

Prodej knihy

Knižní marketing

30. 11.

Co jste četli?

Vaše oblíbené nakladatelství.

A jeho marketingová strategie

Co se dneska dozvíte

- Co všechno je knižní marketing
- Jeho typy
- Co je klíčové u propagace knih
- Fáze propagace knihy
- Marketingový mix při nulovém budgetu

Na obzoru své vůle chci teď zprohýbat
tvůj pohled na krajinu
a v horách nastalých o malbu dechu dbát,
bys lehce šla v jich stínu.

Záření chůze tvé chci do skal zhasnouti,
by krok se v propast zasníl
a jako ztrátu tebe přijmouti,
jako bych všechno vlastnil.

Chci ruce rozsvítit, když únavou by snad
závěs tvých víček temněl
a jako nález tebe odevzdat,
jako by Bůh nic neměl.

Jak vnímáme reklamu?

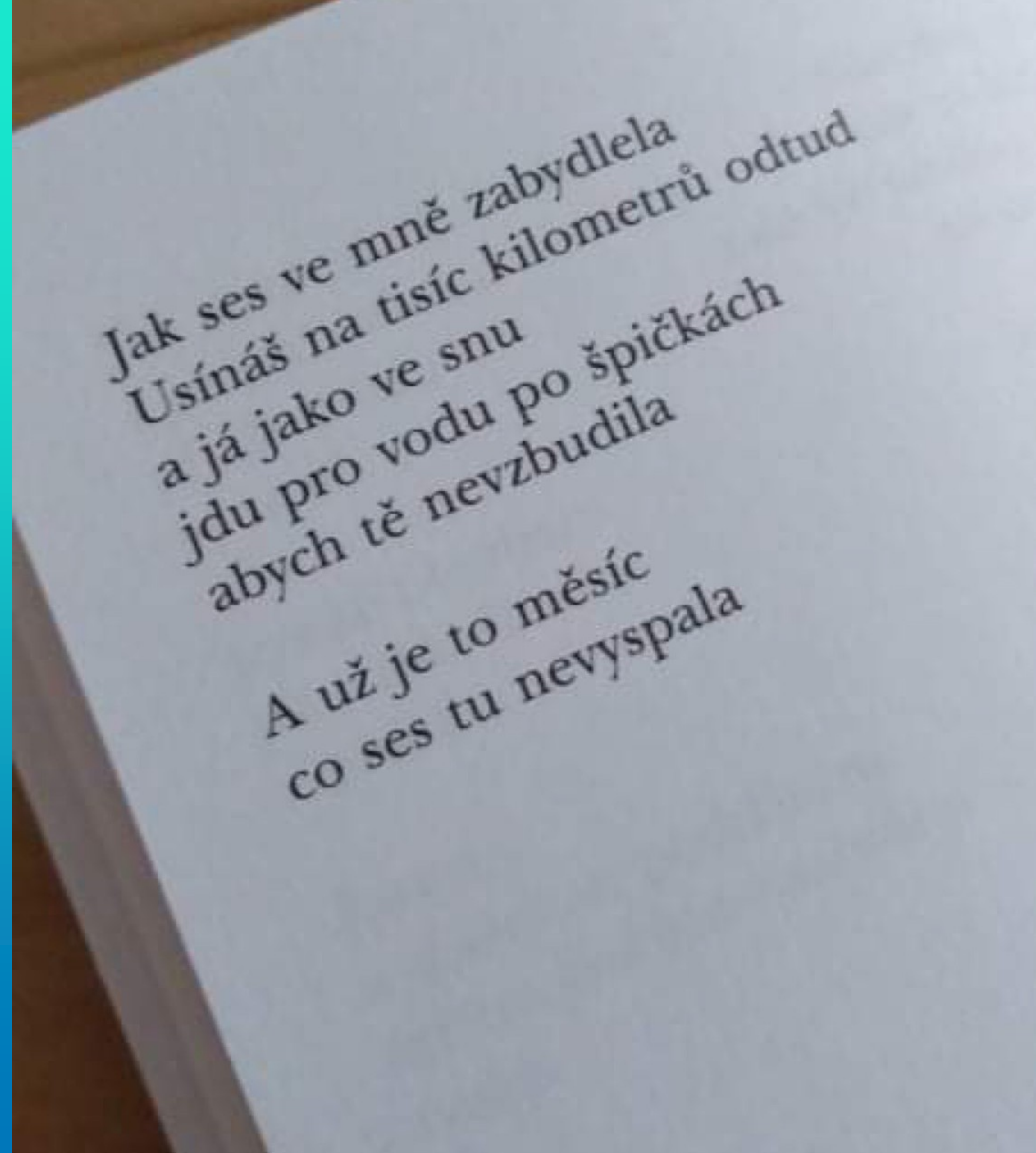
“Nesud’ knihu podle obalu. Nebo ano?”

Marketing a etika

Typy on-line marketingu

Co všechno tam můžeme schovat

- Sociální sítě
- Web
- Crowdfunding
- Newsletter
- Bannery na webu



Typy offline marketingu

Co patří sem?

- Printová reklama (záložka)
- Přebal
- Pozice v knihkupectví
- Veletrhy
- ... ?

Kombinace

Dvě mouchy jednou ranou

- Anotace
- Ocenění
- Recenze
- Označení bestseller



placená vs. neplacená
reklama

Co je klíčové u knih?

- Obsah knihy
- Vizual
- PR materiály
- Sociální sítě
- Kontakt se čtenářkami*ři
- Mediální ohlas
- Šeptanda

Co dělat, když nemám na bannery v šalině?

Sám se ten marketing ale neudělá.

Média

- Nezbytné kontakty na konkrétní novinářky a kritičky
- Je třeba vždycky marketingové sdělení upravit pro konkrétní médium
- Tištěná média vs. Online
- Lze bartrovat
- Proaktivnost je nezbytnost

Konstantin Biebl
ORIENT

Vždycky jsem záviděl kuchařkám
anýz, muškát, vanilku.

Miluji Vánoce,
ty mohamedánské svátky.

Večer na Štědrý den
rozdělí matka pomeranč
na dvanáct tureckých šavlí.

Každému z nás podá jednu.

Sociální sítě

Bookstagram a Facebook

- Vědět, na koho cílím a podle toho vybírat sociální síť
- Dobré pro budování brandu a komunity
- Bookstagram
 - Profily nakladatelství
 - Bookstagram jako fenomén
 - Influenceři

Newsletter is not dead

- Velmi podceňovaný nástroj
- Kontakty jsou dneska skutečně zlatý důl
- Velmi slušný zásah do cílovky
- Je ale nezbytné dělat ho pečlivě
- Velmi dobře se skrze něho buduje komunita

H o u p a ě k a

*Hou hou houpy hou
cela se houpá i s podlahou
ani to slunce už dneska mi nesvítlí
okénkem vidím houpat se mračna jak na niti
hou hou houpy hou*

*Zítř mě vytáhnou na houpačku
za tou zdí vysokou pankráckou
Na jedné straně věší se oběti
na druhé straně dva milenci jdou
a myslí na lásku na děti
Kdo myslí na sebe neprohloupí
hou hou hou houpy*

*Nechtěl bych plakat
vítr mi naposled rozcuchá vlasy
zahvízdá písničku mámivou
pohoupá mne v měkké náruči
hou hou houpy hou*

*Maminka houpá mě na kolenou
šeptá mi naivní říkanku k usínání
šťastný sen houpací koníček chrání
Nahoru dolů
Houpy hou*

Když oslovím svou cílovou,
mám mířit mimo ni?

A pokud ano, jak?

Život knihy

- Před vydáním
- Po vydání
- První půlrok
- 2 roky
- 5 let



Před vydáním

- Anotace
- Sociální sítě
- Informování v newsletteru
- Příprava mediálních podkladů (tisková zpráva)
- Ohlášení distributorům a knihkupcům
- Zveřejnění na webu
- Předprodej

Vydání

- Speciální newsletter
- Zveřejnění tiskové zprávy
- Zveřejnění na sociálních sítích
- Uvedení (křest)
- Rozeslání recenzních výtisků
- Média



První půlrok až rok

- Veletrhy
- Sociální sítě
- Snaha o udržení knihy v povědomí lidí
- Pokud je úspěšná, tak dotisk

Prodlouží propagace knize
život?

Marketingový mix

Elixír malé nakladatelky

- Jasný profil nakladatelství
- Jasný ediční záměr
- Intenzivní komunikace se čtenářkami*ři, a to všemi kanály
- Obličej nakladatelství
- Kreativita
- Špetka exhibicionismu
- Trpělivost a plánování
- Sbírání kontaktů na fanoušky i na odbornice a novinářky



Díky za pozornost. A čtěte.