

## Gagner en visibilité grâce aux réseaux sociaux

Les réseaux sociaux font désormais partie de notre quotidien et le monde du livre n’y déroge pas. Ils peuvent vous permettre de toucher autrement vos lecteurs, les libraires et les éditeurs, mais aussi, les journalistes et les influenceurs.

Il nous semblait indispensable de vous proposer un accompagnement spécifique dans la définition de votre communication. En connaissant les bonnes pratiques numériques, vous pourrez alors mettre en œuvre une stratégie globale de communication adaptée à vos publics.

A travers théorie et mises en pratique personnalisées, cette formation vous aidera à mieux identifier vos cibles et à vous appuyer sur les bons relais d’influence pour faire connaître votre travail auprès d’un public plus large.

Cette formation vous proposera également de comprendre ce qui se cache derrière les réseaux sociaux et les termes tels qu’algorithmes, hashtags et KPI. Vous aurez ainsi toutes les clés en main pour utiliser professionnellement ces médias, ajoutant ainsi un argument de poids dans la négociation avec votre maison d’édition.

### Objectifs pédagogiques :

- Cartographier les tendances et les usages de la communication traditionnelle et digitale
- Appréhender les spécificités des médias sociaux

### Objectifs opérationnels :

- Intégrer les médias sociaux dans une stratégie globale de communication
- Identifier ses besoins, augmenter sa visibilité digitale en affirmant son univers
- Maîtriser la création de contenu digital

**Durée :** Formation de 4 jours (28 heures). Deux jours et intersession d’un mois avant les 3 et 4<sup>ème</sup> jour

**Public :** Cette formation s’adresse aux auteurs de l’écrit souhaitant maîtriser leur communication digitale ainsi que leur image publique

**Prérequis :** Avoir une appétence pour le numérique, être équipé d’un smartphone et d’un ordinateur portable

### Modalités et délais d’accès à la formation :

Horaire d’une journée type : 9 h30 – 13 h ; 14 h – 17 h 40.

Inscription par mail ou par téléphone auprès de François NACFER, [sgdlformation@sgdl.org](mailto:sgdlformation@sgdl.org) – 01 53 10 12 18 - ou via [le site Internet de la SGDL](#).

Ce stage est limité à 12 participants maximum.

**Dates :** Les dates sont disponibles sur [le site Internet de la SGDL](#) ou auprès de [François NACFER](#)

**Lieu :** Siège de la SGDL. Hôtel de Massa, 38 rue du Faubourg Saint Jacques, 75014 Paris.

**Tarif :** 1 120 € HT + 224 € (TVA 20%) soit 1 344 € TTC.

Pour toute demande particulière, nous vous invitons à contacter François NACFER, [sgdlformation@sgdl.org](mailto:sgdlformation@sgdl.org)

### **Accessibilité aux personnes en situation de handicap**

Nous vous invitons à nous contacter en cas de besoin d'accessibilité particulier pour un participant : François NACFER, [sgdlformation@sgdl.org](mailto:sgdlformation@sgdl.org)

### **Modalités d'évaluation d'atteinte des objectifs de la formation**

Évaluation par un jeu de questions-réponses et d'exercices.

### **Formalisation à l'issue de la formation**

A l'issue de la formation, une attestation de fin de formation sera remise à chaque participant.

### **Modalités pédagogiques :**

Cette formation, qui alterne théorie, exercices pratiques, et mises en situation, favorise les échanges d'expériences et les problématiques propres à chacun. Elle encourage une démarche active et vise à ce que chaque participant s'empare des outils proposés afin d'élaborer « sa » méthode personnelle.

### **Ressources pédagogiques :**

Support de cours élaboré par l'intervenante

---

## **Eliette Levy-Fleisch**

Baignant depuis toujours dans la culture numérique, **Eliette Levy-Fleisch** accompagne depuis 2016 des auteurs, des libraires et des éditeurs dans leur développement digital. Percevant le numérique comme une solution incontournable pour toucher un public plus large, elle encourage à travers ses formations, la transmission d'un savoir technique. Passionnée de littérature et de sciences humaines, elle pense que diffuser la culture numérique permettra aux professionnels de convaincre les socionautes de lâcher leur téléphone pour un bon bouquin.

### Jour 1

- Recueil des objectifs et du niveau de chaque participant
- Connaître le monde du numérique : chiffres, tendances, algorithmes !
- Observer la communication d’auteurs présents sur Instagram, Facebook, Tiktok, LinkedIn et Twitter
- Les grandes fonctionnalités des réseaux sociaux
- Construire une stratégie de communication
- Construire une stratégie éditoriale
- Atelier créatif sur Canva

### Jour 2

- Connaître les communautés de lecteurs et les influenceurs
- Cartographier les nouveaux relais d’influence
- S’appuyer sur des ambassadeurs et créer des relations pérennes
- Les socionautes : mes premiers lecteurs
- La symbolique derrière chaque auteur
- Atelier pratique : fédérer autour de son projet d’écriture

### Intersession pendant laquelle l’auteur mettra en pratique les acquis des 2 premiers jours

### Jour 3

- Retour sur expérience numérique
- Apprendre à analyser ses résultats (audience, visibilité, vues...)
- Le numérique ne se limite pas aux réseaux sociaux ! Connaître les nouveaux médias et les formats innovants
- Inscrire durablement la communication digitale dans son quotidien
- Adapter sa communication en fonction de ses interlocuteurs
- Comment associer son éditeur à sa stratégie globale de communication

### Jour 4

- Intégrer la communication dans une démarche plus globale
- Identifier les prochaines étapes de son activité professionnelle
- Identifier les relais médiatiques pertinents
- S’organiser au quotidien