

---

# Акценты и приоритеты в интернет-продвижении КНИГ

Антонова Ирина,  
Директор по маркетингу издательской группы «Альпина»

Октябрь 2017

---

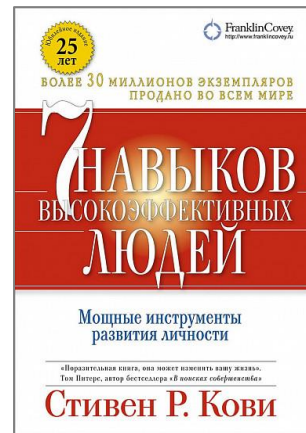
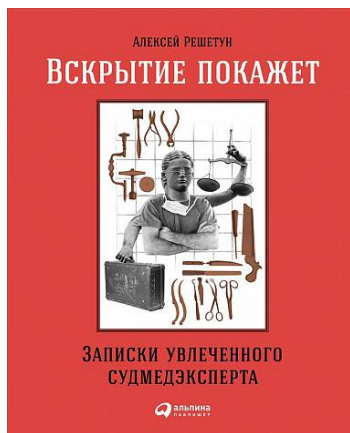
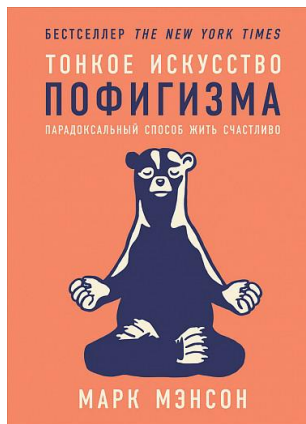
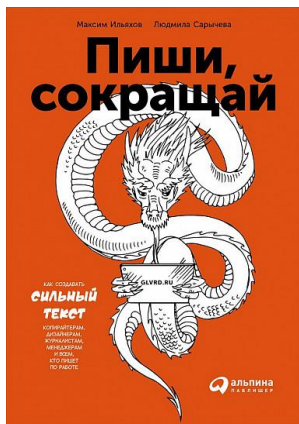
# Главные цели и задачи интернет- продвижения книг

## Цель:

- Поддержка и увеличение продаж бумажных и электронных книг

## Задачи:

- Создание и реализация эффективных инструментов на базе **собственных ресурсов** (сайт издательства, свой интернет-магазин)
  - Создание эффективных инструментов для **внешних ресурсов** (партнерские интернет-магазины, соцсети, рекламные форматы на внешних площадках)
-



Больше книг >>>  
на [alpina.ru](http://alpina.ru)

---

# Внешние факторы и особенности современного потребления информации\*



Избыточность всевозможного контента и снижение общего времени взаимодействия пользователя с его источником.



Мультиформатность – как источников, так и способа потребления информации: десктопы, мобильные устройства, «читалки», принт и т.д.

## Что это означает для книжной отрасли?

Книги как источник информации стали конкурировать с другими поставщиками контента: новые форматы в традиционных медиа, нетрадиционные медиа, UGC (пользовательский контент – блоги, видео-каналы и т.д.).

А значит, **издателю становится все сложнее «рассказывать» о новых книгах своей аудитории.**

---

\* По совокупности данных исследований Яндекса, Mediascope

# Как выбрать оптимальные каналы продвижения книг?

По результатам внутреннего исследования «Альпины» **более половины** наших читателей выбирают книги по рекомендации внешних лидеров мнений, СМИ, друзей и знакомых.

Прямые **методы коммерческого продвижения книг – НЕ работают**, в том числе и в интернете.

Издатель **вынужден** присутствовать на всех «полянах» – быть там, где читатель – и придумывать способы рекламной дифференциации.

---

---

## Общий подход к интернет-продвижению конкретной книги:

- Расширенная карточка книги на собственном сайте
  - Присутствие книги в общем пуле инструментов продвижения сайта: контекст, ремаркетинг, рассылки и проч.
  - Производство связанного контента по книге: тематическая инфографика (интересные факты, цитаты), видео, опросы, тесты и конкурсы, посты в блог на сайте
  - Мультиформатное продвижение книги в соцсетях (естественное и платное): Facebook, Vkontakte, Instagram, Tg, ОК, Т
  - Пиар-продвижение книг в онлайн-СМИ для усиления рекомендательной базы
  - Использование мощностей интернет-ресурсов внешних партнеров (онлайн- и оффлайн-магазинов): анонсы и проч.
-

---

## Развитие и продвижение своего сайта (интернет-магазина) на примере alpina.ru:

- ✓ Выбор стратегии естественного роста: SEO + отказ от нецелевого трафика.
- ✓ Максимальная «обвязка» каждой книги: помимо обложки и аннотации – отзывы, видео, рекомендации и подборки.
- ✓ Система «умных рекомендаций» Retail Rocket на основе big data.
- ✓ Ретаргетинг (на основе big data); programmatic-контекст.
- ✓ Участие в системах промокодов и система скидок у партнеров.
- ✓ Рассылка по базе подписавшихся клиентов, триггерные рассылки (внедряем).
- ✓ Специальные пользовательские «плюшки»:
  - бесплатные электронные книги в подарок к бумажным (у единственных на рынке);
  - возможность получить новую книгу первым по предзаказу;
  - издательские цены и бесплатная доставка заказов от 2000 рублей по всей России;
  - щедрая накопительная скидка: 10% при сумме заказов 3000 рублей и 20% при сумме заказов 10 000 рублей.



---

# ВАЖНО: ИЗМЕРИМОСТЬ

- ★ Счетчики на сайте и корректные настройки целей
- ★ Постоянное отслеживание иных численных параметров: предзаказы на новинку, конверсии, эффективность промокодов с разных источников, эффективность рассылок и т.д.

**Alpina.ru:** прирост трафика на 20-22% ежегодно, среднего чека – на 10-12%; прирост базы пользователей – в 4 раза за 3 года.

---

---

# Мультиформатный связный контент как приоритетный инструмент в интернет-продвижении



Больше видео!

По данным исследования Demand Metric, 90% респондентов отмечают огромный рост значимости видеоконтента в маркетинге и рекламе, из которых 76 % используют видео для социальных медиа, а 81 % – для продвижения сайта компании.



То есть ключевое слово «любил».  
И так я любил курить 37 лет.

Авторы книг – главные соратники.  
Привлекаем авторов в создание связного контента  
(блог, видео для сайта и соцсетей и т.д.)

---

# Примеры использования разного типа контента при интернет-продвижении книги



Альтина Паблшер · Книги по делу  
13 сен в 14:47

[Опрос] Что хотят мужчины?

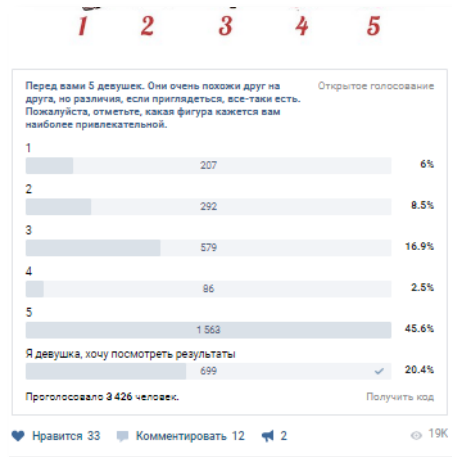
В 3-ей главе книги "Эволюция сексуального влечения" (<https://www.alfitina.ru/catalog/poradii/raznoobrazie/>), мы наткнулись на интересное исследование. Оказывается, существует совершенно конкретная особенность женской фигуры, которая привлекает подавляющее большинство мужчин во всем мире.

Звучит интересно, но хочется проверить! Поможете нам? Вот упрощенная версия эксперимента, в которой мы предлагаем вам поучаствовать.

Внимание! Завтра в это же время мы приведем результаты оригинальных исследований и сравним с теми, которые получили сами.

Какая фигура кажется вам наиболее привлекательной?

1 2 3 4 5



VK, опрос

Альтина Публшер

### От 0,67 до 0,80

Таково отношение охвата талии и бедер у здоровой женщины. Чем оно меньше, тем более привлекательной фигура становится для мужчин. Вес, рост и размер груди при этом имеют второстепенное значение.

60 см — 60  
86 см — 86

$\frac{60}{86} = 0,70$

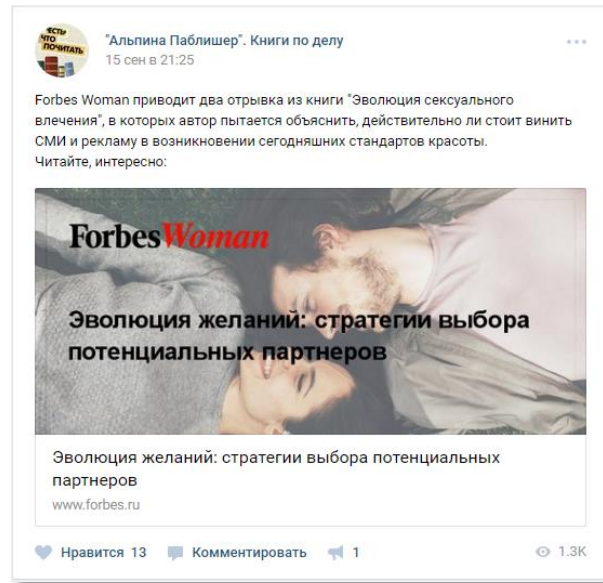
Нравится 18 · Комментировать 5 · 4 · 1.5K

VK, инфографика

# Примеры использования разного типа контента при интернет-продвижении книги



VK, карточки с цитатами



VK, репост публикации Forbes о книге

# Примеры использования разного типа контента при интернет-продвижении книги

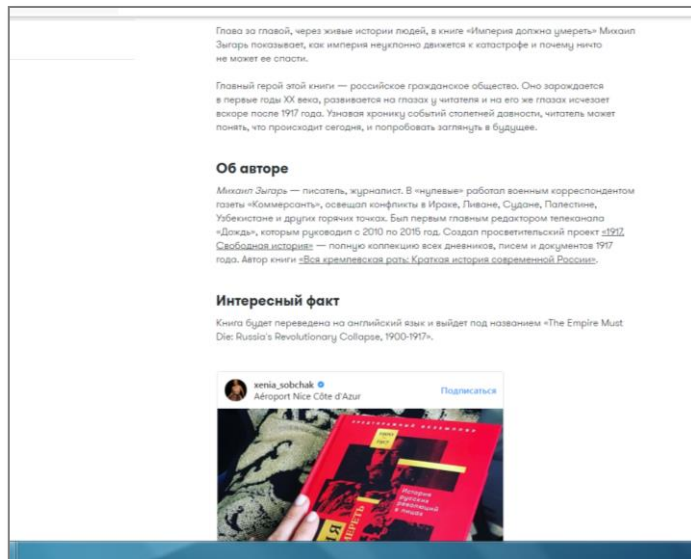


VK, видео выступления автора на TED



VK, подборка книг по теме

# Примеры использования разного типа контента при интернет-продвижении книги

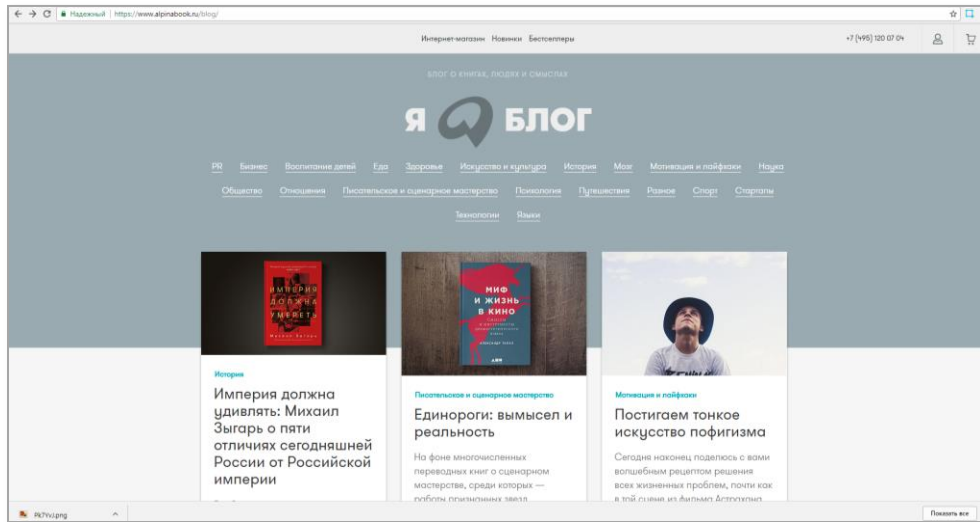


Карточка книги на сайте alpina.ru, отзывы от лидеров мнений (подтянуто из соцсетей)



Instg, Анонс выхода книги из печати

# Примеры использования разного типа контента при интернет-продвижении книги



Пост автора в блоге на сайте alpina.ru