

(上接第17版)

实体书店非书品经营观察

三大举措做好实体书店非书品销售

为实现非书品销售增长,实体书店一是与图书捆绑销售。二是加大线上营销力度,如社群团队、直播推介等。三是注重与当地的企事业单位联合,以轻资产、低成本的方式实现最大化收益。四是加强员工培训,实现专业化经营。

捆绑销售力求“1+1>2”。为实现非书品经营破局,不少书店将非书品与图书捆绑销售。如广东梅州江南购书中心在“开学季期间,开展买满99元教辅图书送学生书套”“购买指定非书产品和图书满3件享折扣优惠”等活动。

福建新华发行集团厦门分公司中山新华图书城通过精选图书与非书品,在春节期间首次推出新春福袋。海南凤凰新华出版发行有限责任公司解放路书城开展了春季教辅抽乐活动,购书满一定金额可进行抽奖获得非书品活动价购买资格,联动非书品折扣促销及品牌推广等。山西图书大厦将非书品与图书产品组合进行销售,读者图书购买满额得赠礼或加购得非书品等。

与企事业单位联合降本增效。福建新华发行集团厦门分公司中山新华图书城一是联合厦门思明区图

书馆举办科学小侦探剧本杀活动,打造了图书+多元活动的模式。二是与厦门国贸研学教育管理有限公司签订战略合作协议,多次联合到国贸研学基地开展研学项目。三是与沧江研学达成战略合作协议,共同招募读者到中山阅埕书店开展“店长体验馆”活动。四是先后与福建希平学校、五缘第二实验小学、厦门市公安局合作,销售多元产品。五是与八适客厅民宿及兄弟分公司(武平分公司、建阳分公司)达成战略合作协议,作为中盘商开展非书品销售,实现销售上万元。六是将闽南文化元素延伸为闽南非遗手工课堂,并进入社区开展相关活动。黑龙江牡丹江市新华书店以“节日活动+传统文化”的经营模式拓展非书品经营,配合当地政府打造“解放印巷”百年老街的号召,联合举办百年老街文化主题游园会活动,并销售多元文创产品。此外,该店还推进文化商品销售与文化主题服务相互融合,通过“书店+传统文化”“书店+共享自习”“书店+艺术团建(定制服务)”“书店+研学服务”等模式,以文化互动为载体开展销售。

发力线上拓展销售渠道。实体书店在线上发力,建立微信群、推出线上小程序等,这一尝试也拓宽了非书品经营的销售路径。广东梅州江南购书中心在非书品经营中不断拓展线上渠道销售,通过广东新华开发、公司自营的“通读在线”小程序平台,开展包括预

订、赠券、拼团等各种线上引流促销活动,并持续拓展企业微信顾客群规模,通过“平台+社群营销”的模式,加大线上渠道的营销推广。河北邯郸市新华书店在非书品经营中,不断学习运用新媒体营销,通过抖音、视频号、爱逛直播、小红书、快手等,实现了“直播+宣传+销售”的多维结合。此外,如海南凤凰新华解放路书城、文化广场店等,也加强了非书品经营的线上拓展。

加强员工培训发力专业化经营。为更好地开展非书品经营,不少书店一方面体系化推动,开启了团队经营模式,另一方面还邀请培训师开展相关培训,并驻场跟班学习。如海南凤凰新华每个季度在线上或线下安排非书产品销售培训。云南昆明新华书店连锁有限公司东川分公司针对非书品经营项目,选派人员到厂家跟班学习、学习产品推荐、产品技术性能,并针对引进的项目,定向招聘专业的技术人员。黑龙江牡丹江市新华书店在非书品人才培养中,鼓励销售人员到其他优秀门店实地调研,学习、引进好经验、好办法。福建新华发行集团厦门分公司中山新华图书城积极引导新进员工了解卖场多元产品,学习熟悉多元流程。还以中山阅埕为基地,不断培养人才壮大多元队伍,不仅向分公司输送多元人才从事招商工作,还向集团输送人才负责新店的多项项目。山西图书大厦在原有百新文具部的基础上成立了非书经营部,并开展大量的培训,以促进员工快速成长。广东台山润华书城成立了专业营销团队,并积极参与广东新华组织多种非书商品销售及经营培训。陕西嘉汇汉唐书城针对非书品经营,在人才培养方面以打造专业的运营和管理团队为主。

在发力非书品经营的过程中,实体书店管理者既有踩过的坑,也有切身的经验感受。部分实体书店如何开展非书品经营?又有哪些经营心得?且听一线书店人的分享。

发力自营 发挥优势 实现销售增长

■吴子强(广东台山润华书店店长)

近年来,在广东新华带领下,广东台山润华书城的非书经营业绩看好。在非书品经营中,自营项目是书城非书品销售的重要部分。针对书店的非书品自营,我有五方面的感受。

一是陈列布置。热销畅销产品要放在显眼位置,同时要根据市场信息,不断更新产品种类,迎合顾客的消费意愿。**二是控制库存。**书店的团购客户多、销售量大,自营渠道能快速响应客户需求,但也存在一定的风险,如产品销售达不到预期,自营产品无法退货造成库存积压,产生经济损失等。**三是价格优势。**自营项目能根据客户需求

打造“一站式”专业服务综合性书店

■河北邯郸市新华书店有限责任公司相关负责人

创新转型谋发展:多渠道、多货源丰富非书品。作为传统国企,我们努力突破传统贸易的格局,通过建立线上商城、小程序、电子交易平台等,倾力打造一个集选品、定制、活动设计为一体的“一站式”专业服务综合性书店。一是加大VIP服务力度。在竞争日益激烈的背景下,实体书店通过开通VIP服务,加大服务力度,以中高档定位,营建全新的品牌形象。二是打造一支专业的精英团队。在服务方面,书店通过更细致的服务意识培训,进一步提高员工业务技能和综合素质,打造一支专业的精英团队,为广大消费者提供更优质的服务。三是优化发展规划和思路。在服务上和团队优良的情况下,制定经济发展战略规划。根据书店目前的发展现状和所面临的发展瓶颈,通过全面的实地调研,系统认识当前经济发展的现状、特点、宏观和区域发展环境,提出既符合我店经济发展客观规律,又具有改革创新精神的战略思想和举措。同时继续加

全面优化供应链 塑造品牌特色

■陈凌跃(福建新华发行集团厦门分公司中山新华图书城副经理)

中山阅埕作为旅游景区旗舰店,一方面得益于游客不断增长,呈现出蓬勃发展的势头;另一方面,在全域旅游的背景下,也不断面临着如何提升游客体验、拓展新盈利点等压力,如何让游客们在途中欣赏美好的景色,还能购买富有创意有趣的文创产品。消费主体需求的改变,意味着经营者需要具备全品类思维,打破原有业态固化品类思维,多角度多渠道了解市场趋势及变化。书店要不断优化产品,全面优化供应链,重点配置优势资源,强化自有品牌商品,塑造品牌特色,提升消费价值。

一是及时调整文创产品。贴合闽南文化特色,书店不仅引进了厦大文创、安居乐厝、厦门文创冰棒、联邦走马、猫王、小鸟音箱、山卡拉机械党等,还引入了故宫文创、闽南文旅产品等,实现了销售增长。

变坐商为行商 线上线下同时发力

■李培辉(云南昆明新华书店连锁有限公司东川分公司总经理)

经过数年来的持续努力,东川分公司非书品经营从最初的年销售50万元,增长至700万元。在开展非书品经营的过程中,我有两点体会。

提升服务质量,满足客户需求,变坐商为行商。书店管理者一是要合理规划、服务社会、提高员工服务意识,增加员工店外销售额,外联人员和售后服务人员在完成任务的同时,还要培养他们积极主动地维护好客户,调动员工的积极性和主动性,最大限度地满足客户需求,提升新华书店的服务质量,变坐商为行商。二是积极寻求店外合作,与所在区域的单位密切合作,拓展非书品项目,坚持“注重上下沟通,多方配合,相互补台,个性服务”的宗旨,

树立良好的目标意识、服务意识、奉献意识。此外,还要利用党政读物征订的契机走进机关企事业单位,增进与客户的联系,了解需求和建设,满足客户需求。

突出工作亮点,线上线下同时发力寻找商机。东川分公司一是在门店内新引入快乐厨房零食便利店,并全力配合其扩大销售,增加非书品销售。二是充分利用好“政采云”平台,为不熟悉“政采云”的单位提供上门手把手教学服务,不愿意学的单位,书店可代为采购。三是在昆明新华的支持下,东川分公司成为“得力公司线上平台”的示范点,提供为客户采购办公家具、文件柜、茶吧机、厨具、办公用品等服务。

在非书品经营中,我们将紧紧围绕中心任务,始终把社会效益放在首位,以非书品经营打造书店独特品位,以丰富多彩的文化活动营造全民阅读氛围,推动城市文化建设,全力打造城市文化新地标。不仅要全面树立“立足主业、多元发展、丰富大文化内涵”的经营思路,还要积极引入新业态,探索发展新模式,从传统经营走向特色经营,以满足消费者文化需求为最高要求。

不断优化产品类型,满足市场需求。书店的多元经营不是简单销售多元产品,而是要找到与书店经营调性相符的大文化产品。在经营中,山西图书大厦不断扩充非书产品,增加了电子阅读器、铁盒、学习桌、科大讯飞、喜马拉雅产品等,同时也在读者需求和市场的检验中不断调整商品品类。丰富的产品是发力非书品经营的重要要求,读者获取咨询和产品的途径越来越多,如果到店多次无法购买到想要的产品,就会产生失望的情绪。如果书店不能有效吸引和满足读者的需求,消费者就会到其他渠道购买,并降低对书店的期待。对此,我认为应该从两方面发力,一方面要了解读者需求开发新的项目品类,另一方面向读者更多、更好地展示产品。同时,书店还要推出自有文创帆布包、文创书签等。

提供多元服务,拓展书店经营内涵。当下,非书经营早已不仅是产品,还拓展到了无形的服务方面。从主题党日定制活动开始,山西图书大厦利用丰富的红色资源,打造VR党建书房,党建活动在书店里,让更多的企业职工感受到了主题活动的氛围。依托实体空间,山西图书大厦还开展了企业读书会、幼儿园研学等活动。

未来,山西图书大厦将持续打造文化体验中心,成为热爱生活的人内心归属的地方,成为山西真正的美丽书店。

2022年,牡丹江新华书店实现非书品销售52万元。其中,产品销售44万元。目前,书店引入了数码、文具、餐饮、玩具、西点、手作等340余种产品。以书店二楼儿童阅读主题乐园为例,书店立足少年儿童需求,推进“一站式”服务,在陈列展售少儿图书的同时,引进玩具、抓娃娃机、少儿手作、学习机、学生桌椅等业态,并策划了图书讲读、绘本共读、生日会、观影等衍生文化服务。实现销售8万元。

一是改善读者阅读环境。牡丹江新华书店立足新华书店独特红色文化底蕴,打造“一步一景”,营业店堂增添党的百年历程、红色牡丹江、全民阅读等文化展墙,充分结合城市人文和邻近俄罗斯的城市特点为读者营造网红打卡地,让老字号唱响潮流舞曲。

二是推进文化商品销售与文化主题服务相互融合,打造“新华书店·书韵生活美学空间”文化品牌。牡丹江新华书店以文化艺术传承的互动形式,通过公益讲座、体验式沙龙、文艺展演等,向读者分享高质量的、丰富多彩的文化活动。书店创新提出“书店+传统文化”“书店+共享自习”“书店+艺术团建(定制服务)”“书店+研学服务”等经营模式,其中艺术团建定制和研学服务深受政府机关、企事业单位及个人团体好评。书店先后获评牡丹江市“书香政协基地”“人大代表活动基地”等,为不同读者群体提供了家庭阅读、文化体验、陶冶情操的平台和空间。其中,传统文化服务项目深受书店所在的牡丹江西安区委区政府关注。书店以“节日活动+传统文化”经营模式拓展非书品经营范围,适逢西安区打造“解放印巷”百年老街,书店积极响应区委区政府号召,联合举办百年老街文化主题游园会活动,在开展文化活动的同时沿街展售多业态产品,受到各界广泛关注。

下一阶段,牡丹江新华书店将联合市内高校、相关组织共同打造解放印巷戏剧角,以戏剧为载体,构建穿越时空的RPG游戏场景。

持续打造文化体验中心 拓展经营内涵

■刘杰(山西新华书店集团总经理助理、山西图书大厦总经理)

打造「新华书店·书韵生活美学空间」文化品牌

■郝晓坤(黑龙江牡丹江市新华书店总经理)

明确经营核心 创新开展品牌化经营

■罗宝君(广东梅州江南购书中心总经理助理)

发力自营 兼顾线上 优化产品结构

■薛纯如(海南凤凰新华出版发行有限责任公司解放路书城经理)