

*Konczyysz pisać.
Co dalej?*

PORADNIK

dla autorów i wydawców



Spis treści

1.	Co stoi za ostatnią kropką?	3
	Droga numer 1. Współpraca z tradycyjnym wydawnictwem	3
	Droga numer 2. Self-publishing.	6
	Droga numer 3.	8
2.	Czemu autora zwykle boli głowa?	11
3.	Cena czy jakość, czyli czy warto obniżyć cenę do minimum	16
4.	Zakończenie	22



Kończysz pisać. Co dalej?

1. Co stoi za ostatnią kropką?

Stało się. Postawiłeś ostatnią kropkę, wzruszając się losem własnych bohaterów lub rozmyślając nad finalną puentą, która w drobny mak rozniesie dotychczasową wiedzę na poruszony przez Ciebie temat. Oglądasz rękopis z każdej strony, sprawdzasz, czy żaden z przecinków nie zbuntował się i nie stoi w niepotrzebnym miejscu, po czym... zastanawiasz się, co tak naprawdę należy teraz zrobić.

Problem z napisaniem książki, zdaniem wielu autorów, jest niczym w porównaniu z jej drukiem, wydaniem oraz późniejszą dystrybucją.

W większości przypadków Ty, jako autor, jesteś odurzony na samą myśl o zobaczeniu swojego nazwiska na pachnącej farbą drukarską, grubej książce.

Dlatego warto już za wczesnego uzbroić się w odpowiedni oręż i poznać elementy, które umożliwią Ci wydrukowanie i skuteczne wydanie swojej własnej książki.

Jak zatem zaważyć o swoje marzenia i jeszcze na tym zarobić?

Żeby przedstawić Ci możliwie najefektywniejsze drogi stojące przed Tobą jako autorem warto poznać wszystkie opcje.

Droga numer 1.

Współpraca z tradycyjnym wydawnictwem

Opcja ta wybierana jest niemal bezrefleksyjnie – z założenia kierujemy swoje kroki do autorytetów w danej branży, kogoś, „kto się zna”. Będąc pisarzem zwykle jesteśmy również i czytelnikiem – tkwimy w obrębie ulubionych książek, które inspirują naszą twórczość. Dlatego widząc doskonale oznaczoną logo popularnego wydawnictwa powieść lub poradnik utwalamy sobie pewne równanie.



Część z nas zakłada, że współpraca wydawnicza jest nierozzerwalnie związana z drukiem i dystrybucją książki – musimy podpisać wielostronicowy, obciążony masą obostrzeń kontrakt z wydawnictwem, który nam, jako autorom często wiąże ręce. Coraz więcej spośród nas stara się jednak tego uniknąć – i słusznie, gdyż dzieło jest Twoją własnością intelektualną, nad którą spędziłeś masę czasu. To oczywiste, że chcesz na nim zarobić.

Chcielibyśmy jednak uniknąć jednoznacznego potępiania wydawnictw, dlatego zerknijmy uczciwie na plusy i minusy współpracy w tradycyjnym modelu wydawania i dystrybucji książek:

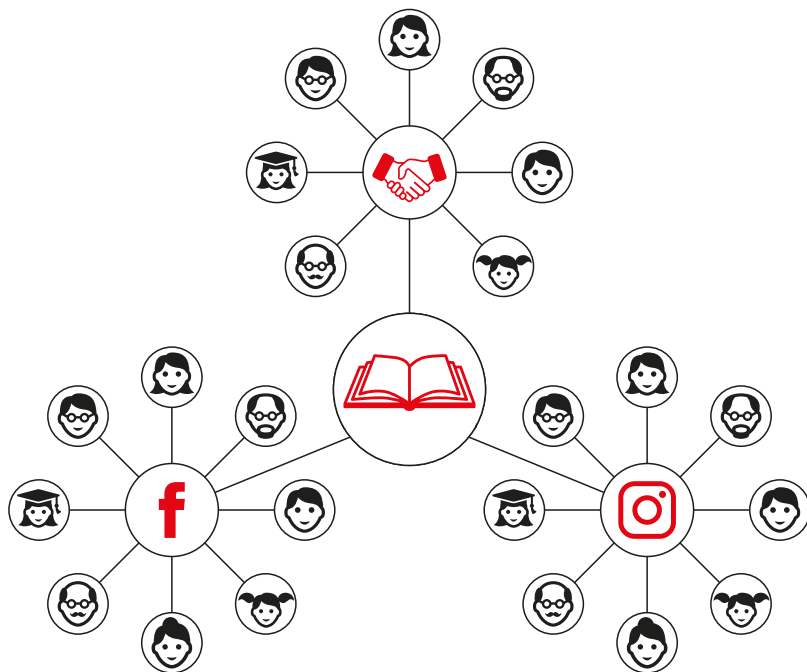
Plusy	Minusy
korzystanie z doświadczenia wydawnictwa	niski zarobek dla autora
odciążenie autora od rzeczy, które do tej pory były dla niego obce (skład, korekta, projekt okładki, projekt ilustracji, wybór komponentów do druku),	kontrakt – może być problematyczny do wypełnienia
skonkretyzowane procesy dystrybucyjne	zobowiązania

Sumując wady i zalety tradycyjnego procesu wydawniczego należy zauważyć jedno – zrzekając się autorskiej suwerenności, zyskujemy pomoc i działające know-how, dzięki którym sprzedaż może pójść całkiem dobrze. Oczywiście, pod warunkiem, że pogodzimy się ze znacznie niższym oraz (zwykle odłożonym w czasie) zarobkiem...

Nasza rada

Już na wstępie warto zadbać o potężną kartę przetargową w wypadku negocjacji. Wiadomo, że jako autor chcesz zarobić na swoim dziele. Z drugiej strony wydawca również chce zmaksymalizować zyski. Następuje tu potencjalny konflikt interesów. Dlatego należy zadbać o alternatywę – przyciśnięci do ściany zgadzamy się zwykle na więcej tylko po to, by ujrzeć w końcu swoją książkę w druku. Do negocjacji startujesz z zupełnie innego poziomu, jeśli Twoja społeczność jest już w jakimś stopniu zbudowana. Dlatego planując wydanie książki dobrze już za wczesnego rozpoczęcia budowę społeczności – możesz wykorzystać do tego powszechnie dostępne narzędzia takie jak Facebook lub Instagram (a najlepiej jedno i drugie).

Wydawnictwo zabiera całkiem pokaźny procent od ceny na okładce – musi opłacić koszty pracownicze, koszt druku, cały marketing oraz dystrybucję w księgarniach. **Pytanie, czy nas, jako autorów powinno to interesować oraz czy finalnie musimy się z tym pogodzić?**



Droga numer 2. Self-publishing.

Alternatywą dla współpracy z wydawnictwem jest self-publishing, który polega na tym, że autor sam (lub z pomocą sponsorów) pokrywa skład, druk i dystrybucję książek. **Self-publishing** jest coraz bardziej popularny – jeszcze jakiś czas temu korzystali z niego głównie celebryci i blogerzy, teraz skupia wokół siebie również tych autorów, którym nie do końca pasuje współpraca z wydawnictwem.

Korzyści związane z samodzielnym wydawaniem książek rozstawił bez wątpienia autor „*Finansowego ninja*” – Michał Szafranski, który skrupulatnie prowadził wyliczenia dotyczące kosztów i przychodów związanych z drukiem swoich publikacji.

Self-publishing jest okazją do lepszego (zwłaszcza w wypadku debiutantów, którzy nie mają zbyt wielu argumentów w wypadku negocjacji stawki z wydawcą) zarobku, który sfinansuje nie tylko koszty druku i marketingu, ale i pozwoli na osiągnięcie Ci zysku netto – z tego względu jest opcją, która zachęca znacznie bardziej. Przyjrzyjmy się zestawieniu wad i zalet:

Plusy	Minusy
niezależność w druku książek	konieczność zainwestowania środków własnych, lub pozyskania sponsora umożliwiającego druk książki
możliwość czerpania większych zysków – to Ty jesteś beneficjentem zamówień	
pominięcie drogiej dystrybucji w popularnych księgarniach (np. w empiku)	
szersze możliwości personalizacyjne książki (zwykle sam, we współpracy z drukarnią wybierasz interesujący Cię rodzaj papieru i typ łączenia)	inwestycja własnego czasu w naukę procesów (jednak mogą być one z sukcesem powielane przy kolejnych książkach)
sam określasz sposób dystrybucji i model reklamy	
skupiasz się tylko i wyłącznie na swojej książce	

Model samodzielnego wydawania książek jest opłacalny dla większości autorów – nie tylko dla tych najbardziej poczytnych, ale i tych, którzy dopiero wypływają na szerokie wody. Pamiętaj, że tradycyjny wydawca raczej skupia się na głośnych nazwiskach, które zapewnią mu największe zyski. Będąc debiutantem możesz co prawda liczyć na dobrą współpracę, jednak Twoja książka na pewno nie będzie priorytetem.

Dlatego mówiąc o tym, że wszystkie Twoje działania zogniskowane będą wokół dystrybucji Twojej książki można stwierdzić, że przy odpowiednim nakładzie czasu (lub pomocy ze strony innych, nie musisz zostać sam ze wszystkim i uczyć się wszystkich elementów od podstaw) jej sprzedaż będzie przynajmniej taka sama, jak w wypadku współpracy wydawniczej.

Czy brak książki na wystawce w empiku to na pewno zaleta?

Ze względu na widoczność i budowanie własnego brandu usytuowanie własnej książki na półce popularnej sieci księgarń może się okazać plusem. Pytanie, czy w tym wypadku cele wizerunkowe wpłyną na realną sprzedaż?

Postaraj się odpowiedzieć sobie uczciwie na pytanie – jak często, przeglądając półki w empiku decydujesz się na zakup kompletnego debiutanta, którego nie kojarzysz?

Niezbyt często, prawda?

Inwestując własne środki oczekujesz, że zaprocentują – dlatego korzystniej przeznaczyć je na te elementy, które podbiją Twoją sprzedaż.

Uwagę na to, że książki w Polsce najczęściej są brzydkie zwracają CEO wydawnictwa Altenberg – Radek Kotarski – jako powód wskazując ustawiczną chęć wydawnictw do cięcia kosztów druku. Z tego względu ogranicza się ilustracje, grubszy lub spulchniony papier oraz mniej standardowe formy oprawy. Tymczasem Ty, jako autor, masz pełne prawo do tego, by książka wyglądała tak, jak sobie tylko zażyczysz (dokładne informacje o możliwościach produkcyjnych uzyskasz w rozdziale „Cena czy jakość, czyli czy warto obniżyć cenę do minimum?”).

Oczywiście, nie warto za każdym razem decydować się tylko i wyłącznie na to, co najdroższe z racji tego, że... jest najdroższe, a skupić się na elementach, które rzeczywiście pozytywnie wpłyną na dzieło. Pamiętaj, że sam finansując książkę masz co prawda wyłączny udział w zyskach, jednak pokrywasz również koszty – druk, marketing i logistykę.

I właśnie to jest jednym z większych problemów stojących przed osobami, które decydują się na **self-publishing**. Czy da się je obejść?

Droga numer 3.

Alternatywa dla tych, którzy nie chcą współpracować z wydawnictwem i ponosić horrendalnie dużych kosztów, pokrywanych – najczęściej – z ich zysku. Jednocześnie nie trzeba ponosić od razu kosztów za druk, a dodatkowo zostaniesz odciążony od konieczności poznania systemów reklamowych w sieci.

Plusy	Minusy
zyski porównywalne z tradycyjnym self-publishingiem (nawet 50% od ceny książki na okładce trafia do Ciebie)	model wydaje się tak dobry, że aż nierealny Tak, system jest naszego autorstwa i tak, jest to autopromocja. Uznajmy jednak, że w żadnym stopniu nie hańbi.
pominięcie drogiej współpracy wydawniczej (współpracujesz z jedną firmą, która zajmuje się tylko tym, czym sam nie możesz lub nie chcesz się zajmować – drukiem, składem i marketingiem online)	
nie musisz martwić się dystrybucją – zyskujesz gotową, dedykowaną stronę z podpiętymi płatnościami, które trafiają na wskazane przez Ciebie konto	
skupiasz się na pisaniu kolejnych książek	

Tworząc nasz system staraliśmy się połączyć to co najlepsze w wypadku współpracy wydawniczej, jak i samodzielnej publikacji książek. Zwróciliśmy uwagę na główne bolączki, o których wielokrotnie wspominali autorzy i przygotowaliśmy na nie lekarstwo.

Oczywiście, daleko nam do twierdzenia, że nasz system jest idealny – stale go udoskonalamy, w czym również możesz nam pomóc dzieląc się sugestią.

Jednak istnieje spore prawdopodobieństwo, że będzie dla Ciebie najkorzystniejszą opcją.

Zyskujesz wsparcie w tych elementach, które są dla Ciebie problematyczne. Służymy wsparciem zwłaszcza w wypadku druku książek, czyli doradzamy w zakresie oprawy, składu i opracowania graficznego oraz wspólnie skupimy się na skuteczniejszej sprzedaży (za pośrednictwem sieci, gdzie pole manerwu jest najszersze, a koszty relatywnie niskie).

Nasza rada

Dokładnie przeanalizuj, co w Twoim wypadku może być kluczowe w wypadku wyboru modelu wydania książki i przygotuj swoją listę. Skup się na mocnych stronach swojej książki oraz budowanego brandu – jeśli wiesz, kto jest skłonny wydać pieniądze na Twoją książkę, jesteś na świetnej pozycji. Szczerze wyeksponuj również te elementy, które są potencjalnym minusem – być może jest to brak gotówki, problem ze znalezieniem inwestora lub awersja do poświęcenia masy czasu na naukę poszczególnych procesów związanych z dystrybucją książki. Tak zapisana, szczerza lista może być Twoim kompasem i z pewnością umożliwi wynegocjonowanie korzystniejszych warunków współpracy w sposób, który uznasz za słuszny!

**Na kolejnej stronie znajdziesz listę.
Wydrukuj ją i uzupełnij według swojego stanu wiedzy.**



Mocne strony

Słabe strony

2. Czemu autora zwykle boli głowa?

Bóle głowy, nagłe potnienie rąk, lub problemy z koncentracją w najmniej oczekiwanych momentach potrafią sparaliżować każdego z nas. I o ile w momencie, w którym wklepujesz przygotowane przez siebie zdania w edytorze tekstowym jest jeszcze całkiem znośnie, o tyle ilość formalności związanych z upublicznieniem oraz kolportażem przygotowanych przez siebie treści może przytłoczyć. Dlatego warto, byś już teraz sprawdził, co może przyprawić Cię o zawroty głowy. Części rzeczy na pewno już doświadczyłeś, z niektórymi (być może) nie zetkniesz się nigdy. Jak to jednak było z tym wrogiem? Żeby wygrać, musisz wiedzieć na co się przygotować.

W zestawieniu znajdziesz zarówno bolączki dotyczące współpracy wydawniczej, jak i te, które mogą trapić self-publisherów. Co więcej, skupiliśmy się tylko na najczęściej występujących problemach – jeśli trapi Cię coś innego, koniecznie daj nam znać!

Napisałem do wszystkich wydawnictw, ale nikt mi nie odpisał. Co teraz?

Po napisaniu książki zakładamy, że najbardziej czasochłonny proces mamy już za sobą. Pełni ufności rozsyłamy część tekstu do kilku wydawnictw (umówmy się – wydawnictwo jest zwykle pierwszym z wyborów, jeśli do tej pory bardziej, niż wydanie książki, interesowało Cię jej ukończenie) i czekamy. Dni wloką się jak tygodnie, nas natomiast naprzemiennie dręczą stany depresyjne i euforyczne. Czekamy na odpowiedź i spodziewamy się najgorszego: tymczasem pomyśl o tym, że osoby odpowiedzialne za kontakt z autorami mają masę pracy. Codziennie sptywa wiele tekstów, które trzeba kilkakrotnie przeczytać i przeanalizować. Wydawnictwa umieszczają zwykle informacje o tym, w ciągu jakiego czasu przejrzą Twój tekst i dadzą Ci odpowiedź. Bo najczęściej odpowiadają.

Odezwało się kilka wydawnictw, ale opinia była nieprzychylna. Czy mam spalić rękopis?

Nie, bo rękopisy nie płoną. Dlatego potraktuj to jako krytykę, która pozwoli na jeszcze lepsze przyszykowanie Twojego dzieła do potrzeb rynku czytelniczego. Być może właśnie sugestie ludzi, którzy czytają naprawdę wielu debiutantów pomoże Ci skorygować niektóre elementy tak, że książka odniesie jeszcze większy sukces? Dodatkowym rozwiązaniem jest zwrócenie się w kierunku self-publishingu, w którym to Ty decydujesz co nadaje się do druku. Bo może być tak, że to nie Ty się mylisz. Pamiętaj historię z J. K. Rowling?

Odezwało się kilka wydawnictw, co mam wybrać?

Jeśli dopadł Cię kłopot bogactwa, to wcale nie masz problemu. Przeanalizuj dostępne opcje i sprawdź, jak wszystko wygląda w porównaniu z self-publishingiem. Już na wstępie pomyśl, ile na Twoją książkę powinien wydać klient końcowy i oblicz, jaka kwota od sztuki książki byłaby dla Ciebie satysfakcjonująca. Zestaw to z ofertami przysłanymi przez wydawnictwa i... postaraj się negocjować.

Czy współpracować z wydawnictwem, czy wydać książkę samodzielnie?

W większości przypadków bardziej opłacalny dla autora będzie samodzielny wydruk oraz dystrybucja książki. Wiąże się to z tym, do pokrycia ilu zobowiązań „zmuszone” jest wydawnictwo. Pracując wyłącznie na własny sukces ponosisz mniej kosztów, niż wydawnictwo, bo jesteś zdecydowanie bardziej elastyczny.

Mam plik w wordzie. Co dalej?

Większość z nas książki pisze za pośrednictwem edytorów tekstowych. Pliki w formacie .docs nie są jednak przystosowane do druku książek, dlatego publikację, przed oddaniem jej do wydrukowania, należy złożyć i złamać (tj. przystosować do wymaganego formatu – wśród popularniejszych przewijają się np. a5, a5+ lub b5). Na etapie łamania możesz poprosić o dodanie np. żywej paginy, co korzystnie wpłynie na jakość książki. Najistotniejsze jest jednak to, by finalnie wyeksportować plik do druku. Zajmują się tym graficy dtp. Z pomocy skorzystać możesz również u nas.

Jak wybrać odpowiedni format?

Ze składem książki związany jest również wybór formatu. Jest on dość istotny i to nie tylko z punktu widzenia czytelnika, ale i autora. Pamiętaj o tym, że większe formaty (np. a4) są droższe niż mniejsze, bo maksymalizuje się powierzchnia zadruku oraz format, z którego finalnie docinamy ten docelowy. Podpowiemy, że jednym z popularniejszych formatów jest 170x240mm (dla formatów z B) oraz 148x210mm (dla formatów z A).

Jaka oprawa będzie najlepsza w wypadku mojej książki?

Wiemy, że większość kusi kunsztowna, twarda oprawa z dodatkowymi uszlachetnieniami. O ile masz możliwość rzeczywistego wpływu na typ okładki

(tyczy się to self-publisherów), o tyle warto zestawić z sobą dostępne opcje. Pamiętaj o tym, że produkcja oprawy twardej będzie droższa niż miękkiej – samą różnicę ciężko wyliczyć bez podparcia się konkretnymi przykładami, dlatego nie przytoczymy jej w tym momencie.

Oprawa jest w ogóle bardzo rozbudowanym tematem, dlatego bez zbędnego przynudzania rozpiszemy najistotniejsze rzeczy, którymi możesz sugerować się podczas wyboru formy oprawy.

Oprawy twarde są najbardziej ekskluzywne i tak też odbierane są przez czytelników. Są też najbardziej trwałe, dlatego sprawdzą się w wypadku tych pozycji, które kupuje się do własnej biblioteczki – beletrystyki, literatury faktu, książek z wieloma ilustracjami. Oprawa twarda może być klejona, szyta lub sztykolejona.

Oprawy półtwarde – zastosowany materiał jest elastyczny, stanowi przejście pomiędzy typową, twardą okładką a jej miękkim odpowiednikiem. Zwykle jest tańsza niż pierwsza z zaproponowanych opcji. Dodatkowo, jeżeli sama książka jest dość gruba, oprawa półtwarda może być sporym plusem z racji swojej mniejszej wagi.

Oprawy miękkie są zwykle najtańszym rozwiązaniem, które stosujemy w celu optymalizacji budżetu. Warto wspomnieć, że możemy je dopasować ściśle do klienta np. przez dopasowanie odpowiednich laminatów (np. folii imitującej gładkość satyny) lub znakowanie punktowe (lakier UV, złocenie lub srebrzenie).

Nasza rada

Poproś o ofertę w kilku opcjach i skalkuluj, ile płacisz za druk sztuki książki. Oczywiście, nie radzimy sugerować się jedynie ceną – być może postawisz na najdroższą, ale i najciekawszą oprawę, która i tak pozwoli Ci świetnie zarobić. Warto jednak zdawać sobie sprawę z możliwości selekcji oferty.

Jak wybrać odpowiedni papier?

Ten element często jest pomijany – jeśli jesteśmy tylko czytelnikami nieco mniej uwagi poświęcamy korespondencji nośnika i treści. Dobór papieru ma jednak spore znaczenie. Jeśli będzie nieodpowiedni, wówczas czytanie może okazać się męczące dla oczu. Popularnym rozwiązaniem są ostatnio papiery kremowe (możesz wybrać np. dodatkowo spulchniany, dla zwiększenia objętości), które świetnie chłoną tusz drukarski.

O co chodzi z numerem ISBN?

Numer ISBN (*International Standard Book Number*) pomaga zidentyfikować wydawcę oraz dzieło dzięki trzynastocyfrowemu ciągowi znaków, dlatego warto go nadawać. Tym bardziej, że autora lub wydawnictwo proces ten nie kosztuje ani złotówki. Jeszcze nie tak dawno temu książki, które były oznaczone numerem ISBN „zyskiwały” specjalny przywilej – obniżenie podatku VAT na druk do 5%.

Jak sprzedawać by zarabiać?

To jedno z pytań, które rzeczywiście potrafi spędzić sen z powiek. Książka jest napisana, złożona, materiały zostały wybrane i pozostało jedno – jak trafić do ludzi, którzy będą chcieli kupić Twoją książkę? W tym elemencie warto już za wczasu zastanowić się nad sposobem dystrybucji. Pamiętaj, że to w głównej mierze Ty sam jesteś odpowiedzialny za sprzedaż. Priorytetem jest wcześniejsze zebranie wokół siebie społeczności, która stanie się grupą zadeklarowanych fanów. Warto wykorzystać do tego sposoby zarówno darmowe, jak i płatne – takie jak np. reklamę na Facebooku. I tu kolejny raz możemy Ci służyć pomocą. Warto skupić się również na sprzedaży online. W tym celu należy kupić lub stworzyć stronę internetową zintegrowaną z systemem płatności, a następnie skutecznie ją promować.

Pamiętaj również o starej zasadzie marketingu – ludzie kupują od tych, których lubią. Dlatego zadbaj o interakcję ze swoimi fanami, pozwól im uczestniczyć w Twoim życiu artystycznym lub nawet w procesie twórczym.

Wysyłka książek – niespodziewany ból głowy

Prowadząc sprzedaż przez Internet dojść musimy do tematu wysyłki, która bardzo często okazuje się problematyczna. Bo o ile cieszymy się, gdy zaczynają spływać zamówienia, o tyle masa adresów do wysyłki i kwestie logistyczne są powodem masy problemów.

Inteligentnym rozwiązaniem w tej sprawie jest współpraca z firmą, która może odpowiadać na maile, rozpatrywać zwroty i reklamacje oraz nadzorować aktualną wysyłkę, dzięki czemu zostaniesz odciążony.

Twój ból głowy może być więc spowodowany nie tylko przez brak możliwości, ale również i ich nadmiar.

Druk pierwszej książki jest najczęściej zetknięciem ze światem, którego istnienia tak naprawdę się nie domyślało – większość spośród tych, którzy zdecydowali się na wyciągnięcie z szuflady swoich rękopisów zakładało że najtrudniejsze jest już za nimi.

Tymczasem okazuje się, że wydanie książki jest jak otwarcie drzwi, których przez całe życie nie dostrzegaliśmy. To kraina dziwnych pojęć, niezrozumiałych gramatur i celów, którym trzeba sprostać, by osiągnąć sukces wśród czytelników. doczne elementy – papier, oprawa, format, sposób łączenia oraz masa zagadnień z zakresu poligrafii i przygotowania do druku, przeplatane korektą językową i łamaniem książki.



3. Cena czy jakość, czyli czy warto obniżyć cenę do minimum

Przyjęło się, że z segmentu tanio/szybko/dobrze jednocześnie wybrać można zwykle tylko dwa elementy i... poniekąd jest to prawda. Nie inaczej wygląda to w wypadku wydawania książki. Z pewnością chcesz, by Twoja publikacja wyróżniała się nie tylko treścią, ale była gotowym produktem, który zachwyci również wykończeniem, jednak na pewno zdajesz sobie sprawę z tego, że często to, co wychodzi poza „standard” jest droższe.

Ważnym elementem będzie więc optymalizacja kosztów, której nie przeprowadzisz bez podstawowej wiedzy o tym, na co zwrócić uwagę, oraz które koszty musisz ponieść, a których możesz spokojnie uniknąć. Większość zawartych tu porad przyda się niezależnie od tego, jaki rodzaj współpracy wybierzesz.

Część z nich – w formie bolączek – już się pojawiła, część będzie czymś nowym. Przejdźmy więc po kolei przez cały proces.

Przygotowanie do druku:

Prace projektowe, skład i łamanie książki, korekta

W co musisz zainwestować?

- Projekt okładki

Twoja książka powinna być oprawiona – z jednej strony po to, by chronić ceną treść, z drugiej żeby przyciągnąć wzrok użytkownika. Na projekcie okładki nie powinno się oszczędzać – musi wyglądać po prostu rewelacyjnie. Projekt okładki wykonać możesz albo podczas prywatnej współpracy z grafikiem, albo z wydawnictwem lub drukarnią. Jeśli zdecydujesz się na jedną z dwóch ostatnich opcji i tak warto, żebyś konsultował swój pomysł bezpośrednio z osobą odpowiedzialną za przygotowanie dzieła.

- DTP

Skład jest istotny – przecież nie chcesz, by nagle cała partia książek po prostu się „wysypała”. Tymczasem bez odpowiedniego złamania książki może ona wyglądać zwyczajnie mało estetycznie i męczyć wzrok czytającego, lub zwyczajnie odstręczać od zakupu i zapoznania się z treścią.

- Redakcja

merytoryka i wyłapanie ewentualnych błędów jest dość istotne, gdyż niekonsekwencje negatywnie wpływają na jakość Twojego tekstu. Ciężko jest wyłapać własne błędy, dlatego warto, by redakcją zajęła się osoba oderwana emocjonalnie od Twojego tekstu.

- Korekta stylistyczno-językowa

Analogicznie jak w wypadku merytoryki – korekta uwzględnia lapsusy, błędy stylistyczne, ortograficzne i interpunkcyjne, których ilość trzeba zminimalizować tak bardzo, jak jest to tylko możliwe.

W co możesz zainwestować?

- Moquapy ułatwiające dystrybucję w sieci

Chcąc promować się aktywnie przez reklamy w sieciach społecznościowych lub remarketing powinieneś posiadać atrakcyjne grafiki produktowe. Przygotowany przez grafika moquap może być przygotowany np. jako zdjęcie w tle na Twoim fanpage, po kliknięciu na który potencjalny kupujący przekierowany zostanie na stronę docelową.

- Ilustracje (o ile nie są znaczącymi elementami dzieła)

Ilustracje wzbogacają całą książkę, jednak ich przygotowanie jest kosztowne. Dodatkowo, umieszczenie grafiki często wiąże się z droższym drukiem w kolorze.

Nasza rada

Jeśli planujesz umieścić więcej ilustracji lub zdjęć w kolorze na droższym papierze (np. powlekanym) usytuuj je zarówno z jednej, jak i z drugiej strony arkusza. Pozwoli Ci to na oszczędzenie miejsca i kosztów.

Druk:

Etap druku traktować należy całościowo, jednak jego cena zależy od wielu parametrów, na które masz realny wpływ.

- Rodzaj i gramatura papieru wnętrza

papier wnętrza jest głównym nośnikiem treści książki. Kryterium, które podczas selekcji jest najistotniejsze, jest jego kolor – ten najczęściej może mieć różne stopnie białości i kremowości, dlatego warto w drukarni zdecydować, na czym drukujemy książkę. Zaraz po wyborze poproszeni zostaniemy o podanie gramatury, czyli wagi papieru wyrażonej w gramach na metr kwadratowy. Do pozycji beletrystycznych w zupełności wystarczy papier o gramaturze do 80g lub nawet mniejszej, a dodatkowo spulchniony.

Nasza rada

Z doświadczenia wiemy, że najczęściej Autorzy decydują się na sprawdzone rozwiązania – ecobooki lub papier offsetowy. Są one stosunkowo tanie, jednak pamiętaj, że tak naprawdę czytelnicy są z nimi mocno zaznajomieni. Jest to rozwiązanie stałe, bezpieczne i takie, które nie przykuwa uwagi. Jeśli chcesz wydać np. tomik poetycki z ilustracjami i wiesz, że stron będzie relatywnie mało (np. do 100 stron) to śmiało możesz wybrać któryś z papierów z efektem WOW. Próbkę z chęcią zaprezentujemy Ci osobiście lub podczas spotkania online.

- Rodzaj i gramatura papieru oprawy (w wypadku wyboru oprawy miękkiej)

papier wykorzystany przy produkcji oprawy również jest istotny – to w niego wklejony zostanie blok środka. Warto wybrać papier powlekany o podwyższonej gramaturze (min. 250g) lub karton.

Decydując się na konkretny papier poproś o przygotowanie próby – kolor będzie inaczej wyglądał w zależności od wykorzystanego podłoża.

- Rodzaj łączenia (klejenie, szycie lub blok szyto-klejony)

Sposób łączenia bloku z oprawą jest istotny. Jeżeli chcesz, by publikacja otwierała się „na płasko” warto zainwestować w blok szyty lub szyto-klejony. Jeśli nie jest to dla Ciebie priorytetem równie dobrze możesz połączyć elementy za pomocą kleju – będzie równie trwała, ale i zwykle trochę tańsza.

- Format

Format książki to nic innego, jak jej wymiary, którą mogą być znormalizowane do formatów A lub B, najczęściej wyrażonych w milimetrach.

- Zdruk

Najtańszą opcją jest zadruk czarno-biały – jeśli w samym tekście nie ma ilustracji, lub nie muszą one być w kolorze to możesz zaoszczędzić na tym całkiem sporo.

Nasza rada

Jak rozmawiać z drukarnią? Poligrafia dorobiła się swoich specyficznych pojęć, które niektórych autorów mogą skutecznie odstręczać. Najpopularniejszym pytaniem, które część osób może obawiać się zadać, jest to o przewijające się wszędzie cyfry i liczby. Najprościej mówiąc: zadruk 1+1 oznacza, że arkusz obustronnie zadrukowany zostanie tylko czarnym tuszem (druk czarno-biały). 4+4 pozwala na zlecenie druku w pełnym kolorze, dwustronnie. 4+4 bierze się od składowych 4 podstawowych kolorów stosowanych w technologii CMYK, tak więc wydruk taki będzie odpowiednio nafarbowany w kolorze. 4+1 z kolei oznacza, że jedna strona arkusza (np. okładka) jest zadrukowana w kolorze, natomiast jej wnętrze już nie.

Promocja i marketing:

Etap, który może pozwolić Ci pokryć bieżące zobowiązania (dla decydujących się na self-publishing lub naszą specjalną ofertę) musi być dokładnie i odpowiednio wcześniej przygotowany. Jest to szczególnie ważne dla osób, które wydają książkę własnym nakładem środków, same inwestują w marketing lub nawet prowadzą samodzielne działania promocyjne w sieci. Reklama w Internecie pozostaje jedną z najtańszych i najbardziej skutecznych form aktywnego wsparcia sprzedaży.

W co warto inwestować?

- Budowa społeczności

W tym wypadku angażujesz głównie swój czas – chyba, że podejmiesz współpracę z kimś, kto zawodowo zajmuje się budowaniem sieci w social

mediach. Inwestycje w sieci społecznościowe tak czy inaczej przydadzą się w skutecznej sprzedaży książki i pozwolą zoptymalizować budżety na działania płatne.

- Reklamy na Facebooku i Google Ads

Płatne działania reklamowe są niezwykle skuteczne – dzięki dobremu ustawieniu parametrów masz szansę na dotarcie dokładnie do tej grupy odbiorców, do której chcesz trafić. Wymaga to jednak znajomości systemów reklamowych potentatów oraz przygotowania odpowiednich tekstów i grafik. Zadania warto zlecić fachowcom.

- Strona WWW

Chcąc prowadzić sprzedaż przez Internet musisz posiadać stronę WWW – najlepiej taką z podpiętymi płatnościami, dzięki którym użytkownik od razu po dodaniu produktu do koszyka będzie mógł uiścić należność.

Nasza rada

Co do strony WWW to właśnie testujemy nową platformę, z której jako autor śmiało możesz korzystać. Nawet jeśli nie znasz się na tworzeniu stron WWW lub nie masz pojęcia, jak powinna wyglądać i jakie mieć funkcjonalności – już niedługo będziemy mogli udostępnić Ci Twoją dedykowaną stronę sprzedażową. Dzięki temu nie będziesz musiał czekać kilka miesięcy na spłynięcie należności (jak w wypadku współpracy z wydawnictwem), a dodatkowo nie ponosisz kosztu stworzenia nowej strony.



Jak wygląda wzorowa droga Autora korzystającego z naszego systemu dystrybucyjnego?

Powoli budujesz społeczność fanowską wykorzystując dostępne kanały

Kończysz pisać

Poznajesz różne opcje wydawnicze

Wybierasz nas

Składamy książkę, przygotowujemy wspólnie okładkę i opcjonalnie ilustracje

Zaczynasz (lub zaczynamy) intensywniej promować książkę w sieci, do dyspozycji dajemy Ci dedykowaną, autorską stronę z podpętym systemem płatności online, dzięki któremu możesz monetyzować swoją twórczość (oraz od razu zauważasz efekty)

Uruchamiamy przedsprzedaż, część zysku pokrywa koszty druku

Wybieramy odpowiedni papier, sposób oprawy oraz format książki

Przygotowujemy dla Ciebie wydruk próbny

Po akceptacji drukujemy nakład

Zarabiasz nie po 3 miesiącach, ale właściwie od razu.

4. Zakończenie

Próba zebrania wielu zagadnień i wtlóczenia ich do niezwykle pojemnego worka z napisem „druk książki” jest dość karkołomnym zadaniem i przypomina próby nakarmienia niedźwiedzia marchewką – niby podajesz to, co istotne na tacy, ale możesz pominąć jedno – preferencje żywieniowe niedźwiedzia. I to nie Ciebie, drogi czytelniku i autorze, traktuję jako niedźwiedzia. W tym wypadku mam na myśli konkretne, bardzo rozbudowane zagadnienie.

Książki nie składają się wyłącznie z treści. Owszem, jest ona istotą dzieła, jednak ma ono również fizyczną formę, na którą składają się często niewidoczne elementy – papier, oprawa, format, sposób łączenia oraz masa zagadnień z zakresu poligrafii i przygotowania do druku, przeplatane korektą językową i łamaniem książki.

Warto tego niedźwiedzia okiełznać przynajmniej na tyle, by nie poturbował nikogo z nas zwłaszcza w momencie, w którym jesteśmy najbardziej narażeni na atak – w chwili debiutu.

*Drukujemy,
już od jednej sztuki!*

Wspólnie porozmawiajmy o druku książek



35-105 Rzeszów
ul. T. Boya-Żeleńskiego 16
biuro@spidruk.pl, tel. 17 857 57 35

Grzegorz Gądek
grzegorz.gadek@spidruk.pl, tel. kom. 533 533 582

Karol Wolański
karol.wolanski@spidruk.pl, tel. kom. 505 10 44 88

www.spidruk.pl
www.druk-ksiazek.pl

