

ELIZA ANNA GALON

JAK SKUTECZNI WYPROMOWAĆ EBOOKA

KSIĄŻKĘ

150

SPRYTNYCH SPOSOBÓW

eBOOKnij TO



TYTUŁ

Jak skutecznie wypracować chęć i książkę.

150 sprytnych sposobów

Autorka: Eliza Anna Galon

nr ISBN: 978-83-968172-0-4

Korekta i redakcja: Anna Ossolińska, www.eBOOKnijto.com.pl

Wydawca: www.eBOOKnijto.com.pl

Dystrybucja: www.eBOOKnijto.com.pl

Wydanie 1, Bruksela 2023

Pytania, sugestie, opinie?

Napisz do mnie: hello@ebooknijto.pl

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione.

Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym, powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Autorka oraz wydawca dążyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były rzetelne i kompletne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz wydawca nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.



Witaj!

Dziękuję Ci za zaufanie i zakup tego eBOOKa. Jestem pewna, że będzie bardzo przydatny dla Ciebie i wielokrotnie go wykorzystasz, niezależnie od tego czy masz już jakieś doświadczenia w promowaniu książek i eBOOKów, czy dopiero zaczynasz.

Podczas rozmów/konsultacji z klientami zauważyłam, że odpowiadam na te same pytania. Zauważyłam też zniechęcenie, frustrację, pytania, jak robią to inni, że sprzedają, a oni nie...

Dlatego właśnie powstał ten eBOOK, by:

- pokazać konkretne rozwiązania
- dać pomysły, które można zastosować od razu
- rozwiać tajemnice związane z promocją
- pokazać, że Ty TEŻ możesz sprzedawać więcej...

Być może te pomysły zainspirują Cię do kolejnych i stworzysz z nich swoją własną strategię działania. Trzymam za Ciebie kciuki!

Miłego czytania!

Eliza





BRAKUJE CI POMYSŁÓW, JAK PROMOWAĆ EBOOKA I KSIĄŻKĘ?

Aby ułatwić Ci działanie, ten eBook ma formę checklisty. Możesz z tych punktów ułożyć PLAN DZIAŁANIA lub stosować je pojedynczo i niezależnie od siebie. A najlepiej użyć wszystkich pomysłów i stosować je systematycznie i regularnie.

ZMIANY, ZMIANY...

Jesteśmy świadkami potężnych zmian. Zmian, które na nowo definiują autorów i ich rolę w promocji i sprzedaży. Kiedyś wystarczyło przekonać wydawcę do tego, żeby wydał Twoją książkę i wszystko tak naprawdę było w jego rękach. Teraz, to Ty możesz być swoim wydawcą, a nawet jest to wręcz pożądane.

Kiedyś autor był zazwyczaj niedostępny, można było go spotkać na wieczorach autorskich i to było niesamowite przeżycie dla czytelników. Dzisiaj czytelnicy oczekują RELACJI i to nie dla wydawnictwa przychodzą np. na targi książki, lecz dla autora. Kiedyś wydawnictwo dźwigało autorów, dziś to autorzy są twarzami wydawnictw.

Czytelnicy chcą poznać autora, rozmawiać z nim w mediach społecznościowych lub podczas spotkań online i offline, zobaczyć jakim on jest człowiekiem i jak żyje na co dzień. Monolog ustępuje dialogowi, a autor, aby być skutecznym w sprzedaży, powinien być twarzą swojej marki, czyli tak naprawdę swojego nazwiska czy pseudonimu. Marketing książek to coś więcej niż media społecznościowe, płatne reklamy i obrandowane długopisy.



ZMIANY, ZMIANY...

Marketing książek to wszystko, co robisz, aby Twoja praca i marka autora były bardziej rozpoznawalne. Inteligentny marketing książek powinien działać jak wszechobecny magnes, aby wypełnić lukę między pragnieniem czytelnika, a zdolnością Twojej książki do zaspokojenia tego pragnienia.

Tak naprawdę jest nieskończona ilość sposobów na sprzedaż i promocję e-booka, wystarczy mieć pomysł na siebie, wszystko spisać, zaplanować i ustalić strategię działania. Tak jak opracowujemy konspekt (plan) książki i eBOOKa, tak właśnie warto podejść do tematu sprzedaży i promocji. Ważne, by wszystko było zgodne z nami i naszą strategią działania.



OD CZEGO ZACZYNAMY?

Przede wszystkim od tego, że:

- Twoja książka czy eBOOK są najważniejszą formą marketingu, ponieważ w ten sposób tworzysz produkt, który zaspokoi pragnienia czytelnika. Twoim priorytetem jest napisanie WOW książki, która zabierze czytelników na skraj ich emocji. Nie ma znaczenia, czy Twoja książka dotyczy inwestowania w nieruchomości, filozofii politycznej czy romansu. Cel jest ten sam: efekt WOW!
- każdy Twój eBOOK czy książka powinny dawać konkretną wartość, bo czytelnicy oczekują rezultatów. Czasem jest to dobra rozrywka w czasie wolnym, relaks, porady, aż po rozwiązanie konkretnego problemu.
- publikuj i promuj zawsze jak profesjonalista - książka czy eBOOK nie może być napisana w niechlujny sposób i zawierać błędy. Musi być sprawdzona przez dobrego korektora i redaktora. O merytorycznych błędach już nie wspomnę. Zadbaj też o estetykę i formę.
- Twój eBOOK lub książka to tak naprawdę trampolina do Twoich produktów lub usług. Pozwól swoim czytelnikom dotrzeć do Ciebie, Twojej strony i Twoich miejsc w sieci. Adres Twojej strony powinien tak naprawdę być widoczny i klikalny na okładce, a strona redakcyjna powinna zawierać klikalne linki do Twoich miejsc w sieci.

OD CZEGO ZACZYNAMY?

- Podziękuj czytelnikom za przeczytanie Twojego eBOOKa lub książki na końcu. Stwórz dla nich dodatkowe materiały, dodaj kod rabatowy i ofertę specjalną, by zachęcić go do zapisu do Twojego newslettera i do zakupu kolejnego produktu lub usługi. Tak nawiążesz z nim relację. Tak działa zasada wzajemności.
- Zawsze miej plan na swoje działania. Plan sprzedaży, plan promocji i plan marketingowy. Wszystko musi być spójne i się zająbiać.

To są niezbędne elementy do tego, by ten eBOOK mógł całe lata pracować dla Ciebie. Nie ma znaczenia, czy to jest lead magnet, czy płatny produkt. Zobacz, jak jest skonstruowany mój eBOOK, śmiało wzoruj się na nim, a na pewno zobaczysz rezultaty u siebie.

Przeciętnie książka sprzedaje się w nakładzie poniżej 100 egzemplarzy. Niech to każdemu zapadnie w pamięć. 100 kopii. Z drugiej strony to wciąż 100 osób, które - gdyby znalazły się w Twoim pokoju, obawiam się, że - nie zmieściłyby się w nim, ale domyślam się, że masz większe cele.

Jeśli zależy Ci na długoterminowej sprzedaży tysięcy egzemplarzy swojej książki, zapnij pasy i przygotuj się na pracę nad wdrożeniem wiedzy z tego eBOOKa i treści, które tu znajdziesz. Nie będzie łatwo, ale będzie warto.

OD CZEGO ZACZYNAMY?

OK, masz eBooka lub książkę i co dalej?

Musisz mieć pewność, że odniesiesz sukces i wierzyć w swoją książkę lub eBooka i być gotową na to, żeby pracować na ten sukces. Nie zawsze będzie łatwo. Tego nikt nie obiecuje.

Odnoszący sukcesy autorzy, niezależnie od tego, czy publikują tradycyjnie, czy samodzielnie, muszą nauczyć się kierować własnymi działaniami marketingowymi. To Ty jesteś najlepszym rzecznikiem swojej książki i najlepszym sprzedawcą.

Pamiętaj, że sukces raczej nie przyjdzie z dnia na dzień. Będzie się pojawiać w małych krokach w czasie, gdy nauczysz się wdrażać wszystkie zalecenia krok po kroku.



MARKA AUTORA

Jeśli chcesz mnie teraz zapytać, czy warto mieć swoją społeczność i sklep? Oczywiście, że odpowiem: TAK! Warto. Jest to fundament. I mam nadzieję, że Twój eBOOK nie powstawał w wielkiej tajemnicy przed wszystkimi, tylko opowieść o nim przypomina brazylijski serial, a Twoi odbiorcy już są totalnie rozgrzani i czekają na możliwość zakupu ;-)

Nie tylko zalecam, co powinnaś zrobić, staram się wytłumaczyć, dlaczego warto to zrobić. Te wskazówki tworzą mozaikę zązębiających się i współzależnych elementów, które współpracują ze sobą, aby przenieść Twój marketing na wyższy poziom.

Jako autorka jesteś marką. Zanim zaczniesz sprzedawać swoje książki, powinnaś najpierw zwizualizować, co ma reprezentować Twoja marka. Jaki jest Twój zamiar? Nie mówię o zamiarze sprzedaży wielu książek lub dotarcia do wielu czytelników. Mówię o czymś większym. O misji, o intencji. Wizualizuj wrażenia, jakich czytelnicy mogą spodziewać się po Twoich książkach. Jak chcesz, żeby myśleli o Tobie czytelnicy?



MARKA AUTORA

Pomyśl o tym, jak o swojej ulubionej restauracji, do której bardzo lubisz wracać, masz określone wrażenia z nią związane i polecasz ją wszystkim, których znasz. A teraz wyobraź sobie restaurację, którą kiedyś uwielbiałaś, ale potem coś się zmieniło i nigdy do niej nie wróciłaś. Być może byłaś nieuprzejmie obsłużona lub zatrzymałaś się jedzeniem. Ta restauracja zmarnowała twoje zaufanie.

Marka Autora działa w podobnej dynamice. Musisz jej strzec i dbać o jej dobre imię. Twoja marka znajduje się na granicy tego, kim jesteś i dokąd chcesz się udać. W pewnym sensie, wyznaczając tor jej działania, kreujesz jej wizerunek. Markę autora buduje się na dwóch fundamentach - na świadomości i na percepcji, a doświadczenie czytelnika z Twoimi książkami gruntuje jego postrzeganie marki. Pamiętaj, że zawsze musisz dotrzymać obietnic, które składasz.

Nawet jeśli jesteś już bestsellerowym autorem, budowanie świadomości i budowanie zaufania nigdy nie jest zakończone. Nadal są miliony czytelników, którzy o tobie nie słyszeli i nie czytali Twojego eBOOKa. Dlatego tym bardziej musisz zawiesić wysoko poprzeczkę, spełniać lub przekraczać oczekiwania czytelników.

