

品牌化战略视角下图书编辑市场意识构建探析

魏 静

(新疆人民出版社,新疆 乌鲁木齐 830000)

摘 要:新时代互联网的快速发展对各个行业都带来了巨大的冲击,图书行业也在所难免,但是这对于图书行业的发展既是机遇又是挑战。图书行业未来能够适应时代发展趋势,要重视品牌化效益所发挥的重要作用。为此,本文通过分析和探讨品牌化战略视角下,图书行业应采取的策略,以及品牌化战略视角下图书编辑市场意识的构建与创新,以便为图书行业的发展提供参考。

关键词:品牌化战略;图书行业;编辑市场意识

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.13.289

1 品牌化战略视角下,图书行业应采取的策略

(1)抓住市场先机,通过“试水”图书,获取市场反馈。在日益激烈的市场竞争中,传统图书出版行业受到了数字出版所带来的巨大冲击,一些中小型出版社在一定程度上依靠自己的品牌影响力得以生存,而要想在竞争激烈的图书市场中占有一席之地,就需要在某个细节上做强、做大,树立品牌效应,从而获得读者的认可,方能建立起众人皆赞的口碑。品牌战略的优势众所周知,很多出名的大型出版社都是从品牌战略的角度出发,通过不断的探索和实践才走出了一条光明大道,因此在品牌化战略发展背景下,图书出版企业要想获取良好的市场口碑,只有树立起出版社自己的图书品牌,才能做到品牌强社。在树立图书品牌的过程中,要对市场进行深度分析和调查,寻找到当前读者迫切希望得到的而市场上又较为少见的图书种类和图书内容,抓住市场先机,具有针对性的开发一批图书投入到市场中,获取市场好的反馈之后在进行大量投产,这样既能笼络一批读者群体,又能得到一定的口碑,同时还能今后的图书出版的发展方向做出正确的判断,也为以后图书市场的发展打下了坚实的基础。

(2)加强编辑和销售之间的沟通,根据市场调研结果及时对产品进行调整。编辑虽然在图书出版的过程中具有重要的主体地位,但是也需要通过对图书销售市场的调研得出结果后,才能编制出符合市场需求并深受读者喜爱的图书。为此,应该加强编辑与图书营销之间的沟通,通过市场调研和读者进行沟通的方式来获取市场反馈,同时要及时对产品进行修订和调整,使产品更加符合读者需求^[1]。例如某出版社在开发了与英语能力考试相关的各个级别和各大模块的辅导书后,编辑根据销售的反馈得知市场中对于历年真题解析是一大热点,于是开始开发与此相关的产品,并以优质的图书质量和图书的精准定位获取了读者的认可和信赖,树立了良好的口碑,同时也为出版社带来了更多的经济效益和社会效益。

2 品牌化战略视角下图书编辑市场意识的构建与创新

打造图书的品牌战略,需要先做好图书策划,在选择图书的时候需要根据市场的需求来取舍,选择更具市场价值的产品,这样才能获得更好的营销效果。图书行业的管理人员需要不断的通过市场的需求来开发出满足读者需求的图书,同时做好一系列的应对措施,根据市场发展的需求来及时转变营销模式,以确保图书的产销两旺。同时编辑人员也要着重从图书内容、版式设计、封面设计等多角度、多层次、多维度的打造出高价值、高品质、高质量的图书。从封面设计和内容质量上彻底吸引读者,使读者成为忠实粉丝,建立起强大的品牌效应。

(1)图书质量和品牌如何得到提升。出版企业的竞争优势主要体现在图书的价值、质量和品牌方面,因此,打造图书品牌有助于图书行业更好的发展。另外,图书营销行业还要针对不同的读者的需求以及不同区域的经济水平制定出相应的销售策略,让广大消费者都能以最优惠的价格购买到最有价值的高质量图书。如果图书价格定的过高,不仅不会提升销售,还会抑制读者购买,并会丧失读者的支持,导致失去读者的不利局面。

图书在销售的过程中可以采取线上和线下相结合的方式,加强线上的宣传和推广力度,这样可以减少一部分的线下开支。一方面可以在互联网平台上制定一些优惠措施,进行大力宣传和推广;另一方面要做好图书的物流运输工作。线下销售则是在区域经济能力较强的市场开设实体店铺,为读者提供一个温馨的文化场所^[2]。实体店铺在销售的过程中需要聘请工作人员来管理和销售,不仅增加了店面费用还增加了人工费用,因此可以适当采取其他的优惠方式,譬如以优质的服务来赢得更多消费者的信赖,从而提升销量,增加收益。线上线下两种并行的销售模式,能够从不同的销售渠道满足市场发展的需求,同时也为更多的消费者带来了便利。

(2)图书编辑的市场意识尚需加以创新。对于图书编辑的市场意识而言,是指图书编辑工作需要根据市场的文化需求来进行改革和创新。落后的编辑工作理念已经无法满足新时代的发展需求,因此需要紧随时代的发展进行不断创新。图书编辑在工作态度和工作思维及工作理念方面都应该及时进行转变,只有满足时代发展需求的新理念、新思想、新模式、新方法才能赢得广大读者的喜爱和认可^[3]。图书编辑可以转变以前的老思路,多倾向民意民生、时事热点等读者群比较关心和重视的内容,提升工作方式方法,积极向新时代靠拢,才能推动行业朝着高质量的方向发展,使之紧随时代发展的主流趋势,在顺应市场发展的同时得到广大读者的认可和信任。由此可见,图书编辑的市场意识不断创新和提高是时代发展的必然趋势,只有这样才能促使图书行业得到长远的发展和更为广阔的市场前景。

3 结束语

综上所述,在互联网的影响下,人们的喜好在不断地发生变化,同时市场也应跟随着转变,以满足当前人们不断变化的文化需求,各行各业都应该紧随时代发展的脚步不断进行创新和发展,同样图书行业也不例外。在品牌化战略视角下,图书行业应该制定出创新策略,加强图书编辑市场意识的构建与创新这才是推动行业稳步发展的重中之重。只有不断的创新理念、创新思维、创新经营模式,树立起最新的图书理念,与时俱进,才是提升图书企业核心竞争力的硬道理,因此,图书行业必须要重视品牌效应,构建图书编辑市场意识,促进行业进步,促使文化领域得到繁荣发展。

参考文献

- [1]孙书平.媒介融合背景下学术期刊的品牌化发展[J].山东青年政治学院学报,2017,33(06):40-46.
- [2]赵莉薇.新时期图书编辑创新能力的培养和提升[J].传播与版权,2016(05).
- [3]李秀梅.科技图书的选题策划与编辑创新探究[J].新闻研究导刊,2016(07).