

Como editores, consultores y gestores de contenidos, físicos o digitales, queremos compartir con estos whitepapers mini parte de nuestro conocimiento, base de nuestro ejercicio profesional.

¿Por qué resulta importante para un editor conocer los principios básicos del marketing?

Porque la figura del editor no sólo debe centrarse en su parcela de transmisor de cultura, sino que además debe contemplar su faceta de agente económico.

En un entorno cada vez más competitivo y tan cambiante, los editores deben dominar las técnicas de marketing que le permitan conocer mejor su mercado y atender con éxito las necesidades de sus lectores para alcanzar sus objetivos culturales y empresariales.

El marketing supone una filosofía de acción para el conjunto de la editorial, por la que ésta se pone al servicio de las necesidades de los consumidores. Esta forma de gestionar la organización supone que la satisfacción de las necesidades de los clientes debe ser el objetivo principal de toda actividad, puesto que se considera la mejor manera de lograr los objetivos de crecimiento y de rentabilidad de la empresa editorial.

Las funciones y las herramientas de marketing nos ayudarán a contestar a esas preguntas.

La puesta en marcha de esta filosofía implica un conjunto de actividades y tareas que se concretan en el proceso de toma de decisiones de marketing.

El marketing es una filosofía de acción para la editorial, que se pone al servicio de los consumidores

La actividad de la editorial se ve comprometida, en mayor o menor medida, en cada uno de sus proyectos, por lo que necesita previamente de un estudio y de una planificación. El editor es un gestor de proyectos que debe saber qué, por qué, para quién, cuándo, cómo, cuánto, contra quién... edita.

