

新形势下的图书出版营销策略

高小禹

(吉林出版集团股份有限公司社科图书出版事业部 吉林 长春 130000)

[摘要]现代科学技术高速发展,数字化技术有了很大的发展,与图书出版领域紧密结合,使得我国的纸媒领域逐步进入数字出版时代,信息发布及时性强、涉及范围广,且可以随时进行复制,存储和利用价值较高。出版企业应该充分利用数字出版技术,为出版领域的发展奠定基础。如果图书出版行业全面应用大数据分析技术,就能够深度挖掘市场和利用市场,并且全面落实各项营销活动。微博、微信等社交软件的发展,让图书营销和出版变得更加方便快捷。当前我国很多出版企业都开始积极的转型与发展,利用多种方式展开图书营销,并且取得了一定的效果。

[关键词]图书出版;数字技术;营销;策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.06.2526

一、图书出版营销步骤

图书出版营销的主要步骤如下:出版之前选择内容与合理规划、编辑人员整理图书出版、宣传以及销售、售后等。在新形势下,图书出版营销时需要充分利用现代市场营销理念,各个步骤都要通过市场营销开展和落实,且保证各个环节紧密结合,促进我国图书出版领域的高速发展。

二、新形势下图书出版营销的创新策略

(一) 准确定位图书出版营销

当前我国的图书出版企业营销中,需要先制定营销工作计划,准确确定出版的范围,然后不断的进行范围的缩减和控制,并且逐步的完善。所以出版社在营销之前应该准确的定位,然后根据该定位选择最佳的图书出版方式、目标,展开全面深入的市场研究和分析,专业技术人员详细进行数据分析,进而可以做出最为科学合理的市场营销规划方案,可以在短时间内完成各项图书规划实施,和实际工作相对应,促进图书营销效果的提升,促进图书出现领域的发展。

(二) 出版前合理进行选题策划

在图书出版开始前,进行内容的选择与规划极为重要,这是增加图书销量的重要措施,出版社通过获取的信息整合与应用,整体分析和研究,才能让图书出版顺利的完成。当前我国的图书出版领域内,很多营销人员都会在出版前合理选择内容,制定出切实可行的规划方案,这是图书出版营销的关键环节,也是提高营销效果的重要环节。基于此,在图书出版前应该重点做好内容选择和出版的规划,让读者可以真正的了解到图书的价值,符合读者的需求,满足读者的阅读要求,以更好的适应社会发展,促进社会全面进步。

(三) 采取立体营销措施,提高综合效益

较之其他行业来说,图书出版有着非常明确的特点,图书出版属于文化产业类型,给读者传递相关知识和信息,当前的图书出版非常的快速,出版社应该给图书出版赋予真正的含义,也会在更大的范围内推广和运行,实现立体式的营销,同时还要重视市场反馈,以便于及时调整出版策略。出版社只有全面的分析市场环境和条件,才能保证出版策略的制定符合要求。比如发放调查问卷,让读者填写相关的内容,和读者保持良好的互动,提高出版效果,促进经济效益与社会效益的高速发展。

(四) 充分利用大数据,实现精准营销

现代科学技术的高速发展,大数据技术广泛的应用,而每个网络用户都会在网络中留有一定的痕迹,这是极为重要的用户信息。大数据技术进行全面深刻的分析,营销工作者可以通过数据分析,了解读者用户的喜好,将意见整理与反馈,最终可以精准确定读者群,满足图书营销的需要。对于数据实施深度的分析和研究,全面了解消费者的真实需求,这是营销的重要举措。大数据可以让图书营销更加的精准,全方位掌握读者信息,对于图书出版的营销、规划都有极为重要的价值。

(五) 图书出版的微信公众号营销

网络文学的发展和兴盛,对于纸质图书以及传统文学领域产生巨大的冲击,但是纸质书籍依然是不可或缺的一部分。为了能够满足新时代发展需要,符合全新图书出版与销售方式,很多图书出版与销售企业开始不断的调整营销策略,制定出科

学合理的发展战略,扩大影响力,让影响范围逐步的扩大,比如通过微信公众号的功能,可以给图书销售企业带来较高的经济效益,也会促进图书出版发行领域的发展。

(1) 以市场需求为定位目标,让微信公众号宣传更具深度

微信公众号随着社交平台的发展大量出现,特别是自媒体领域的发展,让很多微信公众号都在积极宣传图书,但是营销文章却很浅显,有些图书出版企业以及经销商推送的图书根本无法满足读者需求,很多都是碎片化的内容,读者甚至会产生强烈的反感情绪。要想促进图书营销效果的提升,就要以图书市场发展变化作为出发点,以读者需求为基础,利用大数据技术了解读者需求,并且使得微信公众号内容更具深度、广度,推送内容符合读者的需求,可以书写风趣、幽默的宣传文章,配以动态化图片,增强宣传效果,让文章更具吸引力。

(2) 将微信营销和时事热点联系起来,让图书品牌影响力提升

现代社会高速发展,网络成为人们生活所必不可少的一种工具,人们的工作与生活中充斥着大量的信息,人们获取信息的渠道增多、方式灵活,所以对于时事热点关注度提高,图书微信公众号宣传应该以此为出发点,和当前热点事件有效融合,进一步扩大宣传影响力。微信公众号推送相关图书内容时,应该从个性化需求的角度出发,所以公众号管理者加强读者信息的收集、整理与分析,深入分析读者喜好,完善图书种类,精准推动信息,符合读者的实际需要,让图书销售速度得到提升,扩大图书销售范围与影响力。

(3) 提高营销文章水平,促进公众号宣传效果提升

微信公众号图书宣传文章的内容与质量对于图书宣传效果有着直接的影响,而网络文学的高速发展,使得图书质量层次不齐,相差很大,朋友圈的图书公众号推送并不能保证图书推动文章的质量,也无法吸引读者阅读或者购买图书,容易造成微信公众号的影响力下降,甚至存在负面效应,图书销售效果下降,也会给图书企业造成一定的损失。因此,微信公众号加强图书的宣传,创造影视化内容、动态化内容展开全面的宣传,让读者对于图书有浓厚的兴趣,并且扩展营销方式,实现营销效果的提升。还可以举办多种图书抽奖和优惠活动,采取多种方式进行宣传,发挥出公众号的优势,增加图书销量,扩大影响力。

三、结语

新形势下的图书出版营销也要顺应时代的发展,转变思想观念,不断的挖掘和利用先进技术,发挥出大数据技术的优势,提高出版发行的效率和质量。新媒体与网络技术的全面发展和进步,人们开始进入到数字阅读时代,利用现代科学技术进行图书营销,方法和效率都会得到提升,也会促进市场竞争力的提高,满足现代社会的发展需要。

参考文献

- [1]涂丽娥.新形势下的图书出版营销策略[J].营销界,2020(44):193-194.
- [2]陈俊.出版融合发展背景下图书营销策略创新研究[J].采写编,2018(03):191-192.