

О чем говорят на фестивале прессы: как книжные магазины пережили пандемию



15-17 октября в онлайн-формате проходит XVIII Московский фестиваль прессы. Мероприятие проводится на площадке «Вечерней Москвы». В рамках онлайн-фестиваля организована обширная деловая программа.

Книжные магазины во всем мире оказались в числе первых пострадавших от пандемии. Как выживают небольшие продавцы книг? Об этом шла речь на онлайн-конференции «Работа книжных магазинов в новой реальности» 15 октября.

«ВМ» публикует резюме прошедшей конференции.

Оксана Груздева, начальник отдела маркетинга ООО «ТДК «Москва»:

Наш весенний карантин только усугубил существующие проблем – люди уже два или три года назад начали меньше читать, больше времени проводить онлайн. Так что мы уже пару лет думали о том, что нужно не бороться, а как-то существовать в этой новой реальности. Мы уже успели много чего сделать в этой сфере – у нас был свой онлайн-магазин, мы уже давно начали делать что-то в социальных сетях, чтобы упрочить свое положение на рынке. Так что на данный момент наш уровень продаж составляет примерно 70 процентов от уровня прошлого года. Сегодня, когда началась уже вторая волна коронавируса, мы снова почувствовали отток покупателей. Наше центральное местоположение с одной стороны нам долго играло на руку, но сейчас, в данной

ситуации, в некотором роде работает против нас.

Генеральный директор, арт-директор книжного магазина «Гиперион» Игорь Белый:

Когда вся эта история с пандемией только началась мы честно подумали – нам хана. Мы итак не самый известный магазин, занимаемся больше продажей независимых изданий. Но, к счастью, у нас была небольшая защита – еще много лет назад мы придумали, что будем не просто книжный магазин, но книжный клуб, где постоянно проходят какие-то концерты, мероприятия, лекции, спектакли, чтобы люди к нам приходили и могли еще и купить книги. Конечно, до недавнего времени, все эти программы проходили в живом формате, но в период пандемии мы умудрились перевести все активности в онлайн, что в общем-то позитивно сказалось на продажах. У маленьких независимых книжных магазинов есть большой бонус – они могут брать в ассортимент те книги, которые нравятся, не оглядываясь ни на кого, поэтому обычно у таких магазинов есть своя уже сложившаяся аудитория, которая может поддержать в трудные времена. Здорово, что теперь мы освоили и онлайн-сферу и теперь, когда все начинает восстанавливаться мы решили оставить часть программ в таком формате.

Сооснователь независимого детского книжного «Маршак» Сергей Карпов:

Мы, как и все книжные магазины, закрылись в марте этого года, и, конечно же, оказались к этому совершенно не готовы. Кроме оффлайн-магазина у нас до этого не было ничего. Мало того, мы всегда очень радикально себя позиционировали как магазин, который существует только онлайн, чтобы люди приходили к нам вживую, рассматривали и трогали книги. Но, поскольку все сидели по домам, и приходить больше никто не мог, за два месяца из подручных компетенций мы собрали онлайн-магазин, который в итоге нас спас. Продажами с него мы смогли два месяца оплачивать свою арендную плату. Параллельно с этим, мы думали, куда же теперь двигаться и поняли, что нужно себя пересобрать, переизобрести, как Стив Джобс в свое время

переизобрел телефон, и, кажется у нас это получилось. С самого начала мы не стремились стать индустриальным магазином, а хотели быть магазином для тех, кто хочет к нам приходить, и эти люди за время пандемии буквально вынесли нас на руках, если честно. Первый раз это случилось, когда мы запустили онлайн-чтения. Мы быстро поняли, что наша основная аудитория – это молодые родители, активные, которые работают в сети, то есть сейчас они работают из дома. Проблем с заработком у них, предположительно, сейчас нет, но есть проблема с тем, чем занять детей. Мы попробовали помочь родителям и немножко забрать детское внимание: на протяжении двух недель по 8 часов в день мы читали книги вслух. Читали все – и знаменитости, и сотрудники, и просто люди, которые хотели помочь. За две недели мы собрали почти тысячу евро на этой инициативе. Также мы вместе с пятью другими книжными магазинами России запустили музыкальный фестиваль «Редкие виды» – за 14 часов на нем выступили 35 артистов. В целом, мы уже пару лет думаем о том, что движемся к тому, чтобы стать центром по изучению юности и молодости, стараемся максимально сокращать дистанцию между родителем и ребенком и между взрослым и детским. Пандемия ускорила процесс этого переосмысления, и скоро мы представим новые идеи на эту тему.

Коммерческий директор магазинчика детских книг «Я люблю читать» Юлия Густав-Дальская:

Мы поняли, что нас спасут деньги, и поэтому мы быстренько начали распродавать наш товарный запас, который имелся. Да, пришлось все сделать очень быстро, естественно было очень много накладок, ошибок, но в общем-то за первые три дня мы сделали наверное столько, сколько не делали за месяц раньше. Так что читатели помогли нам продержаться это время. Конечно, мы переформатировали наш интернет-магазин, сделали его более обширным, понятным.

Основатель издательского дома «Самокат» Ирина Балахонова:

Мы наконец-то доделали наш интернет-магазин, который болтался

с декабря в каком таком зачаточном состоянии. Мы изначально были детским клубом, поэтому у нас уже был наработан опыт мероприятий. Которые частично можно было перевести в онлайн-формат. Возникшая пауза дала нам время собрать наконец все остатки своих книжек – какие-то раритеты лежали с 2007 года и из них в том числе мы собрали сеты книг. И вот с ними мы совершенно неожиданно для себя вышли на большой оборот прибыли.

Если сейчас мы второй раз уйдем на карантин, то создадим свои платные онлайн-курсы и мероприятия: они могут быть связаны с написанием текстов, с иллюстрацией и подобными вещами. Мы стараемся, чтобы все, что мы предлагаем было связано с нашими текстами в том или ином виде.

Упавший оффлайн на абсолютно покрыл поднявшийся онлайн в первую волну коронавируса. Во вторую волну, я думаю, этого не произойдет, потому что опасения людей относительно их покупательной способности будут вынуждать уменьшить траты на предметы не первой необходимости. Что касается темы родителей и детей – все же мы магазин детских книг – если в первую волну родители с удивлением обнаружили, что у них есть дети, и с ними можно что-то делать, то сейчас, после целого лета с детьми, все уже немного ошалели. Так что, я очень надеюсь, что дети все возьмут в свои руки, потому что родители сейчас очень нуждаются в поглаживании по голове и каком-то глубоком понимании их взрослых проблем .

Основатель книжного магазина «Пархоменко» Сергей Пархоменко:

Мы тоже позиционировали себя исключительно как оффлайн-магазин, такой небольшой добрососедский книжный со своей атмосферой, которую очень сложно получить через сайт. Понятное дело, что всё изменилось, главным образом изменились и наши убеждения в этом отношении, хотя наверно не очень кардинально, так как своего сайта у нас по-прежнему еще нет. Из нововведений – мы устраивали «книжные сюрпризы» для читателей – подборки книг для тех, кто не знает, что выбрать почитать.

Отправляли их курьером, почтой – многие книги мы брали буквально со своих домашних полок, потому что конечно же мы и сами любим то, что рекомендуем читателям.

Директор книжного магазина «Циолковский» Максим Сурков:

Мы существовали за счет работы своего онлайн-магазина и довольно спокойно пережили этот период. Но, относительно второй волны, у меня, к сожалению, прогноз негативный. Если снова закроют магазины, это, конечно, станет жестким ударом по всем. Хотя безусловно, в этом отношении хотелось бы ошибаться.

В течение трех дней на #PressFestOnline идут публик-токи, встречи с писателями, образовательные квесты, а также воркшопы и мастер-классы.

В рамках фестиваля зрители узнают об интересных акциях книжных магазинов и получают информацию о льготной подписке на периодические издания. Более подробно с программой #PressFestOnline можно ознакомиться на сайте pressfest.ru, vm.ru на страницах мероприятия во Вконтакте и Facebook. Там же доступна трансляция фестиваля, также ее можно будет увидеть в Яндекс-эфире.

Соорганизаторами мероприятия выступают Союз журналистов Москвы и Союз предприятий печатной индустрии при поддержке Департамента СМИ и рекламы г. Москвы.

Оксана Васильева

