Communiqué de presse

“ÉCRIRE ET PUBLIER un livre professionnel” de Véronique Plouvier :

un guide indispensable pour savoir s’organiser, construire, écrire, relire et trouver un éditeur

Qu'il s'agisse de se démarquer de la concurrence ou de mettre un coup de boost à sa carrière professionnelle, la publication d'un livre est devenue un passage obligé pour se positionner en tant qu'expert dans son domaine.

Le but est à la fois d'asseoir sa crédibilité, de rassurer et d'attirer de futurs clients, mais aussi de gagner en visibilité face à une offre de plus en plus riche :

- Le nombre de nouveaux freelances a augmenté de 110% en 10 ans et atteint aujourd'hui 1,2 million en France (Source : freelanceinfos.fr) ;
- La France compte 160 000 consultants, soit l'équivalent d'une ville comme Grenoble ;
- En 2020, il y avait + de 5 000 coachs répertoriés et ce chiffre augmente de 10% chaque année ;
- Les écoles de conférenciers professionnels connaissent un grand succès, ce qui suppose d'avoir écrit un livre au préalable pour affirmer son autorité et vendre une conférence.

Mais pour les experts, coachs, formateurs, consultants, freelances, conférenciers, intrapreneurs et spécialistes RH, passer de la théorie à la pratique est loin d'être une évidence.

Des premières lignes jusqu'à la recherche d'un éditeur, la rédaction d'un livre de qualité, susceptible d'être publié, est jalonnée d'obstacles qui peuvent vite sembler infranchissables...

... à moins d'avoir une méthode construite et claire pour avancer pas à pas !

Autrice prolifique spécialisée dans les livres pratiques, professionnels et de développement personnel, **Véronique Plouvier** a été publiée chez des éditeurs à de nombreuses reprises. Elle est également coach en écriture de livres professionnels depuis 2015, année où elle a lancé en France cette offre pionnière.

Dans son dernier ouvrage "Écrire et Publier un livre professionnel" (Éditions Gereso), elle a mis toute son expérience pour aider les pros qui veulent se lancer, en leur proposant de nombreux cas concrets, des conseils éprouvés, des exercices et des appels à l'action.

« Il arrive un moment dans votre vie où vous devez arrêter de lire les livres des autres et écrire le vôtre. »

Albert Einstein

Le livre professionnel, une véritable carte de visite génératrice d'opportunités

Écrire un ouvrage de référence dans son activité, c'est profiter d'un outil de transmission et de marketing incomparable.

Savez-vous notamment que :

- 56 % des Français ont lu un livre pratique et 94 % d'entre eux estiment qu'il est important de lire pour apprendre ou développer ses connaissances ? (source : « Les Français et la lecture », Synthèse 2019, Ipsos.)
- D'après une étude réalisée auprès de 200 entrepreneurs ayant écrit un livre, 96 % ont noté un impact positif sur leur chiffre d'affaires, 85 % ont augmenté leurs tarifs et 53 % ont renforcé leur marque ? (source : Business impact of writing a book, Rain Group, 2006).

Or, **tous les professionnels peuvent mener à bien ce projet**, dans tous les domaines (droit, développement personnel, conseils pour faire fortune ou arrêter de fumer…), puisqu'il n'y a pas besoin d'inspiration ni de talent littéraire.

L'important est avant tout d'**avoir une bonne organisation et de procéder progressivement.**

Du choix du sujet à la signature d'un contrat d'édition, ce guide pratique aborde toutes les étapes indispensables à la réussite de leur projet. Les pros vont découvrir comment dépasser leurs peurs et leurs blocages, valider la thématique, organiser leur écriture, créer leur sommaire, proposer leur manuscrit à un éditeur, et comprendre le contrat d'édition.

« En partageant ma méthode, je souhaite démystifier l'écriture d'un livre professionnel ! J'aimerais que tous les pros osent se lancer et proposent leur manuscrit à un éditeur, afin de transmettre leurs connaissances à un large public. »

Véronique Plouvier

Sommaire

- Introduction
- Comment utiliser ce livre ?
- Chapitre 1 – Se préparer
  - ◊ Se poser les bonnes questions
  - ◊ Trouver le temps d'écrire
  - ◊ Dépasser ses peurs et ses blocages
- Chapitre 2 – S'organiser
  - ◊ Positionner le livre
  - ◊ Faire le plan
  - ◊ Créer le pitch
  - ◊ Écrire seul ou à plusieurs
  - ◊ Choisir ses outils
  - ◊ Préparer un dossier de travail
- Chapitre 3 – Articuler
  - ◊ La préface
  - ◊ Les premières lignes
  - ◊ La biographie d'auteur
  - ◊ Le titre
  - ◊ Les témoignages
  - ◊ Les citations
  - ◊ Les contenus visuels
  - ◊ Les bonus
- Chapitre 4 – Écrire et relire
  - ◊ Écrire pour être lu
  - ◊ Relire efficacement
- Chapitre 5 – Faire publier
  - ◊ Contacter un éditeur
  - ◊ Présenter son projet
  - ◊ Signer un contrat d'éditeur
- Avant de tourner la page
- Remerciements
- Les mots du livre
- Carnet
- À propos de l'autrice

Extrait

“Lorsque j’entends un futur auteur me dire que son livre s’adressera à tout le monde, mes cheveux se dressent sur la tête ! Parce qu’un livre ne peut pas parler au monde entier. Quand on écrit pour tout le monde, on écrit pour personne.

Le risque est trop grand de publier un ouvrage qui ne trouvera jamais son public. Trop général, pas assez ciblé, il risque fort de passer inaperçu parmi la centaine de livres qui paraît chaque jour. À titre indicatif, 37 865 nouveaux titres ont été publiés en 2020, tous secteurs confondus (Source : Syndicat national de l’édition 2021 : synthèse des chiffres de l’édition).

Un livre professionnel est une conversation de personne à personne. Connaître son futur lecteur est la seule façon de s’adresser à lui sur des thématiques qui l’intéresse, dans des termes qu’il comprend et qui résonnent en lui. Chaque groupe, chaque marché a des spécificités. En tenir compte permet de faire des choix réfléchis et cohérents, tant en matière de vocabulaire que de contenu (anecdotes, illustrations, exemples…). Cela vous simplifiera également la tâche au moment de promouvoir votre livre pour en parler en public et dans les médias.

Lorsque j’ai écrit mon premier livre en 1997, Réussir son installation à l’étranger, je savais exactement qui serait ma lectrice. Je m’adressais à une jeune mère, ayant quitté son emploi pour suivre son conjoint à l’étranger. Son nouveau rôle consistait à recréer rapidement un cadre familial et social loin de sa famille, de ses amis et de son pays. Je connaissais bien cette lectrice idéale puisqu’elle ressemblait à toutes les jeunes femmes qui me téléphonaient pour bénéficier des conseils issus de l’expérience accumulée dans mes dizaines de déménagements successifs.

Je n’ai pas cherché à écrire pour l’ensemble des candidats à l’expatriation. Je me suis focalisée sur les besoins et les attentes de cette jeune mère de famille. Parmi les centaines d’informations que j’aurais pu donner, je n’ai conservé que celles qui pouvaient lui être utiles. J’ai aussi adopté le ton conversationnel qui convenait. De ce fait, le livre a été un succès.

En marketing, on apprend que la cible n’est pas le marché. Ce n’est pas parce que la publicité pour la Twingo de Renault cible les conducteurs de moins de 30 ans que les seniors n’achètent pas ce modèle. Même si mon livre était écrit par une femme pour les femmes, son impact a été important auprès de tous les candidats à l’expatriation. Les journalistes des magazines d’information en ont parlé, et j’ai été invitée comme intervenante dans un salon sur l’expatriation.

Ne craignez donc pas de vous focaliser sur les besoins d’une personne en particulier. Nous allons appeler cette personne «avatar ».

Dans le cadre qui nous occupe, l’avatar est en fait le portrait-robot du lecteur auquel vous allez spécifiquement vous adresser dans votre livre. On parle aussi de persona ou de «profil de lecteurs». Ces termes sont équivalents.

Je vous invite donc à réfléchir à votre avatar pour apprendre à le connaître le plus précisément possible.”

À propos de Véronique Plouvier, autrice et coach rédactionnel

Véronique Plouvier est autrice de nombreux livres pratiques et a été plume de personnalités dans le domaine de la santé et du bien-être.

Depuis 2015, elle est également **coach en écriture de livres professionnels**. Son métier ? Aider les entrepreneurs, freelances, consultants, thérapeutes, conférenciers, etc. à écrire leur premier livre afin de développer leur activité. Elle les oriente ensuite vers l'édition traditionnelle ou vers l'autoédition.

Véronique est également la créatrice du podcast Plume & Entreprise sur lequel elle reçoit des entrepreneurs devenus auteurs pour parler de l'écriture de leur livre.

(Photo: Guillaume Chueca)

« Ma méthode, basée sur mon expérience d'autrice, me permet de m'adapter à tous les secteurs d'activité et à tous les sujets. »

Pour en savoir plus

Découvrir le livre : Cliquez Ici

https://veroniqueplouvier.com/

https://www.facebook.com/livrepratiquepro

https://www.linkedin.com/in/v%C3%A9ronique-plouvier-95410410a/

Contact presse

Véronique Plouvier

bonjour@veroniqueplouvier.com