



Online und Offline **clever** kombiniert

211

Millionen Euro Umsatz
im Jahr 2019

30

Mitarbeiter im E-Commerce-
Team

100 %

Steigerung der Conversion
Rate im mobilen Handel



DIE HERAUSFORDERUNG

- Ausbau und Stärkung aller Online-Vertriebskanäle
- Realisierung einer integrierten E-Commerce-Strategie für sämtliche Online-Shops und Vertriebskanäle (Endkunden, eigene Geschäfte, Franchise-Geschäfte und Händler)
- effektive Nutzung von Online- und Offline-Daten für ein 360°-Kundenerlebnis
- Verbesserung der Mobile User Experience und Conversion Rate

DIE LÖSUNG

- Migration auf die neueste Version der Intershop Commerce Plattform
- hohe Skalierbarkeit und Architektur der Intershop-Lösung ermöglichen unkompliziertes Hinzufügen sowie zentrale Steuerung weiterer Vertriebskanäle für B2C (Endkunden) und B2B (Geschäfte und Distributoren)
- verbesserte Personalisierung für ein perfektes Kundenerlebnis sowie Up- und Cross-Selling
- Integration in bestehende Systemlandschaft: SAP ERP, BI-Plattform, PIM- und CRM-System

ÜBER BOOKSPOT

BookSpot ist eine niederländische Online-Buchhandlung, die seit April 2020 zur Audax-Gruppe gehört. Der niederländische Medienkonzern mit rund 1.300 Mitarbeitern beliefert insgesamt 170 Geschäfte unter eigener Führung, 880 Franchise-Filialen und 5.400 Vertriebsstellen in den Niederlanden und Belgien. Sein Portfolio umfasst neben BookSpot auch die Marken Bruna, AKO und The Read Shop – sowie 11 Medien-Titel (darunter Weekend, Vriendin und Santé) mit monatlich mehr als 3 Millionen Lesern. In puncto Digitalisierung nutzt BookSpot die Intershop Commerce Plattform, die aufgrund des vorhandenen Know-hows und der Erfahrung aus früheren Projekten nun als zentrale Commerce-Plattform für die Webshops aller Audax-Marken eingesetzt wird.

www.bookspot.nl

Im Gespräch mit dem ehemaligen Direktor von BookSpot, Jan Oostrom, und der Leiterin der Geschäftseinheit Digital Business bei Audax, Daniëlle Vromans.

2018 wurde Boekenclub ECI an Novamedia verkauft. Für Jan Oostrom und Daniëlle Vromans begann damit eine spannende Zeit. ECI wurde in BookSpot umbenannt und der Schwerpunkt auf den Online-Vertriebskanal verlagert, um den Buchclub wieder erfolgreich zu machen. Daniëlle: „Seither konzentrieren wir uns verstärkt auf Online-Marketing, legen den Fokus auf einen hohen Return on Advertising Spend (ROAS) und nutzen die Macht von Affiliate- und Retargeting-Partnern. Wir starteten schnell mit Personalisierung und führten eine Data-Management-Plattform ein. Von da an investierten wir hauptsächlich in Online und weniger in Offline. Die Neuausrichtung von BookSpot brauchte entsprechende Unterstützung aus dem Management. Die Suche nach einem neuen Eigentümer führte zu Audax. Audax will die E-Commerce-Strategie im gesamten Konzern gut und integriert umsetzen und gründete deshalb die Geschäftseinheit Digital Business. Alle Online-Labels fallen in diesen Zuständigkeitsbereich. Das Team konzentriert sich auf Endverbraucher, aber auch auf die eigenen Geschäfte, Franchise-Nehmer und Großhändler.“

Perfektes Kundenerlebnis auf allen Kanälen

Als Online-Player ist es wichtig, den Kunden einen Mehrwert zu bieten. Jan: „Auf dem Buchmarkt sind wir ein wichtiger Anbieter, weil wir das größte Sortiment haben. BookSpot führt sowohl Bestseller als auch Bücher, die weniger stark nachgefragt sind. Durch unser Abonnementmodell profitieren unsere Kunden von attraktiven Rabatten. Das ist interessant für Leute, die viel lesen, zumal in den Niederlanden der Buchpreis gesetzlich gebunden ist.“ Daniëlle fügt hinzu: „Wir verkaufen nicht nur Bücher, wir beraten und inspirieren auch. Unsere Category Manager sind echte Buchliebhaber. Über ein KI-Modell geben wir unseren Kunden wertvolle Tipps, organisieren Veranstaltungen – und haben es geschafft, eine große Community aufzubauen.“

„Für die Intershop Commerce Plattform entschieden wir uns, weil wir das Know-how im Hause hatten und wussten, dass das Hinzufügen neuer Vertriebskanäle sehr einfach ist. Außerdem überzeugt die hohe Skalierbarkeit der Lösung.“

Daniëlle Vromans, Leiterin Digital Business bei Audax

So haben wir mittlerweile 10.000 treue Follower auf Instagram. Außerdem haben wir in den letzten Jahren das Kundenerlebnis dank E-Mail-Marketing und Personalisierung weiter verbessert. Wir kommunizieren auf Basis von Datenanalysen immer besser mit unseren Kunden. Dadurch gehen wir nicht nach dem Gießkannenprinzip vor. Wir sehen auch eine Steigerung der Conversion Rate im mobilen Handel. Innerhalb eines Jahres hat sie sich fast verdoppelt. Der Datenverkehr auf dem Handy ist vergleichbar mit oder sogar größer als auf der Desktop-Site. Daher war es für uns logisch, die mobile Website weiter zu verbessern. Aber das vielleicht Wichtigste ist, dass der Kunde, jetzt, da wir zum Audax-Konzern gehören, auch einfach in ein Geschäft gehen kann. Stationäre Buchhandlungen und Online-Geschäft kommen zusammen, das ist eine sehr starke Kombination.“

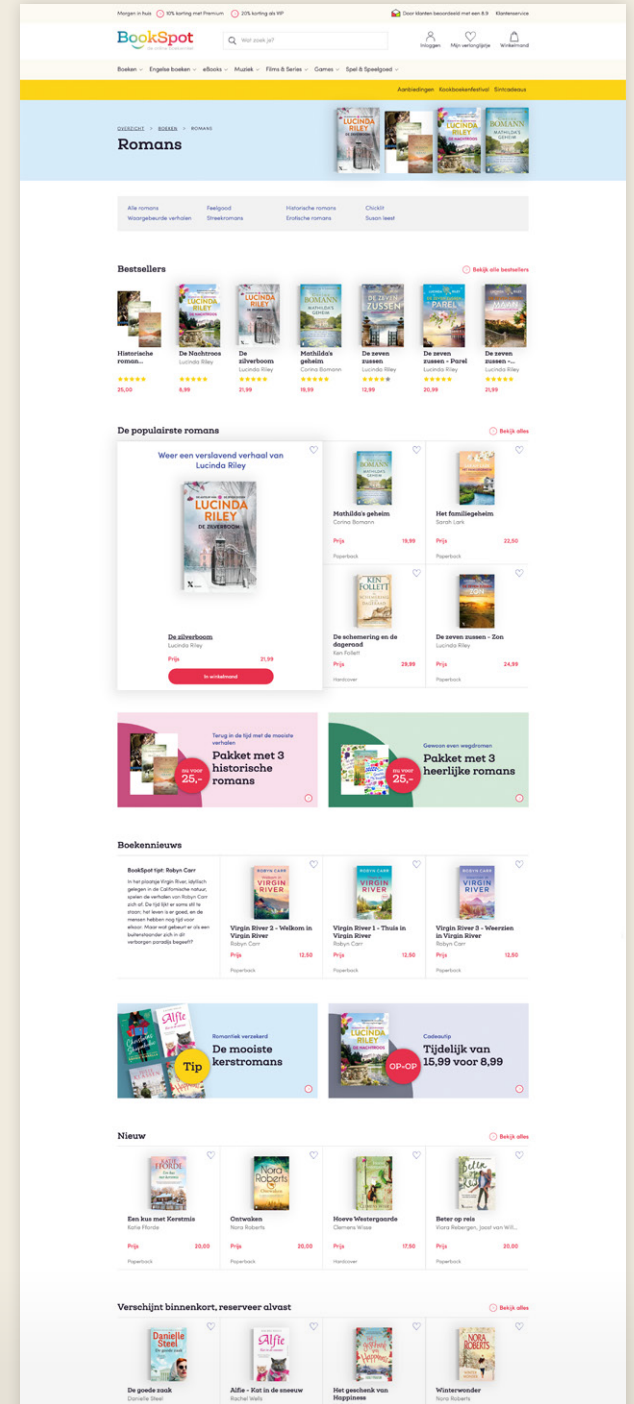
Einfaches Hinzufügen von Vertriebskanälen

BookSpot nutzt die Intershop Commerce Plattform seit den ECI-Tagen (ehemaliger Eigentümer). Daniëlle: „Im Jahr 2018 haben wir alles auf einmal in Angriff genommen: Wir sind auf die neueste Version der Intershop Commerce Plattform migriert und haben gleichzeitig ein neues PIM (Product Information Management)-System implementiert. Für die Intershop Commerce Plattform entschieden wir uns, weil wir das Know-how im Hause hatten und wussten, dass das Hinzufügen neuer Vertriebskanäle sehr einfach ist. Außerdem überzeugt die hohe Skalierbarkeit der Lösung. Nachdem die On-

line-Shops bookspot.nl und bookspot.be realisiert sind, wird als nächstes ein digitaler Vertriebskanal für Bruna hinzugefügt. Dies kann schnell und ohne Risiken passieren, weil die Architektur der Intershop Commerce Plattform headless ist sowie ein Backend und ein Frontend bietet. Anpassungen lassen sich leicht vornehmen, indem bestimmte Stilelemente wie Kopf- und Fußzeile, Schriftart und Farben individuell angepasst werden.“

Umsatzsteigerung durch Personalisierung

Daniëlle: „Es ist vorgesehen, dass alle digitalen Vertriebskanäle von Audax auf der zentralen Intershop-Plattform laufen. Die Integration der Audax-Systeme findet hauptsächlich auf der Backend-Ebene statt. Dies ist einer der Aspekte, in denen Intershop mit seiner API-basierten Architektur brilliert. Zum Beispiel werden wir die SAP-Plattform für die finanzielle Abwicklung integrieren. Wir werden auch unsere CRM- und BI-Plattformen anbinden, um eine vollständige 360°-Sicht auf jeden einzelnen Off- und Online-Kunden zu haben. Wir haben eine Menge Daten von Käufern, 3 Millionen Leser von Zeitschriften und viele Informationen aus der Logistik. Es gibt eine Fülle von Gelegenheiten, mit Kunden in relevanter und zeitnahe Weise zu kommunizieren. Die CRM- und die BI-Integration werden dazu beitragen, die Kundenzufriedenheit weiter zu stärken sowie Up- und Cross-Selling-Potenziale durch weitreichende Segmentierung und Personalisierung auszuschöpfen. Darin sehen wir viel Potenzial, unseren Umsatz schnell weiter zu steigern.“



ÜBER INTERSHOP

Immer in Ihrer Nähe

Die Intershop Communications AG (gegründet 1992, Prime Standard: ISHA) unterstützt weltweit führende Hersteller und Großhändler dabei, ihren Vertrieb innovativ zu digitalisieren.

Auf Intershops Cloud-basierter E-Commerce-Plattform können B2B-Unternehmen ihre digitale Präsenz auf- und ausbauen, ein konsistent positives Kundenerlebnis schaffen und so nachhaltig den Online-Umsatz steigern. Mit der Erfahrung aus über 25 Jahren digitalem Handel und einer weltweiten Präsenz helfen wir über 300 Kunden, Produkte in Umsätze zu verwandeln und die Beziehungen zu ihren Kunden dauerhaft zu verbessern.

Intershop is built to boost your business. Erfahren Sie mehr unter www.intershop.de.

**USA**

**Octavio
Perales**

o.perales@intershop.com

EUROPA

**Frank
Andersen**

f.andersen@intershop.de

**AUSTRALIEN &
NEUSEELAND**

**Emmeline
Ng**

e.ng@intershop.com

**ASIEN &
PAZIFIK**

**Kanyasiri
Panasahatham**

kanyasiri@intershop.com