

WWW.DOBREHISTORIE.COM.PL



ODCINEK PIĄTY

PISANIE DLA OPORNYCH

ODCINEK 5 - Promocja na własnym podwórku

Tekst: Łukasz Śmigiel/ Zdjęcia: Magdalena Oczadły

No to jedziemy dalej z tym koksem. Odcinek czwarty naszego poradnika był małym skokiem w bok i zapewne bardziej zainteresuje zupełnie początkujące *Pisaki*. Nie ma więc po co strzępić klawiatury po próżnicy i czas wrócić do tematu promocji...

Promocja na własnym podwórku

W odcinku trzecim zacząłem wymądrzać się na temat promocji na poziomie lokalnym. Było już o kontaktach z dziennikarzami, teraz czas na kilka porad odnośnie kontaktów z potencjalnymi Czytelnikami.

TOP PORADY DOTYCZĄCE LOKALNEJ PROMOCJI

Jestem pewien, że na osiedlu, na którym mieszkanie jest przynajmniej jednak księgarnia albo biblioteka. Tuż przed wydaniem książki albo wkrótce po jej wydaniu powinniście skierować swoje kroki najlepiej w oba te miejsca. Wierzcie lub nie – ale zdziwicie się tym, jak wielu ludzi na waszym osiedlu...

A. Nie ma pojęcia, że zajmujecie się pisaniem...

B. Jest żywo zainteresowanych waszą książką...

O powyższym z pewnością wie wasz osiedlowy księgarz. Pogadajcie z nim o tym, czy nie zechciałby zamówić waszych książek. Przypominam, że księgarz zamawia to, co jego zdaniem się sprzeda – przekonajcie go więc, że tak właśnie się stanie i towar waszego autorstwa znajdzie nabywców. Jak to zrobić?

Nie przychodźcie do księgarni z gołymi rękoma. Jeżeli nie macie swojej książki pod ręką...

(!!! KONIECZNIE PRZYPOMNIJCIE WYDAWCY, ABY PRZESŁAŁ WAM WIĘKSZĄ ILOŚĆ EGZEMPLARZY AUTORSKICH – dziesięć, czy piętnaście może wam nie wystarczyć. Takie egzemplarze wykorzystujecie do promocji. Czasami musicie dać komuś swoją książkę JUŻ, TERAZ, NATYCHMIAST i nie ma czasu, aby pisać maila z prośbą do wydawcy o przesłanie egzemplarza. Dlatego też liczba egzemplarzy autorskich powinna wynieść minimum 20-30 sztuk. Najlepiej, aby zapis dotyczący tej ilości znalazł się w umowie podpisywanej z wydawcą!!!).

A zatem... Jeżeli nie macie książki pod ręką, miejcie w garści przynajmniej ładne ulotki z grafiką z książki...

Jak zaprojektować ulotkę, nie mając kontaktu do znajomego grafika?

To wcale nie jest takie trudne – **NAUCZCIE SIĘ TAKICH RZECZY**. Pamiętam słynne hasło Tomasza Lisa: „Może się jeszcze w grafice komputerowej zatrudnię?”, ale w naszej sytuacji – nie ma przebaczyć! Powinniście mieć choć podstawowe umiejętności w tej materii. Po co? Aby być niezależnym i szybko działać. Potrzebna wam ulotka? Banner? Nie czekajcie na reakcję wydawcy i weźcie się sami do roboty.

- **Grafikę z okładki na bank dostaniecie od wydawcy, więc nie ma problemu.**

- **Koniecznienie zamówcie sesję zdjęciową. Bez zdjęć, jak bez ręki. Sesja zdjęciowa musi mieć temat przewodni i powinna być przemyślana. Zamówcie zdjęcia tematyczne oraz kilka portretów (portrety będą załączane do materiałów wysyłanych do dziennikarzy)**

- **Do prostej edycji, przycinania, wstawiania ładnego literactwa oraz prostych efektów zastosujcie combo dwóch darmowych programów: Picassa do obróbki zdjęć oraz Artweaver do edycji grafiki.**

Druk ulotek to już prosta i dość tania sprawa. A raz dobrze przygotowana grafika/ zdjęcia przydadzą wam się także np. na

plakaty, koszulki (do rozdania, na nagrody w radiowych i internetowych konkursach, no i do noszenia na sobie – np. w czasie spotkań autorskich, konwentów itd.). Nieco droższe są standy – około 400zł. Bardzo staniały banery – już od 60 zł.

Koniecznym jest zostawienie czegoś księgarzowi. Być może nie zgodzi się na stand, czy baner, ale z ulotkami/ plakatem nie powinno być kłopotu.

Z wizytą w księgarni powinna być związana wizyta w redakcji osiedlowego biuletynu. Np. biuletyn na moim osiedlu trafia do trzech tysięcy osób. To prawie cały pierwszy/średni nakład książki. Niech z tych trzech tysięcy, chociaż sto osób zainteresuje się waszą książką i już jesteście kolejną setką do przodu.

Ludzie są ciekawscy – będą chcieli się dowiedzieć, co napisał Kowalski, którego codziennie mijają w piekarni, którego dziecko chodzi do zerówki z ich dziećmi i który spaceruje po tym samym parku w niedzielę. Wykorzystajcie to, zamieszczając w biuletynie reklamę waszej książki albo – **co jest dużo lepszym rozwiązaniem, namówcie dziennikarza, aby zrobił z wami wywiad.** Bardziej realna pozostaje jednak reklama – tu znowu przyda się przygotowana przez was grafika (na redakcję biuletynu nie ma co liczyć), w której warto podkreślić wasz związek z osiedlem i miastem, w którym bytujecie.

Reklama powinna wspominać także o tym, że wasza książka jest dostępna w... osiedlowej księgarni.

*Aby upewnić się, czy osiedlowy księgarz zamówił waszą książkę, podeślijcie do księgarenki kilku znajomych – niech zapytają, czy książka jest już do kupienia i pokażą, że jest zainteresowanie tym tematem, że towar zejdzie (**TO SAMO TYCZY SIĘ EMPIKÓW W WASZYM MIEŚCIE!!!**).*

OK – biuletyn i księgarnię mamy z głowy. Teraz czeka was wizyta w bibliotece. Upewnijcie się, że wasz bibliotekarz także zamówi kilka egzemplarzy książki (**zamówienia do bibliotek to także kolejne sprzedane książki, nie lekceważcie tego**). W bibliotece również zostawcie ulotki, zapytajcie o możliwość zawieszenia plakatu...

No i najważniejsze. Zapytajcie o możliwość zrobienia **eventu – spotkanie z czytelnikami**, na którym opowiecie o tym w jaki sposób książka powstawała i poczytacie spore fragmenty. Dobrze byłoby także przygotować coś ekstra – np. prezentację? (**Już widzę wasze skrzywione miny... Znowu trzeba się czegoś nauczyć. Zapomnijcie jednak o nudnym *powerpoint*. Teraz ładne, nowoczesne prezentacje robi się w *PREZI* – każdy PRowiec wam to powie**).

O czym zrobić prezentację?

Na przykład o waszym procesie twórczym (**tu odsyłam do odcinka czwartego naszego poradnika**). Wierzcie mi – ludzi bardzo interesuje to, dlaczego taki miły, sympatyczny blondynek w okularach pisze książki w rodzaju „Demonów”, czy „Morderców”. Ludzie chcą poznać pikantne szczegóły, najlepiej w jakiś sposób związane z waszym osiedlem, a jestem pewien, że w swoich tekstach często sięgacie do doświadczeń z życia codziennego – postać mordercy pedofila wzorujecie na ulubionym aptekarzu, a ponętnej kobiety lekkich obyczajów na opiekunce waszego dziecka z zerówki... No dobra! Trochę żartuję. Nie mówcie ludziom wszystkiego, ale przygotujcie sobie na takie spotkanie odpowiednie **anegdoty, historie i opowieści**.

O spotkaniach autorskich/eventach będę pisał w kolejnych odcinkach. Teraz podkreślę jeszcze, że informacja o waszym spotkaniu w bibliotece powinna znaleźć się także na ulotkach, w biuletynie oraz na osiedlowej stronie internetowej (tam także przydałby się jakiś wywiadzik!). Potencjalnych czytelników trzeba zainteresować, a to wymaga pracy.

Ostatni element zewnętrznej promocji w tym odcinku. Po wizycie w księgarni, bibliotece i redakcji osiedlowej gazetki, udajcie się do kościoła... Żart! Sorry, nie mogłem się powstrzymać 😊 Bez kościoła się obejdzie. Powinniście natomiast odwiedzić jeszcze osiedlową szkołę (niekoniecznie zerówkę z ponętą nauczycielką) – podstawówkę albo gimnazjum. W szkole odszukajcie polonistkę. Jeśli

macie szczęście okaże się, że ciągle pracuje tam pani profesor, która uczyła was dwadzieścia lat temu. Pogadajcie z nią i zaproponujcie poprowadzenie warsztatów literackich dla młodzieży. Ot dwie godziny, w czasie których opowiecie o swoich doświadczeniach i omówicie pewne elementy procesu twórczego (i znowu kłania się odcinek 4). Wiem, to wszystko trudne – bo jesteście z natury nieśmiali i nie potraficie przemawiać do ludzi, robić szkoleń i prowadzić warsztatów... Ale jak to mówią... Dla chcącego nic trudnego. Kontakt z publicznością was nie ominie. Im wcześniej zaczniecie nad sobą pracować tym lepiej. Do roboty!

Plus z wizyty w szkole jest taki, że o warsztatach na bank napisze osiedlowa gazetka i osiedlowy portal internetowy. A wy musicie zadbać o to, aby przy każdej takiej informacji znalazło się zaproszenie wszystkich chętnych do zakupu książki w osiedlowej księgarni...

Tematu naturalnie nie wyczerpałem. To za ledwie czubek zakrwawionego palca. Więcej na temat lokalnej promocji *outdoor* już za kilka dni.



POPZEDNIE ODCINKI ZNAJZIECIE NA STRONIE

WWW.DOBREHISTORIE.COM.PL