

PAR JON SPENCER, Abacus Circulation Inc.

# COMMERCIALISER VOTRE MAGAZINE AUPRÈS DES BIBLIOTHÈQUES

## DEVRIEZ-VOUS ENVOYER DES PUBLIPOSTAGES AUX BIBLIOTHÈQUES?

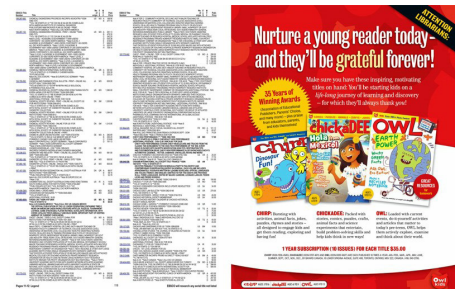
Il ne vaut presque sûrement pas la peine d'envoyer un publipostage de promotion des abonnements à une liste de bibliothèques. Si vous savez qu'une bibliothèque est déjà abonnée directement à d'autres magazines, plutôt que par l'intermédiaire d'une agence, cette bibliothèque pourrait également être intéressée par votre magazine. N'éliminez pas les bibliothèques qui sont sur les listes d'abonnés d'autres magazines lorsque vous louez ou échangez des listes d'envoi.

En fait, lorsque vous envoyez un publipostage aux listes d'abonnés d'autres magazines, pensez à demander la liste des bibliothèques qui se sont abonnées directement auprès de l'éditeur. De même, lorsque vous envoyez votre liste d'abonnés à d'autres éditeurs pour la louer ou l'échanger, offrez-leur d'en retirer les bibliothèques qui se sont abonnées par l'intermédiaire d'agences, et de ne retenir que les bibliothèques qui se sont abonnées directement auprès des éditeurs.

## DEVRIONS-NOUS ANNONCER NOTRE MAGAZINE PAR L'INTERMÉDIAIRE D'EBSCO?

Ebsco publie un guide du bibliothécaire, le *Librarian's Handbook*, qui contient de la publicité. Votre annonce se démarquera dans ce catalogue. Le coût de la publicité y est relativement faible. Toutefois, il semble que les bibliothécaires soient beaucoup moins portés à consulter le catalogue imprimé que dans le passé. Ils sont plus susceptibles de faire des recherches sur le site Web Ebsco, ou dans leurs propres listes internes de titres, pour prendre des décisions au sujet des abonnements.

Les bibliothécaires peuvent consulter le guide *Librarian's Handbook* en ligne avant de prendre des décisions sur la publicité. Vous devriez consulter votre contact chez Ebsco pour obtenir des statistiques d'utilisation de leurs catalogues imprimés ou numériques, comparées aux statistiques sur les consultations de pages, pour explorer les occasions de publicité en ligne auprès d'Ebsco.



## DEVRIEZ-VOUS ENVOYER VOS AVIS DE RENOUVELLEMENT PAR LA POSTE AUX BIBLIOTHÈQUES?

Si elles ont commandé par l'intermédiaire d'une agence d'abonnement telle qu'Ebsco ou Swets, probablement pas. Ces clients renouvelleront presque toujours leurs abonnements par l'intermédiaire de leur agence d'abonnement, mais jamais directement auprès de l'éditeur. S'ils se sont abonnés à votre magazine directement dans le passé, il est clair que vous devriez les tenir informés de l'expiration de leur abonnement, mais en utilisant une série d'avis de renouvellement abrégée, qui sera un peu moins « agressive » que les séries que vous postez individuellement.

## LES BIBLIOTHÉCAIRES SE FONT UNE FIERTÉ DE RÉPONDRE AUX DEMANDES

Vous souvenez-vous de l'époque où vous vous rendiez au comptoir pour demander un certain magazine au bibliothécaire? Les bibliothécaires se souviennent de ces demandes. Cela fait partie de leur travail. Certaines bibliothèques font même un suivi et une compilation systématiques de ces demandes, que ce soit à l'intérieur de leur succursale ou dans les cas où ils transfèrent les demandes à une succursale principale pour passer en revue annuellement les abonnements de magazines qu'elle devrait ajouter à sa collection

 TÉLÉCHARGEZ D'AUTRES FICHES-CONSEILS SUR [magazinescanada.ca/culturels/hotsheets](http://magazinescanada.ca/culturels/hotsheets)



### INCITER PLUS DE VISITEURS DES BIBLIOTHÈQUES À DEMANDER VOTRE PUBLICATION

Suggérez à vos visiteurs en ligne de se renseigner à propos de votre magazine lors de leur prochaine visite à la bibliothèque. Fournissez aux visiteurs de votre site Web un formulaire de demande en ligne, imprimable (exemples [ici](#) et [ici](#)) qu'ils pourront remettre à leur bibliothécaire local. Voici d'autres suggestions :

- [Fournir des liens](#) vers les sites des bibliothèques
- Faire paraître une annonce dans votre publication imprimée pour inciter les lecteurs à demander votre magazine à leur bibliothèque
- Inclure des cartes et feuillets intitulés « Formulaire de demande pour les bibliothèques » dans vos publipostages. Cela incitera les lecteurs potentiels à remettre le formulaire à leur bibliothécaire. Essayez cette idée avec précaution afin d'éviter de réduire le nombre de commandes d'abonnements provenant des publipostages.

### LES BIBLIOTHÉCAIRES PROPOSENT ÉGALEMENT LEURS PROPRES SUGGESTIONS DE NOUVEAUX MAGAZINES À AJOUTER À LEUR COLLECTION

Vous gagneriez à offrir aux bibliothécaires un exemplaire gratuit de votre publication, ou même à envoyer un exemplaire non sollicité, avec une lettre d'accompagnement. Vous pouvez l'adresser au bibliothécaire des périodiques, en lui expliquant pourquoi vous croyez que votre magazine serait pertinent pour cette bibliothèque.

Certains libraires laissent également entendre qu'ils pourraient être particulièrement réceptifs à l'envoi d'un certain nombre de titres qu'ils pourraient passer en revue. Ces envois pourraient se démarquer dans le lot de publipostages et de lettres de renouvellement qu'ils reçoivent souvent.

La mise en valeur de votre magazine à un congrès de bibliothécaires pourrait également mousser la notoriété de votre titre auprès des bibliothécaires, particulièrement si vous pouvez être présent et rencontrer les bibliothécaires pour leur remettre des exemplaires gratuits. Les promotions individuelles de votre titre peuvent avoir un effet limité en soi, mais, cumulativement, à force de rappels fréquents de l'existence de votre magazine, les libraires seront plus susceptibles de l'ajouter à leur collection.

### LES BIBLIOTHÉCAIRES VOUS SURVEILLENT

Grâce à code à barres interne, les bibliothécaires connaissent très bien les activités de leurs visiteurs, du nombre de fois que les magazines sont empruntés jusqu'à la compilation des magazines qui ne sont pas offerts sur les rayons. Les bibliothécaires consultent scrupuleusement les statistiques d'utilisation pour déterminer les abonnements qu'ils renouvelleront. Cela signifie également que vous ne pouvez pas tromper le système en demandant aux visiteurs de s'abonner à votre magazine, s'ils ne le lisent pas à la bibliothèque. Les bibliothécaires savent cela également.

### QU'EST-CE QUE CELA SIGNIFIE POUR VOUS?

Pour que les bibliothèques demeurent de fidèles abonnées à votre magazine, il est souhaitable qu'un plus grand nombre de visiteurs lisent et empruntent votre magazine. Publiez sur le site Web de votre publication une liste des bibliothèques qui ont des abonnements. Peut-être également, créez une carte Google Maps indiquant ces bibliothèques, comme ont commencé à le faire certains [éditeurs de magazines](#) pour les kiosques qui vendent leurs magazines. Certaines [bibliothèques provinciales](#) offrent également de tels outils de géocartographie.

