

PR — ЭТО ПРОСТО

**РОМАН
МАСЛЕННИКОВ**

СуперКнига:

КАК РАСКРУТИТЬ ВАШУ КНИГУ?

**19 РАБОТАЮЩИХ
ПРИЕМОВ**

12+

PR – это просто

Роман Масленников

**СуперКнига: Как раскрутить вашу
книгу? 19 работающих приемов**

«Автор»

2013

Масленников Р. М.

СуперКнига: Как раскрутить вашу книгу? 19 работающих приемов
/ Р. М. Масленников — «Автор», 2013 — (PR – это просто)

Мечта каждого интеллигентного мыслящего человека — написать свою книгу. Издать её сегодня не составляет большого труда. А вот дальше начинаются большие сложности. Как продвигать Вашу книгу? Этот вопрос сегодня волнует не только маститых авторов, но и издателей. Редакция не возьмёт в оборот Вашу книгу без грамотного PR-плана. Из этой мини-книги Вы узнаете: — Зачем запрещают книги? — Как правильно запустить слухи о Вашем творении? — Что сделать, чтобы первые лица не отказали Вам в отзыве? И многое другое. Не просто пиши книги. Раскручивай!

© Масленников Р. М., 2013

© Автор, 2013

Содержание

Вступление	5
Предупреждение!	6
Бонусы	7
Способ 1. Телодвижения до рождения шедевра	8
Но можно рукопись...	8
Первые VIP-читатели	9
Пиратов бояться – книгу не раскрутить	10
90 %! И не обманите себя!	11
Способ 2. Торжественные вручения	12
100 книг себе	13
ВИП-подарок при всех	14
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Роман Масленников

СуперКнига: Как раскрутить вашу книгу? 19 работающих приемов

Вступление

Вашему вниманию – мои наработки в области раскрутки книг. Поверьте, я знаю, о чем говорю. У меня опубликовано 4 книги в издательствах: «Эксмо», «Аст», «Альпина Паблишер» и «Наука». Кроме этого в моем активе больше четырех десятка электронных книг на Литрес.ру.

Чукча не только писатель, но и читатель. В месяц 5 книг, не считая профессиональных PR-журналов, статей и блогов – это мой минимум. Я выбираю книги не только по рекомендациям, но и в результате успешно проведенных книжных PR-кампаний. И делаю выводы. Не всегда глубина содержания книги соответствует изящности раскрутки. Я предпочитаю, когда дело обстоит наоборот: раскрутка минимальна, а содержание – нереально классное. Но порой за «минимальной раскруткой» скрывается тонкий расчет на привлечение узкой группы читателей. Совсем без раскрутки книга может пролежать годы и так и не найти своего читателя. В книжном мире, увы, тоже настал кризис перепроизводства.

Почему я решил поделиться с Вами знаниями? Буду честен. Потому что мне нужны новые клиенты? Не только. Потому что мне нужны любимые клиенты! Продвигать книги – мое любимое занятие.

Итак, чтобы не тянуть кота, приступим к делу.

Формат «мини-книги» будет соблюден. Никакой воды. Только практика.

P.S. Конечно, я мог бы опубликовать данный текст в виде статьи. Мне не хотелось бы быстрого обесценивания предложенной информации. Первыми ею точно должны воспользоваться избранные – те, кто очень желает продвинуть свою книгу

Вперед!

Роман Масленников

Автор книг «СуперФирма», «СуперЛичность», «СуперКонсалтинг», «101 совет по PR» и др.

Предупреждение!

Данная мини-книга является стенограммой одноименного аудио-семинара. Поэтому, текст в ней – «как есть». Не сильно корите меня за это. Это опять же преследует 2 цели: экономия и шифровка информации. Кто захочет, тот поймет! А чтобы был стимул за то, что вы решились продрались через «надиктованный текст», – (признаюсь, сам часто ругаю авторов, которых хочется прочесть, но у которых книги надиктованы), – вот вам подарки за некомфортное чтение.

Бонусы

Все, кто купит данную книгу – получит от меня бесплатную 15-минутную консультацию по скайпу. Добавляйте меня – [prmaslennikov](#), чтобы условиться о времени. А может быть, все произойдет сразу!

Когда данный материал выйдет в виде полноценной книги – вычитанной, отредактированной, комфортной для чтения – вы узнаете об этом первыми! Жду Вас в скайпе.

Способ 1. Телодвижения до рождения шедевра

Но можно рукопись...

У вас должно быть два вида книги. Печатная и электронная. Но перед тем как печатная и электронная книги появляются, то есть уже заверстаны, с обложкой и так далее, у вас есть так называемая рукопись. Это нечто в «ворде», – может быть даже отредактированное, может быть даже не отредактированное, – в общем, некий файл в документном формате, который можно, пересылать, править дальше, и все такое.

Что нужно с этим сделать до того как появилась печатная и электронная книга?

Во-первых, на эту рукопись можно и нужно получить отзывы. В количестве пяти-семи штук – это самый минимум нужен для того, чтобы пустить слух о том, что такая книга готовится. И уже таким образом подобраться пьедесталу «Я – Писатель». То есть все вас будут воспринимать уже как человека с книгой. А это уже не то же самое, что – человек без книги.

Люди для рецензирования подбираются такие, кого вы видите своей целевой аудиторией.

Если ваша книга для бизнеса, то это аудитория, соответственно, бизнесменов, владельцев фирм, и так далее, в общем, малые предприниматели.

Если эта аудитория, врачи, допустим, то, пожалуйста – врачи, живущие в других городах, студенты-медики, светила науки и прочие. Самое главное – попробовать пригласить журналистов к первым отзывам. Журналисты, скорее всего, согласятся охотно, потому что это люди, любящие славу, тщеславные товарищи, – иначе бы они журналистами не были, – и им будет приятно увидеть свое имя на обложке или форзаце.

Первые VIP-читатели

Итак, у вас есть отзывы целевой аудитории плюс журналисты. Но есть еще такой формат, как написание предисловий. Особо значимых для вас людей вы можете попросить сделать вам предисловие. У меня, например, к книге «Суперличность» этими людьми были Радислав Гандапас и Отар Кушанашвили. То есть: книга «Суперличность» о потенциальных одиозных фигурах. И я видел одиозную фигуру в шоу-бизнесе – Кушанашвили. А самым статусным бизнес-тренером я видел Гандапаса.

И я попросил их сделать предисловие, они его дали. И попутно исправили ошибки в тексте, которые они увидели.

Да, это книга — парадокс. Парадокс заключается в одном: из «ничего» вы можете сделать себе образ, какой пожелаете. Да, это книга жестокая. Она откроет вам глаза, что сильные мира всего обладают АБСОЛЮТНО такими же качествами как и вы. Они просто умеют себя пиарить. Я предложу вам рецепты, которые использовались для раскрутки суперкомпаний типа Аpіe и Кока-колы, и покажу, как их применить относительно себя. **Остальных — к черту?** По прочтению книги дан-ный вопрос отпадает сам собой. Хотите мой ответ? Все «остальные» — это рабочий материал для ваших экспериментов. Итак, какой итог, какой «сухой остаток» вы получите, прочитав эту книгу? Вы будете получать от общения реальную пользу, а от окружающего мира — только нужную отфильтрованную информацию, все остальные люди будут воспринимать Вас так, как Вы этого хотите. «Интересно, а как я смотрел на мир и общался до прочтения этой книги?»: обязательно спросите вы себя...

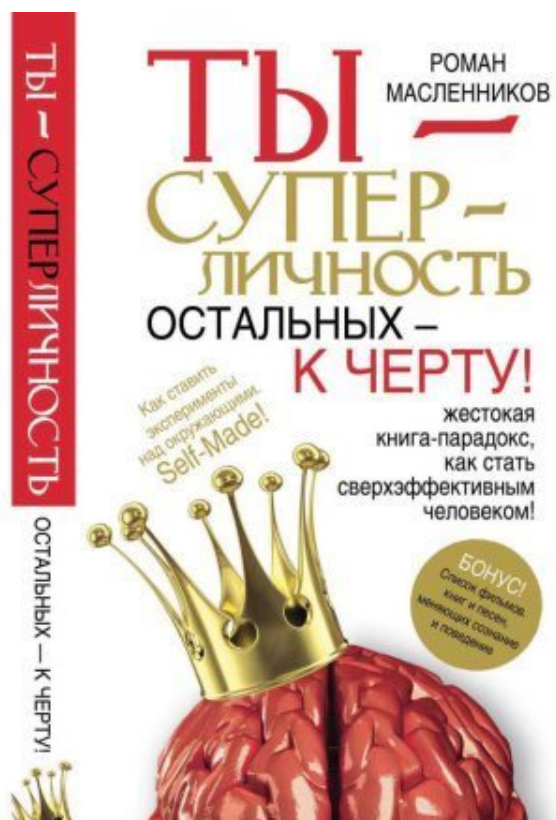
Роман Масленников — автор самого популярного в нашем ЖЖ блога о самопиаре. Он действительно СуперЧеловек и высокоэффективная личность. Масленников настоящий гурман, переспросить его не может никто, самопиар всесильен. Он родился не в Москве и не в семье олигарха. Он был подопытным кроликом всех экспериментов по самосовершенствованию. Лучшие рецепты перед вами! Конструктор успеха у Вас в руках!

Сколько правды в книге Романа Масленникова? Пугающе и ободряюще много. Пугающе — для изощренных умников, что посредством искусства пиара как дурачат или только возманивают, ободряюще — для вынужденных моих сограждан, которые пиар, надеюсь, обратят во благо. Я всегда утверждал, что не только СУПЕР, а и просто человек нуждается в трех субстанциях: честном эгоизме, в изворотливом адвокате и в изощренном пиаре. Р.М., камуляк, прежде меня это блестяще обосновал!

Отар Кушанашвили
журналист и писатель

Книга Романа Масленникова «Как сделать из себя СуперЧеловека» о том, как, оставаясь собой открыть путь к тем, на кого направлен талант специалиста, чем бы он ни занимался. Как от пассивной роли «я жду, когда меня заметят и оценят» перейти к активной «я заставляю себя заметить и оценить».

Радислав Гандапас
совладелец и ведущий тренер компании «Стратегика» — дважды признавался лучшим и профессионалом по итогам года вепор-бизнесмена «Рем», который номинирован в России»



Небольшая тонкость процесса. Поскольку это люди VIP-статуса, то предисловие – это как бы VIP-отзывы. И это VIP-отношение. Зачастую им книгу надо привозить. Например, Отару Кушанашвили я распечатал двадцать страниц, привез в бар, где он обычно отдыхает и работает на Кузнецком мосту. Мне как бы нужно было улучшить время, найти и книжку ему вовремя доставить. Кого-то приходилось постоянно торопить для других предисловий. В общем, это такая VIP-клиентская работа, но это, поверьте, того стоит. И человеку, естественно, приятно видеть свое веское слово в предисловии книги.

Поэтому работаем до начала книги с рукописью над отзывами и предисловием. Таким образом, мы, с одной стороны, пускаем слух о книге, что она готовится, а с другой стороны мы ее анонсируем. То есть: люди имеют свойство писать: «Вот, я сейчас написал отзыв о такой-то книге, написал предисловие к такой-то книге», – тесть здесь еще до выхода начинается такая пиар, рекламная кампания.

Пиратов бояться – книгу не раскрутить

О том, что рукопись при рецензировании может быть скопирована и выложена в Интернет – не беспокойтесь! Сколько случаев у меня не было, всегда без проблем! Причем рассылал я ее, можно сказать, направо и налево. Даже высылал рукопись людям, у которых я не рассчитывал отзыв получить. Но все-таки я хотел им показать, что я книгу подготовил. Да, была опасность, что они ее где-нибудь выложат, несмотря на мои увещевания о стандартной конфиденциальности. Но ничего этого не произошло. Без проблем! Поэтому рукописью прямо так не дорожите, не корпите над ней: «До выпуска в печать – ни-ни, никому не покажу». А будет уже поздно показывать.

90 %! И не обманите себя!

Совет такой – рассылайте рукопись, когда она минимум готова на 90 %. Есть опасность, причем реальная, когда вы сказали «я написал книгу» на стадии готовности, например, 50 %. Уверю вас, после этого книга не напишется никогда.

Не помогут никакие «публичные обещания»: я всем, мол, сказал, – значит, ничего не остается, как доделать книгу. Не доделаете! Это психология. Ваш мозг воспринимает это дело как завершенное. И вы таким образом подставите и себя и других, кто вам давал отзывы.

Есть такие авторы, которые присылают мне книгу в формате pdf, она уже вышла в издательстве, и все равно чуть ли не под расписку, чуть ли не под соглашение о конфиденциальности. Мы занимались продвижением книги достаточно маститого автора, доктора наук, и он мне говорит: «Каждую книгу, которую ты будешь давать на рецензию, бери соглашение о конфиденциальности, потому что я не хочу, чтобы она попала в Сеть».

На свой страх и риск, я на это соглашение, забил, и просто по своей схеме всем кому можно рассылал, показывал – по стандартной схеме действовал. И все прошло без накладок – никто никуда ее не выложил. Вот в этом главное опасение, его бояться не стоит. Иначе под соглашение о конфиденциальности глупо рассылать – вы будете клоунов в глазах потенциального рецензента.

На словах или в письме можно обозначить «секретность», но не более. Потому что то, что реально секретно – в рецензиях не нуждается.

Способ 2. Торжественные вручения

Когда у вас появилась печатная книга, что с ней делать? Во-первых, желательно с издательством, у кого вы ее печатаете, или с типографией, договориться и отложить себе экземпляров сто – это минимум. Для чего? Чтобы раздавать их буквально при каждом удобном случае, именно раздавать. Можно ее посылать курьером нарочным, или через личных помощников передавать всем-всем-всем, кого вы считаете ВИПами своей целевой группы.

Например, я свою книгу «Суперфирма» послал всем, у кого я заочно, так скажем, брал интервью – компилировал цитаты. У меня там в конце пять ярких цитат от Полонского, от Тинькова, от Дымова, и других известных бизнесменов. Я всем их личным помощникам оставил книгу, прислал, отдал. Во все торгово-промышленные палаты я принес тоже, председателю оставил. Причем, наверное, девяносто процентов моих подобных действий были без ответа: получили они книгу, не получили или личный помощник в туалете у себя (или не у себя) положил – вообще непонятно.

Но все было вежливо – «мы передадим». Чичваркину книгу я вообще через секретных людей отправлял книгу в Лондон: доставили, не доставили – тоже непонятно. Говорят, доставили. Но как проверить?

Но! Что в итоге мне это дало, раздача книг ВИПам из своей целевой группы? Мне это дало тот же запуск слухов. Как это сработало?

Приходит ко мне потенциальный клиент и мы общаемся, общаемся, и в конце я говорю: «Кстати, моя книга – посмотрите, почитайте, можете в магазине купить», – или особо важным клиентам я ее сам в магазине покупал, дарил. И я часто наблюдал следующую картину. Я дарю книгу, а он говорит: «А вы знаете, а у меня уже есть». Я говорю: «Откуда? Как вы вообще узнали?» – он говорит: «Ну, знаете, я тут был на заседании в торгово-промышленной палате, мне ее там порекомендовали как обязательное чтение для бизнеса».

Или политтехнологи знакомые мне пишут и говорят: «А ты знаешь, я сегодня с кандидатом общался, с потенциальным, вообще там Южный федеральный округ. И ты знаешь, он мне там говорил, что твои книги читал», – они там разговаривают, кто с кем общается, кто с кем знаком, кто чьего круга и так далее. И вот такие вещи всплывают. Слухи идут. И все книги, которыми я так вот занимался – раздавал, отправлял – все они получили допечатки. То есть: первый тираж ушел, пошла допечатка. Все сработало! Это общее правило: если книгу раскручивать, она раскручивается, если не раскручивать, она и не будет раскручиваться, какой бы там ни был классный текст. Раздавайте книгу вип-персонам.

100 книг себе

Как я говорил, не меньше ста экземпляров себе забронируйте. У издательства можно это в контракт включить. Если вы у издательства издаете, они пишут в стандартном договоре: «Три экземпляра авторские», – а вы исправляете, – «Тридцать» или там «Триста». И пусть они попробуют эту цену уменьшить! Но обычно идут навстречу. Или, если вы не успели поправить это в контракте, то, значит, выкупайте это по ценам издательства. Причем, лучше оптом, чтобы два раза не ездить. Я так за «Суперличностью» ездил три раза в «АСТ». Купил сначала десять, потом двадцать, потом приехал и еще пятнадцать купил. Все равно не хватает, поэтому сразу лучше озаботится этим вопросом. Моя цифра – сто, это оптимально.

ВИП-подарок при всех

Способ называется «Подарить книгу VIP-человеку». То есть: вы приходите на какое-нибудь заседание, на какое-нибудь выступление, лекцию к человеку, который, в принципе, попадает в вашу целевую группу, а его слушатели, соответственно, попадают в еще большую вашу целевую группу, еще больший охват. И когда вам ставят время ответов на вопросы, вы говорите: «А вот можно мне вопрос задать и книгу вам подарить?» – «Ой, да пожалуйста!» – и вы встаете, задаете какой-нибудь вопрос интересный, на вас все смотрят, вы держите в руках книгу, он вам отвечает, вы по-прежнему стоите, держите в руках вашу книгу, а потом вы подходите и дарите. Если вы будете первым, то спикер положит себе эту книгу на стол, или будет вообще ее в руках держать. Будет отвечать на остальные вопросы, его все с этой книгой сфотографируют, или потом все будут просить: «А дайте посмотреть. Чего вам подарили?» – ну и таким образом, соответственно, у вас тоже получается такой запуск микроинформационной кампании о том, что такая книга достойна вашего внимания.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.