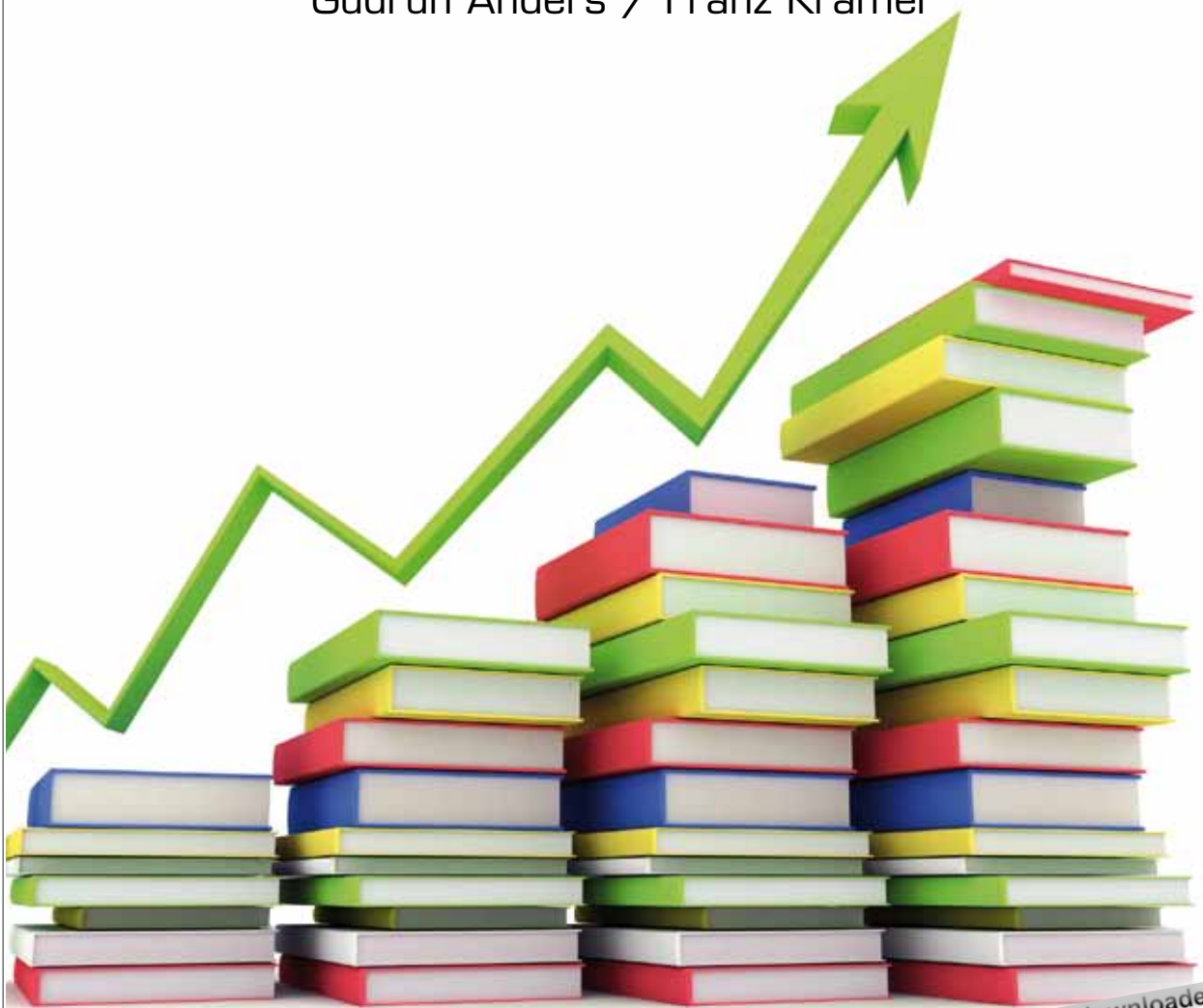


Auszug aus dem Buch

Erfolg als Autor

In 10 Schritten zum Ziel!

Gudrun Anders / Franz Krämer

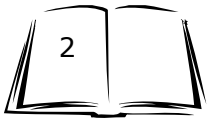




Erfolg als Autor

In 10 Schritten zum Ziel!

Dortmund-Verlag.de



Erfolg als Autor

In 10 Schritten zum Ziel!

Gudrun Anders / Franz Krämer

Impressum



Copyright © Januar 2012 by Dortmund-Verlag.de | Franz Krämer

Hohe Str. 16, 44139 Dortmund

Autoren: Gudrun Anders, Franz Krämer

Layout, Gestaltung und Satz: Dortmund-Werbung.de | Franz Krämer

Druck: Dortmund-Verlag.de | Franz Krämer, Hohe Str. 16, 44139 Dortmund

www.dortmund-verlag.de

1. Auflage Januar 2012

Alle Rechte der Verbreitung durch Schriften, Fernsehen, Funk, Film, Video, foto- und computertechnische sowie künftige Medien sind vorbehalten. Bei Zuwiderhandlung und missbräuchlicher Verwendung kann Schadensersatz gefordert werden.

Kein Teil dieses Buches darf in irgendwelcher Form (Druck, Fotokopie oder irgendeinem anderen Verfahren) ohne schriftliche und ausdrückliche Genehmigung des Verlages oder unter Verwendung elektronischer Systeme oder Medien verarbeitet, gespeichert, vervielfältigt oder verbreitet werden, auch bei auszugsweiser Verwertung.

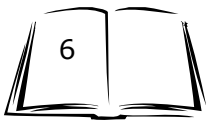
Alle im Buch erwähnten Markennamen sind natürlich ausschließlicher Besitz der Markeninhaber, auch ohne dass dies ausdrücklich erwähnt wurde.

Bestell-Nr. 601 Ratgeber-Line bei www.Dortmund-Verlag.de

ISBN 978-3-943262-11-7



978-3-943262-11-7



B	Das ist Ihr Beitrag als Autor.....	143
8.20	Der 12-Punkte-Plan für erfolgreiche Autoren	143
8.21	Auslage in den eigenen Räumen und Auffinden von Kooperationspartnern für Promotion und Verkauf.....	144
8.22	Verkauf und Empfehlung an eigene Kunden / Interessenten	145
8.23	Regionale Buchhändler kontaktieren.....	145
8.24	Messen und Ausstellungen.....	146
8.25	Kontakt zu regionalen Zeitungen und Sonderpublikationen wie Anzeigenblättern usw.	147
8.26	Vereinbarung von Interview- und Präsentationsterminen in Ihrem Umfeld.....	148
8.27	Lesungen und Lesereise	148
8.28	Artikel in Fachzeitschriften.....	149
8.29	Sonstige günstige Promotionsartikel	149
8.30	Social Media und Internet-Marketing, Teilnahme an Foren & Blogs	150
8.31	Werbeflyer und Mailings	150
8.32	Rezensionen / Buchbesprechungen.....	151
8.33	Rundfunk	151
8.34	Teilnahme an Messen und Ausstellungen	152
8.35	Teilnahme an Autorenwettbewerben	152
8.36	Sonstige Promotion-Aktivitäten	152
	Hier gibt es noch Platz für weitere Werbe-Ideen, wie Sie Ihr Buch verkaufen können!	153
8.37	Fazit.....	153

B Das ist Ihr Beitrag als Autor

8.20 Der 12-Punkte-Plan für erfolgreiche Autoren

Gudrun Anders schreibt:

Sie sind frischgebackener Autor und halten Ihr erstes Buch in Händen ... Was ist jetzt wichtig?

1. Stellen Sie Ihr Licht nicht unter den Scheffel – Sie sind jetzt **BUCHAUTOR!**
2. Gewöhnen Sie sich an den Gedanken, sich und Ihr Buch, wo immer es geht, zu repräsentieren und bekannt zu machen. Unterrichten Sie (alle) Menschen, die Sie kennen, davon, dass Sie Autor geworden sind!
3. Verteilen Sie in Geschäften Werbepostkarten, Leseseiten und Visitenkarten mit Ihrem Buchaufdruck!
4. Achten Sie auch im Freundes- und Bekanntenkreis darauf, Ihr Buch nicht nur zu verschenken. Sie sollten es verkaufen!
5. Nutzen Sie **jede!!!** sich bietende Gelegenheiten, Ihr Buch vorzustellen! Bei einem Kinderbuch könnte das z.B. eine Lesung in einem Kindergarten oder einer Schule sein.
6. Lassen Sie sich in Autorenlisten im Internet eintragen!
7. Stellen Sie sich in der Öffentlichkeit vor! Eine eigene Internetadresse oder Website kann Wunder wirken und gehört heute fast zum guten Ton.
8. Überlegen Sie in Ruhe, wer aus Ihrem Bekanntenkreis Ihnen bei der Vermarktung Ihres Buches zur Seite stehen könnte. Begeisterte Leser sind ein großes Verkaufspotential! Empfehlungsmarketing ist noch immer die beste Verkaufsförderung!
9. Trauen Sie sich, über Ihr Thema zu sprechen, z.B. während einer Sendung im örtlichen Radio!



10. Seien Sie insgesamt eher offensiv – Sie wissen, dass Sie ein Buch herausgebracht haben, Ihre Mitmenschen und potentiellen Leser noch nicht!
11. Vergessen Sie nicht: Werbung muss nicht teuer sein! Mund-zu-Mund-Propaganda ist nach wie vor die effektivste Werbung, die es gibt.
12. Ihr Buch ist wie Ihr Kind! Also bringen Sie ihm das Laufen bei und verlieren Sie nicht den Spaß an der Sache!

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg!

8.21 Auslage in den eigenen Räumen und Auffinden von Kooperationspartnern für Promotion und Verkauf

Weinkaufclub.de Beste Weine für Sie! Zum Beispiel: dortmund-verlag.de Empfehlungen

Bodegas LAN Rioja, Spanien

Bodegas LAN erzielte 2004 bereits bei spanischen Weinführern den Platz Nr. 1 unter allen Rioja-Kellereien. In Deutschland noch sehr selten.

Also: zugreifen!

2003 Rioja Gran Reserva 2005 Culmen 2005 Rioja Reserva 2007 Edition Limitada

„Hast Du Kummer mit die Deinen ...“ Lassen Sie es bei Mietern erst gar nicht dazu kommen.

„Empfehlen Sie uns weiter ...“ So sieht erfolgreiches Marketing heute aus.

„Nicht erst an Muttertag ...“ Mutmacher für jeden Tag.

„Wohlfühlen im Haus, im Unternehmen ...“ Es ist ganz einfach, aber wissen muss man's.

Nicht umsonst haben wir im Teil A des 8. Schrittes so viele Promotion-Materialien vorgestellt. Jetzt ist Ihre Stunde da, um sowohl mit Probeexemplaren Ihres Buches als auch mit dem

Hier ist jede Zurückhaltung falsch!

Werbematerial jeden erdenklichen Kontakt zu nutzen und darauf anzusprechen, Buch oder Material auszulegen, damit Ihr Buch schnell im Bekanntheitsgrad steigt.

Seien Sie dabei ruhig hemmungslos. Jetzt ist überhaupt keine Zeit für falsche Bescheidenheit, denn es geht darum, Ihr Buch bestmöglich zu bewerben und zu verkaufen.

Sie sind Autor! Das hebt nicht nur IHR Image!

Sie erweisen damit natürlich auch denjenigen, die dann mitwirken, „einen Gefallen“, denn sie haben schließlich jetzt einen Autor unter Ihren Bekannten, Freunden oder Kunden. Das hebt nicht nur IHR Image!



8.22 Verkauf und Empfehlung an eigene Kunden / Interessenten

Richtigerweise nutzen zunehmend Berater, aber auch normale Dienstleister und Lieferanten die Ratgeber als intelligentes Marketing-Instrument.

Angefangen ...

vom Masseur, der seine Therapie beschreibt, um langjährigen Schmerzpatienten neue Möglichkeiten der Behebung und Verhütung zu zeigen und damit seinen Expertenstatus weit mehr unterstützt als jeder noch so gute Werbeprospekt dies könnte.

... bis hin zum

Unternehmensberater, die mit ganz unterschiedlichen Beratungsschwerpunkten zunehmend die Wirkung von Ratgebern nutzen, um Kunden zu gewinnen und zu begeistern.

So werden Marketing-Bemühungen optimiert. Ob Sie nun einen von Ihnen geschriebenen Ratgeber verkaufen oder kostengünstig abgeben, hängt immer von Ihrer individuellen Situation ab.

Vielfach wird dieser Ratgeber auch dazu verwendet, um das in Seminaren besprochene Thema weiter zu vertiefen.

Unbeachtet von Ihrer Konkurrenz sind Sie so zum „Lieferanten und Dienstleister allererster Wahl“ für Ihre potentiellen Kunden geworden, denn damit, dass jemand Ihre Texte liest, ist er schon halb überzeugt, dass Sie genau der Richtige/die Richtige für diese Problemlösung sind! Garantiert!

Ihr Ratgeber:

Ein Marketing-Instrument „par excellence“

Ratgeber-Autoren sind Experten und daher erste Wahl, wenn es um Aufträge geht

8.23 Regionale Buchhändler kontaktieren

Wollen Sie im örtlichen und regionalen Buchhandel stärker vertreten sein?

Dann lassen Sie sich vom Dortmund-Verlag.de eine Liste der Buchhändler in Ihrer Region geben.

Werden Sie dort persönlich vorstellig oder rufen Sie dort an und sprechen Sie über Ihr Buch.

Buchhändler sind froh und dankbar über den regionalen Bezug zu Autoren, denn das hilft ihnen, die Verbindung zum örtlichen Kunden stärker zu festigen.

Selbst zu den regionalen Buchhändlern hingehen!

Es ist eine win-win-Situation für Sie und den Händler

Die Mayersche Buchhandlung z.B. legt in ihren Filialen außerordentlichen Wert auf die Regionalität. Das sollten Sie ausnutzen!

Nicht nur der Buchhändler ist stolz darauf, Ihr Werk als das eines Autors aus der Region zu präsentieren und zu verkaufen. Auch die Kunden kaufen gern etwas von Leuten, die quasi ihre Nachbarn sind. So färbt ein wenig von der „Berühmtheit des Autors“ auf den Buchhändler und Käufer ab.

Lächeln Sie nicht – es ist so! Nutzen sie es!!!

8.24 Messen und Ausstellungen

Einige Autoren gehen regelmäßig zu Messen und legen dort die Bücher aus.

Erstens ist dies eine sehr gute Gelegenheit, diese Bücher und Ratgeber zu verkaufen. Zum anderen heben Sie sich dadurch sehr positiv von den Standnachbarn und Konkurrenten ab, die über das Thema nicht geschrieben haben.



Überlegen Sie selbst:

Sie sind auf einer Messe für Wellness. Dort sehen Sie zwei ähnliche Stände. Der Inhaber eines Standes hat neben seinen Heilsteinen auch noch ein von ihm verfasstes, schönes und aufmerksamkeitsstarkes Buch über die Wirkung der Heilsteine, der andere hat Steine – und sonst nix.

Wo würden Sie kaufen?

Und was meinen sie, wer am Ende der Veranstaltung ca. 50 bis 70 % mehr in der Kasse hat?

8.25 Kontakt zu regionalen Zeitungen, Anzeigenblättern usw.

Nehmen Sie die Liste der Zeitungen und Publikationen aus Ihrer Nähe, die wir Ihnen gern zur Verfügung stellen und vereinbaren Sie mit den entsprechenden Redakteuren einen Vorstellungstermin für Ihr Buch.

Reden Sie darüber, wie Sie dazu kamen, dieses Buch zu schreiben, nehmen Sie ein Musterexemplar Ihres Buches mit sowie unseren Presstext und bieten Sie an, Titelbilder und Autorenbild zur Verfügung zu stellen (meist will man nur das Titelbild, weil man gern ein Bild von Ihnen in der Redaktion macht, wo Sie gerade mal lächelnd Ihr Buch in die Kamera halten). Zeitungen brauchen Material, um es zu veröffentlichen. Sie bieten eine willkommene Alternative zum 187sten Hamster-Dressierclub oder Feuerwehrfest.

Aachener Nachrichten
 Nachrichten-Serie
 Samstag, 17. März 2001 - 57. Jahrgang - Nr. 65

Gudrun Anders hat durch die Meerestiere neuen Lebensmut bekommen
Die mit dem Delfin schwimmt

Von Nachrichten-Mitarbeiterin
 Juliane Kieser

Aachen. Gudrun Anders ist „Die mit dem Delfin schwimmt“. Delfine schicken ihr etwas Licht ins Leben, falls es einmal dunkel wird.

Als Mädchen fand Gudrun „Pimper“ toll, sie schaute sich jede Folge an. Ihr Traum, einmal selbst mit so einem Tier zu schwimmen, verblasste aber im Laufe ihres Erwachsenenlebens. Ein Leben, das jahrelang, wechselhaft war mit mehr Tiefen als Höhen. Beruflich durchlebte Gudrun Anders einen Prozess des Suchens. Die gelernte Außenhandelskauffrau erwarb die Fachhochschulreife, sammelte viele berufliche Erfahrungen und machte sich selbstständig mit einer Versicherungsagentur.

Krisen und Krankheiten schüttelten sie. Sie hatte Allergien und Rückenschmerzen, machte erste Erkrankungen durch, dachte ans

Menschen in Aachen

kommen ganz nah ans Ausflugschiff und toben im Wasser herum. Die Lebendigkeit und Leichtigkeit der Delfine begeistern die junge Frau und sie denkt: „Mein eigenes Leben ist doch das Gegenteil davon. Und herzhaftes Lachen hatte ich, so schien es, irgendwo auf der Strecke verges-

Praxis für Entspannungstherapie. Sie heiratet, zieht mit ihrem Mann nach Aachen. Ein Poster mit springenden Delfinen hängt in der Wohnung, eine Erinnerung daran, dass das Leben leicht sein könnte. Dann hört Gudrun von Ollin, einem zutraulichen Delfinweibchen an der Sinai-Küste. Sie fährt hin. Ollin lebt im Roten Meer und pflegt regen Kontakt mit ihren Freunden, den Beduinen in einem Dorf am „Dolphin-Beach“. Ollin kommt auf Pfeifen, spielt und schwimmt mit den Menschen, lässt sich streicheln.

Gudrun Anders weiß: Ein Delfin ist kein Haustier, sondern er lebt in der Wildnis. Für sie ist Ollin kein Kuscheltier, sondern ein Teil der Natur. Ein Symbol des Daseins in seinem reinen Wortsinn und ein Bindeglied zum Lebenselement Wasser.

„Die Delfine aber schienen immer zu lachen, sich grundlos über das Leben als

Gudrun Anders: Ein Delfin vor der Küste des Sinai hat ihr geholfen, zu sich selbst zu finden.
 Foto: Heika Lachmann



Auch hier zählt: Sowohl Redaktionen als auch Leser wollen ganz gezielt Informationen aus der Region. „Small is beautiful“ und Sch...-Nachrichten aus der großen, weiten Welt, wo dann schon wieder Strauss-Kahn irgendeinen Blödsinn gemacht hat oder der nächste Rettungsschirm des Euros gerade den Bach runter geht – keiner will es wirklich wissen. Aber dass es eine nette Autorin/einen Autor in der unmittelbaren Umgebung gibt, der ein interessantes Buch oder einen tollen Ratgeber geschrieben hat ...

Das ist prima. Das kann man beim Brötchenholen seiner Nachbarin erzählen und beim Stammtisch sind das Neuigkeiten pur, denn der Autor, die Autorin, die wohnt nur „einen Steinwurf entfernt“.

**Lachen Sie nicht!
 So ist es und so funktioniert es!
 Bestimmt!**

Ihr „local hero“-
 Status – nutzen
 Sie ihn!!!



8.26 Vereinbarung von Interview- und Präsentationsterminen in Ihrem Umfeld

Kontakte ...
bis zum
Abwinken

So klappt es
auch mit Ihrem
Verkauf!

Über 100
erfolgreiche
Präsentationen
sind durchaus
möglich

Eine unserer Autorinnen hat es wirklich bis zum Gehtnichtmehr gemacht. Sie setzte sich zusammen mit ihrem Ehemann und einer guten Freundin eines Abends bei Tee und Rotwein hin und machte eine gaaaaanz lange Liste von Leuten, die sie kannte oder im Rahmen ihres Buchprojekts kennen lernen wollte.

Also nicht nur aktuelle Kontakte, sondern auch einen „Wunschzettel“ von Kontakten, die für das Bekanntwerden Ihres ersten Buches sinnvoll und nützlich sein könnte.

Sie hat knallhart im Laufe von vier Wochen die gesamte Liste abgearbeitet und wirklich alle Leute kontaktiert. Es waren nachher weit über 100 Kontakte, denen sie über ihr Buch erzählte, mit denen sie Gesprächstermine vereinbarte, gemeinsame Auftritte bei Messen, Vorstellungen innerhalb von Ausstellungen usw. plante. Selbst Präsentationen zum Auftakt von Modeschauen waren dabei.

Sie ließ wirklich keinen Stein auf dem anderen. Das können Sie auch – also: Fangen Sie an!

8.27 Lesungen und Lesereise

Jetzt werden
Lesungen und
Lesereisen vor-
bereitet

Terminkalender
freimachen für
Ihre Lesungen!

Klappern gehört
zum Handwerk!

Dieselbe Autorin hat, nachdem sie den ersten Schritt innerhalb von vier Wochen abgearbeitet hatte – ja, es war wirklich Arbeit – die nächste Attacke vorbereitet und durchgeführt.

Sie schrieb alle Freunde, Bekannte und sonstigen Kontakte in der Bundesrepublik an und bat darum, man möge doch im Kreis der dortigen Bekannten und Kontakte einmal einen Abend organisieren. Sie würde zu diesem Termin vor Ort sein und ihr Buch vorstellen. Für den Gastgeber, die Gastgeberin wurde immer ein kleines Geschenk (Sie werden's schon ahnen – natürlich ein Buch der Autorin!!!) mitgebracht und bei der Veranstaltung übergeben.

Klar, dass dann auch immer einige gleich das Buch vor Ort haben wollten.

Ich habe sehr viel Hochachtung vor dieser Autorin, die mit der Standhaftigkeit einer Tupperware-Verkäuferin ihr Buch so überaus erfolgreich an den Mann und die Frau gebracht hat.

Das können Sie auch! Gehen Sie jetzt zu Ihrem Kalender, streichen Sie zwei Wochen als Termine an, in denen Sie Ihr Buch promoten. Danach setzen Sie sich an Ihren PC und schon können Ihre Mails mit dem Terminvorschlag für IHRE EIGENE LESEREISE rausgehen!

Jetzt sind SIE dran ...
JETZT !!!!!

8.28 Artikel in Fachzeitschriften

Eine Autorin hat es geschafft, dass über ihr Buch in – dem Genre entsprechenden – Magazinen geschrieben wurde (Mail v. 18.5.2011 - Ausgabe des Magazins club! – Auflage 10.000, herausgegeben vom Business Club Hamburg).

Überall ist Ihre Promotion möglich!



5 TIPPS FÜR ERFOLGREICHES EMPFEHLUNGSMARKETING



„Empfehlungsmarketing dient der Mitarbeiter- und Unternehmensführung genauso wie der Vermarktung von Waren und Dienstleistungen“, sagt Ekaterina Arlt, Geschäftsführerin von Arltmarketing und Autorin des Ratgebers „Empfehlungsmarketing“ (Dortmund-Verlag, 14,80 Euro). Sie gibt fünf Tipps für erfolgreiches Empfehlungsmarketing:

1. Wer empfohlen werden möchte, sollte zuerst selbst empfehlen: Tun Sie etwas Gutes, bevor Sie selbst nach einer Empfehlung fragen.
2. Bauen Sie eine Empfehlungsmarketing-Strategie auf, die Ziele und Zielgruppen genau definiert.
3. Belohnen Sie jede Bereitschaft für eine Empfehlung, auch bei Ihren Mitarbeitern, mit einer netten Geste. Prämien oder Geldgeschenke sind aber ungeeignet.
4. Fragen Sie immer die Erwartungen Ihrer Kunden ab. Wer diese kennt, kann sie auch sehr leicht übertreffen.
5. Fragen Sie nun aktiv nach Empfehlungen. Wichtig dabei ist es zu sagen, wohin Sie empfohlen werden möchten.

8.29 Sonstige günstige Promotionsartikel

Ach, Sie haben keine 25 Mio. Euro, um eine Werbekampagne auf allen Fernsehkanälen, Internet und Zeitschriften zu finanzieren?

Nicht schlimm! Nehmen Sie die Werbemittel, die Sie haben (angefangen vom Lesezeichen bis hin zu Flyern, Werbekarten), und verteilen Sie diese ständig und exzessiv. So entsteht eine bestmögliche Marktdurchdringung!

Zuhause in der Schublade nützen Ihnen Ihre Werbemittel nichts. **Raus damit! Immer & immer wieder verteilen – das ist IHR AUFTRAG! Jeden Tag aufs Neue!**

Auch ohne Riesenetat können Sie überdurchschnittlich erfolgreich sein

Aber machen müssen Sie es schon!

8.30 Social Media und Internet-Marketing, Teilnahme an Foren & Blogs



Google



YouTube



LinkedIn



Google Talk



Facebook



Twitter



Skype



Yahoo Buzz



ICQ



Drupal



Word
press



Bing



Blogger



Xing

Facebook & Co, Blogs und Foren. Sammeln Sie rechtzeitig alle diese Kontakt-Kanäle, um über Ihr Buch zu berichten.

Der Social-Media-Experte Reto Stuber hat vor kurzem alle seine Kontakte angeschrieben und gebeten, sie mögen einmal auf Amazon eine Rezension über sein neues Buch schreiben. Als Preis hatte er drei seiner neuesten Bücher ausgelobt.

Warum machen Sie das nicht auch? Es gibt keinen Grund, das nicht auch zu machen!

... und ich gebe gerne zu, ich bin **nicht so hochnäsig, von einem der Gurus für Social Media nicht einmal etwas zu lernen.**

8.31 Werbeflyer und Mailings

Wo werben?
Überall !!!

Wann werben?
Immer !!!

Das bedeutet
nicht ...

ganz viel Geld für
Werbung ausgeben,

... aber hohen
eigenen Einsatz!

Jetzt ist wirklich nicht die Zeit, unnötig zurückhaltend und scheu zu sein! Fragen Sie überall (!!!), ob Sie Ihre Flyer für Ihr neues Buch auslegen können, angefangen von der Tankstelle über die Boutique, in der Sie immer kaufen (und auch die Nachbargeschäfte nicht vergessen) bis hin zur Autowerkstatt und Reinigung, bei der Sie seit Jahr und Tag Ihre Sachen abgeben.

Auf freundliche Fragen reagiert man überwiegend positiv! Und was ist schlimm, wenn mal jemand sagt, er wolle das nicht? Er hat ja nicht gesagt, „Sie sind hässlich“, sondern es war nur einer von vielen, der aus dem einen oder anderen Grund das nicht so prickelnd fand. Das ist nicht schlimm. **Die überwiegende Anzahl der Leute, die Sie ansprechen, reagiert positiv!**

Einer unserer Autoren bat sogar alle seine Lieferanten, sowohl privat als auch geschäftlich, sie mögen einfach im Laufe der nächsten vier Wochen einmal ihren Briefen und Rechnungen einen Flyer über sein Buch beilegen. Da die übliche Rechnung



5 Gramm wiegt und der Umschlag noch mal 5 Gramm ausmacht, bleiben bei dem Mindestporto immer 10 Gramm Gewicht unausgenutzt. **Es kostet also keinen müden Euro mehr, da eben mal den Flyer über das neue Buch beizulegen.**

Zusätzliche
Werbemöglich-
keiten ohne
Extra-Kosten

8.32 Rezensionen / Buchbesprechungen

Ich will gern zugeben, dass ich vor Jahren, bei meinem ersten Buch, alle und jeden in meiner Umgebung genervt habe mit der Frage, wo er/sie überall Buchbesprechungen und -rezensionen gesehen habe.

Nerven Sie
ruhig!

Und dann auch noch die Bitte, mir das „mal eben“ als Beispiel mitzubringen.

Aber ... das erstaunliche Ergebnis: Ich hatte nach nur ganz wenigen Wochen absolut tolle Ideen, wo ich überall mein Buch vorstellen konnte. Angefangen von der damals noch existierenden Bäckerblume über die Apotheken Umschau bis hin zur Werbefachzeitschrift Horizont! und w&v(Werben&Verkaufen).

Finden Sie neue
Möglichkeiten!

In diesem und wahrscheinlich auch den nächsten zwei Leben wäre ich nie auf die Idee gekommen, wo es überall Möglichkeiten gab, auf mein Buch hinzuweisen!

8.33 Rundfunk

Es sind ja nicht die großen, landesweit ausstrahlenden Sender, die im ersten Schritt für IHR Buch von Interesse sind. Eher sind das die kleineren, lokalen Sender, die im Laufe der letzten Jahre entstanden sind.

Rundfunk,
JA! Nicht verges-
sen!!!

Setzen sie sich ans Telefon, fragen Sie, wer der zuständige Redakteur im Sender ist und machen Sie einen Gesprächstermin im Sender aus!

Der einfache
Griff zum Hörer
reicht

Material haben Sie genug! Es steht alles in der Pressemeldung und der Rest, den man wissen möchte, (wie Sie zum Schreiben gekommen sind, woher Ihre Affinität zum Thema des Buches kommt ...) das haben Sie ein für alle Male in einer stillen Stunde notiert und so lange verinnerlicht, dass es Ihnen locker über die Lippen kommt.

Sie haben genug
Material für eine
Dauer-Sendung

8.34 Teilnahme an Messen und Ausstellungen

Auf Messen treffen Sie viele potentielle Leser

Eine unserer Autorinnen, die ein „unendlich gutes und umfangreiches Netzwerk“ hat, ist fast jedes zweite Wochenende auf irgendeiner Messe, wo sie am Stand einer Bekannten so „mal ganz eben“ kostenlos Flyer für ihre Bücher auslegen und auch sonst dafür werben darf.

Das können Sie auch! Wer kommt dafür aus Ihrem Adressbuch infrage?

8.35 Teilnahme an Autorenwettbewerben



Seien Sie vorsichtig, wenn man Sie zu Autorenwettbewerben einlädt oder Sie darüber lesen. Sehr oft sind dies nur reine Werbe-Veranstaltungen, bei denen „Opfer“ für die teure Produktion von Bezahl-Inhalten gesucht werden.

Gute und seriöse Autorenwettbewerbe gibt es aber selbstverständlich auch.

Versuchen Sie, diese herauszufiltern. Und wenn es dann auch noch um mehr als ein Taschengeld als Preis geht, ... na dann ist es prima!

Lassen Sie keinen Stein auf dem anderen, wenn es darum geht, Ihr Buch zu promoten und zu verkaufen

8.36 Sonstige Promotion-Aktivitäten

Eine Autorin des Dortmund Verlages hat z.B. ihr Buch sogar bei Wikipedia untergebracht Unter Literatur: <http://de.wikipedia.org/wiki/Empfehlungsmarketing> finden Sie einen entsprechenden Eintrag.

Und was tun Sie???

Wie es begann ...

„Du, heute hab' ich wohl zum 300.000sten Mal die Frage beantwortet, wie sieht ein Manuskript aus. Das nervt, wirklich!“ Das war eine unserer Unterhaltungen nach einem stressigen Tag mit vielen Telefonaten mit Autoren.

Als Autor haben Sie Fragen! Dieses Buch bildet **die Essenz aus Hunderten von Gesprächen mit Autoren** und den berühmten „Tausend und einer Fragen“.



Gudrun Anders und Franz Krämer sind seit Jahren sowohl als Autoren als auch Verantwortliche in der Verlagswelt tätig.

In diesem Buch finden Sie wertvolle Tipps und Ratschläge, damit Ihr Buch erfolgreich in den Handel und zum Leser kommt.

Als neuer (oder noch nicht erfolgreicher) Autor haben Sie eine Lernkurve, bei der es viele Stolpersteine gibt. Um diese ein für allemal schnell und effektiv aus dem Wege zu räumen, dazu dient dieses Buch.

Einer unserer Autoren meinte: „Wenn ich das Buch vorher gelesen hätte, wären mir 3 Jahre mühseliges Suchen und ergebnisloses Arbeiten erspart geblieben. Ich hätte SOFORT durchstarten können.“

Diesen Vorteil haben Sie nun!

Ihr Gewinn bei diesem Buch: Sie brauchen sich nicht mühsam jeder Frage selbst erarbeiten, auf die Sie erst im Laufe Ihrer Arbeit kommen. Sie haben Expertenwissen – von Anfang an und sparen so wertvolle Zeit und vor allem ... Sie ersparen sich Enttäuschungen und Frust. Eine der intelligenteren Investitionen in Ihrem Leben – das werden Sie schnell feststellen.

Haben Sie zusätzliche Fragen?

Schreiben Sie einfach eine E-Mail an autoren@dortmund-verlag.de. So erhalten Sie schnellstmöglich Ihre Antwort.

Möchten Sie weitere Informationen?

Schauen Sie einfach unter www.autoren.dortmund-verlag.de

ISBN 978-3-943262-11-7

Bildnachweis: ©mrgarry- fotolia.com



9 78-3-943262-11-7



dortmund-verlag.de