

华文社《日新集》展现师友笔下阎崇年

中国出版传媒商报讯 4月10日,由华文出版社和北京市社会科学院联合主办的《日新集:师友笔下阎崇年》出版座谈会暨阎崇年先生友朋雅集在北京远集坊举行。全国政协文化文史和学习委员会副主任、中国版权协会理事长阎晓宏,中国出版集团党组成员、中国出版传媒股份有限公司总经理李岩等出席。会议由华文出版社社长宋志军主持。阎晓宏表示,创办远集坊的初衷,是希望将富有时代精神的真知灼见,通过传统媒体和新媒体最大限度地进行传播。作为首期主讲嘉宾,阎崇年以思考了20多年的“赫图阿拉之问”为主要内容,以生动的语言传递富有逻辑性的深刻思考,用他独特的人格魅力和号召力,实现了远集坊的开门红。

江苏凤凰新华书店集团宿迁分公司营销战队 积极拓展学校资源开拓党史学习新方法



团队档案

战队档案:6人,包括大客户部经理苏慧敏,负责公司大中专、中职业院校教材销售服务、机关企事业单位重点政治图书推荐征订、图书馆招投标等。大客户部发行员沈淳,负责大中专院校教材销售工作,图书馆图书加工配送,机关和各企事业单位政治读物发行;发行员张开远,负责宿迁各中职业院校教材发行、各机关单位图书征订与配送等。宿迁书城值班经理袁满、马云,西湖路店值班经理苗雷,负责各自门店各项日常事务。

战队特点:由大客户部和连锁拓展部抽调精英强将共同组成,有活力、爱学习、勇拼搏、善创新,互补互助,精诚合作。

宿迁新华书店大客户营销团队的6名员工,既有经验丰富的老销售,也有年轻有为的后起之秀,各有分工,多方位做好主题图书发行工作,满足本地区党政机关干部职工以及广大市民学习需求,真正发挥新华书店精神文明建设窗口及主渠道作用。

2月20日,党史学习教育大会在北京召开,习近平总书记出席会议并发表重要讲话:“全党同志要做到学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行,学党史、悟思想、办实事、开新局。在庆祝我们党百年华诞的重大时刻,在“两个一百年”奋斗目标历史交汇的关键节点,在全党集中开展党史学习教育,正当其时,十分必要。”

制定方案做好主题出版物销售。为响应中央精神,宿迁新华书店积极做好党史教育类图书的发行工作,团队围绕党史教育类图书专门制定宣传推广方案。

首先以门店为宣传阵地做好主题展台,对重点图书《论中国共产党历史》《中国共产党简史》《毛泽东邓小平江泽民胡锦涛关于中国共产党历史论述摘编》《习近平新时代中国特色社会主义思想学习问答》进行花样码堆摆放;张贴海报和悬挂横幅突出展示效果。

其次,以网站、抖音、微信、宿迁本地媒体、政务APP等为平台,对重点图书进行视频宣传推荐,提高党史教育类图书社会宣传推广的影响力。

第三,争取本地宣传部门的政策支持,配合宣传部门开展理论中心组学习党史的

活动;联系当地组织部门,配合组织部门开展的“领导干部大讲堂”,以邀请专家讲座的模式把对党史教育图书的学习培训纳入其中,通过自上而下的学习深入推进党史教育图书在各级机关单位中的使用;联系本地干部学院、各级党校,开展党史专题培训活动,推进相关图书在各类人群中的学习使用;利用渠道优势,联系教育主管部门,在当地小学、中学、大中专及职业院校中推广党史教育图书,广泛开展“党史教育征文活动”以及“党史教育演讲比赛”、“我讲党史故事”等相关活动;主动上门联系企事业单位职工书屋、公共图书馆、学校图书馆、社区图书馆、农家书屋等,争取做强做大“党史教育图书学习专架”项目。通过过门店零售及大客户部机关团体销售,2021年,宿迁新华书店预计销售党史教育类图书16万册,码洋500万。

扩充渠道,引入新理念。2021年,宿迁新华书店的主题出版类图书的发行工作除以往以党政机关、企事业单位为销售主体的常规渠道外,还将积极拓展学校资源,扩充青少年读者群体。如通过与教育主管部门合作,在校园内开展“党史主题阅读活动”等,书店还计划开展红色革命圣地研学活动,采用“党史教育+研学活动”的模式,通过实地社会实践和沉浸式阅读体验,升华活动主旨,引领青少年学习党的光辉历史,从百年历程中传承红色基因,通过一系列创新,进一步促进主题出版物的销售。

桂林市新华书店主题出版物销售团队 加强资源整合能力 借力营销挖掘市场潜力

2021年桂林市新华书店主题出版物销售目标是同比去年实现销售任务翻倍。书店将年度销售计划进行任务分解,使零售和团购业务各有侧重,着重发力。围绕中国共产党成立100周年,桂林新华以“学党史、感党恩、跟党走”为主题,对重点出版物进行了主题营销策划,重点挑选《论中国共产党历史》《中国共产党简史》《习近平新时代中国特色社会主义思想学习问答》《毛泽东邓小平江泽民胡锦涛关于中国共产党历史论述摘编》作为党建必读图书重点策划推荐。

“线上+线下”加强图书信息传递与宣传。发挥新华书店党的重要宣传思想文化主阵地作用,今年,桂林新华重点加强了党史学习图书的宣传力度,通过传统与新媒体营销相结合的方式,把主题出版物的有关信息传递给读者和目标单位,引起读者关注,从而促进销售增长。一是将党建图书推荐和红色教育活动融入门店传统营销中,开展主题策划活动。在桂林书城策划了以“书海情深绽放 喜迎建党一百周年”为主题的党建图书“花式码堆”重点陈列展销活动,同时通过书城室内大型电子屏实时更新、轮动播放,开展最新的党建图书主题营销宣传,为建党百年提前预热,并吸引主流媒体报道和转发。二是将新媒体营销作为党建图书宣传的催化剂,开展线上主题营销策划活动。通过微信公众号、微视频、直播号等加强线上营销,以主播荐书、新书分享、线上读书会等,助推线上、线下的融合和转化,加强在桂林市新华书店公众号上的营销宣传策划,推送党政重点图书宣传推文,积极开展全媒体营销战略,助力党建图书销售。三是制作党史学习教育指定书目宣传单



团队档案

团队成员:4人,队长为桂林书城副经理刘龙友,队员包括楼层主管李升、团购外联首席执行官秦燕、新媒体运营首席执行官杨度。

团队特点:团队聚集有趣且优秀的灵魂,擦出团队火花;择善而从、取长补短,经验与创新交融,活力与才能兼具;为了同一个目标、共同的理想高效协作,把想法转化成行动,善总结、勇突破。

和征订单,挖掘重点客户,通过微信、电话、上门拜访等方式主动推荐征订信息,深入到政府、党政机关、企事业单位、工矿企业、学校等开展宣传推广工作。

“店内+店外”深入开展党史主题学习。首先,开展党史书画展主题营销活动。桂林新华与桂林市老年书画协会、桂林市机关书法家协会共同策划举办“庆祝中国共产党成立100周年优秀书画作品展”,以书言志,以画寄情,从不同的角度

2021年是主题出版大年,对发行渠道尤其是实体店来说,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。

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

抒发对党、祖国、家乡的热爱,得到了广大参展读者的热烈欢迎,取得了良好的社会效果。其次是举办“红色传经典 书香润初心”党史图书进基层主题活动,传承红色基因精神,将更多优秀图书送达读者手中,有效延伸文化惠民的触角,扎实推进全民阅读活动进农村、进社区、进校园、进军营、进企业、进机关、进家庭,使党史学习教育走“新”更走“心”。三是举办红色书籍作者座谈会。书店开拓思路,与各种资源、渠道进行深度融合,加强对资源的整合能力,借助其他力量丰富营销内容,提升影响力,产生“一加一大于二”的效果;针对不同读者对象,无偿开设党建图书宣传讲座活动,提供多样化服务产品,深度挖掘党建图书的市场潜力。四是联合相关部门结合党史学习教育,策划开展“万本党史书籍大家送”活动。结合庆祝中国共产党成立百年“感党恩 跟党走”主题活动,为党员赠送1本党史书籍。五是结合党史学习教育开展研学活动,如“重走一段长征路”等。

在激励措施上,桂林新华制定了一系列政策:一是具体工作事项按照职责分工和专业能力确定。二是工作事项独立完成承接和承做的,可以享受工作事项的全部奖励,业务收入计入部门。三是工作事项共同完成,则按比例分享业务收入,分别计入各部门收入。“承接工作事项奖”可获得该项工作事项收入的8%，“承做工作事项奖”可获得该项工作事项收入的5%；“部门利润奖”为30%，其中上半年按15%的提取比例计发部门利润总额，下半年结束后按照30%的提取比例计算，扣除上半年的奖励部分后，计发全年利润奖。

内蒙古新华书店营销战队 双轨并行服务销售 同心多元推进主业



团队档案

战队成员:10位,包括内蒙古新华书店副总经理英春、市场部部长杨文军、书城经理袁艳玲、财务部部长张月慧、物流部部长葛瑞清、业务部主管图娅、策划部主管刘政、策划部主管包白龙、综合办公室主管徐萍、策划部职员刘静怡。

战队特点:内蒙古新华书店主题出版销售战队是来自草原深处的蒙古马战队,我们以优质图书为核心,以营销活动为主线,创新销售思路,开拓潜在市场,双轨并行服务于图书销售,以同心多元的发展格局扎实推进主营业务走深走实,以蒙古马精神书写全民阅读发展新篇章,并将以更加昂扬的斗志在一般图书销售市场中乘风破浪。

构建有机整体,实现全员营销。围绕一般图书营销,内蒙古新华书店以一般图书营销为中心,书城、书房为平台,物流部、财务部为基础支撑,业务部、市场部、策划部充分整合、利用上下游渠道资源,保持社店良好对接,维护并挖掘市场潜力,提供文化阅读服务,形成内外共振的“人、货、场”布局,构建了资源共享、优势互补、术业专攻的有机整体。

在工作中,内蒙古新华书店还实施了主题出版物征订文件及团购激励政策,号召全员营销,对全折销售员工按照比例进行奖励。同时针对重大节点开展营销活动征集,通过活动促成销售大幅增长,按照阶梯比例对员工进行奖励。

精准营销,提前制定营销方案。2021年,在主题出版类图书的营销中,内蒙古新华书店首先要摸清读者对主题出版物的需求,有针对性地开展营销活动。如设立“主题出版物”专架及讲解员,把营销重点调整到线上,探索创新营销模式,多平台多渠道开展宣传。其次,优选资源,选择重点出版社,抓住新媒体营销机遇,整合利用出版社丰富的内容资源、作家资源、阅读推广人资源、折扣资源等,开展主题出版物的多元化活动,增加与读者的互

动,跟进读者需求,做好渠道资源服务和补货工作。第三,打造“主题出版物微课堂”,举办答题比赛等。

2021年,出版单位基于自身特色和专业优势,预计将推出了一系列精品力作,主题出版物市场表现将十分抢眼,内容涉及习近平总书记系列重要讲话精神、党史党建、社会主义核心价值观、中国梦和中国特色社会主义、“一带一路”等领域。结合主题出版物发展趋势,针对丛书的特点,在主题图书的营销方面,内蒙古新华书店主要着眼于三个方面。第一,紧跟行动动态,提前制定营销方案。第二,抓住图书内容、受众等特点,进行多维度立体宣传。第三,将传统媒体和新媒体相结合,利用好新兴媒体的宣传方式,力求最大范围内实现传播效应。

2021年,内蒙古新华书店将运用创新方式,将时下流行的网络平台、科学技术等手段与实体书店的经营模式相结合,促使经营方式转型升级,以读者喜欢的方式进行阅读推广和图书营销。同时要做好市场变化的应对,借助各项文化活动和图书营销活动,将读者引流到实体书店内,成为他们的阅读管家和时尚文化顾问。

福建新华晋江书城营销战队 守好本土阵地 加强联动互助

战队成员:9人,包括队长庄迎丽,队员尤婉媚、陈真真、庄志贤、陈紫璇、黄影婷、李懿婷、王美华、阮孟婕。

战队特点:团队以“为读者找好书,为好书找读者”为服务初心,发扬“三牛”精神,深耕图书销售市场,对内精诚合作,集思广益。不仅术业有专攻、定位清晰,还能在书城“打全场”,做彼此的“最强辅助”。对外联动互助,群策群力,综合业务能力,为店外营销“开疆拓土”。经过团队的不懈努力,晋江新华于营销方面,既保证了传统业务不掉队,又能与时俱进,开拓创新,为书店注入新活力。



福建新华发行(集团)有限责任公司晋江分公司晋江书城营销团队年策划活动近300场,推荐图书品种多样,读者对象覆盖面广,形成了良好的口碑,实现了社会效益和经济效益相统一。

2021年主题出版类图书的营销以党政类图书为重点,晋江书城营销团队通过深入调研本地读者群,加强市场的开发和占有率,提升书店营销的主动性和主导性,打造了特色经营模式。

借力建党百年,做足营销服务。一是保持学习状态。紧密贴合中国共产党建党百年,组织队员实地走访业绩突出特别是党政类图书营销突出的门店,取长补短,探索符合本地实际的营销模式,进一步加强图书推介水平。二是增加联系频率,因机关企事业单位对党政类图书需求较大,平时更为注重搜集归档其图书业务经办人的联系方式,寻找合适契机提高联系频率,尤其在党政类新书出版的第一时间,以电话或邮件等方式向其提供书单,并加强定期走访,提高图书营销的好感度及成交率。三是丰富展台服务。在门店醒目位置设立党政类图书展台,特别是设立建党百年图书

专区,配置专人为读者提供图书推介服务。

深耕本地特色,拓展图书受众。一是守好本土阵地。晋江拥有中小學生20多万名,借力“假期读一本好书”“书香进校园”“海峡阅读测评云平台”等活动,晋江书城深挖学生群体需求,推广红色读本、科普读本等读物,助推校园书香文化建设。二是策划健康专题。通过策划推广健康专题图书,推介涉及生命教育、健康教育,心理疏导等书籍,让晋江书城的营销更接地气,让阅读成为读者的精神慰藉。

加强联动互助,升级多元业态。一是多方携手助力销售。积极与其它商家、银行、供应商、物流探索合作模式,晋江书城将以积分互利、满减折扣、开展讲座等方式吸引读者购书消费;借助直播平台,微信读者群开展秒杀、新产品推荐等活动,提高图书带货率;对线上服务、线下体验以及现代物流进行融合探究,迎接零售新模式。二是多元业态延伸服务。未来,晋江书城将引进更多专业的机构,开展文艺或学科培训。此外,还将引进富有闽南特色或传统文化的文创产品,提升门店的品位和内涵,努力打造成为区域文化地标。