

(上接第9版)

假期研学,实体书店如何三步走?

河北唐山市新华书店总经理助理、教学用书部主任田熠表示,该店设计了一系列职业体验研学课程,融入了书店历史介绍、认识卖场、图书基础知识学习、图书造型和图书打包趣味比赛、图书查找任务和图书整理等环节。乌鲁木齐市新华书店南门分店举办了两期“小小图书发行员”研学活动。陈昕强调,在“小小图书发行员”研学活动中加入丰富多彩的文化趣味活动,能够有效增强参与学员的体验感。山东临沂书城也开展多场职业体验活动。该店副经理公成龙表示,让更多的孩子走进书店,了解书店的日常管理,可以加深孩子对书店的兴趣,提升他们对阅读的喜爱。此外,内蒙古新华书店、浙江嵊州书城等,均开展了相关活动。

四是文旅结合,策划研学旅行。虽然与暑期相比寒假的时间较短,但不少书店周密安排部署,并通过业内外合作,开展多期研学旅行活动。山西太原市新华书店的寒假研学项目涵盖“爱国”“科普”“人文”三大主题,设计了一北一南两大线路。杨耀辉介绍:“‘沉浸北京’是我们独家设计开发的一条深受学生和家长喜爱的线路,带领三晋学子到北京清华大学、环球影城、只有红楼梦剧幻城、中国科技馆、天安门等地,行程内容涵盖了名校、历史、科技、古建、娱乐等元素。‘走进三星堆’来到成都,通过独有成都、考古成都、历史成都、市井成都四个板块,带领学员拜访国宝熊猫、体验巴蜀文化、挑战三星堆考古,感受蓉城的历史变迁和风土人情。”此外,太原新华还是以“跟着书本去研学”为理念,如“走进三星堆”活动前,将课本中知识点进行罗列,让学生先预习,再通过研学让书本知识活起来,动起来。“我们尽可能地将有巴蜀文化的语文、史地等知识点融入研学课程,如诵读《茅屋为秋风所破歌》《出师表》等,了解杜甫、诸葛亮,苏轼生平,学习李冰父子的故事,商周时期朝代更替以及盘点知名的青铜器物等。”

寒假期间,河北邢台市新华书店举办了“用知识链接未来”北京主题研学活动。河北邢台市新华书店教学用书部经理郭蕊娜介绍,该活动共三天两夜,路线包括北京鸟巢、故宫、中国科技馆和军事博物馆。“通过研学旅行,让学员们的视野不断开阔,在鸟巢体会团结、友谊、体育精神,在故宫品味历史底蕴,在天安门感受国旗庄严,在科技馆学习科学知识,在军事博物馆接触抗战历史,感悟红色精神。”在研学课程规划上,不仅涉及语文、历史、政治、数学、地理、科技等学校课程相关知识,还关联了课本中的《我想去看》《祖国的首都——北京》《北京亮起来了》等多篇课文。

湖南新华启承文化旅游有限公司是湖南新华专门成立的从事研学实践相关业务的子公司,并在湖南14个州市成立了17个分公司,联动湖南全省新华门店。寒假期间,由新华启承总部策划主导,全省各级分公司开展了100余期研学实践活动。湖南新华启承文化旅游有限公司副总经理李俊宏表示,借助书店独家资源与平台,新华启承打造了特色主题精品线路,推出了“‘川’越蜀道,破译国宝的黑白密码”寒假研学活动。

寒假期间,云南西双版纳州新华书店举办了2期“共建‘一带一路’,打造人类命运共同体”校外实践教育主题活动。李莹表示,活动组织学员到哈尔滨工业大学、哈尔滨中央大街、哈尔滨天鹅馆、侵华日军第七三一部队罪证陈列馆、滑雪度假区哈依塔5S雪场、东北虎林园、冰雪大世界等地,并布置研学作业,让学生们更多交流和互动。

第二步:提前谋划,做好宣传。

对实体书店来说,要想做好研学,提前谋划必不可少。一方面,要对即将开展的研学有着清晰的认识,路线如何设计?医疗情况如何?人员如何分配?安全如何保障?如浙江新华嵊州书城在研学活动开始前,就做好了踩点以及各类资源的整合、沟通洽谈工作。山东济南泉城路新华书店则提前1个月就开始策划寒假研学活动。另一方面,做好宣传推广工作,除了自有渠道,还要通过与多方合作尽可能地扩大宣传。

集合各方优势资源,组建专业团队并开展培训。开展研学需要涉及到方方面面,既要统筹兼顾做好课程设计,也要保障活动中进行中学员的安全,并联合多方力量保障研学品质。如新疆乌鲁木齐新华书店南门分店选择与当地学校合作,湖南新华、云南新华选择与研学地新华书店合作,大连市新华书店积极与大连本地优秀文化场馆、非遗传承人、研学基地等沟通协调。

李俊宏介绍,在开展研学项目中,湖南新华充分发挥书店优势,重点突出“讲解+场景+体验+互动”,联合出版业上下游企业,带领学员走进“一本书的诞生”,实地探访图书的生产流程,并结合各出版社与合作商资源,充分发挥优势资源,打造了专业性强、持续性强、具有充分文化内涵的独家产品与课程。此外,还通过采购剧本游戏、科学实验、非遗传承、作业指导、体能统感等



河南中原图书大厦书店达礼新华研学营



湖南新华一本书的诞生研学活动



浙江嵊州新华书店寒假研学游活动

部分受访书店研学活动简况

书店名称	学员数量	投入人力	收入(元)
太原市新华书店	52人	6人	89475
唐山市新华书店	158人	15人	31284
湖南新华启承文化旅游有限公司	5000人	300人	100万
武汉市新华书店	1000人	30人	/
山东书城	1800人	15人	116051.8
山东临沂书城	3538人	5人	145697.7
浙江新华嵊州书城	234人	28人	36347
乌鲁木齐市新华书店	45人	6人	2820
云南西双版纳州新华书店	103人	5人	33.26万
中原图书大厦	30人	8人	15000
内蒙古新华书店	729人	16人	181210

其他机构的王牌项目,融合书店场景推出趣味课堂,保持研学吸引力。

山东临沂书城深化了与临沂市博物馆、临沂市科技馆、王羲之故居、临沂龙园旅游景区等单位的合作,融入不同文化元素打造具有本土文化特色的旅游路线,开设“沂蒙精神”路线、“红色经典”路线、“非遗文化体验”路线及“亲子时光”路线等,为不同群体的读者提供多样化的旅游路线。公成龙表示:“我们还延展书店周边博物馆、古街巷,推出City Walk路线,并拓展到城市研学基地或实验室、演播厅、气象台等空间,打造研学活动亮点。”

为做好研学项目,在人员配置上,实体书店一方面组建了专业运营团队。如河南中原图书大厦基于2023年暑期“新华少年美学研学营”复盘经验,寒假期间组建了研学活动小组,确认了生活老师、课程老师、摄影老师、线上客服等人员配置。乌鲁木齐市新华书店南门分店设立了包括书店经理、主任等成员在内的研学项目负责小组,统筹推进研学活动。山东临沂书城从在岗员工中遴选沟通能力突出、责任心强、有一定亲和力的年轻骨干担任讲解员,结合店志店史、陶艺手工、活字印刷等方面内容定期对讲解员进行业务培训,并根据学员年龄特点,适时对讲解词进行调整,提升研学体验。山东书城在活动的前期策划、物料准备、人员招募等环节,都由专门的线上营销团队成员完成;建立活动群、活动签到、活动组织、活动拍照、活动录视频以及物料的分发等环节,则由营销团队负责。另一方面开启人员培训。李俊宏介绍,在人员培训上,湖南新华除了全年开展了40期线上培训外,还定期举办线下专题培训,并下沉到各个市州开展技能培训。王瑄表示,武汉市新华书店线上线下联动,针对研学活动的主要内容、相关产品介绍、产品材料的熟悉与运用及产品制作等环节,集中对工作人员开展活动操作流程及文化知识培训。

多模式、多渠道开展宣传。打磨出的优质研学产品怎么让更多的家长学生知晓?杨耀辉坦言,太原新华提前1个多月就开始宣传,设计并制作了宣传单页、易拉宝、宣传视频等,通过图文并茂的方式展示活动特色和亮点,吸引学生和家長关注,并通过社交媒体、校外地推等方式进行宣传。“在这个过程中,我们也持续寻找优质合作伙伴,不断调整宣传方式,强化宣传效果”,杨耀辉补充道。

在活动宣传上,王瑄介绍,武汉市新华书店

借助线上线下媒介,广泛宣传活动理念和内容。“每场活动开始前,线下在门店进行展示宣传,线上利用文字、图片、视频等形式,扩大活动影响力和参与度。一是建立活动专属社群,通过精准目标客户群宣推进行活动招募。二是转发企业公众号社群,邀请用户参与分享转发,增加活动曝光度。”

除了门店自有平台的宣传、联系活跃度高的官媒和自媒体宣推外,李玉茹表示,河南中原图书大厦还在活跃度高的自有活动社群中,将宣传链接、活动特色和活动意义,分时段、分形式向群内家长推介,找准家长对于孩子假期管理的“痛点”进行引导,并着重宣传“小班开营”模式。

郭蕊娜介绍,河北邢台市新华书店借助学校官方渠道,通过校园公告、教师宣传等扩大活动宣传范围。借助线上平台,利用微信、抖音、短视频平台推送研学内容。店内在学生用书和课外读物分区开展活动宣传,并积极与家长接触,普及课外学习开阔眼界的重要性。乌鲁木齐市新华书店南门分店在微信公众号、家长微信群、员工朋友圈、卖场等进行推广宣传。河北唐山市新华书店制作宣传材料,并通过多渠道广泛发布活动信息。

此外,在活动前期,做好安全保障,及时消除隐患尤为关键。如为了保障学员安全、提升服务质量,山东临沂书城在研学活动前安排专人统计学员数量,确保每个研学队伍至少有3名工作人员协调服务,及时发现解决问题,同时在每个体验项目上都配有专业人员全程指导。在研学活动开始前,河北邢台市新华书店执行团队对研学出行线路规划、研学基地设施安全、住宿、餐饮、车辆等实地走访评估,并开展行前安全培训,保障研学安全,细节落实到人。云南西双版纳州新华书店深入了解研学课程安排、安全保障、研学目的地医疗、交通、气候、住宿、饮食等情况,认真研究并制定研学活动方案,保障学生安全出行、开心学习、享受旅行。

第三步:完善“售中售后”,及时复盘

在招生阶段,不少书店都建立了微信群,这些社群在活动进行当中,也充当着同步研学活动进度,与学员家长及时沟通的重要作用。而研学活动结束后,将学员在研学期间的图片、视频等进行整理,或进行发布,或给予家长进行留存。完善“售中售后”服务,是提升研学体验,吸引家长再次参与的重要举措。而及时复盘,也可以知得失,进一步优化研学活动。

同步研学进度,记录学生成果。在研学活动开展中,通过社群及时发布为学员拍摄的照片、录制的影片等,不仅可以打消家长顾虑,还通过记录学生成果,提升了研学体验。山东济南泉城路新华书店在研学活动中,为参与学员拍摄照片,注意各个环节的对接,保证活动顺利进行。浙江新华嵊州书城社群及时同步研学行程,包括照片、视频、文字等。研学活动开展后,中原图书大厦单独建立了分享群,在活动开展过程中不定期发布图片及视频,保证每一位孩子的实时状态,家长能够了如指掌。

活动后及时沟通,做好回顾和复盘。对实体书店来说,开展研学活动是全新尝试。为此,做好每一次研学活动的“售后”,及时与学员及家长沟通,不仅可以有效优化研学活动,也可以提升活动带来的体验感。如湖南新华对参与的学员进行回访,并提供活动回顾、学习反馈等增值服务。武汉市新华书店将拍摄的活动视频进行制作,并在微信视频号进行发布。河北唐山市新华书店在研学活动结束后,不仅及时整理活动资料供家长查看,还收集反馈评估总结,用于优化后续活动。

太原新华书店在研学活动结束后,及时收集学生和家长的反馈意见,开展满意度调查。杨耀辉强调:“这样做不仅为后续活动的改进提供参考,还能通过优质服务和活动成果展示,吸引更多学生和家长的关注与参与。”蕊娜坦言:“研学结束后,我们主动听取学生和家長反馈与建议,积极优化改进研学内容。观察学生研学后的变化,收集可参考的优秀案例。同时,做好学生及家長的维护工作,培养长期生源。”徐玉燕表示,浙江新华嵊州书城在研学活动结束后,也会制作视频/相册等宣传用品和资料进行发布,并做好客户回访、记录。

社群的作用贯穿整个研学活动。如在研学活动结束后,山东济南泉城路新华书店不仅挑选活动照片发送到活动群内,李波表示,如果是班级报名,则还会发给家委会,同时对活动进行剪辑回顾,并询问参与活动家长对活动的反馈。活动结束后,李玉茹强调,中原图书大厦还通过不定期在研学活动分享群内进行互动,保持热度,为后续相关活动的开展打下基础。

在活动后的复盘阶段,湖南新华不仅及时跟进各级公司活动开展情况,帮助协调解决各级公司在活动过程中产生的问题,还会对研学活动进行汇总,表现优秀的案例重点宣传。

研学项目既是书店的当下,也是书店未来发展中的重要方向之一。与暑假相比,不少实体书店的寒假研学更像是预演,不断累积经验,以期在暑假迎来更多研学活动,真正实现带动销售增长的目的。而除了寒暑假研学,不少书店在日常也推出研学项目,主打店内、市内两种模式,不断培育市场,打造新华研学品牌。

管月坤(大连市新华书店总经理):寒假期间,我们对研学形式和内容进行了多方面的探索,有收获有经验也有教训,为日后开展研学活动提供了新的思路。我们认为,书店开展研学活动一定要立足自身优势,扬长避短,在做深做透自身文化研学品牌的同时,加大与科技类、美育类为主的企业合作,丰富研学线路、品类,让更多的中小学生和家長了解研学,从研学中受益,做大研学基本盘,吸引更多入参与。

杨耀辉(山西新华书店集团太原有限公司副总经理):研学旅行是书店当前拓展文化服务、提升品牌影响力和吸引客流的重要手段。在暑期研学中,我们将更加侧重利用门店优势打造基地研学,深耕户外研学,希望加强与各地新华书店的研学合作,互为生源地、资源地,打造具有全国影响力的研学生态圈。

田熠(河北唐山市新华书店总经理助理、教学用书部主任):寒假研学,为我们积累了宝贵经验。实体书店转型文化空间后,研学活动成为丰富服务、吸引客流和提升形象的重要方式。未来将持续开发日常及暑期研学路线,确保内容与学校课程契合,既增强书店文化内涵,也为学员提供多元化学习体验,实现双效提升。

李俊宏(湖南新华启承文化旅游有限公司副总经理):通过近几年探索,研学与实体门店的融合已经成为趋势,研学可以增加门店的特色体验,加强与学生的互动,也可以为门店吸引更多的客流。目前在湖南,开展研学活动已成为了实体书店寒暑假的必选项目。

王瑄(武汉市新华书店运营管理部):寒暑假是大力推广青少年阅读的黄金阶段,中小学生学习实践教育与阅读推广的创新融合,是书店当下经营发展与转型的必选项。我们将进一步拓展全民阅读的深度和广度,在继续为广大青少年提供阅读资源和平台的同时,还将积极构建研学实践服务体系,包括“公益小天使职业体验活动——小小图书管理员”“小侦探社儿童推理剧场——剧本杀”“有奖知识竞赛”“手作艺术体验”“非遗文化体验研学”等活动,将以非遗技艺传播传承的形式为主要内容,通过在每月不间断开展,以及寒暑期一日制或多日制开展更多元、丰富的文化研学体验活动。

郭蕊娜(河北邢台市新华书店教学用书部经理):我们认为,研学活动必将成为书店当下经营的必选项。在当今教育环境的大趋势下,素质教育成为主流,成为学校家长推崇的教育方式,邢台市新华书店将大力推进校企合作,做好教育的严谨和服务的得休,将研学活动从短期变成长期发展的新课题,实现以周为单位开展日常研学。

李际祯(山东书城经理):暑期时间较长,可多推广室外研学活动和主题室内研学活动。一是要制定精彩线路,认真策划活动,从招募信息的种种细节到活动中遇到的问题、活动后的各项反馈,都需要及时沟通并处理。二是可向学校家委会团体邀约,确认是否有团体研学的需求,根据其要求定制活动。

公成龙(山东临沂书城副经理):以“把读者变成用户,把体验变成消费”的原则,依托书店场景、店内多元业态、文创产品等,我们将持续创意设计“阅读+体验”文化旅游路线,打造“琅琊书香一日研学”文化活动品牌,形成以本土文化为基础,以图书、多元、文创结合为形式,以亲子互动、文创手工、阅读推广、文化沙龙、公益讲座为内容的活动品牌,同时融合山东新铭文旅优质资源,进一步扩大服务范围,提升研学活动转化率。

李波(山东济南泉城路新华书店经理):研学活动在近几年来一直是济南市新华书店经营的必选项,无论是节假日还是周末,书店除了每周的公益活动外,都会举办各种主题的研学活动,适合的年龄段也是从幼儿园覆盖到高中,书店的发展不能只是单纯的依靠门店零售,研学活动的开展不仅能提高门店的销售,也能为门店带来更多客流。

徐玉燕(浙江新华嵊州书城业务部经理):在研学活动开展中,我们以文旅结合的方式,实现分班定制与固定活动、收费活动和公益活动相结合,并加入文化元素,让参与学员在研学中学习文化旅游知识、体验不同角色、提升社交技能等。未来,我们将尝试开发“书店+书店”、“书店N”、红色研学方案等,发出“新华研学”联盟倡议,鼓励新华书店以及民营书店伙伴共同开展“书店^N(书店x书店x书店x书店x书店……实现书店+书店深度整合的无限可能)”活动,加强合作与学习交流,做有特色的书店研学。

陈昕(乌鲁木齐市新华书店南门分店经理):新华书店长期扎根、服务教育,具有品牌、口碑等优势。当下,研学正成为书店假期营销的重要一环,想要实现专业化运营,满足家长学生的需求,就需要我们持续发挥书店文化平台的优势,打造具有书店特色的研学活动,进而实现持续提供高品质研学活动的目标。

李莹(云南西双版纳州新华书店版纳书城店长):假期研学或将成为书店当下经营的必选项,未来我店可能会利用一些节日假期增设短期研学活动,比如西双版纳州的泼水节假期、五一劳动节等。

刘静怡(内蒙古新华书店策划部门负责人):近年来,不少书店的研学项目,凭借地方文化资源成为了研学旅行的重要“打卡地”。未来,书店研学活动还需寻找新增长点。一是依据本地名人、名地等特色文化资源进行营销。二是融入本地历史文化,打造特色研学。三是提前谋划,多线合作。四是联合本地文旅机构,让研学活动走出书店,提升社会影响力。

李玉茹(河南中原图书大厦营销部职员):实体书店应对多种文化资源进行归纳整合,积极构建“研学+图书+文创+活动”产品链,契合新华书店的文化属性,形成“新华研学”品牌特色。此外,除了纵向深挖定制更多具有新华特色的研学产品和方向外,也要横向拓展入校服务,学校是新华书店的重要合作伙伴,要打通中间壁垒,搭建好学校与书店研学互相补给的“桥梁”,争取更多互惠互利的合作机会,持续打造并提升“新华研学”的品牌影响力。

研学能为假期营销带来什么?

思考