

# Популяризація книжкових видань Видавництва Львівської політехніки

Роман Голощук<sup>1</sup>, Оля Грицик<sup>2</sup>

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет «Львівська політехніка», УКРАЇНА, м. Львів, вул. С. Бандери, 12;  
e-mail: 1. holoshchuk@vlp.com; 2. o.gr\_k@mail.ru

*The paper analyzes the characteristics, trends and major types of promotion book editions are already publishing Publishers Management Lviv Polytechnic*

Ключові слова – видавничий менеджмент, видавничо-поліграфічна галузь, промоція книжкових видань, інформаційна політика видавництва.

## I. Вступ

Протягом останніх десятиліть видавничо-поліграфічна діяльність набуває швидкого розвитку. Це зумовлено зокрема і зацікавленістю видавців розширити ринок збуту для забезпечення вищої школи якісною навчально-методичною та науковою літературою. Популяризація книги як елемента книжкового менеджменту, сформованого в розвинених ринкових країнах, є цілісним комплексом заходів, спрямованих на просування і реклами видавництва й книжкової продукції, що передбачає розвиток книжкової справи.

## II. Основна частина

Видавництво Львівської політехніки (ВЛП) використовує різні шляхи для популяризації книжок. Постійно діє і розвивається веб-сайт [vlp.com.ua](http://vlp.com.ua). Ведеться координація робіт з популяризації інформаційних ресурсів ВЛП також на Web-сторінці Національного університету «Львівська політехніка» (<http://lp.edu.ua/node/519>) і на тематичних форумах (<http://www.naukaonline.org/>, <http://misto.ridne.net/> та інших). ВЛП бере активну участь у виставках та форумах [1].

Від 2007 року Видавництво працює над створенням власної книготорговельної мережі, яка сьогодні налічує вісім крамниць. Починаючи від 2010 – щороку наприкінці травня у Львівській політехніці відбувається особлива акція – Тиждень книги [2].

Для вдосконалення популяризації ВЛП та його видань було створено користувацькі сторінки в соціальних мережах Facebook (рис.1), Вконтакте, Google+. Вони містять інформацію про Видавництво, його співпрацю, промоцію, важливі події, фото-репортажі [3].

Крім того застосовуються методики та технології пошукової оптимізації (search engine optimization, SEO), контекстної реклами,

маркетингу в соціальних мережах (social media marketing, SMM), контекстнозалежних поштових розсилок (Mailchimp Expert).



Рис. 1. Користувачська сторінка

Якісне наповнення цікавою, змістовною і актуальною інформацією про нові видання ВЛП та щоденна актуалізація контенту сторінки забезпечує залучення нової аудиторії та клієнтів, свідчить про лояльність споживачів. Це та сама ступінь прихильності, яка змушує клієнта знову повертатися саме до видавництва. Максимальна лояльність – готовність не тільки користуватися послугами, але і рекомендувати їх іншим. Методика полягає у виділенні найбільш вигідних сегментів споживачів на підставі аналізу клієнтської бази і подальше вибудовування тісніших відносин саме з цими сегментами на підставі індивідуальних програм маркетингових комунікацій з метою підвищення лояльності саме цих споживчих сегментів.

## ВИСНОВОК

В статті подано інформацію про популяризацію видань Видавництва Львівської політехніки. Матеріали дослідження можуть бути використані Видавництвом для регулювання товарної, цінової та популяризаційної політики, ефективного формування асортименту, проведення акційних заходів, зворотнього зв'язку із клієнтами.

## Література

1. Голошук Р.О. Аналіз впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у видавництві Львівської політехніки / Р.О. Голошук // Інформатизація вищого навчального закладу : [збірник наукових праць] / відповідальний редактор Д. В. Федасюк. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 100 с. : іл. – (Вісник / Національного університету "Львівська політехніка" ; № 703). – С. 39-45.
2. ПАН КНИГАР: Інформаційний бюллетень Видавництва Львівської політехніки / Львів: Видавництво львівської політехніки, 2013. – 4 с.
3. Голошук Р.О., Грицик О.І. Розміщення реклами Видавництва Львівської політехніки у мережі Internet / Р.О. Голошук, О.І. Грицик // Інформація, комунікація, суспільство: Матеріали 1-ї Міжнародної конференції ІКС – 2012. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – С. 86 – 87.