

Consejos de marketing para autores que se autoeditan

1. cree una página de inicio de autor, si aún no la tiene. Hay muchos sistemas modulares gratuitos en los que puede actualizar para los profesionales más adelante.
2. crear una bibliografía con sus obras. Vincular las obras a las tiendas pertinentes. Si publicas en Tredition, establece el enlace a la tienda de Tredition, no a Amazon! Los intermediarios también quieren su parte, por lo que su margen sobre las ventas directas del editor es mayor. También se paga más rápido allí. Especialmente al principio no hay nada que regalar.
 3. ¿para quién escribes? Defina su grupo objetivo.
 4. ser auténtico. ¡No te agaches para complacer!
 5. estar al alcance de su base de fans. Las redes sociales ayudan.
6. Informar sobre sus proyectos ya durante el desarrollo, involucrar a sus fans. Proporcione extractos y obtenga retroalimentación. Gracias por ello y úsalo. La interacción es la clave del éxito.
7. vincula tus proyectos en tus canales de medios sociales y en tu correo electrónico.
8. Coordínense! Echa un vistazo a los podcasts de los oradores y entrenadores: Christian Bischoff invita a Laura Seiler, la invitada de Tobi Beck, Tobi Beck empuja a Yvonne Schönau, Klara Fuchs habla con Marilena Berends, y muchas de ellas se encuentran en Gedankentanken, del Dr. Stefan Frädrieh. Siempre empujándose amablemente, no cuesta nada y aumenta la conciencia. Simple e ingenioso.
9. Obtenga retroalimentación de personas conocidas y publique estos testimonios en su sitio web (¡pida permiso!).
 10. ¡usar citas de prensa!
11. Pida a los bloggers que le hagan comentarios y proporcione muestras gratuitas.
12. Publica tu libro en tres formatos: Ebook, rústica y tapa dura.
13. Utilice una cubierta individual, revisión y corrección de pruebas. Sólo puedes prescindir de esto si publicas el libro de forma gratuita. Si el libro es una herramienta de marketing que usted

distribuye gratuitamente para respaldar su experiencia, entonces todavía tiene que incluir al menos una edición y una corrección de pruebas. La calidad tiene su precio, hay mucha basura en la red.

14. Incluir ventiladores en la elección de la cubierta.

15. bloguear y/o ejecutar un podcast. También puede dar lecturas allí. Deberías alimentar un podcast cada semana. Usted debe crear una historia corta en el tiempo.

16. Preste atención a una descripción individual y auténtica del libro.

17. Use palabras clave buenas y relevantes en el título, subtítulo y descripción del libro.

18. Por favor, califique el libro.

19. Poner en la Tienda una muestra de lectura a disposición. En el caso de los libros de no ficción, también se incluye el índice de contenidos.

20. Haga una lista de sus otros libros al final del libro. Mantenga las listas actualizadas.

21 Youtube no sólo se puede utilizar para los vídeos con usted. Usted puede también fijar muestras de libros audio o de un acoplado del libro allí.

22. la calidad se refleja en el precio. ¡No te vendas a ti mismo!

23. lecturas de eventos!

24. ¡Utilice tantas de estas medidas como sea posible!

25. vota las medidas con tu personalidad. ¿Es usted una persona orientada a las tareas o a las relaciones? ¿Eres más introvertido o extrovertido? Trabaje con sus fortalezas, puntos débiles que debe delegar o que rara vez debe usar.

26 Bajo ninguna circunstancia utilice una de estas medidas si no le conviene! El disparo será contraproducente. Si odias las fotos y las cámaras, no te sientes frente a una cámara para Youtube.

Entonces un podcast tendrá que servir. Si un boletín de noticias te abruma, déjalo ir.

Le deseo mucho éxito con su proyecto!



Matthias Rieger