

《中国可供书目》

图书基本信息

书名：《中国可供书目》

13位ISBN编号：9787894870650

10位ISBN编号：789487065X

出版时间：2012-2

出版社：中国科海电子

页数：139

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《中国可供书目》

内容概要

《中国可供书目(2006第10辑)》立足全国性，向出版社、图书馆、各大书店和个人全面反映出版发行市场的图书可供应用信息。包括：政策法规、书业一览、图书馆新闻等专栏。《中国可供书目(2006第10辑)》配1光盘。《中国可供书目(2006第10辑)》是由兵器工业出版社出版。

《中国可供书目》

书籍目录

政策法规书业一览活动现场 / 13 出版资讯 / 24 新书动态 / 40 图书馆新闻新馆建成 / 52 图书馆活动 / 53 图书馆动态 / 56 出版社新闻出版社会议 / 58 出版社动态 / 59 出版社荣誉 / 65 报纸杂志报刊会议 / 68 报刊动态 / 69 报刊前景 / 73 海外书讯异国书情 / 76 异国书人 / 85 60秒阅读图书论坛书摘一叶精彩论题书评好书推荐社馆介绍畅销排行

章节摘录

插图：出版社全员营销亦是如此。它并不要求全体员工都了解、熟悉和从事图书发行工作，更不用所有员工全部参与营销，而是要求全出版社所有员工都有营销的理念，都能充分认识到营销的重要性，都具备有为客户服务的思想，并将涉及到营销的职责作为自己分内的工作，最终要从营销的角度来评价自己的工作，从而使全体员工的努力在充分满足客户需求目标上达到统一。出版社全员营销首先要求出版社的各个员工对本社出版的图书的理念理解，清楚每一本书至少是重点书的市场需求、读者定位、出版背景等，因为这样我们的全体员工才能对我们的图书有极强的关注心，才能形成全员对图书的宣传与推动作用。对图书价格的理念理解可以使员工清楚图书的目标定位、消费群体及该群体的消费实力，使他们关注图书的生产成本和利润空间，从而切实推行如何降低成本、提高销量的具体举措。对发行渠道的理念理解可以使员工明确选择适合图书销售的渠道，以便予最大化为读者提供购买的便利性，以致产生更高的销售量。对促销的理念理解是采取促进销售的各种手段调动一切能量资源推动终端销售额的提高，此点理念的理解应该以“服务”为中心，以服务最大化地推动终端消费者——读者的消费附加值，以此提高销量。

《中国可供书目》

编辑推荐

《中国可供书目(2006第10辑)》由北京科海电子出版社出版。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com