



Dall'identità al piano di distribuzione e promozione. Le scelte e i costi

ORE PREVISTE:

4 ore complessive, in moduli da 2 ore l'uno dalle 17 alle 19.00 – **LIVELLO BASE**
mercoledì 28 e venerdì 30 settembre

PROGRAMMA:

Il corso si propone di fornire le informazioni di base per individuare e consolidare le scelte editoriali e le conseguenti strategie di vendita per una corretta distribuzione dei libri in uscita attraverso il supporto della rete di vendita; intende inoltre guidare i partecipanti all'individuazione della miglior soluzione in relazione alle aspettative dell'editore e ai costi correlati.

L'identità dell'editore

- Le scelte editoriali – il progetto dell'editore
- Cosa si vuole comunicare
- La coerenza nella produzione
- La grafica e l'identificazione dell'editore in libreria
- L'importanza del marchio editoriale

Piano di distribuzione

- Il confronto con la rete promozionale
- Analisi della concorrenza
- L'importanza della programmazione editoriale

La scelta della soluzione migliore

- La miglior scelta in relazione al progetto editoriale
- L'individuazione dei costi
- L'importanza della relazione con il partner commerciale

RELATORE

Enrico Quaglia: nato a Savigliano (CN) nel 1977, ricopre oggi il ruolo di Direttore Generale di NW Consulenza e Marketing Editoriale Srl, azienda di proprietà di Promedi Srl, anch'essa operante nel settore dei servizi e della promozione libraria. Dal 2010 al 2017 ha ricoperto il medesimo ruolo in PDE srl, azienda del gruppo Feltrinelli con la quale ha collaborato in qualità di dirigente. Da sempre operante nel mondo dell'editoria, si è occupato precedentemente di controllo di gestione e pianificazione e successivamente di vendite e marketing. Tra le esperienze più significative la direzione amministrativa e del controllo di gestione in Edizioni Gribaudo, azienda di famiglia di cui è stato anche socio, fino al passaggio al gruppo Feltrinelli nel 2008. Nel corso di questi ultimi anni ha potuto maturare un'importante esperienza all'estero, in particolare negli Stati Uniti e in Inghilterra, seguendo in quei Paesi la pianificazione e lo sviluppo di due case editrici, instaurando relazioni con i distributori locali e con le rispettive reti vendita.