

Rapidus nyhetsbrev 3 mars 2008

– Fem snabba till Tobias Schildfat på Solentro i Malmö...

...som trycker böcker med kundernas egna texter och bilder och som i dagarna lanserar sin tjänst också på engelska.

Ni startade er svenska webbsida i december. Hur har gensvaret varit hittills?

-- Det är inte så många veckor vi har varit igång, men vi har fått kvitto på att vår tjänst fungerar i Sverige, så det bör vara ungefär samma möjligheter i andra länder också. Besökarantalet ökar hela tiden på den svenska sajten och beställningarna trillar in efterhand.

Vad blir skillnaden med den engelska tjänsten?

-- Vi får tillgång till en marknad som är mycket större än den svenska. Men man får inte tillgång till den marknaden bara för att man finns på engelska, utan vi ska ta hjälp av sökordsoptimering på internet för att nå ut till kunderna. Det enda som skiljer den svenska och engelska tjänsten är att det tar några dagar längre att få hem boken på posten om man bor utanför Sverige.

Hur ser er typiska kund ut?

-- Det har visat sig att vår hypotes stämde – vår vanligaste kund är en kvinna mellan 25 och 45 år. Det kan vi se på de beställningar som kommit in.

Vilken typ av böcker har varit mest populära?

-- Framförallt böcker till födelsedagar. Varje år fyller 800.000 personer jämt, så det är den största marknaden. I jämförelse är det bara 50.000–60.000 par som gifter sig på ett år.

Vilken layout på böcker har varit mest populär hittills?

-- Dels en variant som är blå i tonen och heter Nordic Light, men också en Japaninspirerad design som vi kallar Choice. Modern intressant design verkar gå bra, framförallt när det gäller födelsedagsböcker.

Av Wivan–Kristina Sandberg

Läs tidigare artikel om Solentro:

<http://www.rapidus.se/arkiv/artikel.cfm?artikelnr=4433>