

# Table des matières

<b>Introduction</b> .....	<b>1</b>
<b>Les ventes en ligne</b> .....	<b>3</b>
<b>Les librairies virtuelles en France</b> .....	<b>4</b>
Amazon.fr .....	5
Fnac.com .....	7
Alapage.com .....	9
<b>Les sites transactionnels en France</b> .....	<b>12</b>
<b>Vendre à partir de son site en France</b> .....	<b>13</b>
Attirer des visiteurs sur son site .....	13
Partir de son cœur de métier et de ses marchés propres .....	13
Travailler le référencement de son site Web .....	13
Augmenter sa « popularité » .....	14
Construire un réseau de partenaires de la même « Net-Tribu » .....	15
Échanger ou offrir du contenu .....	15
Favoriser l'achat sur le site .....	16
<b>Vendre sans site transactionnel</b> .....	<b>16</b>
<b>La vente par correspondance</b> .....	<b>18</b>
<b>Les clubs de livre</b> .....	<b>18</b>
France Loisirs .....	18
Le Grand Livre du Mois .....	20
Sélection du Livre/Sélection du Reader's Digest .....	21
Maxi-livres/Succès du Livre .....	22
<b>Le marketing direct : toucher ses lecteurs</b> .....	<b>23</b>
Le publipostage .....	24
Le couponnage .....	28
<b>La vente aux collectivités</b> .....	<b>30</b>
<b>Trouver les partenaires des ventes directes</b> .....	<b>32</b>
<b>Les relations de presse</b> .....	<b>32</b>
<b>La publicité</b> .....	<b>34</b>
<b>Les congrès et salons</b> .....	<b>34</b>
<b>Les prestataires du publipostage</b> .....	<b>35</b>
<b>Un partenaire et un label</b> .....	<b>35</b>
<b>Conclusion</b> .....	<b>37</b>
<b>Les références, adresses, sites Web</b> .....	<b>39</b>
<b>Remerciements</b> .....	<b>43</b>
<b>Notice biographique</b> .....	<b>44</b>

