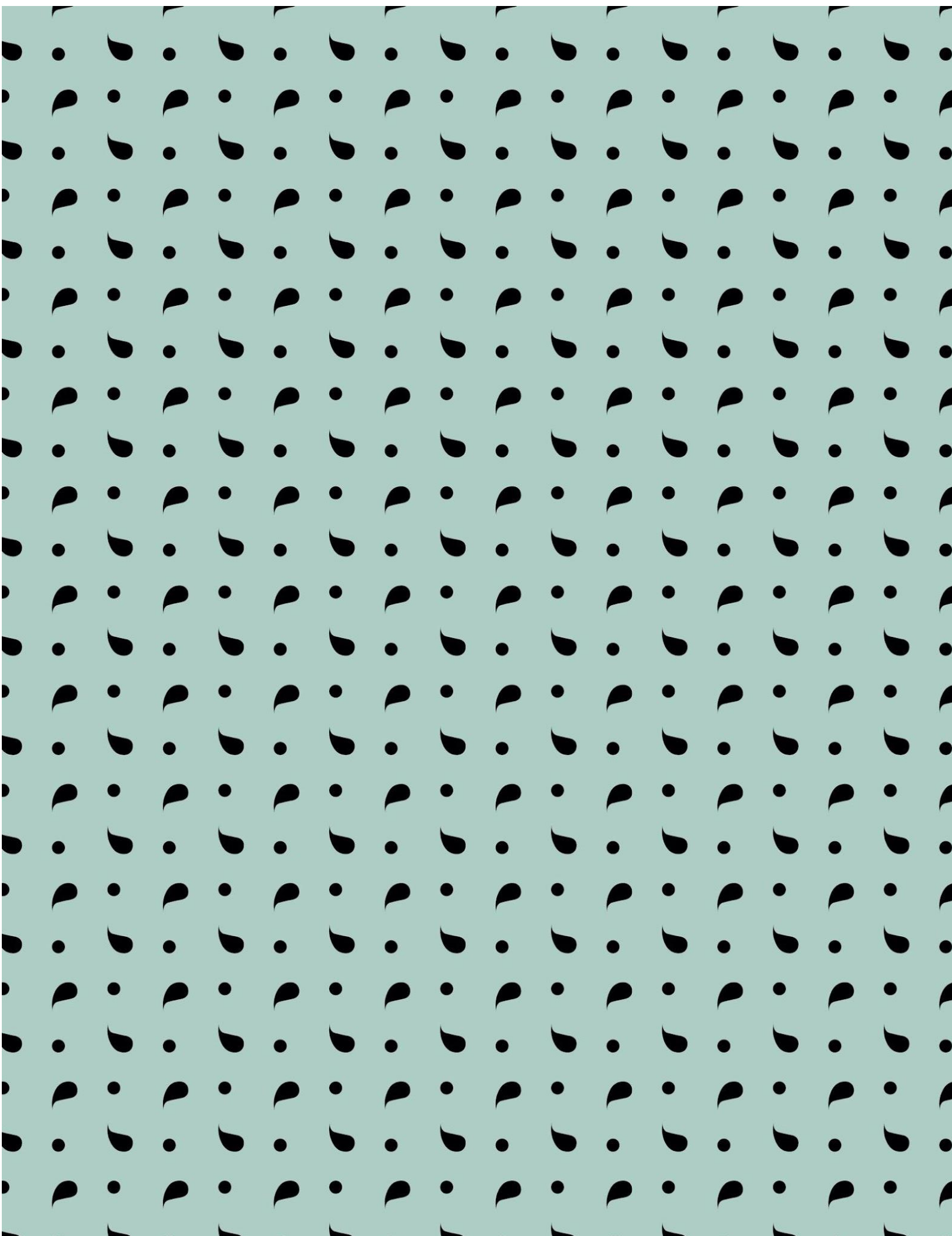
Axiales Conseils

62, rue Tiquetonne • 75002 Paris

SAS au capital de 40 000 euros • Code NAF 7022Z • RCS de Paris 803 581 271

Siret 803 581 271 00027 • n° TVA intracommunautaire FR 12 803 581 271

contact@axiales.net • www.axiales.net





1. Notre approche

- Une offre née de vos demandes, de vos problématiques spécifiques, que nous avons construite dans un esprit pragmatique et modulable
- Une offre née de notre expérience de consultants experts qui vous accompagnent au quotidien dans vos décisions stratégiques
- Une offre née de notre connaissance des entreprises du livre

quelle que soit leur taille, de la plus petite structure indépendante aux grands groupes d'édition

Depuis dix ans, nous concevons et mettons en œuvre des formations à destination de l'ensemble de nos clients – éditeurs, libraires, diffuseurs ou institutions... Cet éventail de formations correspond à un *work in progress* puisque, au fur et à mesure des différents besoins exprimés, nous continuons à bâtir, pour vous et avec vous, de nouvelles propositions de formations. Nos convictions en matière de formation :

- Directement au service de la stratégie de l'entreprise, la formation est un vecteur de performance et de motivation ;
- Le transfert de connaissances doit s'accompagner d'une démarche d'appropriation progressive favorisant l'autonomie ;
- L'expérience, la mise en pratique sont les corollaires indispensables de l'apport théorique.

En ce sens, nos « FormaXions » (cf. **page 3**) sont emblématiques de notre approche : elles se veulent évolutives et facilement adaptables à vos besoins pour répondre au plus près. Sur certains sujets, nous nous sommes entourés d'experts extérieurs, qui partagent notre approche.

Les consultants Axiales formateurs et formateurs partenaires

Mathias Echenay, Françoise Geoffroy-Bernard, Caroline Guillemot, Claire Hartmann, Christophe Jacquet, Hervé de Langre, Phi-Anh Nguyen et Mathilde Rimaud. Brigitte Eveno, Églantine Gabarre, Benoît Moreau, Charlotte Parouty, Isabelle Southgate et Stéphanie Vecchione.

En pratique

- Nos formations peuvent se dérouler sur site ou dans nos propres locaux parisiens
- Chaque formation peut être adaptée selon vos besoins (durée, contenus)
- Les consultants à contacter pour une demande de devis sont indiqués à chaque formation
- Retrouvez le profil des consultants d'Axiales et de nos intervenants en **pages 55-57**.

Nous espérons que cette présentation suscitera envies, idées et motivation !

Consultez-nous pour toute information supplémentaire ou tout projet de formation qui n'est pas encore référencé dans notre offre et que nous pourrions développer ensemble.



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'actions suivante :
ACTIONS DE FORMATION

Les formateurs d'Axiales suivent régulièrement des formations de formateur.



2. Les ateliers « FORMAXIONS »

Agir en se formant, se former en agissant

Vous avez besoin de savoir réaliser des études marketing spécifiques ? Vous cherchez à vous initier aux ventes de droits, à mieux comprendre le marché, à lancer ou à repositionner une collection, à entreprendre dans l'édition numérique ? Vous recherchez des solutions pour pérenniser votre entreprise en difficulté ? Vous souhaitez redynamiser votre équipe commerciale ou votre point de vente ?

Conjuguant la formation et l'action, les « ateliers FormaXions » vous accompagnent dans votre stratégie et dans votre développement.

**Vos problématiques d'entreprise deviennent cas pratiques,
véritables fils conducteurs de la formation**

L'alternance entre séances de travail et phases intermédiaires d'accompagnement, y compris sur le terrain, facilite l'appropriation et le caractère directement opérationnel de la FormaXion.

Une formule souple

Durée déterminée en fonction des objectifs opérationnels à atteindre

Selon un calendrier établi avec vous et pouvant intégrer

Des déplacements extérieurs (en librairie par exemple).

Tarif étudié pour chaque demande¹

RÉUSSIR SES PRÉSENTATIONS COMMERCIALES

Formation-accompagnement organisée pour 30 responsables éditoriaux et marketing-communication d'une maison d'édition en vue de réaliser des argumentaires de ventes pertinents, puis des présentations orales efficaces :

- Un **travail documentaire** préparatoire important sur les supports utilisés, les étapes, les problèmes rencontrés et une **observation terrain** (présence à une réunion du Comité éditorial et à un séminaire commercial en amont des formations) ;
- **4 x 2 journées dans les locaux de la maison d'édition**, réparties sur 6 mois, en lien avec le calendrier des réunions commerciales : études de cas pratiques sur des projets en cours, mises en situation et jeux de rôles en présence d'un autre consultant-formateur expert de la diffusion ;
- Acquisition et expérimentation en commun d'une **méthodologie** ; entraînement à la **prise de parole** pour l'ensemble des stagiaires ; mise à plat et réflexion partagée sur le **process** (aboutissant au recrutement d'une personne pour la direction commerciale notamment).

Renseignements et inscriptions auprès de Françoise Geoffroy-Bernard

Tél. 06 43 90 71 39, francoise.geoffroy-bernard@axiales.net

¹ Hors frais de déplacement pour des formations en région



3. Les formations pour les **ÉDITEURS** et **ÉDITRICES**

CESSION DE DROITS

- 1. Vendre les droits de traduction page 5
- 2. Vendre les droits d'adaptation audiovisuelle page 7

COMMERCIAL, DIFFUSION, DISTRIBUTION

- 3. Bien gérer son autodiffusion et sa distribution page 9
- 4. Optimiser ses relations avec ses partenaires de diffusion et de distribution page 11

ÉDITION, FABRICATION

- 5. Dynamiser son catalogue avec le benchmark éditorial et commercial page 13
- 6. Choisir ses couvertures, mode d'emploi page 15
- 7. Produire et fabriquer un livre **[NOUVEAU]** page 17
- 8. Concevoir et fabriquer un livre écoresponsable page 19

MANAGEMENT DE L'ENTREPRISE

- 9. Maîtriser les fondamentaux de l'édition page 21
- 10. Bien gérer sa maison d'édition page 23
- 11. Décider du tirage ou du prix d'un livre selon son seuil de rentabilité page 25
- 12. Maîtriser les redditions de compte et le droit d'auteur page 27

MARKETING ET COMMUNICATION

- 13. Construire un plan marketing pour l'édition **[NOUVEAU]** page 29
 - 14. Réussir ses présentations commerciales (ou « Pitcher ses livres ») page 31
 - 15. Améliorer ses ventes avec une stratégie digitale complète **[NOUVEAU]** page 33
 - 16. Maîtriser les bases de l'intelligence artificielle générative **[NOUVEAU]** page 35
 - 17. Communiquer avec les libraires, les médias, les lecteurs page 37
 - 18. Repenser et optimiser la stratégie médias sociaux de sa maison d'édition page 39
- Voir aussi Dynamiser son catalogue avec le benchmark éditorial et commercial page 13





VENDRE LES DROITS DE TRADUCTION

Créer une offre internationale, prospecter, négocier, contractualiser

Dans un contexte économique tendu pour les ventes sur le marché local des éditeurs, notamment en librairies, les droits seconds peuvent devenir une source importante de rentabilité. En particulier, la cession des droits de traduction peut participer au développement du chiffre d'affaires, tout en consolidant la construction d'un catalogue, par une ouverture à l'international mais également en favorisant un rayonnement cher aux auteurs.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Acquérir les connaissances théoriques liées à la cession de droits de traduction
- Sélectionner les titres du catalogue susceptibles d'être traduits
- Prospecter les éditeurs à l'étranger (pendant et en dehors des foires internationales)
- Négocier les conditions, rédiger les contrats, et suivre leur développement
- Utiliser les agents littéraires à bon escient

PUBLIC VISÉ

Dirigeants de maison d'édition, éditeurs, responsables administratifs, responsables de droits et commerciaux. PRÉREQUIS : notions juridiques.

INTERVENANT-E

Formation animée par **Phi-Anh Nguyen**, agent spécialisé et consultant Axiales en droits de traduction, ou **Claire Hartmann**, consultante Axiales en droits d'auteur et de traduction.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne apport de connaissances théoriques précises mêlées à l'exercice de pratiques concrètes, et un atelier collectif.

Atelier collectif

Les stagiaires ayant répondu, préalablement à la formation, à un questionnaire et fourni au formateur leur catalogue, des informations sur leurs titres à potentiel et, éventuellement, des cas réels de questions en suspens autour de la cession de droits de traduction, le formateur anime en fin de formation une session (d'environ 2-3 heures) d'études de cas collectives :

- Comment présenter sa maison d'édition ?
- Comment sélectionner les titres à potentiel et les présenter individuellement ?
- Comment identifier les éditeurs proches de son catalogue et les contacter ?
- Préparer une foire internationale
- Questions spécifiques (négociations, contrats, etc.)



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas, exercices pratiques, atelier collectif final visant à valider les notions acquises, QCM d'évaluation final. 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, soit 14 heures (7 heures par jour). **Effectif** : de 5 à 10 personnes. **Calendrier** : à déterminer avec vous. **Délais d'accès** : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier. **Accessibilité** : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires). Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires). Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant. Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Phi-Anh Nguyen

Tél. 06 87 36 81 74, phi-anh.nguyen@axiales.net



VENDRE LES DROITS D'ADAPTATION AUDIOVISUELLE

Prospecter, négocier, contractualiser les adaptations cinéma et télévision

Parmi les droits d'exploitation seconds exploitables par les éditeurs, les droits d'adaptation audiovisuelle sont en plein essor, les producteurs cinéma et télévision étant à la recherche d'ouvrages adaptables. Afin d'améliorer la rentabilité des titres publiés et donner une nouvelle forme à ses œuvres en s'adressant à un public élargi, développer des droits d'adaptation audiovisuelle devient une nécessité pour les éditeurs quelle que soit leur taille.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Acquérir les connaissances théoriques liées à la cession de droits d'adaptation audiovisuelle
- Sélectionner les titres du catalogue susceptibles d'être adaptés
- Prospecter les producteurs audiovisuels
- Négocier les conditions, rédiger les contrats et suivre leur développement

PUBLIC VISÉ

Dirigeants de maison d'édition, éditeurs, responsables administratifs, responsables de droits et commerciaux. PRÉREQUIS : notions juridiques.

INTERVENANT

Formation animée par **Phi-Anh Nguyen**, agent spécialisé et consultant Axiales en droits d'adaptation audiovisuelle.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne apport de connaissances théoriques/juridiques précises mêlées à l'exercice de pratiques concrètes, et atelier collectif.

➡ Atelier collectif

Les stagiaires ayant, préalablement à la formation, répondu à un questionnaire et fourni au formateur leur catalogue, des informations sur leurs titres à potentiel et éventuellement des cas réels de questions en suspens autour de la cession de droits audiovisuels, le formateur anime en fin de formation une session (d'environ 2-3 heures) d'études de cas collectives : comment présenter sa maison d'édition, sélectionner les titres et les présenter, identifier les cibles, etc.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas, exercices pratiques, atelier collectif final visant à valider les notions acquises. QCM d'évaluation final.

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, soit 14 heures (7 heures par jour). **Effectif** : de 5 à 10 personnes. **Calendrier** : à déterminer avec vous. **Délais d'accès** : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier. **Accessibilité** : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires). Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires). Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant. Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Phi-Anh Nguyen

Tél. 06 87 36 81 74, phi-anh.nguyen@axiales.net



BIEN GÉRER SON AUTODIFFUSION ET SA DISTRIBUTION

*Accroître sa présence sur le marché par une politique commerciale adaptée
et des coûts de distribution maîtrisés*

À partir d'un cas concret, fil rouge de la formation, la formation apportera les réponses pour la mise en place d'une politique commerciale dynamique.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Appréhender le marché du livre d'un point de vue commercial
- Identifier les fondamentaux du marché en matière de distribution
- Acquérir des réflexes pour une diffusion réussie de la production éditoriale
- Permettre aux participants de faire des choix en matière de diffusion-distribution

PUBLIC VISÉ

Éditeurs et responsables commerciaux de petites et moyennes maisons d'édition.

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANT

Formation animée par **Mathias Echenay**, ancien représentant, chef des ventes, directeur des ventes et plus récemment directeur général du CDE et de FED (filiales de diffusion du groupe Gallimard). Il anime également les éditions La Volte, qu'il a fondées en 2004.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Sur la base d'une formation soucieuse d'un apport structuré de connaissances, le programme est bâti sur des exemples concrets vécus, des exercices pratiques et un cas traité par les participants tout au long de la formation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les exercices thématiques permettront à chacun de valider l'acquisition des diverses notions au fil de la journée. Outre des études de cas synthétisant les acquis, des exercices pratiques seront réalisés sur la détermination des potentiels par circuit de projets éditoriaux.

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).

Effectif : de 6 à 10 personnes.

Calendrier : à déterminer avec vous.

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier.

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Mathias Echenay

Tél. 06 45 50 53 08, mathias.echenay@axiales.net



OPTIMISER SES RELATIONS AVEC SES PARTENAIRES DE DIFFUSION ET DE DISTRIBUTION

Tous les leviers pour une diffusion-distribution réussie

Confier sa diffusion et sa distribution à une entreprise dédiée, ce n'est pas déléguer sa politique commerciale. Celle-ci doit pouvoir s'appuyer sur les ressources de ses partenaires, ce qui demande au préalable une compréhension approfondie du fonctionnement de ces organisations.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Repérer les leviers d'action chez son diffuseur
- Maîtriser ses coûts de distribution
- S'adapter au marché et à ses partenaires afin d'améliorer ses ventes

PUBLIC VISÉ

Éditeurs ou responsables commerciaux de maisons d'édition diffusées et distribuées par un tiers.

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANT

Formation animée par **Mathias Echenay**, expert en commercialisation du livre et diffusion. Il a été représentant, chef des ventes, directeur des ventes et plus récemment directeur général du CDE et de FED (filiales de diffusion du groupe Gallimard). Il anime également une maison d'édition qu'il a fondée en 2004 : La Volte.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Les différents modules de la formation seront illustrés par deux cas de livres, produits par des groupes de travail, puis agrémentés de retour d'expériences ainsi que d'apports théoriques. Les exemples issus des maisons d'édition des participants seront mis en commun.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Une évaluation des acquis des participants sera effectuée sous la forme d'un QCM.

À l'issue de la formation, un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera rempli par les participants sur les points abordés.

DÉROULEMENT

Durée : 2 jours (14 heures). **Effectif** : de 6 à 10 personnes. **Calendrier** : à déterminer avec vous. **Délais d'accès** : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier. **Accessibilité** : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.



TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires). Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires). Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires). Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant. Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Mathias Echenay

Tél. 06 45 50 53 08, mathias.echenay@axiales.net



DYNAMISER SON CATALOGUE AVEC LE BENCHMARK

ÉDITORIAL ET COMMERCIAL

Méthodologie d'une analyse concurrentielle

La réalisation d'un benchmark éditorial et commercial consiste à analyser un segment de marché en le comparant à ses propres produits. Dans le contexte actuel du monde de l'édition lié à la révolution numérique et aux défis toujours croissants de la concurrence, cette approche permet aux éditeurs de se démarquer en faisant émerger de nouvelles opportunités stratégiques d'innovation ou de rénovation de leur ligne éditoriale. Cette formation est particulièrement adaptée dans le cas de création ou de rénovation de collections.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Définir la démarche de benchmarking permettant d'identifier les points forts et les spécificités d'un segment éditorial concurrentiel
- Identifier les critères d'analyse et d'évaluation propres à son segment de marché
- Réaliser une étude concurrentielle d'un segment éditorial
- Identifier les pistes d'amélioration et de développement visant à faire évoluer son catalogue éditorial (création de nouveaux produits et/ou lancement de nouvelles collections)

PUBLIC VISÉ

Éditeur·rices, responsables éditoriaux, chefs de projets éditoriaux, directeur·rices de collection.

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Formation animée par **Caroline Guillemot**. Elle a près de trente années d'expertise dans l'édition et a réalisé plusieurs études de benchmark sur divers segments de marché.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Ces deux journées sont bâties comme un atelier pratique d'élaboration d'un benchmark à l'échelle des segments éditoriaux à analyser. Il repose sur des apports théoriques, ponctués d'une participation des participants à travers des mises en situation et des cas concrets.

À partir de l'identification en amont du segment de marché à analyser, l'atelier permet une mise en perspective directe et concrète avec le domaine d'investigation recherché.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Chaque participant définira ses propres critères d'analyse adaptés à son étude de benchmark et réalisera une ébauche de son analyse concurrentielle. Un quiz administré aux participants clôturera la séance.

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).

Effectif : de 4 à 8 personnes.

Calendrier : à déterminer avec vous.

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier.

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement.

Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Caroline Guillemot

Tél. 06 12 89 50 52, caroline.guillemot@axiales.net



CHOISIR SES COUVERTURES, MODE D'EMPLOI

Toutes les dimensions d'une couverture réussie

Si les éditeurs ont bien mesuré les enjeux liés au choix d'une couverture plus ou moins « impactante » – nous préférons dire « pertinente » –, ils sont encore peu nombreux à se servir de notions et d'outils qui pourraient pourtant les aider à prendre cette décision capitale dans la vie d'un livre : choisir la meilleure première ou quatrième de couverture d'un ouvrage.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Prendre en compte les dimensions à la fois marketing et graphiques des couvertures ou des chartes de collection pour définir les plus adaptées
- Acquérir une méthodologie pour préparer un brief structuré et mieux évaluer ensuite les propositions
- Identifier les principaux paramètres d'une communication efficace pour choisir le titre et rédiger la quatrième de couverture

PUBLIC VISÉ

Dirigeants de maisons d'édition, responsables éditoriaux, éditeurs, responsables marketing et communication, graphistes et responsables de fabrication. **PRÉREQUIS** : chaque participant doit être impliqué dans le *process* de conception et/ou de sélection des couvertures ; il sera invité à choisir un projet de livre pour lequel il préparera un brief au cours de la formation.

INTERVENANTE

Formation animée par **Françoise Geoffroy-Bernard**, consultante-formatrice et spécialiste du marketing et de la communication appliqués au livre.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne exposés, illustrés de nombreux exemples et contre-exemples avec des mises en application pratiques. Les études de cas permettront la rédaction progressive d'un brief de couverture (et d'une 4^e de couverture). Un dossier sera remis à l'issue de la formation contenant des fiches méthodologiques ainsi qu'une *check-list* permettant d'évaluer les couvertures.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas et ateliers en sous-groupes puis mise en commun visant à valider les notions acquises. À l'issue de la formation, un quiz sera proposé aux participants pour évaluer l'acquisition des principaux points abordés au cours du stage.



DÉROULEMENT

Durée : 2 jours (14 heures) + 1 jour en option (7 heures). **Effectif** : de 5 à 8 personnes. **Calendrier** : à déterminer avec vous. **Délais d'accès** : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier.

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Françoise Geoffroy-Bernard

Tél. 06 43 90 71 39, francoise.geoffroy-bernard@axiales.net



NOUVEAU

ÉDITION FABRICATION // FORMATION ÉDITEUR-RICES

PRODUIRE ET FABRIQUER UN LIVRE

Du projet éditorial à l'impression

Cette formation offre toutes les clefs pour l'éditeur pour réaliser son projet d'édition, mettre en place la production éditoriale et piloter la fabrication du livre.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Identifier les étapes nécessaires à la réalisation de son projet d'édition
- Organiser et planifier la production éditoriale
- Identifier les étapes de fabrication et maîtriser le vocabulaire technique
- Faire imprimer son livre
- Évaluer ses priorités tout au long du *process* de production et de fabrication

PUBLIC VISÉ

Gérant-es de maison d'édition, responsables éditoriaux et éditeur-rices en charge de la réalisation des livres.

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Formation animée par **Brigitte Eveno**.

Elle a plus de trente années d'expertise en tant que directrice éditoriale et editrice, et a fondé sa maison d'édition indépendante – BE Éditions – depuis dix ans.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne apport structuré de connaissances, étude de cas concrets et exercices pratiques. Les participants sont activement sollicités et partent de leurs cas concrets pour des séquences de travaux thématiques en petits groupes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les exercices thématiques permettront à chacun de valider l'acquisition des diverses notions au fil de la journée et de travailler sur son propre projet de production et de fabrication.

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



DÉROULEMENT

Durée : 1 jour (7 heures).

Effectif : de 4 à 6 personnes.

Calendrier : à voir avec vous.

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier.

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement.

Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Caroline Guillemot

Tél. 06 12 89 50 52, caroline.guillemot@axiales.net



CONCEVOIR ET FABRIQUER UN LIVRE ÉCORESPONSABLE

Les actions à mettre en œuvre pour diminuer l'impact environnemental de son activité d'édition

Diminuer l'impact environnemental de sa production est devenu un enjeu majeur pour les maisons d'édition désireuses de mettre en pratique leurs convictions écologiques. Cette formation vise à donner les clés pour améliorer sa performance environnementale en matière de production et de fabrication, et s'appuie sur des pratiques inspirantes et des cas concrets.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Identifier les impacts environnementaux tout au long de la chaîne de production et de fabrication
- Recenser les sources d'amélioration présentant un intérêt environnemental et économique
- Définir sa feuille de route environnementale et sa propre stratégie de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre
- Construire son rapport environnemental intégrant des indicateurs pertinents

PUBLIC VISÉ

Éditeurs, gérants de maisons d'édition, responsables de production, chefs de fabrication... PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANT

Formation animée par **Benoît Moreau**. Fondateur de la société Écograf, Benoît travaille depuis vingt-cinq ans sur la problématique environnementale de la chaîne graphique.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cette formation s'appuie sur la présentation de données techniques, sur l'expérience du formateur alimentée par de nombreux exemples rencontrés sur le terrain et sur les cas concrets des participants. Avant la formation, les participants seront invités à sélectionner un dossier de fabrication qui sera utilisé comme étude de cas.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

À l'issue de la formation, chaque participant aura défini sa propre feuille de route intégrant sa stratégie de réduction de ses émissions de carbone et son tableau de bord environnemental. Ces éléments seront susceptibles d'alimenter la partie environnementale d'un éventuel futur rapport RSE. Un point d'étape réalisé à un mois d'intervalle, lors d'une demi-journée en distanciel, permettra d'accompagner les stagiaires dans la mise en place de leur feuille de route environnementale et dans leur prise en main. En outre, un quiz sera proposé aux participants afin d'évaluer l'acquisition des principaux points abordés au cours de la formation. Un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera également rempli par les participants sur les points abordés.



DÉROULEMENT

Durée : 1,5 jour, soit 10,5 heures (dont une demi-journée en distanciel).

Effectif : de 5 à 8 personnes.

Calendrier : à voir avec vous.

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier.

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 2 000 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement.

Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant. Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Caroline Guillemot

Tél. 06 12 89 50 52, caroline.guillemot@axiales.net



MAÎTRISER LES FONDAMENTAUX DE L'ÉDITION

Toutes les compétences de base pour construire un projet crédible

Ce stage vise à fournir aux porteurs d'un projet éditorial l'information nécessaire pour qu'ils puissent se déterminer en connaissance de cause. Il permet aux éditeurs encore récents de compléter leurs informations pour poursuivre au mieux l'aventure entrepreneuriale dans laquelle ils se sont lancés.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Appréhender correctement le contexte actuel de l'édition
- Identifier les réalités économiques, commerciales et financières d'une maison d'édition et d'un projet de livres
- Renforcer son projet éditorial sur ces différents aspects

PUBLIC VISÉ

Personnes en phase de réflexion pour mener un projet de création ou de reprise d'une structure d'édition et nouveaux éditeurs. PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANT

Formation animée par **Hervé de Langre**. Au cours de sa carrière de plus de trente années, Hervé a dirigé des maisons d'édition traversant des mutations importantes, en France comme à l'étranger. Actuellement consultant auprès de dirigeants de maisons de toutes tailles, il les accompagne dans leur gestion, notamment lors de phases de création ou de transition.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne apport de connaissances théoriques mêlées à des exercices théoriques et des travaux sur les projets concrets des stagiaires. À l'issue du premier cycle, chaque participant recevra un document Excel à compléter pour préparer le second cycle. Il permettra la collecte des informations nécessaires à la construction du *business plan* et du plan de trésorerie.

Les stagiaires seront sollicités par mail avant la formation pour qu'ils communiquent leurs besoins et niveau de compétences sur les thématiques traitées, et qu'ils précisent l'état d'avancement de leur projet.

Le formateur animera en fin de formation une séance (d'environ 3 heures) permettant à chacun.e de travailler sur la définition de son projet et de ses conditions de réussites éditoriales, commerciales et financières. Chaque stagiaire recevra un livret de formation comprenant l'ensemble des supports de formation ainsi que les annexes utiles.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les études de cas, exercices pratiques et l'atelier collectif final permettront de valider les notions acquises. À l'issue de la formation, un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera rempli par les participants sur les points abordés.



DÉROULEMENT

Durée : 4 jours, soit 28 heures (7 heures par jour). **Effectif** : de 4 à 8 personnes. **Calendrier** : à voir avec vous. **Délais d'accès** : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier. **Accessibilité** : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires). Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires). Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires). Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès d'Hervé de Langre

Tél. 06 78 68 02 50, herve.de-langre@axiales.net



BIEN GÉRER SA MAISON D'ÉDITION

Méthodes et outils pour gagner en rentabilité

Ce module a pour objectif de faire acquérir, en théorie et en pratique les données essentielles de la gestion d'une maison d'édition. Il vous permettra à la fois de mesurer les enjeux (dans quelles conditions et à quelles horizons mon entreprise deviendra-t-elle profitable ?) et de maîtriser les outils décisionnels nécessaires pour piloter économiquement l'activité vers le succès.

La formation sera précédée par une phase de diagnostics individuels des compétences, des outils et des problématiques rencontrées dans le domaine de la gestion, afin d'adapter le contenu aux besoins et au temps disponible.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Identifier les notions clés de l'économie d'un livre et d'une maison d'édition
- Maîtriser les outils d'anticipation, d'analyse et d'aides à la décision

PUBLIC VISÉ

Responsables de maisons d'édition et responsables éditoriaux.

PRÉREQUIS : maîtrise des fonctions élémentaires d'Excel.

INTERVENANT

Formation animée par **Christophe Jacquet**.

Durant plus de vingt années, Christophe Jacquet a été responsable du contrôle de gestion d'un pôle éditorial au sein d'un groupe d'édition, en accompagnement des équipes opérationnelles. Il est aujourd'hui consultant et réalise des missions de conseil en management, d'audit financier et de contrôle de gestion.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne apport structuré de connaissances, étude de cas concrets et exercices pratiques.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les exercices thématiques et pratiques permettront à chacun de valider l'acquisition des diverses notions au fil des deux journées.

Le formateur évaluera également avec chaque participant, au regard du diagnostic individuel fait au préalable, la réalisation des objectifs fixés.

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 consécutifs (14 heures).

Effectif : de 6 à 10 personnes.

Calendrier : à déterminer avec vous.

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier.

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements auprès de Christophe Jacquet

Tél. 06 84 81 85 61, christophe.jacquet@axiales.net



DÉCIDER DU TIRAGE ET DU PRIX D'UN LIVRE EN FONCTION DE SON SEUIL DE RENTABILITÉ

Outils et règles de gestion pour optimiser les tirages

Décider du tirage et du prix d'un livre, deux décisions aussi cruciales que délicates pour lesquelles l'éditeur peut s'appuyer sur des outils et des méthodes. Cette formation, construite autour d'exemples concrets et enrichis des cas apportés par les participants, permet d'en acquérir la maîtrise.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Comprendre les paramètres et la logique du calcul de seuil de rentabilité
- Savoir utiliser un tableur adapté à son contexte pour prendre des décisions de prix et de tirage

PUBLIC VISÉ

Responsables de maisons d'édition et responsables éditoriaux souhaitant approfondir le calcul du seuil de rentabilité de leurs ouvrages et l'intégrer concrètement de la manière la plus adaptée à leur contexte.

PRÉREQUIS : maîtrise des fonctions élémentaires d'Excel.

INTERVENANT

Formation animée par **Christophe Jacquet**.

Durant plus de vingt années, Christophe Jacquet a été responsable du contrôle de gestion d'un pôle éditorial au sein d'un groupe d'édition, en accompagnement des équipes opérationnelles. Il est aujourd'hui consultant et réalise des missions de conseil en management, d'audit financier et de contrôle de gestion.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne apport structuré de connaissances, étude de cas concrets et exercices pratiques.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les exercices thématiques et pratiques permettront à chacun de valider l'acquisition des diverses notions. Le formateur évaluera également avec chaque participant, au regard du diagnostic individuel fait au préalable, la réalisation des objectifs fixés.

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



DÉROULEMENT

Durée : 1 jour en présentiel collectif (7 heures).

Effectif : de 6 à 10 personnes.

Calendrier : à déterminer avec vous.

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier.

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements auprès de Christophe Jacquet

Tél. 06 84 81 85 61, christophe.jacquet@axiales.net



MAÎTRISER LES REDDITIONS DE COMPTE ET LE DROIT D'AUTEUR

Intégrer les modifications du Code de la propriété intellectuelle pour une exploitation sereine des contrats et des relations fluides avec les auteurs

S'appuyant dans un premier temps sur une mise à niveau des connaissances essentielles en matière de droit d'auteur, dans le contexte de la réforme du Code de la propriété intellectuelle (CPI) de 2014, la formation aborde les obligations des redditions de compte (relevés de droits d'auteurs), avec une approche à la fois légale et pratique.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Acquérir les notions essentielles juridiques en droit d'auteur
- Maîtriser les obligations légales des redditions de compte
- Mettre en place des processus afin de faciliter les redditions de comptes annuelles

PUBLIC VISÉ

Dirigeants de maison d'édition, éditeurs, responsables administratifs, comptables.

PRÉREQUIS : notions juridiques.

INTERVENANT

Formation animée par **Phi-Anh Nguyen**, agent spécialisé et consultant associé Axiales en droits d'auteur.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne apport de connaissances théoriques précises mêlées à l'exercice de pratiques concrètes, dont des mises en situation et études collectives de documents.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas, exercices pratiques, atelier collectif final visant à valider les notions acquises. QCM d'évaluation finale.

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



DÉROULEMENT

Durée : 1 jour (7 heures).

Cette formation peut être complétée par une seconde journée, permettant des rendez-vous individuels entre formateur et participants, afin de répondre aux demandes spécifiques de ces derniers.

Effectif : de 5 à 10 personnes.

Calendrier : à déterminer avec vous.

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier.

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Phi-Anh Nguyen

Tél. 06 87 36 81 74, phi-anh.nguyen@axiales.net



CONSTRUIRE UN PLAN MARKETING POUR L'ÉDITION

Du diagnostic aux choix stratégiques et opérationnels de l'éditeur

Cette formation privilégie une approche pragmatique. Après une introduction sur les enjeux et les spécificités du marketing dans l'édition, des outils concrets permettent aux professionnels des maisons d'édition de mettre en œuvre une méthodologie adaptée (à la taille de l'entreprise, à ses missions, à ses publics, à ses publications, à ses moyens) selon les trois étapes clés de la démarche marketing.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Prendre en compte la dimension marketing du métier d'éditeur aux étapes clés d'un projet
- Identifier les principaux outils marketing, du diagnostic à l'élaboration d'un plan structuré
- Utiliser une méthodologie efficace pour le lancement d'une maison d'édition/d'une collection

PUBLIC VISÉ

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

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Françoise Geoffroy-Bernard est consultante associée d'Axiales.

Elle est depuis vingt-cinq ans spécialiste du marketing et de la communication appliqués au livre dans tous les secteurs de l'édition.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Exposé illustré de nombreux exemples et contre-exemples.

Analyse d'études de marché (du brief aux préconisations) et de plans marketing dans l'édition.

Fiches méthodologiques, bibliographie/sitographie et articles de synthèse remis aux participants.

Exercices de mise en situation, ateliers en sous-groupes et jeux de rôles.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Chaque participant sera amené à travailler sur son propre plan marketing au fur et à mesure de la formation (maison d'édition dans son ensemble, partie du catalogue ou projet de collection).

Études de cas au choix des participants visant à appliquer les outils marketing.

À l'issue de la formation, un quiz sera proposé aux participants pour évaluer l'acquisition des principaux points abordés au cours du stage. Un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera également rempli par les participants.



DÉROULEMENT

Durée : 2 jours (14 heures).

Effectif : de 4 à 8 personnes.

Calendrier : à déterminer avec vous.

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier.

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement.

Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant. Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Françoise Geoffroy-Bernard

Tél. 06 43 90 71 39, francoise.geoffroy-bernard@axiales.net



RÉUSSIR SES PRÉSENTATIONS COMMERCIALES OU « PITCHER SES LIVRES »

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 : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Identifier 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.

PRÉREQUIS : chaque participant doit être impliqué au sein de la maison d'édition dans le *process* de préparation et/ou d'animation des présentations commerciales ; il sera invité à choisir un projet de livre, réel ou fictif pour lequel il préparera un argumentaire de vente (écrit et oral).

INTERVENANTE

Françoise Geoffroy-Bernard est consultante associée d'Axiales. Elle est depuis vingt-cinq ans spécialiste du marketing et de la communication appliqués au livre dans tous les secteurs de l'édition.

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. Études de cas, jeux de rôle et ateliers en sous-groupes visant à clarifier les différentes notions.

À l'issue de la formation, un quiz sera proposé aux participants pour évaluer l'acquisition des principaux points abordés au cours du stage.



DÉROULEMENT

Durée : 2 jours (14 heures).

Effectif : de 4 à 8 personnes.

Calendrier : à déterminer avec vous.

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier.

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Françoise Geoffroy-Bernard

Tél. 06 43 90 71 39, francoise.geoffroy-bernard@axiales.net



AMÉLIORER SES VENTES AVEC UNE STRATÉGIE DIGITALE COMPLÈTE

Développer toutes les options digitales pour en faire des leviers de vente

Vous cherchez à dynamiser vos ventes sur les canaux digitaux et souhaitez identifier les actions clés à entreprendre ? Cette formation vous propose de concevoir une stratégie digitale en harmonisant les piliers de votre présence en ligne : site éditeur, e-commerce, réseaux sociaux et *crowdfunding* (ou campagne de financement).

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Maîtriser les outils d'un bon référencement sur les sites de vente en ligne
- Définir les priorités d'un parcours « utilisateur/acheteur » sur un site éditeur
- Concevoir une stratégie de marketing relationnel (newsletter, réseaux sociaux) pour dynamiser les ventes
- Identifier les nouvelles méthodes de vente ou de prévente en ligne

PUBLIC VISÉ

Responsables commerciaux et marketing, dirigeant.es de petites et moyennes maisons d'édition diffusées par un tiers ou auto-diffusées.

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Formation animée par **Églantine GABARRE**, riche de vingt-cinq ans d'expertise marketing dans l'édition et spécialisée dans la transformation digitale et l'innovation. Elle a été directrice marketing et directrice de pôle éditorial.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Grâce à un apport théorique, ponctué d'exemples, les participant.es travailleront sur des cas concrets. Chacun réalisera un plan d'action en fin de session.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Une évaluation des acquis des participant.es sera effectuée sous la forme d'un QCM.

À l'issue de la formation, un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera rempli par les participant.es sur les points abordés.



DÉROULEMENT

Durée : 2 jours (14 heures).

Effectif : de 5 à 8 personnes.

Calendrier : à déterminer avec vous.

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier.

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 10 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Mathias Echenay

Tél. 06 45 50 53 08, mathias.echenay@axiales.net



MAÎTRISER LES BASES DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE GÉNÉRATIVE

*Les bonnes pratiques pour décrypter et exploiter l'IA générative
en communication et en marketing*

L'intelligence artificielle, désormais largement accessible, transforme les fonctions marketing et communication, tout en posant des défis éthiques importants (protection des données, propriété intellectuelle, développement durable, etc.). Cette formation vous permettra de maîtriser les éléments clés de l'IA générative en repérant les mécanismes de sa création et les implications de son utilisation. Vous apprendrez à créer du contenu de manière autonome, adapté à vos besoins professionnels et conforme aux normes éthiques.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Identifier la rupture technologique apportée par l'IA générative et ses répercussions dans le secteur culture/édition
- Élaborer une requête avec des outils d'intelligence artificielle générative, chatbots (type ChatGPT) et IA génératives d'images (type DALL.E)
- Concevoir une campagne marketing ou communication avec une démarche IA générative
- Évaluer les outils d'intelligence artificielle selon les besoins métiers

PUBLIC VISÉ

Tous les métiers liés au marketing/marketing digital et à la communication digitale, community managers et directions marketing, communication et commercial. **PRÉREQUIS** : aucun.

INTERVENANTE

Formation animée par **Églantine GABARRE**, riche de vingt-cinq ans d'expertise marketing dans l'édition et spécialisée dans la transformation digitale et l'innovation. Elle a été directrice marketing et directrice de pôle éditorial.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Grâce à un apport théorique, les participant-es travailleront sur des cas concrets et des exercices de mise en situation en sous-groupes avec des outils en ligne (IA générative).

Exposé illustré de nombreux exemples et contre-exemples. Fiches méthodologique et articles de synthèse seront remis en fin de formation.

À partir de l'identification de leurs besoins métiers, chacun réalisera un cas pratique avec sa propre grille d'analyse d'outils.



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Une évaluation des acquis des participant·es sera effectuée sous la forme d'un QCM et d'ateliers pratiques individuels et en sous-groupes.

À l'issue de la formation, un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera rempli par les participant·es sur les points abordés.

DÉROULEMENT

Durée : 2 jours (14 heures).

Effectif : de 4 à 8 personnes.

Calendrier : à déterminer avec vous.

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier.

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (4 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 2 000 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Mathias Echenay

Tél. 06 45 50 53 08, mathias.echenay@axiales.net



COMMUNIQUER AVEC LES LIBRAIRES, LES MÉDIAS, LES LECTEURS

Marketing opérationnel et plan de communication pour l'éditeur

L'éditeur doit articuler son plan de promotion avec sa stratégie éditoriale et marketing, qu'il s'agisse de la maison d'édition dans son ensemble et de la communication dite institutionnelle, ou des actions et des messages à utiliser pour le lancement (ou d'autres étapes de développement) de ses collections ou titres. Il s'agira également à partir d'arguments-clés identiques de décliner les outils et supports en fonction des trois cibles principales : libraires, médias et lecteurs.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Prendre en compte la dimension marketing du métier d'éditeur et définir des plans d'action pour une mise en marché efficace
- Mieux dialoguer avec le diffuseur et les représentants et/ou les libraires, avec les professionnels de la communication
- Connaître les principaux outils du marketing opérationnel (en particulier, dans le domaine des techniques de commercialisation et des moyens publi-promotionnels) pour utiliser dans chaque cas les plus pertinents

PUBLIC VISÉ

Responsables d'édition, éditeurs, responsables marketing et communication, attaché(e)s de presse.
PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Formation animée par **Françoise Geoffroy-Bernard**, consultante-formatrice et spécialiste du marketing et de la communication appliqués au livre.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alterne exposés théoriques et mises en application pratiques. Les études de cas seront personnalisées : rédaction d'un argumentaire de vente (3 à 4 titres au choix des participants) avec mise en situation (présentation orale avec jeu de rôles et, le cas échéant, participation d'un libraire). Le cas de synthèse portera sur la préparation d'un plan de communication pour le lancement ou l'anniversaire d'une collection/d'une maison d'édition. Un dossier sera remis après la formation contenant des fiches méthodologiques et un plan type de communication globale. Chaque participant pourra travailler pendant le stage sur l'élaboration et l'amélioration de ses propres outils de communication.



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Échanges et réflexions en commun autour de situations concrètes et d'exercices pratiques (étude des documents des participants : argumentaires de vente, communiqués de presse, mailings...)

Études de cas, jeux de rôle et ateliers en sous-groupes visant à clarifier les différentes notions.

À l'issue de la formation, un quiz sera proposé aux participants pour évaluer l'acquisition des principaux points abordés au cours du stage.

DÉROULEMENT

Durée : 2 jours (14 heures). **Effectif** : de 5 à 8 personnes. **Calendrier** : à déterminer avec vous. **Délais d'accès** : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier. **Accessibilité** : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Françoise Geoffroy-Bernard

Tél. 06 43 90 71 39, francoise.geoffroy-bernard@axiales.net



REPENSER ET OPTIMISER LA STRATÉGIE MÉDIAS SOCIAUX DE SA MAISON D'ÉDITION

Communication digitale opérationnelle et stratégique

Les médias sociaux donnent la possibilité d'un dialogue direct et renforcé avec son lectorat cible et ses partenaires professionnels. Afin d'y déployer une communication efficace, nous partirons de l'étude et de la compréhension de vos cibles pour parvenir à construire des contenus qui les engagent durablement.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Construire une stratégie de communication orientée vers des cibles et des objectifs précis sur les médias sociaux
- Analyser les pratiques des lecteurs déjà fédérés et des lecteurs cibles
- Maîtriser les logiques de publication et de rédaction sur Facebook et Instagram

PUBLIC VISÉ

Éditeurs, community managers, responsables communication et/ou marketing. Toute personne animant des réseaux sociaux professionnels dans le secteur du livre. PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Formation animée par **Stéphanie Vecchione**, consultante et formatrice. Spécialiste depuis dix ans de la promotion digitale du livre, elle intervient auprès de tous les acteurs de la chaîne (libraires, diffuseurs, bibliothèques, éditeurs).

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Exposé et présentation de cas concrets, études de cas et travaux en sous-groupes sur les exemples des participants.

Boîte à outils pour faciliter l'animation quotidienne sur les médias sociaux.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Chaque participant pourra travailler sur son propre plan de communication digitale : objectifs, cibles, contenus, espaces pertinents adaptés à chaque segment éditorial. À l'issue de la formation, un quiz sera proposé aux participants pour évaluer l'acquisition des principaux points abordés au cours du stage.

Un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera également rempli par les participants sur les points abordés.



DÉROULEMENT

Durée : 2 jours (14 heures).

Effectif : de 4 à 8 personnes.

Calendrier : à déterminer avec vous.

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier.

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

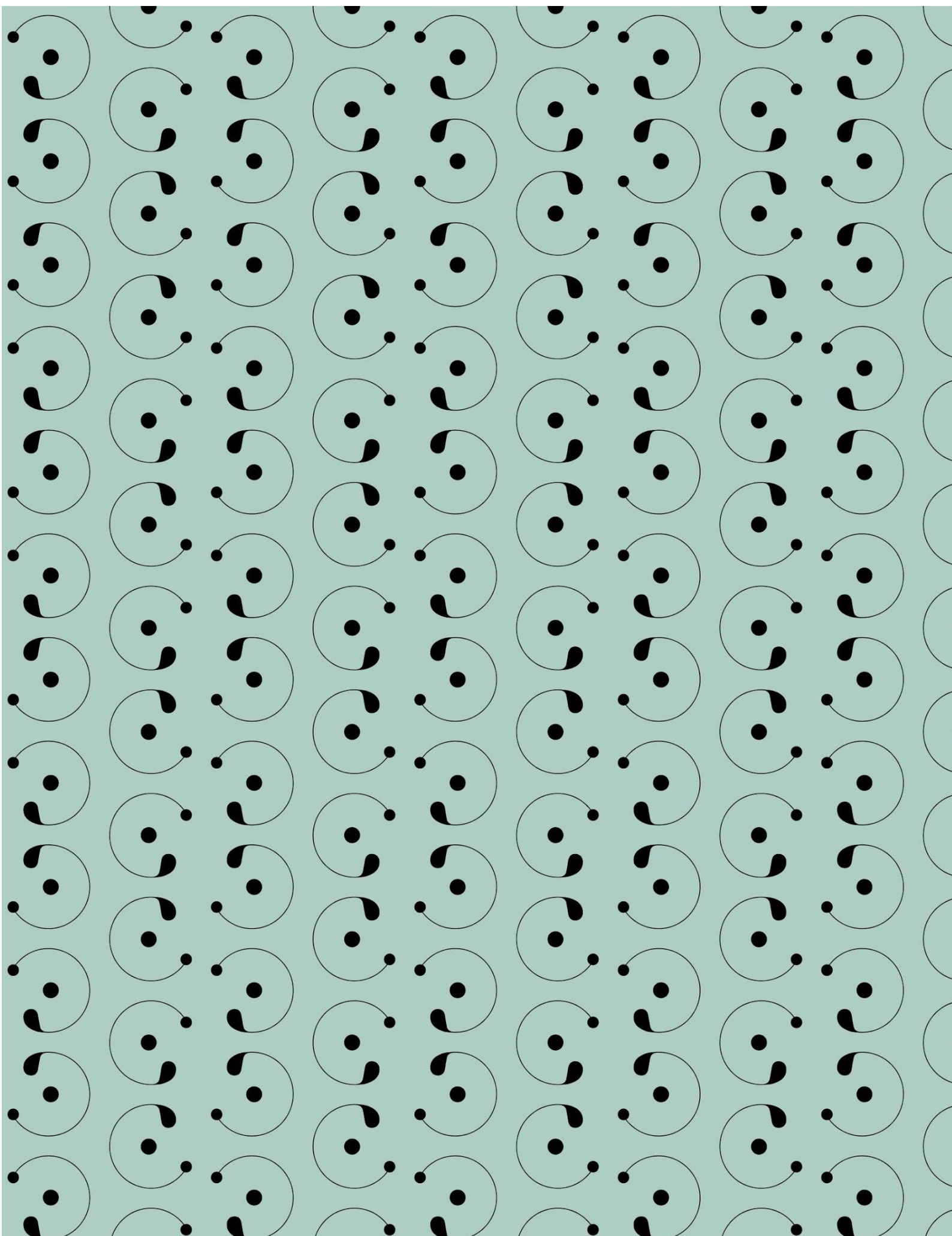
Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Mathilde Rimaud

Tél. 06 52 22 09 47, mathilde.rimaud@axiales.net





4. Les formations pour les **LIBRAIRES**, les **BIBLIOTHÉCAIRES**, les **ORGANISATEUR·RICES DE MANIFESTATIONS LITTÉRAIRES**

COMMERCIAL ET PROMOTION

- | | |
|---|---------|
| 19. Monter des animations en librairie | page 43 |
| 20. Dynamiser son magasin | page 45 |
| 21. Composer une vitrine efficace et à son image | page 47 |
| 22. Remettre le client au centre des priorités du libraire [NOUVEAU] | page 49 |
| 23. Vendre des livres sans les lire [NOUVEAU] | page 51 |
| 24. Animer un plateau littéraire [NOUVEAU] | page 53 |





MONTER DES ANIMATIONS EN LIBRAIRIE

Réinventer la relation client

Oser questionner sa conception des animations, ouvrir les portes larges à la « récréation » de cet outil de fidélisation essentiel... Voilà la gageure de ces deux journées conçues comme un temps d'exploration et de construction à plusieurs.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Analyser ses relations clients et ses animations
- Repenser son programme d'animation en inventant de nouvelles formes
- Structurer son offre d'animations et la rentabiliser
- Renforcer l'identité du magasin à travers la politique d'animations

PUBLIC VISÉ

Libraires et gérants de librairie, chargés de communication en librairie.

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTS

Formation animée par **Mathilde Rimaud**.

Depuis plus de vingt ans dans les métiers du livre, Mathilde Rimaud a mis en œuvre des actions d'animation, de promotion, de rencontres publiques, de présence dans les salons et d'organisation de journées interprofessionnelles. Elle a, par ailleurs, pratiqué l'improvisation théâtrale et vocale.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Ces deux journées sont bâties comme un atelier pratique d'élaboration d'un plan d'action à l'échelle de chaque librairie. En partant de l'existant, nous ouvrirons les possibles, fixerons avec le groupe des objectifs atteignables et définirons la méthodologie de mise en œuvre.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Chaque participant réalise l'autodiagnostic de ses actions.

Un atelier permet au groupe d'effectuer un véritable brainstorming.

Chacun esquissera son plan d'action à six mois et à un an, en prenant appui sur les éléments abordés pendant la session.

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).

Effectif : de 4 à 12 personnes.

Calendrier : à déterminer avec vous.

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier.

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Mathilde Rimaud

Tél. 06 52 22 09 47, mathilde.rimaud@axiales.net



DYNAMISER SON MAGASIN

Identité commerciale et animation

À travers ces deux jours de formation, le libraire revisite l'organisation de son magasin et sa politique d'animation, afin de poser une stratégie en cohérence avec son positionnement et l'identité de son magasin.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Comprendre les leviers d'amélioration de la rotation du stock
- Revisiter sa politique de merchandising pour dynamiser ses ventes
- Renforcer l'identité du magasin à travers son positionnement et sa politique d'animation

PUBLIC VISÉ

Responsables de rayons et gérants de librairie.

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Formation animée par **Mathilde Rimaud**.

Depuis plus de vingt ans dans les métiers du livre, Mathilde Rimaud a été en charge pendant plusieurs années de la politique commerciale d'un éditeur jeunesse. Elle accompagne depuis les éditeurs et libraires dans leur stratégie de développement commercial.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Les deux journées alterneront des temps d'échanges guidés (brainstorming) et d'analyse individuelle à partir d'apports théoriques.

Chaque participant réalise l'autodiagnostic de ses actions et esquisse un plan d'action à six mois et un an.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les grilles d'analyse et le plan d'action travaillés en atelier permettront de vérifier l'appropriation des notions abordées lors des journées. Les études de cas se feront à partir des espaces de vente de chaque participant, qui apporte en préalable plan au sol et rotation par rayon.

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



DÉROULEMENT

Durée : 2 journées (14 heures).

Effectif : de 4 à 10 personnes.

Calendrier : à déterminer avec vous.

Matériel nécessaire : vidéoprojecteur.

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier.

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Mathilde Rimaud

Tél. 06 52 22 09 47, mathilde.rimaud@axiales.net



COMPOSER UNE VITRINE EFFICACE ET À SON IMAGE

Attirer et fidéliser sa clientèle

La vitrine est le premier lieu de recrutement de ses clients et un formidable outil de communication et de fidélisation. Explorer le rôle fondamental de la vitrine, comprendre les grands principes de mise en espace et ouvrir largement la porte à la créativité, tout en tenant compte des réalités du métier de libraire... Tels sont les objectifs de cette formation, menée en duo, dans une approche vivante et pratique.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Renforcer l'identité du magasin à travers ses vitrines
- Apprendre les concepts fondamentaux de la mise en espace
- Savoir construire des vitrines impactantes avec peu de moyens
- Oser débrider son imaginaire

PUBLIC VISÉ

Libraires et gérants de librairie. PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Formation animée par **Mathilde Rimaud** et **Isabelle Southgate**.

Depuis plus de vingt ans dans les métiers du livre, Mathilde Rimaud a créé des kits vitrines pour les librairies lorsqu'elle était éditrice : c'est là qu'elle a rencontré Isabelle Southgate. Associée du cabinet conseils Axiales, elle accompagne les librairies pour les aider à repenser leur dynamique commerciale, notamment à travers l'animation et l'aménagement de boutique.

Isabelle Southgate est graphiste et directrice artistique. Elle intervient sur des projets très variés : édition, design, mise en espace. Elle crée des vitrines pour des petites boutiques indépendantes et anime également des workshops créatifs sur la communication et l'esthétique visuelle.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Une première demi-journée en distanciel permettra de questionner le rôle des vitrines et d'expérimenter la démarche méthodologique à mettre en œuvre en amont.

Une deuxième demi-journée en distanciel permettra d'apprendre les concepts qui sous-tendent la construction d'une vitrine (volume, espace, couleurs...).

Apports théoriques et exemples professionnels alterneront avec des temps de retour d'expérience des stagiaires.

Entre les sessions, les stagiaires devront élaborer un « brief vitrine » à partir d'une feuille de route fournie par les formatrices.

La journée en présentiel alternera observation pratique en magasin et atelier pratique de mise en œuvre, en petits groupes, afin de tester les notions abordées.

À l'issue de la formation, chaque stagiaire devra mettre en œuvre dans son magasin le projet de vitrine évoqué dans son brief et envoyer une photo de sa réalisation aux formatrices pour évaluation.



MODALITÉS D'ÉVALUATION

La feuille de route intermédiaire (« brief vitrine ») ainsi que la réalisation de la vitrine à l'issue du stage (envoi d'une photo) permettront aux formatrices de valider les acquis.

À l'issue de la formation, un questionnaire de satisfaction sur son déroulement sera rempli par les participants sur les points abordés.

DÉROULEMENT

Durée : 1,5 jour (10,5 heures).

Effectif : de 5 à 10 personnes.

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier.

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement.

Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant. Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Mathilde Rimaud

Tél. 06 52 22 09 47, mathilde.rimaud@axiales.net



REMETTRE LE CLIENT AU CENTRE DES PRIORITÉS DU LIBRAIRE

Réenchanter les liens avec sa clientèle pour être compétitif

Le commerce en ligne et la concurrence d'un marché mature obligent le libraire à se différencier. La « culture client » est naturellement à réinvestir. Pourtant le quotidien peut l'éclipser face aux multiples tâches à accomplir en magasin. Rappeler l'importance de la part « relationnel » du métier répond aux valeurs refuges de lien et de fidélité, fondamentales dans la librairie et entraînant sa notoriété.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Redéfinir la place et le rôle du client en magasin à l'heure du commerce en ligne
- Décrypter les attitudes du client et s'adapter
- Modéliser un savoir-être de commerçant en tenant compte de la perception du client
- Valoriser l'acte d'achat grâce à un service hautement qualitatif
- Aménager son espace de vente pour une meilleure satisfaction du client

PUBLIC VISÉ

Gérant.es de librairie, responsables de rayon, apprenti.es. PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Formation animée par **Charlotte Parouty** ou **Mathilde Rimaud**.

Exerçant depuis vingt-cinq ans dans les métiers du livre, Charlotte Parouty a été librairie chez Del Duca (Paris), puis Guerlin (Reims), qu'elle a dirigée. En 2019, elle a débuté ses missions pour différentes structures du livre en transmettant ses savoir-faire liés aux évolutions du secteur.

Depuis plus de vingt ans dans les métiers du livre, Mathilde Rimaud a mis en œuvre des actions d'animation, de promotion, de rencontres publiques, de présence dans les salons et d'organisation de journées interprofessionnelles. Elle a, par ailleurs, pratiqué l'improvisation théâtrale et vocale.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Ces deux journées sont bâties comme un atelier pratique d'élaboration d'un plan d'action à l'échelle de chaque librairie. Réalité terrain, anecdotes, maïeutique, mises en situation, questionnements nourriront l'approche pédagogique. Les cas concrets des participant.es serviront de fil conducteur à la formation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Chaque participant réalisera l'autodiagnostic de sa relation clients.

Un atelier « jeu de rôles » permettra des mises en situation réalistes. Un débriefing collectif conclura l'atelier. Chacun.e esquissera son plan d'action à venir, en prenant appui sur les éléments abordés pendant la session.

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



DÉROULEMENT

Durée : 2 journées (14 heures). **Effectif** : de 5 à 10 personnes. **Calendrier** : à déterminer avec vous. **Délais d'accès** : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier. **Accessibilité** : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant. Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Mathilde Rimaud

Tél. 06 52 22 09 47, mathilde.rimaud@axiales.net



VENDRE DES LIVRES SANS LES LIRE

Mobiliser et accroître son « capital savoir » pour muscler son argumentaire

« L’avez-vous lu ? » Cette épineuse question rend nerveux le libraire en ces temps d’hyperproduction éditoriale. Ne pas botter en touche, tenir la promesse métier sur sa capacité de lecture et la maîtrise de la nouveauté sont essentiels pour rester serein face aux attentes légitimes des clients.

Cette formation propose de transformer un possible écueil en un atout pour consolider sa réputation.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D’)

- Mesurer son rapport à la lecture face à la production éditoriale
- Structurer et rendre efficiente la veille informationnelle et éditoriale
- Évaluer les qualités littéraires d’un titre sans le lire
- Convaincre grâce à un discours sincère et exploitant la globalité de ses connaissances
- Fidéliser les clients en créant un lien littéraire avec eux

PUBLIC VISÉ

Gérant-es de librairie, responsables de rayon, apprenti.es.

PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Formation animée par **Charlotte Parouty**.

Exerçant depuis vingt-cinq ans dans les métiers du livre, Charlotte Parouty a été librairie chez Del Duca (Paris), puis Guerlin (Reims), qu’elle a dirigée. En 2019, elle a débuté ses missions pour différentes structures du livre en transmettant ses savoir-faire liés aux évolutions du secteur. Elle est aussi médiatrice du livre pour des festivals.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cette journée est bâtie comme un atelier pratique d’élaboration d’un plan d’action à l’échelle de chaque librairie. Réalité terrain, anecdotes, maïeutique, mises en situation, questionnements nourriront l’approche pédagogique.

Les cas concrets des participant.es serviront de fil conducteur à la formation.

MODALITÉS D’ÉVALUATION

Un atelier « jeu de rôles » permettra au groupe d’effectuer une mise en situation lors d’un échange clients et servira d’évaluation individuelle, à partir des points abordés en matinée.

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



DÉROULEMENT

Durée : 1 jour (7 heures).

Effectif : de 5 à 8 personnes.

Calendrier : à déterminer avec vous.

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier.

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Mathilde Rimaud

Tél. 06 52 22 09 47, mathilde.rimaud@axiales.net



ANIMER UN PLATEAU LITTÉRAIRE

Les clés pour organiser et réussir sa rencontre auteur·rice et public

Les animations en librairies et en médiathèques ont le vent en poupe et sont protéiformes. Les rencontres littéraires sont particulièrement demandées. Pourtant elles n'atteignent pas toujours leurs objectifs de transmission culturelle. Faire vibrer un échange est le résultat d'un *process* mis en place au préalable et reposant sur de multiples compétences. Cette formation permet de mieux préparer une rencontre pour en favoriser la réussite.

OBJECTIFS : ÊTRE CAPABLE DE (D')

- Définir les enjeux de notoriété et les enjeux économiques liés à la médiation littéraire
- Identifier les particularismes de la rencontre et les mettre en perspective
- Construire méthodiquement l'interview
- Mettre en scène le lieu pour conforter l'interaction auteur·rice/public
- Orchestrer et animer le temps de la rencontre

PUBLIC VISÉ

Gérant·es de librairie, responsables de rayon, organisateur·rices de festivals littéraires, médiathécaires, bibliothécaires. PRÉREQUIS : aucun.

INTERVENANTE

Formation animée par **Charlotte Parouty**

Exerçant depuis vingt-cinq ans dans les métiers du livre, Charlotte Parouty a été librairie chez Del Duca (Paris), puis Guerlin (Reims), qu'elle a dirigée. En 2019, elle a débuté ses missions pour différentes structures du livre en transmettant ses savoir-faire liés aux évolutions du secteur. Elle est aussi médiatrice du livre pour des festivals.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Réalité terrain, anecdotes, maïeutique, mises en situation, questionnements nourriront l'approche pédagogique.

Les cas concrets des participant·es serviront de fil conducteur à la formation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Un atelier « jeu de rôles » dans l'après-midi permettra au groupe d'effectuer une mise en situation de modération de rencontre et donnera lieu à un débriefing oral qui servira d'évaluation individuelle. Préalablement, les participants auront tous lu au minimum un livre qui servira de base de travail.

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



DÉROULEMENT

Durée : 1 jour (7 heures).

Effectif : de 5 à 8 personnes.

Calendrier : à déterminer avec vous.

Délais d'accès : jusqu'à 15 jours par rapport à la date fixée dans le calendrier.

Accessibilité : pour toute personne en situation de handicap, la formation est disponible sous réserve d'un entretien.

TARIF/JOUR

Avec prise en charge par un OPCO : à partir de 280 € HT par stagiaire (minimum de 5 stagiaires).

Avec prise en charge par un SRL : à partir de 1 400 € HT (5 à 8 stagiaires).

Avec prise en charge par une entreprise (intra) : à partir de 1 700 € HT (1 à 8 stagiaires).

Tarifs en fonction du devis accessible sur demande, hors frais de déplacement. Facturation à l'issue de la formation, règlement comptant.

Des frais de déplacement du consultant seront éventuellement à prévoir pour des formations en région.

Renseignements et inscriptions auprès de Mathilde Rimaud

Tél. 06 52 22 09 47, mathilde.rimaud@axiales.net



6. Nos FORMATEURS et FORMATRICES

Mathias ECHENAY

Après une école de commerce à Toulouse, Mathias Echenay a commencé sa carrière comme représentant à la diffusion Seuil, avant d'y être nommé chef de ventes. Passé par Flammarion et Interforum comme directeur de ventes, il a ensuite été directeur général du CDE et PDG de FED (groupe Gallimard/Madrigall) pendant plus de huit ans.

Avec son activité d'éditeur aux Éditions la Volte, qu'il a fondées en 2004, son expérience de vingt-cinq ans au service de nombreux éditeurs lui a apporté une expertise dans la commercialisation du livre, aussi bien pour les éditeurs que pour les diffuseurs.

Brigitte EVENO

Brigitte Eveno est éditrice et a publié des centaines de livres de gastronomie et d'art de vivre depuis plus de trente ans. Elle a travaillé chez de nombreux éditeurs – Robert Laffont, Seghers, Flammarion et Hachette où elle a édité des manuels pratiques et des beaux livres de chefs étoilés ou médiatisés pendant quinze ans. En 2013, elle a créé sa maison d'édition, BE éditions. Elle y offre son expertise aux artisans et aux entreprises avec des livres édités sur mesure afin de transmettre leur savoir-faire et leur histoire. Elle package également des ouvrages culinaires pour différentes maisons d'édition et intervient comme consultante.

Formatrice, elle enseigne la conduite et la présentation du projet éditorial en BTS Édition (Aurlom Paris) ainsi que la gestion prévisionnelle du livre dans le cadre des masters Commercialisation du livre et Politiques éditoriales (université Sorbonne-Paris-Nord).

Églantine GABARRE

Avec plus de vingt ans d'expérience marketing, Églantine Gabarre a débuté sa carrière aux éditions J'ai lu (Groupe Flammarion) avant d'occuper des fonctions marketing digital aux Éditions Delcourt, puis de diriger le département marketing et communication des Éditions Leduc. Titulaire d'un master Métiers du livre et d'un Executive Master *Digital Humanities* obtenu à Sciences Po en 2017, elle a par la suite élargi son expertise en prenant la direction éditoriale et marketing des éditions grand public de Dunod (Groupe Hachette).

Forte d'une double compétence en marketing digital et éditorial, elle accompagne aujourd'hui les maisons d'édition dans l'élaboration de leurs stratégies marketing, leur transformation digitale et leurs projets d'innovation.

Françoise GEOFFROY-BERNARD

Spécialiste du marketing appliqué au livre depuis trente ans, Françoise Geoffroy-Bernard a développé son expertise grâce à plusieurs postes dans des maisons d'édition (Hachette éducation, Jean-Claude Lattès, Magnard) ainsi qu'en accompagnant, depuis 1999, plus de 2 100 éditeurs en tant que formatrice en marketing et communication à l'Asfoed/Edinovo (Centre de formation du Syndicat national de l'édition), y compris en région et à l'étranger (Algérie, Belgique, Chine, Colombie, Espagne, Liban, Roumanie, Vietnam).

Diplômée d'HEC et de Paris-Sorbonne (licence de lettres, licence de philosophie), elle enseigne dans plusieurs formations initiales aux métiers du livre (masters 1 et 2 Métiers du livre, Paris 10 ; mastère Management de l'édition puis des biens et activités culturels, ESCP Business School ; masters 1 et 2 Édition Livre papier et numérique, université Gustave-Eiffel, Marne-la-Vallée ; master 2 Édition, Université catholique de Lille ; master 1 Livre et médiation, université de Poitiers) et a contribué à plusieurs ouvrages professionnels sur le livre (*Les Professions du livre*, *Histoire de la librairie française*, *Le Management de l'entreprise d'édition* et *Personnaliser la bibliothèque*). Elle est consultante associée du cabinet Axiales.

Caroline GUILLEMINOT

Caroline Guilleminot a trente années d'expertise éditoriale. Elle a été successivement directrice éditoriale France, puis Europe de Lonely Planet et responsable de la production éditoriale de la FFRandonnée.

Consultante associée et présidente d'Axiales, elle mène depuis 2011, parallèlement à une activité d'éditrice et de traductrice freelance, des missions de conseil auprès de maisons d'édition. Elle a réalisé, dans ce cadre, différentes études de benchmarking et d'accompagnement aux problématiques éditoriales, notamment dans les secteurs du voyage, du livre pratique, de la jeunesse, du scolaire et de l'édition publique.

Elle a développé une activité de formatrice en éditant à l'université Sorbonne-Paris-Nord (master 1 Commercialisation du livre et master 2 Politiques éditoriales) et à l'université de Poitiers (master 1 LiMés). Elle



est également co-autrice de l'ouvrage professionnel *Le Management de l'entreprise d'édition* (Éditions du Cercle de la librairie, 2014).

Claire HARTMANN

Claire Hartmann, diplômée d'un mastère en édition, a débuté sa carrière en 2008 en tant que responsable des cessions de droits étrangers et des coéditions (Naïve Livres, Bayard, La Martinière et Seuil jeunesse) et editrice (Solar). En 2019, elle a rejoint La Petite Agence pour prendre en charge les droits étrangers et/ou audiovisuels de Sarbacane, Bayard-Milan, Les Grandes Personnes et Versant Sud. La Petite Agence représente également des autrices-illustratrices jeunesse.

Depuis 2022, Claire est consultante partenaire d'Axiales et mène des missions autour des questions liées aux droits étrangers et au droit d'auteur. Elle est membre de l'équipe Axiales en tant qu'associée depuis 2024.

Christophe JACQUET

Christophe Jacquet a démarré son parcours professionnel dans des fonctions marketing, puis en tant que chef de projet au sein de petites et moyennes structures d'édition. C'est en accompagnant le déploiement d'un ERP aux Éditions Magnard-Vuibert qu'il a basculé vers le contrôle de gestion.

Il a ensuite évolué vers un environnement plus *corporate* et multi-sociétés au sein du pôle Éducation du groupe Albin Michel, dont il a assuré la direction du contrôle de gestion pendant douze ans.

Fort de ces expériences, il a développé une expertise transversale des différents métiers d'une maison d'édition. Il est aujourd'hui consultant et réalise des missions de conseil en management, d'audit financier et de contrôle de gestion.

Hervé DE LANGRE

Hervé de Langre a passé une bonne partie de ses trente ans de carrière à diriger des maisons d'édition (de livres ou de presse) traversant des mutations fortes (Bayard, Fleurus Presse, Berlitz, Blay-Foldex) en France et à l'étranger (Royaume-Uni, Chine). Au sein d'Axiales, il accompagne les éditeurs qui relèvent des défis importants dans des domaines parfois éloignés de leur cœur de métier : gestion, finances, organisation, développement commercial. Ses interventions sont inspirées par deux partis pris. La complémentarité des talents d'abord : il n'est pas éditeur, mais a une longue expérience de direction d'entreprises d'édition et de presse pendant laquelle il a toujours travaillé aux côtés des éditeurs. Et également l'optimisme et la ténacité : c'est une question de tempérament et de réalisme aussi. Il est consultant associé d'Axiales, dont il est également co-fondateur.

Benoît MOREAU

Benoît MOREAU a été, en 1998, le premier responsable environnement de la Fédération française de l'imprimerie (UNIIC). Il a créé en 2010 la société Ecograf, société de conseil qui accompagne les imprimeurs, les éditeurs (livres et magazines) et autres acheteurs d'imprimés dans l'amélioration de leurs pratiques environnementales, tant en France qu'à l'étranger.

Formé à la méthode Bilan Carbone® en 2006, Benoît MOREAU a participé en tant qu'expert français aux travaux du groupe ISO/TC130 qui ont conduit à la publication de la norme ISO16759:2013 (Technologie graphique – Quantification et Communication relatives au calcul de l'empreinte carbone des produits imprimés). Il a réalisé en 2007 l'une des premières évaluations de l'empreinte carbone d'un livre (*Atlas pour un monde durable*, de Michel Barnier, Éditions Acropole).

Benoît met en place l'outil ClimateCalc, outil européen d'évaluation de l'empreinte carbone des imprimeries. Il est référent Imprim'Vert pour les imprimeurs étrangers. Il participe aussi au comité d'attribution Print'Ethic, référentiel RSE des industries graphiques qu'il a contribué à définir. Enfin, il connaît bien les référentiels FSC®/PEFC pour avoir animé pendant 8 ans deux certifications multisites ayant réuni plus de 70 imprimeries.

Phi-Anh NGUYEN

Après une école de commerce à Tours, Phi-Anh Nguyen a travaillé, à partir de 1996, dans la cession de droits étrangers et audiovisuels chez les éditeurs Dorling Kindersley, Gallimard Jeunesse et Hachette Jeunesse. Il a créé La Petite Agence, en 2006, pour accompagner les éditeurs dans les mêmes domaines de la traduction et de l'adaptation audiovisuelle, mais aussi plus généralement autour du droit d'auteur.

Formateur professionnel et consultant depuis 2007, il a rejoint l'équipe d'Axiales en tant que consultant associé en 2013. Parallèlement, il est concepteur de logiciels dédiés aux éditeurs (suivi des cessions, redditions de droits d'auteur).



Charlotte PAROUTY

Exerçant depuis vingt-quatre ans dans les métiers du livre, Charlotte Parouty s'est d'abord engagée dans la librairie, chez Del Duca à Paris, puis Guerlin à Reims, qu'elle a dirigée. En 2019, elle a débuté ses missions pour l'interprofession en partageant ses savoir-faire liés aux évolutions du secteur. Assortiment, aménagement, merchandising, production éditoriale, animations, relation client sont des spécificités qu'elle transmet aux libraires en devenir ou à ceux déjà installés. Elle a mené le premier incubateur de projet librairie pour l'agence régionale Normandie Livre & Lecture et collabore à des accompagnements, études sectorielles et audits pour différentes structures du livre.

Médiatrice du livre, elle anime également des rencontres pour des festivals. Par ailleurs, elle coordonne la préparation du festival Livres d'Ailleurs 2025 à Nancy et fait partie du réseau Relief (réseau des événements littéraires et festivals).

Mathilde RIMAUD

Assistante d'édition dans différentes structures à Paris (Albin Michel Jeunesse, Edifa (presse), CNDP...), puis responsable commerciale chez Didier Jeunesse pendant cinq ans, Mathilde Rimaud a acquis une vision globale des métiers au sein d'une maison d'édition et sur l'ensemble de la chaîne du livre.

Au sein de l'agence du livre Ecla (Aquitaine), association financée et administrée par la Région et la Drac, Mathilde Rimaud a ensuite accompagné pendant cinq ans les libraires et éditeurs sur le territoire, pour les aider à se professionnaliser, à analyser leur activité et à mutualiser leurs forces.

Depuis plus de douze ans, Mathilde Rimaud est consultante associée du cabinet Axiales autour des questions de développement commercial des libraires et des éditeurs, mettant l'interprofession au cœur de sa démarche. Elle est par ailleurs professeur associée et coresponsable du master Livre et Médiations à l'université de Poitiers. Elle est également co-autrice de l'ouvrage professionnel *Le Management de l'entreprise d'édition* (Éditions du Cercle de la librairie, 2014) et *Des tweets et des likes en bibliothèque* (Presses de l'Essib, 2018).

Isabelle SOUTHGATE

Isabelle Southgate est graphiste et directrice artistique. Elle intervient sur des projets très variés : édition, design, mise en espace. Elle crée des vitrines pour des petites boutiques indépendantes. Elle anime également des workshops créatifs sur la communication et l'esthétique visuelle. Elle aime interroger l'espace : ce qui est donné à voir, ce qui est laissé à l'imaginaire. Elle aime jouer avec les mots, les images, les couleurs, la typographie, le papier, le carton, les objets...

Stéphanie VECCHIONE

Après une formation en finance puis en sociologie des organisations à Paris-Dauphine, Stéphanie Vecchione a débuté sa carrière en tant que consultante en stratégie. Formée plus tard en lettres et histoire de l'art, elle est d'abord devenue enseignante avant d'accompagner à partir de 2010 des start-ups du livre autour de la construction de leurs communautés sur le Web et les réseaux sociaux. Depuis dix ans, elle accompagne des acteurs de l'édition sur leurs problématiques de promotion digitale du livre et leur stratégie digitale.

Elle intervient également auprès de libraires, de diffuseurs-distributeurs et de bibliothécaires pour les aider à déployer leur communication sur les médias sociaux.

