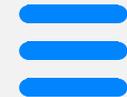




# 书店的营销策略分析

汇报人：XXX

2024-01-19



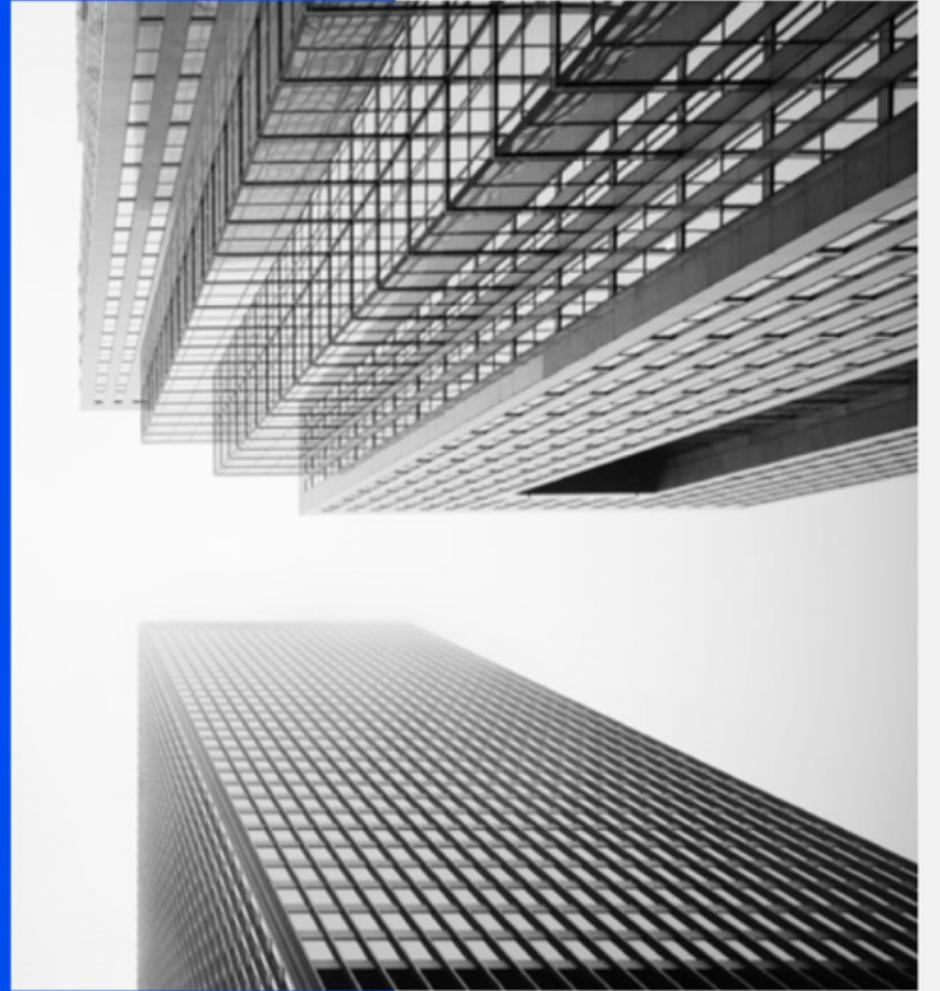
contents

# 目录

- 书店市场概述
- 书店的营销策略
- 书店的营销手段
- 书店的营销案例分析
- 书店的未来营销展望

01

# 书店市场概述





# 书店市场的发展历程

01



## 传统书店



以实体店面为主，主要销售纸质书籍，提供阅读和购买服务。

02

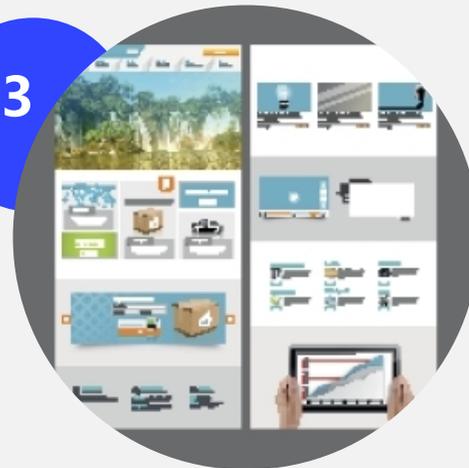


## 网络书店



随着互联网技术的发展，网络书店逐渐兴起，提供线上购买和送货上门服务。

03



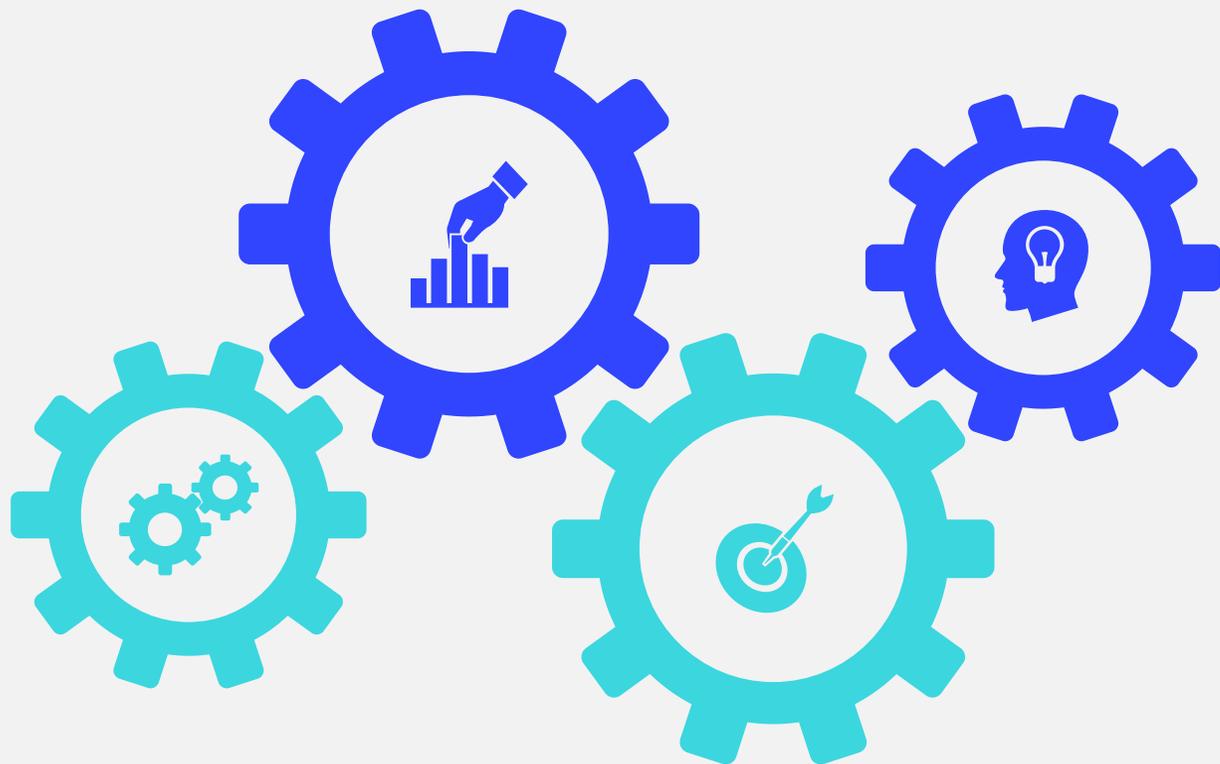
## 复合书店



结合传统书店和网络书店的特点，提供线上线下一体化服务，包括实体店面、线上购买、阅读区等。



# 书店市场的现状与趋势



## 现状

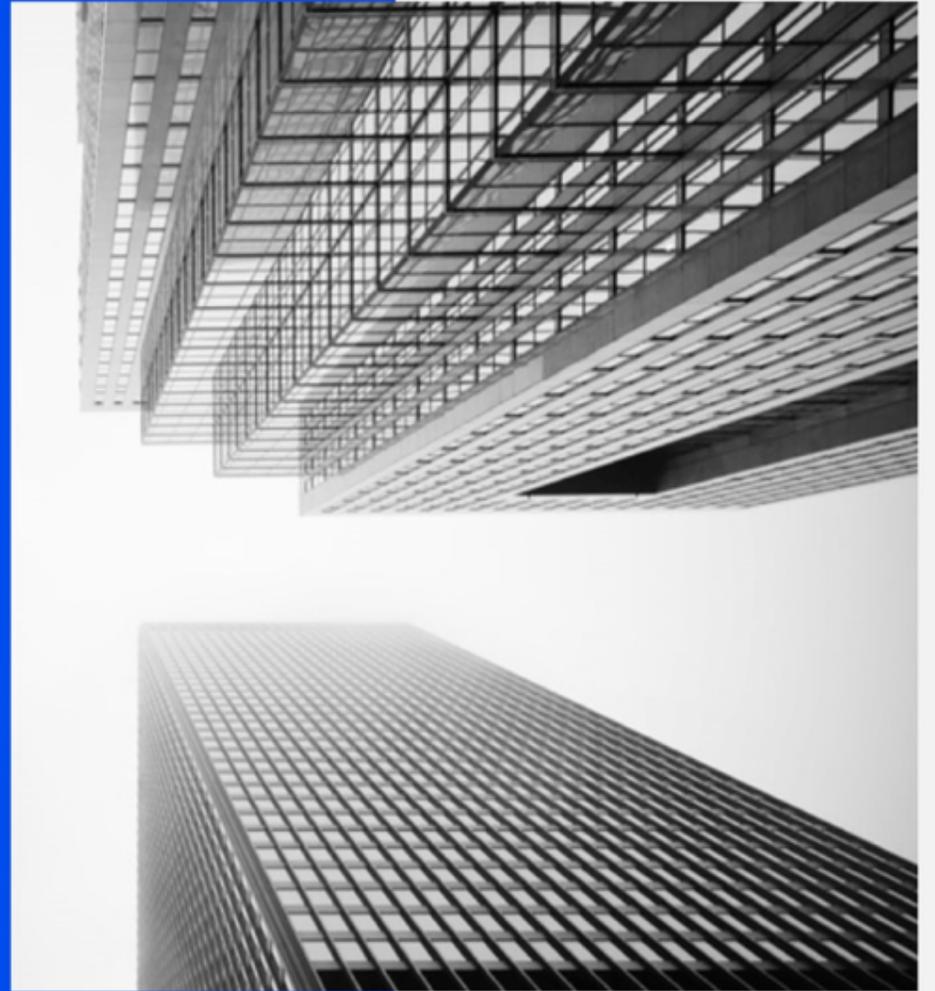
随着数字化阅读的兴起，传统书店面临较大的竞争压力，但仍有部分消费者喜欢纸质书籍和实体书店的氛围。

## 趋势

数字化与实体书店相结合，提供更加丰富的阅读和购买体验；个性化推荐和定制服务成为书店营销的重要手段；跨界合作和创新经营模式成为书店发展的新方向。

02

# 书店的营销策略





# 产品策略



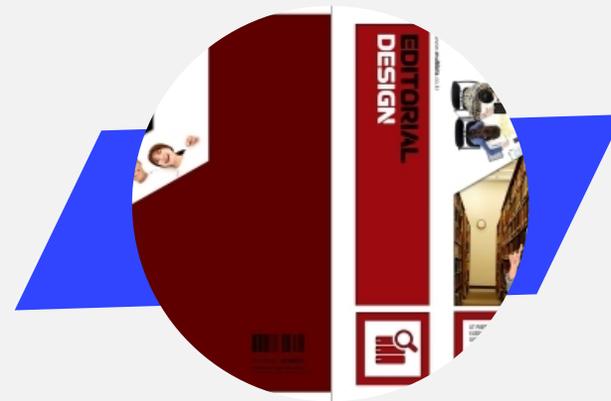
## 产品定位

根据目标顾客群体，选择适合的书籍种类，如文学、科技、教育等。



## 特色书籍

引入独家出版、限量版或签名版书籍，提高产品独特性。



## 定制服务

提供书籍定制、个性化装帧等服务，满足消费者个性化需求。

# 价格策略

## ● 成本导向定价

根据书籍成本加上预期利润制定价格。

## ● 竞争导向定价

参考竞争对手的价格，制定有竞争力的价格。

## ● 价值定价

根据消费者对书籍的价值认知，制定合理价格。





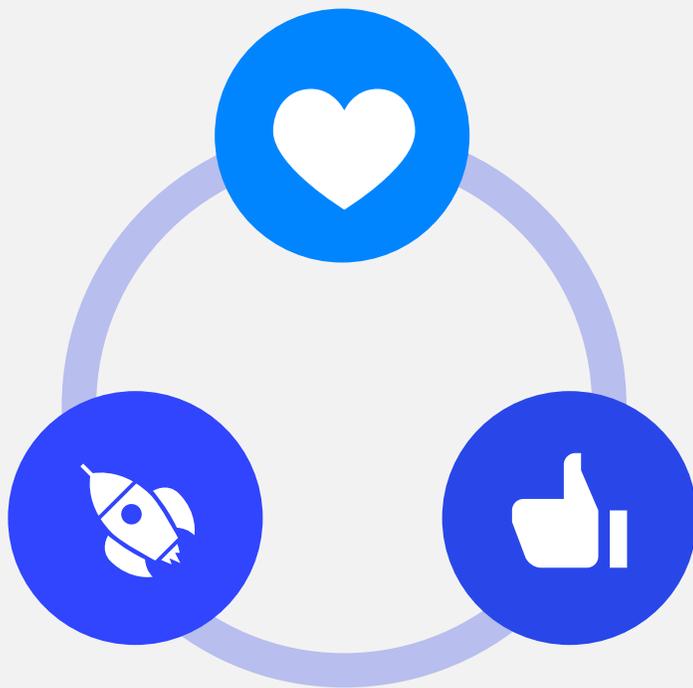
# 渠道策略

## 线上渠道

利用电商平台、自建官网等在线销售。

## 线下渠道

开设实体书店、与图书馆合作、学校合作等。



## 多元化渠道

结合线上与线下，拓展销售渠道，提高市场覆盖率。



# 促销策略

## 限时折扣

定期进行书籍打折促销活动，吸引顾客购买。



## 会员制度

设立会员卡，提供积分兑换、会员专享折扣等福利。

## 捆绑销售

将相关书籍组合销售，提供优惠套餐。



03

# 书店的营销手段



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：  
<https://d.book118.com/548067137063006052>