

Bewusst unbewusst!
Vom verborgenen Lesemotiv
zum Kaufimpuls

Der neue Standard für Sie als Händler

MVB ➡

Was glauben Sie, warum kaufen Menschen Bücher?

Richtig, sie kaufen Bücher, weil sie ein bestimmtes Bedürfnis haben. Kennen wir dieses, können wir es in der Positionierung und Vermarktung bewusst adressieren. Das schafft Orientierung und Kaufimpulse beim Kunden. So weit, so banal.

Das Problem: Die kaufentscheidenden Bedürfnisse sind dem Buchkäufer selbst gar nicht bewusst.

Die Herausforderung: Wie können wir unser Produktangebot mit diesem „Bauchgefühl“ verkaufsfördernd zusammenbringen?

Die Antwort: Lesemotive.

Auf neurowissenschaftlicher Basis macht dieser neue Klassifizierungsstandard erstmals den emotionalen Zugang zu Büchern aus Kundenperspektive systematisch für die gesamte Buchbranche nutzbar. Damit eröffnet sich eine zusätzliche Dimension der Kundenansprache – das Bauchgefühl wird zur Kopfsache.

Mit unserem modularen Informations- und Beratungsangebot werden Sie schnell zum Lesemotiv-Profi.

Nutzen Sie diese neue Möglichkeit, um „bewusst unbewusst“ nachhaltige Freude am Buchkauf zu schaffen!



Ich freue mich, von Ihnen zu hören. Ihre Stephanie Lange

Hintergrund: Ran an die Abwanderer!

Es gibt unterschiedliche Gründe, warum weniger Bücher gekauft werden – sie reichen vom Alltagsstress, der oftmals von der intensiven Nutzung der sozialen Medien befeuert wird, bis hin zu fehlenden Kontaktpunkten mit Büchern und zu konkurrierenden Medienangeboten. In Kombination mit der enormen **Angebotsfülle verlieren immer mehr Menschen den Überblick** und kehren dem Buchmarkt den Rücken. Das belegt die Marktforschungsstudie „Buchkäufer – quo vadis?“, die der Börsenverein des Deutschen Buchhandels im Juni 2018 veröffentlicht hat.

Während aktive Leserinnen und Leser gezielt nach Büchern suchen, möchten sich gerade die sogenannten Abwanderer **beim Stöbern inspirieren lassen**. Und genau da fehlt es besonders an Orientierung. Eine Branchen-Taskforce arbeitet deshalb an Lösungen, um hier Abhilfe zu schaffen. Die Gruppe Nymphenburg hat dafür das Informations- und Suchverhalten von Buchkäufern analysiert und die unbewussten Beweggründe gebündelt, die zum Buchkauf führen.

Das Unbewusste lässt sich so bewusst ansprechen – das erreicht auch Abwanderer.

So nutzen Sie Ihr volles Potential

Die konsequente Ausrichtung auf die Lesemotive bietet Ihnen die Möglichkeit zur umfassenden Optimierung der Präsentationsstrukturen im Netz und vor Ort – neurowissenschaftlich fundiert und repräsentativ bestätigt.

- **gesteigerter Absatz** durch angepasstes Sortimentskonzept (offline und online)
- **maximale Konvertierung und Kundenbindung** durch mehr Effizienz und Effektivität in Kommunikation, Vermarktung und Distribution
- **optimierte Zielgruppenansprache** durch eindeutige Identifikation und Priorisierung der Kunden
- **konkrete Handlungsempfehlungen** entlang der gesamten Wertschöpfungskette



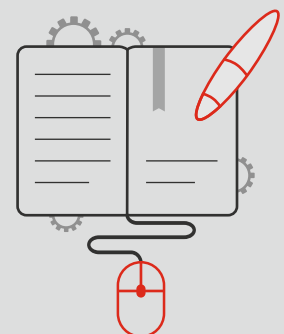
Buchen Sie jetzt Ihr individuelles Beratungspaket

Sie entscheiden, wie intensiv wir Sie bei der Arbeit mit den Lesemotiven unterstützen. Folgende Module bieten wir an:

- **Studienergebnisse** „Bewusst unbewusst: Vom verborgenen Lesemotiv zum Kaufimpuls“
- individuelle **Sortimentsanalyse** zu spezifischen Fragestellungen
- zweitägiger **Sortiments-Workshop** zur Weiterentwicklung

Weitere Informationen finden Sie online unter:

www.mvb-online.de/lesemotive



Ihre Ansprechpartnerin

Stephanie Lange hilft Ihnen bei allen Fragen rund um die Lesemotive gerne weiter:
+49 160 93639065 | s.lange@stephanie-lange.net

Ihr kompetentes Team

Über MVB

Der Technologie- und Informationsanbieter MVB macht Bücher sichtbar. Zentrale Plattformen auf Basis internationaler Metadatenstandards ermöglichen Verlagen und Buchhandlungen im In- und Ausland die erfolgreiche und effiziente Vermarktung ihrer Titel. Redaktionelle und werbliche Formate sowie der persönliche Austausch bei Netzwerkveranstaltungen geben Orientierung in den verschiedenen Buchmärkten. Im engen Austausch mit Kunden und Marktteilnehmern aus allen Bereichen der Buchbranche arbeiten die Teams an den Standorten in Frankfurt am Main, Mexiko-Stadt, New York und São Paulo fortlaufend an innovativen Infrastrukturlösungen für den Buchhandel der Zukunft. 2019 wurde MVB als einer der 100 Top-Innovatoren des deutschen Mittelstands ausgezeichnet.

www.mvb-online.de

Über die Gruppe Nymphenburg

Die Gruppe Nymphenburg ist langjähriger Partner internationaler Herstellermarken und Handelsunternehmen und begleitet diese bei Markenpositionierungen bis hin zur Umsetzung am POS. Neben Vertretern klassischer Handelsformate zählen auch Travel Retailer, Startups oder Online-Pure-Player zum Kundenkreis. Basis der Projektarbeit ist stets das Motiv- und Entscheidungsmodell Limbic® in Kombination mit einem umfassenden Kundenverständnis. Als strategischer Partner unterstützt die Gruppe Nymphenburg bei Format-Neuentwicklung, Optimierung, Expansion, Eintritt in neue Kanäle oder Turnaround mit maßgeschneiderten Lösungen für das jeweilige Geschäftsmodell.

www.nymphenburg.de

Über Stephanie Lange

Stephanie Lange ist eine der renommiertesten Spezialistinnen für Vermarktungs- und Vertriebsthemen im deutschsprachigen Buchmarkt. Mehr als 20 Jahre arbeitete sie als Führungskraft bei Verlagen und Händlern, bevor sie sich 2017 als Beraterin und Coach selbständig gemacht hat. Dank Ihrer Erfahrungen auf Handels- und Lieferantenseite ist sie die richtige Ansprechpartnerin für alle Fragen rund um die Customer Journey im Buchhandel.

www.stephanie-lange.net

MVB 

MVB GmbH
Braubachstraße 16
60311 Frankfurt am Main
Germany

www.mvb-online.de