



KRISTINA SVENSSON
skribent - kommunikatör - inspiratör
www.kristinasvensson.se

Checklista till föredrag på WebCoast 2012

Från bokidé till bok – förverkliga din bokdröm!

1) Varför skriver du?

- a) Identifiera dina drivkrafter, dina kärnläsare och vilka kanaler du har för att nå dessa.

2) Författarplattform.

- a) Tydligt och konsekvent personligt varumärke.
- b) Webb och sociala medier.

3) Skriv klart texten.

- a) Skaffa kollegor, mentorer och förebilder.
- b) Ta till dig konstruktiv kritik. Från kollegor, lärare eller lektor/redaktör.
- c) Sätt deadlines, skapa skrivtid.

4) Gör bok av din text.

- a) Titel.
- b) ISBN-nummer från KB.
- c) Säljande baksidestext.
- d) Attraktivt bokomslag.
- e) Citat från kända läsare.
- f) Tacksida.
- g) Kolofon (den finstilla infon: tryckeri, tryckort mm).
- h) Korrekturläsning.
- i) Sättning av inlagan (layout av texten).
- j) Korrekturläsning (ja, igen).

5) Ge ut boken.

- a) Skicka manus till förlag. Nackdel: lång svarstid och bara promille antas. Många förlag är nischade.
- b) Anlita ett förlag eller tryckeri/förlag (du betalar, de gör jobbet).
- c) Starta eget förlag (hobbyverksamhet el F-skatt). Du får boken exakt som du vill ha den.

6) Välj ett el flera format.

- a) Pappersbok som print on demand, pod, (boken trycks först när boken beställs): miljövänligt, kräver ingen investering, ingen lagerhållning. Dock: 80 kr/st lägsta tryckpris (kräver f-skatt).
- b) Trycka en större upplaga: mycket lägre styckpris (ca 10 kr/st för pocket 30-50 kr/st för inbundet). Nackdel: betala, lagra och sälja 40-50 kartonger med böcker.
- c) Inbunden, pocket, storpocket, danskt band.
- d) E-bok, format e-pub eller kindle. Betala elib eller göra själv i InDesign.
- e) Ljudbok, exempelvis storytel.

7) Förbereda försäljning.

- a) Bestämma ev upplaga.
- b) Sätta a-pris & f-pris.
- c) Registrera i bokrondellen mfl.
- d) Teckna försäljningsavtal. Att tänka på: porto, vikt, returrätt, rabatter.
- e) Fundera på distribution.

8) Recensionsexemplar.

- a) Till BTJ för lektörsutlåtande (underlag för biblioteksbeställningar).
- b) Till bokbloggar & lämpliga media.

9) Marknadsföring.

- a) Pressreleaser.
- b) Utnyttja dina kärnläsare och din författarplattform.
- c) Kreativa idéer.

10) Sälja och distribuera.

- a) Releasefest!
- b) Bokhandelskedjornas centrala inköp (halvår i förväg) och/eller till lokala bokhandlare och specialbutiker .
- c) Bokparty, intresseföreningar, ge bort bok ett i en serie mm.
- d) Bokmässan (dyrt men kul).
- e) Packa lådor och bär till posten.

Var stolt!