

白雪:定制策略 实现精准运营与推广

工作履历 2019年入职人民邮电出版社,任电商部销售经理,2023年起担任人民邮电出版社自媒体项目组组长,负责人民邮电出版社官方自媒体账号的营销工作。

发行创新 白雪所负责的自媒体业务,2024年GMV同比增长150%,账号粉丝量同比增长23%,人民邮电出版社官方账号在内容产出和带货能力方面都成为各个新媒体平台出版社品牌账号中的优秀案例,并成功通过官方自媒体账号矩阵资源打造出了出版社头部产品,在市场流量格局变化下为出版社产品营销作出了贡献。

2024年GMV同比增长150%,账号粉丝量同比增长23%。这一成绩,是对白雪及其团队直播能力的肯定。在直播成为出版社标配的当下,如何做出特色,提升销售?白雪从最初的选品阶段切入,再到直播话术的提炼、图文视频的优化、营销策划的整合,全流程发力,提升用户信任度,最终实现流量转化。

提升团队直播能力,分析直播技术指标。在白雪的带领下,人民邮电出版社2024年直播GMV同比增长190%,直播团队运营能力大幅提升。为紧跟新媒体时代的营销步伐,自媒体团队深耕直播领域,在直播选品上,注重产品的多样性和市场适应性,确保每一次直播都能吸引目标受众的关注。同时,在话术提炼方面也下足了功夫,力求通过精准、生动的语言,提升观众的购买欲望。对直播流程进行全面梳理和优化,确保每个环节都能紧密衔接,通过分析直播技术指标,不断优化直播策略。自媒体团队通过在直播上的不断探索,为出版社产品营销提供了一种更新的营销方式。

优化图文视频质量,提升自媒体账号粉丝数量。2024年,人民邮电社图文视频带货GMV同比增长110%,账号运营人员内容制作能力与效率提升明显。为进一步扩大出版社品牌影响力,自媒体团队深耕抖音、小红书、微信公众号、视频号等当前主流的新媒体平台,通过研究各平台特点和受众群体,结合本社产品的内容特色,量身定制出符合各平台调性的运营策略和内容方向。在抖音上,注重短视频的创意与节奏,力求在短时间内吸引用户的注意力;在小红书上,更注重内容的实用性和分享性,引导用户产生购买欲望;在微信公众号和视频号上,则通过长文和视频的形式,深度挖掘产品背后的故事和价值,提升用户的信任度和忠诚度。

提升自媒体端产品营销能力,形成营销合力。白雪深入分析自媒体账号的内容特点以及所覆盖人群的偏好,精准把握市场需求与趋势,紧跟当下热

点,灵活运用直播、图文、视频等多种营销手段,以高频率、高质量的方式推广出版社的产品。在营销策略上,坚持以新品和头部产品为主打,同时充分考虑粉丝的偏好与需求,力求在满足市场需求的同时,也赢得粉丝的喜爱与认可。依托自媒体矩阵资源,成功打造出了《掌中艺术家》《宝可梦视觉与艺术史》《大脑之书》《社会心理学》系列套装等书。同时,积极助力《犯罪心理学》《100个心理基本》《方寸天地》等新书的营销工作,通过精准的定位与有效的推广,成功提升了新书的市场知名度和影响力。

2025年2月,人民邮电出版社推出市场首部DeepSeek主题图书《AI时代生存手册:零基础掌握DeepSeek》,通过官方自媒体矩阵运营,累计销售4.3万册。预售初期,自媒体团队捕捉市场热度,提前锁定产品。2月21日预售当日,在小红书、抖音等四大平台同步发布图文内容,可视化呈现图书价值;当晚官号直播重点推介,精准匹配用户画像,首场直播转化率高于日常均值,开售后即获良好反响。在编辑部与运营部协同下,预售次日促成作者做客直播间印厂签售。直播中作者解读创作理念,团队展示图书排版、印制工艺等细节,通过“作者讲解+场景展示”双线引流,抖音官号当晚刷新单场销售纪录,沉浸式体验激发购买热情。后续推广采取“内容增量+流量深耕”策略,加大图文视频产出,各平台累计带货1.2万册;延长直播时长,高密度连播3周,维持商品热度在平台推荐流量池高位。

2025年,白雪将带领自媒体团队,系统总结营销经验,聚焦两大核心方向持续发力:一是深化官号直播的营销协同,充分整合作者资源、直播场景等要素,打造更具差异化的直播内容生态;二是加快构建官方账号矩阵,通过精准的账号定位与内容垂类运营,动态响应市场流量变化,为出版社新媒体营销体系建设注入持续动能。

(伊璐 采写/整理)

(第三期)

发行精英

(人民邮电出版社自媒体项目组长)



白雪



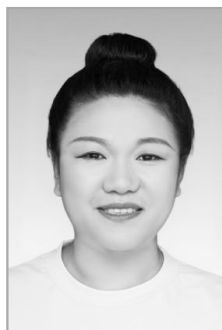
(中国地图出版社集团有限公司发行公司销售部经理)

刘丹



(山东科学技术出版社图书发行业务经理)

王志远



(华文出版社业务经理)

臧新媛

王志远:建立“数据-渠道-活动”三维立体营销网

工作履历 1996年毕业于山东省青年干部管理学院,2012年至今在山东科学技术出版社有限公司从事图书发行工作,2021年负责山东省内图书发行工作。

发行创新 将用户需求贯穿于数据收集、内容策划、营销触达、服务体验全流程。

在当前图书市场竞争加剧、读者需求多元、渠道格局重构的背景下,王志远凭借对市场脉搏的精准把握和“用户需求”为核心的理念,突破传统发行壁垒,创新性地搭建起“数据-渠道-活动”的三维立体营销网,实现线上线下资源深度整合与发行效能显著提升,助力科技类图书发行。

驱动出版发行数据优化,反哺内容源头。通过多年经验,王志远深刻认识到数据是出版社实现精细化运营的基石。他主导构建了基于发行平台的数据监测与分析体系,实现了对电商、线下门店、自媒体等全渠道流量、转化率、退货率等核心指标的动态追踪。每周生成数据分析报告成为山东科学技术出版社发行决策的关键依据。例如,当发现某平台少儿类图书点击量高但下单率低时,团队能迅速响应,优化营销文案或推出限时优惠,有效提升转化效率。数据应用不仅限于营销优化,更反哺内容源头。王志远及团队通过在图书腰封、内页设置“扫码提交阅读建议”入口,系统化收集读者对内容、装帧、定价的真实反馈。这些宝贵的一手数据直接赋能该社后续选题策划,例如根据读者对航空航天类内容的强烈兴趣,成功定向开发了相关科普系列图书,实现了发行与内容策划的闭环联动。

渠道破壁,构建新华书店全部门协同链条。王志远打破传统发行的单一渠道思维,采用“采购部资源对接+网络部流量转化+大客户部营销定制开发”的协作模式。在与山东省新华书店的合作中,他带领团队针对不同部门特性设计专属营销方案:为采购部建立“爆品书单动态更新机制”,根据销售数据每周优化备货策略;联合网络部搭建“直播矩阵+社群私域”流量闭环,在抖音、视频号等平台打造“科技知识官”IP直播间,单场最高带动《十万个为什么》系列销售320套;针对定制图书开发市场,山东省新华书店首创推出的《漫画高血压》礼盒,原价定价48元,配血压仪定价750元,新华书店定为甄选产品向银行等大客户推广销售,销售码洋42万余,丰富了出版社产品多元化,开辟个性化定制业务满足不同客户需求。

活动破圈,线上线下融合的场景化营销。王志远深知,在数字化时代,传统的营销方式已难以满足读者日益多样化的需求。“营销不是卖书,而是创造读者需要的阅读场景。”在实践中,王志远总结出场景化营销的三大抓手:一是打造“作者+医生+读者”三方对话直播场景模式,在《漫画高血压》推广中,邀请心内科专家与漫画家同屏解读,通过“知识科普+漫画

演示+血压仪使用教学”的组合内容,该礼盒在新华书店大客户渠道转化率提升47%;二是建立“儿童百科家长群”“科技爱好者群”等垂直社群,通过每日推送“百科小知识”等内容保持用户活跃度,《中国儿童百科全书》在社群裂变营销中创下单日销售218套的纪录;三是线下策划“科普大篷车”进社区活动,将《十万个为什么》内容转化为互动实验装置,配合现场扫码领券、亲子打卡等环节,联动山东省17家新华书店门店,带动该系列线下销量同比增长33%。

深耕本土化品牌,创新研学场景。在渠道碎片化、体验需求升级、研学经济兴起的市场新常态下,王志远敏锐抓住“双减”后研学旅行市场机遇,紧密结合山东地域文化特色(海洋、泉水、茶、中医药、航空),依托新华书店门店网络和文化地标,系统打造研学品牌。各地门店因地制宜,部分沿海城市新华书店(青岛、烟台等)聚焦海洋主题(《斑海豹》《中华白海豚》《哇!水母》),济南新华书店结合泉水文化开发《噢!泉》,日照新华书店深耕茶文化《噢!中国茶》。值得一提的是,《噢!中草药》传统文化研学线上线下联动销售11万册,码洋52.8万余。

此外,王志远与团队还尝试进军航空航天领域,打造差异化竞争优势,让图书销售超越单纯售书,成为创造知识获取、互动体验、社交连接的综合价值场景。与烟台新华书店、东方航空港科普馆合作开展《了不起的北斗》研学,吸引芝罘中学800多名师生参与,现场销售图书300套。

(张绮月 采写/整理)

刘丹:把握市场趋势 推动营销创新

工作履历 2018年加入中国地图出版社集团有限公司,专职从事图书发行工作。先后担任集团教辅出版分社发行部、发行公司市场销售部部门负责人,负责部门整体业务工作。

发行创新 秉承发行创新理念,深入图书终端市场,稳固并开拓业务渠道,打通新市场领域。

自2018年入社至今,刘丹始终以勤恳踏实、尽职尽责的工作精神,推动图书发行业务的创新发

展,不断学习新理念,接触新领域,实现了个人业绩与团队工作的双提升。她深耕图书发行领域超15年,在市场营销策略制定与执行、稳固创新业务渠道、前瞻性规划市场管理等方面积累了深厚的行业知识和丰富的实践经验,高效领导团队完成年度业绩指标,取得了卓越的成绩,也树立了个人标杆。

稳固业务渠道,持续探索新力量。在业务渠道开拓方面,刘丹积极寻求与行业内优质资源的合作机会,与全国近百家代理商建立了稳固而富有成效的合作关系,并辅助发行公司开拓多项业务渠道。根据集团重点工作部署,公司加快建立自主可控的图书分销系统。刘丹带领业务团队协助公司建立分销系统平台,完成了首批近30家分销客户招商工作,并辅助电商部门与分销商签订合同、完成店铺链接,直至正式投入运营。刘丹还负责针对得力集团等新型客户渠道的定向开发工作,承担得力项目的对接任务,并全程参与、跟进包括产品策划、生产、质检、发货直至结算的具体项目流程,取得了年销百万实洋以上的成绩。

在单品定制业务领域,刘丹稳固定有产品如全国分省地图、地理系列用地图的继续征订,并新增《学生用折叠地图》《4开、全开立体图》《竖版4开立体图》和《学用AR地球仪》等传统电商以及新媒体渠道定制产品。在市场化产品运营中,还负责接洽“组合销售”项目,联合集团分公司推出立体图“组套销售”新形式,带来新的销售增长点。

刘丹还协助进行系统渠道业务接洽与管理。针对进入省级教育厅评议目录的品种,通过深入市场一线调研,强化地推力度,有效扩大图书征订范围,弥补了部分省份因地方征订政策调整等导致的无报数情况。

前瞻性推动市场渠道优化管理,实现销售增长。为确保集团在终端图书市场保持强劲的竞争力,实现业务的持续增长与市场份额的有效扩大,刘丹要求

业务人员精准把握市场动态、优化产品布局;科学评估经销商能力、提升渠道效率;合理细分经销范围、实现精准营销。通过以上合理措施,集团在零售渠道业务方面取得明显成效,为产品进入更多市场区域提供有力支持,还带来新的销售渠道和客户资源,促进业务量的增长。同时,深化固有业务,通过与现有经销商的深入合作,优化合作模式和业务流程,提高合作效率和质量,增强了双方的合作黏性。此外,还拓展新业务范围,满足不同客户群体的多样化需求,为集团的多元化发展奠定了坚实基础。

高标准严要求,注重团队协作打造沟通机制。刘丹始终保持高度的责任心和敬业精神,严谨的工作态度与廉洁自律的职业操守,以高标准严格要求自己,并注重与团队成员的紧密协作。她善于组织协调,细化与强化部门基础管理工作。她对集团每个分社、每款产品的特性、市场定位以及客户群体有清晰认知,对集团市场类图书全渠道的销售策略、运营模式和趋势有深入理解,并积极付诸实践。她注重与公司 and 分社的定期会议沟通机制,共同探讨市场策略,研究如何预防库存积压风险,并提前向分社提出产品需求,以提高计划性和业务的前瞻性。她还注重编印发互动学习,提升部门整体业务水平,以应对市场的更多要求和变化。

2025年开年以来,结合市场需求和产品特性,刘丹不断开拓新产品线。她表示,通过深入市场调研,与新媒体客户进行业务接洽,实现客户与集团各分社优质产品细节的探讨磋商,打开新媒体客户业务渠道接口,已成为突破困境、业务增长的关键举措之一。

市场的多变和挑战不断锤炼刘丹的业务能力、应急反应和应变能力,使得她在处理部门内部和外部的各种业务时工作效率明显提高,在回款运转、库存控制上取得了显著的工作成效。刘丹坦言,未来她将持续保持良好的政治素养和勤奋学习的精神,以身作则,用实际行动带领部门共同推动发行公司整体工作。

(焦翊 采写/整理)

臧新媛:深挖特色 探索新媒体发展路径

工作履历 2016年6月大学毕业后,就职于华文出版社至今。在出版社担任发行部业务经理一职,从事图书发行工作超过8年,成为发行部的青年业务骨干之一。

发行创新 积极推动华文出版社新媒体渠道销售创新,拓展宣传推广渠道,增加华文出版社图书的曝光率,截至2024年12月华文出版社抖音自营店铺已与几十位抖音达人实现合作。

2016年刚刚大学毕业的臧新媛成为华文出版社的一名图书发行新人,在图书发行工作中一直尽心尽职,经过8年多的历练,她不仅在2018年~2024年连续7年均超额完成自己的任务考核指标,还实现了岗位上的提升和成长,成为发行部的青年业务骨干。目前,臧新媛担任发行部业务经理一职,主要负责北京片区、天猫及抖音店铺等渠道的发行销售工作。

紧跟市场消费方式变化,推动新媒体渠道发行创新。入社以来,臧新媛积极探索各种切合市场环境的营销路径,积极维护好各渠道客户关系,能够最大限度挖掘华文出版社图书的销售潜力,做到每年图书发行有重点、有看点、有亮点,工作成绩突出。面对出版发行渠道的改变,她带领团队积极开发新媒体销售渠道,紧跟市场消费方式的变化。2022年8月在领导的统筹及指导下,华文出版社开通了自营抖音店铺,臧新媛从零起步,拓展线上业务,积极联络达人带货,提高销售效率,实现华文出版社图书利润最大化。2022年~2024年华文出版社抖音店铺回款稳步增长,有效增加了出版社图书宣传推广的端口。至2024年12月,抖音小店已开辟抖音达人几十余位。

以“西藏视点丛书”的销售推广为例,该丛书共4册,是华文出版社一套极具统战特色但出版时间较早的图书。以往,4本书均为单册销售,2024年,臧新媛与发行部联系达人重新进行组套,在抖音平台进行推广,由于图书内容的特别性以及题材的稀缺性,达人抖音单条短视频销售超过1000套,单条短视频带来流量后,吸引了更多视频号和抖音达人跟进销售,该套书2024年在抖音店铺实现超过3000套的销售,跃居华文出版社抖音店铺销售榜首。

不断探索和优化工作方法,主动开拓图书直播营销新路径。作为发行部的一名青年员工,臧新媛平时在工作中就严格要求自己,尽力做好本职工作的同时不断学习和思考,提升专业水平,在工作中讲究方式方法,把青年党员及青年员工的带头作用发挥到了最大值。当下,图书直播盛行,全国图书交易博览会和上海书展是业内2个重要的图书展会活动,因此,臧新媛2024年带领团队在两场书展上策划了达人专场直播,通过销售华文出版社内的新书、签名书和微瑕书,带来更多销售增量的同时,为华文出版社应对渠道挑战和开拓业务创新奠定了良好基础。

(王新雪 采写/整理)