



发现思想 传播智慧

投稿邮箱:4818208@qq.com 联系人: 孙 珏 微信:kinkimonkey

特别策划

8位营销编辑物料清单大揭秘

P13~14

特训营精编

夏顺华:新型童书服务商产品、运营产业闭环构建
李万强:经营的棋局

P15

专栏

关于图书带货,看达人怎么说?

P16

本期导读

● 工作日志

营销编辑的一天:我们好像没有下班和周末一说

中国出版传媒商报记者 孙珏

作为一个营销编辑,每天都有很多任务需要完成。从他们的工作日志,或许可以一瞥其忙碌且充实的一天。

文通天下的营销总监芦岩,早上开电脑第一件事是看一眼小红书后台,监控笔记带链接的日常销售,然后打开共享文件,看看是否有新书资料存到共享。“如果有就把新书资料拷贝到自己的电脑,整理新书资料,准备媒体资料包。”差不多到10点,她开始着手联系客户,包括媒体关系和豆瓣、小红书约评博主,以及MCN机构的选品人和其他平台合作客户的日常沟通。通常下班前,芦岩会复盘一天的工作进度,归纳客户联系进度。

与芦岩的习惯类似,浦睿文化的哈米早上到公司首先处理前一天的平台订单发货和遗留工作——主要是给博主和媒体发资料,填表格,寄样书等。“回复消息看似不起眼,却会占用大量时间。”比如,哈米联系博主寄样书、写小红书文案、小红书商城上架新书、谈分销带货、写下一本书的营销方案、联系跟进线上线下活动。这些几乎都是在不停沟通中达成的。

要命的是,如果营销编辑没有预留时间给突发事件,很可能会焦躁不堪。“很多活儿是临时冒出来的。”让哈米最头疼的是,一边处理公司内部流程所需文件如合同报销付款、处理平台月度结算、买家消息售后问题……还要写各种加塞的活动资料、榜单资料、书单资料……下班的时候,脑袋已经相当昏沉:“事情真的是太多了。”

营销编辑的任务项庞杂,如何合理安排时间,“重要项、紧急项先处理”是很多人的经验。二十一世纪出版社集团营销编辑周明明会在上午安排公众号回复以及相关奖项报送、物料制作等,这些需要不同环节人审核、填报的工作,涉及签字或盖章,物料设计制作则需要美编协助。“这些事情会安排在上午,留给大家处理的时间相对宽松。”下午,周明明会外出见客户,参与选题会、项目进度会,这种工作需要空出大段时间。

接力出版社营销主理宋新颖也会首先处理紧急且重要的工作任务。比如,参加重点图书的策划会(一般由责任编辑发起,推广部、发行部以及新媒体营销中心都要全员参加),为重点项目制订营销推广策略献计献策。或者参加社内的选题论证会、部门内部每周例行的新媒体矩阵内容策划会等。“营销工作非常琐碎,很多细碎的工作如果不及及时处理,很容易被其他信息淹没。”她会按照 deadline 顺序重点处理重要但不紧急的工作,比如,营销文案、短视频文案、新闻稿、品牌稿的撰写;与媒体、渠道沟通新书信息和宣传推广计划,制订活动策划方案等。伏案工作间隙会穿插一些紧急但不是一级重要的公共事务。

广东人民出版社的营销编辑青弓早上8点半到公司,吃完早餐开始工作。一天的日程只能用满满当当来形容:先把昨天寄书的单号整理到在线寄书表里,作为备份;然后在豆瓣、微博发新书的金句图片及解读,没有提前准备好的就得现做;如果当天是周一,还需查看当当、京东自营店商品的上架情况,如果出现缺货得及时沟通调整;联系小红书博主,联系上了就沟通图书合作;有新书上市就得全平台宣传,发书讯、转发赠书、社群抽奖等;运营豆瓣 Club;在自有平台上与读者互动;整理营销数据;下班前再安排寄书。

与青弓在同一家单位共事的土豆甚至会在通勤路上回复各种渠道发来的需求,好用的工具帮了不少忙。目前,广东人民社万有引力品牌主要运营这四个平台:豆瓣、小红书、公众号、微博,土豆会打开文件传输助手或有道云笔记,逐一落实待办事项。“一般会在有道云笔记上根据图书项目分类汇总工作清单,方便及时跟进。”例如,该社最近在推进《熊廷弼之死》《自我决定的孤独》两本书的推广宣传,安排了线上、线下和播客等多场活动,需要协调作者、嘉宾、责编、社里其他部门、设计师、合作方、直播公司。下午土豆则重点做营销并开拓新资源,联系媒体、书评人、学者,在公众号、抖音、B站等平台留言联系推广新书,下班前整理寄书清单。

下班后的工作远没有结束。土豆会回复读者、达人,并把相关资料转到文件传输助手或有道云笔记备忘,因为达人工作的特殊性——一般晚上比较活跃。在他看来,多线程处理工作以及周六日加班是营销的常态。

8位营销编辑物料清单大揭秘

中国出版传媒商报记者 孙珏

芦岩:编辑要对营销宣传有概念

北京文通天下图书有限公司营销总监

最全营销资料清单有哪些?

说到图书营销资料,营销编辑最头疼的应该是策划编辑或产品经理对自己的书没有规划。如果碰到一个对营销宣传特别有概念的编辑,那真是一件幸事。

《这里是三星堆》在出版之前,编辑把基础媒体资料包交给营销部门,后期随着图书印制出版,更多的资料比如实拍图、小视频、音频介绍、推文等陆续增加,给我们的工作带来不少便利。

因为这套书是公司重点书,所以资料比较完备,包含了图书基本信息、封面(立体和平

面)、详情页、图书上市新闻稿、三种不同风格的推文、各种角度的实拍图、横版竖版的小视频、音频、试读文件、内文插图等。

给渠道达人发资料有什么讲究?

按公司的分工来讲,小红书归营销部负责。给的资料很简单,一般会给合作的博主发详情页长图、实拍样图、图书的基本资料文字版、约评要求,还会有申请笔记样书的登记表。剩余的工作就是由每个博主的对接人跟踪笔记发布情况,同时给博主提供笔记热词指导,获取流量支持。

营销编辑工作技能拓展了哪些?

传统意义上的营销,集中在各媒体平台宣

传、地面活动方面,近两年,我所在的营销部门的主要方向集中在小红书平台上。今年随着小红书平台战略调整,图书推广笔记和销售挂钩,重点工作也向这方面倾斜。年底考核集中在图书笔记的推广数量和可带动的销售数据上,但因为5月刚刚开始做这项工作,具体指标还没有确定。

物料准备过程,如何避免踩坑?

营销资料准备的过程中最重要的就是资料的准确性和完整性。编辑给营销部门之前要经过严格审核校对,不要产生错误,比如错别字、事实性错误等问题。

营销部门是公司对外的窗口,代表着公司的门面,正因为这个原因,通常拿到编辑资料后,我们会进一步检查和校对,保证对外发送资料的准确性和完整性。

卡,因为我们对自己的书会比较了解。

配合达人直播,如果是对谈,则需要准备海报。如果达人自己播,达人在平台发布视频预告即可,我们需要准备社群宣传文案,帮助直播预热,为达人准备直播手卡、样书,讲书视频,帮助达人深入理解产品,然后根据达人需求准备抽奖赠品等。

物料准备过程,如何避免踩坑?

最容易踩坑的地方在于营销文案主题跑偏或不够打动人。我们的解决方案是,与不同的人包括编辑、达人、同事等聊书,观察对方有没有被打动,随时调整方向。

(下转第14版)

鲁焱:准备金句手册用作营销“子弹”

中信童书营销主管

最全营销资料清单有哪些?

我们会用“书籍名+营销方案”来命名物料包。具体来说,比如《看见孩子》的营销,我们准备了基础产品营销文,给电商的产品视频,商品详情页,给达人的讲书视频。根据该书特性,《看见孩子》是一本金句很多的家教书,在营销前置过程中,我们发现书中很多亮点可以在家长中引起共鸣,所以还准备了一份金句手册,用作内容营销的“子弹”。此外,该书是一本引进版图书,我们根据实际需求,列出中国家长关注的问题,邀请国外作者进行视频录制,用作小红书传播,迎合社会热点话题进行剪辑、发酵内容,产生爆款效应。

给渠道达人发资料有什么讲究?

如《小兔子学沟通》这本书,针对渠道端,我们根据不同渠道特性及其用户特点,制作了各类营销物料。

针对传统电商,用户在选书时比较重视其他用户的评价,我们就在私域群进行有奖征集评价活动,鼓励用户撰写真实评价。快团团的平台调性,决定其用户需要更直观地刺激促进购买,给他们的物料就要突出这本书被多少国家引进版权,外网销量多少套,多少名人推荐,入了什么书单等等。小红书情况又不一样。在小红书推硬广的效果一般不好。我们需要从内容侧深挖卖点;这本书能解决孩子什么实际问题,而这些问题在孩子中大量存在且有刚需,将用产品卖点与用户痛点相匹配来打动用户。

落地活动物料清单

作家活动最重要的部分,首先是与编辑、作家一起确定活动分享内容,将书中最精彩的内容提炼出来以有趣的方式分享给小朋友。同期要筹备活动招募部分,准备活动招募文案,对活动信息、书籍亮点及嘉宾做详细介绍,并且准备线上线下的设计物料,比如电子海报、活动现场摆放的喷绘KT板、易拉宝等。筹备好文案和海报后,需要在公众号、社群等平台开启招募;有时还需要作家配合录制视

告视频进行预热。进校园、巡讲等长线活动需要根据活动时间地点、作家差旅制订详细行程表。活动前期需要与主持人沟通活动流程和主持稿。活动现场需要准备介绍图书或者活动的暖场视频进行引流。

短直物料清单

自播需要准备宣传海报、预热推文,前期对直播产品进行合理排序,明确重点主推品及卖点介绍、买赠的信息背景板。自播不需要准备直播手

阿卡狄亚童书联合首都图书馆策划“桌游争霸赛”

中国出版传媒商报讯 暑假来临,阿卡狄亚童书馆旗下品牌——金角鹿桌游,联合首都图书馆策划了“桌游争霸赛”,为孩子们带去快乐与成长体验。

主办方表示,孩子们不仅能在活动中锻炼逻辑推理能力、观察力和判断力,还有机会认识更多的小伙伴,一起收获游戏乐趣,学会团队合作。

每场比赛会进行两款桌游比拼。在《故宫寻宝记》中,孩子们化身考古学家、探险家、摄影师,一起去紫禁城寻找宝藏,前进路上有很多小机关,考验孩子的路线规划能力。在《车位大作战》中,每个孩子都要使出浑身解数,将自己的小车停在停车位上。在此过程中,可以培养和锻炼孩子的数学思维和研判能力。在《解蛋计划》中,优先孵化出3个蛋的孩子才是游戏赢家。还要面临狐狸随时“偷蛋”的烦恼,如何能抵御狐狸的偷盗并尽快解蛋,是每个孩子需要考虑的问题。在《小鱼翻翻乐》中,最考验孩子



的眼力和记忆力,想不迷失在花花绿绿中的秋刀鱼中,尤其锻炼眼力和观察力。在《恐龙乐园》和《西游对对碰》中,孩子的记忆力、观察力也会有很大提升。

据悉,活动共计5场,赛程已过半,有60多名孩子参与其中。目前赛程还在进行中,8月5日~8月19日,每周六上午10点,首都图书馆将会进行现场桌游比赛。

此次比赛奖品丰厚。一等奖是价值1000元大礼包:《我的大问题》礼盒装50册+桌游《故宫寻宝记》礼盒装+《给孩子的科学漫画》3册;二等奖是价值800元大礼包:《生命的故事》礼盒装30册+桌游《故宫寻宝记》礼盒装+精装书《敦煌》;三等奖是价值600元大礼包:《亲亲体育图书馆》礼盒装18册+桌游《故宫寻宝记》礼盒装+精装书《这是谁的家?》;优秀奖是价值200元大礼包:桌游《车位大作战》+《绝非普通人》6册。

(林致)