

NÄIN TAVOITAT LUKIJASI

Markkinointi-
vinkkejä
BoD-kirjailijoille

BoD[™]
BOOKS on DEMAND

SISÄLTÖ

1 Johdanto.....	s. 3
2 Kansi, nimi, oikoluku.....	s. 4
3 Hinnoittelu.....	s. 5
4 Markkinointistrategia.....	s. 6
5 Internet ja sosiaalinen media.....	s. 9
6 Perinteinen media ja blogit.....	s. 11
7 Kirjatapahtumat.....	s. 12
8 Tarkistuslista.....	s. 13
9 Markkinoinnin ajoittaminen.....	s. 14

1 JOHDANTO

Omakustantaja on omamarkkinoija

Omakustantaminen tarjoaa kirjailijoille mahdollisuuden ilmaista itseään vapaasti ja takaa itsenäisyyden kirjamarkkinoilla. Omakustantajana myös vastaat kirjasi markkinoinnista. Tämä opas tarjoaa sinulle arvokkaita vinkkejä ja ideoita, miten voit rakentaa kirjasi menestystä askel askeleelta. Markkinointia ei tarvitse pelätä, sillä kirjailijana sinulta löytyy jo useita tarvittavia ominaisuuksia: järjestelmällisyyttä, periksiantamattomuutta ja mielikuvitusta.

Työkalut vaikuttavaan kirjamarkkinointiin

Oppaassa annamme ohjeita ja vinkkejä kirjasi markkinointiin. Käsittelemme niin kansisuunnittelun ja oikoluvun merkitystä kuin tehokasta sosiaalisen median markkinointia ja PR-työtäkin sekä paljon siltä väliltä. Hyvällä pohjatyöllä ja tehokkaalla markkinoinnilla saavutat lukijakuntasi paremmin.

Jos sinusta tuntuu, ettei aikasi tai kokemuksesi riitä kirjasi ansaitsemaan markkinointiin, voit hakea apua ja inspiraatiota tarjoamistamme kirjailijapalveluistamme. www.bod.fi/kirjailijat/kirjailijapalvelut.html. Blogistamme www.bod.fi/fingerprint/fi/ voit lukea lisää arvokkaita vinkkejä omakustantamisesta ja kirjamarkkinoinnista.



Omakustantajana otat itse vastuun kirjasi markkinoinnista. Tämä opas tarjoaa sinulle neuvoja ja vinkkejä, kuinka saavutat lukijasi.



2 KANSI, NIMI, OIKOLUKU



Lukurakkautta ensi-silmäyksellä. Kaikkien markkinointikeinojen pohjalla on ammattimainen ja hyvin tehty tuote. Panostamalla kirjasi laadukkaaseen sisältöön ja ulkoasuun vakuutat lukijasi jo ensi-silmäyksellä. Voit saada arvokkaita vinkkejä tutkimalla kilpailevien teosten toteutusta ja tukeutulla lähipiirisi asiantuntevaan apuun.

Kirja on silmänruokaa

Hyvä tuote on kaiken A ja O, myös kirjamarkkinoilla. Kirjasi kilpailee vakiintuneiden kustannusnimikkeiden kanssa, joten tee kirjasi alusta asti huolellisesti. Kirjan toteutukseen kannattaa suhtautua ammattimaisesti ja miettiä jo kirjaprojektin alussa, miten kirjasi voi erottautua muista teoksista.

Ylitsevuotavan kirjatarjonnan äärellä potentiaaliset lukijat antavat tuomionsa usein jo yhden silmäyksen perusteella. Siksi onkin tärkeää, että kirjasi näyttää niin hyvältä kuin mahdollista. Panosta hyvännäköiseen kanteen, tarttuvaan nimeen ja tekstin virheettömyyteen. Kirjan sisällön tarkastuttaminen ammattilaisella on hyvä ajatus, mutta joskus auttaa jo paljon, että oikeinkirjoituksen ja kieliopin hallitseva ystävä oikolukee tekstisi. Korjatun version lisäksi saatat saada samalla rakentavaa palautetta, jonka avulla voit tehdä kirjastasi vielä paremman.

Kannet kertovat lukijalle ensimmäisenä, mitä kirjalta odottaa. Räikeät värit ja suuri kirjainkoko eivät takaa hyviä myyntilukuja. Kansi on kirjaprojektisi näyteikkuna, joten sen ei kuulu sopia pelkästään kirjan sisältöön vaan myös omaan persoonaasi. Myös kannen ideoinnissa lähipiirin apu voi olla arvokasta.

Ota oppia kilpailijoilta

Tutustu muiden kirjailijoiden tekemiin ulkoasuvalintoihin ja mieti, mikä niissä miellyttää sinua ja mikä ei. Mikä toteutuksessa kiinnittää huomion ja mitä elementtejä sinäkin voisit hyödyntää kirjasi ulkoasussa? Esimerkiksi mielekästä on käyttää samaa väriä ja fonttia kirjan kannessa ja omalla kotisivullasi. Yhtenäinen ulkoasu näyttää uskottavalta ja miellyttää silmää, ja lisäksi se takaa kädenjälkesi tunnistettavuuden ja antaa lukijoillesi ammattimaisen vaikutelman.

Sivuiltamme www.bod.fi/kirjailijat/kirjailijapalvelut.html löydät kirjan ulkoasuun liittyviä palveluita. Sinä itse tiedät parhaiten, miltä teoksesi kuuluisi näyttää, mutta useammat silmäparit voivat tarjota uusia näkökulmia. Kuten tekstin oiko- ja korjausluvussa, voi ammatillinen tuki olla suureksi avuksi myös kannen ja taiton suunnittelussa.

BoD-VINKIT PÄHKINÄNKUORESSA

- Vahva kirjan nimi herättää lukijan huomion
- Hyvä kansi houkuttelee tarttumaan kirjaan
- Useampi silmäpari näkee enemmän: pyydä ystäviltä ja tutuilta rakentavaa palautetta
- Tutki markkinoita: mitä muut kirjailijat tekevät hyvin?

3 HINNOITTELU



Monet eri tekijät määrittävät kirjasi ohjelmointihinnan – sinä olet niistä tärkein. Hinnasta päättäessäsi kannattaa ottaa mallia saman genren kirjojen hinnoittelusta. Kaunokirjalliset teokset ovat pääsääntöisesti edullisempia kuin tietokirjat. Hinnan arvioinnissa voit käyttää apuna hintalaskuria sivuilla www.bod.fi/.

Arvo ennen hintaa

Omakustantajana päätät itse kirjasi myyntihinnan. Painetun kirjan hintaan vaikuttavat kansi-valinta (pehmeä- vai kovakantinen), formaatti, paperin laatu, sivumäärä ja värillisten sivujen lukumäärä. Hinnoittelun suuntaviivoina voit käyttää hintalaskuria BoD:n sivuilla.

Niin painettujen kuin e-kirjojenkin hinnoittelussa kannattaa ottaa mallia saman genren kirjojen hinnoista. Kaunokirjalliset teokset ovat pääsääntöisesti edullisempia kuin tietokirjat. Tässäkin kilpailevien teoksien silmäily antaa hyvän yleiskuvan, joten kannattaa katsoa, millaisilla hinnoilla vastaavanlaisia kirjoja on myynnissä. E-kirjat ovat yleensä painettuja teoksia edullisempia – esimerkiksi 20-30 % painokirjaa matalampi hinta voi olla luonteva valinta.

Omakustantajat ovat kirjamarkkinoilla usein suhteellisen tuntemattomia ja heidän täytyy rakentaa lukijakuntansa. Siksi heidän e-kirjansa ovat usein edullisempia kuin tyyppilisten kustantamonimekkeiden. Tämä pätee erityisesti romaanien ja novellien kohdalla. Edullisella hinnoittelulla annat lukijoille mahdollisuuden löytää teoksesi ja madallat heidän kynnystään tarttua siihen. Ei kannata pelätä, että ”pilkkahinnat” antaisivat huonon kuvan kirjastasi. Suurempi sääli on, jos liian kallis hinta karkottaa mahdolliset lukijat ja kirjasi jää kaupan hyllyyn pölyttymään.

Jos suunnittelet kirjasarjaa, yksi hinnoittelumahdollisuus on tarjota sarjan ensimmäinen osa huokeampaan hintaan. Kun ensimmäinen kirjasi on kerännyt uskollista lukijakuntaa, voivat lukijat olla valmiita maksamaan jatko-osista jo enemmän. Toisekseen matala hinta lisää useimmiten myyntiä. Tämä taas nostaa kirjasi sijoitusta monissa verkkokaupoissa, mikä puolestaan lisää näkyvyyttä. Rungas myynti voi johtaa top 100 -listalle, jolla tavoitat yhä enemmän lukukokemuksia etsiviä lukijoita.

Houkuttele lukijoita tarjoushinnalla

E-kirjoja markkinoidessa määräaikainen tarjoushinta voi olla hyvä keino herättää potentiaalisten lukijoiden mielenkiinto ja kannustaa heitä ostamaan kirjasi. Ilmoittaessasi myBoD-sivuilla e-kirjasi myyntihinnan voit määrittää samalla tietylle ajanjaksolle alennetun tarjoushinnan. Päätät itse, kestääkö tarjous 1, 2, 4 vai 8 viikkoa. E-kirjastasi saat kirjailijan-palkkiona alusta alkaen 70% kirjan nettomyyntituloista, ja tarjouskampanjan päätyttyä valitsemasi tavallinen myyntihinta astuu automaattisesti voimaan.

Myös lyhyille sisällöille tarkoitettua E-pokkari-formaattia voi käyttää markkinointivälineenä: voit sen avulla julkaista ja tarjota teoksestasi lukunäytteitä alhaiseen hintaan aina 0,49 eurosta ylöspäin.



Houkutteleva tarjoushinta e-kirjasi julkaisun kunniaksi auttaa sinua saamaan heti lukijoita teoksellesi ja nostaa näin kirjasi sijoitusta verkkokauppojen myyntilistoilla.

4 MARKKINOINTISTRATEGIA



Mieti kirjasi markkinointi- ja kirjoitusvaiheessa.

Parhaimmassa tapauksessa lukijoiden huomion hankkiminen alkaa jo ennen kirjan julkaisua.



Erottaudu muista teoksista. Määritä yhdellä lauseella, miten asemoisit kirjasi markkinoilla. Muotoile tämä napakaksi sanomaksi, jota voit hyödyntää eri markkinointikanavissa tuodaksesi kirjaasi esille.

Kokonaisnäkymä alusta alkaen

Teoksen markkinointi alkaa jo kirjan nimestä. Toisin sanoen parhaimmassa tapauksessa olet pohtinut markkinointisuunnitelmaa jo kirjan syntyvaiheessa. Alla on muutamia tekijöitä, joihin kannattaa kiinnittää huomiota, kun suunnittelet omaa markkinointistrategiaasi.

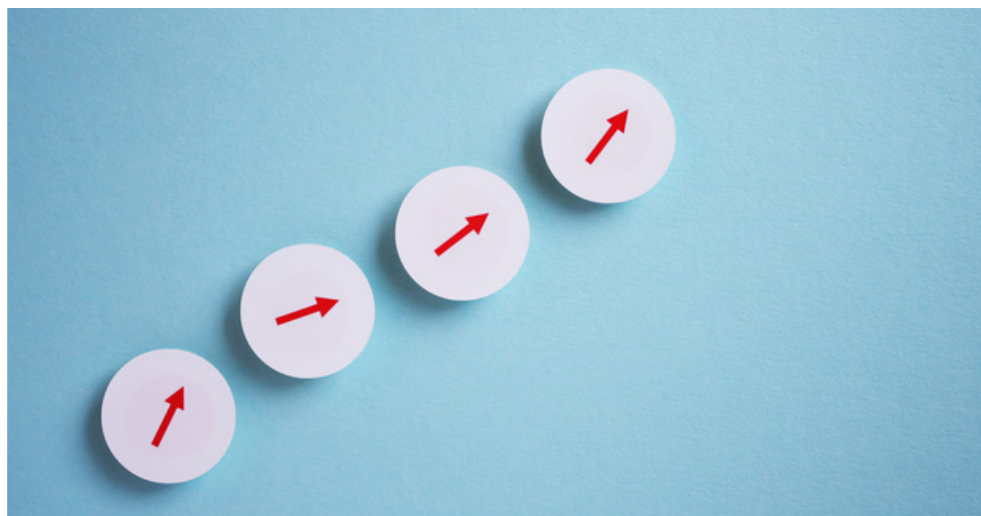
Kohderyhmä: Kuka ostaa kirjasi, kuka suosittelee sitä muille?

Kannattaa miettiä jo ennen kirjasi julkaisua, keitä lukijasi ovat. Mikä heitä puhuttelee ja miten heidät parhaiten saavuttaa? Kuinka pääset kohderyhmäsi tietoisuuteen ja missä voit heitä tavata? Valittavanasi on monta eri kanavaa: miten olisi sosiaalinen media, lehdistö, lukutilaisuudet, tai yhteistyö kirjastojen ja kirjakauppojen kanssa? Kilpailuilla kirjamarkkinoilla menestyminen ja myynnissä onnistuminen vaatii yleensä markkinointikanavien perinpohjaista ammentamista.

Mieti, miten kuvailisit kirjaasi kiinnostavasti kohdeyleisöllesi. Määritä yhdellä lauseella, mikä tekee kirjastasi erityisen. Muotoile tämä napakaksi sanomaksi, jota voit käyttää eri markkinointikanavissa erottamaan kirjasi muista teoksista.

Oikea aika kirjallesi: Milloin kirjaasi ostetaan?

Mieti kirjallesi sopiva ilmestymisaika. Jos julkaiset grillausreseptejä, kannattaa hyödyntää alkukesän grillihuumaa, kun taas kummitusjutuille luontevin ilmestymisajankohta voi olla loppusyksystä Halloweenin aikaan. Joulunajankohdaksi on usein houkutteleva julkaisuajankohdaksi suuren kysynnän vuoksi, mutta joulumarkkinoilla julkaistaan myös valtava määrä ostajien huomiosta kilpailevia teoksia. Pohdi, mikä ajankohta tai tapahtuma voisi olla sinun teoksellesi sopivin. Ajoittamalla kirjasi julkaisun oikein parannat teoksesi mahdollisuuksia nousta kauppojen myyntilistoilla ylöspäin.



BoD-VINKIT PÄHKINÄNKUORESSA

- Määrittele kohderyhmäsi
- Kirjassasi on sitä jotain: kuvaile kirjaasi yhdellä lauseella
- Valitse oikea julkaisuajankohta.

Mediat ja kanavat: Miten lukijat löytävät suosituksen kirjallesi?

Tärkeä osa markkinointisuunnitelmaasi ovat sosiaalisen median kanavat (lisää aiheesta sivuilla 9–10). Facebookissa, Twitterissä ja muissa sosiaalisen median palveluissa voit tehdä itseäsi ja kirjaprojektiasi tunnetuksi ja rakentaa pohjaa faniyhteisölle. Älä myöskään unohda kirjatapahtumia (lisää tietoa sivulla 12), sillä ne houkuttelevat paikalle potentiaalista lukijakuntaasi.

Ota yhteyttä sopiviin kirjakauppoihin, lukijayhteisöihin ja lehdistön edustajiin. Lukunäytteet kotisivuillasi ja sosiaalisessa mediassa antavat lukijoille ja suosittelijoille ensivaikutelman ja saavat heidät parhaassa tapauksessa koukkuun. Luomalla omat kotisivut, olemalla aktiivinen blogeissa ja sosiaalisessa mediassa (Facebook, GoodReads ym.) sekä tarjoamalla kiinnostavaa materiaalia medialle annat kirjallesi hyvät eväät menestykseen. Kirjatapahtumat ja lukutilaisuudet tarjoavat sinulle mahdollisuuden edustaa kirjaasi, verkostoitua kirjailijana ja luoda suora yhteys yleisösi.



Auta lukijoita löytämään kirjasi: julkaise kirjastasi lukunäytteitä tai vaikkapa yksittäisiä novelleja.

Lukunäytteet: Kuinka herätät lukijoiden ruokahalun?

Anna kirjasi puhua puolestaan. Tarjoamalla internetissä kirjastasi lyhytversion, katkelmia tai lukunäytteitä annat lukijoille tilaisuuden tutustua kirjaasi ja jäädä koukkuun. Maistiaisten tarjoaminen käy esimerkiksi omassa blogissasi, sosiaalisen median kanaviesi kautta tai sopivissa kirjallisuusblogeissa.

Yksi lukunäytemahdollisuus on BoD e-pokkari, lyhyille sisällöille suunniteltu e-kirja. E-pokkarilla voit julkaista alle 80 sivun pituisia tekstejä verkkokirjakaupoissa – erinomainen tapa tarjota vaikkapa kirjasi ensimmäinen kappale lukijoille tutustumishintaan. Lisätietoa e-pokkarista löydät sivuiltamme ↗ www.bod.fi



Käytä kirjaasi tuomaan näkyvyyttä viestintäkanavissa. Lisää e-kirjaan tai painetun kirjasivuille linkki tai mai-ninta kotisivuistasi, blogistasi tai Facebook-sivustasi, jotta lukijat tietävät, mistä he löytävät lisää tietoa sinusta.

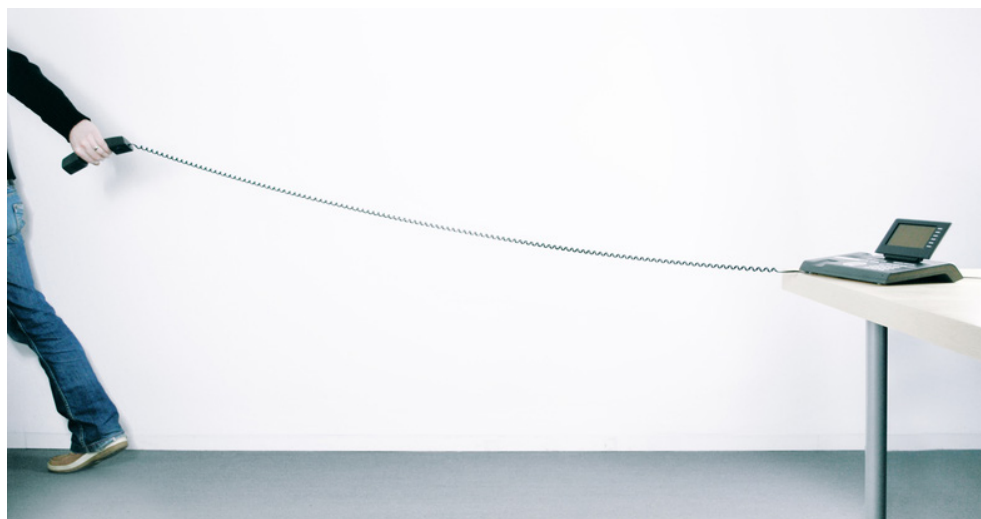
Myynnin jälkeen: Miten teet lukijastasi suosittelijan?

Olet nyt saanut lukijan ostamaan kirjasi. Markkinointiprosessi ei kuitenkaan vielä siihen pääty. Päinvastoin, uusi fani kannattaa sitouttaa mahdollisimman hyvin, sillä jokainen lukija on mahdollinen suosittelija, joka puhuu työstäsi eteenpäin. Kuinka motivoit yleisöäsi puhumaan kirjastasi positiivisesti, suosittelemaan sitä tuttavilleen tai antamaan sen lahjaksi? Voit kannustaa lukijoitasi sosiaalisen median kanavissa, lukijachätillä, internetin keskustelupalstoilla tai kirjallisuustapahtumissa.

Jos kaipaavat apua esittelemiemme markkinointikeinojen kanssa, tarjoamme mielellämme asiantuntemuksemme käyttöösi. Voit tutustua kirjailijapalveluihimme osoitteessa <http://www.bod.fi/kirjailijat/kirjailijapalvelut.html>

BoD-VINKIT PÄHKINÄNKUORESSA

- Tee markkinointisuunnitelma: Kenelle haluat viestiä mitä ja missä vaiheessa?
- Hyödynnä bloggaajia, toimittajia ja tapahtumanjärjestäjiä (esimerkiksi kirjakauppoja)
- Tarjoa lukunäytteitä



5 INTERNET JA SOSIAALINEN MEDIA

Rajattomien mahdollisuuksien internet

Internet on tehokas alusta kirjasi markkinoinnille. Kirjayhteisöistä on hyvä aloittaa: esimerkiksi GoodReads-sivustolla lukijat voivat arvioida ja suositella lukemiaan kirjoja. Suora kontakti lukijoihin on kirjailijalle erinomainen tilaisuus kerätä inspiraatiota.

GoodReadsin kaltaisissa social reading -palveluissa kirjasi ei pelkästään saavuta potentiaalisia lukijoita, vaan voit saada myös arvokasta lukijapalautetta kirja-arvostelujen kautta. Aktiivinen mielipiteenvaihto kirjoista lisää näkyvyyttäsi ja voi nostaa kirjasi mahdollisuuksia levitä viraaliseksi. Toisin sanoen kirjasi voi saada huomattavan määrän ilmaista lisäjulkisuutta, kun sivuston käyttäjät, bloggaajat ja verkkotoimitukset tarttuvat siihen ja kertovat kirjasta itse eteenpäin. Ei pidä myöskään unohtaa yleisöltäsi saatavan yksityiskohdallisen ja suoran palautteen merkitystä.

Kritiikkiä ja lukijayhteisöjä

Dialogi lukijoiden kanssa sekä blogien ja keskusteluforumien kirja-arvostelut tuovat sinulle varmuutta ja rutiinia kritikin käsittelyyn. Negatiivisen palautteen saaminen on oma haasteensa. Älä ota kielteisiä arvosteluja tai kommentteja henkilökohtaisesti, vaan keskity palautteen positiiviseen puoleen. Toisaalta rakentava palaute henkilöiltä, jotka ovat selvästi perehtyneet kirjaasi, voi olla hyvin hedelmällistä, ja tällaisten lukijoiden kanssa kannattaa keskustella kirjastasi.

Menestyvät omakustantajat pyrkivät rakentamaan yhteisöä, joka on kiinnostunut heidän teoksistaan. Saadakseen yhteisön sitoutumaan teoksiinsa voi kirjailija tarjota lukijoilleen mahdollisuuden osallistua kirjan syntyprosessiin. Oma yhteisö voi vaikkapa äänestää tulevan kirjan kannesta tai osallistua arvontaan, jonka voittajan mukaan kirjailija nimeää jonkun romaaninsa henkilöihahmon.

Kotisivut – markkinointisi perusta

Ehdoton BoD-vinkkimme: luo itsellesi henkilökohtaiset kirjailijan kotisivut, ellet ole sitä jo tehnyt. Kirjailijan kotisivut ovat tärkeä perusta internet-näkyvyydellesi. Helppoja ja maksuttomia verkkosivupalveluita tarjoaa esimerkiksi BoD-yhteistyökumppanimme www.jimdo.com.

Kotisivujen kuuluisi sopia tyyliltään ja ulkonäöltään kirjasi sisältöön ja kanteen. Kuten mainitsimme jo oppaan johdannossa, yhtenäinen tyyli eri alustoilla tuo tunnistettavuutta ja uskottavuutta. Kotisivusi tarjoavat kävijöille (olivat he sitten lukijoita, toimittajia, bloggaajia tai muuten vain uteliaita) kaikki tärkeimmät tiedot sinusta ja teoksistasi. Linkitä kotisivuille myös tärkeimmät sosiaalisen median profiilisi. Kuvamateriaalin, lukunäytteiden ja ajankohdallisten uutispäivitysten lisäksi voit kertoa tapahtumista, joissa kirjasi on edustettuna. Voit myös luoda blogin, johon kirjoitat ajankohtaisista asioista. Blogiin on kuitenkin tärkeää muistaa kirjoittaa säännöllisesti.



Social reading -yhteisöissä kirjat ovat pääasia: niiden löytäminen, arviointi, suositteleminen ja niistä keskusteleminen. Toisin sanoen loistava markkinointityökalu omakustantajille. Kaikki BoD:n kautta julkaistut kirjat listataan automaattisesti GoodReads-sivustolle, joka on maailman suurin social reading -palvelu.

Kuvat puhuvat kirjasi puolesta

Ripottelemalla kuvamateriaalia kotisivuillesi ja käyttämiisi sosiaalisen median kanaviin nostat mahdollisuksiasi pysyä yleisön mielessä. Visuaaliset elementit kuten valokuvat, kuvituskuvat, kirjan kansi tai vaikkapa pari kuvaa työpisteestäsi ilahduttavat lukijoitasi. Huomioi kuvien käytössä aina käyttö- ja tekijänoikeudet!



Auta lukijoitasi sitoutumaan kirjoihisi panostamalla vuorovaikutukseen sosiaalisessa mediassa. Anna lukijakuntasi osallistua kirjasi syntyprosessiin ja kerää arvokasta palautetta teoksestasi.

Kuinka käytät sosiaalisen median kanavia tehokkaasti?

Sosiaalisen median kanavat kuten Facebook, Twitter, Instagram tai Pinterest ovat erinomaisia markkinointityökaluja, joissa voit jakaa päivityksiä ja kuvia lukijoidesi viihdykkeeksi ja pitääksesi heidät tapahtumien tasalla. Sosiaalisen median avulla voit myös kannustaa yleisöäsi ostamaan kirjasi. Sinun ei tarvitse käyttää jokaista sosiaalisen median palvelua, vaan tärkeintä on kommunikoida aktiivisesti lukijoidesi kanssa. Mieti, mikä kanava sopii parhaiten kirjallesi ja kirjailijaimagollesi ja mitä kautta tavoitat parhaiten kohdeyleisösi. Kun sopiva sosiaalisen median alusta on löytynyt, julkaise siellä säännöllisesti kiinnostavia sisältöjä itsesi ja kirjastasi.

Facebook on sosiaalisen median kanavista suurin. Kun julkaiset Facebookissa, ota huomioon muutamia nyrkkisääntöjä maksimoidaksesi julkaisujesi kiinnostavuuden, leviämisen ja näkyvyyden. Muotoile viestisi mahdollisimman lyhyesti ja ytimekkäästi. Julkaisujen kuuluu olla nopeasti ja helposti ymmärrettävissä, sillä muuten viestisi hukkuu helposti informaatiotulvaan. Panosta sellaiseen sisältöön, johon seuraajasi ja fanisi reagoivat tykkäämällä, kommentoimalla ja jakamalla. Näin maksimoit julkaisujesi leviämisen mahdollisimman suurelle yleisölle.

Panosta myös aiheiden monipuolisuuteen ja vaihtelevuuteen. Mieti, minkälaista sisältöä itse toivoisit omalta lempikirjailijaltasi. Käytä julkaisuissasi kuvia ja videoita maksimoidaksesi seuraajiesi huomion. Kokemus on osoittanut, että humoristiset julkaisut vetoavat ihmisiin sosiaalisessa mediassa. Mieti, missä määrin huumori sopii sinun ja kirjasi imagoon.

Sosiaalinen media tarjoaa hyvän lähtökohdan lukijakuntasi kasvattamiselle. Pohdi, kuinka hyvin eri kanavat sopivat sinulle ja kirjaprojektillesi, ja miten voit hyödyntää niitä mahdollisimman tehokkaasti.



BoD-VINKIT PÄHKINÄNKUORESSA

- Ota selvää kanavista, joita lukijasi käyttävät ja joita he pitävät kiinnostavina
- Puhu kirjastasi ja anna kirjasi puhua: käytä kirjojen suosittelusivustoja
- Opettele ottamaan vastaan kritiikkiä: hyödynnä rakentavaa kritiikkiä mutta älä ota negatiivista palautetta henkilökohtaisesti
- Anna lukijoidesi osallistua kirjantekoon blogin tai sosiaalisen median kautta
- Lukijasi odottavat kuvia: kuvitusta, valokuvia ym.

6 PERINTEINEN MEDIA JA BLOGIT

”Kaikki julkisuus on hyvää julkisuutta”

Kirjamarkkinoinnin yksi merkittävä kulmakivi on näkyvyys lehdistössä. Ottamalla yhteyttä toimittajiin ja sanoma-, aikakaus- ja verkkolehden toimituksiin lisäät mahdollisuksiasi saada kirjasi julkisuuteen ja saavuttaa laajemman yleisön. Voit tarjota kirjaasi myös kirjallisuudesta tai sopivasta aiheesta kirjoittaville bloggaajille, sillä kirja-arvostelu suositussa ja temaattisesti sopivassa blogissa voi tavoittaa huomattavan määrän tavoittelemiasi lukijoita.



PR vaatii taustatutkimusta. Etsi huolellisesti etukäteen oikeat yhteystiedot ja tarjoa toimittajille ja bloggaajille mahdollisuutta tilata BoD:lta ilmaisia arvostelukappaleita kirjastasi.

Mistä sopivia lehdistökontakteja löytää?

PR vaatii hieman vaivannäköä. Mieti, mitkä aikakaus- ja sanomalehdet, blogit, radio- ja tv-ohjelmat voisivat olla kiinnostuneita kirjastasi ja mitkä mediat puolestaan kiinnostavat tavoittelemaasi yleisöä. Selvitä etukäteen, missä medioissa ylipäätään julkaistaan arvosteluja. Etsittyäsi sopivat yhteyshenkilöt ja heidän sähköpostiosoitteensa voit ottaa yhteyttä ja kertoa tärkeimmät tiedot itsestäsi ja kirjastasi. Jotta pysyt kärryillä kaikista yhteydenotoista, voit luoda yhteystiedoista vaikkapa Excel-listan.

Millainen on hyvä yhteydenotto?

Kerro heti sähköpostin alussa olennaisimmat tiedot kirjastasi. Myös ilmestymispäivä ja kirjasi genre kannattaa mainita alussa. Jos tiedossa on tilaisuus, jossa kirjasi on esillä (esim. julkaisutapahtuma), voi siitäkin mainita. Lyhyt ja ytimekäs puhuttelu, kuva- ja tekstimateriaali sekä linkit kotisivuillesi ja profiiliisi antavat toimitukselle heti selkeän kokonaisvaikutelman. Kirjailijan kuvan lisäksi voit liittää sähköpostiin lyhyen lukunäytteen tai lehdistötiedotteen sekä kirjan kannen. Lähetä liitetiedostot yleisimmissä tiedostomuodoissa (esim. pdf, jpg, doc) ja varmista, etteivät ne ole liian suurikokoisia. Jos olet saanut jo aiempia arvosteluja, voit liittää myös niitä sähköpostiviestisi.

Kerro vastaanottajalle viestissäsi myös mahdollisuudesta tilata arvostelukappale postitse. BoD lähettää pyynnöstä ilmaisia arvostelukappaleita kiinnostuneille toimittajille. Jo ilmestyneet arvostelut voit lisätä kotisivuillesi ja jakaa niitä sosiaalisen median kanavissasi.



Lehdistötiedote ja hyvälaatuinen kirjan kansikuva nostavat yhteydenotoksi informaatioarvoa toimittajien silmissä. Halutessaan toimittajat ja bloggaajat voivat tilata kirjastasi ilmaisia arvostelukappaleita osoitteesta lehdisto@bod.fi.

BoD-VINKIT PÄHKINÄNKUORESSA

- Seulo mediat, jotka voisivat olla kiinnostuneita kirjastasi
- Kirjoita ja lähetä lehdistötiedote kirjastasi
- Tarjoa toimittajille mahdollisuutta tilata BoD:lta maksuton arvostelukappale kirjastasi
➤ www.bod.fi/kirjailijat/kirjailijapalvelut/arvostelukappaleet.html

7 KIRJATAPAHTUMAT

Näe ja tule nähdyksi

Markkinoi kirjaasi tapahtumilla. Järjestä julkistamistilaisuus ja erilaisia lukutilaisuuksia, jonne voit houkuttaa yleisöä. Tapahtumien järjestäminen yhteistyössä esimerkiksi kirjakauppojen kanssa hyödyttää kumpaakin osapuolta, sillä kirjailijatapahtumat vetävät paikalle molempien tavoittelemaa yleisöä. Lukutilaisuuksilla, messuilla ja muilla kirjatapahtumilla on muutakin markkinointipotentiaalia, sillä ne antavat mahdollisuuden tavata tärkeitä vaikuttajia. Lukijoiden lisäksi pääset tutustumaan bloggaajiin, toimittajiin ja muihin kirjailijoihin.



Yleisötilaisuudet ovat erinomainen tapa solmia kontakteja ja tutustua henkilökohtaisesti lukijoihisi ja mahdollisiin suosittelijoihin. Järjestäessäsä tilaisuuksia itse tee yhteistyötä eri tahojen kanssa säästääksesi järjestämiskustannuksissa.

Lukutilaisuus – miten, missä, milloin?

Lukutilaisuuden paikka kannattaa valita sen mukaan, mikä sopii parhaiten kirjallesi ja kohdeyleisöllesi. Voit ehdottaa yhteistyötä esimerkiksi kirjakaupoille, kirjastoille, kahviloille tai gallerioille. Näin säästät tapahtumapaikan kustannuksissa, ja yhteistyökumppanisi hyötyy tilaisuuden houkuttelemista asiakkaista. Tapahtuman ja sen markkinoinnin tuoma julkisuus on mainosta sekä sinulle että paikan tarjoajalle.

Ajankohta kannattaa miettiä huolella: esimerkiksi viikonloppuisin järjestetään paljon muita yleisösi huomiosta kilpailevia tapahtumia. Erityisen tärkeää on huolellinen valmistautuminen. Mitä tekstikappaleita haluat lukea yleisöllesi? Parhaita ovat tietysti mukaansatempaavat kohdat, jotka antavat kuvan kirjastasi ja saavat lukijan haluamaan kuulla lisää. Harjoittele valitsemiesi kohtien ääneenlukemista. Yleisösi saattaa myös esittää kysymyksiä kirjastasi ja kirjailijantoimestasi. Mieti jo etukäteen, mitä he mahdollisesti kysyvät ja miten voisit vastata. Varmista että sinulla on kirjastasi tarpeeksi näytekappaleita, joita voit myydä kiinnostuneille heti paikan päällä. Lentolehtiset, kirjanmerkit ja muu mainosmateriaali tuovat huomiota ja pitävät kirjasi yleisön mielessä vielä tapahtuman jälkeenkin.

Tilaisuutta tulee markkinoida ahkerasti etukäteen. Sosiaalinen media on tässä erinomainen apuväline. Luo Facebook-tapahtuma tilaisuudellesi ja mainosta sitä kaikissa kanavissa, joissa olet aktiivinen. Ilmoita tilaisuudesta paikallislehdistölle ja jätä lentolehtisiä kahviloihin ja liikkeisiin. Huolehdi näkyvyydestä myös jälkikäteen. Pyydä ystävää tai tuttavaa ottamaan kuvia tilaisuudesta ja käytä niitä kertoessasi tapahtumasta jälkikäteen kotisivuillaasi ja sosiaalisessa mediassa.

BoD-VINKIT PÄHKINÄNKUORESSA

- Järjestä julkistus- ja lukutilaisuuksia: näin opit tuntemaan yleisösi henkilökohtaisesti
- Tilaisuudet ovat win-win-tilanteita sinulle ja kirjakaupoille
- Harjoittele ääneenlukemista etukäteen

8 TARKISTUSLISTA

Tämä tarkistuslista auttaa sinua ottamaan ensimmäiset askeleet kirjamarkkinoinnin parissa. Oletko käynyt joka kohdan läpi ja miettinyt, miten parhaiten soveltaa vinkkejä oman kirjasi markkinointiin? Sitten toivotamme paljon menestystä omakustanteellesi!

Ensisilmäys

- Onko kirjallasi tarttuva nimi?
- Puhutteleeko kirjan kansi?
- Onko kokonaisvaikutelma yhtenäinen (nimi, kansi, kotisivut ym.)?

Suuri pieni hinta

- Vertaile markkinoiden muiden kirjojen hintoja
- Oletko laskenut oman toivehintasi kirjallesi?
- Hyödynnätkö tarjoushintaa?

Markkinointistrategia

- Kuka on kohderyhmäsi?
- Mistä lukijat ja suosittelijat löytävät suosituksen kirjaasi?
- Mikä tekee kirjastasi erityisen ja miten kerrot sen yhdellä lauseella?
- Mikä on sopiva julkaisuajankohta kirjallesi?
- Onko sinulla kuvamateriaalia kirjasi ja itsesi esittelemiseksi lehdistölle?
- Missä tilaisuuksissa voit esitellä kirjaasi yleisölle?
- Tarjoatko kirjastasi lukunäytteitä?

Internet ja sosiaalinen media

- Onko sinulla jo kirjailijakotisivut?
- Oletko aktiivinen sosiaalisessa mediassa?

Perinteinen media ja blogit

- Oletko kerännyt sopivien toimittajien ja bloggaajien yhteystiedot?
- Sisältääkö lehdistötiedotteesi kaikki olennaisimmat tiedot sinusta ja kirjastasi?
- Oletko lähettänyt lehdistötiedotteet toimituksille ja bloggaajille?

Kirjatapahtumat

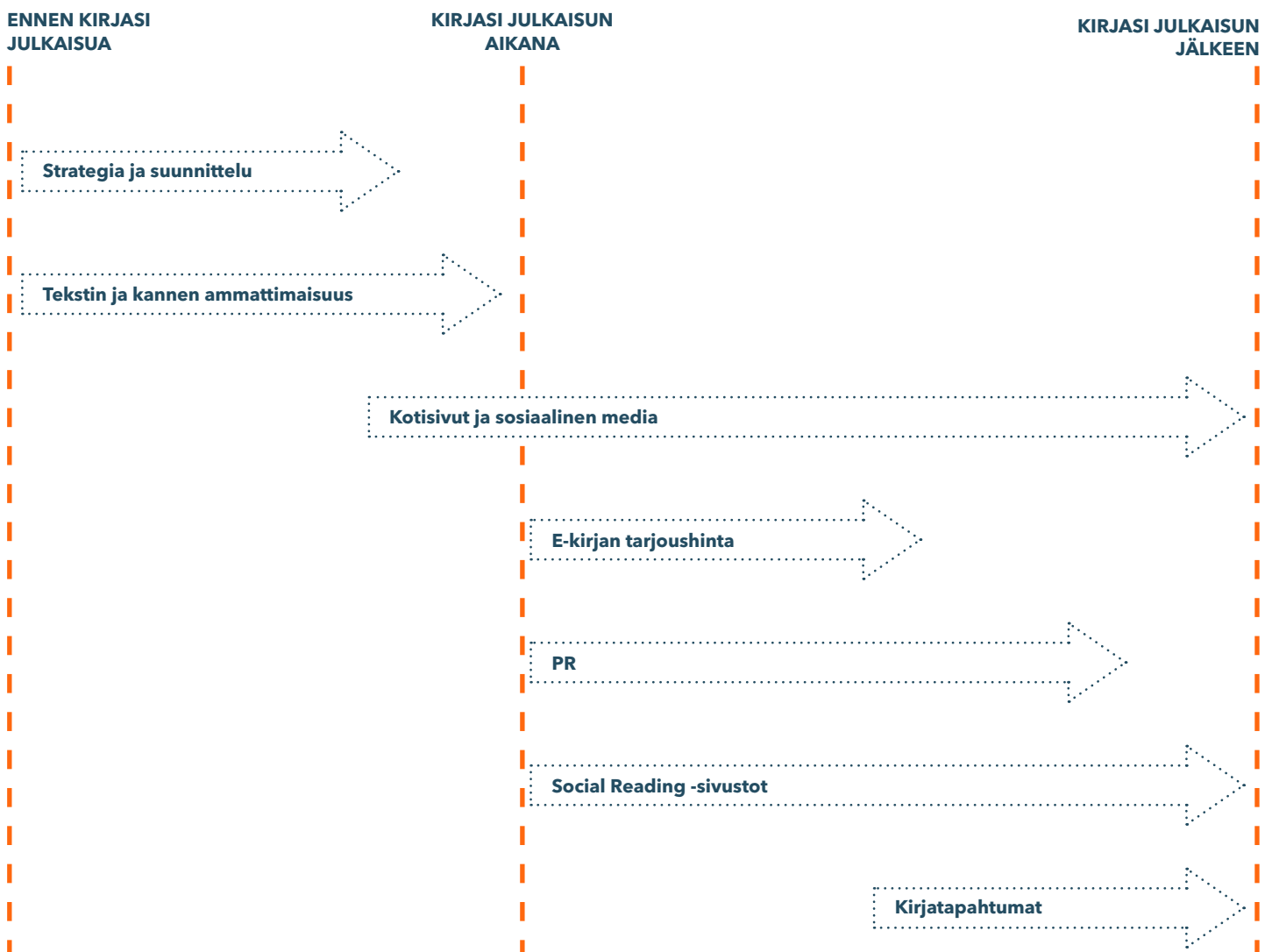
- Ketkä ovat tapahtumasi yhteistyökumppaneita?
- Tapahtuman markkinointi hoidettu?
- Oletko harjoitellut kirjasi ääneenlukemista?
- Mahdolliset yleisökysymykset ja vastaukset niihin mietittynä?

BoD tarjoaa sinulle ja muille omakustantajille kirjailijapalveluita ja neuvoja markkinoinnin tueksi. Katso tarjoamamme palvelut kotisivuiltamme ja seuraa blogiamme

➤ www.bod.fi/fingerprint/fi/

9 MARKKINOINNIN AJOITTAMINEN

Kaikkia markkinointitoimenpiteitä ei kannata tietenkään tehdä samanaikaisesti. Seuraavasta kaaviosta selviää, kuinka kirjasi markkinoinnin eri osa-alueet kannattaa ajoittaa. Suunnitelmalla ja ajoittamalla markkinointikeinot etukäteen voit systemaattisesti edistää kirjasi menestystä.



Books on Demand GmbH
Mannerheimintie 12 B
00100 Helsinki

Yhteystiedot

Asiakaspalvelumme vastaa kaikkiin kysymyksiin kirjaprojektiisi liittyen.
Tavoitat meidät arkisin klo 9.30-17.00.

Puh. 09-2516 6349
info@bod.fi
www.bod.fi

 | **BoD Suomi**

 | **@bodsuomi**

 | **@bodsuomi**