



Mehr als nur Bücher verkaufen

Interview: Ernst Grabovszki

fachkolleg buch|medien
die weiterbildungsoffensive

Veranstaltungen in der Buchhandlung, ob mit bewährten oder neuen Konzepten, können ein wirkungsvolles Mittel der Kundenbindung sein. Urs Heinz Aerni erläutert in seinem Seminar, wie Events erfolgreich geplant und durchgeführt werden und wie man Veranstaltungen gleichzeitig als Verkaufschance nützt.

Warum ist Eventmarketing für eine Buchhandlung wichtig?

Der Buchhandel unterschätzt in der Regel sein Potential an Möglichkeiten. Wir führen Bücher zu allen Themen dieser Welt. Von Akupunktur der Atemwege von Katzen über Reisetipps für Fahrradtouristen über die Karpaten bis Autobiografien von Kräuterexperten. Warum verwenden wir diese Themenvielfalt und ihre Möglichkeiten nicht öfters in der Funktion eines Veranstalters?

Wie können gerade kleine Buchhandlungen mit gezieltem Eventmarketing punkten?

Kundentreue erreicht man nicht nur durch Service und Freundlichkeit, sondern durch Erlebnisse, die den Kunden emotional an das Geschäft binden. Gerade Kleinbuchhandlungen verfügen über die Flexibilität, An-

Warum nicht einmal ein flotter Koch-Event in der Buchhandlung?



lässe in einer Unverkramptheit mit der persönlichen Note zu realisieren. Überschaubarkeit ist ein Faktor für Gemütlichkeit, die ein Großveranstalter nicht bieten kann. Und das, so meine ich, kann heute in der globalisierungswütigen Welt ein Joker sein ...

Was raten Sie einem Buchhändler, der noch nie eine Veranstaltung in seiner Buchhandlung organisiert hat: Worauf muss er besonders achten, dass nichts schief geht?

Zuerst soll die Frage geklärt sein, ob es dem Team im Geschäft Spaß machen würde, einen Anlass zu organisieren. Auch sollen die unterschiedlichen Fähigkeiten des Personals in solchen Projekten gezielt eingesetzt werden.

Sie haben dieses Seminar schon öfter gehalten: Welche Fragen stellen die Teilnehmer am häufigsten?

Immer wieder kommen Fragen wie „Was kostet das alles?“, „Wie komme ich an die Autoren heran?“, „Was bringt das für meinen Laden?“ und „Über was oder mit wem soll ich eine Veranstaltung machen?“ Solche und andere Bedenken werden wir im Seminar konkret behandeln. In einem Workshop soll von A bis Z eine Veranstaltung durchgegangen werden, von der Idee bis zur Durchführung.

Mit welchem Wissen werden die Teilnehmer abends nach Hause gehen?

Die Teilnehmer fahren mit neuer Tatkraft in ihre Buchhandlungen zurück, mit dem Wissen, dass Buchhandlungen mehr können, als nur Bücher verkaufen ...

Eventmarketing im Buchhandel

Termin: 1. Oktober 2007, 9.30 bis 17.30 Uhr

Ort: Hauptverband des Österreichischen Buchhandels, Wien

Trainer: Urs Heinz Aerni

Teilnahmebeitrag: EUR 285,- ➔ für Mitglieder des Hauptverbands nur EUR 228,- (jeweils zzgl. 20 % MwSt.)