

中町英樹 氏に訊く

(日経BPマーケティング)

- 出版業界を取り巻く環境が刻一刻と変化の中で、従来の出来上がった出版物を市場に押し出すプロダクトアウト型の出版形態は、完全に曲がり角にきています。
- 本や雑誌は本当に売れなくなったのか。そのカギを握る「マーケティング」という概念に基づき、今後の出版活動のあり方、進め方を、事例を交えながらお伝えしていきます。
- 電子書籍ブームに沸く出版界ですが、現状では明日から利益が生まれる段階になく、出版業界は当面“紙の本”を主体にした運営を続けていかなければなりません。マーケティングを通して、自社をどのように活性化させていけばよいのか？
- 日々苦悩する経営者・管理職の皆さまを中心に、出版に携わる多くの方たちに何らかのヒントをご提示できれば幸いです。

— 参加要項 —

- ◆ 講師 中町英樹氏 (株式会社日経BPマーケティング)
- ◆ 日時 平成24年5月15日(火) 13:30~18:00
- ◆ 会場 日本出版クラブ会館 (3階・会議室)
(東京都新宿区袋町6 都営大江戸線 牛込神楽坂駅より徒歩2分)
- ◆ 受講料 出版クラブ維持員社 10,000円 (一般参加者 12,000円)
- ◆ 定員 80名 (申込順、定員になり次第締切らせていただきます)
- ◆ 申込 別紙申込書に必要事項をご記入の上、FAXまたは郵送にてお申込み下さい FAX 03-3267-6095
- ◆ 振込先 三菱東京UFJ銀行 神楽坂支店 普 0062459
口座名: ザイ) ニホンシュツパンクラブ
当日会場での直接お支払いは受付けておりません。
- ◆ お問い合わせ 日本出版クラブ事務局 担当/杉山・和田
TEL 03-3260-5271

連続集中講座 第2回

出版マーケティング講座

経営者・管理職者のための

新しい出版のあり方を考える

講義内容

- I. 業界を取り巻く環境の激変 13:30~15:45
これからの出版市場をどう見るか
出版物の需要と供給のとらえ方
新しい流通制度の試行 (契約販売・責任販売・買い切り販売)
いま書店現場で起きていること
- II. マーケティングとは何か
ドラッカーの「マーケティングとは販売を止めることだ」の意味
出版社・取次会社・書店は読者に何を売っているのか
自社の強みを活かす成長戦略
データだけで管理すると縮小均衡に陥る
- 質疑応答 (10分休憩)
- III. マーケティングの進め方 16:00~17:45
事例研究(1):「もしドラ」の大ヒットに学ぶマーケティングの考え方
事例研究(2):売れている雑誌のマーケティング
マーケティングの仕組み
出版社にとって顧客とはだれか
目標の共有なきところに成長なし
- IV. マーケティングは「人」と「コミュニケーション」
組織のマーケティング思考を阻む管理職の壁
そのコミュニケーションが間違っています!
コミュニケーションの本質
環境の変化に対応する唯一の方法

■ 質疑応答

講師略歴

中町 英樹 (なかまち ひでき) 氏

日本経済新聞社入社、出版局配属。出版局局次長兼営業部長、日経ホーム出版社常務取締役マーケティング担当、日経BP出版センター代表取締役社長等を経て、現在、日経BPマーケティング顧問。著書『出版営業入門』(日本書籍出版協会発行)他。経済産業大臣登録中小企業診断士、日本コーチ連盟認定コーチング・ファシリテーター、日本出版学会会員。

(進行の都合で、若干内容変更が生じる場合もあります)

財団法人 日本出版クラブ
〒162 東京都新宿区袋町6 TEL03(3260)5271