

<<名人书浅规则>>

图书基本信息

书名：<<名人书浅规则>>

13位ISBN编号：9787510072734

10位ISBN编号：7510072735

出版时间：2014-2-1

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>

<<名人书浅规则>>

内容概要

在资讯爆炸的年代，只靠名人已经不足为卖。
名人书进入精耕细作阶段。

《名人书浅规则》是一本实用性强的本土名人书策划手册，从如何搞定名人、制作名人书书名、名人书装帧设计、名人书营销等，慷慨分享作者多年来对业内高手操作名人书的经验总结。本书将策划理念、实操方法、经典案例和出版人的经验融为一炉，深入浅出，让读者在轻松阅读中掌握名人书的策划玄机，是编辑新人、出版老手、营销达人案头常备的实用手册。

如果作者（或主人公）足够有名，那他就是一本书最重要的购买理由。

在《鲚书03：名人书浅规则》里，畅销书研究和图书营销专家李鲚对名人书现象进行了全面的观察和梳理。

面对红海，名人书要怎样策划操作才能胜出？

怎样“搞定”名人？

制作名人书的书名、封面有哪些技巧？

引译版名人书该怎样操作？

名人书怎样做营销？

作者以营销思维切入出版，通过大量的案例分析，给出了答案，能给出版人有益的启发。

<<名人书浅规则>>

作者简介

李铎，作家，媒体人，畅销书研究与图书营销专家。

著有《畅销书浅规则》、《畅销书营销浅规则》，持续居同类图书销量之首。

主编“新出版”书系。

先后受邀到全国数十家出版机构和高校讲座，并为多家出版机构担任出版顾问。

其他著作有《别把老爸当家长》、《写字楼妖物志》、《干吗要上班》、《爱，听十人谈》等十余本

。

<<名人书浅规则>>

书籍目录

自序：先浅再深，先不犯错再去创新

第1章 名人书的前世今生

说名人，谁是名人？

先吃螃蟹者：味道好极了

出名了，赶快出书吧！

只靠名人已经不够了

第2章 名人书的七大类别

全面记述生平的传记

名人自述兼行业记录

圈内人或身边人的爆料

文本价值较高的文学创作

各个领域的实用之书

以图为主的明星写真书

根据名人经历创作的小说

第3章 精耕细作：名人书的出路

确定人选：真正有分量的名人

市场定位：尽可能大的读者群

选题策划：最好突出实用价值

品牌运营：合理规划，长期开发

第4章 “搞定”名人的11种武器

开出高版税

打好友谊牌

塑造自身品牌

做出高品质

成为最懂他的人

提供贴心服务

营销也是优势

给予足够尊重

专业是一种力量

找准兴奋点

从草根开始培养

第5章 制作名人书书名，就这么五招

将人名嵌进书名

强调唯一性

实现品牌移植

以创意打动读者

用人名改造熟语

第6章 名人书装帧设计，有六条法则

在封面上印名人照片

封面设计突出作者名字

在封面上印手写签名

突出系列品牌

做高端版本

<<名人书浅规则>>

做极简设计

第7章 引译外版名人书，谨防水土不服

重新制作本土化书名

寻找人物之外的卖点

务必介绍人物背景

不妨试着“傍大款”

第8章 利用名人资源做好营销

人脉资源

粉丝资源

媒体资源

脑力资源

其他资源

第9章 寻找最合适的时机上市

结 婚

婚 变

死 亡

影视热播

获 奖

第10章 名人书浅观察

对！

这就是杨澜！

倪萍：从日子到画日子

柴静何以被“看见”？

想畅销？

去挨鞭子吧！

莫言为什么卖不过郭敬明？

饶雪漫为何不转型？

盖尔布莱斯，你是谁呀？

跋：唯有感谢 李鲟

<<名人书浅规则>>

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>