

Wenn Verlagshoffnungen und Kundenerwartungen aufeinandertreffen:

Eigener E-Commerce in den Verlagen

Welche Zielsetzungen sollte man bei E-Commerce-orientierten Verlagswebsites berücksichtigen? Was kann und was sollte der Verlag online machen? Und was bedeutet das für die konkrete Umsetzung von Verlags-Webshops? René Kohl (A. Stein'sche Buchhandlung) und Annette Farrenkopf (Buchsuite) geben Tipps und Tricks aus der Praxis.

Round-Table-Workshop auf der Tagung der IG Digital am 17.6.2019

Unsere Webseiten

- www.nurgutebuecher.de: früher www.kohlibri.de
Seit 10 Jahren eine gute B2C-Adresse für das gute Buch im Internet
- www.buchversand-stein.de
Seit 1713 als Buchhandlung auf dem Markt, Schwerpunkt seit vielen Jahren im B2B-Bereich, aber auch Fulfillment-Partner zahlreicher Buchverlage
- www.buchsuite.de
Webagentur für Verlage und Spezialbuchhandlungen

Zuständigkeit im Verlag

- Vertrieb
- Marketing
- Werbung
- Digitales
- eCommerce

Konkurrierende Ziele der Verlage

- Repräsentation
- Umsatz
- Kundenkontakte
- Feedback/Kommunikation
- B2B

Verlagsziel Repräsentation

- Die Besucher sollen sehen, was wir zu bieten haben
- Autoren erwarten gute Darstellung
- Alle Titel, das ganze Programm

Verlagsziel Umsatz

- Der Shop soll sich selbst tragen
- Wir können unsere Online-Umsätze nicht nur von einem Player machen lassen
- Jetzt haben wir es selbst in der Hand, unsere Kunden zu überzeugen
- Hier können wir stationär wegbrechende Umsätze auffangen

Verlagsziel Kundenkontakte

- Endlich kommen wir direkt an den Kunden
- Unsere Lebensversicherung, falls der stationäre Markt noch weiter schrumpft
- Endlich Direktansprache möglich

Verlagsziel Feedback/Kommunikation

- Wir wollen genauer wissen, was unsere Kunden zu unserem Programm meinen
- Wir können direkt testen
- Wir können Social Response nutzen

Verlagsziel B2B: Service und Kommunikation

- Wir können Handel, Presse und Rights besser erreichen
- Wir sparen uns viel überflüssige Service-Kommunikation durch Automatisierung
- Die B2B-KollegInnen können sich selbst bedienen

Kundeninteressen

- Standard-Service
- Loyalitätsbekundung
- Exklusivitätserwartung
- Spezielle Zielgruppenanliegen
- Hintergrundinfos und Mehrwert

Kundeninteressen: Standard-Service

- Der Footer der Webseite: Zahlung, Lieferung, DSGVO, Trusted Shops
- Das ganze Programm
- Zuverlässigkeit, wie Markenversprechen

Kundeninteresse: Loyalitätsbezeugung

- Liebe zum Haus oder der Marke
- Teil der Verlags-Community
- Nahe dran am Produzenten
- Newsletterabonnent

Kundeninteresse: Exklusivität

- Hier bekomme ich, was es sonst nicht mehr gibt
- Nur hier: signierte Exemplare
- Vielleicht andere Preise

Kundeninteresse: Spezielle Zielgruppenanliegen

- Prüfexemplare für Lehrer
- Service für Kindergärten
- Spezielle Angebote für Sammler

Kundeninteresse: Hintergrundinfos und Mehrwert

- „Wenn ich Sie schon mal an der Strippe habe...“
- „Können Sie mir noch mehr von dem Autor anbieten?“
- „Können Sie mir mehr über die Quellen des Buches mitteilen?“

Pflicht: Was muss der Verlag (+ Partner) machen

- Metadaten
- Redaktionsstandards, Pflichtseiten
- Versenden, bezahlen, reklamieren

Pflicht: Metadaten

- Titeldaten
- Autoren Daten
- News
- Veranstaltungen

Pflicht: Redaktionsstandards

- Impressum
- AGB
- DSGVO
- Kontakt

Pflicht: Versand, Faktur, Payment

- Versenden
- Fakturieren, Gutschriften
- Bezahlen, Mahnen

Kür: Was kann der Verlag online machen

- Exklusiver Content (Packshots, Autoreninterview, Material zum Buch)
- Making-of (die Story vor, während, nach dem Schreiben und Verlegen)
- Autorennähe (Veranstaltungen, Livechat, signiertes Exemplar)
- Special Editions
- Individualisierung

Kür: Exklusiver Content

- Packshots, Produktfotos
- Autoreninterview, Videos
- Landing-Page für Social-Media-Aktivitäten
- Zusatz-Material zum Buch

Kür: Making-of

- die Story vor, während, nach dem Schreiben und Verlegen
- Storytelling
- Autorensseiten

Kür: Autorennähe

- Veranstaltungen
- Livechat
- signiertes Exemplar

Kür: Special Editions

- Limitierte Ausgaben
- Sonderpakete
- Subskriptionen
- Nur noch hier

Kür: Individualisierung

- Personalisierung
- Persönliche Widmung
- Digital individuell zusammengestellt

Herausforderungen in der Umsetzung

- Selbst machen und/oder Partner suchen
- Optionen bei der Partnerwahl: Agenturen, Auslieferungen, Buchhandlungen, Berater
- Kompetenzen im Haus
- Weiterentwicklung

Herausforderungen in der Umsetzung: Partnerwahl

- Selbst machen
- Agenturen
- Partner-Buchhandlungen
- Auslieferungen
- Berater

Herausforderungen in der Umsetzung: Kompetenzen im Haus

- Vorhandene Kompetenzen
- Einstellen
- Fortbilden

Herausforderungen in der Umsetzung: Weiterentwicklung

- Weiterentwicklung
- Erfolgskontrolle
- Neue Ideen einbringen
- Der nächste Relaunch kommt bestimmt

Vielen Dank für Ihr Mitmachen!

René Kohl:

rene.kohl@buchversand-stein.de

kohl@buchsuite.de

Annette Farrenkopf

farrenkopf@buchsuite.de