

בעשר השנים שחלפו מאז הקמתה, ביצעה צומת ספרים מהפכה בשוק הספרים בישראל. תוך התמקדות באסטרטגיית מחיר, מבצעים ויצירת חוויית קנייה, גדלה מכירת הספרים בישראל בעשור האחרון פי ארבעה

את הספרים לכל בית בישראל, במחירים שווים לכל נפש. לכן, מאז הקמתה, הרשת שמה לעצמה כיעד לספק לצרכנים ספרים במחירים אטרקטיביים, ולהעניק שירות וחוויית קנייה ברמה גבוהה.

מספר החלטות מרכזיות שנתקבלו ברשת מיום הקמתה, מאפיינות את מדיניות המחירים והשיווק שלה עד היום:

שמירה על המחירים הזולים בשוק - לאורך זמן. מאז

הקמתה, כחלק אינטגרלי מה-DNA של הרשת, בנתה

לעצמה צומת ספרים תדמית של כדאיות ומחירים זולים,

תוך תמיכה באסטרטגיית שיווקית עקבית, שהתמקדה

במתן תמורה גבוהה למחיר. במסגרת מדיניות ההמחרה

שלה, צומת ספרים התחייבה להעביר הנחות לצרכן

ולהציע לו את המחירים הטובים ביותר בכל נקודת זמן.

מבצעי מכר אטרקטיביים מדי חודש - על מנת לתת

ללקוחותיה סיבה לביקורים חוזרים בסניפים, וכדי לתמוך

במדיניות המחירים הנוחים שהיא מציעה, יוזמת הרשת

מבצעי מכר אטרקטיביים מדי חודש.

בין המבצעים הידועים של הרשת ניתן למצוא את מבצע

"ספר שני בשקל", מבצע "1+1 מתנה", ומבצע "ארבע

מגוונות. למרות השינויים בתרבות הפנאי והתעצמות

החדירה של האינטרנט ושל הטלוויזיה הרב-ערוצית,

יוצאים לאור בישראל כ-4,000 כותרים חדשים מדי שנה.

לצד צומת ספרים, פועלת בשוק חנויות הספרים עוד

רשת אחת גדולה, ולצידן פועלות חנויות פרטיות רבות.

השוק מתאפיין בתחרותיות רבה.

האתגר השיווקי

עד הקמתה של צומת ספרים, שלטה הרשת המתחרה

בנתח הארי של שוק חנויות הספרים. מאז הקמתה,

האתגר של צומת ספרים היה להפוך לשחקן המרכזי

בשוק הספרים, לשבור את הדומיננטיות רבת השנים של

המתחרה, ולבצע מהפכה בתחום קמעונאות וצריכת

הספרים בישראל.

הפתרונות היצירתיים

עם הקמתה, צומת ספרים זיהתה בשוק צורך לרשת

גדולה נוספת של חנויות ספרים, שתהווה אלטרנטיבה

לרשת הארצית המתחרה.

התובנה של צומת ספרים הייתה, כי "עם הספר" יוכל

להמשיך להיקרא כך רק בתנאי שהרשת תצליח להביא

רשת צומת ספרים החלה את דרכה בחודש ינואר 2003

כתוצאה ממיזוג שתי רשתות ספרים: רשת יריד הספרים,

שנוסדה בשנת 1981, ורשת צומת ספרים, שנוסדה

בשנת 1996. בעת הקמתה מנתה הרשת 27 סניפים.

צומת ספרים נמצאת בבעלות משותפת של הוצאות

הספרים כנרת, זמורה-ביתן ומודן, יחד עם מנכ"ל

הרשת, אבי שומר.

מאז הקמתה, הרשת שמה לעצמה כמטרה להנגיש את

הספרות היפה לכל אדם בישראל, במחירים אטרקטיביים,

במגוון שפות, תוך מתן גישות מקסימלית וחוויית קנייה.

בשנים האחרונות מתפתחת צומת ספרים גם לתחום

פתרונות הפנאי ומציעה בסניפיה, לצד הספרים, גם

מוסיקה, משחקים, כותרי DVD לילדים ועוד.

כיום מונה רשת צומת ספרים כ-100 סניפים, הפרושים

בכל רחבי המדינה. בנוסף, מפעילה הרשת אתר מכירות

מקוון בכתובת www.booknet.co.il.

הסביבה התחרותית

שוק צרכני הספרים הישראלי מתאפיין בקהלים רחבים

מכל שכבות האוכלוסייה, בגילאים וברמות הכנסה





www.booknet.co.il

ובעתיד

בשנת 2013 עבר בכנסת ישראל חוק הסופרים, במסגרתו לא יוכלו הקמעונאים למכור ספר חדש במחיר מוזל או כחלק ממבצע, עד 18 חודשים לאחר יציאתו. לחוק, שהוראותיו יחלו החל מחודש פברואר 2014, עשויה להיות השפעה משמעותית על השוק, המבוסס ברובו על הנחות מחיר ומבצעי מכירה.

דברים שלא ידעת על צומת ספרים

- הרשת מפעילה כ-100 סניפים ומעסיקה כאלף עובדים.
- בצומת ספרים מזהים 4 סוגי לקוחות הפוקדים את סניפי הרשת: "המכורים לקריאה" - לקוחות הקונים מספר ספרים בכל חודש, "חובבי ספרים" - לקוחות הקונים ספר אחד בממוצע לחודש, "קוראים מזדמנים" ו"קובי המתנות".
- סניף ממוצע של הרשת משתרע על שטח של 200 מ"ר. סניף הדגל של הרשת, הממוקם בדיזנגוף סנטר בתל אביב, משתרע על שטח של 500 מ"ר.

מומחים בתחומים שונים, מפגשי שירה ועוד. **גנישות** - מאז הקמתה מנהלת הרשת מדיניות של פתיחת סניפים מוצאת במרכזי קניות ובנקודות אסטרטגיות ככל רחבי המדינה. מאז הקמתה פתחה הרשת כ-70 סניפים חדשים (מעבר ל-30 שהיו לה בעת שהוקמה), וכיום אפשר למצוא את חנויות צומת ספרים במרבית הערים במדינה ובמרבית הקניונים בישראל. **הרחבת קהל הקוראים** - צומת ספרים רואה את קהל היעד העיקרי שלה בדמוגרפיה של בני ה-40-21 וזאת מתוך רצון לחזק את הרגלי הקריאה ואת הפופולאריות של ספרים בקרב קהלים צעירים, משום שעל פי הפילוסופיה של הרשת "ספרים הם לא רק לאינטלקטואלים ולמבוגרים".

תוצאות המהלך

מעבר לעובדה כי צומת ספרים הצליחה לבסס את עצמה כשחקנית מרכזית בשוק חנויות הספרים, המהפכה האמיתית שהביאה הרשת הייתה בתחום שינוי הרגלי צריכה וקריאת הספרים בישראל: אם בשנת 2003 נמכרו במדינה כ-5 מיליון ספרים, בשנת 2013 כבר נמכרו בישראל מעל ל-20 מיליון ספרים.

במאה" - במסגרתו נמכרים 4 ספרים ב-100 ש"ח בלבד. **שידרוג חוויית הקנייה** - כדי לא להסתמך רק על הצעות המכר, ועל מנת ליצור בידול נוסף מול המתחרים בשוק, מתמקדת הרשת במתן חוויית קנייה עשירה ונעימה ללקוחותיה.

סניפי הרשת משתרעים על שטח של כ-200 מ"ר בממוצע, ומתאפיינים באווירה נינוחה, שולחנות קריאה, פינות משחק לילדים ואינטרנט אלחוטי.

על מנת להאריך את השהות בסניפים ולהגביר את מספר הביקורים של הצרכנים, בחלק מסניפי הרשת משולבים בתי קפה, שניתן לבלות בהם וגם לקרוא ספרים.

על פי נתוני צומת ספרים, בסניפים שבהם משולבים בתי קפה נרשמת עלייה של כ-30% במכירות לעומת הממוצע הרשתי, וזמן השהות הממוצע של לקוח בחנויות אלו עומד על למעלה מ-45 דקות (לעומת 24 דקות בסניפים ללא בית קפה).

בשנים האחרונות, עושה צומת ספרים מאמץ להפוך את סניפיה לבתים תרבותיים לאוכלוסייה המקומית באמצעות ייזום פעילויות כדוגמת שעות סיפור, מפגשים עם סופרים לרגל השקת ספרים חדשים, מפגשים עם



2013
התקבל חוק הספרים בישראל.

2012
בישראל נמכרים מעל ל-20 מיליון ספרים בשנה.

2009
צומת ספרים מקבלת את פרס האפי פלטיניום עבור מהלך המהפכה בשוק הספרים.

2006
פתיחת "הספרייה" - סניף הדגל של הרשת בדיזנגוף סנטר בת"א.

2005
צומת ספרים ממזגת לתוכה את החנויות של הוצאת מודן.

2003
רשת צומת ספרים מתחילה את דרכה כתוצאה ממיזוג בין רשת יריד הספרים ורשת צומת ספרים.