

Neue App „Thalinda“ - Thalia unterstützt Verlage mit Buchhändlerwissen bei der Marktforschung

- Buchhändler-Expertise für aufmerksamkeitsstarke Cover
- Innovative App begleitet den gesamten Produktionsprozess

Hagen, 9. Oktober 2017 – Ob die Gestaltung eines Buchs bei der Zielgruppe ankommen wird, darüber gibt die Marktforschung in Fokusgruppen wesentliche Auskünfte. Doch die Befragung zu Interessen und Vorlieben der Verbraucher ist kostspielig und was bei großen Verlagshäusern längst zum Standard gehört, dafür fehlen kleineren Verlagen oftmals die nötigen Mittel. Doch gerade für die Gestaltung des Buchcovers – dem ausschlaggebenden Verkaufsargument – ist gezielte Marktforschung wichtig.

Thalia hat eine App entwickelt, mit der das in der Online-Welt weit verbreitete A/B-Testen mit einem Klick für Cover-Tests umgesetzt werden kann. Insbesondere kleine und mittelständische Verlage werden so zukünftig bei der Buchgestaltung unterstützt und können frühzeitig im Erstellungsprozess Markt-Feedback abfragen. Mit der App „Thalinda“ können sie auf die Expertise der Thalia Buchhändler zugreifen. Diese wissen durch ihre tägliche Arbeit in der Buchhandlung und die Gespräche mit Kunden ganz genau, was bei den Verbrauchern gut ankommt und somit verkaufsfördernd wirkt. In der App können sie das Feedback vertraulich weitergeben und Verlage können diese wichtigen Insights dort abrufen.

„Thalinda“ ermöglicht es den Verlagen somit, die Gestaltung eines Buchcovers sowie den gesamten Produktionsprozess des Buches, entlang des Know-hows von Buchhändlern zu gestalten. Dabei ist die App denkbar einfach in der Anwendung: Mit den gelernten Wischbewegungen auf mobilen Devices kann der Nutzer entscheiden, ob ihm ein potenzielles Buchcover gefällt oder nicht – Cover „tindern“ für den Buchhändler.

Die App wurde durch die Pondus Software GmbH entwickelt. Nachdem „Thalinda“ bereits eine erfolgreiche Testphase durchlaufen hat, ist die App ab sofort in der Betaphase verfügbar und kann von Verlagen genutzt werden.

Mit dem Engagement für „Thalinda“ zeigt Thalia erneut, dass das Unternehmen fest an die Zukunft des Buchhandels glaubt. Die App ist ein weiterer Meilenstein für das Thema Publizieren 3.0. Thalia ist hochgradig daran interessiert, vom Autor über den Verlag bis hin zum Kunden, den gesamten Wertschöpfungsprozess zu begleiten.

Über Thalia:

Für das Omni-Channel-Unternehmen Thalia stehen in den klassischen Buchhandlungen, im Online-Shop und in der Thalia App, die Bedürfnisse der Kunden im Mittelpunkt aller Aktivitäten*. Mit mehr als 280 Filialen in Deutschland, Österreich und der Schweiz, ist Thalia im deutschsprachigen Raum Marktführer im Sortimentsbuchhandel. Bei Thalia verbinden sich buchhändlerische Tradition und innovative digitale Services, die das Einkaufserlebnis inspirierend und zugleich einfach machen. Gemeinsam mit Partnern hat Thalia 2013 den eReader toline auf den Markt gebracht und gehört seither zu den führenden Anbietern beim digitalen Lesen. Auch B2B geht das Unternehmen neue Wege, bietet Dienstleistungen für die Buchbranche an und fördert Startups, die zur Marke passen. Seit 2009 ist Thalia exklusiver Buchpartner des größten internationalen Literaturfestivals lit.COLOGNE und, seit 2017, Partner der lit.RUHR. Mit rund 3.000** Veranstaltungen im Jahr, ist Thalia einer der großen Lese- und Literaturförderer in Deutschland. Thalia wurde 1919 in Hamburg im Gebäude des gleichnamigen Thalia-Theaters gegründet.

* lt. einer repräsentativen Umfrage von „Customer code“/Mai 2017, unter den stationären Buchkäufern in Deutschland, ist Thalia der meist präferierte Buchhändler.

**Hochrechnung 2017

Pressekontakt:

Claudia Bachhausen
Leiterin Unternehmenskommunikation
Thalia Bücher GmbH, Batheyer Straße 115-117, D-58099 Hagen
Telefon: 02331 8046-1559
E-Mail: c.bachhausen.dewart@thalia.de
www.thalia.de