Niet het product maar de klant

05-12-2016 10:58



Op de FutureBook Conference in London, georganiseerd door The Bookseller, kwamen sprekers en publiek tot een opmerkelijke conclusie: de toekomst van het boek is niet geheel digitaal maar een mengvorm van digitaal en analoog. En dat is een uitdaging op zich.

Uitgevers en boekverkopers zijn bekomen van de schrik die de opkomst van digitale producten en producten teweeg heeft gebracht. De klap is achteraf gezien niet zo hard aangekomen als in de video- en muziekindustrie. Maar het feit dat er een evenwicht tussen papier en digitaal lijkt te ontstaan wil niet zeggen dat de ontwikkelingen vanaf nu stilstaan. Ook mensen uit de boekensector gaan een tijdperk van permanente educatie in: verandering wordt een constante factor.

Nieuwe technologie zoals virtual en augmented reality en chatbots zijn interessant en opwindend, maar de weg naar een betekenisvolle en vooral een economische toepassing in het boekenvak is nog lang. Oftewel: niemand weet nog precies wat de uitgever of boekhandelaar ermee moet. Anderzijds zijn ze als alternatieve tijd- en geldbesteding of informatiebron wel potentiële concurrenten.

De komende tijd zal de techniek niet het meeste impact hebben op de productvormen, maar op de relatie met de koper-lezer. De markt wordt vraag-gedreven in plaats van aanbod-gedreven. Direct in dialoog gaan met de klant wordt essentieel. Om wensen voor nieuwe producten te inventariseren, maar ook om het verkoop- en distributieproces te verbeteren. Zeker de dialoog met jongeren moet digitaal zijn.