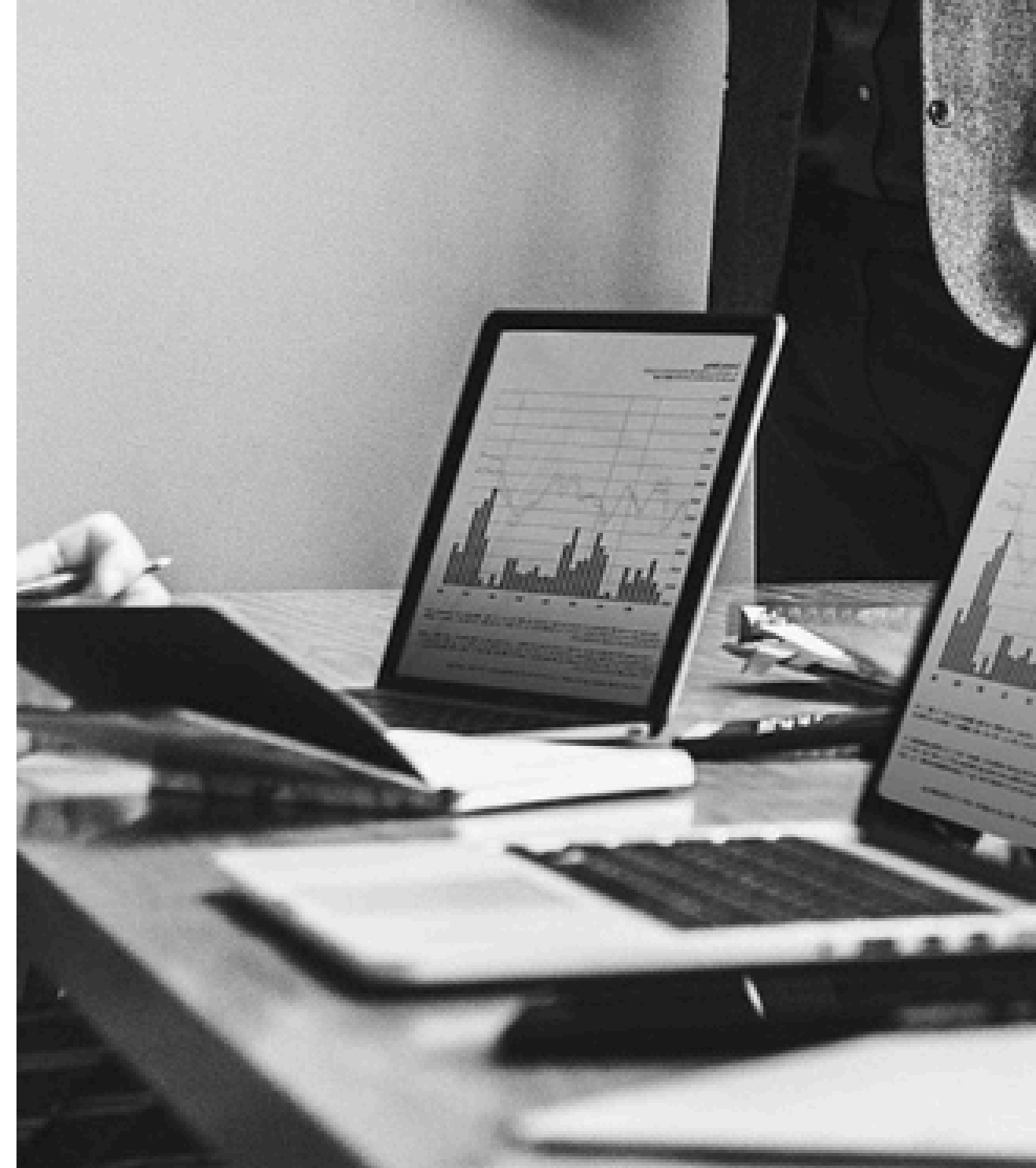


Rapport final

02/04 - Présentation finale du projet de communication avec les **Éditions ALeP**



Université
de Rennes



Sommaire

1 L'association et son écosystème

2 L'identité visuelle

3 Stratégie des réseaux sociaux

4 Vidéo promotionnelle

5 Le site web

Introduction



LE CADRE

- Opération [Créa IUT](#)
- Association "Éditions ALeP"
- L'équipe [Com'Unique](#)
- L'année 2024 - 2025



L'OBJECTIF DES ÉDITIONS ALEP

- Faire connaître :
 - À la [presse](#)
 - Aux [auteurs](#)
 - Aux [libraires](#)
 - Aux [lecteurs](#)
- Faire ressortir la qualité



NOS SOUHAITS

- Valoriser :
 - Ses [oeuvres](#)
 - Ses [auteurs](#)
 - Ses [valeurs](#)
- Accroître sa [notoriété](#)
- Renforcer son [image](#)
- Créer une [communauté fidèle](#) et [engagée](#)



I. L'association et son écosystème

I. L'association et son écosystème

A. Analyse de l'association et de sa communication

1. Contexte

Proposition de valeur

- **Accompagner** de manière sur mesure les auteurs
- Privilégier la **qualité**

Forces

Communication actuelle

- Infolocale
- Facebook
- Salon du livre
- Porte-à-porte

Faiblesses

I. L'association et son écosystème

B. Positionnement et cible

La cible :
Lecteurs, libraires,
auteurs.

Besoins

- Un livre de **bonne qualité**
- Une maison d'édition **présente**
- Des **contenus captivants**
- Une présentation **attrayante**

Points de contact

- La presse
- Les réseaux sociaux
- Les points de ventes (grandes surfaces, librairies)
- L'e-mailing

Positionnement

- **Haut de gamme**
- ↳ Met en avant la **qualité des livres**
- ↳ Une **esthétique sobre** et des **livres soignés**

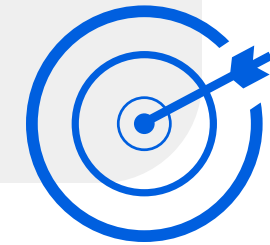
I. L'association et son écosystème

C. Recommandation marketing

1. Objectifs

Objectif général

Accroître la **notoriété** et **renforcer l'image de marque** auprès du **grand public** et des **passionnés de littérature**



Objectifs spécifiques

- Proposer de nouveaux **outils de diffusion d'informations**
- Proposer de nouvelles **lignes éditoriales**
- Définir **les valeurs** des Éditions ALeP
- **Se faire connaître** auprès des **organismes de presse** et des **librairies**
- Proposer de nouvelles **identités graphiques**
- **Suggérer des modifications** pour le site web

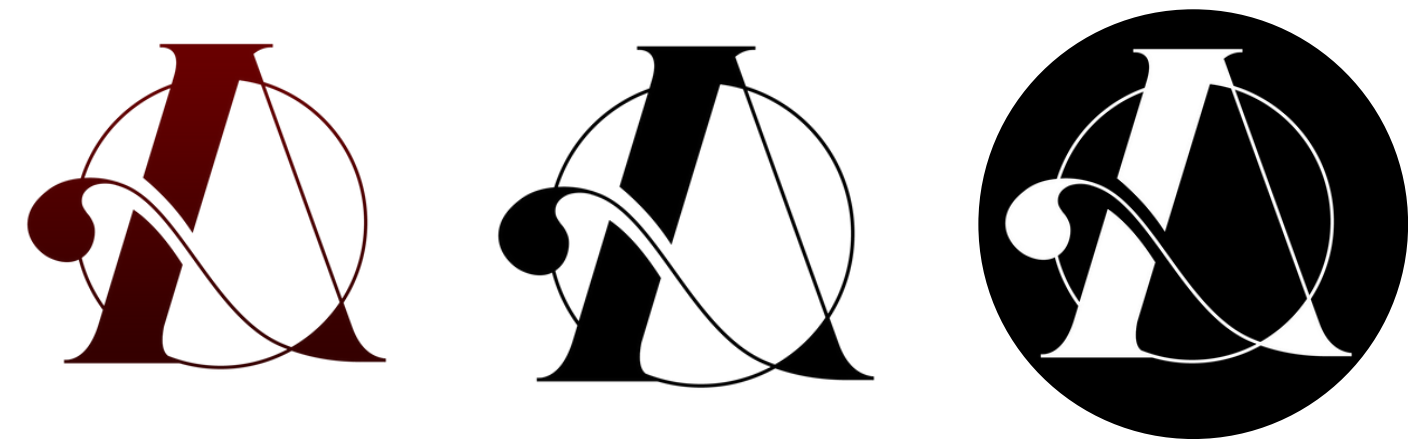
I. L'association et son écosystème

C. Recommandation marketing

2. Refonte de l'identité visuelle

Modernisation du logo

- Logo typographique



Refonte des couvertures des livres

- **Créer** différents **types de cadres** pour des **livres de collection** ou des **lignes éditoriales** différentes
- Ajouter des **dessins** très **simplistes** pour chaque livre



I. L'association et son écosystème

C. Recommandation marketing

3. Mise en avant des valeurs et du savoir faire d'ALeP

Contenus narratifs et visuels

- **Vidéo** courte qui met en avant les **relations** entre **l'éditeur** et les **auteurs** ainsi que la **qualité des livres**
- **Témoignage d'auteurs** valorisant le **travail éditorial**

4. Relation presse et couverture médiatique

Communiqués de presses

- **Diffusion** à chaque **lancement** de livres ou **d'événements** importants auprès des **médias**
- Utiliser des **titres percutants** afin **d'attirer** les journalistes

I. L'association et son écosystème

C. Recommandation marketing

5. Amélioration de la présence et de l'engagement sur les réseaux sociaux

Médias sociaux à exploiter :



Publication de contenus variés

- **Présentations d'auteurs** et **interviews**
- Partages de **coulisses**
- **Visuels attractifs**
- **Résumé** du livre, l'auteur

Engagement interactif

- Lancer des **sondages** et des **quiz littéraires**
- Utiliser des **"stories"** pour des publications interactives et rapides

I. L'association et son écosystème

C. Recommandation marketing

6. Renforcer la notoriété d'ALeP auprès des libraires

1. Rencontres en librairie

2. Création de **visuels attractifs** à donner aux **libraires**

3. E-mailing :

- Titre accrocheur
- Visuel attractif
- Mettre en avant les points forts du livre
- Enrichir les contenus
- SEO

LA RÉSILIENCE DU CHAT

Par : Alep
Date : Novembre 2024

Phrase d'accroche : Lorem ipsum dolor

Contexte du livre : Lorem ipsum dolor sit amet. Aut enim mollitia vel accusamus blanditiis 33 aspernatur consequuntur ut autem adipisci quo autem nihil aut quisquam quia. At aperiam dicta ut placeat commodi nam aperiam laborum et atque reprehenderit et omnis eligendi? Sed harum velit sit laborum rerum nam dolores quibusdam et esse nobis.



Résumé :

Lorem ipsum dolor sit amet. Aut enim mollitia vel accusamus blanditiis 33 aspernatur consequuntur ut autem adipisci quo autem nihil aut quisquam quia. At aperiam dicta ut placeat commodi nam aperiam laborum et atque reprehenderit et omnis eligendi? Sed harum velit sit laborum rerum nam dolores quibusdam et esse nobis non voluptatum neque et autem harum. Et atque blanditiis aut beatae quia ut nemo quae et inventore tempore a totam perferendis et vero voluptatibus. Lorem ipsum dolor sit amet. Aut enim mollitia vel accusamus blanditiis 33 aspernatur consequuntur ut autem adipisci .

Un roman qui frappe fort :

Lorem ipsum dolor sit amet. Aut enim mollitia vel accusamus blanditiis 33 aspernatur consequuntur ut autem adipisci quo autem nihil aut quisquam quia. At aperiam dicta ut placeat commodi nam aperiam laborum et atque reprehenderit et omnis eligendi? Sed harum velit sit laborum rerum nam dolores quibusdam et esse nobis non voluptatum neque et autem harum. Et atque blanditiis aut beatae quia ut nemo quae et inventore tempore a totam perferendis et vero voluptatibus. Lorem ipsum dolor sit amet. Aut enim mollitia vel accusamus blanditiis 33 aspernatur consequuntur ut autem adipisci quo autem nihil aut quisquam quia. At aperiam dicta ut placeat commodi

II. Stratégie des réseaux sociaux

II. Stratégie des réseaux sociaux

A. Analyse de l'existant

1. Enjeux et contexte



CONTEXTE

- Manque de ressources humaines
- Manque de temps
- Réseaux sociaux en pause



OBJECTIFS

- Se faire connaître auprès des **libraires** et des **auteurs**.
- Faire découvrir leurs livres au grand public en mettant en avant la **qualité** de leurs livres
- Mettre en avant leur **accompagnement** auprès des **auteurs** pour l'édition de leurs livres
- **Fidéliser** et **engager** leur communauté avec des contenus interactifs
- **Inform**er leur communauté des nouveaux livres à venir ainsi que des événements (salon du livre)

II. Stratégie des réseaux sociaux

A. Analyse de l'existant

2. Réseaux sociaux actuels

Facebook

 **82**

 **55**

 **1** Post/mois



- Photo
- Information
- Vidéo

Infolocale

 **Indéfinissable**

 **1 à 3** Post/mois



- Photo
- Information
- Vidéo

II. Stratégie des réseaux sociaux

A. Analyse de l'existant

3. Forces et faiblesses

| | |
|-------------------|--|
| Forces | <ul style="list-style-type: none">• Bonne communication sur infolocale• Possibilité de stagiaire• Déterminé et ouvert à tout |
| Faiblesses | <ul style="list-style-type: none">• Manque de temps• Manque de connaissances• Peu de présence |

II. Stratégie des réseaux sociaux

A. Analyse de l'existant

4. Analyse de la concurrence

| | |
|-------------------------------|---|
| Hachette | Forte présence et régulière sur les réseaux sociaux |
| Éditions Panthéon | Bonne présence Contenu diversifié et engageant |
| Éditions Véronne | Bonne présence Contenu diversifié et engageant |
| Les Archives Dormantes | Manque de communication et de visibilité |

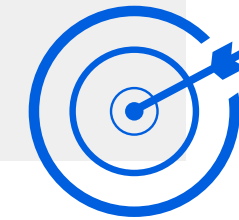
II. Stratégie des réseaux sociaux

B. Définition des objectifs

1. Objectifs

Objectif général

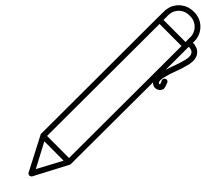
Exploiter les **réseaux sociaux** pour **mettre en avant** la maison d'édition ALeP en touchant un public plus large.



Objectifs spécifiques

- Atteindre 2 fois plus d'abonnés en 3 mois sur **Facebook**
- Créer un compte **LinkedIn** complet et avoir au moins 50 abonnés en 3 mois (et le plus de libraires possibles)
- Créer un compte **Instagram** et avoir plusieurs abonnés en les fidélisant en 3 mois
- Créer une communauté engagée sur 3 mois (avoir +20 commentaires au total)

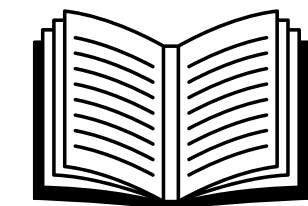
Public cible



Auteurs



Libraires



Lecteurs

II. Stratégie des réseaux sociaux

B. Définition des objectifs

2. Média sociaux à exploiter



Facebook



Instagram

Instagram et **Facebook** pour les contenus plus ludiques et interactifs



LinkedIn

LinkedIn pour les contenus professionnels (contact avec les libraires)

II. Stratégie des réseaux sociaux

C. Contenu des réseaux sociaux

1. Charte éditoriale

Ton et voix

- Ton **pédagogique & sérieux**
- **Langage soutenu**
- Termes en rapport avec l'édition de livre
- Utilisation du **vouvoiement**
- Utilisation du **nous**
- Utilisation en **petite quantité d'émojis**

Ligne éditoriale

Le **fil rouge thématique** :

- Les **livres**
- Présentations des **nouvelles sorties**
- **Plonger dans les coulisses du métier d'éditeur**
- **Librairies**
- **Interviews** d'auteurs
- Parler du **monde de l'édition en France**

Style rédactionnel

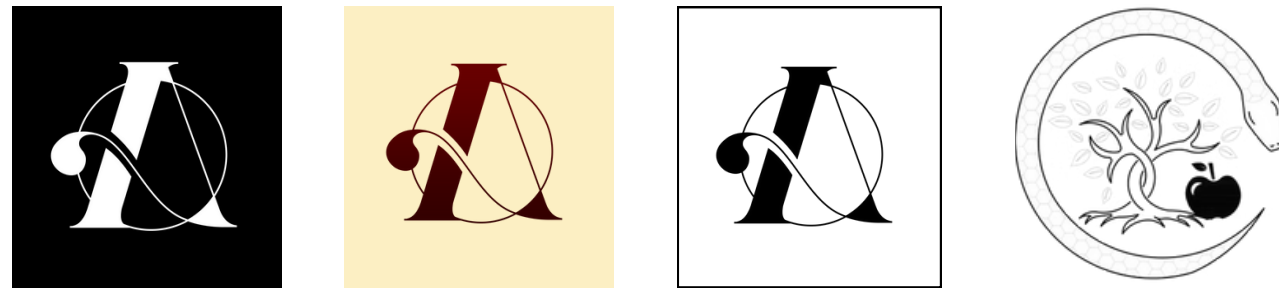
- Perfection de **l'orthographe** et de la **grammaire**
- Phrases simples et courtes
- Messages qui s'adressent directement à la cible
- Pas d'abréviation

II. Stratégie des réseaux sociaux

C. Contenu des réseaux sociaux

2. Identité Visuelle

Logo



Typographie

[TITRES]
Garamond

Editions ALeP

[cours paragraphes]

Helvetica World

Bienvenue

[Longs paragraphes]

Roboto

Découvrez nos livres

Couleurs



Imagerie



II. Stratégie des réseaux sociaux

C. Contenu des réseaux sociaux

3. Création stratégie de contenu

Publication de contenu varié

- **Présentations d'auteurs** et **interviews**
- Partages de **coulisses**
- **Résumé** du livre, l'auteur
- **Témoignage** d'auteurs
- Partage des **événements**

Engagement interactif

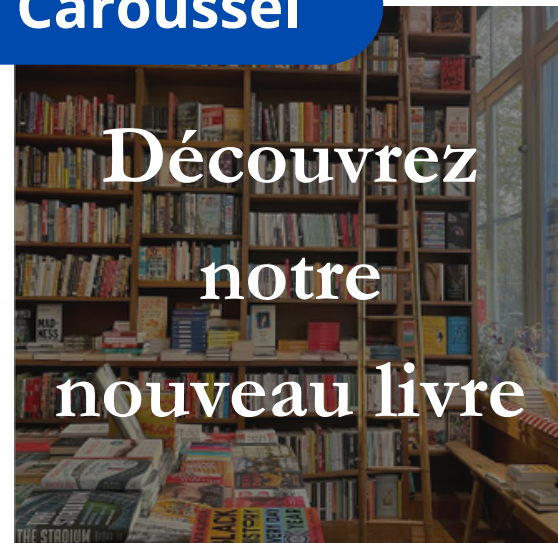
- Lancer des **sondages** et des **quiz littéraires**
- Utiliser des **"stories"** pour des publications interactives et rapides

II. Stratégie des réseaux sociaux

C. Contenu des réseaux sociaux

3. Création stratégie de contenu

Carroussel



Synopsis

Sans livrer d'explications aux enquêteurs, il se mure dans le silence et voit défiler sa vie. Ses souvenirs déclenchent en lui un impérieux besoin de raconter à ses enfants une histoire qu'il ne leur avait jamais révélée.



Description

Nouvelle sortie chez Éditions ALeP !

Nous sommes ravis de vous annoncer la parution du nouveau livre de Johan Ollivier :

Les dessous de l'affaire Frogé

Un récit captivant qui plonge au cœur d'une affaire intrigante... Un livre à ne pas manquer !

 17 Disponible dès maintenant

 Chez votre libraire préféré et en ligne

[#NouvelleSortie](#) [#ÉditionsALeP](#) [#JohanOllivier](#)
[#Littérature](#) [#Lecture](#) [#LivreÀLire](#)

Post



II. Stratégie des réseaux sociaux

D. Media planning

Evénements



II. Stratégie des réseaux sociaux

D. Media planning

| | MARS | AVRIL | MAI |
|-----------|--|--|---|
| LinkedIn | Annonce de la sortie du nouveau livre | Publication de la vidéo promotionnelle d'ALeP | Post : avantages / valeurs des Éditions ALeP |
| Instagram | CTA qui invite les lecteurs à venir découvrir le nouveau livre | Réels : vidéo promotionnelle d'ALeP | Post : avantages / valeurs des Éditions ALeP |
| Facebook | Annonce de la sortie du nouveau livre | Publication de la vidéo promotionnelle d'ALeP | Post : avantages / valeurs des Éditions ALeP |

Répondre aux commentaires !

Mardi 12h

III. Vidéo promotionnelle

III. Vidéo promotionnelle

A. Contexte et objectifs

La vidéo

Présenter les **étapes** de l'**édition** d'un livre

Son utilisation

- Réseaux sociaux
- Site web
- Déclinaisons dans différents formats

Ses objectifs

- Permettre un contenu **enrichi** et **attractif**
- Donner un **ton chaleureux** qui met en avant le **savoir-faire**
- Mettre en avant **les livres** et **leurs qualités**

III. Vidéo promotionnelle

B. Note de traitement

Mise en scène

- S'introduire dans leur espace de travail
- Garder un **aspect authentique**
- Des plans directement tournés à l'imprimerie

Les questions

- Sur l'**édition des livres**
- Sur les **livres**

III. Vidéo promotionnelle

C. Visionnage de la vidéo



IV. Site web

IV. Site Web

A. Contexte et objectifs

Problèmes

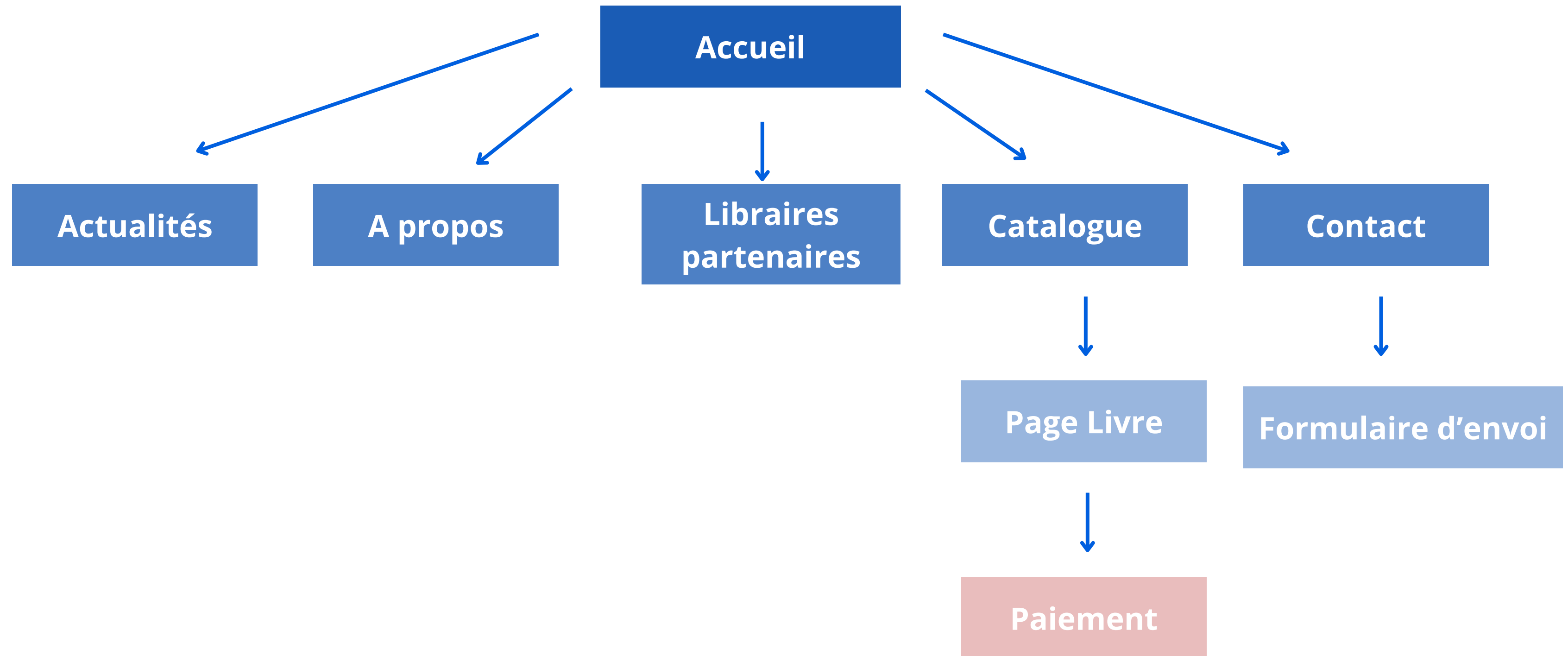
- Le site était adressé aux **libraires**
- **Mauvaise cohérence** graphique et **hiérarchisation** des polices
- **Manque** de descriptions pour les livres

Objectifs

- Mise en avant des **valeurs** : **accompagnement des auteurs** et qualité des livres
- **Structurer**, rendre **cohérent**
- Création **navigation intuitive**

IV. Site Web

B. Parcours utilisateurs



IV. Site Web

C. Site web

`file:///C:/Users/MissP/Desktop/Cours_MMI/MMI_2/SAE/S4/site-ALeP/index.html`

Conclusion

Conclusion

- Proposition de valeur : **Qualité des livres, accompagnement des auteurs**
- **Manque** de **communication**
- Augmentation de sa **présence en ligne**
- Exploiter les réseaux sociaux
- Amélioration du site web
- Publication de contenu multimédia