



Aide-mémoire : Bâtir une carrière lucrative à titre d'auteur:

A) 5 pièges à éviter et 5 meilleures pratiques!

Pièges à éviter :	Meilleures pratiques :
Éviter de se concentrer sur l'orthographe, la syntaxe, le vocabulaire et la structure dès le premier jet.	Un livre, ça se rédige en plusieurs étapes. Alternier des moments d'écriture, de relecture et de correction.
Présenter un manuscrit à un éditeur sans aucun document de présentation ou rempli de fautes.	On a 30 secondes pour capter l'attention d'un comité de lecture. La règle d'or, c'est le souci du détail. Il faut aussi garder en tête que trop, ce n'est comme pas assez.
Se fier à un éditeur, un diffuseur ou le libraire pour faire connaître et vendre son livre.	La meilleure personne pour parler de son livre c'est l'auteur. Il est, en partie, responsable de mettre sur pied une stratégie promotionnelle. La réussite réside dans le travail d'équipe.
Écrire pour soi et ne pas tenir compte du lecteur potentiel lors de son processus d'écriture. Le client cible n'est pas monsieur et madame tout le monde.	Un livre est l'intermédiaire de deux personnes : un auteur dévoué et un lecteur. Écrire en gardant en tête l'image mentale de notre lecteur idéal permet une meilleure réussite du projet.
Mettre tous les efforts marketing au lancement n'est pas une bonne stratégie.	Une bonne stratégie marketing, ça se bâtit tout au long du cycle de vie du produit.

B) Principales caractéristiques de mon lecteur idéal :

Aspect géographique :	Description de mon lieu idéal:
Quel est l'endroit principal où sera distribué mon livre?	
Si j'avais le choix, qu'est-ce que je viserais exactement? (local, régional, national ou international)	

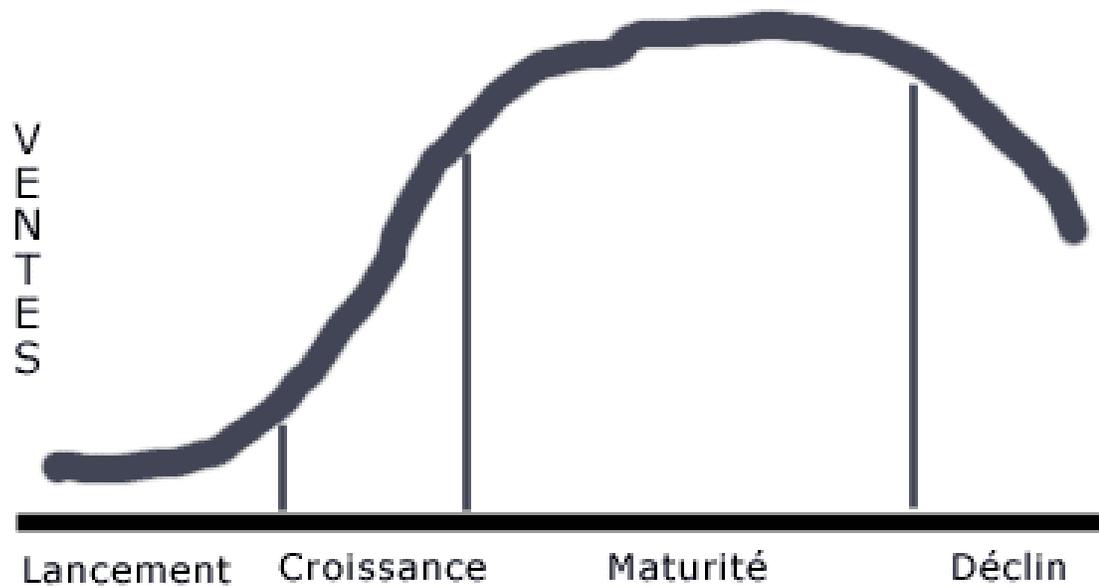
Aspect sociodémographique :	Description de mon lecteur idéal :
Âge de mon lecteur idéal :	
Tranche d'âge :	
Revenu approximatif :	
Catégorie socioprofessionnelle et classe sociale :	
Niveau de scolarité : (aucune scolarité, moyennement scolarisé, détenteur d'un certificat spécialisé) * Ses indices permettent d'ajuster le niveau de langage de notre texte.	
Culture et nationalité :	
Cycle de vie familiale : (personne seule, en couple, vivant en famille, etc.)	

Aspect psychographique :	État psychologique de mon lecteur idéal au moment de l'achat du livre : (mets-toi dans ses bottines et nommez 2 ou 3 aspects qui te viennent naturellement)
Quels sont ses états d'âme?	
Que ressent-il lorsqu'il entre dans la librairie afin de se procurer un livre?	
A-t-il des traits de personnalité ou de caractère qui lui est propre?	
Adopte-t-il un style de vie particulier?	

Aspect comportemental :	Les habitudes d'achat, les circonstances d'usage, l'image du produit et sa sensibilité aux actions marketing :
<p>Quand mon client idéal touche au type de livre que je m'appête à écrire, qu'est-ce qui retient son attention et qu'est-ce qui lui déplaît? Autrement dit, quelle est sa perception visuelle de mon livre et quels types de comportements adopte-t-il en le voyant? (page couverture, image, table des matières, 4^e de couverture, titre, sous-titre, etc.)</p>	

Je t'invite maintenant à faire une recherche sur les moteurs de recherche afin de trouver d'une à trois images qui ressemblent à ton lecteur idéal. Cela t'aidera à le garder en tête tout au long de l'écriture de ton livre.

C) Cycle de vie d'un produit :



Source : Succès marketing, *Cycle de vie d'un produit*, page disponible au <https://www.succes-marketing.com/duree-vie-produit/>, consulté le 27 novembre 2017.