

Seminario Internacional para Editores y Libreros

DIRIGIR LA LIBRERÍA

9 y 10 de abril, 2007, de las 9 a las 13 horas
y de las 15 a las 18 horas

Romano Montroni

*Autor de Vender el alma. El oficio
de librero y ex director de la cadena
de librerías Feltrinelli*

Patrocinadores



Presentación

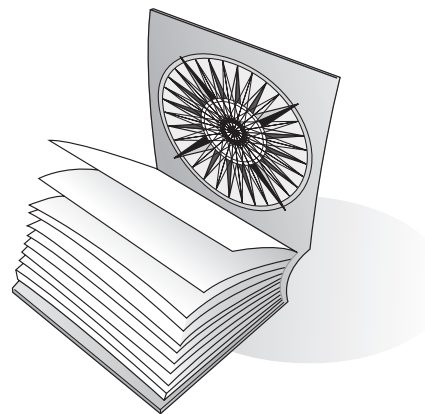
Cada librería es única. Lo es no sólo por su ubicación o por el público que la visita, sino por la orientación que le da el librero, sea el dueño del negocio o el responsable de la sucursal. Elegir la dirección por la que avanzará la librería debe ser un acto consciente, deliberado y no meramente circunstancial, en el que las funciones operativas —como la elección del surtido o el entrenamiento del personal— contribuyan a alcanzar los propósitos culturales de la empresa sobre sólidas bases económicas.

Este seminario ofrecerá a los asistentes elementos prácticos para ejercer la dirección de la librería. Se centrará en dos aspectos cruciales: la gestión de la identidad y el manejo del personal. Mediante una presentación dinámica, basada en ejemplos reales y con pro-

badas técnicas de exposición, Romano Montroni compartirá con los profesionales que asistan su experiencia de más de cuatro décadas en la cadena de librerías más importante de Italia, así como sus recientes esfuerzos por crear una red acorde con el comportamiento del consumidor de hoy.

Con este seminario, Libreria y el Fondo de Cultura Económica, coeditores de la colección Libros sobre Libros, ratifican su compromiso con la capacitación profesional del sector, tal como han hecho en los anteriores seminarios:

- 2003: Marketing editorial
- 2004: La librería y sus clientes
- 2005: La gestión del catálogo
- 2006: Diseño de librerías



Quién debe asistir

- Directores y gerentes generales de librerías
- Compradores y encargados de sección de librerías
- Arquitectos, diseñadores gráficos e industriales
- Directores y gerentes comerciales y de marketing de editoriales
- Y todo aquel interesado en el mundo del libro

Programa

Lunes 9 Gestión de la identidad

La identidad comercial es a un negocio lo que la personalidad a un ser humano: es algo que lo define y lo distingue; si se concibe como algo más que una mera fachada, la identidad es reflejo de lo que uno realmente es. En esta jornada se señalarán los factores clave que identifican a la librería, como la elección de su nombre y, más importante, de su imagen. Ésta se logra, por supuesto, con el manejo de logotipo y demás señales corporativas, pero en un nivel más profundo mediante la conformación del surtido: al elegir lo que ofrecerá al público, el librero traza la dirección por la que se moverá el negocio. Así, en esta jornada se revisará el impacto de la selección y el control de las existencias, así como los métodos de exhibición y merchandising, con el objetivo de producir una identidad convincente y rentable.

Martes 10 Manejo del personal

Toda organización es, antes que nada, un grupo de personas que trabajan con un fin común. En la librería, quienes atienden a los compradores tienen una responsabilidad delicadísima, pues son a la vez la cara visible de la empresa y quienes deben interpretar los gustos y necesidades del consumidor. Esta sesión se dedicará a definir las funciones del personal y a ofrecer opciones para lograr un eficaz trabajo en equipo. También se abordarán aspectos como la selección de los libreros, su motivación, su entrenamiento para alcanzar un desempeño adecuado, en el que se equilibren la satisfacción profesional y una productividad óptima. Se rematará la jornada presentando una propuesta del mejor perfil para un director de librería.

Seminario Internacional para Editores y Libreros

DIRIGIR LA LIBRERÍA

9 y 10 de abril, 2007, de las 9 a las 13 horas
y de las 15 a las 18 horas

Romano Montroni
*Autor de Vender el alma. El oficio
de librero y ex director de la cadena
de librerías Feltrinelli*

Patrocinadores



Cuota de inscripción

\$5 000 por persona

- Descuento por inscripción anticipada (antes del 23 de marzo): 15 por ciento
- Descuento por inscripción grupal (3 o más personas de la misma empresa): 10 por ciento
- Descuento a miembros de la Asociación de Libreros Mexicanos: 5 por ciento
- Los descuentos son acumulables
- Este precio no incluye IVA
- Comida (ambos días) y servicio de café
- Diploma de participación
- Incluye un ejemplar de *Vender el alma. El oficio de librero* de Romano Montroni

Cupo limitado a 60 personas

Fechas y horario

9 y 10 de abril, 2007, de las 9 a las 13 horas
y de las 15 a las 18 horas

Sede

Unidad Cultural Maestro Jesús Silva Herzog, del Fondo de Cultura Económica, Carretera Picacho-Ajusco 227, Bosques del Pedregal, Tlalpan, 14200, México, DF



Registro

1. Nombre _____ Puesto _____
2. Nombre _____ Puesto _____
3. Nombre _____ Puesto _____

Empresa o institución (si se aplica) _____

Dirección _____

Teléfono _____ Correo electrónico _____

La inscripción es transferible a otra persona, notificando a Librería antes del 30 de marzo.

Datos fiscales, en caso de requerir factura (las facturas se entregarán el último día del seminario)

Razón social _____ RFC _____

Dirección fiscal _____

Inscripciones

Contactar a Jesús González, en los teléfonos (52 55) 5335 1213, 14, 42 y 43, o en el correo electrónico seminario@librossobrelibros.com

Formas de pago

Hasta antes del 9 de abril: haga su depósito en la cuenta BBVA Bancomer 0132220385, clabe 012 180 00132220385 8, plaza 001, a nombre de Librería, SA de CV, y envíe el comprobante por fax al (52 55) 5335 1213, 14, 42, 43. Durante el primer día del seminario: únicamente en efectivo. Si cancela antes del 26 de marzo, se reembolsará el 80 por ciento; después de esa fecha no habrá reembolso