

<<畅销书浅规则>>

图书基本信息

书名：<<畅销书浅规则>>

13位ISBN编号：9787510049231

10位ISBN编号：7510049237

出版时间：2013-2

出版时间：世界图书出版公司

作者：李鲟

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<畅销书浅规则>>

内容概要

谁写的书能畅销？

什么样的书能畅销？

畅销的标准是什么？

畅销书的封面应该是什么样的？

什么样的书名才能打动读者？

怎样制作腰封，才不至于成为鸡肋？

封面文案怎样写，才能打动读者？

名人荐书对图书销量有帮助吗？

畅销书怎样才能避免赔本赚吆喝的尴尬？

.....
这些问题，可能是每个有志于成为畅销书推手的编辑以及每一位作者都思考过的问题。

在《畅销书浅规则》，李鲟给出了明确的答案。

李鲟曾是专栏作家，后来涉足出版行业，又做过公关营销，杂志编辑、网络编辑特别是专业出版报纸编辑，组织了每月一期的“编客学堂”，与诸多优秀出版人碰撞交流，博采众长。丰富的经历，使他得以从作家、评论人、图书策划人、公关营销、媒体人等多重视角对出版业进行观察，厘清了关于畅销书的种种误区，从各个环节剖析畅销书运作的规律。

更难得的是，他不尚空谈，不纠缠于概念，而是从畅销书运作的各个环节入手，把每个细节都做到极致，具有很强的实操性。

很多策划都是针对一线出版编辑的实际情况，一看就能懂，就能照方抓药，应用于编辑实务。

《畅销书浅规则》被誉为“中国版的《这书要卖100万》”。

关于浅规则，作者自己做了解释：浅规则就是浅显的规则。

一看就能懂，一学就能用。

身为本书的责任编辑，我对此深表认同。

编辑此书的过程就是学习的过程。

编辑完此书，顿觉实力大增，满心喜悦。

本书的主流读者当然是出版从业者，但对写作者也很有帮助。

写作者如果能读读此书，了解出版及畅销书运作的相关知识，必能有的放矢，少走弯路。

<<畅销书浅规则>>

作者简介

李鲆，作家、媒体人。

曾从事过出版策划、图书营销、杂志编辑、数字出版、媒体公关等多种职业，现供职于《中国图书商报》，负责《中国编客》专刊。

他以作家、评论人、图书策划人、公关营销、媒体人等多重视角来观察书业，策划了系列关于畅销书运作的选题，受到业内的广泛关注。

依托《中国编客》组织了“编客学堂”系列讲座，先后受邀到全国多家出版社讲课，其传播视角、关注细节、注重实操的特点，得到一致好评。

《畅销书浅规则》就是他对畅销书运作进行的全面梳理，无论对是出版编辑、还是对写作者，都不无裨益。

其他著作有《写字楼妖物志》《干吗要上班》《爱，听十人谈》等9种。

<<畅销书浅规则>>

书籍目录

孙月沐序

自序：畅销书的“3214法则”

第一章 厘清畅销书的14条谬论

第二章 造就畅销书的13大原则

第三章 构成畅销书的23个元素

第四章 图书营销的15个创新思维

第五章 畅销书书名制作的21条法则

第六章 畅销书封面制作的18条军规

第七章 腰封制作的12条法则

后记

参考书目

<<畅销书浅规则>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>