

# COMMENT SURVIVRE PENDANT LA PREMIÈRE ANNÉE DE PUBLICATION DE VOTRE MAGAZINE

# Hotsheets

BY LISA WHITTINGTON-HILL, éditrice, *This Magazine*

Félicitations! Vous avez démarré un nouveau magazine! Maintenant que la célébration de lancement est terminée, vous devez tout mettre en œuvre pour faciliter la survie de votre projet au cours de la première année d'édition. Voici 20 conseils pour mener votre magazine jusqu'à l'étape de son premier anniversaire.

## **PASSEZ EN REVUE ET FAITES LA MISE À JOUR DE VOTRE PLAN D'AFFAIRES**

Votre plan d'affaires est un document évolutif qui devrait être passé en revue annuellement. Si vous avez lancé votre magazine sans avoir établi de plan d'affaires, cessez tout de suite la lecture de ce texte et mettez-vous à la tâche de préparer un plan d'affaires (sérieusement). Si vous avez établi votre plan d'affaires et qu'il commence à s'empoussiérer dans le tiroir du bas d'un classeur, dépoussiérez-le!

La préparation de plans d'affaires peut exiger beaucoup de travail, mais heureusement, la mise à jour de votre plan exige habituellement moins de travail. Vous acquerez de l'expérience ce faisant, ce qui facilitera la révision par la suite. Où en est votre magazine en matière de prévisions de revenus et de plan financier? Qu'avez-vous appris à propos du marché ou de vos concurrents? Quelles activités/initiatives ont été couronnées de succès? Qu'est-ce qui n'a pas fonctionné (soyez honnête)? Devriez-vous raffiner vos objectifs? Devriez-vous définir plus clairement votre auditoire? La croissance de votre publication pourrait être compromise si vous n'examinez pas la situation de près et n'apportez pas les rajustements requis.

## **OBTENEZ DE LA RÉTROACTION DE VOS LECTEURS**

Qu'est-ce qu'ils aiment? Qu'est-ce qu'ils n'aiment pas? Quel contenu aimeraient-ils voir davantage? Et moins? Comment témoignent-ils de leur engagement à l'égard de votre magazine/marque? Avez-vous besoin de plus d'information de vos lecteurs pour orienter vos efforts de marketing ou pour vos annonceurs, afin de stimuler les ventes publicitaires? Votre relation avec vos lecteurs est importante et vous devriez tout mettre en œuvre pour les mobiliser et bâtir cette relation. Vous devez en savoir le plus possible sur vos lecteurs.

Les sondages en ligne sont rapides et faciles à mener (et ce à un coût faible). Vous pouvez mener des sondages

qui sont conçus pour obtenir une rétroaction spécifique sur certains aspects tels que le contenu et la conception, d'autres sondages pour obtenir de l'information démographique ou de la rétroaction sur le marketing, ou encore un sondage plus étoffé qui couvre les deux. Ne tenez rien pour acquis à propos de vos lecteurs; les sondages vous aideront à obtenir les informations factuelles dont vous avez besoin. Outre les sondages auprès des lecteurs, envisagez d'utiliser d'autres outils tels que Google Analytics et les données de mesures sur les médias sociaux. Recueillez le plus d'information possible!

## **RAPPELÉZ-VOUS QU'IL N'EST PAS NÉCESSAIRE D'ATTENDRE LA TENUE D'UN SONDAGE FORMEL AUPRÈS DES LECTEURS POUR LEUR DEMANDER CE QU'ILS EN PENSENT**

Parlez avec eux dans le cadre d'événements, lorsqu'ils vous appellent pour renouveler leur abonnement (bravo!) ou échangez avec eux dans les médias sociaux. Vous pouvez même réunir un groupe de lecteurs pour tenir une consultation informelle en personne ou sur une plateforme de réseau social comme Twitter. Les lecteurs sont plus susceptibles de nourrir un lien avec votre magazine s'ils ont le sentiment d'être valorisés et appréciés. Le fait de les consulter pour connaître leur avis est une bonne façon de le leur signifier.

## **RESPECTEZ RIGOREUSEMENT VOTRE ÉCHÉANCIER DE PRODUCTION**

Rien n'indispose davantage les annonceurs, les lecteurs et les bailleurs de fonds qu'un magazine qui ne respecte pas son calendrier de publication au cours de sa première année. Par ailleurs, lorsque vous accusez du retard par rapport à votre échéancier de publication, il est beaucoup, beaucoup plus difficile de rattraper le temps perdu (croyez-moi).

## **EXAMINEZ LES FINANCES DE VOTRE MAGAZINE EN TOUTE OBJECTIVITÉ**

Vos dépenses sont-elles conformes au budget? Vos objectifs de revenus sont-ils atteints? Quelles sources de revenus sont inférieures aux prévisions? Y a-t-il des éléments de surprise? Quel est l'état de santé de vos flux de trésorerie? Mettez-vous trop de temps pour percevoir vos comptes débiteurs? Qu'en est-il de vos comptes

créditeurs ? La revue de la situation financière devrait faire régulièrement partie des activités de votre magazine, mais particulièrement au cours de la première année.

### **TIREZ PARTI DES LOGICIELS DE COMPTABILITÉ ET DE TENUE DE LIVRES ÉCONOMIQUES**

Si vous n'avez pas de systèmes en place pour gérer les finances de votre magazine, c'est le moment d'en mettre sur pied. N'attendez pas d'avoir publié votre magazine pendant deux ans pour finalement structurer votre tenue de la comptabilité. Vous ne pouvez évaluer la santé financière de votre organisme si vous n'avez pas les outils pour le faire.

### **MENEZ RÉGULIÈREMENT DES ÉVALUATIONS DES RESSOURCES DE VOTRE MAGAZINE**

À quoi consacrez-vous du temps et de l'argent, sans qu'il soit nécessaire de le faire ? Quels aspects requièrent plus de ressources ou d'attention ? Le personnel et les bénévoles investissent-ils leurs énergies là où il est nécessaire qu'ils le fassent ? C'est maintenant le moment indiqué pour faire le point sur vos priorités et pour apporter les changements qui s'imposent. Au cours des premières années d'édition, la courbe d'apprentissage est prononcée et il est donc important de vous assurer que le temps et les énergies sont focalisés dans la bonne direction. Soyez stratégique et ayez des plans et calendriers pour tout, même pour des aspects aussi simples que le moment où votre magazine fera des publications sur Facebook, et la teneur de ces publications. Il est facile d'être dépassé par les événements au cours de votre première année de publication ; c'est pourquoi la planification est vraiment très utile.

### **PARLEZ À DES INTERVENANTS DE LA COMMUNAUTÉ DU MAGAZINE ET DE L'ÉDITION**

Une des raisons pour lesquelles j'adore l'édition de magazines est ses artisans. Ils sont toujours prêts à aider et à partager de l'information. Assistez à des événements de réseautage et à des conférences. Participez à des webinaires et à d'autres occasions de formation. Nourrissez des liens avec vos collègues de l'industrie du magazine sur Twitter ou par l'intermédiaire de groupes Facebook. Vous avez besoin de conseils ? Trouvez un magazine ou deux qui, selon vous, mènent des activités de marketing intéressantes, ou qui ont une stratégie de tenue d'événements que vous admirez, ou encore qui pourraient avoir des conseils en matière de logiciels de diffusion, et offrez-leur un café en votre compagnie. Nous

nous enrichissons tous mutuellement de connaissances dans la communauté de l'édition ; ne soyez donc pas timide. L'entretien de liens dans la communauté du magazine est également une façon de faire connaître votre publication.

### **OBSERVEZ D'AUTRES MAGAZINES ET EXAMINEZ CE QU'ILS FONT**

Jetez un coup d'œil sur leur contenu, leur présentation visuelle, leur stratégie de médias sociaux, leur éventail d'annonceurs, leurs efforts de marketing, leurs démarches de financement, leurs trousseaux médias, par exemple. Assistez aussi aux événements organisés par d'autres magazines. Non seulement vous rencontrerez des gens et aurez l'occasion de faire du réseautage, mais les gens seront plus susceptibles de venir à vos événements si vous assistez aux leurs.

### **TENEZ-VOUS INFORMÉ SUR L'ACTUALITÉ DANS L'INDUSTRIE DU MAGAZINE**

Suivez des comptes Twitter, joignez-vous à une association nationale, joignez-vous à une association provinciale, abonnez-vous à des infolettres. Assurez-vous d'obtenir le plus d'information possible.

### **ASSUREZ-VOUS DE PRENDRE DES NOUVELLES DE VOS RELATIONS QUI SONT DES SOURCES DE REVENUS POUR VOTRE MAGAZINE**

Parlez à vos annonceurs, à vos bailleurs de fonds, à vos donateurs, à vos commanditaires, à vos distributeurs en kiosque, notamment. Y a-t-il des occasions dont vos annonceurs aimeraient profiter, mais que vous n'offrez pas ? Vos donateurs ont-ils le sentiment de ne pas être appréciés à leur juste valeur ? Y a-t-il des occasions de financement qui vous échappent ? Vous ne connaîtrez les réponses à ces questions que si vous les posez. Votre relation avec vos lecteurs est importante, mais ces autres relations sont également importantes.

### **NE PERDEZ PAS LA VISION QUI ANIME VOTRE MAGAZINE ET NE LA COMPROMETTEZ PAS POUR DES SOLUTIONS DE FACILITÉ OU POUR DES QUESTIONS DE REVENUS**

Lorsque les revenus sont inférieurs aux prévisions ou que les flux de trésorerie sont serrés, on peut être tenté de choisir des solutions faciles comme offrir des tarifs publicitaires réduits ou des abonnements à un tarif substantiellement réduit, mais il faut s'assurer de penser à la stratégie à long terme. Si vous offrez des tarifs

publicitaires moins élevés, les annonceurs les tiendront-ils pour acquis à l'avenir? Aurez-vous de la difficulté à convaincre les abonnés de payer un tarif plus élevé par la suite? Faites preuve de prudence à l'égard des solutions faciles.

### **N'HÉSITÉZ PAS À SAISIR LES OCCASIONS**

Vous avez observé une croissance importante du nombre de personnes qui vous suivent sur Twitter? Comment pouvez-vous nourrir davantage vos liens avec elles? Pouvez-vous mener des campagnes d'abonnement auprès d'elles? Devriez-vous vous centrer davantage sur Twitter et moins sur d'autres réseaux sociaux où la croissance laisse à désirer? Le respect rigoureux d'un plan d'affaires est important, mais l'art de savoir s'adapter et de profiter des occasions qui se présentent devrait également être prioritaire.

### **PASSEZ VOTRE PLAN DE CONTENU EN REVUE**

À quel contenu les lecteurs réagissent-ils? À quoi semblent-ils moins réagir? Votre mission et votre philosophie de contenu sont-elles claires, et est-ce que tous ceux qui participent à la préparation du magazine sont animés par la même philosophie? Quel est le rapport publicité/contenu de votre magazine? Faites souvent le point avec votre personnel et vos bénévoles qui travaillent à la préparation du contenu et de la conception visuelle. La première année de publication est exigeante et il est important de veiller à ce que tous les membres de l'équipe se sentent appuyés et aient les ressources dont ils ont besoin pour produire le magazine.

### **ENTRETENEZ ET FAITES CROÎTRE LA COMMUNAUTÉ DES LECTEURS DE VOTRE MAGAZINE**

Votre magazine n'a peut-être pas un gros budget de marketing au cours de sa première année d'activité, mais il y a des façons abordables et sympathiques de faire croître votre bassin de lecteurs (campagnes de médias sociaux, campagnes «deux-pour-un» avec d'autres magazines, projets de diffusion en ligne, par exemple). Assurez-vous d'avoir également un plan de rétention de vos lecteurs. Il est beaucoup plus économique de conserver un lecteur existant que de constamment être en quête de nouveaux lecteurs. Faites un suivi de toutes vos campagnes afin de savoir ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Utilisez cette information pour préparer vos plans de marketing futurs et prendre vos décisions.

### **N'ESSAYEZ PAS DE TOUT FAIRE À LA FOIS**

Oh! Nous avons besoin d'une infolettre! Oh! Nous avons besoin d'une série d'événements! Oh! Nous devons lancer un concours littéraire! Si vous essayez de mettre en œuvre tous les plans et idées qui vous viennent à l'esprit, vous serez dépassé et vous vous épuiserez. Il est préférable de commencer modestement pour ensuite progresser que de tout essayer et entreprendre pendant la première année. Maintenez une liste d'idées afin que, le moment venu de planifier et d'établir une stratégie, vous ayez une liste en main pour entreprendre votre travail.

### **ÉTABLISSEZ DES PARTENARIATS AVEC D'AUTRES MAGAZINES ET DES ORGANISMES ANIMÉS DU MÊME ESPRIT POUR VOUS FAIRE CONNAÎTRE**

Établissez des partenariats avec d'autres magazines et des organismes animés du même esprit pour vous faire connaître.

### **FAITES PREUVE DE RÉALISME EN MATIÈRE DE FINANCEMENT**

Êtes-vous admissible à de nouvelles sources de revenus ou de financement maintenant que votre magazine a publié du contenu et que votre entreprise est sur pied et opérationnelle? Ne tenez pas pour acquis que vous obtiendrez du financement par subvention. Votre magazine est-il admissible à du financement par subvention? A-t-il l'auditoire ou le créneau pour attirer des annonceurs? Avez-vous un auditoire pour appuyer votre magazine? Il est à souhaiter que vous ayez soulevé ces questions au moment de la préparation de votre plan d'affaires, mais maintenant que votre magazine a commencé à être publié, le moment est bien choisi pour soulever à nouveau ces questions. Peut-être n'aimerez-vous pas les réponses à ces questions (et vous devrez peut-être approfondir vos recherches), mais vous devez les poser.

### **COMMENCEZ À VOUS INTERROGER SUR CE QUI PERMETTRA À VOTRE MAGAZINE DE PASSER AU NIVEAU SUIVANT**

Si vous souhaitez faire croître le bassin d'annonceurs de votre magazine, assurez-vous d'avoir un plan pour recruter de nouveaux lecteurs et abonnés, afin de retenir l'attention (et le portefeuille) des annonceurs. Si vous souhaitez augmenter votre diffusion pour être admissible à du financement, assurez-vous d'avoir un plan pour atteindre votre objectif. Une fois que vous aurez traversé

---

la première année, vous pourrez commencer à planifier l'avenir.

**ACCEPTÉZ LE FAIT QUE *LE DIABLE S'HABILLE EN PRADA EST UN PUR MENSONGE***

La publication d'un magazine n'est pas prestigieuse. Si vous n'attachez d'importance qu'aux aspects amusants de la préparation d'un magazine, vous n'aurez pas de succès. La publication d'un magazine comporte son lot de timbres à coller et de mises à jour aux bases de données et de corrections de virgules mal placées. Au cours de votre première année, vous ne ferez probablement pas de profits. Gardez cela à l'esprit et soyez réaliste. Une des raisons de l'échec de certains magazines est le manque de réalisme de l'équipe. Enfin, tirez des leçons de vos erreurs, mais ne les laissez pas vous décourager (une règle qui s'applique à la vie en général).

