

少儿图书微信公众号营销研究

张龙

(江西教育出版社, 江西 南昌 330008)

[摘要]少儿图书已经在图书市场中占据较大的份额,成为我国图书销售市场的主力军,占比在20%以上。当前社会高速发展,人们对于知识学习的重视度逐步的提高,每一位家长都非常重视少儿阅读,而随着我国生育政策的不断调整,新生儿数量呈现出上升的趋势,所以导致少儿图书的需求量逐步的增大。这种背景之下,少儿图书市场必须要开辟全新的销售渠道。微信公众平台是人们比较喜欢的方式,其功能性比较完善,让少儿图书销售可以利用这种方式取得快速发展,构建全新的营销平台。在未来发展中,少儿图书类微信公众号会逐步进入到消费者的视野中,实现销量的提高,加强和少儿、家长的互动,保持稳定的销量,树立良好品牌,对于促进少儿图书领域发展有重要作用。

[关键词]少儿图书;微信公众号;营销

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.07.1539

少儿图书市场处于高速发展之下,各个少儿图书出版单位看到了这一商机,加大对于少儿图书的出版投入,同时也使得少儿图书出版领域存在过大的竞争。微信公众号是随着信息技术发展而形成的全新营销平台,有很多的优势,已经逐步地成为少儿图书出版商“奋战”的重要平台。微信用户群体是巨大的,其数据量呈现出高速增长的趋势,传播速度快、范围广,同时还可以实现双向沟通,让消费活动更加快速地完成,这就使得微信公众号对于各个领域发展有积极作用。因此,微信公众号受到少儿图书出版商的青睐和喜欢。

一、精心设计标题, 抓人眼球

标题的设置往往是营销的第一步,一个突出、新颖的营销标题会快速地抓住读者的眼球,吸引读者的注意,特别是新时代发展之下,消费者的阅读习惯有了很大的改变,文章标题能够概括文章的内容,也起到吸引阅读者流量的作用。微信公众号的营销方式,消费者首先会看到文章的标题,如果其可以足够的吸引消费者,那么读者会更加愿意阅读。

(一) 以优惠信息为吸睛要素

这种标题往往会含有低价、优惠等词汇,满足消费者的心理而点开查看文章,让消费者购买产品,一般在少儿图书营销中通过微信公众号发布团购、秒杀等信息。在商品价格低于消费者的预期时,人们就会产生购买的欲望,这种低价的标题往往会迎合这种心理,通过优惠购买的方式吸引消费者的注意。

(二) 以悬念设置为吸睛要素

这种标题的类型充分的调动消费者的好奇心,在标题中设置一些消费者关注的问题,从而吸引消费者注意。

(三) 以特点事件为吸睛要素

这种标题通过特殊事件的发布,传递颠覆性信息,让消费者受到剧烈的冲击,也能够快速地抓住消费者的眼球。

(四) 以不容错过为吸睛要素

这种标题往往会使用比较激烈、肯定的语气暗示消费者,比如“不容错过”“一定”等词语,让消费者会觉得阅读是必须做的事情,能够有意识的吸引消费者的注意。

二、结合热点事件, 引起关注

充分的利用热点事件进行营销,让消费者注意,被人们成为“借势营销”,最初也被叫作事件营销,通过策划、组织、利用社会上的热点人物或者事件的方式,让人们对于营销有一定的注意力,让销售顺利完成。事件营销的方式是制造出焦点人物和事件,因为社会上的热点人物和事件本身就有较强的吸引力,社会关注度较高,与营销主体相契合,才会让消费者增强关注度,发挥出微信公众号的营销效果。

三、线上线下联动, 增强粘性

线上线下联动指的是通过微信公众号等线上营销渠道,把相关的信息传播到少儿图书的群体中间,然后在线下的真实场景中再进行推广,比如实体书店、签售会等,从而完成整个营销的过程。这种营销方式包含如下两种:其一,线上交易和支付,消费者可以享受线下服务,与O2O模式相类似;其二,线上组织宣传,消费者在线下场所完成消费,也可以只参加活动而进行消费,对于扩大品牌影响力和宣传有较为重要的作用。这两种的区别,主要是消费行为发生在线下或者线上。

线上线下联动的方式,让网络中的粉丝群体进入到线下活动空间中,让品牌在消费者群体中更有影响力,增强粉丝粘性与影响。这一方式被很多人使用,比如“童书妈妈三川玲”等,效果非常明显,已经逐步形成较大的规模,创造出影响力巨大的图书品牌,对于一些资源充足的传统出版社来说,可以通过自己的品牌影响力获得更加丰富的线下资源,然后应用微信公众号等平台实现线上宣传,扩大粉丝群体,让消费者可以选择多种方式进行消费,品牌影响力更大,取得长远发展,达到最终营销战略和目标的要求。

四、采取低价促销, 刺激消费

微信公众号营销方式的目标是调动消费者的积极性,让消费者有更多的消费,一般会通过团购、秒杀、发放现金抵用券、砍价等活动,吸引更多消费者关注营销信息,是一种以降低图书价格来换取销量的重要营销方式。主要包含如下两种:其一,临时性团购活动为主要营销方式;其二,以临时性团购为辅助营销方式。临时性团购活动的发起,通过微信公众号将相关信息发布出去,比如微店等线上销售渠道为主的营销方式,在规定时间内进行某一种或者几种图书的限量团购、打折以及秒杀等活动,超过规定期限则无法购买相应图书,线上销售渠道会下线这些商品。

五、利用情感营销, 诱导共鸣

与传统营销平台对比可以发现,微信公众号更加重视和消费者共同构建互动交流的平台,营销者可以利用情感、包装等方面引起消费者情感共鸣,从而可以和消费者保持良好稳定的关系,这就是情感营销。少儿图书微信公众号的受众群体是少儿的家长,但是因为传统育儿理念影响比较大,对于孩子阅读关注度较高的是妈妈群体,女性的情感要更加丰富,所以少儿图书出版应用微信公众号进行宣传时,面对妈妈群体要重视情感的引导,和消费者形成情感共鸣,进而和消费者建立稳固的关系,促进消费者忠诚度的提高,对于品牌影响力提高是有益的。

少儿图书微信公众号的营销方式,可以随时掌握消费者的需求,了解情感诉求,符合消费者的需求,创设出良好的消费

情景,让消费者对于微信公众号有强烈的认同感,从而可以形成紧密的关系,让营销活动顺利完成。

六、提升品牌口碑,维系粉丝

“粉丝经济”是一种以“粉丝”对于偶像或者品牌的高度认同,甚至迷恋的状态而完成销售行为模式,其市场潜力巨大。

“粉丝经济”最初起源于娱乐行业,通过增强明星影响力,使得用户粘度比较高,营销活动顺利开展而获取较高的经济效益。

少儿图书的微信公众号营销方式,应该顺应时代发展,重视“粉丝经济”营销方式的应用,扩大品牌影响力,在消费者群体中提高口碑,然后转化成为经济效益,并且逐步地完善微信公众号功能与服务,在营销过程中,逐步将消费者转化为“粉丝”,促进消费者忠诚度的提高,也会有更多的购买行为。要想使得“粉丝经济”营销方式有效应用到实际中,创设较高影响力的品牌与口碑极为重要,只有具备较高忠诚度的“粉丝”,才会让销售活动顺利地顺利完成,同时有持续性的收益,也会让品牌影响力范围更大,促进传播和发展。

微信公众号是先进营销方式,对于少儿图书领域发展和进步有重要影响,其可以实现精准营销,抓住目标消费群体,还能够和消费者保持良好的沟通和交流,比传统营销平台更有优

势。少儿图书营销时,利用微信公众号开展营销活动,目前还处于不断发展和完善中,还要进一步挖掘该营销方式的优势,发挥出微信公众号的实际应用价值,促进消费者忠诚度的提升,增强“粉丝”粘性,从而可以在消费者中间建立良好品牌形象,对于少儿图书口碑建立有良好作用,实现核心竞争力的提高。因此,少儿图书出版机构应该认识到微信公众号营销的优势,并且不断开发和应用,制定出切实可行的发展战略,为实现全面发展提供基础。

参考文献

[1]张钰梅.基于WCI的图书馆微信公众号内容营销策略研究[J].新世纪图书馆,2016(3):5.

[2]朱佩.少儿图书事件营销的新趋势及其启示——以曹文轩获“国际安徒生奖”的消息在微信公众平台的传播为例[J].出版发行研究,2016(10):3.

[3]李静丽.自媒体时代少儿图书出版微信公众平台建设研究——以内蒙古少年儿童出版社为例[J].湖北开放职业学院学报,2019,32(17):3.

作者简介:

姓名:张龙,出生年月:1988年8月,性别:男,民族:汉族,籍贯:江西南昌,学历:大学本科,职称:出版中级,研究方向:出版。

(上接第2143页)

广大考生一方面要注意形式整齐美观的统一,另一方面要追求内容的细致和谐。只有将两者完全融合,才能真正驾驭这种配置的风格,才能让自身的作文多姿多彩,引人入胜。

(四)构思要纵横结合

在写片段组合式作文时,要学会可以采用“纵式”和“横式”两种不同思路,构思出不同的文章来,比如说“亲情”主题的文章,可以纵式构思,按时间为序写一个人的多件事片段,也可以横式构思,选取多个人的彰显“亲情”的片段来细致刻画。

还可以将纵式和横式结构有机结合来组织写作,写作的材料以时间推移为纵线,每个层次并列安排为横线,纵横交错的安排文章层次,常常需要从时间和空间作纵横发散思维来选择、组织材料,主要有以下几种方式:现实与历史相互排列,现实与回忆交互排列,现实与想象、未来与梦境交错排列,运用这种构思,不但能使文章结构清晰,还能使素材新颖别致。

三、结语

综上所述,初中语文片段组合式作文对于初中生的作文教学有着十分重要的作用,教师应当充分发挥其价值,引导学生不断进行学习相关片段组合式作文的写作方法,潜移默化地提高学生的写作能力,让初中生不断提高自己的语文成绩。

参考文献

[1]蓝潘瑾.基于微课的初中语文片段组合式作文教学探究[J].科学咨询,2020(13):2.

[2]龚文静.片段组合式作文中考作文的最爱[J].初中生辅导,2014(36).

[3]黄丽娟.片段作文教学有效性探究[J].2021(2017-6):41-42.

[4]冯述田.考场作文中的“另类”片段组合美[J].新作文:初中作文教学研究,2008(11X):2.

基金项目:注:此文为吉林省教育学会“十四五”科研规划课题《初中语文片段组合式作文教学探究》研究成果,立项编号G211569.

(上接第2449页)

以党建为引领,南国置业党委夯实理论强基础,以攻坚行动激扬全集团上下奋发动力,将各级党组织的战斗堡垒建设到基层一线,将党的组织优势运用到经营管理的关键节点,“我为群众办实事”实践活动、“我为‘十四五’开局作贡献”等系列党建品牌特色项目深刻彰显了新时代党员领导干部的责任担当,着力推动了事关集团战略发展的重大事项,成功实现党建内生动力向生产战斗力的动能转化。

百年历程锻造的伟大建党精神正在激励着我们做好坚定者、奋进者、搏击者,攻坚克难、闯关夺隘,因为新征程上,还有许多“娄山关”“腊子口”需要征服。

初心如磐,使命在肩,大道至简,实干为要。每一位党务工作者要干字当头,永葆实干作风,务实求变、务实求新、务

实求进;要勇于担当作为,过了一山再登一峰,跨过一沟再越一壑;要坚持底线思维,增强忧患意识,发扬斗争精神,不因胜利而骄傲,不因成就而懈怠,不因困难而退缩,万众一心、开拓进取,不断开创中国特色社会主义事业新局面。

参考文献

[1]陈秀兰,刘平,沈漫,等.党建带团建育人模式探索——以上海中医药大学学生党支部建设为例[J].2021(2020-6):152-154.

[2]肖燕华.提升房管行业党建工作科学化水平[J].2021(2013-15):55-55.

[3]饶然.建设“三型”党组织推动公司转型升级[J].企业党建,2021(8):2.