

Cahier des recommandations de l'éditions

Communication
Les clés d'une promotion réussie



La préparation aux événements (Dédicaces et Salons)

Le « **Kit de survie** » en dédicace : Rappelez-lui d'apporter ses stylos favoris, une nappe, un présentoir pour ses livres et éventuellement des marque-pages.

Le « **Pitch** » : Apprenez-lui à résumer son livre en 30 secondes pour captiver un lecteur qui passe devant son stand.

L'attitude : L'importance d'aller vers les gens, de sourire et de ne pas rester les yeux fixés sur son téléphone.

I. La présence en ligne (*Réseaux Sociaux*)

Les visuels : Proposez-lui de lui envoyer des « packshots » (photos professionnelles du livre) ou des visuels prêts à l'emploi pour Instagram/Facebook.

II. L'interaction :

Encouragez-le à partager les coulisses (*réception des cartons de livres, préparation d'un salon*).

III. Le lien de commande :

Indiquez-lui quel lien privilégié pour ses lecteurs (*votre site éditeur, une librairie locale*).

IV. Les relations avec les libraires locaux

Le dépôt : Expliquez-lui comment proposer une séance de dédicace à la librairie de son quartier (*souvent la plus réceptive*).

La courtoisie : Rappelez que le libraire est un allié, pas seulement un point de vente

V. La Check-list « Jour J » (*À cocher avant de partir*)

Le stock de livres : Avez-vous vérifié votre stock par rapport à la durée de l'événement ?

Le matériel de dédicace : Vos stylos fétiches (*vérifiez qu'ils ne bavent pas !*).

- ❑ **La mise en scène** : Une nappe (*couleur neutre ou liée au livre*), un ou deux chevalets pour présenter le livre à la verticale.
- ❑ **Les supports de communication** : Marque-pages, cartes de visite, ou flyers fournis par ADC Éditions.
- ❑ **Le confort** : Une bouteille d'eau et un en-cas (*on oublie souvent de manger quand les lecteurs s'enchaînent !*).
- ❑ **La monnaie** : Un fond de caisse si vous vendez vous-même vos exemplaires (*prévoir des petites coupures*).

VI. L'Art du « Pitch » : Captiver en 30 secondes

Conseil : Utilisez une typographie en italique pour les exemples afin de bien les distinguer.

En salon, le lecteur moyen accorde 5 à 10 secondes de regard à un stand. Si son regard s'arrête, vous avez 30 secondes pour le convaincre.

L'Accroche (*La question ou le fait marquant*) :

Exemple : « Est-ce que vous aimez les histoires qui se passent en Corse, mais avec une pointe de mystère ? »

Le Cœur (*L'enjeu du livre sans spoiler*) :

Exemple : « C'est l'histoire d'un homme qui reçoit une lettre qu'il n'aurait jamais dû lire... »

La chute (*Pourquoi lui ?*) :

Exemple : « Si vous aimez les ambiances à la [Auteur connu] ou les récits de famille, ce livre devrait vous plaire »

VII. Votre visibilité numérique

Le « Teasing » : Postez une photo de votre sac de voyage ou de l'affiche de l'événement 2 jours avant.

Le Direct : Prenez une photo de votre stand installé et taguez la librairie ou le salon ainsi que @ADCEditions.

Le Remerciement : Le lendemain, postez un petit mot pour remercier les lecteurs rencontrés. C'est ce qui crée une communauté fidèle.

Paiement par chèque à l'ordre de : Christine Alessandri
Adresse postale :
ADC Éditions - (Siret : 524 390 044 00021)
Place de la Grande Fontaine
20141 Marignana

Ou par virement, RIB ci-dessous

IBAN	FR76 3000 4031 4400 0131 6189 156				
BIC	BNPAFRPPXXX				
	Code banque	Code agence	Numéro de compte	Clé RIB	Agence de domiciliation
RIB	30004	03144	00013161891	56	BNPPARB PARIS HBK 3144 (03144)

Une question ?

Contactez-nous sur librairies@adc-editions.fr»