

**Специальная номинация  
книжного магазина «Свои книги»  
в рамках Международного студенческого конкурса  
«Масс-Медиа Перспектива – 2015»**



**СВОИ КНИГИ**



**МАСС-МЕДИА  
ПЕРСПЕКТИВА**

# О «Своих книгах»

– современный книжный магазин, в котором для читающих людей собраны хорошие и очень хорошие книги и сделано всё, чтобы эти книги было просто найти и приятно купить.

## В книжном магазине:

- классическая литература (русская и зарубежная);
- современная поэзия и проза (в том числе и книги на иностранных языках);
- тщательно отобранное легкое чтение;
- научно-популярная литература по биологии, астрономии, физике, химии;
- книги по гуманитарным наукам;
- грамотный non-fiction;
- мемуары и биографии;
- книги для детей.

# ...еще немного о «Своих книгах»



- Уютная обстановка;
- бесплатный wi-fi;
- кофе
- и многое другое!

*Адрес:* Санкт-Петербург, улица Репина, 41 (во дворе)

*Время работы:* 11.00 - 21.00 (без выходных и обеда)

*Телефон:* (812) 966-16-91

*Сайт:* [svoi-knigi.ru](http://svoi-knigi.ru)

# Предыстория

В современной рыночной ситуации независимые книжные магазины в абсолютном большинстве случаев оказываются вытеснены из обычных торговых помещений на периферию городского пространства — во дворы и в подвалы, переходя на подпольное существование под угрозой закрытия.

За последний год в Санкт-Петербурге вынуждены были закрыться 4 книжных магазина. Книжный магазин «Свои книги» за три года своего существования переезжал три раза из-за подъема арендных ставок.

Бизнес-составляющая в работе независимых книжных магазинов находится не на первом месте. Создатели магазинов воспринимают свое занятие как социальную активность, хобби, сохранение книжных традиций, просветительскую деятельность, но не коммерческую.

# Что такое независимый книжный магазин?

- основной ассортимент — книги (до 90%);
- небольшое торговое пространство (от 15 до 80 м<sup>2</sup>);
- уникальный выбор книг в соответствии со вкусом и интересами основателей магазина и сотрудников, а не с коммерческим потенциалом;
- ориентация на интеллектуальную аудиторию и «хорошие книги»;
- от 3 до 20 тысяч книг на полках;
- низкие цены на книги;
- «третье место» со своей атмосферой.

# Немного о коммуникации...

Традиционные способы продвижения, используемые независимыми книжными магазинами:

- проведение презентаций, встреч, круглых столов, мастер-классов и других мероприятий, связанных с конкретными книгами/ авторами/ издательствами и т. д.;
- проведение распродаж и назначение скидок на книги конкретного издательства.



# ... и еще чуть-чуть

## Каналы распространения информации:

- социальные сети (95%);
- промоутеры с листовками (4%);
- онлайн-новые СМИ (1%).

## Целевая аудитория:

- студенты;
- специалисты: гуманитарии, научные сотрудники, преподаватели, учителя;
- неспециалисты: городская читающая публика от 20 до 80 лет;
- молодые мамы;
- местные жители.

# Примите к сведению

В силу своего расположения (обычно центр города) книжный магазин ориентирован не только на местных жителей, но и на тех читателей, которые готовы ехать за нужной книгой через полгорода.

Включенное наблюдение за читателями показывает, что «внезапное» обнаружение книжного магазина в пределах доступности способствует повышению интереса к чтению, позволяет обнаружить множество новых и старых книг, о существовании которых читатель не подозревал (поскольку в больших сетевых книжных магазинах они «теряются»).

Однако также отмечено, что даже местным жителям требуется время или дополнительные усилия со стороны книжного магазина для того, чтобы они узнали о его существовании рядом с ними.



# Кейс «Подпольный книжный магазин»

Участникам Международного студенческого конкурса коммуникационных проектов «Масс-Медиа Перспектива» предлагается разработать **проект продвижения** независимого подпольного книжного магазина.

## **Обязательные условия:**

- новизна способов продвижения;
- ориентация на целевую аудиторию магазина (см. слайд 7);
- минимальные затраты или (что предпочтительнее) их отсутствие.

# Немного формальностей

## *Требования к проекту:*

- работа должна быть представлена в формате .pdf , .pptx или .ppt;
- объем презентации не должен превышать 15 слайдов;
- работа помимо презентации может включать дополнительные материалы, которые высылаются отдельными файлами;
- последний слайд содержит контактную информацию авторов проекта (телефон, email).

## *Прием материалов:*

- проекты необходимо прислать на адрес [mmp@jf.pu.ru](mailto:mmp@jf.pu.ru) с пометкой «Свои книги\_ММП»;
- работы принимаются с 9 по 19 ноября (до 18.00 по московскому времени);
- short-list будет опубликован 21 ноября на сайте Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ ([jf.spbu.ru](http://jf.spbu.ru)) и в группе конкурса «ВКонтакте» ([vk.com/mmp15](https://vk.com/mmp15)).

# Немного формальностей

*Победитель номинации будет определен по результатам публичной защиты проектов в «День студенческого креатива» (24 ноября) в рамках конкурса «Масс-Медиа Перспектива – 2015».*

*Регламент устной презентации – 5-7 минут выступление участников, 5 минут вопросы и обсуждение .*

*В жюри войдет учредитель книжного магазина «Свои книги» и генеральный директор «Свое издательство» Мария Левченко.*

# В ПОМОЩЬ

- Сайт книжного магазина «Свои книги»  
[svoi-knigi.ru](http://svoi-knigi.ru)
- Независимые книжные магазины Санкт-Петербурга  
[calendar.fontanka.ru/articles/2954](http://calendar.fontanka.ru/articles/2954)
- Исследование независимых книжных магазинов  
[www.unkniga.ru/bookrinok/nezavisimye](http://www.unkniga.ru/bookrinok/nezavisimye)

Дополнительную информацию также можно получить

- в Организационном комитете конкурса «Масс-Медиа Перспектива-2015» :

тел.: **8-981-757-97-73,**

e-mail: **mmp@jf.ru;**

- а также в «Своем издательстве» (контактное лицо – генеральный директор Мария Левченко):

тел.: **(812) 900-21-45.**