

POLJE SPLOŠNEGA ZALOŽNIŠTVA

- "Jedno založništvo"
- založništvo je kaotično in fluidno (ne samo spl.)
↓
litro se spreminja (splošno)

Knjige, znac. za spl. založništvo

- leposlovje
- piročniki
- eksistika

Og: Ljudje se pogosteje odloč. za nadup. prič. (kuharski),
kot romanov (izposoja prevladuje v Slo.!)

Og: Neprofit. založb. se financ. tudi (predvsem) iz javnega denarja (JAV, ipd.)

Og: Različne pod. org. založb (društva npr. nimajo niti zaposlenih)

Prodajne poti (javna red. lahko financ. max 70% cene izdaje → vedno potreben lasten vložek! →

→ knjige je treba prodati, da pridejo vraj na 0)

- klas. knjigarne } odvisno od oddalj. knjigarme, cene
 - spl. knjigarme } poštnine, čakanja ... npr. močna v ZDA
 - nakupovalna red.
 - od vrat do vrat } malo v zadnjih letih!
 - telefonzka prodaja } velja tudi za časopise
 - ţelef. postaje, letališča, ... } tudi manj v zadnjih časih
- ⇒ PRODAJNE POTI SE S ČASOM SPREMINJAJO

Vrstle založb

- Pareto zakon ... 80% : 20%
- Lepiščne uspešnice so res pomembne!
(lahko npr. veliko večino prometa, tudi 80-90%!)
(priporočo tudi E. Stalnemu „prodajnemu toku“, more
lejige xman. avt. privabljajo vedno more bralce npr.
J. Golob)
- #

Bose-Einsteinov zakon dinamike

- „za lejigo mehan. avt. je težko predvideti koliko
in kdaj se bo lejiga prodala“
(tudi Yezero npr. se kačne prodajati takmeroma poz.)

Op: Od ust do ust je daleč najbolj „neklama“, katem lejicnič.
in čele katem kritiki!
(na ta proces nisam nenes splošno od ust do ust)

Pareto pravilo (80:20)

#

Gladwell, mestanek lejične uspešnice

- mi recepta (\leftarrow duhi!, drugače bi jih nsi pisali)
- #

Epidemična obolenja so funkcija:

- ljudi
- virusa
- #

Gladwellova teorija uspešnic

+

Zakon pesnice 1

+

Op: Več je prenosalcev \Rightarrow večja možn. za okužbo!

Zakon pesnice 2

+

Zakon pesnice - primeti

- Harry Potter - karščen zmeni imu lahko uspešnica za okužbo
- Oprah - krajšni klub \Rightarrow ~20x prodaja
- Mamca Kotir („maša Oprah“)
 - \hookrightarrow znala ljudi navdušiti - „oplivnica“
- Dan Brown: Da Vincijsva šifra
 - \hookrightarrow opliv Draga Jančarja - objavil kolumnijo Sobotni prilogi (ki so jo takrat „nisi brali“) v istem času, ko je prišel tudi prevod v slo. Pa čeprav je bila kolumna izbrisana (\Rightarrow „Ni važno, če o tebi govorijo dobro ali slabo, važno je, da prav naprej žuješ ime.“) - Andy Warhol
- Goran Vojnović: Češurji ravn!
- podobno kot Dan Brown, a „preko“ lit. večera - njegovo knjigo so kupovali (možitno) prijatelji s. Fuzin. F. Levstik: „Bialec se mora v knjigi videti.“
- E. L. James: 50 odtenkov sine
 - \hookrightarrow kvaliteta in kvantiteta (Penguin prodajali tako \Rightarrow Nobelovce, kot 50... na fest. v Frankfurtu!)

inteligencija

↑

- Dames ?

↳ ni „nove Manca Košir“

↳ razl. oglaševanje - bistvo v tem, da se kugec
ne sme počutiti prevaran - mora se počutiti, da
se je kugec ka takoj sam odločil.



Moč sposočila

- ✎
- ✎

↳ nikoli se ne ve katera razl. bo uspešna!

Moč sposočila 2

• predbralci - hot nekoč pilotne epizode sezij - če so
bile uspešne, so anomalni naprej
✖

Moč okolja

• P: Alament - ob izidu okolje danj ni bilo „prisavljen“
• uspešne hrujige so lahko uspešne v enem okolju, v
drugem pa zpolni ne P: hrujige x baseball-om.
✖

Kaj je hrujšna uspešnica

• Def: ✎ ; 20 000 za Slo! (od l. 1991 v Slo 5-6)
• 2. def: ✎ ; drugačna, nekoliko razširjena
• „fast seller“ v. „steady seller“
 ↳ npr. F. Prešeren : Počkije
• ✎

Kako lestvice nastajajo?

- praviloma vprašalniki → manipulacije

†

"če so vi prebrali neko izjigo, jo moramo pa reči"

Lestvice uspešnosti → trženjsko orodje

†

- MK objavlja reso, a izključuje izjige založb. Nčila
- v zadnjih l. se bolje prodajajo slo. avt. (posled. lestvic / uspešnosti slo. avt.?)

Možnost slo. uspešnice

- morajo biti napisane tako, da jih lahko bere vsak!
Ls J. Golob, M. Širok, B. Žabek vri novinarji!
- bolj malo razkriva tudi za avtorje uspešnic!
(sicer tudi drugačno finanč. - javna medita... ⇒ P. Golob je edini prof. pisatelj od teh 4-ih).