

5 декабря 2007 г.  
Коммуникационное агентство «Book Space»  
Чумичёва Ольга, PR-директор  
8-926-533-97-67, ochumicheva@bookspace.ru

## **ПРЕСС-РЕЛИЗ РАСШИРЯЕМ КНИЖНОЕ ПРОСТРАНСТВО**

**28-30 декабря 2007 года в рамках ярмарки интеллектуальной литературы non/fiction № 9 состоялся цикл круглых столов для профессионалов книжного рынка на тему «Расширяем книжное пространство». Организатор: первое специализированное книжное коммуникационное агентство «Book Space».**

К обсуждению последних тенденций книгоиздания были приглашены как сами издатели и руководители издательских PR-отделов, так и специалисты компаний и корпораций, ведущие партнерские проекты с книжным бизнесом. Они рассмотрели перспективы и проанализировали опыт взаимодействия книгоиздательского бизнеса с другими индустриями. Отдельный разговор был посвящен цифровой книге (книге без носителя) и тем возможностям, которые она дает издателям в виде освоения новых рынков, новых покупателей и новых каналов распространения. Впервые была поднята тема социальной ответственности брендов и корпораций, реализуемой при помощи книгоиздания.

### **Круглый стол «ЭФФЕКТИВНОЕ ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ: CO-BRANDING, CROSS-PROMOTION, PRODUCT PLACEMENT»**

Модератор: Чумичёва Ольга, PR-директор коммуникационного агентства «Book Space»

Участники:

1. Бочарова Алена, PR-директор издательства «Ad Marginem»
2. Гордин Алексей, зам.ген.директора издательства «Азбука»
3. Дындыкина Светлана, PR-менеджер издательства «Иностранка»
4. Литвинов Дмитрий, ген.директор коммуникационной группы «Планета Информ»
5. Николаева Наталья, продюсер проекта «Берег Утопии» в Российском академическом молодежном театре (РАМТ)
6. Полякова Светлана, PR-директор издательства «АСТ»
7. Трубецкая Дарья, директор по маркетингу кинокомпании «Юнифорс»

Дискуссия «Эффективное партнерство для увеличения продаж» была посвящена технологиям продвижения, которые весьма популярны в других отраслях, и в последнее время активно осваиваются книжным бизнесом. Издатели на практических примерах рассказали как увеличиваются продажи при правильном использовании таких инструментов книжного пиара как co-branding, cross-promotion, product placement. Участники проанализировали кейсы, а также обсудили новые инструменты и возможности партнерских отношений на примерах реализованных проектов:

- книгоиздание и **киноиндустрия**: использование механизмов cross-promotion и киномерчендайзинга было рассмотрено на примере проекта «Волкодав» (издательство «Азбука» и кинокомпания «Central Partnership») и проекта «Код да Винчи» (издательство «АСТ»);
- книгоиздание и **театр**: cross-promo кампания «Берег Утопии» (издательство «Иностранка» и РАМТ);
- книгоиздание и **спорт**: cross-promotion проект по книге Дмитрия Лекуха «Мы к вам приедем» - экранизация и спортивный фестиваль (издательство «Ad Marginem» и кинокомпания «Юнифорс»);

- книгоиздание и **туристический бизнес**: использование product placement в проекте «Гоа Синдром» (издательство «Ad Marginet» и туристическая компания «Гранд Тур Вояж»);
- книгоиздание и **ресторанный бизнес**: кампания по cross-promotion и co-branding на примере проект «Рай на земле» (издательство «Азбука» и сеть кофеен «Шоколадница»).

#### Тематики выступлений:

- как происходит пересечение издательства и компании-партнера; нужны ли для этого специализированные площадки; что может быть такой площадкой – коммуникационное агентство, Интернет-сайт и т.д.
- выгоды, которые получает компании-партнеры: имиджевый эффект, конкурентное преимущество, бонусы для клиентов, увеличение продаж продукта, расширение и завоевание целевой аудитории
- почему издатели плохо используют киномерчендайзинг (производство товаров, в основе которых лежат образы персонажей художественных фильмов и сериалов) и talent relations (привлечение звезд киноиндустрии к участию в рекламных кампаниях книг)
- креативный процесс: участники и степень разделения полномочий и бюджетов
- с какими проектами нужно приходиться к потенциальным информационным партнерам
- моральные аспекты использования технологии product-placement

### **Круглый стол «ЦИФРОВЫЕ КНИГИ – ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ И ИСТОЧНИК ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ДОХОДА».**

Модератор: Давыдов Денис, исполнительный директор «Первого мобильного издательства»

Участники:

1. Дубинский Дмитрий, коммерческий директор компании «ФлексТел Сервис» (организация и поддержка сервиса wap.lib.beeline.ru)
2. Идибекова Татьяна, менеджер продуктов компании «ВымпелКом» - «Билайн»
3. Чумичёва Ольга, PR-директор коммуникационного агентства «Book Space»
4. Шукин Дмитрий, руководитель Интернет проектов издательства «Альпина Бизнес Букс»

Участники круглого стола пришли к выводу, что дигитализация книжного рынка – процесс стремительный и необратимый, попытались определить место цифрового контента в цепочке продуктов книгоиздательской индустрии, познакомились с технологией продажи текстов через мобильную библиотеку Beeline, узнали о примерах и возможностях использования электронных текстов в качестве промо-инструментов и подтвердили свою заинтересованность друг в друге.

#### Тематики выступлений:

- цифровые книги без носителя – новый рынок, новые возможности продвижения, новая аудитория
- эффективное управление электронными правами.
- цифровой контент как промо инструмент.
- агрегация и эффективное управление электронными правами; подбор контента и коммуникация с медиа-партнёрами и продавцами.
- продажа мобильных книг через WAP библиотеку Билайн.
- организация и поддержка сервиса wap.lib.beeline.ru
- примеры совместных проектов с издательствами «АСТ» и «Альпина Бизнес Букс»

### **Круглый стол «КНИГОИЗДАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ БРЕНДИНГА И ПРОГРАММ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОРПОРАЦИЙ»**

Модератор: Гельмиза Андрей, директор компании «Рост Медиа»

Участники:

1. Винокуров Алексей, бренд-менеджер компании «Just Design»
2. Чумичёва Ольга, PR-директор коммуникационного агентства «Book Space»
3. Шукин Дмитрий, руководитель Интернет проектов издательства «Альпина Бизнес Букс»

### **Серия круглых столов «РАСШИРЯЕМ КНИЖНОЕ ПРОСТРАНСТВО»**

**«Эффективное партнерство для увеличения продаж: co-branding, cross-promotion, product placement».** Модератор: Чумичёва Ольга, PR-директор коммуникационного агентства «Book Space»

**«Цифровые книги – инструмент продвижения и источник дополнительного дохода».** Модератор: Давыдов Денис, исполнительный директор «Первого мобильного издательства»

**«Книгоиздание как инструмент брендинга и программ социальной ответственности корпораций».** Модератор: Гельмиза Андрей, директор компании «Рост Медиа»