

Piața cărților | Prioritizarea experienței cititorilor a dus afacerile librăriei online Libris la 80 milioane de lei în 2023, în creștere cu 20%



Libris, librărie online de referință pe piața din România, a încheiat 2023 cu o cifră de afaceri de 80 milioane lei, în creștere cu 20% față de 2022. Dinamica pozitivă a fost susținută și de creșterea interesului cititorilor pentru cărțile în limba engleză (+30%), unde Libris a diversificat oferta ajungând la peste 780.000 volume, precum și de intensificarea eforturilor companiei de a îmbunătăți permanent experiența de navigare pe site. Dezvoltarea interacțiunii cu cititorii, pentru care sunt create evenimente și experiențe culturale variate, atât offline, cât și online, precum și investițiile în tehnologie care să susțină o experiență superioară pe site au fost motoarele creșterii anul trecut.

În 2023, Libris.ro a vândut peste 2,5 milioane de produse, cu o medie a comenzii înregistrate la nivel național de 125 lei. “Cărțile pentru copii” domina topul categoriilor, la nivelul tuturor județelor, urmate de Beletristica. Interesul pentru cărți în limba engleză se menține crescut și a înregistrat în 2023 o creștere cu 30%.

Investițiile făcute în ultimii ani, atât în depozitul de carte de la Brașov, cu o suprafață totală de 5.000 de metri pătrați, care asigură un stoc permanent de 1 milion de volume, cât și bugetele de investiții alocate de Libris în experiența cititorilor - de la livrare mai rapidă și un stoc mai extins, până la recomandări personalizate susținute de AI sau interacțiuni culturale în cadrul evenimentelor online sau offline - au dus la creșterea cu 20% a afacerilor într-un context socio-economic care nu încurajează consumul de carte. Astfel, cifra de afaceri a Libris a depășit anul trecut 80 milioane de lei.

„Livrarea rapidă, ambalarea personalizată și fără plastic, alături de recomandările pe care le facem în funcție de preferințele de lectură ale cititorilor noștri sunt acțiuni prioritare pentru noi, al căror efect îl vedem în recurența și fidelitatea crescută a clienților. De asemenea, suntem parteneri ai părinților și cadrelor didactice care pun preț pe lectură și desfășurăm în permanență acțiuni care să-i aducă pe micii cititori mai aproape de lectură”, declară **Laura Teosu** (foto), CEO Libris.

Strategie de creștere: rafinarea experienței de lectură

În contextul în care alocăm tot mai mult timp rețelelor de socializare, dar și consumului de conținut video online, Libris propune cartea ca alternativă de petrecere a timpului, de documentare, informare etc, și pune accentul pe rafinarea experienței pe site și diversificarea ofertei cu volume actuale, disponibile extrem de rapid.

Investițiile în tehnologie permit Libris să ofere vizitatorilor recomandări personalizate de lectură și un motor de căutare dezvoltat special pentru cărți. De asemenea, funcționalitatea Rasfoiește, disponibilă pentru mai mult de 90% dintre titlurile în limba română de pe Libris.ro, permite vizitatorilor să citească și câteva pagini din fiecare volum, exact cum ar face într-o librărie fizică. Această opțiune este utilizată de 70% dintre vizitatori înainte de a pune o carte în coșul de cumpărături.

Toate aceste funcționalități susțin experiența de achiziție și ușurința descoperirii volumelor preferate de cititor, precum și nevoia de a se bucura de cărțile alese într-un timp foarte scurt. Astfel, clienții Libris revin periodic pe site în căutarea unor noi titluri, iar 55 % din comenzile plasate sunt de la clienți recurenți.

“Punem preț pe conexiunea cu cititorii, ne dorim să le oferim, alături de cărți, o experiență completă de descoperire prin lectură, a lor, a lumii în care trăiesc, a ceea ce simt și gândesc. Prin toate acțiunile pe care le întreprindem, ne dorim să ducem lectură mai aproape de cititori, în activitățile lor zilnice, astfel încât să devină o rutină sănătoasă pentru intelect. Cartea este o alternativă extraordinară de a petrece timpul cu sens și, totodată, într-un mod relaxant. Și mă refer aici la timpul liber, la timpul pentru cunoaștere, pentru autodezvoltare, pentru interogări interioare și legate de mediul social, familial, de muncă”, mai spune Laura Țeposu.

Despre LIBRIS

Afacere 100% românească, Libris a intrat pe piața de cărți în 1991, cu librăria Șt. O. Iosif din Brașov. În 2009, apare Libris.ro care, în 14 ani de existență în online, a devenit nume de referință pe segmentul de librării în România.

În toți acești ani, Libris și-a asumat activ un rol de susținător al lecturii și a derulat campanii numeroase în acest sens. Din 2019, Libris a demarat proiectul CarteTeca, prin care își propune să atragă pe copii și adolescenți către lectură, oferind acces la volume noi și actuale bibliotecilor școlare. Anual zeci de biblioteci primesc, în urma unui concurs de proiecte de încurajare a lecturii, volumele cele mai dorite de copii, precum și titluri necesare incluse în bibliografie, astfel încât cei mici să poată descoperi cititul prin cărți noi, colorate și atractive.