

# COMMENT ATTEINDRE VOS LECTEURS

Astuces Marketing  
pour les auteurs  
BoD

**BoD**<sup>™</sup>  
BOOKS on DEMAND

## SOMMAIRE

1 Introduction.....	p. 3
2 Couverture, titre, relecture.....	p. 4
3 Fixer le prix de vente.....	p. 5
4 Stratégie marketing.....	p. 6
5 Internet, réseaux sociaux, communautés.....	p. 9
6 Travail de presse.....	p. 11
7 Événements.....	p. 13
8 Checkliste Marketing .....	p. 14
9 Aperçu temporel des moyens marketing.....	p. 15

## 1 INTRODUCTION

### L'auteur c'est vous

L'auto-édition offre aujourd'hui la possibilité aux auteurs d'entrer sur le marché du livre de façon indépendante. Avec BoD, la commercialisation de votre livre est entre vos mains. Ce guide vous fournit de précieux conseils quant à la manière, étape après étape, dont votre livre aura du succès. Cela vous semblera plus facile que ce que vous ne pensez car en tant qu'auteur, vous possédez déjà trois compétences qui vous seront aussi utiles : la rigueur, la persévérance et l'imagination.

### Des outils pour une commercialisation réussie de votre livre

De la conception de votre couverture de livre, à la relecture professionnelle en passant par une utilisation efficace des réseaux sociaux et un travail de presse réfléchi, ce guide vous donne une base solide pour vous lancer dans une commercialisation réussie de votre livre, et atteindre vos lecteurs plus facilement. En manque de temps et d'expérience ? Nos services aux auteurs sont là pour vous aider et vous inspirer ↗ <http://www.bod.fr/auteurs/services-aux-auteurs.html> . Vous pouvez également retrouver nos conseils sur l'auto-édition sur notre blog ↗ [www.bod.fr/fingerprint/fr..](http://www.bod.fr/fingerprint/fr..)



En tant qu'auteur auto-édité, vous prenez en charge la commercialisation de votre livre. Ce guide vous apporte des conseils et astuces afin d'atteindre au mieux vos lecteurs.



## 2 COUVERTURE, TITRE, RELECTURE



L'envie de lire au premier regard : avant de penser à la commercialisation, vous devez être sûr d'avoir un ouvrage professionnel et bien mis en page afin de convaincre vos lecteurs dès la première impression. N'hésitez pas à comparer avec d'autres livres et à profiter de l'aide et des conseils de votre entourage.

### Le premier regard

Un bon livre est la base d'une commercialisation réussie. Votre livre entre en compétition avec des ouvrages venant de maisons d'édition, c'est pourquoi il vaut mieux bien faire : suivez une démarche professionnelle pendant l'élaboration de votre livre et réfléchissez dès le début comment votre œuvre peut se différencier des autres.

Les lecteurs potentiels croulent sous l'offre toujours plus grandissante. Le premier regard, la première impression qu'ils ont de votre livre est donc primordiale. Ainsi, la version finale de votre livre doit avoir la meilleure apparence possible : une couverture de livre esthétique et harmonieuse, un titre qui accroche et une orthographe parfaite. Vous pouvez par exemple demander une correction ou relecture professionnelle. Sachez que cela aide déjà beaucoup si votre entourage vérifie l'orthographe et la grammaire pour vous. Ainsi, non seulement vous économisez de l'argent mais vous obtenez également une version corrigée et même des suggestions constructives qui peuvent améliorer votre livre et sa commercialisation.

La couverture donne une première indication au lecteur sur ce qu'il peut attendre de votre livre. Des chiffres de ventes mauvais peuvent résulter de couleurs désagréables et d'une écriture trop grosse par exemple. La couverture de votre livre, qui est l'emblème de votre livre, ne doit pas seulement être cohérente avec le contenu de votre livre mais également avec votre présentation générale. Ici aussi, vous pouvez demander de l'aide à un membre de votre entourage.

### Comparer, déduire, mettre en place

Comparez vos idées avec celles d'autres auteurs : qu'est-ce qui vous plaît ? Qu'est-ce qui ne vous plaît pas ? Que remarquez-vous et quels sont les éléments que vous pouvez utiliser pour votre mise en page ? Il est par exemple logique d'utiliser les mêmes couleurs et les mêmes polices d'écriture pour votre couverture et pour votre site internet. Uniformiser l'aspect général de la conception est non seulement esthétique, mais cela vous permet également de vous faire reconnaître et promet à votre lectorat un travail professionnel.

Sur <http://www.bod.fr/auteurs/services-aux-auteurs.html> vous pouvez trouver notre offre de services aux auteurs pour la forme extérieure de votre projet de livre. Ainsi, vous saurez à quoi votre livre ressemblera à terme. Cela vaut également le coup de demander

### ASTUCES BoD - EN BREF

- Un titre qui fait de l'effet est un bon titre pour votre livre
- Une belle couverture incite le lecteur à ouvrir le livre
- Le travail d'équipe est utile : consultez vos amis et connaissances et apprenez de leurs critiques constructives
- Analysez le marché : quelles sont les raisons du succès d'autres auteurs ?

### 3 FIXER LE PRIX DE VENTE

#### Estimez votre projet

Plusieurs facteurs déterminent le prix de vente de votre livre. C'est à vous de décider. Laissez-vous guider par le genre de votre livre pour définir le prix. Les livres de fiction sont généralement moins chers que les livres scientifiques et spécialisés. Pour un livre papier, notre calculatrice de prix sur [www.bod.fr](http://www.bod.fr) peut vous donner une idée.

En tant qu'auteur auto-édité, vous décidez vous-même de la valeur de votre projet de livre. Pour les livres papier, cela veut dire que le prix de vente comprend les éléments de la couverture, le format, le pelliculage, le papier et le nombre de pages (ainsi que celles en couleur le cas échéant). Afin de vous aider, vous pouvez utiliser notre calculatrice de prix sur notre site internet.

Pour déterminer le prix de vente de votre ebook, laissez-vous guider par le genre littéraire. Les livres de fiction sont généralement moins chers que les livres scientifiques et spécialisés. Pour vous faire une idée, jetez un coup d'œil à la concurrence. Vérifiez les prix des auteurs ayant sorti un livre similaire au vôtre.

La plupart des auteurs auto-édités sont plutôt méconnus et doivent construire leur base de lecteurs. C'est pourquoi le prix de leur ebook est moins cher que le prix des ouvrages venant de maisons d'édition classique. Cela concerne principalement les romans et les récits ou contes. En fixant des prix avantageux, vous posez la première pierre afin d'être découvert et lu. Un ebook à un prix oscillant entre 1,49 et 3,99 € a des chances d'être mieux vendu. Les livres scientifiques et spécialisés peuvent être plus chers, selon le thème et le volume. Lors de la fixation du prix, ne pensez pas que vous allez « sacrifier » votre livre pour une bouchée de pain. Ce serait dommage de dissuader un lecteur curieux en fixant un prix trop élevé et que votre livre ne soit pas lu.

Si vous prévoyez de publier une saga, proposez le premier tome à un prix avantageux. Si vous avez réussi à vous construire un lectorat, celui-ci sera plus à même de dépenser un peu plus pour la suite. De plus, un ebook à un prix plus avantageux génère généralement plus de ventes. Cela veut dire que votre ouvrage est mieux référencé et plus vite déniché dans des boutiques comme Amazon. Faire beaucoup de ventes vous aide également à figurer dans le top 100 et donc à être trouvé par de nombreux lecteurs. Notez que cela vaut aussi pour les livres papier.

Avec un prix promotionnel attractif pour votre ebook, vous avez la base pour gagner des lecteurs rapidement et ainsi monter dans le classement des ventes sur les boutiques en ligne.

#### Faites une action promotionnelle, trouvez vos lecteurs

Afin d'éveiller la curiosité des lecteurs potentiels sur votre nouvel ouvrage et déclencher les premières ventes, fixer un prix promotionnel pour une courte durée peut énormément vous aider au démarrage. Dans myBoD, à l'étape de la fixation du prix, choisissez un prix réduit pour votre ebook dans une fourchette prédéfinie. Déterminez également pour combien de temps vos lecteurs peuvent profiter de ce prix réduit, et définissez une période de 1, 2, 3, 4 ou 8 semaines. Vous recevez dès le début 70% des recettes nettes pour chaque ebook vendu. Après la fin de la période promotionnelle, le prix de votre ebook revient automatiquement à la normale. Même après la sortie de votre livre, vous avez la possibilité de faire une action de promotion quand bon vous semble. Lorsque vous choisissez e-pocket, la version courte d'un ebook, vous avez même la possibilité de proposer votre livre à la vente pour 0 € à des fins marketing. E-pocket est donc particulièrement adapté pour proposer des extraits gratuits de votre livre.

## 4 STRATÉGIE MARKETING



Réfléchissez dès le début de la création de votre livre à la commercialisation de celui-ci. Cela vous aidera à vous faire remarquer par les lecteurs dès la publication.

### Un aperçu global dès le début

Comme déjà mentionné, le marketing commence avec le titre de votre livre. Cela signifie que vous devez, dans le cas idéal, déjà penser à une idée de projet pour un plan marketing. Nous avons listé ici quelques facteurs qui vous aideront à élaborer une stratégie distincte pour la commercialisation de votre livre.

### Groupe cible : qui achète votre livre, qui le recommande ensuite ?

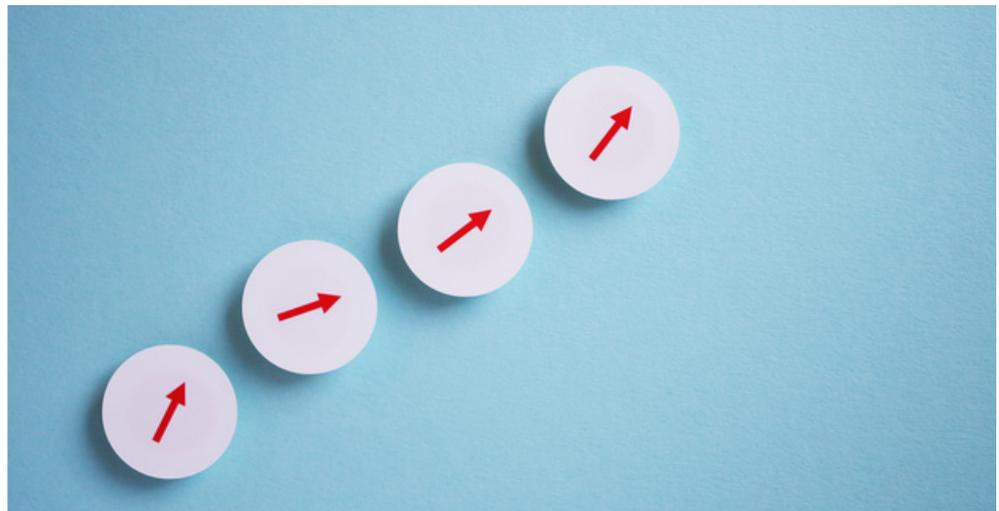
Préalablement à la publication du livre vous devez réfléchir et identifier vos lecteurs afin de les atteindre et s'adresser à eux de manière appropriée. Où pouvez-vous les trouver et comment vous faire remarquer ? Servez-vous des différents canaux : réseaux sociaux, travail de presse, séances de lecture et dédicace, flyers et présentoirs ou une coopération avec des librairies. Sachant que vous souhaitez vous différencier de vos concurrents sur le marché, vous devez exploiter toutes ces possibilités afin de vendre votre livre avec succès.



Différenciez-vous des autres oeuvres. En une phrase, comment positionneriez-vous votre livre sur le marché ? Si vous arrivez à ne formuler qu'un court message, utilisez-le afin de marquer les esprits sur les différents canaux d'information afin que votre livre soit remarqué.

### Le bon moment pour votre livre : quand vendre votre livre ?

Déterminez une date de publication optimale. Si par exemple vous publiez un livre de recettes de barbecue, la saison la plus appropriée est le printemps. Pour les histoires d'horreur, Halloween, c'est-à-dire fin octobre est plus prometteur. La saison des fêtes est, dû à une forte demande, une bonne période pour publier mais elle implique également plus de concurrence. Réfléchissez à une période ou une occasion qui peut être optimale pour votre publication. Grâce à un bon timing, vous multipliez vos chances d'être listé en haut des classements des boutiques en ligne.



## ASTUCES DE BoD EN BREF

- Imaginez votre groupe cible
- Le "je ne sais quoi" : votre livre en une phrase
- Choisissez la bonne période pour publier votre livre

## Les médias et canaux : Où vos lecteurs peuvent-ils trouver un avis sur votre livre ?

Les réseaux sociaux sont un élément essentiel de votre plan marketing (plus d'informations aux pages 9 et 10). Sur Facebook, Twitter et Cie vous pouvez attirer facilement l'attention sur vous et votre livre et ainsi vous construire une communauté de fans. Ne négligez surtout pas les événements (plus d'informations aux pages 12 et 13), vos lecteurs s'y rendront volontiers !

Adressez-vous à des journaux, des librairies et des communautés de lecteurs pertinents. Proposer des extraits sur le site Web de votre projet de livre et sur les réseaux sociaux donne aux lecteurs et aux leaders d'opinion une première impression et l'envie d'en lire plus. Soyez présents sur différents blogs, sur les réseaux sociaux (Facebook, Goodreads, Babelio, Livreaddict etc.), créez votre site internet et faites bonne impression auprès de journaux pertinents, cela enrichit votre travail pour une commercialisation réussie. Organiser des séances de lectures et des événements littéraires vous donne également l'occasion d'entrer en scène en tant qu'auteur ainsi que votre livre. Vous nouez ainsi des contacts et établissez un lien direct avec votre public.

## Extraits : Comment ouvrir l'appétit des lecteurs ?

Laissez parler votre livre par lui-même. En version courte ou avec des extraits sur internet. Que ce soit avec votre propre blog, vos réseaux sociaux ou sur des blogs littéraires, vous pouvez ainsi donner envie de lire votre livre.

Une bonne alternative vous assurant une large portée est de publier avec BoD e-pocket, l'ebook au court format. Vous pouvez publier gratuitement des textes allant jusqu'à 80 pages sur les boutiques en ligne, idéal pour proposer gratuitement à vos lecteurs le premier chapitre de votre livre par exemple. Plus d'informations sur ↗ [www.bod.fr](http://www.bod.fr) et ↗ [www.bod.fr/fingerprint/fr](http://www.bod.fr/fingerprint/fr)



Rendez la découverte de votre livre plus facile : publiez des extraits ou alors des nouvelles gratuites au format ebook.



Utilisez votre livre afin de vous faire remarquer sur vos réseaux de communication. Insérez le lien de vos livres papier et ebook sur votre site internet, votre blog ou votre profil facebook afin que les lecteurs sachent où ils peuvent en apprendre plus.

## Après l'achat : comment multiplier vos lecteurs ?

Après la mise en vente de votre livre, le processus marketing n'est pas terminé, bien au contraire. Vous devez faire en sorte que vos nouveaux fans restent. Chaque lecteur est susceptible de parler de vous et de votre livre. Comment motiver votre audience à parler positivement de votre livre, le recommander ou l'offrir ? En interagissant avec vos lecteurs sur les réseaux sociaux, les chats ou sur les forums.

## Quelles images parlent pour votre livre ?

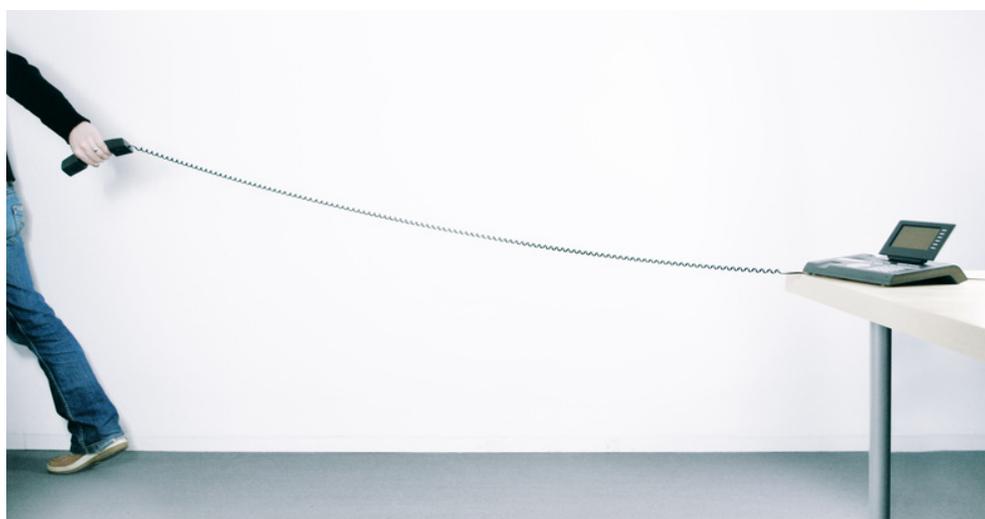
Postez des images sur votre site internet et sur les plateformes de distribution, alimentez ainsi le public afin de rester en mémoire. Photos, illustrations, la couverture de livre et pourquoi pas un aperçu de votre lieu de rédaction : cela plait aux lecteurs. Faites toutefois attention aux conditions d'utilisation et au droit à l'image !

Si vous avez le sentiment de ne pas être en mesure de couvrir tous ces aspects seul, nous vous soutenons et partageons volontiers notre savoir-faire.

➤ <http://www.bod.fr/auteurs/services-aux-auteurs.html>

## ASTUCES BoD EN BREF

- Faites un plan : A qui voulez-vous vous adresser ? Quand et comment ?
- Servez-vous des bloggeurs, de la presse, d'organisateur (cela peut aussi être les librairies)
- Utilisez notre formule e-pocket pour vos extraits de livre



## 5 INTERNET, RÉSEAUX SOCIAUX, COMMUNAUTÉS

### Internet : des possibilités infinies pour votre livre

Internet est un facteur décisif pour la commercialisation de votre livre. Commentons par les plateformes de lecture en ligne : ce mode de lecture permet aux auteurs et lecteurs d'échanger. Sur Goodreads ou Love-lybooks, les livres sont présentés et discutés, les compliments ou critiques échangés. C'est une excellente occasion pour les auteurs d'alimenter leur inspiration en échangeant activement avec leurs lecteurs.

Sur les plateformes de lecture en ligne, votre livre gagne non seulement des lecteurs potentiels mais vous avez également l'occasion de recevoir des critiques. Ainsi vous multipliez les chances de voir votre œuvre diffusée de manière virale grâce à ces échanges intenses et durables sur vos textes. Cela signifie, que vous pouvez observer comment votre livre est perçu par les utilisateurs de ces plateformes et par les blogueurs et comment ceux-ci en parlent. De plus, vous obtenez un feedback direct et détaillé de votre audience.

### Critiques et retours : Impliquez vos lecteurs

Le dialogue avec vos lecteurs et les réflexions sur votre livre sur les boutiques, blogs et forums entraînent une certaine routine dans vos réactions aux critiques. Ici, le défi est d'apprendre à faire avec les critiques négatives. Ne les prenez pas personnellement. Tirez-en au contraire un feedback positif et allez dans le dialogue avec les personnes qui se sont manifestement penchées sur votre livre.

Afin de construire une communauté de lecteurs et les conserver, faites participer vos lecteurs au développement de votre livre : organisez un vote pour votre prochaine couverture de livre ou organisez un petit jeu concours où le gagnant peut prêter son nom au personnage principal de votre livre.

### Le site internet auteur : la base du marketing

Notre astuce BoD : Créez votre site web d'auteur si vous n'en avez pas déjà un. Ainsi vous avez une bonne base pour solidifier votre présence sur Internet. Les fournisseurs tels que le partenaire de BoD ↗ [www.jimdo.com](http://www.jimdo.com) offre une solution simple, gratuite et modulaire.

Le site doit être visuellement et stylistiquement cohérent avec la couverture de votre livre. Comme mentionné dans l'introduction de ce guide, cela confère à votre présence globale une reconnaissance claire et esthétique. Sur le site, les visiteurs (qu'ils soient lecteurs, curieux, journalistes ou blogueurs) pourront trouver toutes les informations pertinentes sur vous et votre travail. Vous devez également indiquer vos réseaux sociaux pour atteindre plus de personnes.



Sur les plateformes de lecture en ligne, tout tourne autour de la découverte, de la discussion, de l'évaluation et de la recommandation des livres : un outil marketing important pour un auteur auto-édité. Tous les livres publiés par BoD sont automatiquement listés sur Goodreads, la plateforme mondiale de lecture en ligne.

En plus de fournir des visuels, des extraits et des nouveautés, vous pouvez informer votre public sur les événements et séances de lecture auxquels vous participez. Vous pouvez également vous créer un blog dynamique : ici le plus important est votre actualité, il faut donc poster régulièrement.



Liez vos lecteurs à vous, et entrez en contact avec eux sur les réseaux sociaux. Faites les participer au développement de votre livre afin de recevoir un retour précieux.

## Comment utiliser les réseaux sociaux de manière efficace ?

Les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, Instagram ou Pinterest peuvent vous aider à divertir vos lecteurs avec des petits messages et photos et à les tenir au courant de vos actualités. Vous pouvez également leur donner envie d'acheter ou d'offrir. Ainsi, n'utilisez pas toutes les plateformes : le plus important n'est pas la quantité des réseaux sociaux sur lesquels vous êtes présent, mais que vous communiquiez régulièrement avec vos lecteurs. Choisissez-en un approprié pour votre livre, votre groupe cible ou votre image d'auteur et postez des contenus intéressants sur vous et votre livre.

Le plus gros réseau social est comme toujours Facebook. En postant sur Facebook, vous devez faire attention à quelques règles afin d'optimiser l'attractivité, la portée et la visibilité de vos posts. Vos posts doivent être rapides et faciles à lire, sinon ils risquent de disparaître sous une multitude d'informations. Amenez vos abonnés à interagir avec vos posts : ainsi vous augmentez la pertinence et la portée de ceux-ci.

Faites un peu d'animation. Réfléchissez à ce que vous-même vous aimeriez apprendre sur votre auteur préféré. Pour augmenter l'attention de vos fans et abonnés, utilisez des photos et des vidéos. L'expérience a montré que sur les réseaux sociaux les messages humoristiques fonctionnent le mieux et sont plus largement diffusés. Décidez si et dans quelle mesure l'humour s'adapte à votre livre ou votre image d'auteur. Les réseaux sociaux vous donnent aussi une bonne indication sur la croissance de votre lectorat.



### ASTUCES BoD EN BREF

- Faites-vous un aperçu de tous les réseaux sociaux pertinents pour votre lectorat.
- Débattre et laissez les gens débattre sur votre livre : utilisez les réseaux sociaux.
- Prenez en compte les remarques constructives mais ne prenez pas personnellement les remarques négatives
- Impliquez vos lecteurs : via votre blog ou vos réseaux sociaux

## 6 TRAVAIL DE PRESSE

### Toutes les critiques sont constructives

Un autre élément essentiel pour la commercialisation de votre livre est le travail de presse. Communiquez avec des journalistes ou des magazines sur internet, vous augmentez ainsi vos chances que l'on parle de vous publiquement et que cela vous apporte plus de lecteurs.



Le travail de presse est un travail assidu. Recherchez au préalable des contacts et profitez de l'envoi d'exemplaires de presse pour envoyer un exemplaire de votre livre aux journalistes.

### Comment trouver des contacts presse pertinents ?

Ici il faut être un minimum assidu. Cherchez quels magazines, journaux, blogs, radios et programmes TV pourraient être intéressés par votre livre et lesquels sont pertinents pour votre lectorat. Recherchez également en amont de votre travail, quels médias recensent des livres et font des critiques et lesquels ne le font pas : vous voulez en effet que votre livre soit critiqué et présenté à un public large. Après avoir recherché les adresses email et les interlocuteurs pertinents, munissez-vous de toutes les informations vous concernant et concernant votre livre. Le mieux est d'appeler directement le secrétariat et de demander à parler à la personne responsable. Afin de garder un aperçu de vos contacts, créez un tableau Excel et tenez-le à jour



**EXCELLENT**

## Comment rédiger un communiqué de presse correctement ?

Le sous-titre, ou la première phrase de l'e-mail doit contenir toutes les informations importantes. La date de publication et le genre doivent nécessairement apparaître. Dans le cas où un événement a lieu (par exemple une séance de lecture), vous pouvez également le mentionner à cet endroit.

Un texte prégnant, qui éveille l'intérêt, des images ainsi que les liens à vos réseaux sociaux apportent aux journalistes une impression générale rapide. Insérez avec votre photo, un court extrait/un résumé et la couverture de votre livre. Un résumé est, en principe, un élément qui présente votre livre au préalable. Faites attention à ce que les pièces jointes ne soit pas trop conséquentes et assurez-vous que les formats de vos fichiers puissent être ouverts facilement par les journalistes (doc, pdf, jpg, etc.). En outre, des extraits plus détaillés et des exemplaires de références sont très appréciés. Proposez de les envoyer par voie postale. BoD envoie gratuitement des exemplaires de presse aux journalistes intéressés. Insérez sur votre site internet et sur vos réseaux sociaux les critiques déjà apparues.



Un communiqué de presse, un résumé ainsi qu'une couverture de bonne qualité facilitent l'information pour les journalistes. Ils peuvent également demander un exemplaire de presse gratuitement à l'adresse email [info@bod.fr](mailto:info@bod.fr)

### ASTUCES BoD EN BREF

- Cherchez des médias qui font la critique de votre livre
- Rédigez et envoyez un communiqué de presse sur votre livre
- BoD vous permet d'envoyer un exemplaire de presse gratuit :
- ↗ <http://www.bod.fr/auteurs/services-aux-auteurs/exemplaire-presse.html>

## 7 ÉVÉNEMENTS

### Voir et être vu

Lisez votre ouvrage devant un public. Les auteurs et les librairies tirent ensemble profit des séances de lecture car chacun éveille l'intérêt de son public. C'est un effet marketing à ne pas sous-estimer : lors de séances de lecture, salons ou autre événement similaire vous rencontrez des multiplicateurs. En effet, vous entrez en contact avec votre lectorat, des bloggeurs, des journalistes et avec d'autres auteurs.

### Comment, quand et où organiser une séance de lecture ?

Vous devez choisir les lieux de vos événements en cohérence avec votre livre et votre groupe cible. Cherchez des coopérations avec des librairies, des cafés, des galeries ou autres. Ainsi vous économisez et n'engagez pas des coûts importants pour la location d'un lieu. Un travail de presse et de relations publiques coordonnés fait de la publicité pour les deux organisateurs et la séance de lecture attire des lecteurs potentiels.

Même la date est décisive : vous devez prévoir que le weekend les concurrents peuvent également organiser des événements. Il est donc important de bien se préparer. Quels passages de texte souhaitez-vous lire ? Choisissez des extraits accrocheurs mais qui ne révèlent pas tout de votre livre et laissent au public l'envie d'en savoir plus. Si possible, ayez toujours des exemplaires de votre livre avec vous ainsi que des flyers, cartes postales ou marques-pages. Ainsi, vous resterez dans les esprits de votre public qui se souviendra plus facilement de vous et pourront vous recommander.

Avant l'événement, la promotion doit être minutieusement préparée. Pour cela utilisez bien vos réseaux sociaux où vous pouvez, par exemple sur Facebook, créer un événement public. La presse peut aussi être prévenue et vous pouvez également afficher des flyers dans les cafés et autres magasins du coin.

Petite astuce : Faites-vous photographier par un ami ou une connaissance pendant la séance de lecture. Ainsi vous pourrez en parler sur vos réseaux sociaux en incluant les photos.



Lors de séances de lecture et autres événements publics, vous avez la possibilité de nouer des contacts et d'échanger avec votre lectorat. N'hésitez pas à travailler avec des partenaires pour les séances de lecture afin d'économiser de l'argent pour l'organisation de ce genre d'événements.

### ASTUCES BoD EN BREF

- Organisez des séances de lecture : ainsi vous apprenez à connaître votre public
- Les séances de lecture sont une situation gagnant-gagnant pour les librairies et pour vous
- Entraînez-vous à lire à voix haute encore et encore
- Réfléchissez au préalable à des questions et vos réponses à celles-ci
- Prenez conseil des auteurs BoD : ↗ <http://www.bod.de/autorenpool>

## 8 CHECKLISTE MARKETING

Cette checkliste vous aide dans les premières étapes de la commercialisation. Avez-vous pensé à tout ? Alors, nous vous souhaitons bonne chance pour votre publication !

### La première impression

- Est-ce que votre livre a un titre qui accroche ?
- Une couverture attrayante ?
- Est-ce que l'ensemble est cohérent (titre, couverture, site internet etc.) ?

### Le prix

- Avez-vous comparé les prix sur le marché ?
- Calculé le prix que vous souhaitez donner à votre livre ?
- Prévu des actions promotionnelles ?

### La stratégie de commercialisation

- Quel est votre groupe cible ?
- Où les lecteurs peuvent-ils trouver des recommandations pour votre livre ?
- En une phrase, qu'est-ce qui rend votre livre particulier ?
- Avez-vous choisi une date de publication appropriée ?
- Possédez-vous des visuels pour vous présenter vous et votre livre à la presse ?
- Quelles occasions pouvez-vous utiliser pour promouvoir votre livre ?
- Des séances de lecture sont-elles planifiées ?

### La présence sur internet

- Avez-vous créé votre site internet ?
- Êtes-vous actif sur les réseaux sociaux ?

### Le travail de presse

- Avez-vous rassemblé des contacts ?
- Les communiqués de presse contiennent-ils toutes les informations ?
- Avez-vous envoyé les communiqués aux journalistes et magazines ?

### Les séances de lecture

- Avez-vous trouvé des partenaires ?
- Avez-vous fait de la publicité ?
- Vous êtes vous entraîné à lire à voix haute ? Vous êtes vous chronométré ?
- Avez-vous anticipé les questions du public ? Avez-vous des réponses toutes prêtes ?

BoD développe continuellement des nouveaux services afin de soutenir les auteurs. Visitez régulièrement notre site internet ou appelez au +33 (0)1 53 53 14 89 pour plus d'informations.

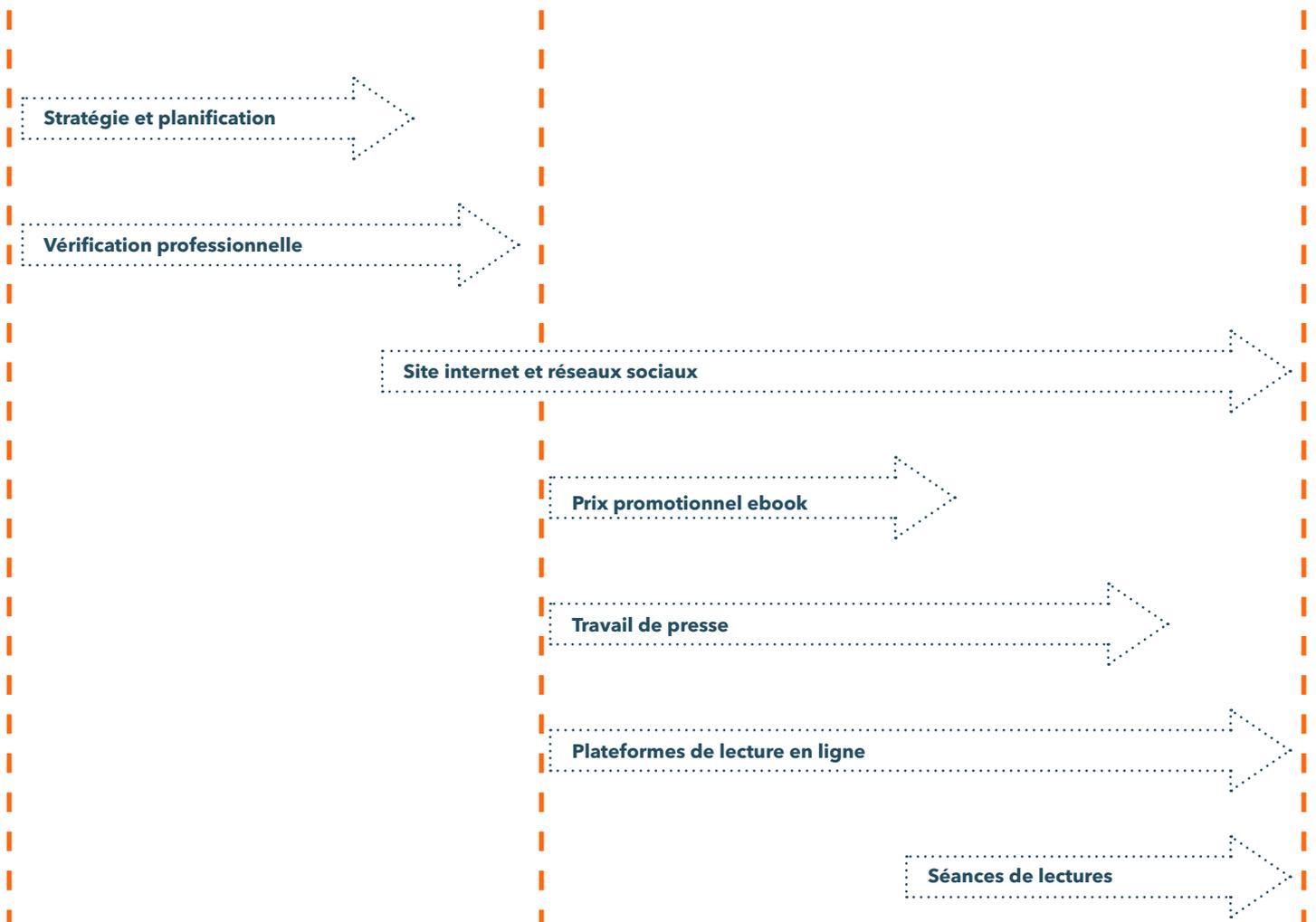
## 9 APERÇU TEMPOREL DES MOYENS MARKETING

La représentation suivante résume tous les moyens marketing possibles pour votre livre. Ainsi vous avez un aperçu sur le déroulement en termes de temps, bien sûr tout ne se déroule pas en même temps. Planifiez toutes les étapes en temps voulu, vous donnerez ainsi un coup de pouce au succès de votre livre.

### AVANT LA PUBLICATION

### PENDANT LA PUBLICATION

### APRÈS LA PUBLICATION



BoD - Books on Demand GmbH  
12/14 rond-point des Champs-Élysées  
75 008 Paris

## **Contact**

Vous souhaitez poser une question ou faire une réclamation ? Notre Service Clientèle est à votre disposition du lundi au vendredi de 9h00 à 17h.

Tél : +33 1 53 53 14 89

Conseil aux éditeurs : +49 40 - 53 43 35-34

Fax : +33 1 53 53 14 00

[info@bod.fr](mailto:info@bod.fr)

[www.bod.fr](http://www.bod.fr)

## **Contact marketing et presse**

Noémie Derhan : [noemie.derhan@bod.fr](mailto:noemie.derhan@bod.fr)