

主題：如何編一本叫好又叫座的雜誌

講師：張芸 總編

時間：2007年11月10日下午14點

記錄：陳盈君

筆記：

標題	小標	內容	備註
前言	小時候的經驗	或多或少自己有想要作一本書或是寫些文章。	
	叫好叫座的雜誌的定義	編排像雜誌，但是其實性質上還是一本書。	
	先想清楚	要讓一個人破產就是讓他去...辦雜誌！！？	
雜誌	定義	1. 是一種定期發行的連續出版品，雜誌是：媒體是一種媒體、交流、傳播信息的工具、載體。 2. 像一個人，本身具有一種立場、和目的。	
	特徵	1. 連載、連續性的單元 2. 有時效性 3. 有各種主題單元可以放在一起，不同類型的文章和固定的欄位單元。 4. 有固定的名稱，重複傳遞一種精神 5. 針對某一族群而量身定做的 6. 定期發行，年月日的序號來編輯	
	類別	週刊、雙週刊、半月刊、月刊、雙月刊、季刊、年刊、	
雜誌的誕生	流程	工 作 內 容	
	→撰寫營運計畫書	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 營運計畫書的內容包含現況概述、市場分析、未來的挑戰和應變、產品介紹、通路管道。 ◆ 現況概述：了解客戶族群、特定族群，是小眾還是大眾？行為模式事先弄清楚，了解自己的讀者。 ◆ 市場分析：市場需求，其他雜誌競爭對手，廣告多嗎？買的人多嗎？成功、失敗原因。找出自己的定位和方向，特色。 ◆ 人員與組織：營運組織架構、每個崗位的工作執掌，所需人數預估，收入和成本預估：人事、成本。 ◆ 產品介紹：目標市場描述：廣告主、讀者是誰？要吸引的是哪些族群的？顧客的生活模式做市場區隔，要是同一族群，要知道自己的能力，時尚流行？還是知性文藝？ 	

		<p>要找到這樣的人才來協助，內容和廣告才会有相關。產品說明：雜誌精神(一句話)、SLOGAN、雜誌名稱、週期、頁數、單元架構。</p> <p>◆ 行銷與銷售計畫：找到方法，短期行銷、和長期行銷的方式，行銷管道設定。</p>	
	→製作樣書	<p>◆ 編輯生產流程：提案表大綱(通路、廣告客戶看)為溝通的重要文件，書名、出刊時間週期、售價、單元名稱、一整年的題目最好都定好了，流程快的採訪、撰寫、編輯、美編、出刊，要先編個三期再出刊，時間上比較不會太趕。</p> <p>◆ 在創刊前先列好題目，每人兩個月的工作時間，題目先想好的幫助：時間較充裕，可以多注意相關訊息、一次出差採訪可以帶回多一點的資訊(好幾期)可以節省成本，橫向比較：起伏會不會過大，每期的精彩程度可以做調整。</p> <p>◆ 落版：十六頁一台，一張紙折一折切開就是【十六或八的倍數】120的數字，頁數是一台一台計算，如果是橫書的話第一頁是右頁，第一頁不可能跨頁。</p> <p>◆ 美編要注意：落版後還要巡過一遍看看是不是恰當，做第一次調整→小單元先因為可以一頁就結束的，可被廣告打斷的小單元。</p>	
	→申請 I S S N	約三個月的期程。	
	→通路商廣告客戶	<p>◆ 最前面封面裡四頁最貴的廣告頁，第一頁，摺口(雜誌不太有摺口、會有夾頁，特殊版位→廣告通常會落在右邊，這容易讓人家看見，上錯以後就不會有人要來上廣告)，雜誌的活動，減下來的背面是什麼？</p>	
	→製作雜誌簡介、創刊相關事項	<p>◆ 簡介可以給媒體或是讀者、廣告廠商來初步了解雜誌的訴求、性質和特色。</p>	
	→通路行銷、廣告行銷(創刊前就要先跑)	<p>◆ 顧客會看：書名、圖片、版面配置一定要好看。內容還不錯的話就會吸引下次的買機。</p>	
雜誌編輯	工作手冊	<p>◆ 很厚，很多，「落版單、版面配置、發稿和內容整理和下標」，預估花多少時間？</p> <p>◆ 目標導向，不論做哪不論做哪個工作，想清楚工作的目</p>	

