

Libris-boekhandels versterken landelijke multichannel-strategie

20-06-2013 10:45

vol wakaantjeperet

Wakaantjeperet

Een belangrijk doel van het nieuwe Libris-marketingbeleid is het verder versterken van het merk en van het kwalitatief hoogwaardige imago. Hiervoor is onder meer een Libris-zomerkrant gelanceerd; de eerste krant in de nieuwe huisstijl en met de pay-off 'Vol van boeken'. Veel van de boekhandels hebben hierin een eigen katern om hun specifieke kennis en kwaliteiten voor het voetlicht te brengen. Daarnaast zijn de nieuwe huisstijl en de focus op kwaliteit doorgevoerd in de webwinkel. Voor consumenten betekent dit aangesloten worden op de actualiteit van de dag, snellere beantwoording van vragen en voor 23.00 uur bestelde boeken de volgende dag al in huis – met gratis verzending. Daarnaast zijn op de site honderden professionele reviews van Libris-boekverkopers te vinden. Drie van hen bespreken maandelijks hun favoriete boek in het tv-programma De Wereld Draait Door.

“We merken dat klanten zeer loyaal zijn aan onze boekhandels. We staan dan ook te boek als een merk dat kwaliteit levert als het om boeken gaat. Het retaillandschap van tegenwoordig behelst echter meer dan alleen de fysieke winkels: het vraagt om een flexibeler multichannel-aanpak die zich richt op de integratie van web, fysiek en eBooks. En dat is precies wat we met dit nieuwe beleid nastreven: het behoud van onze kwaliteit en de doorvertaling ervan naar onze andere verkoopkanalen”, zegt Caroline Damwijk, directeur van Libris. “Dankzij de individuele boekhandelaren die vol passie ondernemen, geven we ons landelijke merk een lokale invulling. Een invulling die klanten vanaf nu ook online en bij de aankoop van eBooks terugvinden.”