

ibs.it

Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri

30 gennaio 2014

ibs.it

ibs.it bookshop

LIBRACCIO.it

WUZ Il libro nella rete



I numeri della nuova IBS

- **Oltre 100 milioni di euro di ricavi**
- **Circa 260 addetti**
- **3 siti (di cui 2 per la vendita online che hanno superato i 2,6 milioni di clienti) e oltre 300.000 visitatori al giorno.**
- **10 librerie (Roma, Firenze, Bergamo, Bologna, Ferrara, Lecco, Mantova, Novara, Padova, Treviso) con 8000 mq di superficie**
- **Sede di Assago con 1500 mq di uffici e 8500 mq di magazzino**
- **Libri nuovi e usati di varia, libri nuovi e usati di scolastica, remainders, libri stranieri, dvd e blu ray nuovi e usati, cd musicali nuovi e usati, vinili, videogiochi, giocattoli, cartoleria, gadgets e accessori, ebook e ereader, musica digitale MP3**

Ragioni e aspettative della fusione IBS-MEL

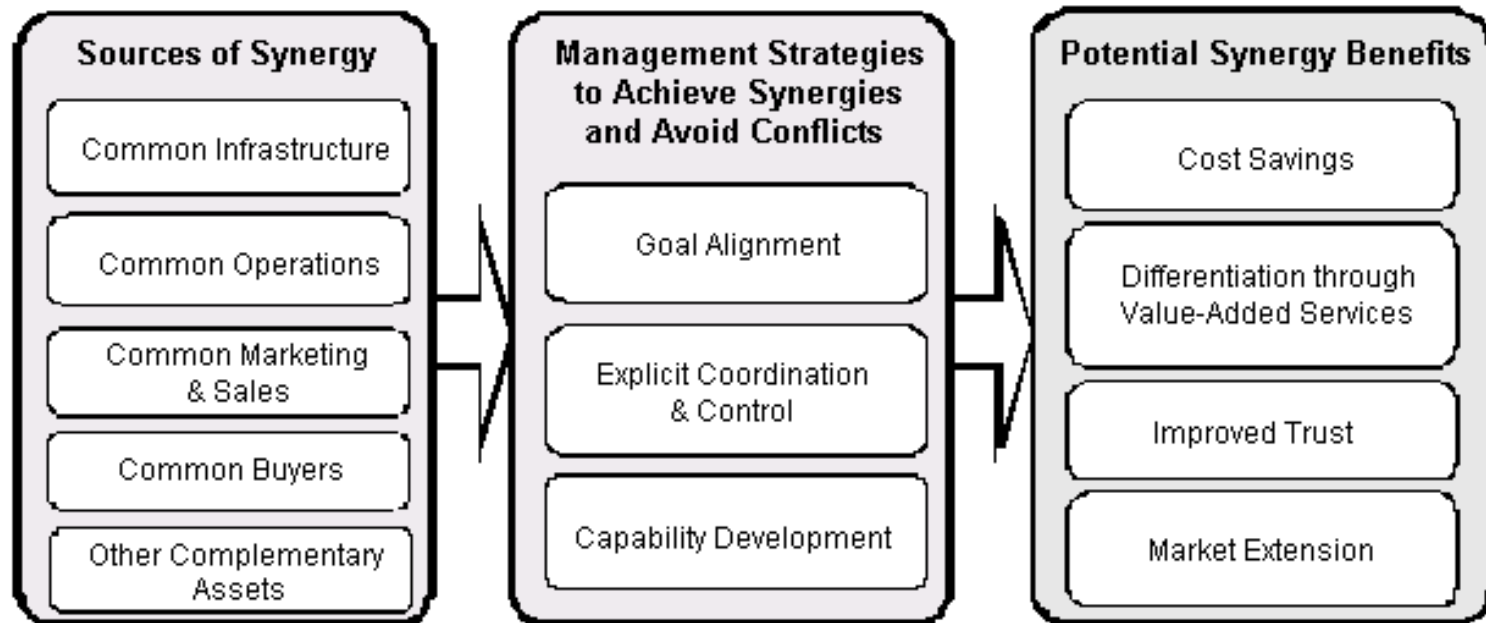
- **Sfruttamento del marchio maggiormente conosciuto**
- **Comunicazione e pubblicità con ricadute online e offline**
- **Sinergie tra fisico e online (ordini, consegne, ebook)**
- **Offerta offline alla ampia base clienti di IBS**
- **Ottimizzazione di assortimenti e stock**
- **Politiche di fidelizzazione comuni**
- **Risparmi su costi di gestione e struttura non duplicati**
- **Visibilità del marchio IBS nelle strade e piazze delle città**







Click and mortar vs. Brick and mortar



Gli effetti su acquisti, assortimenti, offerta

- **Ampliamento merceologie in vendita in libreria**
- **Ottimizzazione degli assortimenti in libreria**
- **Parziale condivisione degli stock**
- **Politiche di acquisto condivise online-offline**
- **Trattative unificate con i fornitori**
- **Gestione coordinata delle campagne online/offline e delle politiche di prezzo in generale**
- **Utilizzo dei dati online per migliorare il “time to market” della proposta commerciale in libreria**



Gli effetti sul servizio al cliente

- **Possibilità di ritirare in libreria gli acquisti effettuati online.**
- **L'intero catalogo online diventa un'estensione reale dell'assortimento in libreria: ordine, ritiro e pagamento in libreria di libri, dischi, film non presenti nel punto vendita (questa attività rappresenta già l'8% delle vendite).**
- **Presenza sul punto vendita di corner per consultazione del catalogo con giacenze nella libreria.**
- **Offerta digitale e-reader/tablet, ebook, applicazioni mobili.**



Gli effetti su marketing e comunicazione

- **Comunicazione concentrata su un solo brand.**
- **Ottimizzazione della comunicazione su scala locale con ricadute anche sulle vendite online.**
- **Effetti anche locali sulle librerie delle attività pubblicitarie, di mkt e partnership effettuate a livello nazionale.**
- **Estensione alle librerie di attività evolute di direct marketing.**
- **Cost saving su attività speciali (es. Catalogo di Natale 2013)**
- **Programmi unificati e coordinati di fidelizzazione.**







ibs premium

**Più ordini farai,
più vantaggi avrai!**



argento **oro** platino

**IBS ti dà il benvenuto
nel mondo Nectar**



Le nuove strategie di fidelizzazione

ibs premium



Qualche numero

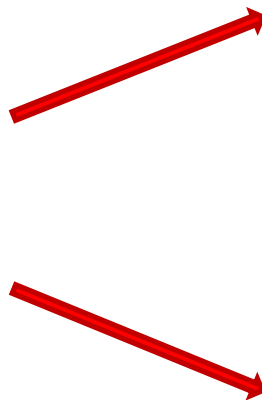
19	Partner
10,5 M	tessere
6,2 M	clienti registrati





ibs premium

Sono entrambi programmi di fidelizzazione ma per noi hanno obiettivi (e meccaniche) molto diversi



Nectar: attraverso la raccolta punti il cliente si fidelizza ai partner della coalition
Comprando accumula punti per ricevere dei premi in un momento successivo. Il premio è slegato dall'acquisto.
I tesserati Nectar sono un ampio bacino a cui IBS attinge

IBS Premium: l'utente fedele ha dei vantaggi, dei "premi" che lo spingono a continuare a scegliere IBS. Per noi è un cliente speciale. Il premio è insito nel servizio ed è fortemente legato all'acquisto (sconto, servizio aggiuntivo). Il nostro obiettivo è portare i clienti del sito in libreria e viceversa

Le nuove sfide: mobile e editoria digitale

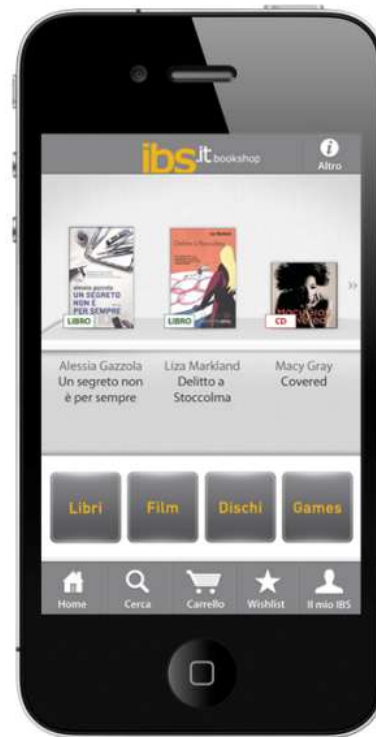
- **Nel 2014 ogni cliente sta diventando un cliente “digitale”**
- **Gli acquisti online rappresentano il 13,5% degli acquisti di libri (fonte GFK gennaio 2014)**
- **Abitudine consolidata verso l’info-commerce (cercare informazioni in rete su prodotti da acquistare offline)**
- **Velocissima diffusione di smartphone e tablet e del loro utilizzo per consultazioni e interazioni in rete**
- **Ebook sta uscendo dalla “nicchia” anche in Italia**



Le applicazioni di IBS per smartphone e tablet



Esplorare il negozio e conoscere i prodotti



**Il nuovo sito mobile per consultare e acquistare.
1 utente su 6 consulta il sito IBS.it da smartphone**





Il mondo diventa mobile: query su Google da dispositivi mobili.

•Q3 2012:

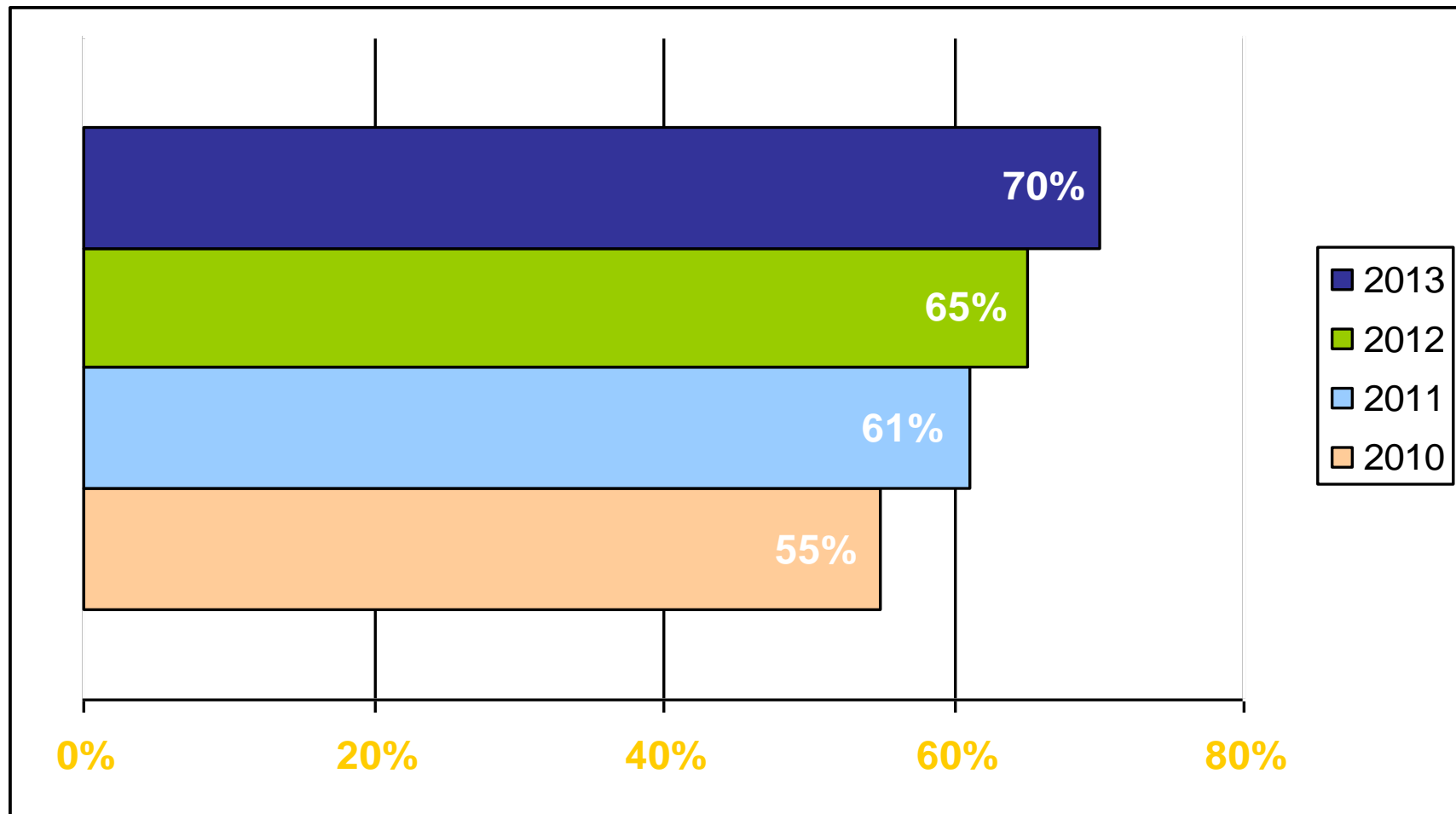
- TABLET 5%**
- SMARTPHONE 11%**
- PC 83%**

•Q3 2013:

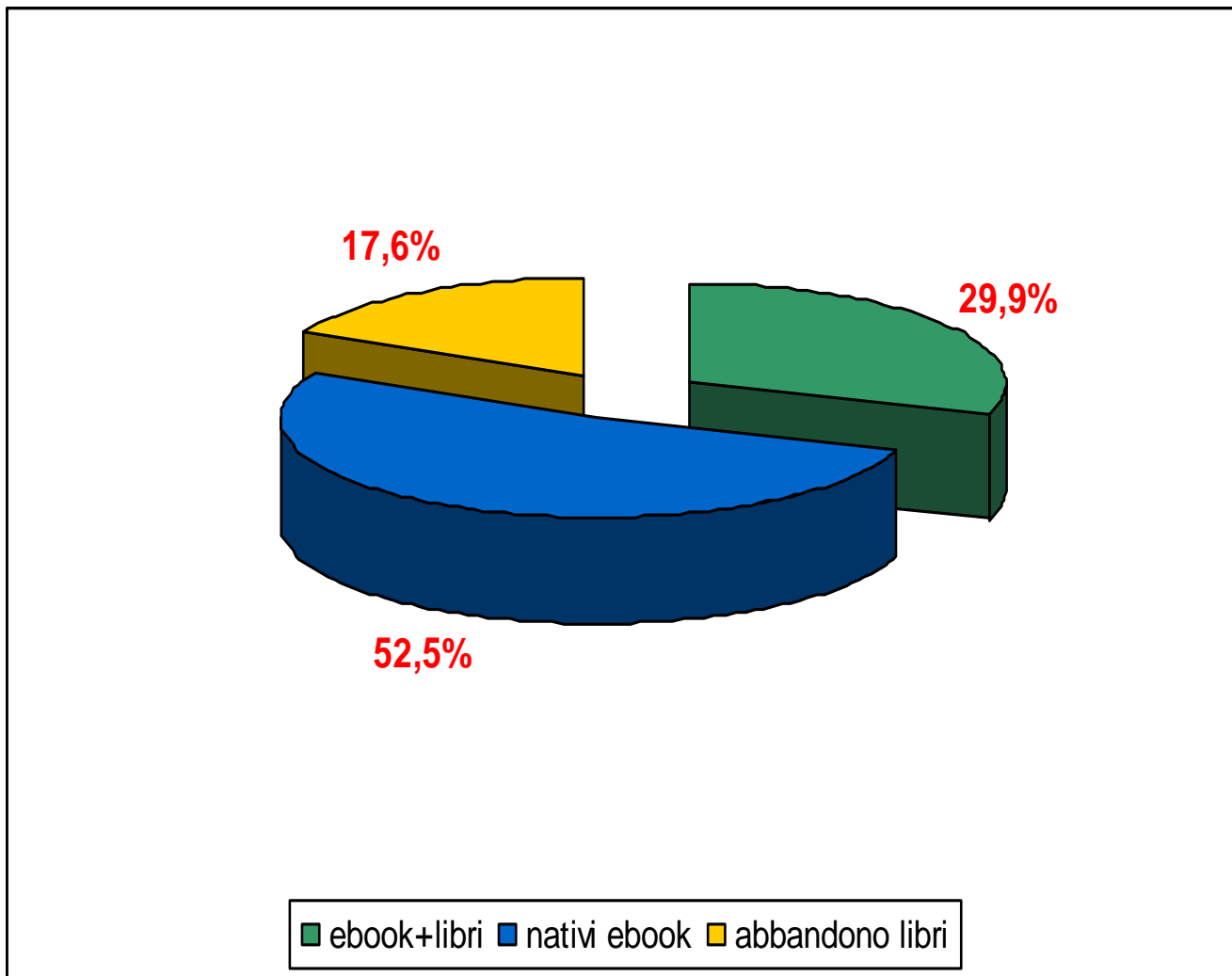
- TABLET 10%**
- SMARTPHONE 23%**
- PC 67%**
- II 33% DELLE QUERY SU GOOGLE SONO OGGI EFFETTUATE DA
DISPOSITIVI MOBILI (fonte Google)**



Clienti ebook che non comprano libri su IBS.it



Clienti ebook che non comprano libri su IBS.it



Sviluppo dell'offerta ebook di IBS

- **Piattaforma autonoma erogazione ebook.**
- **Miglior livello di servizio ai clienti.**
- **Migliore "user experience" sui titoli con DRM eliminando il doppio ID (IBS+Adobe).**
- **Modalità di lettura senza download (streaming)**
- **Cross-selling libro ebook (progetto riLeggo)**
- **Offerta ebook in libreria (Leggo Card)**



rileggo... e l'eBook ti costa meno

- **Vendita a prezzo ridotto di ebook a coloro che hanno acquistato la versione a stampa dello stesso libro.**
- **Attualmente 3 principali fasce di prezzo (1,99/2,99/3,99)**
- **Attivo da metà dicembre con circa 500 titoli da GEMS, RCS e Laterza**
- **Prossimo ingresso di altri importanti editori**
- **In futuro Rileggo sarà applicabile anche su acquisti effettuati in libreria (per clienti Premium).**





- **Leggo Card è un servizio che consente l'acquisto (e il regalo) di qualunque ebook in libreria.**
- **Su apposite postazioni è possibile ricercare nel catalogo ebook e stampare le proprie Leggo Card.**
- **Leggo Card è un voucher dotato di codice monouso che consente il download da IBS del libro prescelto.**
- **E' acquistabile in negozio quindi anche senza carta di credito.**
- **Leggo Card potrà essere proposta anche a librerie indipendenti e ad altre catene.**

leggo Card

ibs.it bookshop



Storia di una gabbianella e del gatto
che le insegnò a volare

Sepúlveda Luis | Salani

Formato ePub con DRM

Dimensione 800,9 KB



9 788862 563628

Codice Leggo Card
6AX28RX4GUU3W



9 997994 379319

eBook concesso in licenza d'uso dall'editore

Codice valido 6 mesi dalla data di acquisto

Istruzioni:

- 1) Vai sul sito www.ibs.it/ebook*
- 2) Clicca su Leggo Card nella barra di navigazione orizzontale
- 3) Segui le istruzioni di login
- 4) Inserisci il codice Leggo Card per scaricare l'ebook
- 5) Segui le istruzioni per scaricare il libro

* Su Leggo IBS seleziona Cerca su IBS dal menu principale



350.000 clienti online



29 punti vendita



Acquisto centralizzato dei libri usati

- ✓ **I negozi Libraccio e il centro distributivo di Monza forniscono i libri nuovi e usati.**
- ✓ **Le giacenze disponibili in tutti i punti vendita vengono monitorate quotidianamente per fornire agli utenti informazioni attendibili sulla disponibilità e i tempi di consegna.**
- ✓ **I prodotti a più alta rotazione vengono tenuti in stock direttamente nell'area Libraccio.it del magazzino IBS.**
- ✓ **Il resto viene ordinato ai punti vendita/centro distributivo a seconda della presenza nei loro stock**
- ✓ **Coordinamento di politiche commerciali campagne.**

