

KNJIŽNI STROŠKOVNIK

Delitev stroškov prodajne cene knjige (am. vir)

- ~47% delež prodajalca in distributerja
(motivacija ka odpiranje last. knjigarne spleh v Slo.)
↳ je knjigo res težje tržiti, kot prodajati? (okusnoro?)
- 10-15% avtorski delež
(v Slo. je manjši: 8-10% + manj potenc. bralcev, manjša možn. ka zaslužek)
- 5% promocija
(ekonomski model / izkušnje ne omejen samo na knjige)
(tudi deljenje recenz. izvodov ← ni drago, a ni zastoj)
(najboljša reklama je od ust do ust! ← B: Opaki book club)
- 20% proizvodnja (tisk, oprema, oblikovanje, ...)
(pri nas višja ← manjša naklada)
- 16% \neq
- Ostanek? (Profit?)

Vprašanja, vprašanja

- Na kakšni predpostavki temelji ta izračun?
(da bodo vse knjige prodane!)
- Zast. izvodi? (5% promocija)
- Premalo ali preveč natis. knjig?

\neq

- narl. izdaje cenejše! (ker je manj fiksnih stroškov: prevod, naslovnaica, ...)

\neq

Vplivi na prodajo

- osnovna kvaliteta ali zanimanje
(tudi ugled avtorja npr. - simboli kapital) ←
(knjige kupujejo tudi tisti, ki ne berejo - darila)
- ugled avt.
(npr. Idris Golob, ..., ugh)
- odzivi in ocene
(lit. nagrade pri nas)
- oglaševanje
- promocija (dogodki)
- učinkovitost distribucije
(Hesero se je začel prodajati šele 6 mesec. po izidu - na začetku zelo omejena distribuc.!!)
- cena (duh)
- oprema (vitalen ali zanemarljiv vpliv, glede na tip)
P: darilo P: štud. lit.
- specifični interesi (P: Atlant po 11. 9. 2001, Obama, ...)
prevelika naklada ↗
- konkurenca
(P: samo en učb. ali več možnih učb.)
- velikost in težja

SEMINARJI (TUJE)

PENGUIN RANDOM HOUSE (2013-) ^{← kamusiter}

SIMON & SCHUSTER (1924-)