

Rapport final

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



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 Crée IUT
- L'équipe Com'Unique
- Association "Éditions ALeP"
- 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	Communication actuelle
<ul style="list-style-type: none">• Accompagner de manière sur mesure les auteurs• Privilégier la qualité	<ul style="list-style-type: none">• Infolocale• Facebook• Salon du livre• Porte-à-porte

Forces

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**

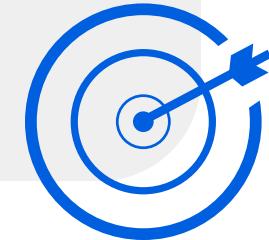
I. L'association et son écosystème

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

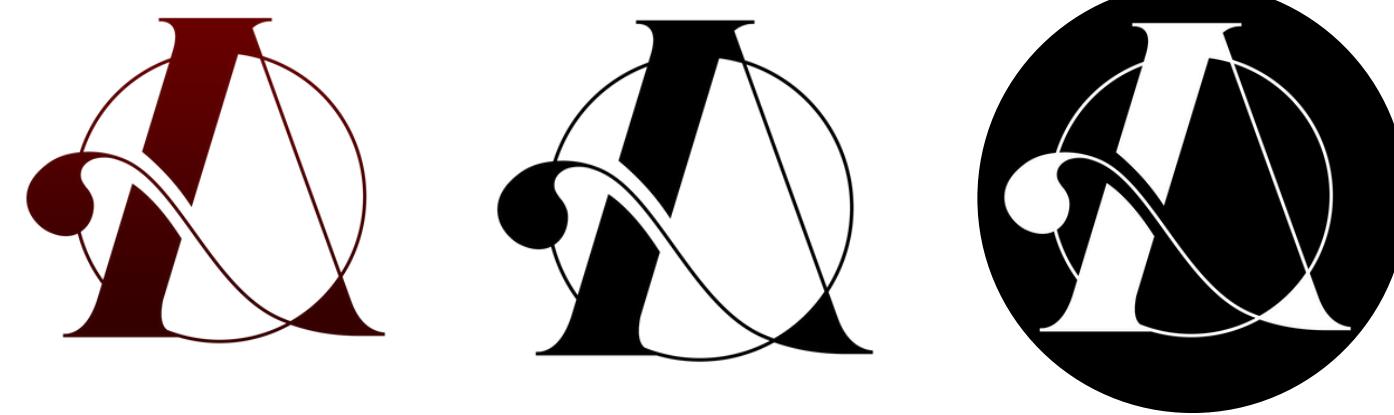
I. L'association et son écosystème

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**

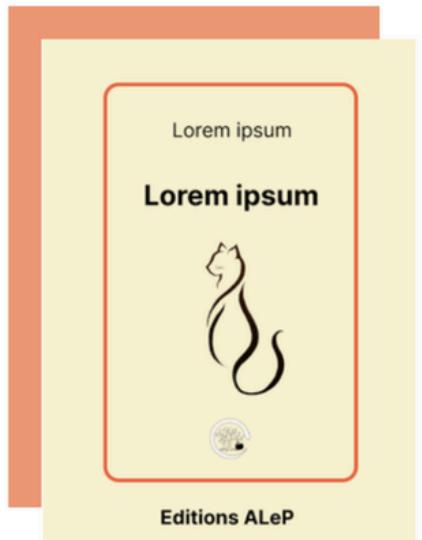
3. E-mailing :
- Titre accrocheur
 - Visuel attractif
 - Mettre en avant les points forts du livre
 - Enrichir les contenus
 - SEO

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 perforandis 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 perforandis 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

III. 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

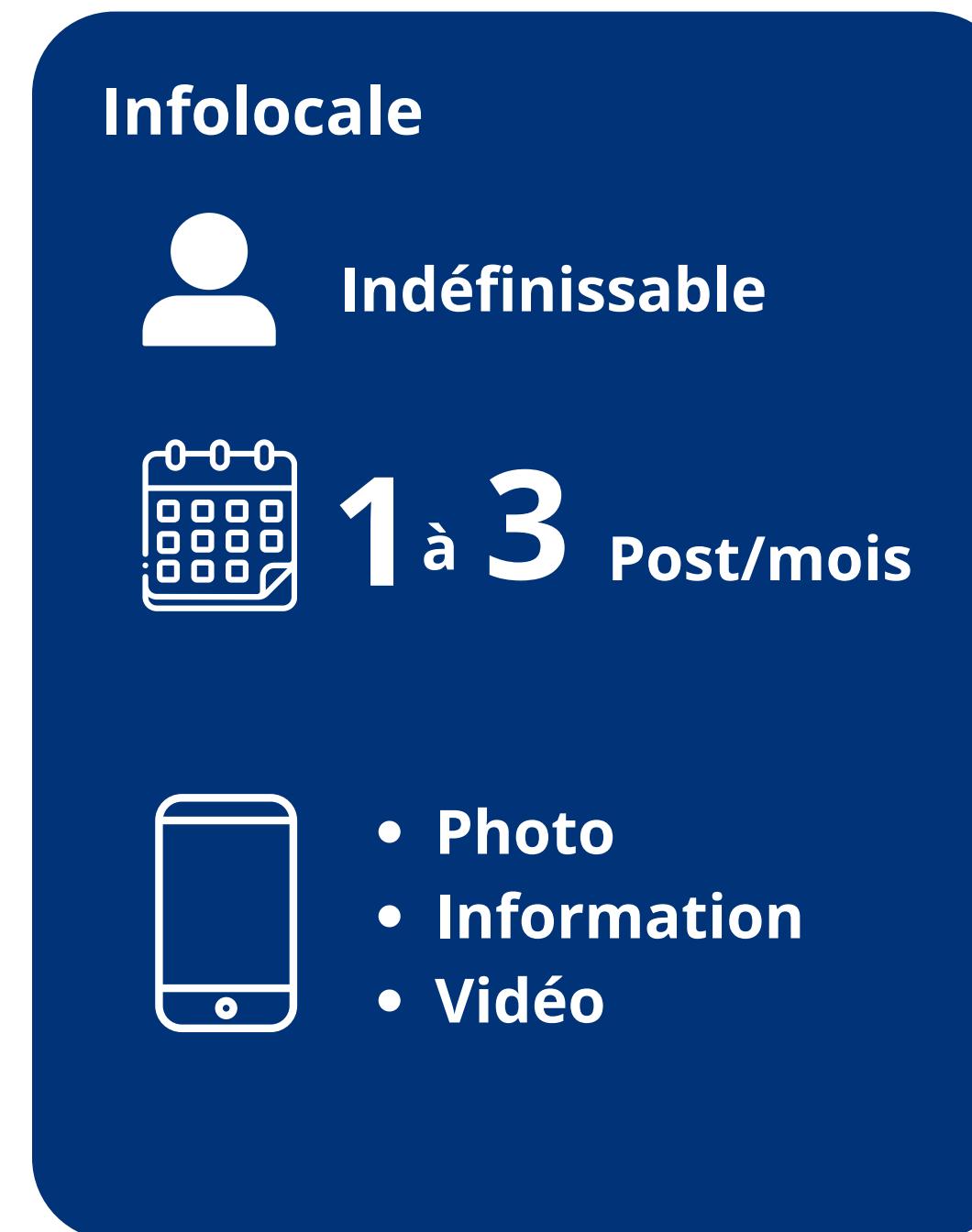
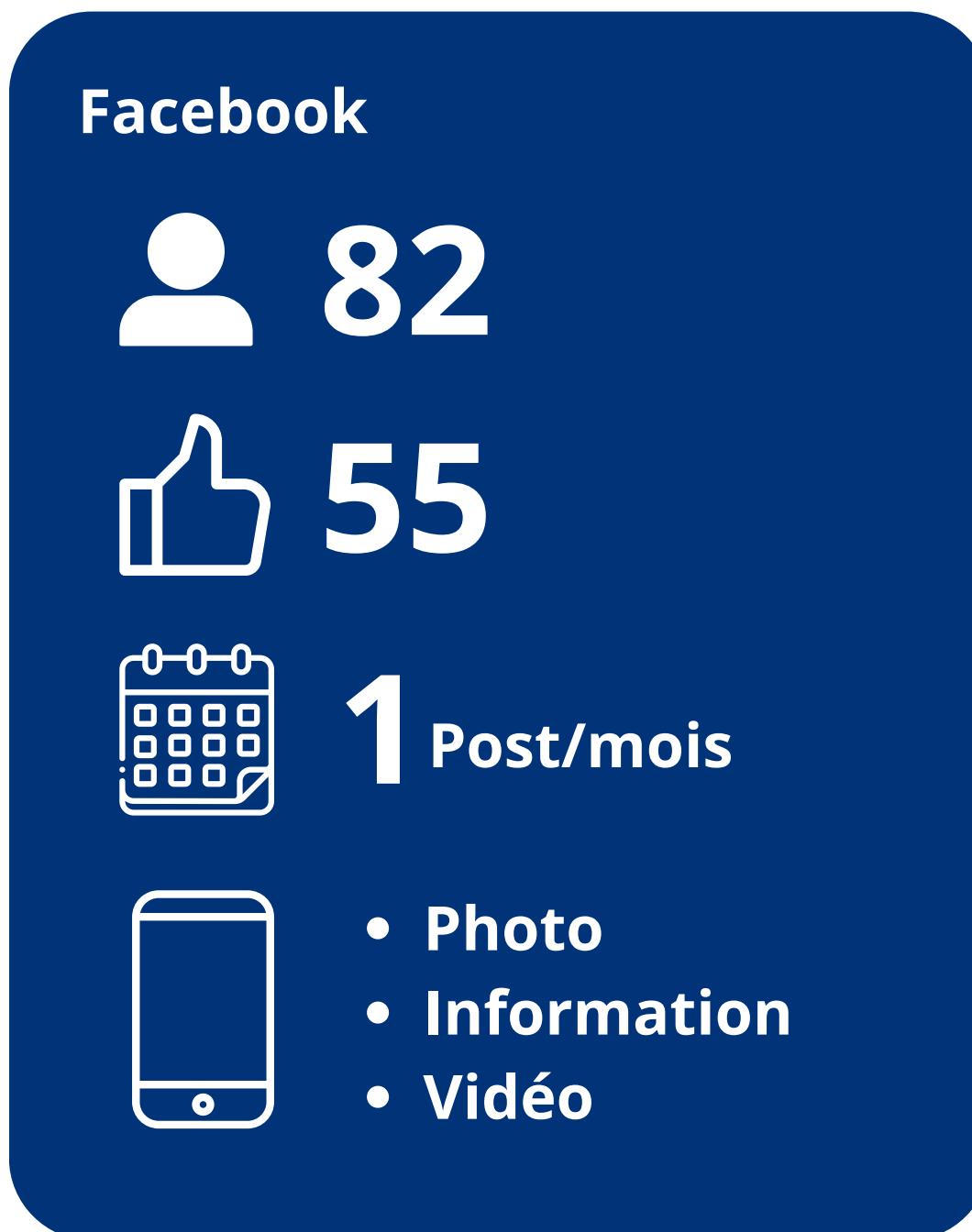


OBJECTIFS

- 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
- **Informier** leur communauté des nouveaux livres à venir ainsi que des événements (salon du livre)

A. Analyse de l'existant

2. Réseaux sociaux actuels



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

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

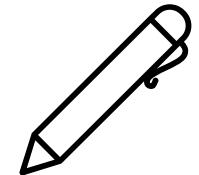
1. Objectifs

Objectif général

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



Public cible



Auteurs



Libraires



Lecteurs

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)

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'emojis**

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

Ligne éditoriale

Le **fil rouge thématique** :

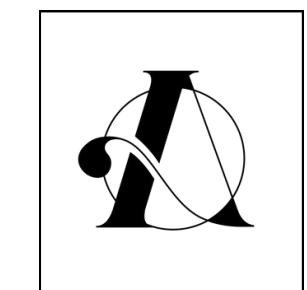
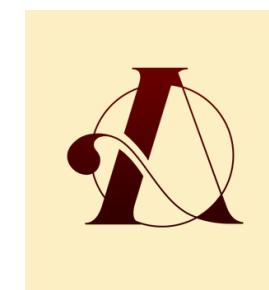
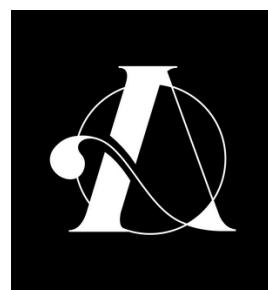
- Les **livres**
- Présentations des **nouvelles sorties**
- **Plonger dans les coulisses du métier d'éditeur**
- **Librairies**
- **Interviews** d'auteurs
- Parler du **monde de l'édition en France**

II. Stratégie des réseaux sociaux

C. Contenu des réseaux sociaux

2. Identité Visuelle

Logo



Typographie

[TITRES]

Garamond

[cours paragraphs]

Helvetica World

[Longs paragraphs]

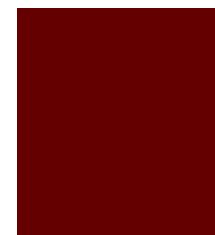
Roboto

Editions ALeP

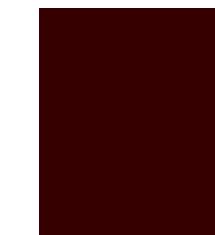
Bienvenue

Découvrez nos livres

Couleurs



#640000



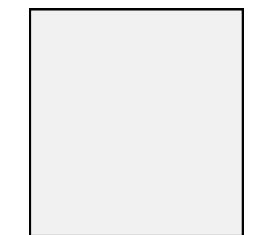
#360000



#fee4cc

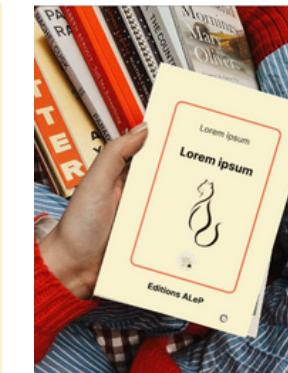
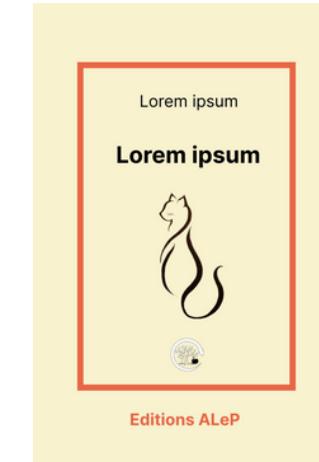


#fff - Fond



#f1f1f1

Imagerie



II. Stratégie des réseaux sociaux

C. Contenu des réseaux sociaux

3. Créditation 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

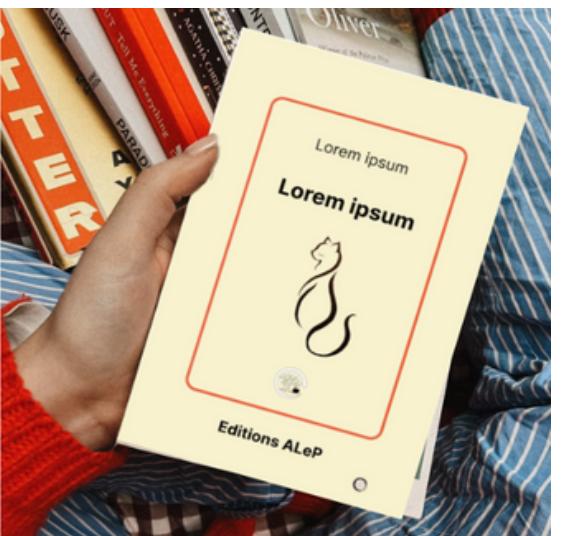
C. Contenu des réseaux sociaux

3. Crédit stratégique de contenu

Carrousel



Découvrez
notre
nouveau livre



Post



Johan Ollivier

Découvrez son
nouveau livre

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 librairie préférée et en ligne

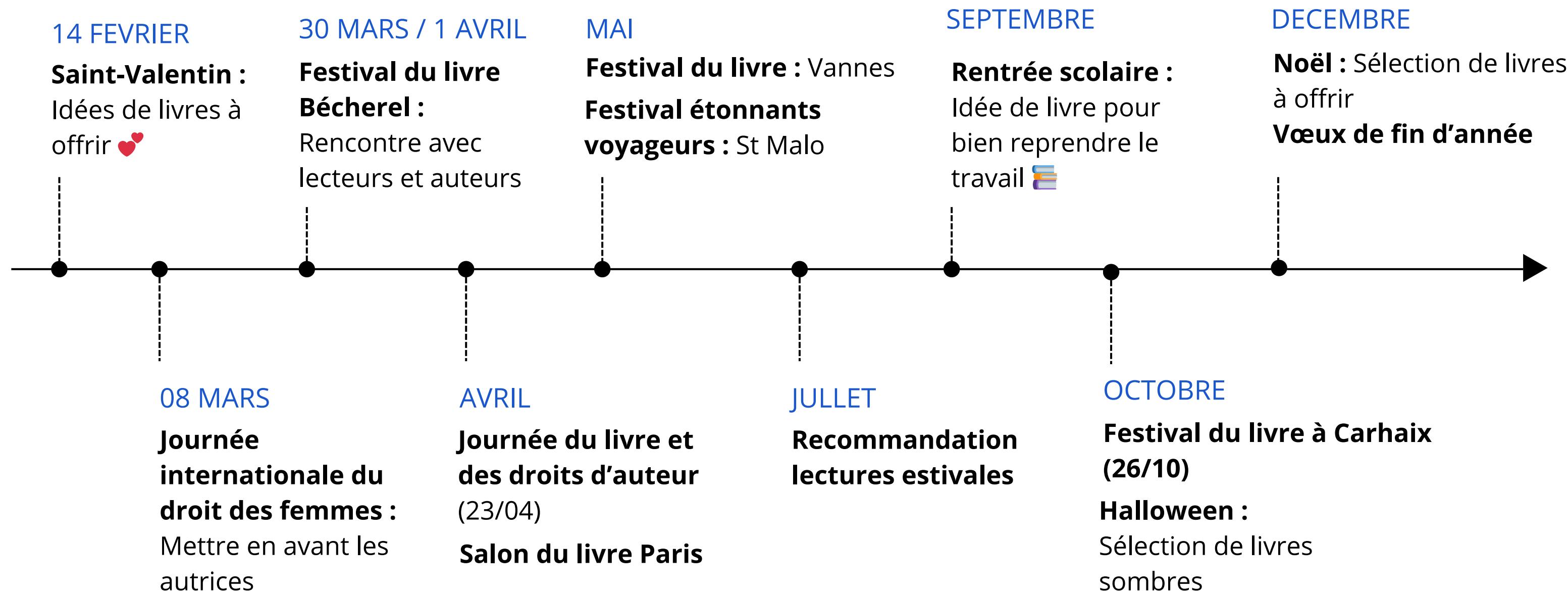
#NouvelleSortie #ÉditionsALeP #JohanOllivier

#Littérature #Lecture #LivreÀLire

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

A. Contexte et objectifs

La vidéo

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

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**

Son utilisation

- Réseaux sociaux
- Site web
- Déclinaisons dans différents formats

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



N. Site web

IV. Site Web

A. Contexte et objectifs

Problèmes

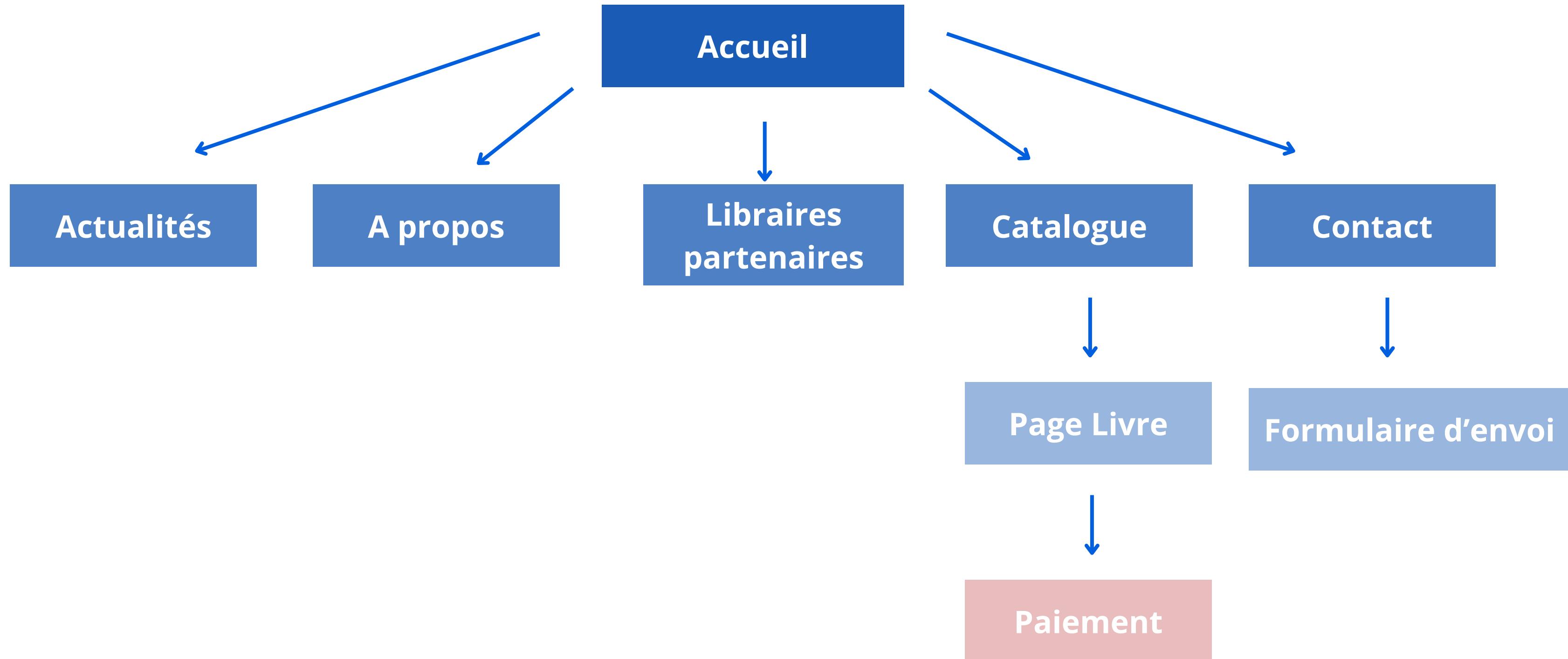
- Le site était adressé aux **libraires**
- **Mauvaise cohérence** graphique et **hiérarchisation** des polices
- **Manque** de descriptions pour les livres

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