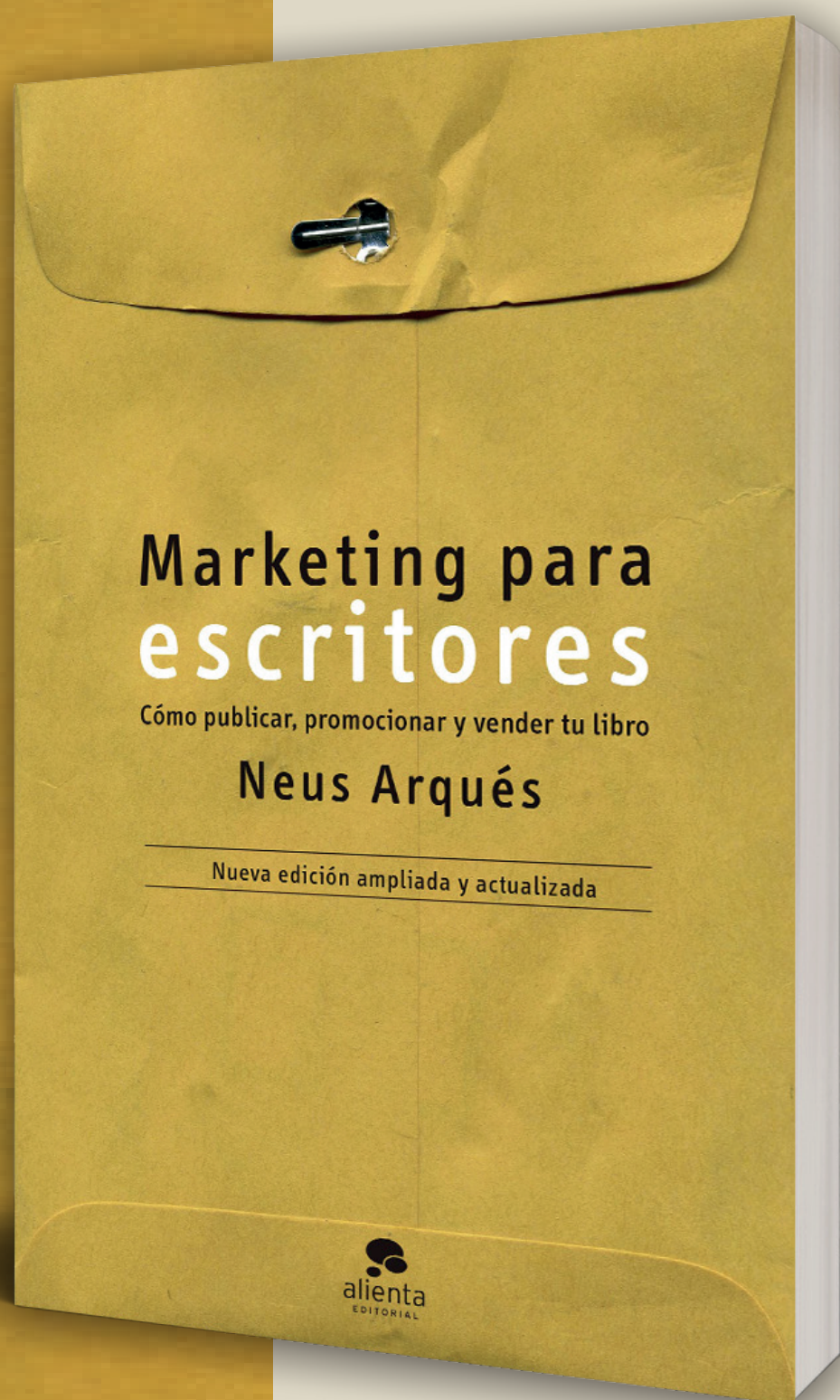




Marketing para escritores

Cómo publicar, promocionar y vender tu libro

NEUS ARQUÉS

Vivir de la escritura no es fácil. Y menos lo es vivir de los libros. El sector goza cada vez de mayor oferta y competitividad y publicar un libro es sólo el primer paso de una carrera de fondo.

En esta nueva y ampliada edición de Marketing para escritores encontrarás todas las claves para vender y promocionar tu obra con éxito. A través de infinidad de estrategias y ejemplos prácticos, Neus Arqués te ofrece la información y los trucos necesarios para que, sea cual sea tu temática y género literario, puedas abrirte paso en el competitivo mundo del mercado editorial y convertir tu libro en un bestseller.

De manera detallada, aprenderás a analizar y definir el proceso de lanzamiento de un libro, los pasos a tener en cuenta en su promoción, la cadena por la que debe pasar, cómo conseguir publicar con una editorial tradicional o bien cómo autopublicarse, las nuevas tendencias editoriales y las últimas herramientas en marketing online y redes sociales para darle visibilidad al libro y llegar al gran público.



NEUS ARQUÉS

Es escritora, conferenciante y analista especializada en *personal branding*. Está considerada la introductora de la marca personal en España. Ha publicado catorce títulos, como el manual de referencia *Y tú, ¿qué marca eres?* (Alienta, 2019), *Curso de escritura para mujeres muy ocupadas* (Alba, 2018) y *Aprender comunicación digital* (Paidós, 2006). También es autora de varias novelas, entre las que destaca *Todo tiene un precio* (Alienta, 2010) y guiones seriados. Es diplomada en Traducción e Interpretación y licenciada en Ciencias Políticas. Ha traducido al catalán a F. Scott Fitzgerald y es máster en Estudios Internacionales por la John Hopkins University (EE.UU.). Actualmente se dedica por completo a la escritura y a la docencia.



www.alientaeditorial.com

DATOS TECNICOS

10276244
978-84-1344-101-6
13,5 x 21,3 / 280 pp.
Rústica con solapas
PVP 16,30€ / 16,95€

Tu plan de publicación y promoción en 5 pasos

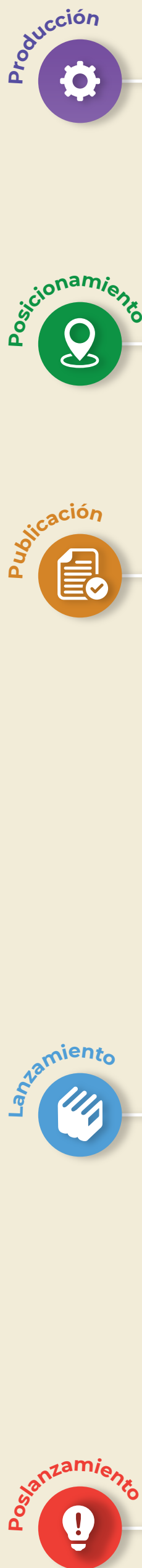
Marketing para escritores - Neus Arqués



Fase editorial

Qué puedes hacer EDICIÓN TRADICIONAL

Qué puedes hacer AUTOPUBLICACIÓN



Manuscrito:

- Investigar el mercado y las agencias literarias.
- Revisar el texto del manuscrito.
- Redactar propuesta editorial y carta.
- Cerrar contrato de representación con la agencia (si la hay).
- Cerrar contrato de edición con la editorial.
- Enviar el manuscrito.
- Revisar las galeradas.

Cubierta:

- Contribuir (si es posible) al desarrollo de la portada.

PASO 01

Manuscrito:

- Revisar el texto del manuscrito.
- Formatear el texto.
- Introducir la nota pidiendo reseñas.
- Pasar el manuscrito a lectores cero.
- Pasar el manuscrito a corrección de texto.

Cubierta:

- Preparar *briefing* de diseño, incluyendo las especificaciones de la plataforma donde vayamos a publicar.

- Realizar una comparativa de títulos y autores similares.
- Estudiar cómo nos diferenciamos.
- Identificar a nuestro lector ideal (*target*).
- Preparar el documento de posicionamiento con: USP del libro + USP del autor + *target*.
- Compartir el documento con la editorial.

PASO 02

- Realizar una comparativa de títulos y autores similares.
- Estudiar cómo nos diferenciamos.
- Identificar a nuestro lector ideal (*target*).
- Preparar el documento de posicionamiento con: USP del libro + USP del autor + *target*.
- Seleccionar las categorías más competitivas para nuestro título.
- Seleccionar *keywords* competitivas.
- Fijar el precio.

- Redactar la biografía del autor.
- Entregar la fotografía del autor.
- Conocer a los integrantes de la editorial que participan en la producción y en la promoción.
- Conocer el calendario de trabajo y lanzamiento.
- Redactar el plan de marketing, con un calendario para cada acción.
- Averiguar qué acciones propone la editorial e incorporarlas al Plan.
- Compartir el plan de marketing con el/la editora y, si posible, con departamento de Marketing y/o con el responsable de Comunicación.
- Fijar el presupuesto propio para promoción.

PASO 03

- Decidir la estrategia de publicación (exclusividad vs. diferenciación).
- Establecer el calendario de publicación.
- Fijar el presupuesto para promoción.

Publicación en Amazon KDP:

- Crear página de autor en KDP.
- Redactar la descripción del libro teniendo en cuenta las *keywords* seleccionadas.

Publicación diversificada:

- Seleccionar un distribuidor digital (Smashwords, Draft2Digital).
- Decidir en qué plataformas se distribuye el libro.
- Crear página de autor en dichas plataformas.
- Redactar la descripción del libro teniendo en cuenta los *keywords*.
- Preparar el plan de marketing.
- Buscar alianzas promocionales.

Si optamos por publicar en Amazon en exclusiva:

- Dar el libro de alta en KDP Select.
- Calendarizar los Free Days o los Countdown Deals.

- Participar en las actividades promocionales acordadas con la editorial.
- Activar los contactos en medios de comunicación.
- Activar los contactos con influencers.

Potenciar la plataforma de autor:

- Crear la página de detalle de tu libro.
- Seguir las estadísticas.
- Campaña de *mailing*.
- Objetivo: reseñas.
- Crear recursos para facilitar compartir: imágenes: cubierta actual, citas.
- Campaña de anuncios en redes sociales.
- Invitar a los fans a compartir.
- Entrevistas, presentaciones y lecturas conjuntas.

PASO 04

- Activar los contactos en medios de comunicación.
- Activar los contactos con *influencers*.

Potenciar la plataforma de autor:

- Crear la página de detalle de tu libro.
- Seguir las estadísticas.
- Campaña de *mailing*.
- Objetivo: reseñas.
- Crear recursos para facilitar compartir: imágenes: cubierta actual, citas.
- Campaña de anuncios en redes sociales.
- Campaña de anuncios en Amazon.
- Invitar a los fans a compartir.
- Entrevistas, presentaciones y lecturas conjuntas.

- Evaluar la eficacia de las acciones desarrolladas.
- Plantear nuevas acciones que mantengan al libro «con vida». En este caso, la promoción correrá a cargo del autor, ya que la editorial no considerará nuestro libro como un lanzamiento.

PASO 05

- Evaluar la eficacia de las acciones desarrolladas.
- Plantear nuevas acciones que mantengan al libro «con vida».