

doi: 10.3969/j.issn.1000-7695.2014.06.033

科技期刊读者关系管理与系统设计

谢文亮¹, 张宜军²

(1. 广东财经大学学报编辑部, 广东广州 510320;

2. 沈阳农业大学出版部, 辽宁沈阳 110161)

摘要: 随着科技期刊编辑部转企以及大中型出版传媒集团的建立, 期刊读者资源之争将日益激烈, 读者管理的人性化、自动化和系统化必将成为趋势。读者是科技期刊生存的生命线, 读者维系单靠传统的手工方式已经无法满足现代出版业的人性化读者服务。文章提出读者关系管理(RRM)的研究, 利用读者关系管理系统来进行读者维系的处理, 并设计一个科技期刊读者关系管理系统框架, 对系统的每个功能模块进行详细描述; 设计关系函数并以关系函数来划分不同的读者群, 以便于科技期刊向各个读者群提供更加人性化的服务。

关键词: 读者关系管理; 科技期刊; 管理系统设计; 人性化管理

中图分类号: G237.5

文献标志码: A

文章编号: 1000-7695(2014)06-0161-05

Readers Relation Management of Sci-tech Periodicals and System Design

XIE Wenliang¹, ZHANG Yijun²

(1. Editorial Office of & Journal of Guangdong University of Finance & Economics, Guangzhou 510320, China;

2. Publishing Department, Shenyang Agricultural University, Shenyang 110161, China)

Abstract: With the transformation of the editorial office of sci-tech periodicals to enterprises and the setting up of large and middle publishing groups, the agitate for readers is becoming more and more fierce. Personalized, automatic and systemize readers management have become the tendency. Readers are the sci-tec of periodicals, the traditional manual reader maintainance has not satisfied modern personalized reader service in modern publishing industry. The paper proposes the concept of readers relationship management (RRM) study, and makes use of RRM system to handle the daily reader maintainance, and designs a system framework of RRM with detail discription the function design of the RRM system model. The paper also develops relation function to separate the readetail groups and provides personalized service to different readers groups.

Key words: readers relationship management; sci-tech periodicals; system design; management

读者关系管理(Reader Relationship Management)是期刊维系作者的有效方法。维系,即维持和联系。读者是期刊的生命线,期刊没有读者,就没有生存的基础,因此,读者的维系是期刊的重要日常工作。对于一般读者来说,日常维系能增加读者对期刊印象;对于该期刊有一定感情的读者,日常维系能增加读者的忠诚度。期刊的读者,一般来说除了通常意义上的读者之外,还包括了作者、专家、编委以及编辑等。

1 读者关系管理的意义及紧迫性

1.1 读者关系管理对提升科技期刊的竞争力和影响力至关重要

读者关系管理增强了科技期刊在报刊改革环境下的竞争力。读者关系管理是科技期刊的独特优势,

需要在长期的关系维持之下才能积累起良好的作者与期刊关系。在出版业转企的趋势下,与大量读者保持良好关系的科技期刊才能避免被淘汰的命运。在当前出版业竞争剧烈的环境下,网络提供了更多的选择机会,渐渐地会消磨作者对期刊的忠诚度;有效的读者关系管理有利于科技期刊维持读者的忠诚度,而读者忠诚度不是一朝一日就能建立起来,它是期刊的独特优势,并不为其它期刊所能复制,对保持期刊在市场的竞争力有很大的帮助。

读者关系管理能提高科技期刊的影响力。科技期刊的读者忠诚度是由于期刊的服务周到从而赢得良好的口碑,而读者在同行、同事、团体之间会互相共享信息,这有利于期刊知名度的扩展。作者维持率的提高能提升科技期刊的知名度和影响力,使之保持不断的稿源,提高期刊的转载、转引率。

收稿日期: 2013-04-10, 修回日期: 2013-09-25

基金项目: 中国高校科技期刊研究会基金资助课题“高校学报的传播困境及改进策略”(GBJXC1249)

读者关系管理极大提高了科技期刊的创收能力。读者关系管理强调的是培养读者的忠诚度,而读者忠诚度对科技期刊有极大的贡献^[1]。大部份科技期刊属于财政拨款办刊,包括编辑人员的工资、“三险一金”等都来源于主办方的资助,属于亏损办刊,而相关文献研究表明,与客户维持长期关系与企业的盈利呈正相关关系^[2]。虽然目前科技期刊大多难以实现盈利,但至少能实现部分创收,减少一部分的国家财政负担。

1.2 期刊读者关系管理研究的重要性和紧迫性

首先,不重视读者关系管理的研究将导致科技期刊的读者资源流失。在互联网高度发达的当前环境下,与传统方式相比,读者维系在方式上已经有了很大的改变。年轻一代的读者更多地依赖科技期刊的电子版,对期刊没有具体实物感觉,忠诚度相对不高,因此,科技期刊的读者挖掘固然重要,维系更加必不可少。然而,当前大多数科技期刊的稿源主要是作者自然来稿,期刊编辑部对读者的信息没有做更多的挖掘,更谈不上主动与读者联系和交流,对待读者如匆匆过客,导致很多读者与期刊也只是一面之缘,之后转身便成陌生人,读者关系管理中的读者维系没有受到期刊决策者的重视,白白让读者资源流失。

其次,不重视读者关系管理的研究将影响到科技期刊的长远竞争力和影响力的提升。中国当前的科技期刊大多数属于事业单位办刊,特点是分散办刊,不必考虑市场的优胜劣汰规律,没有像发达国家那样由中大型传媒集团统一进行办刊管理,这种办刊现状导致期刊不重视读者关系的管理,也不利于提高科技期刊的影响力,更无法与国外科技期刊进行竞争。随着国家对出版传媒集团的大力扶持和改革的进一步深入^[3],以提高期刊竞争力和影响力的读者关系管理将成为科技期刊迫切的研究重点。

第三,当今科技期刊读者关系管理的落后现状使得实施读者关系管理势在必行。随着期刊编辑部转企以及大中型出版传媒集团的相继建立,科技期刊的读者资源之争将日益激烈,对读者进行人性化管理的自动化和系统化必将成为趋势,传统的读者关系维系方式已经不适合现代出版的要求。在当前我国出版业转企的形势下,读者更是科技期刊的生命线,没有读者,犹如人没有空气,因此,科技期刊的读者关系管理研究与读者关系系统的设计也显得是适合时代要求。

2 读者关系管理(RRM)介绍及系统设计

2.1 文献综述

文献[4]提出了出版社与作者关系管理的四大定律,即:实力定律,诚信定律,服务定律,感情定律。文献[5]认为,作者、专家、编委、编

辑与读者是价值创造与价值增值的核心资源,提出将客户关系管理(Custom Relationship Management,简称CRM)应用于高校学报关系管理上,以将高校学报有限的资源应用到更好的价值创造上。文献[6]给出了读者人性化管理的一个措施,即建立“以读者为中心”的经营模式,完善会员资料库,为会员提供有别于非会员的优惠和优先服务。文献[7]提出了建立出版社客户关系管理系统的想法,但没有给出具体的实施方案。至今并没有相关文献谈到读者关系处理软件的设计。

2.2 读者关系管理的研究内容和研究重点

本文提出了读者关系管理RRM(Readers Relationship Management)。RRM中读者的范围是文献[5]中所定义的各种资源对象,包括读者、作者、专家、编委以及编辑。之所以要将专家、编委和编辑也包含进来,因为这类人本身就是读者的一部分,并且从某种意见上讲,作者和专家是非常重要的一类读者^[5],要给予充分的重视。

RRM的研究内容包括:(1)读者的价值研究。文献[5]中就提到读者是价值创造与价值增值的核心资源,对读者价值的研究包括作者-期刊价值研究、读者-期刊价值研究、专家价值研究、编委-期刊价值研究以及编辑期刊价值研究等,相关研究目前已取得一定的成果^[4-8],但还不够深入,有待进一步做更深层次、多角度的研究。(2)RRM的读者管理方式。由于目前科技期刊的办刊是采取竞争性的办刊方式,由此带来的是缺乏对读者人性化管理,因此研究对读者进行人性化管理或是对作者进行人文关怀是RRM的研究内容,也是研究重点。(3)RRM系统的智能化设计和开发。传统的手工和机器管理方式已经不能适应信息化时代的大型出版传媒集团的读者维系,为了维持与作者的关系,必须采取主动联系作者的方式。然而,科技期刊的作者资源比较多,要什么时候联系作者、联系什么作者、以什么方式联系等就成了一个复杂的问题,单凭记忆很难做到不遗漏,为了显现对读者的人性化管理和对读者的人文关怀,必须利于RRM系统挖掘读者信息,因此RRM系统的智能化设计和开发是RRM研究的内容,也是重点研究内容。

本文选取RRM系统设计中一个关键的环节——读者关系维系作为研究重点,按一定的规则设计一个智能化的RRM系统整体架构,并对RRM系统模块的实现功能进行具体的探讨,最后对RRM系统进行功能评价。

2.3 读者关系管理系统设计的总体分析

读者关系管理系统总体的设计思想是通过智能化的设计挖掘作者信息,并通过作者信息设计人性化的读者维系方式,以体现对读者的人文关怀。RRM系统根据科技期刊维系作者、约稿、扩大销

量、扩展期刊影响力等因素的需要, 在传统维系手段无法满足信息时代人性化、专业化、一对一服务时提出的一种自动化的读者维系手段, 在出版信息化、网络化的背景下让期刊能更好地维持和联系读者, 增加作者的忠诚度。

科技期刊的读者关系管理系统设计要考虑到各种因素。首先, 系统使用者都是编辑, 属于非计算机专业的使用人员, 因此操作界面应尽可能简单, 容易上手, 并且系统设计中要有提示功能帮助编辑进行操作。第二, 考虑到对读者的人性化管理的需求, 管理方法必须科学, 不能一刀切, 忽略读者的人性化需求; 管理函数设计考虑必须全面, 不遗漏一个读者; 再者, 管理系统不仅要对其现有的读者资料进行管理, 还要进行分析、升级、挖掘和扩展, 因此系统必须要有智能知识发现功能。

总之, RRM 系统具有操作方便、科学管理、扩展性强以及具备强大的知识发现功能, 能更好地对读者、作者、编委、专家的关系进行人性化管理, 能更好地增加他们与编辑部的感情和忠诚度; 系统的科学设计方法和知识发现功能能适应现代出版管理以及报刊出版单位改制后的大中型出版传媒集团管理的需要。

3 读者关系管理系统的具体设计

3.1 总体框架图

读者关系管理系统的整体框架如图 1 所示。处理系统由 4 个模块组成, 分别是: 读者信息管理模块, 自动提示模块, 检索更新模块以及读者联系模块。每个模块都由更小的功能模块组成。

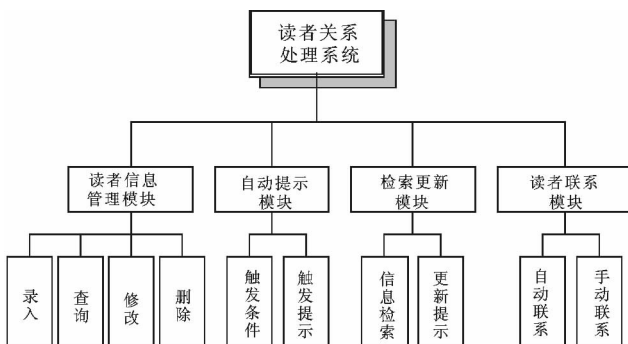


图 1 读者关系管理系统总体框架

3.2 读者信息管理模块

读者信息管理模块主要的实现功能是对读者信息的维护, 即对读者数据库的完善和更新, 由“录入”、“查询”、“修改”和“删除”功能小模块组成。

“录入”的内容分为以下三种: (1) 作者的基本信息, 如姓名、性别、出生年月日、联系方式(单位、部门、联系地址、邮政编码、办公电话、手机号码等)。(2) 读者各项指标, 如职务、职称、

学历、研究方向、基金课题、年龄、发表论文等。(3) 各项指标的权重, 即根据期刊的读者维系需要为读者的各项指标设定不同的权重。权重的设定是为了避免盲目地一刀切造成不仅不能满足作者渴望获得的服务, 还给读者日常生活带来干扰, 反巧成拙。

“查询”功能支持各种条件的查询, 如读者的姓名、学历、研究方向等, 还能智能联想, 自动推荐一些相似条件的结果供系统管理员选择。

“修改”和“删除”功能根据查询结果, 经管理员核对, 再作相应的操作。

3.3 自动提示模块

自动提示模块主要实现的功能是根据期刊所设定的条件定期循环测试条件, 一旦达到系统所设定的条件就自动触发提示。该模块是整个系统的重点, 设计条件是必须能反映科技期刊的需要, 能更好地满足作者的心理诉求, 在适当的时间、以适当的理由联系读者才不会显得唐突, 能更好地体现科技期刊对作者的人文关怀。

该模块由“触发条件”和“触发提示”两功能小模块组成。“触发条件”模块主要是设定系统所触发提示的条件。举个例子, 可将现有的读者根据其职务、职称、学历、研究方向、基金课题、年龄、发表论文等因素设定 A、B、C、D 等若干级, 以职称为例, 正高定为 A 级, 教授为 A1, 研究员为 A2, 编审为 A3, 研究馆员为 A4, 教授级高工为 A5, 等等; 同样, 副高级别为 B, 也可以定出相应的 B1、B2、B3、B4、B5 等。在电脑数据库中, 可设计哪一天跟哪些作者联系、采取什么方式联系、为什么要联系等, 并都录入电脑数据库中设置备忘录, 或是设定自动提示功能, 则只要打开电脑、输入日期, 电脑就马上告诉你当天应该联系哪些作者。

对于众多的读者, 要特别留意重要的读者, 特别是一些专家级的读者。为了衡量作者的重要性, 本文提出了关系函数, 其表达式如下:

$$Y = aX_1 + bX_2 + cX_3 + \dots + wX_i + \dots + mX_n, (1 < i < n, 0 < w < 1, a + b + c + \dots + w + \dots + m = 1)$$

其中: Y 为读者的重要性, X_i 为读者各项指标如职务、职称、学历、研究方向、基金课题、年龄、发表论文等, w 为各项指标在读者的重要性衡量中的权重。在权重的设计中, 根据科技期刊的需要而设计, 如有些期刊认为职称比学历重要, 则在设计权重时职称的权重值可适当大点。在关系函数中, 设计一个“阈值” H , 当 Y 达到或超过了该阈值, 该读者就是重要读者。

“触发条件”的功能是设定一系列的条件 $C_1, C_2, C_3, C_4, \dots, C_i, \dots$, 当系统计算结果达到了其中的一个或多个条件时, 系统就会调用“触发提示”以及“读者联系模块”与作者联系。如: C_1 为

当天日期与作者生日的年月日相同,则当某天有个作者的生日日期达到 C1 的条件时,系统就会自动给作者发送生日祝福。这种自动提示功能设计在商业上已经普遍使用。又如,设定 C2 为作者聘上中级满 2 年,则当系统计算出某些读者已经达到 C2 条件时,这时系统作出自动提示给这些作者发约稿函,因为通常第 3 年将是他们尽最大力量冲刺副高的时候,这时读者手中应该会有很多优秀的稿件可投。自动提示功能的设计最关键的是条件的设置是否合理,因此要经过充分的调查,再根据科技期刊的自身需求设计出适宜的自动提示条件。

3.4 检索更新模块

检索更新模块是通过定期检索各种数据库,获取已有读者的最近进展,将读者信息库更新到最好的状态。读者的信息不是一成不变而是处于变化之中的,如有读者更换单位、职务变动、职称晋升、学历升级、在权威期刊新发表论文或新获得国家基金资助等,这些变动也带来了权重的变动,如果没有及时得到修正,依照数据库中的旧数据所计算出来的触发条件也是过时的,因此,读者信息数据的更新非常重要。而在一般的科技期刊编辑部中,很少有系统关心读者信息数据变动情况,更谈不上有信息数据资料的变更维护。

基于更新需要,读者检索更新模块由“信息检索”和“更新提示”两个小功能模块组成。“信息检索”模块与互联网链接,使用各种检索手段和数据挖掘工具,如语义检索、智能检索、知识挖掘等技术^[5],以及最新发展起来的大数据分析理论方法,定期就关系管理系统中的读者在互联网上进行检索咨询;定期在管理系统中使用百度、谷歌搜索引擎对读者信息进行搜索;定期检索各种数据库,如中国知网、万方数据、维普等期刊数据库,SCI、EI、ISTP、人大资料复印、新华文摘、中国社会科学文摘等二次文献转载和收录数据库,一旦获得读者最新的信息就调用“更新提示”提醒期刊管理者进行信息数据资料更新。

作者当中由于同名同姓的人比较多,如在中国知网中的“作者”选项中输入“谢文亮”进行检索,发现一共有 3 个不同的人,如果将这 3 个不同的人当作一个人,那么更新到数据库中的数据就会产生错误,因此期刊管理者要对读者的信息进行核实,一旦信息属实才能手动调用“检索更新模块”进行确认更新。

3.5 读者联系模块

读者联系模块是由“自动联系”和“手动联系”两个模块组成。系统中设置了一些传统佳节日期,如春节、元宵节、中秋节等,每到节日日期,系统就将以自动群发的方式向读者发邮件致以节日的问候;系统还参考一些商业领域的会员方法,每

到作者生日当天,系统将自动联系作者,为作者发送生日祝福。

除了自动群发邮件联系作者之外,手动联系分为三种情况:(1) 由于作者达到了“触发条件”中的某些设定条件,如作者中级达到 2 年这个条件,系统发出读者联系提醒,这时系统管理员使用与触发原因相符合的个性化语言与作者发邮件、发短信联系。(2) 由检索模块检索到作者信息有变更,如作者新获得国家基金项目等,经系统管理员确认信息无误后则手工调用联系模块与作者联系,如发贺电、贺信等。(3) 编辑部需要某些读者的信息,系统管理员检索查询符合条件的读者,调用联系模块与读者联系。

总而言之,有了读者联系模块的设计,能使科技期刊的读者获得心理上的满足,让读者有一种期刊编辑与他们不离不弃、时时关注和关心他的感觉。

4 读者关系管理系统的功能评价

评价读者关系管理系统好坏的标准是管理系统能否在维护客户关系中起到一定的成效,提高客户的忠诚度,同时又不会对企业和客户双方带来不便。文献 [9-12] 对客户关系作了研究,并提出和制定了一些客户关系评价指标。从 RRM 系统的设计目标出发,系统应该满足以下几点功能:

(1) 操作方便性。系统必须一开始就考虑到使用者是非计算机专业的科技期刊编辑,因此,菜单设计、功能模块设计对于操作人员来说都是“黑盒子”,即不需要了解系统内部的具体设计细节,但对系统的操作容易上手。

(2) 信息挖掘准确性。读者的信息获取的准确性是 RRM 系统设计的基本要求,以免信息错误对读者造成误会。系统结合智能化数据挖掘技术并辅以人工判断方法,在一定的程度上确保了信息的准确性。

(3) 读者满意度。读者的满意度是系统设计的基本要求,无论是对读者进行人工维系或是系统自动进行维系,都不能对读者造成生活或工作上的干扰,如大量发布期刊广告等会被读者认为期刊发布垃圾广告,这将不但不能增加作者的满意度,而且会引起作者的厌恶感。本文的 RRM 系统设计考虑了各种因素,对联系作者都有一个“度”上的把握,不会对读者造成影响。

(4) 读者忠诚度。读者忠诚度的提高是系统设计的根本目标。RRM 系统设计考虑到读者关系的人性化,体现期刊对读者的人文关系,容易引起读者的共鸣,提高读者的忠诚度。

5 结语

读者的忠诚度是科技期刊打造品牌的关键,人

性化的管理是加强作者和读者忠诚度的重要方式^[13]。维持读者的忠诚度除了要保证刊物的出版质量外,还要在日常中与作者维系,但传统的读者维系方式已经不能适应信息化时代出版业的要求,文章探讨了读者关系管理系统的总体设计以及各模块实现,以关系函数划分作者的类型及其相应的服务,从而确定了不同的联系方式,并以自动联系和手动联系相结合,确保在无一作者被忽略的前提下实现对读者的人性化管理。

参考文献:

- [1] ANGUS JEKINSON. Valuing your customers: From quality information to quality relationship through database marketing [M]. Guildford: Biddles Ltd., 1995: 71
- [2] F R FREDERICK. The loyalty effect: The hidden force behind growth, profits, and lasting value [M]. Boston: Harvard Business School Press, 1996: 225
- [3] 中华人民共和国新闻出版总署. 新闻出版总署关于加快出版传媒集团改革发展的指导意见 [EB/OL]. (2012-02-27). <http://www.gapp.gov.cn/cms/html/21/367/201202/733910.html>
- [4] 刘蒙之. “红海”竞争背景下出版社作者关系管理浅议 [J]. 出版科学, 2012, 20 (5): 22-25
- [5] 王勉, 李玲. 高校学报关系管理研究 [J]. 中国科技期刊研究, 2008 (1): 23-26
- [6] 汪晓, 石鹤, 夏黎明. 客户关系管理在科技期刊经营中的应用——以《放射学实践》为例 [J]. 中国科技期刊研究, 2012, 23 (4): 657-659
- [7] 孙秀翠. 出版社客户关系管理的基本对策 [J]. 科技与出版, 2010 (1): 35-36
- [8] 赵红, 王俊英. 基于数据挖掘的读者关系管理 [J]. 图书馆工作与研究, 2012 (1): 45-62
- [9] 齐佳音, 韩新民, 李怀祖. 我国客户关系管理研究的紧迫性和方向分析 [J]. 管理科学学报, 2002 (4): 89-94
- [10] 丁望. 国外客户关系管理理论研究综述 [J]. 经济纵横, 2005 (8): 77-79
- [11] 周良, 郑洪源, 谢强, 等. 客户关系管理系统设计研究 [J]. 计算机应用研究, 2002 (9): 108-131
- [12] 李心丹, 肖斌卿, 王树华, 等. 中国上市公司投资者关系管理评价指标及其应用研究 [J]. 管理世界, 2006 (9): 117-128
- [13] 周国清. 出版产业化环境下编辑决策的作者意识 [J]. 湖南城市学院学报, 2011 (9): 32-37

作者简介: 谢文亮 (1979—), 男, 广东潮州人, 编辑, 主要研究方向为编辑学、计算机应用。张宜军 (1977—), 通信作者, 男, 副编审, 沈阳农业大学出版部副主任, 《沈阳农业大学学报》(社科版) 副主编, 《新农业》执行总编, 主要研究方向为期刊编辑出版和期刊管理。