

# Communication digitale

## à l'échelle de sa librairie

Retour non exhaustif sur l'atelier  
présenté aux Rencontres Nationales  
de la Librairie, les 3 et 4 juillet 2022



# Les bases

- S'assurer de son référencement Google
- Vérifier que les horaires indiqués sur internet soient les bons
- Idem pour les numéros de téléphone / mail / adresse



# Communiquer sans réseaux sociaux

- Avoir un site vitrine (présentation de coups de coeur, horaires, rencontres)
- Faire une newsletter, souvent gratuite (Sendinblue/Mailchimp etc)
- Communiquer sur ses rencontres et animations via infocale ou autres sites d'informations locales



# Quels réseaux sociaux utiliser ?



## Facebook :

Réseau social avec une fréquentation importante mais en baisse. Tranche d'âge ciblée 35/55 ans. Facilité d'utilisation et possibilité de créer une Page pour sa librairie ainsi que des événements pour ses animations.

Attention : Beaucoup d'utilisateur.ice.s passent par la messagerie pour passer des commandes. Ne pas hésiter à mettre une réponse automatique redirigeant vers le mail.



# Quels réseaux sociaux utiliser ?



## Instagram

C'est actuellement le réseau social le plus massivement utilisé. Tranche d'âge ciblée : 20/45 ans. Possibilité de créer des publications sur Instagram et les publier simultanément sur Facebook. (bien penser à créer des formats carrés). C'est un réseau social de l'image qui valorise les mises en scène travaillées et les identités fortes. Vous pouvez y diffuser des "live", parfait pour vos rencontres !

Attention : L'algorithme tend à privilégier le contenu vidéo (réels). Vous pouvez optimiser vos photos en les postant à des heures stratégiques et fixes (7h / 13h / 20h)



# Quels réseaux sociaux utiliser ?



## Tiktok

Réseau utilisé par les plus jeunes (13/20ans).

La communauté "Booktok" est très prescriptrice. Si vous n'êtes pas à l'aise sur le format vidéo, vous pouvez utiliser cet outil pour faire de la veille uniquement. Le mode d'utilisation est simple et intuitif et les vidéos peuvent-être ensuite repartagées sur Instagram. Pensez aux hashtag

Attention : L'algorithme de votre page d'accueil se fait en fonction du contenu regardé. N'hésitez pas à l'aiguiller un peu en faisant des recherches spécifiques.



# Quels réseaux sociaux utiliser ?



## Youtube

Ce réseau demande d'être assez à l'aise sur le format vidéo, mais si c'est votre point fort, allez-y. Cependant, il est toujours utile d'avoir un compte sur un réseau social pour relayer vos vidéos.

Attention : Si vous utilisez de la musique pour vos vidéos, assurez-vous des droits de diffusion, au risque de voir vos vidéos supprimées.



# Quels réseaux sociaux utiliser ?



## Twitter

Ce réseau social se focalise sur l'immédiateté et s'adresse plus souvent aux professionnels. Vous pouvez communiquer à destination des éditeurs, des universités, des journalistes.

C'est une bonne manière de relayer vos rencontres ou de "live-tweeter" un événement. C'est également un excellent moyen de faire de la veille d'actualité

Attention : Ce media n'a aucune censure sur les images et contenus pornographiques, soyez prévenu.e.s



# Quels réseaux sociaux utiliser ?

## Et les autres ?

Snapchat, Twitch, Tumblr, Pinterest, les blogs... Les réseaux sociaux et modes de communication en ligne sont nombreux. Selon vos compétences, envies et le public que vous souhaitez cibler, vous pouvez sélectionner certains canaux plutôt que d'autres.

Attention : Cette communication doit-être un réel souhait de votre part. Sans envie, cela ne prendra pas, autant donc se contenter de peu, mais bien.



# Canva, un outil magique ?

The Canva logo is a circular gradient icon transitioning from cyan at the top to purple at the bottom. The word "Canva" is written in a white, cursive font across the center of the circle.

Canva

Oui.

Cet outil de conception est hyper simple d'utilisation, permet de concevoir des publications aux formats des réseaux sociaux (carrés instagram, stories, facebook). Du calendrier aux CV en passant par la com, on peut tout y faire et la version gratuite permet déjà de trouver une très grande variété de modèles\*. Il n'y a que votre créativité qui peut vous limiter. Pensez à préserver votre identité et à être originaux, sinon on va tou.te.s finir avec la même com'

\*La preuve, ce document est fait avec Canva.



# Comment être visible sur Internet ?

Commencez par définir votre identité visuelle. Il faut qu'elle ressemble à votre librairie ainsi qu'à vous-même et votre équipe. Choisissez le ton que vous souhaitez donner en fonction de votre cible. (Ados, collectivités etc). Soyez régulier.e.s dans vos publications. Surtout, soyez vous-mêmes, c'est pour cela que vos client.e.s aiment venir chez vous.



# Comment être visible sur Internet ?

- Taguez éditeurs, auteurs, relations libraires ... (Sur Instagram, FB et Twitter)
- Montrez vos têtes ! Les gens aiment vous voir !
- Vérifiez dans vos statistiques les jours et heures de connexion de vos abonné.e.s pour publier au moment opportun
- Faites participer vos clients : demandez-leur leur avis, faites-les voter...
- Pensez aux stories sur Instagram (mais pas trop non plus, 10 max par jour)



# Et les hashtags ?



Ils sont utiles surtout sur Tiktok et Instagram. Le mieux est de partir de thématiques assez larges puis de reserrer. Pas besoin d'être trop précis : #rentreelitteraire2022 marche mieux que #jailucapendantmesvacancesalameretcetait superbien

N'hésitez pas à créer un hashtag pour votre librairie, qui sera mis dans chaque post, ou bien un rendez-vous avec vos client.e.s.



# Et ça prend combien de temps tout ça ?

La communication peut prendre du temps.

La mise en place d'un calendrier de publication peut faire gagner du temps. Vous pouvez optimiser la prise de photos et le traitement sur un seul moment, puis publier séparément les posts.

Pour la vidéo, poster sur Tiktok prend moins de temps que sur Youtube.

Choisir une plage horaire fixe pour répondre aux messages reçus ou repartager des posts permet de ne pas se "perdre" sur internet.



# Et ça prend combien de temps tout ça ?

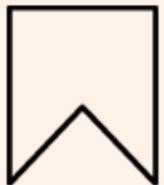
Pensez à déléguer, si vous travaillez en équipe. Vos collègues peuvent prendre en charge certaines tâches. Si tout le monde est efficace, le temps passé à poster peut diminuer, mais dans tous les cas, comptez 3h par semaine en moyenne pour une communication régulière.

Instagram, Canva, Facebook, les sites de newsletter et les gestionnaires de sites internet sont disponibles sur PC, pas besoin d'un téléphone portable, et vos employé.e.s peuvent prendre en main les outils.



# Faire de la veille

Les réseaux sociaux sont parfaits pour faire de la veille, repérer des titres qui pourraient fonctionner chez vous ou qui attisent votre curiosité. Tiktok et Instagram possèdent une fonctionnalité qui vous permet d'enregistrer des posts pour les retrouver plus tard. Plus besoin de faire une énième capture d'écran sur votre téléphone.



Voici l'icône sur laquelle cliquer pour enregistrer un post sur Instagram



# Générer du flux sur son compte

Jusqu'ici, le plus efficace reste encore de payer des publicités (pas de miracle). Mais la visibilité augmente lorsque vous likez et commentez des posts depuis le compte de votre librairie. Vous pouvez aussi repartager les posts des commerces aux alentours du vôtre, afin de créer une communauté d'abonné.e.s.

Enfin, les concours sur votre page demandant aux abonné.e.s de liker, commenter et inviter des ami.e.s permettent d'augmenter votre nombre d'abonné.e.s et de générer du flux sur votre page.



# A vous de vous lancer !

Merci de votre attention

Vous avez déjà un bon nombre d'éléments en main afin de vous lancer et de créer une communication digitale originale et à votre image. Si cela vous plaît et que vous souhaitez professionnaliser tout cela, vous pouvez investir dans du matériel (appareil photo, trépied, lumière... Tout dépend de votre budget)

Amusez-vous, ça n'est que de la com'



Solveig Touzé.

Librairie La Nuit des temps.

Rennes

