

作家李亮携新作《战国争鸣记》亮相北京钟书阁

中国出版传媒商报 近日,80后作家李亮携新作《战国争鸣记》亮相北京钟书阁西单老佛爷店。该书由上海紫焰文化传媒有限公司、华章同人、咪咕阅读联合出品,重庆出版社出版。新书分享会以“诸子百家之墨家与侠文化的起源”为主题,对话《绿林七宗罪》作者三月初七,为现场读者分享其创作《战国争鸣记》前后对诸子百家的研究与思考。

近年来,随着《大秦帝国》《大秦赋》等电视剧的热播,越来越多的人对战国时代的历史产生了极大的兴

趣。为让《战国争鸣记》与众不同,李亮以墨家弟子为主角,结合战国纷争的背景,从百家争鸣的角度重新讲述战国故事。在活动现场,李亮也谈到了用文化悬疑笔法和武侠文风创作《战国争鸣记》的初衷。在李亮看来,百家争鸣给大多数读者留下了“高大上”的印象,认为各家各派的思想主张较为难懂。而他作为一位语文教师,在日常教学中,常常为许多学生面对诸子百家知之甚少,将历史上的文化经典束之高阁而感到遗憾。因此决定将百家争鸣文化与悬疑武侠元素融合进小说,以具有侠义精神的墨家作为《战国争鸣记》的文化内核,通过对故事情节的设计,结合悬疑、武侠的风格,为读者讲述百家争鸣中别开生面的文化悬疑故事,为当下热衷于看悬疑类作品的年轻读者群体提供了解诸子百家的新途径。(江海)

新华文轩成都购书中心“轩阅”战队 服务靠前 多维度获取客户需求



团队档案

战队成员:5位,赖吉山担任业务主任,张涛为业务馆长,张岚和周桃是客服专员,刘晓蓉负责活动策划。

战队特点:这是一支由从业10年以上“老”员工组成的超强战队,从选品、陈列、推荐等方面开展主题出版物发行服务工作。赖吉山负责发行服务的整体工作推进,拟定实施方案与计划,并付诸实施。其余成员从内外客户对接、订单确认、货源组织、送货上门等方面为客户提供专属定制服务。拟定全年阅读服务推广目标和任务,完成后给予专项奖励。



“轩阅”来源于“新华文轩”+“阅读分享”,秉承新华书店优良传统,以传播优秀主题出版物阅读服务为己任,切实有效满足社会公众学习需要,为社会各界学习党史提供充足的精神食粮。2021年是中国共产党成立100周年,为以实际行动迎接党的百年华诞,并以此为契机促进机关单位党员干部、基层群众深化党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史的系统学习,引导党员坚定理想信念、增强“四个意识”,坚定“四个自信”,做到“两个维护”,进一步增强党性,发挥先锋模范作用,新华文轩成都购书中心迅速反应、多面出击。战队以政府机关单位、国有大中型企业为主要目标客户,提供阅读服务一站式解决方案。以队员能力提升为导向,把“走出去,请进来”的阅读运行模式深入每一位队员日常工作中。2021年预计主题出版类图书较2020年将实现10%增长。

第一,全员重视,定制方案,第一时间落实到人。全面落实中共中央党史学习教育精神,认真贯彻习近平总书记发表的“学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行”重要讲话精神,新华文轩成都购书中心将党史学习教育时政读物发行工作列为头等大事,迅速制定了专项宣传发行方案,并召开了发行工作部署会议,全员保持高度政治站位,全

力做好党史学习教育时政读物的宣传学习和使用服务保障工作。

第二,梳理书单、多渠道推送,将信息触达一线。为了最大限度满足干部群众学习需求,“轩阅”战队以“学党史、悟思想、办实事、开新局”为主题梳理一系列党史读物主题书单,供广大党员干部和群众阅读;利用电话、微信等方式,与客户建立良好的沟通互动关系,充分运用自身人脉资源,及时向客户传递图书信息;在新客户拓展上,注重站在客户角度思考问题,做到多维度获取客户需求;在老客户维护上,注重及时更新资料,有效建立持续不断的沟通关系。

第三,推出系列创新性主题活动,在线下彻底燃爆阅读热情。2021年,成都购书中心将以“恰是百年风华,共谱时代征程”为主题开展系列主题活动。如在成都购书中心打造“红色记忆”阅读空间;为机关单位打造专属定制服务方案,以“不忘初心,牢记使命”为主题,为其打造专题书架;为有效推进全民阅读,还将开展“读好一本书”主题阅读活动,点燃广大党员的阅读热情,培育良好的阅读素养。同时,还将邀请全国知名专家到成都开展以“百年辉煌,永续奋斗”为主题的巡礼演讲活动,持续扩大影响力,促进图书发行。

山东新华临沂书城琅琊战队 联销计酬打开“90后”创意脑洞



团队档案

战队成员:8位,包括厉颖、薛冰、王凯瑟、王容、李欣芮、杨金萍、李勤哲、潘琪焜。

战队特点:临沂书城琅琊战队是一支由“90后”组成的年轻战队,他们中以“95后”为主,最小的才刚刚22岁,团队架构包括门店店长、业务主管、市场营销主管以及门店营销策划,他们思维活跃、善于创新,用青春的能量勇往直前。虽然年轻,但是他们的业务能力、执行能力、创造能力却属于同龄人中的佼佼者,这支队伍涵盖了一线销售、门店业务、营销策划、视频剪辑、宣传推广等多岗位人员,有效保障了销售战队有序、高效运营。



临沂书城琅琊战队团队负责人厉颖,为临沂书城小巴士绘本馆馆长,负责绘本馆的各项活动策划以及宣传,主持店内各种签售会、新书发布会。同时,参与店内直播活动与店外销售。曾多次在短视频比赛中获得一等奖。薛冰,临沂书城业务人员,主要负责书城文教、少儿类图书的管理工作,同时监控书城库存、销售等动态数据,进行销售分析,辅助货区管理。王凯瑟,研学活动时光印记体验主讲老师,同时负责文教类图书的日常管理及书城抖音平台、视频号号的运营与管理。王容,负责艺术生活类图书和多元产品的管理及销售,同时负责“临沂新华书店”微信公众号线上平台的管理。李欣芮,负责书城生活艺术类图书及多元产品的管理与销售工作,同时担任研学主讲老师。杨金萍,负责社科货区的日常管理和销售工作,同时负责书城微信公众号宣传策划。李勤哲,负责少儿类图书日常管理和销售工作。潘琪焜,负责琅琊书吧日常工作的开展与销售,同时负责店内活动的拍摄和活动宣传。

后疫情时代,人们的生活习惯、消费习惯已经发生改变,实体店客流量减少直接造成门店销售的大幅下滑。在这种情况下,临沂书城由“90后”担当主力军的琅琊战队发挥创新意识,坚持店内与店外、线上与线下、图书与非书、传统营销与现代营销并重的营销思路,将销售与个人绩效相挂钩,严格实施联销计酬。

一是走进来,全员参与营销。将主题出版销售与“五项竞赛活动”相结合,打造党政

读物主题展会,组织人员对重点图书进行美陈,要求全员参与到主题出版销售中,为到店读者提供优质服务。如打造专台、在店内收款台、门口等重要位置设立海报立牌,同时制作专题书单宣传手册用于店内店外的宣传工作。

二是走出去,寻求深度合作。今年是主题出版大年,临沂书城结合党政出版物发行特色,深挖本地市场,切实做好党政读物发行工作。首先,临沂书城与一些金融企业联合开展党史知识问答竞赛,通过竞赛活动一方面宣传党史知识,一方面与他们建立更加密切的联系。其次,积极与当地党史学习教育领导小组对接,第一时间向全体员工传达党史文件发行工作的最新动态。再次,严格实行网格化管理,确保市区各单位全覆盖。临沂书城组织和发动全体员工深入各机关和企事业单位等开展征订,对于表现突出的员工给予一定物质奖励。最后,除可以提供红色文化定制产品外,临沂书城还根据单位实际情况为合作单位提供书架设计、空间氛围感打造等服务。

三是线上线下同步联动。为全方位满足读者需求,临沂书城战队多面出击,在线下门店营造场景之余,还在线上为读者提供多元服务。一方面借助微信公众号、视频号发送推文、短视频进一步扩大宣传范围,让更多单位了解图书发行信息;另一方面,为满足读者线上购书需要,临沂书城借助一直播、看点直播、抖音直播等线上平台进行直播荐书,线上开展党史知识有奖问答活动、分享党史知识。

2021年是主题出版大年,对于发行渠道尤其是实体书店来说,主题出版图书的销售尤为重要,无论是选品还是营销都要重点统筹、设计。为此,中国出版传媒商报特别推出“渠道百强团队”之“2021主题出版销售战队”推选活动,挖掘和点亮品牌战队的推广营销、选品备货举措,在助推好书走向更多读者的同时,向业界推荐优秀的销售团队。

「渠道百强团队巡展」(一) 主题出版物销售 我们这样做

中国出版传媒商报专题报道组

合肥新华书店三孝口店 以丰厚激励力促党建图书发行创新



团队档案

战队成员:4位,焦长钢,团购部主管;袁芬,业务部主管;朱艺、刘艾纯,团购部职员。

战队特点:一是内外结合、分工明确。根据党建图书发行团队小组每个人的性格特点以及业务特长,划分明确的工作职责,团队内部分工协作、内外结合,大大提升了党建图书发行工作效率。二是乐于沟通、善于总结。党建图书发行的过程中,经常会出现各种未知因素,面临诸如要货特别急、订单送货量特别大以及由于客户需求变化、上游货源到货不及时等各种未知的挑战和困难。团队在结束一天工作后,会针对出现的问题进行复盘,总结经验。团队每周定期举行周例会,总结并做好下周工作规划。良好的沟通和有效的总结使得该店党建图书发行工作越来越顺畅,越来越高效。

合肥新华书店三孝口店党建图书发行战队四位同志分工明确,焦长钢作为老同志阅历丰富、善于言谈,负责外出拜访,拓展客户资源;袁芬综合业务能力较强,统筹协调能力出色,负责职工书屋等重点项目的接洽和执行;朱艺心思细腻,账目和档案管理能力强,负责管理团购账目以及订单的配送规划;刘艾纯对党建图书请配、组织专业能力较强,负责对接出版社、采购进行货源组织,把控党建图书库存量。发行团队直接归属店长室管理,同时依托业务部、物业部等其他职能部门,在产品组织、物流配送、人员安排等多个方面形成合力,打造了多位一体、高度统一的党建图书发行运营模式。行政架构较为简洁,扁平化的管理带来的是工作效率的极大提升。

对于繁重的党建图书发行任务,合肥新华书店三孝口店为提高发行效率,对于战队提供了较为丰厚的激励措施。首先将党建图书发行量纳入团队绩效考核,发行量直接影响收入。其次,按照安徽新华发行集团党建图书发行任务量的奖励兑现标准,按时按量发放发行奖励,用激励为发行工作注入动力。另外,书店还将党建图书发行任务完成情况与年底评优等考核挂钩,用荣誉驱动团队。

根据党建图书往年的发行情况及今年的预算要求,合肥新华书店三孝口店党建图书发行战队的销售目标为

500万码洋。为完成这一目标,在书店店长的领导下,党建图书发行小组制定了店内店外相结合的营销策略。一是店内重点陈列,守住到店客户。利用重点党建图书码堆、党建区域场景化重点打造等吸引到店客流,接待好到店选购的企事业单位客户,做到到店客户不流失,维护好到店客户,寻求更多的订单达成可能性。二是店外重点拜访,拓展外部客户。团队进行客户档案资料梳理,划分客户层级,提高重点客户拜访频次,利用宣传页、H5、朋友圈推文等宣传手段积极进行征订宣传,努力拓展外部客户。三是重点项目重点推进,集中力量办大事。对于职工书屋等重点项目优先推进,力图形成专业服务、用心服务的口碑,提升三孝口店在企事业单位中的影响力,再通过主动出击,谋求更多大项目的合作。

同时,为在激烈的市场竞争中,抢占重点党建图书发行市场的先机,合肥新华书店三孝口店党建图书发行团队从单纯的单页宣传变为公众号、H5、短视频等多渠道宣传党建图书,扩大宣传覆盖面和宣传的影响力,确保重点图书宣传及时有效;利用数据分析从购买频次、数量、金额、单位党员数量、行政级别等多方面划分客户层级,为客户拜访的规划提供指引,提升拜访成交率,进一步提升党建读物发行效率。

云南普洱新华思茅书城营销战队 细致划分“贴近”服务赢得市场



团队档案

战队成员:8位,杨雨燕瑶,云南思茅书城营销主管。宋坤怡,营销团队成员,擅长图书造型设计、POP设计以及少儿活动主持。宋玲钰,营销团队成员。陈燕,营销团队成员。付源,负责思茅书城对外市场开发业务。刘婉云,参与创立“童心童语”“我是小店员”等品牌营销活动,POP设计能手。柏瑞琪,文品柜柜长、POP设计能手。师川,U品咖啡销售员、营销小组造型陈列组长。童云波,社科文艺柜柜组长。

战队特点:思茅书城营销战队是一支具有活力、创新力的队伍,战队成员涉及各个不同的柜组,专业领域各有不同,在开展活动时能够顾全各方面的要求,营销活动开展涉及面广,每年都能通过营销活动为公司创造一定收益,有效增强了书城的社会影响力。

活动细致划分,激励政策激活员工积极性。在思茅书城,一场营销活动分为卖场陈列和店内外活动两大部分。杨雨燕瑶对营销活动安排、策划、监督及对店内外活动进行统一的统筹和对接。其中,卖场陈列包括陈列管理和POP设计。卖场陈列管理及造型指导由师川负责,柏瑞琪、刘婉云则负责卖场POP设计。店内外活动包括店内活动策划和店外活动策划,宋玲钰和宋坤怡是卖场日常活动组长,负责卖场活动的顺利开展、策划以及店外活动的主持、协调,陈燕和童云波则负责卖场活动的顺利开展、主持等工作,付源负责对接店外活动及店内外活动主持。

就具体的活动流程来说,在重大节点以及接到单位开展活动前一个月或前一周(根据活动重要程度而定),营销小组将举办专题会议,策划具体的实施方案。根据方案中的人员分工,每名队员进行活动物料准备。活动开展前两天再次组织小组成员开会,细化活动流程,交流各部物料准备情况,落实活动进度,保证活动顺利完成。活动当天,营销团队成员相互配合,拍照留档并做好台账登记活动后及时填写营销活动总结与总结,并对整场活动作出评价,提出相关改进意见。

为激励员工,书城也实施了多种举措,如由营销主管登记每人每月参与活动情况(包括场次、参与人数、收益),每月定时报给主管领导,主管领导根据相

关情况对营销团队中个人进行当月绩效考核。此外,在书城中因图书大类及分工分为各个小组,根据各小组一整年的工作情况,在年终时有优秀团队评选活动,激励每个员工的工作积极性。

借力建党百年,走出去实现营销外扩。今年,为迎接中国共产党建党百年,普洱新华书店思茅分公司从3月开始,即开展了全方位的营销,线上线下融合、店内店外联动,与各企事业单位之间开展好相关工作。活动形式包括线上线下开展献礼建党100周年图书主题展、建党100周年主题党日活动、党建知识竞赛、开展“党史”讲座、征集建党100周年祝福、开展“永远跟党走——开天辟地 辉煌征程”主题摄影等。今年3月~12月,思茅书城计划每月邀请一家企事业单位到书城开展建党百年相关

活动,期间减免单位活动包场费。此外,普洱市新华书店还与当地政府争取图书发文,确定重点学习材料,预计两项活动可带来销售增长7.7万元。

在普洱市委的支持下,普洱市委组织部要求全市1000多个点建设云岭先锋组工书架。借此机遇,普洱市新华书店积极与市委领导沟通、联系,争取使该项目成为营销团队的努力点和销售的增长点。

普洱市新华书店还将充分利用农家书屋资源优势,发挥农家书屋惠民工作的作用,计划将建党百年活动延伸至乡村,开展“书屋伴我成长”主题征文活动和“书屋伴我成长”主题演讲比赛。营造浓厚的活动氛围,从城市辐射农村,借此活动牢牢把握住乡村市场。

(下转第71版)