Ken uw klant!

19-11-2012 16:19

Sommigen onderschrijven dit en zien de auteur ook steeds vaker als een ‘merk’. Zo was er eerder dit jaar nog een boekpresentatie van Ester Verhoef waar lezers middels deelname een prijsvraag naar toe konden. Dit werd door alle aanwezigen enorm gewaardeerd.
Het is natuurlijk een open deur dat de traditionele waardeketen verandert. Verkopen van fysieke boeken via internet nemen toe en ook de omzet van ebooks stijgt. Wat betekent dit nu eigenlijk? Is dit een kans, een bedreiging, allebei of geen beide? Deze vraag is nu nog niet helemaal te beantwoorden. Immers, wat gaat de toetreding van bijvoorbeeld Amazon.com voor de markt betekenen? Ik ben van mening dat uitgevers hierop een antwoord moeten en kunnen bedenken. De grotere platformen/winkels als iBooks en Bol.com zijn een gegeven en absoluut een zege voor de markt. Toch zijn er ook kanttekeningen. Weet u wie uw boeken koopt? Wat is het effect van aanbiedingen? Is iedereen op de hoogte van nieuwe titels? Met kennen van uw klant, het doorgronden van het koopgedrag en een directe communicatie bereikt u volgens mij veel meer dan traditionele manier waarop nu marketing wordt bedreven. (Verre) toekomstmuziek? Ik denk het niet. Natuurlijk vraagt het om aanpassingen in de organisatie maar het is dé manier om boeken beter te positioneren en een antwoord te hebben alle ontwikkelingen die nog op ons af gaan komen.

Marcel van Denken