

Zuständigkeitsbereich Marketing

Autor

- Social Web:
 - 1) Erstellen von Autorenhompage oder Blog
 - 2) Twitter
 - 3) Facebook Fanpage, alternativ persönliches Profil**ALLE KANÄLE MÜSSEN REGELMÄSSIG MIT INTERESSANTEM CONTENT BESPIELT WERDEN**
- Regional Marketing:
 - 1) Buchhändlern Buch vorstellen und um Lesung bitten
 - 2) Bibliotheken ansprechen und um Lesung bitten
 - 3) Zeitschriften herausuchen und an Verlag senden

Verlag

- Hilfe bei der Erstellung Homepage oder Blog
- Hilfe bei der Erstellung Fanpage Facebook
- Versenden von VÖ-Meldungen an Buchhandlungen
- Versenden der Verlagsvorschau an Buchhandlungen
- Abtelefonieren von Buchhandlungen, um Buch bekannt zu machen und um Lesung zu akquirieren
- Verfassen und Versenden von Pressemeldungen an Online und Offline Redaktionen
- Subskription und Bewerbung auf der Verlagshompage
- Gewinnspiele
- Organisation von Leserunden auf Buchcommunitys
- Bezahlwerbung auf Buch
- Planung und Durchführung von Online-Lesungen
- Preisaktionen mit E-Book
- Teilnahme an Wettbewerben (sofern der Titel in einen aktuellen Wettbewerb passt)
- Herstellung von Werbematerialien (nach Absprache) – Lesezeichen, Flyer oder Plakate
- Bereitstellung von Leseproben
- Bereitstellung von Rezensionsexemplaren
- Teilnahme Book Crossing

Hinweise zum Marketing

- Insbesondere relative unbekannte Autoren sollten in etwa dieselbe Zeit für das Autorenmarketing einplanen wie für das Schreiben selbst. Nach der Einreichung Ihres Manuskriptes sollten Sie sich um das Marketing kümmern, bevor Sie anfangen an Ihrem nächsten Buch zu schreiben.
- Sie sind für die Vermarktung des Buches in Richtung Leser selbst verantwortlich.
- Ihre Webpräsenz dient der Bekanntmachung des Titels.
- Sie sollten ein Buchmarketing Konzept entwerfen und nicht einfach drauf loslegen.

Hinweise zum Social Media Marketing

- Mit Hilfe von Social Media Marketing können Sie ihr Buch ins Gespräch bringen. Bücher, über die geredet wird, werden häufiger verkauft.
- Aggressive "Kauf-mein-Buch-jetzt!"-Werbung führt nicht zum Ziel!
- Storytelling: Sie brauchen intelligenten Content zum Buch. Am besten keine unmittelbaren, wohl aber assoziative Inhalte zum Buch.
- Bereits während Sie ihr Buch schreiben sollten Sie mit der Vermarktung dessen beginnen. Berichten Sie über den Schreibprozess.
- Sie sollten einen Plan darüber erstellen, welche Kanäle Sie mit welchem Inhalt bespielen.
- Kommunizieren Sie permanent mit Ihren Lesern, damit Ihre Bücher langfristig im Gespräch bleiben.

Quelle:

Kaminski, Andreas: Die bittere Wahrheit über Buchmarketing. URL: <http://kaminski-media.jimdo.com/f%C3%BCr-autoren/wahrheit-%C3%BCber-buchmarketing-ii/> [13.8.2013].

© Esther Schmitt