

**MARKETING
WYDAWNICZY
W EPOCE MEDIÓW
SPOŁECZNOŚCIOWYCH
I BLOGÓW**

- Wprowadzenie
- Jak korzystamy z internetu – statystyki 2019
- Marketing internetowy vs. tradycyjny
- Marketing internetowy
 - Media społecznościowe
 - Blogi
- Podsumowanie

WPROWADZENIE

O wydawnictwie



BASTEI LÜBBE

Marketing wydawniczy w epoce mediów społecznościowych i blogów



Bastei Lübbe AG jest jednym z największych wydawnictw literackich w Niemczech.

Jego oferta obejmuje szeroki wybór książek z dziedziny literatury popularnej dla dzieci i dorosłych.

ANNABELL SCHWARZ

- Rok urodzenia: 1985
- Wykształcenie: studia na kierunku germanistyka i anglistyka w Heidelbergu (Niemcy) i w Nottingham (Anglia)
- Od 2011 r. praca w dziale marketingu internetowego w różnych wydawnictwach oraz w agencji SEO
- Od 2017 r. praca w dziale marketingu efektywnościowego (performance marketing) w wydawnictwie Bastei Lübbe AG
- Zakres obowiązków:
 - prowadzenie internetowych kampanii reklamowych dla poszczególnych tytułów i tematów
 - tworzenie reklam na kanałach social media (Facebook, Instagram, YouTube)
 - tworzenie stron docelowych (landing pages) na stronie internetowej wydawnictwa



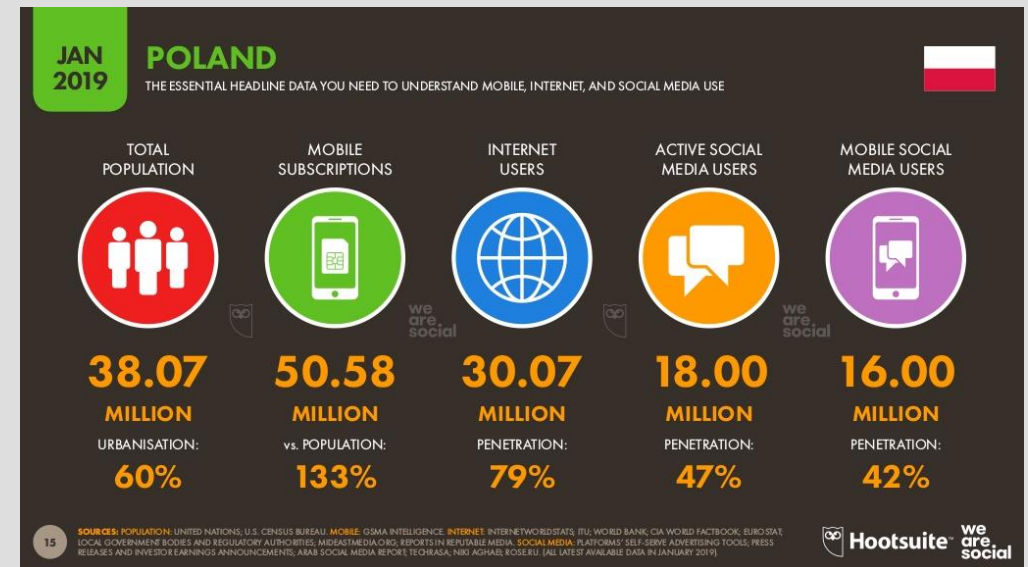
WPROWADZENIE

JAK KORZYSTAMY Z INTERNETU - STATYSTYKI 2019*

*Źródło: Hootsuite | we are social

Jak korzystamy z internetu - 2019

Niemcy | Polska



96 % Niemców i 79 % Polaków korzysta z internetu.

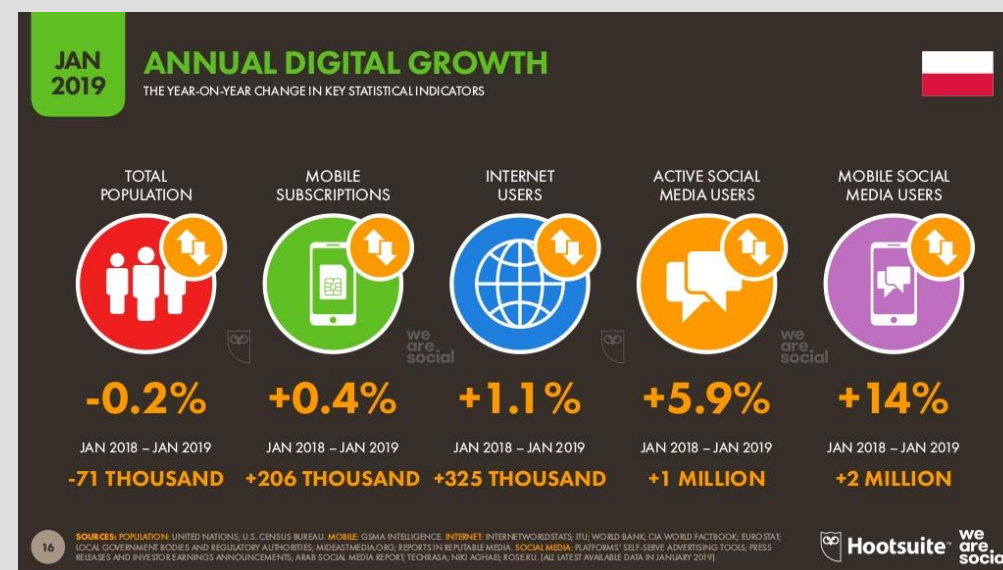
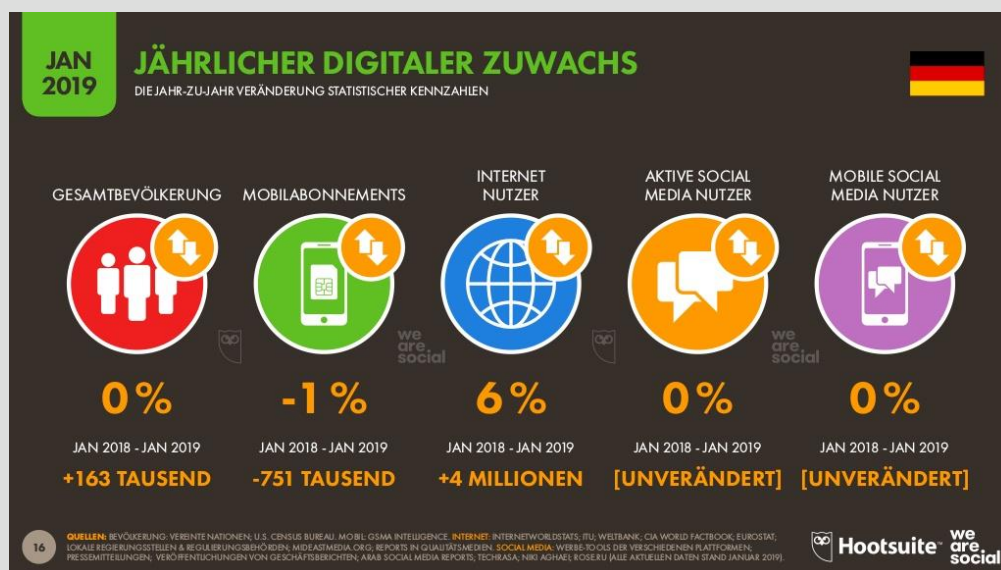
Z mediów społecznościowych korzysta prawie 50 % populacji.

Roczny wzrost liczby użytkowników 2019

Niemcy | Polska

BASTEI LÜBBE

Marketing wydawniczy w epoce mediów społecznościowych i blogów



Zwłaszcza w Polsce odnotowano znaczny wzrost liczby aktywnych użytkowników mediów społecznościowych.

Aktywność w internecie - 2019

Niemcy | Polska

BASTEI LÜBBE

Marketing wydawniczy w epoce mediów społecznościowych i blogów

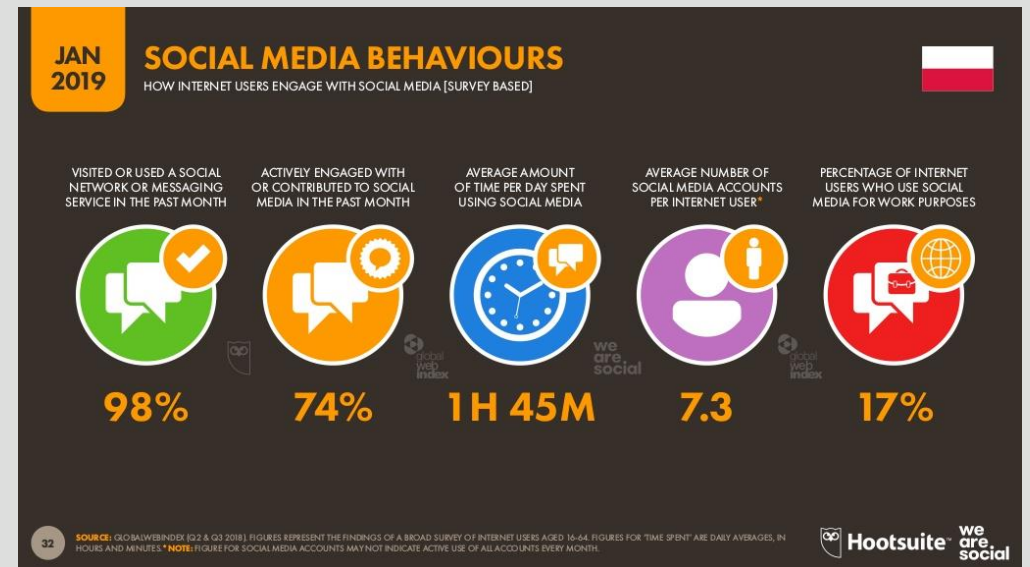


Smartfon używany jest głównie do pisania i odbierania wiadomości oraz do korzystania z map.

Ponadto w Polsce na urządzeniach mobilnych często ogląda się filmiki (80%).

Aktywność w mediach społecznościowych 2019

Niemcy | Polska

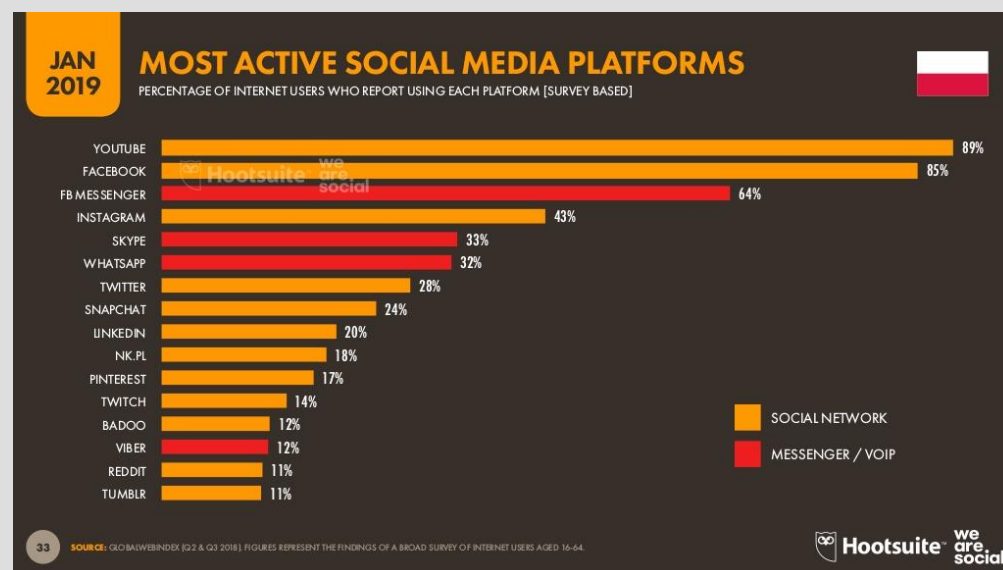
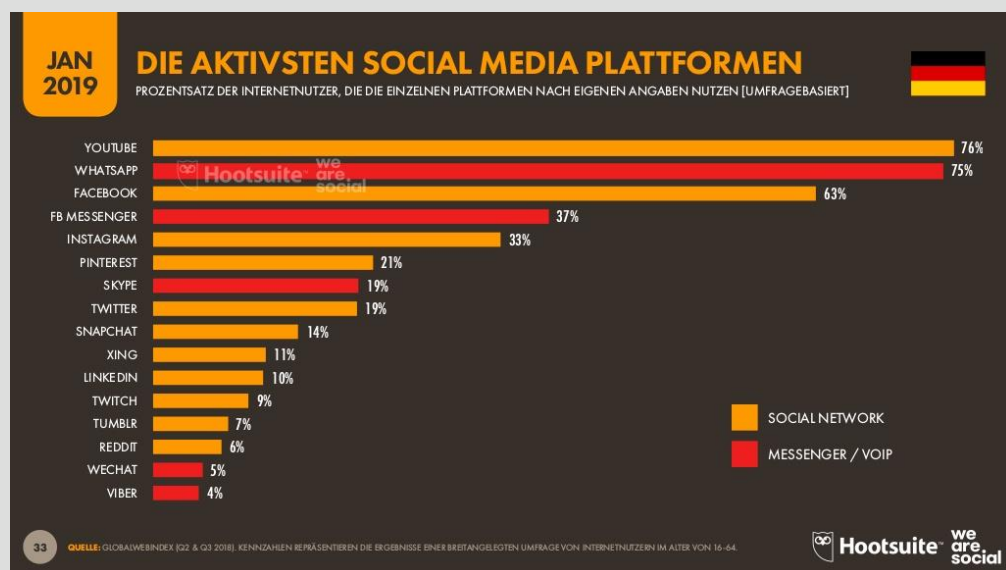


Zarówno w Niemczech jak i w Polsce wykorzystanie mediów społecznościowych jest bardzo wysokie (ponad 70%).

W Niemczech na każdego internautę przypada średnio 5 kont w mediach społecznościowych, w Polsce – aż 7.

Najpopularniejsze serwisy społecznościowe 2019

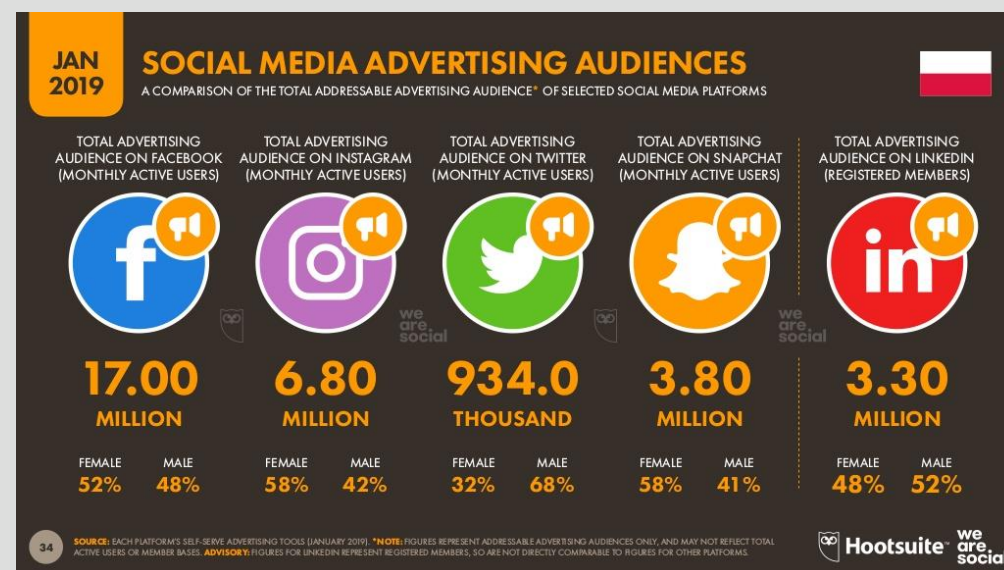
Niemcy | Polska



Najpopularniejszym serwisem społecznościowym w obu krajach jest YouTube. W Polsce kolejne miejsca zajmują Facebook i Instagram. W Niemczech WhatsApp wyprzedził już Facebooka. Kolejne miejsce zajmuje Instagram, choć jest zdecydowanie mniej popularny od liderów rynku.

Grupy docelowe reklamy w mediach społecznościowych - 2019

Niemcy | Polska



→ Wydawnictwom opłaca się tworzyć reklamy swoich produktów w mediach społecznościowych, ponieważ za ich pomocą można dotrzeć do bardzo dużej grupy odbiorców.

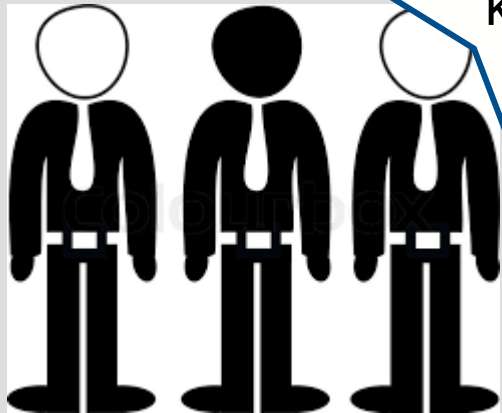
E-commerce 2019

Niemcy | Polska



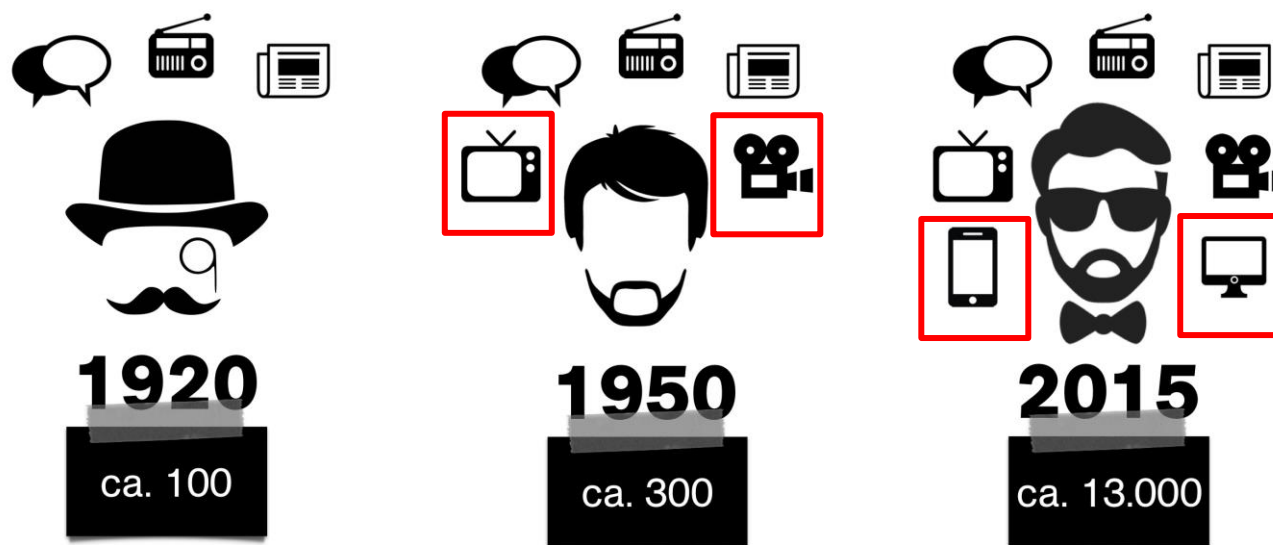
Ponieważ konsumenci coraz częściej kupują towary w internecie, działania reklamowe także powinny w coraz większym stopniu być prowadzone online.

Wydawnictwa powinny opracowywać strategie marketingu internetowego, aby dotrzeć do grupy docelowej, jaką są użytkownicy urządzeń mobilnych i zachęcić ich do kupna ich produktów.



**MARKETING
INTERNETOWY
VS.
TRADYCYJNY**

Liczba reklam dziennie



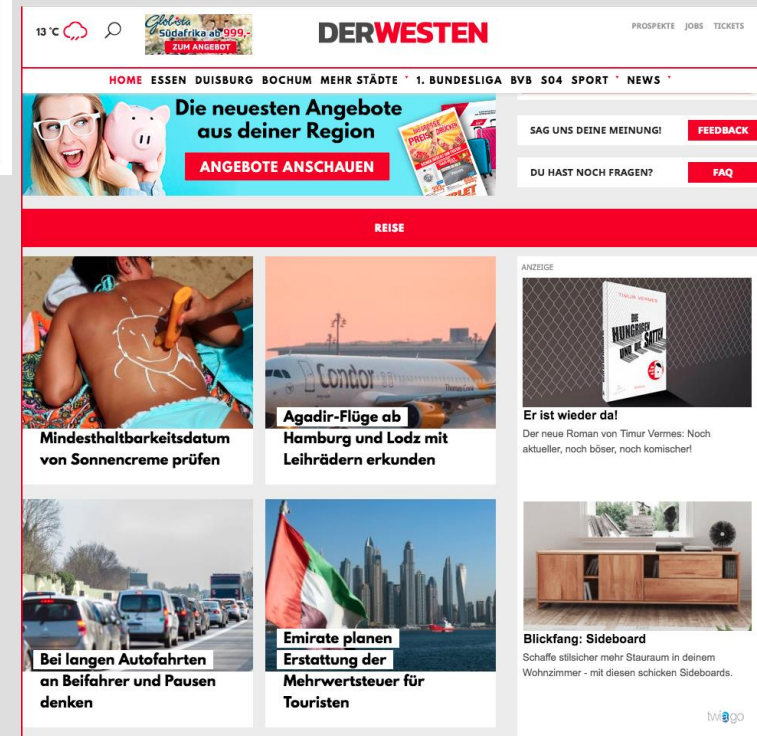
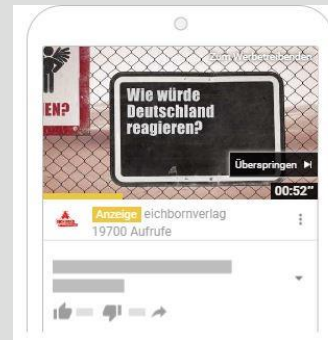
Każdego dnia jesteśmy konfrontowani z ok. 13 000 reklam.

(Źródło: Marquardt + Compagnie, 2013)

Liczba reklam internetowych rośnie szczególnie szybko odkąd pojawiły się smartfony.

Dla wielu reklamodawców marketing internetowy jest (póki co) tanim sposobem na zwrócenie uwagi na ich produkt.

Świat pełen reklam



Jesteśmy zalewani reklamami – zarówno w internecie jak i poza nim.
Jak należy więc prawidłowo zdefiniować grupę docelową i sposób, w jaki się do niej zwracamy?

Marketing klasyczny vs. marketing w mediach społecznościowych

Różnice

Marketing klasyczny

Produkt do klienta (push)

Monolog

Szeroka grupa docelowa, brak targetowania

Brak dokładnych narzędzi do mierzenia efektów

Najważniejszy jest produkt/marka

Marketing w mediach społecznościowych

Klient do produktu (pull)

Dialog

Węższa grupa docelowa, targetowanie

Dokładne narzędzia do mierzenia efektów

Najważniejszy jest człowiek



Bastei Lübbe
19. Februar 2018

Eine junge Polizistin. Ein Kriminalhauptkommissar kurz vor der Pensionierung. Nichts verbindet sie – außer dem nie aufgeklärten Mord an einem jungen Mädchen.
Wenn ihr den beiden helfen wollt, müsst ihr euch erst als Ermittler auf www.totenweg.de beweisen ... Viel Erfolg!

Performance deines Beitrags

8.558 Erreichte Personen

134 Reaktionen, Kommentare und geteilte Inhalte

109 Gefällt mir	78 Zu einem Beitrag	31 Zu geteilten Inhalten
3 Love	2 Zu einem Beitrag	1 Zu geteilten Inhalten
2 Haha	2 Zu einem Beitrag	0 Zu geteilten Inhalten
12 Kommentare	6 Zum Beitrag	6 Zu geteilten Inhalten
8 Geteilte Inhalte	8 Zum Beitrag	0 Zu geteilten Inhalten

465 Klicks auf Beiträge

32 Fotoaufrufe	200 Link-Klicks	233 Andere Klicks
-------------------	--------------------	----------------------

NEGATIVES FEEDBACK

Marketing klasyczny vs. marketing w mediach społecznościowych

Targetowanie reklam

Marketing wydawniczy w epoce mediów społecznościowych i blogów



Grupa docelowa: kobiety 30+ ?

Zainteresowania: moda, uroda, lifestyle itd.



Miejsce zamieszkania: ?

Efekt: zasięg: 26 780 prenumeratorów

Grupa docelowa: kobiety i mężczyźni w wieku 30-35 lat

Zainteresowania: Karnawał w Kolonii, zespoły muzyczne z Kolonii jak np. Kassala, Brings, Höhner, Bläck Fööss

Miejsce zamieszkania: Kolonia i okolice (do 100 km)

Efekt: zasięg: 28 621 osób | Liczba klików 2 264 |
Współczynnik klikalności (CTR): 7,91% | Stawka za kliknięcie (CPC): 0,07 €

→ Marketing w mediach społecznościowych pozwala znacznie dokładniej określić grupę docelową niż marketing klasyczny.

Marketing klasyczny vs. marketing w mediach społecznościowych

Mierzenie efektów



Marketing klasyczny
Koszt dotarcia do tysiąca odbiorców (Cost per mille, CPM)
Zasięg
Liczba sprzedanych egzemplarzy (media papierowe)
Liczba prenumeratorów (media papierowe)

Marketing w mediach społecznościowych
Liczba odsłon widoczność (viewability)
Liczba kliknięć
Współczynnik klikalności (click-through rate, CTR)
Wskaźnik zaangażowania (ER) (komentarze, polubienia, udostępnienia, podania dalej/retweety)
Liczba fanów, obserwujących, abonentów
Średni czas oglądania filmu
Współczynnik konwersji (conversion rate)
Wskaźnik zwrotu wydatków na reklamę (Return on ad spend, ROAS)
Wskaźnik zwrotu z inwestycji (Return on investment, ROI)

- Efekty reklamy w mediach społecznościowych dają się zmierzyć o wiele dokładniej – dużo łatwiej więc ocenić rezultaty
- Jednym z najważniejszych wskaźników jest wskaźnik zaangażowania: Zaangażowanie odbiorców sprawia, że wydawnictwa dostają bezpośrednią informację zwrotną na temat reklamowanych produktów/marek i pozwala im skuteczniej nawiązać kontakt z czytelnikami

**PRZYKŁADY
REKLAMY
MARKI/PRODUKTU
W MEDIACH
SPOŁECZNOŚCIO-
WYCH**

Interakcja z fanami Facebook



John Sinclair
22. Februar · 🌐

FRAGE **!?** Wie lange bist du schon John Sinclair-Fan?

👍❤️👎 257

546 Kommentare 10 geteilte Inhalte

Teilen

Relevanteste zuerst ▾

Luke Kazuto Seitdem mein Stiefvater in mein Leben trat - als ich 8 Jahre alt war. Ich bin mit der Sinclair 2000 Reihe aufgewachsen. Bisher kenne ich jede einzelne Folge auswendig 😊😊
Aber ich vermisse Frank Glaubrecht so unglaublich... 😊
7 W

Michaela Frölich Seit 1979, hat mir mein Papa als gute-Nacht-Geschichten erzählt....mein Favorit waren immer die Vampire hat sich bis heute nicht geändert
7 W

Weitere Kommentare anzeigen

2 von 528

John Sinclair
7. März 2018 · 🌐

!? Wie soll der Titel des nächsten Jason Dark Romans lauten? **!?**
Kommentiere bis zum 11.03.18! Ein Vorschlag wird von JASON DARK persönlich ausgewählt.
Auf Basis des Titelvorschlags lässt sich der John-Sinclair-Schöpfer inspirieren und schreibt die Gruselgeschichte. Du nimmst also nicht nur inhaltlich auf den Verlauf der Geschichte Einfluss, sondern wirst auch auf Jason Dark's Leserseite namentlich erwähnt!
...

Dieser Beitrag ist Teil einer Serie. Wir nehmen dich mit auf eine spannende Reise und erzählen dir von der Entstehungsgeschichte eines John Sinclair Romans! Von der Idee bis hin zum Heft in deinem Kiosk geben wir interne Einblicke in die wichtigsten Meilensteine der Produktion.

Band 20XX
BASTEI Neuer Roman
GEISTERJÄGER
JOHN SINCLAIR
Die große Gruselserie von Jason Dark

Hier könnte dein Titel stehen!

Band 20XX • Deutschland 1,80 €
Österreich 2,10 € • Schweiz 3,00 CHF
Belgien 2,10 € / Luxemburg 2,10 € / Niederlande 2,10 € / Frankreich 2,10 €
Italien 2,15 € / Spanien 2,50 € / Griechenland 2,50 € / Portugal cont. 2,25 €

👍❤️👎 720

1.901 Kommentare 79 geteilte Inhalte

Teilen

Interakcja nie polega jedynie na postowaniu, ale też na komunikacji z fanami

Interaktywne gry reklamowe

Z Facebooka na osobną stronę i z powrotem



67.573 Erreichte Personen		
855 Reaktionen, Kommentare und geteilte Inhalte		
335 Gefällt mir	283 Zu einem Beitrag	52 Zu geteilten Inhalten
38 Love	32 Zu einem Beitrag	6 Zu geteilten Inhalten
72 Haha	58 Zu einem Beitrag	14 Zu geteilten Inhalten
1 Wow	1 Zu einem Beitrag	0 Zu geteilten Inhalten
313 Kommentare	165 Zum Beitrag	148 Zu geteilten Inhalten
96 Geteilte Inhalte	89 Zum Beitrag	7 Zu geteilten Inhalten
5.951 Klicks auf Beiträge		
1 Fotoaufrufe	5.479 Link-Klicks	471 Andere Klicks

Cornelius Elias Meisinger Merlin Thymus
Gefällt mir · Antworten · Nachricht senden · 25 W

Birgit Stricker Rosenrot Pfefferkorn
Gefällt mir · Antworten · Nachricht senden · 25 W

Tina Seidel Oregana Knisterblitz
den muss ich mir merken!
Gefällt mir · Antworten · Nachricht senden · 25 W

Fani serii książek o Petroneli są gotowi przejść z Facebooka na zewnętrzną stronę www, tam wypróbować generator imion i wrócić na Facebooka, by wpisać imię w komentarzach.

Współpraca z księgarniami

Instagram



BASTEI LÜBBE

Marketing wydawniczy w epoce mediów społecznościowych i blogów



W 3 księgarniach biorących udział w akcji zostało sprzedanych 850 egzemplarzy podpisanych przez autorkę.

Księgarnie biorące udział w akcji także chciały promować tę akcję, ale nie było takiej potrzeby.

Po opublikowaniu posta na Instagramie przez wydawcę nakład został wyprzedany w ciągu jednego dnia.

Informacja w internecie o 850 podpisanych egzemplarzach przyciągnęła czytelników do trzech księgarni biorących udział w akcji.

Interaktywny fragment książki



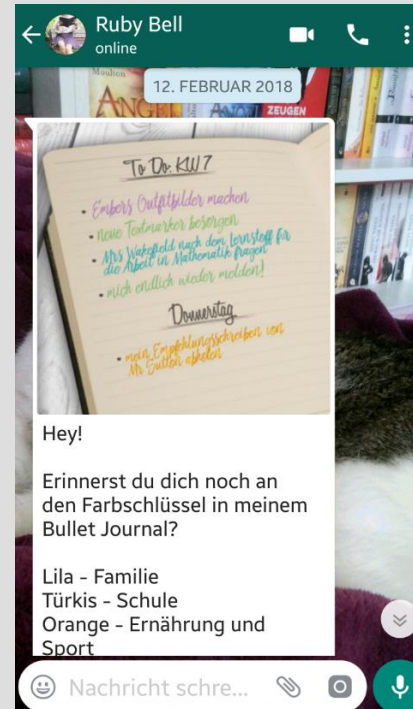
BASTEI LÜBBE

WhatsApp

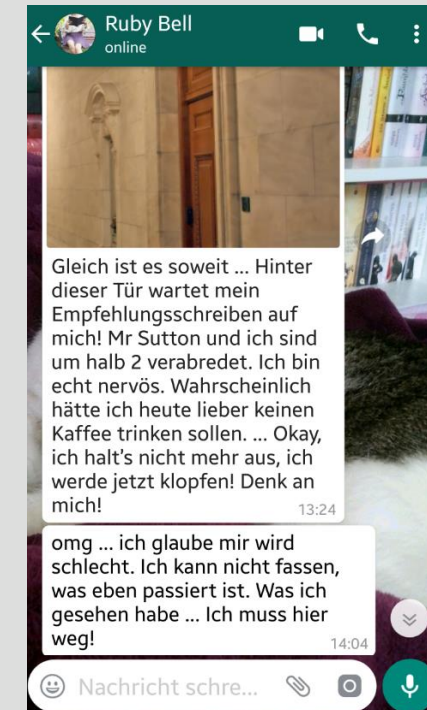
Marketing wydawniczy w epoce mediów społecznościowych i blogów



Post na Facebooku i Instagramie zachęcający do dodania głównej bohaterki książki „Ruby Bell” jako kontaktu na WhatsAppie



Po dodaniu „Ruby Bell” użytkownicy przez 10 dni dostawali wiadomości przez WhatsApp, w których Ruby opowiadała o pierwszych dniach w nowej szkole, wciągając czytelnika w swoje życie.



Reakcje na interaktywny fragment książki WhatsApp

BASTEI LÜBBE

Marketing wydawniczy w epoce mediów społecznościowych i blogów

Początek akcji (Instagram):

Koniec akcji (WhatsApp):

Es war schön 😊
Dankeschön.
Bin jetzt total neugierig und will das Buch sofort lesen. Mal schauen ob ich den im Laden bekomme 😊

Schade dass es schon vorbei ist! Gerade jetzt wo es spannend wird!!!



Hat Spaß gemacht! Tolle Idee und super Umsetzung!
Nun widme ich mich dem Buch 😊

1 650 uczestników | Liczba wiadomości wysłanych przez czytelników do bohaterki: 7 400

Przełączenie się między komunikatorami i mediami społecznościowymi nie jest problemem dla tej grupy docelowej

Ankieta dot. interaktywnego fragmentu książki WhatsApp

Wenn wir dich über WhatsApp über unsere Bücher und Aktionen informieren würden, wie oft dürften wir dir Nachrichten schicken? Antworte bitte mit HÄUFIG, wenn wir dir mehrfach die Woche schreiben dürften, WÖCHENTLICH, wenn du einmal per Woche alle Neuigkeiten erfahren möchtest, oder MONATLICH, wenn du alle Infos gebündelt erhalten wollen würdest. Vielen Dank für deine Mithilfe! ♥

615 HÄUFIG
538 WÖCHENTLICH
182 MONATLICH

1335 Teilnehmer

Wenn wir dich über WhatsApp über
unsere Bücher und Aktionen
informieren würden, wie oft...



■ HÄUFIG 46,1%
■ WÖCHENTLICH 40,3%
■ MONATLICH 13,6%

Ponieważ czytelnicy wykazali bardzo duże zainteresowanie naszymi książkami i chcieli być regularnie informowani o nowościach, od czerwca 2018 r. wysyłamy przez WhatsApp newslettera dla czytelników książek wydawnictwa LYX (2 659 abonentów). Współczynnik klikalności dla tego newslettera jest o wiele wyższy niż dla newslettera rozsyłanego mailowo.

**SPOŁECZNOŚĆ
CZYTELNIKÓW**

**JURY CZYTELNIKÓW I
BLOGGERZY**

Jury czytelników (Lesejury)

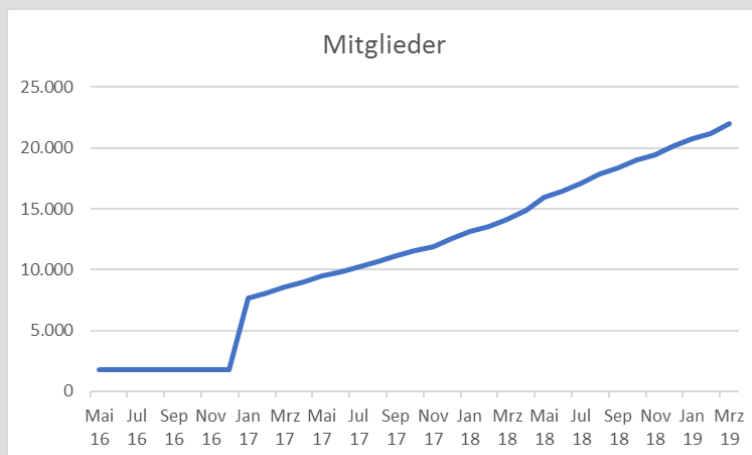
Dla wszystkich, którzy kochają książki



BASTEI LÜBBE

Marketing wydawniczy w epoce mediów społecznościowych i blogów

- Liczba członków: 22 200 (94 % kobiet, 6 % mężczyzn)
- Średni wiek: 33 lata
- Odsetek blogerów: 12 %
- Śr. liczba dyskusji w miesiącu: 17
- Śr. liczba uczestników dyskusji: 40
- Śr. liczba recenzji w miesiącu: 7.530
- Śr. odsetek recenzji: 92,5%



WILLKOMMEN IN UNSERER COMMUNITY
FÜR ALLE, DIE BÜCHER LIEBEN

[JETZT KOSTENLOS REGISTRIEREN](#)

IN DER LESEJURY KANNST DU:

- Bücher lesen und rezensieren, die noch nicht erschienen sind
- Gemeinsam mit anderen buchbegeisterten Menschen in Leserunden diskutieren
- Autoren persönlich kennenlernen
- An exklusiven Gewinnspielen und Aktionen teilnehmen
- Bonuspunkte sammeln und diese gegen tolle Prämien eintauschen

[Jetzt kostenlos registrieren](#)

 BEWIRB DICH FÜR EINE AKTUELLE LESERUNDE

- Skuteczny sposób generowania recenzji na portalach internetowych
- Ta społeczność cieszy się wśród czytelników bardzo dużym zainteresowaniem – liczba członków cały czas rośnie

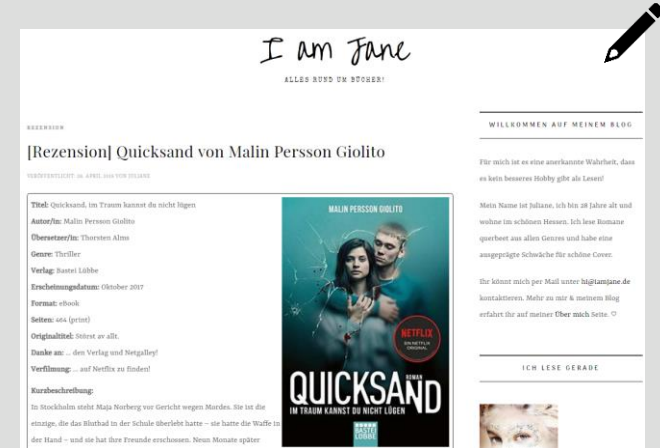
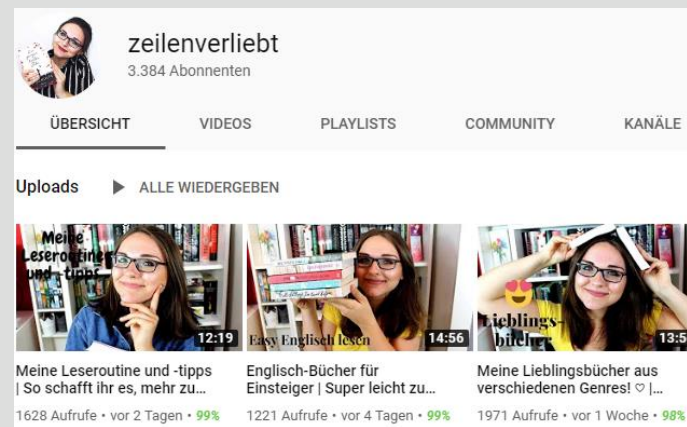
Buchblogger i BookTuber



BASTEI LÜBBE

Marketing wydawniczy w epoce mediów społecznościowych i blogów

- Blogerzy/vlogerzy: ok. 2 000
- Są informowani o nowościach przez newslettera
- Publikują swoje recenzje na platformach sprzedażowych lub recenzują książki na blogu/vlogu



→ Wydawnictwa powinny ściśle współpracować z blogerami – w ten sposób mogą otrzymać autentyczne recenzje swoich produktów

PODSUMOWANIE

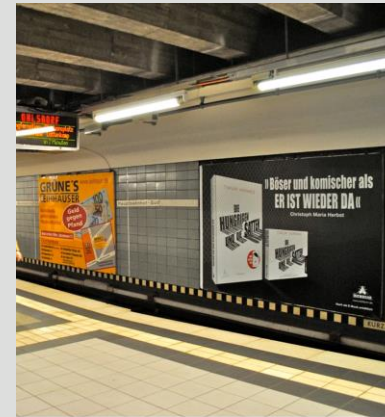
- Dziś żyjemy w cyfrowym świecie
→ Wydawnictwa muszą odpowiednio zmodyfikować swoje strategie marketingowe, by dotrzeć do czytelników

- Marketing internetowy jest:
 - często tańszy
 - łatwiej mierzalny
 - bardziej specyficzny i dopasowany do grupy docelowej

- Wymiana informacji z czytelnikami i fanami w mediach społecznościowych poprzez własny kanał jest ważna, ponieważ pozwala:
 - nawiązać kontakt z grupą docelową
 - zwrócić uwagę na produkt w zabawny sposób
 - zwiększyć liczbę poleceń



- Należy też pamiętać o zaletach klasycznego marketingu:



- Zanim klient kupi produkt, musi się z nim zetknąć nawet do 7 razy
→ Naprzemienne stosowanie marketingu tradycyjnego i internetowego pozwala uświadomić klienta nt. istnienia produktu w różnych sferach.



- Coraz popularniejszy staje się „cyfrowy detoks”, czyli odstawienie internetu na pewien czas
→ Wydawnictwa powinny docierać do czytelników także „w realu”
i nie ograniczać się wyłącznie do marketingu internetowego

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ

