

2024明星店员 Star Staff (第一期)

陈颖嘉:转变理念发力线上 实现多业态破局



主播档案 陈颖嘉(广东新华发行集团肇庆新华书店有限公司四阅书店文化活动中管)

作为一名90后年轻员工,入职3年间陈颖嘉以积极饱满的工作热情,认真细致的工作方式,获得了领导和同事的一致认可。她善于思考,充分利用在教学方面的工作经验,通过网络新媒体直播等多种方式,广泛宣传肇庆新华书店品牌,取得了较好成绩。

成绩 2023年,通过新媒体运营,实现销售超20万元。

坚持原创,持续输出优质内容。在肇庆新华书店新媒体运营工作中,陈颖嘉坚持原创短视频及直播推广,以优质的内容输出和严格选品作为运营理念,在微信短视频、通读在线小程序、抖音短视频、小红书、快团团等新媒体领域开拓推广渠道,实现单条视频阅读量最高3000,主题内容丰富多彩,涵盖图书推荐、福利发放、文创新品发布、文化艺术活动等,特别是坚持在2023年南国书香节肇庆分会场活动期间,通过视频直播发放福利,加强了与读者的互动性,提升了新华书店的品牌知名度。

一是在广东新华发行集团自主研发的通读在线小程序上,通过自主运营,所负责的肇庆四阅书店(碧湖店)线上商城通过全员营销推广,完成订单量超600单,实现销售6.5万元,间接带动团购业务超50万元。二是在小红书APP上,注册了3个宣传推广账号,通过推广肇庆新华自主研发的文创冰箱贴、折扇、创意票夹等文创产品,以及本地特色产品特别是端砚和茶叶,实现销售近6万元。同时得到了当地大中专院校、机关单位的认可,实现销售15万元。三是自2022年试运营以来,在抖音短视频、微信视频号平台,通过不断优化内容和模式,打造了适合自身的运营模式,持续发力精品图书推荐、热门创意短视频制作。此外,通过拓展快团团微信小程序社群运营等方式,实现了销售破局。

品牌化发力研学,实现线上线下融合。陈颖嘉积极参与肇庆新华书店的研学、创意七巧板、假期托管班等新业务的拓展工作。

一是借力线上互动经验,通过转变思维模式、创新工作方法,主动联系学校合作策划相关研学研学文化活动,参与活动预热、活动开展和后续跟进等环节的策划。二是设置优惠奖励,如提供折扣优惠券、免收活动场地费、发放文学节奖励和文学课程特权等,为活动增加吸引力和效果。通过积极学习研学路线特色景点、地标建筑的相关历史文化底蕴,陈颖嘉把自己训练成为了一名研学老师,并为自己取名“苹果老师”,在书城开展各种品牌文化活动增加书店的人气和知名度。三是开展乡村阅读体验,通过走进肇庆、了解肇庆、爱上肇庆等研学活动,增强当地读者对肇庆的认同感和自豪感,助力书香社会建设。如带领机关单位、学校亲子家庭、市民读者开启“书香砚都,阅行肇庆”研学活动等。四是坚持以活动引流,通过线下开展“新华手作”“新华阅读分享会”、寒暑期“科创”托管班增强与会员亲子家庭的黏合度,以线上宣传推广报名,线下举办活动,实现线上线下融合,线上活动有效助力线下销售增长。

陈颖嘉表示,新一年她将利用自身工作经验,借助集团的品牌影响力和渠道资源优势,坚持创新和多元化发展,通过尝试引入多元化产品和服务,进行积极探索和实践,持续提升顾客购买的便捷度,对书店的忠诚度和满意度。

(焦翊采写/整理)

于倩怡:差异化选品 多举措提升直播转化率



主播档案 于倩怡(河北新华书店有限责任公司新媒体主播)

毕业于四川外语学院,2017年加入河北省新华书店。热爱图书、热爱表达,主持过门店多种文化类活动,积极通过短视频和直播与读者交流、推荐好书,用自己的表达力搭建图书与用户的桥梁。

成绩 2023年共计直播300余场,直播间观看人数累计240万余人,单场直播最高销售码洋2万。2023年河北惠民书市期间与团队共实现直播销售码洋42万。

2023年,河北新华大力发展新媒体直播业务,于倩怡作为“新华优选”短视频主播积极投身到图书直播中,2023年以来,她几乎每天不间断直播,以传播知识,做好服务为己任,用讲故事的方式在镜头前为读者推荐优质图书,持续输出图书优质内容,促进销售转化。

苦练话术,优化选品,不断积累经验。从零开始,于倩怡及时调整心态,从定位、设定场景、打磨话术、排练图书等环节与团队一起不断学习实践、复盘调整,实现了销售一次次次的突破。精准定位客群是成功的基础,于倩怡通过分析粉丝群体的年龄,精细化选择符合目标受众的图书。直播前,她对每一本选品图书的内容、主题、重点及痛点进行提炼。同时,根据图书的特点和目标受众,设计直播间的排品顺序与直播的流程,确保内容连贯、有趣,可以吸引观众的注意力。下播后,及时进行复盘和总结。她说:“我遵循‘数据背后其实就是人心’的原则,根据复盘数据不断改进直播流程,更新直播内容。”

钻研业务,提升直播转化率。在2023年河北惠民书市直播期间,于倩怡积极践行责任担当,进行了连续10天的直播。此次直播,是“新华优选”的第一次大促式直播。为了此次直播,团队在一个月前就开始选品,根据直播间受众年龄,将适合25-40岁人群阅读的近100种优质图书上架。直播前,于倩怡与

团队反复商量用什么样的方式进行此次重要的直播。最后,团队决定在大促式直播中,反其道而行之,不走日常的促销式风格,而定位讲解式平播,把重点图书的精彩内容分享给直播间的观众。在那段时间,于倩怡一头扎在书海里,力求在最短的时间对图书内容进行梳理和总结。惠民书市的第1天,按照与团队反复打磨过的直播方式和流程,她用讲故事的方式开始给观众介绍图书,分享自己的阅读心得。“没想到这种方式在大促期间效果明显,第1天3个多小时的直播就吸引了很多粉丝的关注和参与。接着团队当即决定按照这种风格继续直播。”10天的直播结束,“新华优选”抖音直播间粉丝增长数超过2万,取得意想不到的效果。

坚持创新输出,提升文化直播影响力。在第三十一届全国图书交易博览会上,于倩怡代表河北出版传媒集团直播推荐优秀冀版图书,弘扬河北文化。在2023年“双11”的直播营销中,于倩怡紧跟形势充分准备,差异化选品。她没有选择特别低价的图书,反而将重点选品放在双效俱佳的定制图书上,比如河北新华独家定制版的曹文轩的《小皮卡》,以及与作家出版社独家定制的“四大名著”等,保证货源可靠、图书高品质,同时兼具了性价比。后期,于倩怡根据领导的建议,调整直播时间段,把原来白天直播的时间段慢慢调整到晚上的黄金时间段,尝试多方法提升曝光转

率,不断提高粉丝留存率,扩大河北新华在自媒体领域的影响。

不停复盘,不断成长。通过近一年的直播,于倩怡也积累了自己的直播心得。第一,图书选品至关重要。不但要关注时事热点,选择符合当前社会热点的图书,还要考虑受众群体的年龄,职业甚至兴趣爱好,选择适合他们的图书进行直播。作为新华书店的一名主播,更要考虑图书的价值导向是否积极向上。第二,不断探索新的线上营销手段。以河北新华书店为例,2023年直播团队紧抓热点和节日节点,开展了十几场优惠促销活动,如“双11”“双12”直播促销活动,卢思浩签售和张皓宸签售直播活动,年底开展了文化年货节直播促销活动,都获得较好效果。第三,直播过程中各个环节的配合是关键,主播只是面对镜头的那个人,而一场直播的成功需要团队每个角色的付出,直播导演对流程的设计、直播场控对直播间观众情绪的调动,以及后台系统人员对流量的精准把控缺一不可。

说到书店直播,于倩怡认为直播是书店的自营工具之一。未来的直播方向,可能会更加注重互动性,通过直播间的互动环节,增强用户的参与感和黏性。同时,要积极探索其他营销手段,如通过与其他文创产品的联动营销,创造更多商业机会等。

(伊璐采写/整理)

边徐燕:开拓思路 为线上读者挑选真正有价值的图书

组织过大大小小几百场次的营销活动,因热情亲切的服务态度被广大读者所熟识,小读者亲热地称呼她“燕子姐姐”,她就是边徐燕。不只线下,线上边徐燕也积累了一波粉丝。2022年11月,短视频“笔墨当随时代”荣获浙江省新华书店集团公司优秀作品,这一作品就出自边徐燕之手。作为一名营销专员,边徐燕潜心学习并不断创新,提升业务水平,获得浙江新华首批“新华领读人”称号。

工作多年,边徐燕见证了书店的变迁。十数载光阴,桐庐购书中心从单一的图书销售渐渐转型成多元化、多功能智慧书城,满足不同读者的需求。为读者提供了舒适、有特色的阅读空间。作为营销专员,边徐燕敏锐地感受到疫情之后线上销售对传统书店的巨大冲击。如何利用互联网优势扩大书店的影响力,同时保持线下的阅读体验和交流空间,是她思考最多的问题。

摸准脉搏,跟进热点,打造爆款。2022年,浙江省新华书店集团公司开展了“你好,领读人”新华领读人

计划,为浙江省培养具有主持、主播意愿及能力的一线员工,共同参与循环建设。边徐燕欣然参与其中,凭借短视频《人世间》于新华系统51家单位、166位员工中脱颖而出,成为首批“新华领读人”。

有了集团的支持,她便放手去做。毫无短视频直播经验的她,遇到了很多困难,她说:“面对浩如烟海的图书,如何为读者挑选出真正有价值的作品,是个巨大的挑战。”为此,她经常研读各类图书,与作者、读者交流心得,不断充实自己。通过不断的学习摸索,围绕市场上的新书动态和热门图书,撰写清晰、有吸引力的推荐理由和书评,帮助读者了解图书的内容和价值。值得一提的是,录制短视频期间,边徐燕克服了器材单一、场景收录噪音大、灯光不足等困难,制作出了高质量的短视频《人世间》。“鉴定网络热门图书”系列短视频则见证了她的成长,从《在不同的温度沸腾》20位有温度的女性剖白,到《82年的金智英》,从一个同为1982年出生女性角度看待人生,她讲述了一个又一个温柔的故事。

凭借专业技能和素养开启直播“狂飙”模式。2023年10月,边徐燕开启抖音直播模式,因为拥有良好的图书专业知识与技能,对直播内容有深入了解和研究,对读者和所从事的行业有足够的理解和尊重,直播间氛围和谐、互动积极,让读者拥有良好的体验感,粉丝增长趋势明显。

2023年,边徐燕共制作短视频50余条,直播30余次,共销售图书300余册,为今后电商平台搭建打下了基础。她在不断的努力和学习中,开拓新思路,为带动图书线上销售,打开新渠道贡献了力量。

2024年注定不是平凡的一年,桐庐购书中心联合桐庐银泰书城共同创办抖音生活号、发布荐书短视频、开展图书推荐直播、推出超惠阅读套餐,同时店内读书会活动等项目也将一一上线。边徐燕始终坚定,无论是图书发行员还是一名荐书博主,都需要真正热爱阅读并乐于分享好书,只有这样,才能持续地为读者提供有价值的内容和服务。

(伊璐采写/整理)

徐鑫:以服务读者为核心 努力成为复合型人才

2016年徐鑫入职黑龙江省大庆市新华书店,期间先后在中心门市文学组、艺术组、文教组工作,主要负责图书分类、日常上架、补货、销售盘点等工作,根据读者需求推荐相关产品。无论在哪个岗位,徐鑫都能够胜任本职工作,而这些看似基本却必不可少的技能和经验也为徐鑫此后的直播工作打下了坚实基础。2023年徐鑫加入企业策划部担任图书主播,凭借对图书内容的精准把握和对读者的耐心,在从零开始的直播中做出了成绩,深受粉丝欢迎。

夯实业务能力,开拓进取,努力成为复合型人才。从来到书店那天起,徐鑫就把对岗位的热情全部融入了业务学习和实践中,始终用积极向上的态度面对书店工作中的各种困难和挑战。在书店不同岗位的工作经历让她熟练掌握了书店店员的业务技能,并且尝试从多个角度思考工作中的每一个问题和细节,把握正确方向。入职以来,徐鑫未曾停止过阅读和学习,

努力成为书店复合型人才,通过大量积累和在直播中的一次次锻炼,并凭借对文教类、少儿类图书内容和特色的熟悉,成为直播间读者的阅读小帮手。在她看来,直播荐书的核心就是从图书内容和作者入手。徐鑫一方面通过大量阅读图书、查阅作家的资料、了解各销售渠道的特点,提炼出不同类型图书的卖点,在此基础上对图书的特色进行延伸,发掘亮点,从而引发读者对于图书的关注。另一方面,徐鑫针对竞品进行分析对比,为读者清楚讲解所推荐产品的优势所在。此外,她还充分借助互联网平台的优势,参考豆瓣评分和其他平台对同一图书的不同评价,花费了大量业余时间作为直播间的观众选取真正的好书。

把握用户思维,拉近与读者距离,提升产品复购率。作为一名专业的图书主播,徐鑫把直播间的读者当成自己的朋友。“虽然做的是营销工作,但是如何让粉丝认可、快乐购物也需要一些技巧。”除了专业素质

过硬,徐鑫经常在粉丝群里和读者互动,讨论最近读到的好书、新书和分享感悟等。这些看似简单的互动背后,是徐鑫扎实的积累和为读者服务的核心理念。通过一系列的沟通互动,不仅拉近了徐鑫和粉丝之间的距离,也让粉丝更加信任她,有效提升了直播间的复购率。徐鑫表示:“要成为一名受欢迎的主播,最重要的是保持对读者的真诚和尊重。要真诚地对待每一位读者,产品介绍和咨询回答要真实客观,不能夸大其词。”只有从用户需求出发,给予最适合读者的推荐,才能增强直播间粉丝黏性。

徐鑫表示,在未来的直播工作中,会继续保持初心,同时不断推陈出新,优化直播内容,强化运营知识的学习。作为一名图书直播,在空间有限的直播间里,徐鑫希望通过自身的微薄影响力,向更多粉丝传输正能量,让更多好书被读者所看见。

(王新雪采写/整理)



主播档案 边徐燕(浙江桐庐县新华书店有限公司营销专员)

2005年入职浙江桐庐县新华书店有限公司购书中心门市,2016年起担任店内营销专员,2022年获浙江省新华书店首批“新华领读人”称号。

成绩 2023年,边徐燕共制作短视频50余条,直播30余场,销售图书300余册。



主播档案 徐鑫(黑龙江大庆市新华书店企业策划部主播)

2016年加入大庆市新华书店,2023年7月成为企业策划部主播,通过直播方式向读者推荐图书和答疑解惑,根据粉丝需求提供针对性的购买建议。

直播业绩 2023年开展直播5个月,实现日播场商品交易总额稳定增长,直播成绩排名位于黑龙江省各地新华书店直播间前列。