



Dal piano di distribuzione e promozione alle strategie di marketing e vendita online e offline

ORE PREVISTE:

6 ore complessive, in moduli da 3 ore l'uno dalle 16 alle 19 - **LIVELLO AVANZATO**

Martedì 8 e giovedì 10 novembre

PROGRAMMA:

Il corso si propone di fornire tutte le informazioni necessarie per gestire al meglio la programmazione editoriale connessa alla distribuzione e alla promozione di nuovi volumi attraverso l'adozione di strategie di marketing ad hoc per i vari canali di vendita.

Condivisione del piano di produzione

- Scelta della miglior data di uscita
- Ipotesi di programmazione per una corretta uscita dei volumi
- Studio preliminare e indicazione dei titoli di punta della produzione editoriale

Analisi e consulenza

- La ricerca di mercato su titoli concorrenti
- Il giusto posizionamento prezzo
- Il supporto nell'analisi dei risultati e il confronto con l'editore
- La trasparenza del dato

Strategie di marketing

- La scheda libro
- I materiali a supporto del volume in uscita
- Iniziative post lancio del volume
- Cosa fare su ogni singolo canale di vendita
- L'utilizzo dei social a supporto delle attività definite

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.