

BREVE GUIDA DI
HOUSON MISSIONE WEB



SPUNTI PER LA CREAZIONE E VENDITA DI UN E-BOOK / GUIDA / PDF / LIBRO





Come approcciarsi alle prossime pagine

CHIARIMENTI DEL CASO:

QUESTO CONTENUTO E' BASATO **SULLA MIA ESPERIENZA** E SU TUTTO QUELLO CHE HO AVUTO MODO DI TESTARE COME CREATRICE DI CONTENUTI VIRTUALI E STAMPATI.

NON SI PUO' METTERE SOTTO LO STESSO OMBRELLO

LA NARRATIVA, LE GUIDE, LE DISPENSE PDF, I MANUALI, I LIBRI DI POESIE ECC ECC.

E' UNA FORZATURA PERCHE' **DIETRO** A OGNI PROGETTO C'E' UN CREATOR DIVERSO E, COSA BEN PIU' IMPORTANTE, **DAVANTI** AL PROGETTO SI TROVERA' UN PUBBLICO DIFFERENTE CHE RISPONDE A STIMOLI DIFFERENTI E ANCHE LE SINGOLE TEMATICHE HANNO GIA' LORO DEI **"PROFILI" DI PERSONE, STEREOTIPI.**

NON STA A ME DEFINIRE QUALI SONO I VOSTRI. QUESTO LO FANNO I CONSULENTI DI MARKETING QUINDI IO POSSO SOLO DARVI CONSIGLI CHE SONO PIU' CHE ALTRO **DATI DALLA STATISTICA DELLE MIE ESPERIENZE**, SUCCESSI, FALLIMENTI, RISCHI BEN CALCOLATI, RISCHI MAL CALCOLATI, SCELTE AZZECCATE, SCELTE CANNATE COMPLETAMENTE E ANALIZZATE PER FARNE TESORO.

UNA COSA E' SICURA: SE **SI HA LA NECESSITA' DI VENDERE QUELLO CHE STATE SCRIVENDO** POSSIAMO ALLORA SI', IN QUESTO CASO, CREARE UNA SORTA DI OMBRELLO PER VALUTARE ALCUNE SCELTE CHE ACCOMUNANO TUTTE QUESTE VARIABILI PER FARCI ALMENO LE DOMANDE GIUSTE A CUI TROVARE RISPOSTA O MODO PER COMPENSARE SVANTAGGI A NOSTRO FAVORE.

CON 1 MILIONE DI EURO SI METTE IN VENDITA PURE LA 🧸 E SICURO SI VENDE, QUINDI DIREI CHE SE NON LO ABBIAMO ALLORA RAGIONIAMOCI INSIEME ALMENO PER SBAGLIARE IL MENO POSSIBILE. CHE DITE?

SOS
non so da dove partire

Qualche spunto per iniziare



1 Capisciti tu

Delineare l'argomento a grandi linee in base alle competenze che si hanno oppure formandosi. Se avete un argomento molto vasto da trattare delineare a sommi tratti scrivendosi un elenco il più cronologico possibile dello sviluppo del libro. Scrivetelo.

2 Fai ricerca

Il web è pieno di risorse, quali sono le domande più frequenti sull'**argomento**, come è stato trattato, cosa manca a quella narrazione? In cosa puoi fare la differenza tu? **Leggi commenti lasciati dagli utenti nelle recensioni o nei post di chi lo ha già trattato**, che lacune emergono?

3 Suddividi

Suddividere le aree tematiche in principali e secondarie con outline puntato. Ogni argomento principale avrà così vari sotto argomenti da trattare e potrai approfondirlo ma fino "a una certa" per non perdere il focus.

4 Non deviare

A volte si vuole fare un compendio di tutto quello che si sa. Ma interesserebbe davvero tutto tutto tutto? Potresti far uscire un altro contenuto dedicato in futuro, perchè voler fare un calderone di tutto? Resta coerente.

5 Schematizza

Se è una guida o un manuale **valutate l'inserimento di foto, immagini, slide, infografiche, schemi** per schematizzare argomenti che in cui il lettore potrebbe perdersi: siate utili e se al vostro discorso serve un supporto schematico createlo.

A volte uno schema comunica più di 10.000 parole e resta più facilmente consultabile.

Attenzione: Le pagine aumentano facilmente in questi casi, quindi nel vostro testo appuntate anche quanto grandi sono i vostri contenuti grafici.

7 Titolo

Attenzione al titolo: se non

- avete un consulente la community vi può aiutare a
- sceglierlo. Anche le AI danno
- delle idee volendo, nel caso
- siate a zero, descrivete i
- contenuti (con quello che avete
- scritto al punto 1) e chiedete
- titoli adeguati.

Alcuni titoli vendono da soli il libro, altri lo azzoppiano. E' un terreno scivoloso. Non andate solo a istinto, ragionate su cosa quel titolo comunica. E' coerente? O illusorio o svilente per il contenuto?

6 Niente tesi

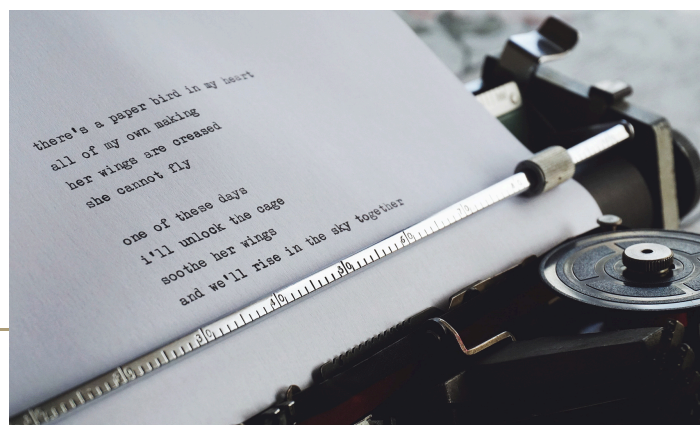
NON è utile pubblicare "a sorpresa", includete le persone nel vostro processo creativo se state creando una guida o un manuale o un pdf. State lavorando per gli altri, se li escludete diventa una tesi di laurea. I social sono ottimi strumenti per fare domande strategiche:

- **Manuale di cucina**

Possibili storie:

- Quale è la ricetta che avete sbagliato più volte?
- Il dolce a cui siete più affezionati e perchè?
- Stampo in silicone o in metallo? Quiz a scelta
- A chi interessa la Storia della torta Sacher? Seleziona Si / No
- Abbinamenti strani che avete adorato?

A cosa servono queste domande, giochi, richieste di interazione? Non solo a fare community ma anche per la vostra stesura del testo! Prendete i dati, fate una media, scoprite interessi o lacune.



8 *Beta Reader*

Scegliete alcuni beta reader:

misti, tra chi può esserne un fruitore e chi potrebbe capirne davvero e vi può dare consigli più tecnici. Persone fidate. Che prenderanno sul serio la cosa. Fate leggere loro il contenuto e fatevi dare un parere e i punti in cui hanno avuto più difficoltà a capire o si sono annoiati.

Se voi avete dubbi sottoponeteli e fatevi dare opinioni solo dopo che loro hanno espresso le loro (x non condizionarli).

Se loro hanno dubbi fateveli dire in modo preciso con elenco puntato e interrogatevi sulle loro risposte.

9 *Siate cinici...*

...quando si tratta di fare i “conti della serva” e siate **critici** il giusto quando si tratta di valutare il contenuto perchè deve piacere al pubblico, non solo a voi.

- i **precisini** si invalidano da soli, il libro non sarà mai perfetto e ogni consiglio creerà confusione perchè si metterà in discussione tutto.
- i “**raffazzoni**” inseriranno i consigli presi pure dal postino e il libro assumerà un aspetto che non è più sé stesso ma un “accrocco” di informazioni.

Se dite le stesse cose che hanno detto altri 125 allora è minestra riscaldata: pubblicarlo è come accettare l'ex dopo che si è cornuti come un alce norvegese.

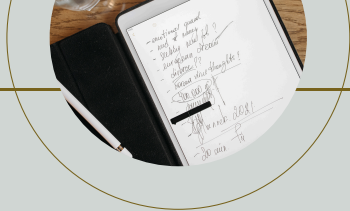
10 *Programmatevi & Proponetevi*

- **I libri si lanciano con programmazione**, non sono i sintomi di una colite.
- Avete mille possibilità: newsletter, interazioni social, sito, gruppi, colleghi, passaparola, dirette in cui ne parlate una volta ogni 10 giorni, storie, reel, post, collaborazioni (fondamentali! Usare il pubblico di altri è perfetto, si possono creare confronti, dibattiti, anche cose divertenti, challenge, commentare insieme i casi migliori e peggiori dell'argomento, fare consulenza insieme...di tutto!).

Raccogliete tutte le info che avete, tutte le possibilità nel vostro mazzo e spalmatele nel tempo. Almeno 6 mesi prima. Siate calamite per persone interessate, questo fa **parte del vostro lavoro che NO, non è solo scrivere** ma anche PROMUOVERE quello che scrivete e COMUNICARE con chi ne fruirà o vi farà lavorare.



LIBRO SCARICABILE PRO & CONTRO



LIBRO/PDF SCARICABILE

I



PRO

lo scaricabile

Non devo averlo
sempre con me

Li segue insieme al
supporto, ovunque vadano.
Sia il nostro libro che gli altri
e questo permette loro di
accedervi velocemente
anche fuori casa perchè è
leggero, non devo
muovermi scegliendo di
portarlo e rischiando di
dimenticarlo.



CONTRO

lo scaricabile

Ha una esperienza tattile
limitata

I veri booklover non hanno
quello che più amano dei
libri: il contatto con le
pagine, l'odore della carta, la
possibilità di sottolineare
con la loro matita preferita,
(se è un manuale) di
prenderlo dallo scaffale al
volo per dare una veloce alle
cose su cui hanno più
dubbi.



LIBRO/PDF SCARICABILE

2



PRO

lo scaricabile

Non li fa sentire dei
“novellini”

Questo accade soprattutto a manuali e guide: **si può dare una occhiata** senza sembrare "novellini" anche vicino ai clienti, se ho un dubbio posso dire che "do una occhiata agli appunti che mi ero fatta per lei" anziché "mi serve il manuale perché non mi ricordo"

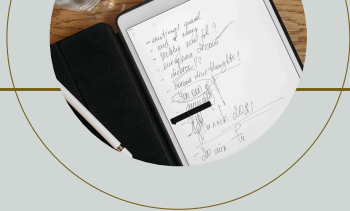


CONTRO

lo scaricabile

Ha una esperienza tattile
limitata

Soprattutto per i supporti che sono multifunzionali come gli IPAD, **non permettono una vera lettura immersiva** a meno che non si disabilitino volontariamente notifiche e si resista al "do solo una occhiatina".



LIBRO/PDF SCARICABILE

3



PRO

lo scaricabile

Non pesa fisicamente
sulla schiena dell'autore

Potete prendere il treno, l'auto, Uber, Taxi, Aereo, senza dovervi caricare scatoloni di libri da vendere. **Segue voi che lo avete creato perchè la sua vendita è de-localizzata.** Vi muoverete liberamente per speech e chi vuole può prenderlo online mentre parlate senza addetti alla vendita.

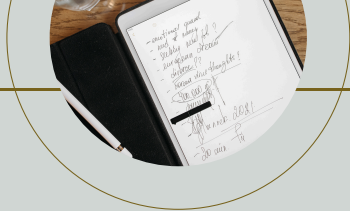


CONTRO

lo scaricabile

Se non lo avete dietro
potrebbe non venderci

Se possono sempre trovarlo perchè comprarlo ora al vostro speech? Potrebbe essere preso in un secondo momento o anche MAI se quando lo proponete non lo avete pronto da vendere. Se sono un compratore "old school" vorrei che l'autore lo firmasse.



LIBRO/PDF SCARICABILE

4



PRO

lo scaricabile

E' economico e
facilmente aggiornabile

Nessun capitale investito e bloccato, nessuna giacenza, niente da spedire, niente da stoccare, nessun limite di pagine per stare nel budget. Correzioni, integrazioni, aggiornamenti, upsell possono essere fatte e pubblicate senza pesare su tasche e magazzino. Chi vuole la stampa di alcune pagine può farla anche a casa, anche solo di quelle che desidera.



CONTRO

lo scaricabile

Dà minore prestigio al suo
autore

Tende a fare meno curriculum se non avete statistiche, meno "professore" o "scrittore posizionato". E' più vicino alla nuova generazione ma meno a quella a cui serve ancora vedere un volume fatto di carta. Il che quindi necessita di capire a che pubblico ci si rivolge altrimenti rischia di "non esistere".

I

print on demand

NON SOTTOVALUTATE IL PRINT-ON-DEMAND
(ANCHE AMAZON LAVORA COSI') LA SCELTA DELL'E-BOOK NON LIMITA LA POSSIBILITA' DI DARLO A PIATTAFORME CHE STAMPINO SU RICHIESTA ANCHE SOLO UNA COPIA PER VOLTA.

Un pò meno margine, ma anche doppia scelta tra cartaceo e e-book

Consiglio

HA ALTRI POTENZIALI

2

pre order

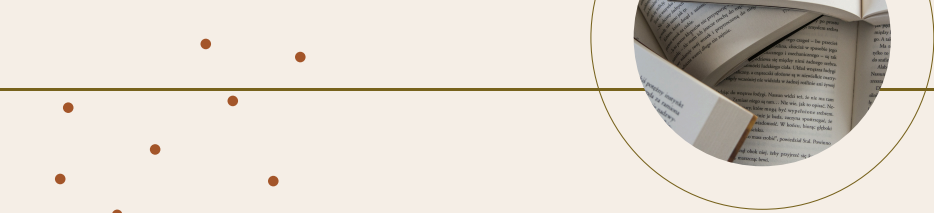
NON SOTTOVALUTATE LA STAMPA IN PRE - ORDER

Se è piaciuto e ci sono richieste potete aprire una prevendita di ordini per una stampa cartacea. Il che non scontenta il pubblico che desidera questo supporto, anzi, esaudisce il loro desiderio in esclusiva, li fa sentire ascoltati, e dà a voi molti dati.

Piccoli scaglioni 50 copie ad esempio, sono raggiungibili e vi fanno da termometro. Nessuno lo chiede? Print on demand che chiedete voi stessi per accontentarli e registrate lo scarso interesse per quella versione



LIBRO CARTACEO PRO & CONTRO



LIBRO/PDF CARTACEO

I



PRO

il cartaceo

Permette esperienza
tattile

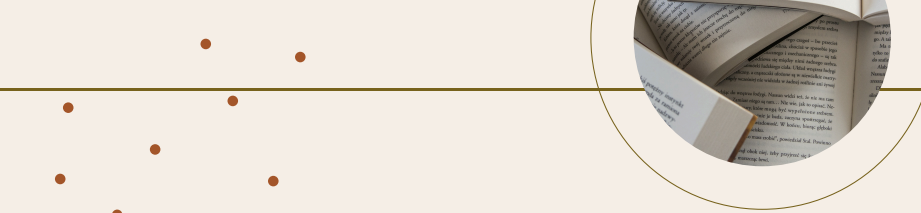
Amato da chi ama tenere in mano ciò che legge, molti booklover lo apprezzano di più. Amano tenerlo in libreria e sottolineare anche alcune parti. I manuali **permettono di avere spazi in cui rendere appunti**, evidenziare, compilare quiz.

CONTRO

il cartaceo

Forte per la narrativa, meno
per altri settori.

Una volta i "vecchi" e-book reader permettevano solo di leggere e mettere segnalibri. Ora gli IPAD e i nuovi dispositivi di lettura e taccuini digitali permettono anche di **prendere appunti, evidenziare, scrivere**, su un supporto leggero da trasportare se studio e viaggio.



LIBRO/PDF CARTACEO

2



PRO

il cartaceo

ha un valore maggiore sulla
percezione di professionalità

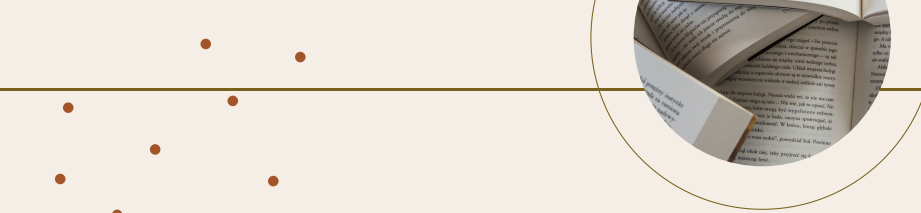
Il **valore percepito è maggiore**, si pensa sempre che dietro ci sia un editore o che l'investimento effettuato sia maggiore quindi quel professionista ha un lavoro già più avviato, posizionato, avvalorato e la sua qualità sarà maggiore.

CONTRO

il cartaceo

Ha costi alti da sostenere e
minimi di stampa

Il costo di produzione è maggiore. Se il libro di narrativa ha un numero di pagine definito dalla quantità di testo, carta, copertina, il manuale ha anche spazi per immagini, per prendere appunti, schemi, foto, tabelle, infografiche che **moltiplicano il numero di pagine da stampare.**



LIBRO/PDF CARTACEO

3



PRO

il cartaceo

sempre disponibile da voi in magazzino e vi segue

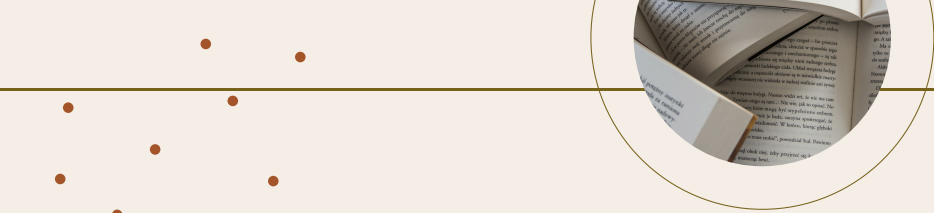
Presentazioni, firmacopie, eventi, interventi in cui andiamo come ospiti, **il libro di carta ci segue e molti sono portati a prenderlo lì**, sul momento, perchè è disponibile a portata di mano e non vogliono scartoffiare per reperirlo successivamente.

CONTRO

il cartaceo

ha un costo di stoccaggio e un peso di trasporto

Per avere un buon prezzo si tende a farne un numero di copie minimo, significa capitale fermo, **necessità di stoccaggio** che cresce in base al suo volume, **peso da trasportare e gestire la vendita se andate a eventi e riportare a magazzino l'esubero** (credetemi, è da tenere in conto!).



LIBRO/PDF CARTACEO

4



PRO

il cartaceo

E' fisicamente più resistente
nel tempo

Fatta quella spesa non avrai
altri costi, **rischia meno
danneggiamenti, non si
"scarica"**, è meno rubabile, non
è legato ad altri supporti ma
solo a sé stesso. Fisicamente
meno deperibile,
emotivamente affezionabile. Se
non piace si rivende, si accende
il camino, si pareggiano le
gambe del tavolino

CONTRO

il cartaceo

Il contenuto invecchia
prima nel tempo

Un libro di narrativa sarà
eterno, non esisteranno
versioni 2/3/4. Una guida, un
manuale, **invecchia più
facilmente** e doverlo
ricomprare per averlo
aggiornato occupa il doppio
dello spazio, se gli
aggiornamenti non sono
molti, potrebbe interessare
meno.



DOMANDA DA PORSI: COSA DEVE FARE IL MIO LIBRO/PDF?

Indaghiamo i modelli che abbiamo per metterlo in vendita, per prezzarlo e per valutare a grandi linee quali opzioni abbiamo. Vedremo:



Modello di vendita

Farmi guadagnare un alto
margine su ogni singola copia
venduta.



MODELLO DI VENDITA PRODOTTO CON MARGINE ALTO

I



PRO

OGNI VENDITA E' UN
GUADAGNO

|
Un prodotto con un buon
margine sopra permette di
accumulare utile sostanzioso
ogni singola vendita.



CONTRO

ALTE ASPETTATIVE
CAUSA PREZZO ALTO

|
Un prodotto con un buon
margine mi espone a costi più
alti per produrlo, la qualità
deve essere alta, il contenuto
deve essere **non facilmente
reperibile altrove.**



MODELLO DI VENDITA PRODOTTO CON MARGINE ALTO

2



PRO

PERFORMANCE A
LENTO RILASCIO

Non mi obbliga a doverne vendere migliaia, se il margine è buono posso anche **venderlo più lentamente ripagandomi comunque velocemente delle spese.**



CONTRO

ALTE ASPETTATIVE
CAUSA PREZZO ALTO

La **curva di vendita inizia alta** grazie alla vendita del pubblico che ci conosce direttamente ma **poi scende man mano** che finiscono amici / parenti / fans / clienti già facilmente convertiti. Rischio di stallo delle vendite.



MODELLO DI VENDITA PRODOTTO CON MARGINE ALTO

3



PRO

DA VALORE ALLA
FIGURA PROFESSIONALE

|
Dà valore alla mia figura professionale, legittima le mie conoscenze con un inquadramento "professionale" che solitamente viene associato a chi è supportato da editori. Uno bravo si paga, si sa.



CONTRO

NECESSITA TRUST E
FEEDBACK POSITIVI

|
Devo lavorare molto per **conquistare nuovi acquirenti che non mi conoscono**, a loro devo far percepire che sono professionale e **VALGO** quel costo. Uno bravo ha anche feedback positivi che lo validano.



MODELLO DI VENDITA PRODOTTO CON MARGINE ALTO

4



PRO

TUTELA IL MERITO DEL
MIO LAVORO

Il prezzo non bassissimo mi permette di **dare valore al mio lavoro guadagnando quello che merito per lavorare in qualità**, mi distingue dai produttori seriali di libretti in AI, e comunica che il mio contenuto ha valore.



CONTRO

MOTIVARE LA FIDUCIA
COSTA MOLTO

Avvalorare la mia figura costa soldi e tempo, devo essere **davvero utile e presente su molti canali per trovare pubblico**, per far capire che valgo quei soldi e convincere i nuovi a scegliermi rispetto ad altri professionisti.



MODELLO DI VENDITA PRODOTTO CON MARGINE ALTO

5



PRO

MOLTO MARGINE,
MOLTO STORYTELLING

Posso creare uno storytelling che faccia capire alle persone il **valore del mio libro** senza svilirlo e coltivare un pubblico di qualità in grado di apprezzare quello che ruota intorno alla mia professione.



CONTRO

NON ADATTO A TUTTE
LE TASCHE

Chi ha poco budget è tagliato fuori a meno che io non li convinca che **sono un bene primario**, e stimoli una esigenza che supera la razionalità e mi faccia dare soldi che non avrebbero. Potrei avere molti follower che si fanno bastare i contenuti gratis dello storytelling...e non spendono un cent.



Modello di vendita

Farmi guadagnare un margine più
basso ma rendersi facilmente
diffondibile





MODELLO DI VENDITA PRODOTTO CON MARGINE BASSO

I



PRO

PUBBLICO VASTO
TARGET AMPIO

Un prodotto con un basso margine sopra potrebbe essere venduto a meno, e questo permette di **essere accessibile a un pubblico vasto** che include **basse fasce di reddito o studenti**.



CONTRO

MOTIVARE LA FIDUCIA
COSTA MOLTO

Un prodotto con un basso margine potrebbe essere **insostenibile in alcuni casi** (libro cartaceo autoprodotta e autodistribuito). Il basso margine mi espone a **doverne vendere moltissimi** per guadagnare qualcosa.



MODELLO DI VENDITA PRODOTTO CON MARGINE BASSO

2



PRO

RISCHIO LIMITATO PER
CHI COMPRA, FACILE
SODDISFARLI

Non mi obbliga a dover lavorare in modo massiccio sul trust, in quanto possono comprarlo rischiando poco anche solo per curiosità o se hanno qualche dubbio. Pagando poco potrebbero aspettarsi poco se non ci conoscono: possiamo sorprenderli e conquistarli! Mi facilita le vie di acquisto in quanto non devo costruire storytelling molto elaborati per convincerli.



CONTRO

RISCHIO DI SEMBRARE
POCO PROFESSIONALI

Se il prezzo resta altino (e ho rinunciato a molto margine per non renderlo troppo caro) la mia figura professionale non viene intaccata **ma** se il prezzo è troppo basso **se non compenso lavorando bene sul darmi valore rischio di sembrare sottoprezzato e svalutabile** (= "se valeva sarebbe ovviamente costato di più")



MODELLO DI VENDITA PRODOTTO CON MARGINE BASSO

3



PRO

FACILE UPSELL E CROSS
SELL

E' un **facile prodotto da abbinare in upsell e cross sell con altri**, con dispense, aggiornamenti, integrazioni, scaricabili da stampare, pdf per esercitarsi. Se esce una nuova edizione potrebbero ricomprarla se il costo è contenuto. E' ottimo con gli scaricabili e-book/pdf.



CONTRO

MOLTO PUBBLICO
SPENDENTE DA
TROVARE

La necessità di venderne moltissimi richiede un **investimento in sponsorizzazioni per raggiungere più pubblico** o un **continuo lavoro per coltivare la crescita di pubblico naturale**. = diverse ore di lavoro o diversi soldi da spendere.



MODELLO DI VENDITA PRODOTTO CON MARGINE BASSO

4



PRO

SE COSTA POCO E'
INCLUDIBILE IN
PROGRAMMI FORMATIVI

Posso inserirlo facilmente in un **programma di formazione per studenti, potrei propormi per laboratori, workshop, speech in accademie e includere il download.** Si potrebbe diffondere in modo vasto e veloce, poco costo per chi mi ospita, decine di feedback che mi farebbero da “recensioni” per quelli che lo pagheranno.



CONTRO

RISCHIO DI
DISPERSIONE DI
ENERGIA E POCHI €

Devo **avere un programma per poterlo diffondere** o rischio di aver lavorato senza rientrare. La visuale va estesa nel tempo e vanno creati molte delle situazioni elencate nei pro. Trovare questi agganci non è sempre facile. Se mancano del tutto, va lavorato sodo partendo da zero.



Modello di vendita

Farmi guadagnare su servizi correlati, non direttamente sulla copia del libro venduta.





MODELLO DI VENDITA PRODOTTO PER PROPORRE SERVIZI CORRELATI

I



PRO

PRODOTTO CIVETTA
COTTO E MAGNATO

E' un prodotto che viene venduto a una **fascia di prezzo più bassa** e include tutti i vantaggi del prodotto a margine minimo. Essendo un **prodotto "civetta"** può avere periodi in cui viene distribuito a poco e non avrà necessariamente una serie di motivazioni da dare per avvalorarne la vendita fine a sé stessa.



CONTRO

SE NON CONVERTE SON
PERLE AI PORCI

Se non si lavora bene sulla comunicazione e sulla proposta dei servizi correlati **si rischia di disperdere molta energia per regalare perle ai porci**. Se nessuno prende il servizio correlato state regalando e svalutando e svalutando il vostro libro.



MODELLO DI VENDITA PRODOTTO PER PROPORRE SERVIZI CORRELATI

2



PRO

SE E' FATTO BENE
VI RIPAGA CON MOLTO
TRUST

Se è ben fatto e utile, risolve il problema di molte persone **creando un trust**, un feedback positivo, a minimo sforzo (= mi ha risolto un problema, è alla mia portata, è professionale, varrebbe anche di più di quello che ho pagato) e **predisporre alla vendita di altro.**



CONTRO

RISCHIO DI
SVALUTARSI

Il prodotto civetta proposto in modo troppo "supermercato" **svalisce la vostra professionalità**. Se non passa chiaro il fatto che non è solo una DIMOSTRAZIONE di competenza, ma **REALE AIUTO** a molte persone, un **AVVICINARSI a un pubblico** per aiutarli, vi farà sembrare dei **piazzisti**.



MODELLO DI VENDITA PRODOTTO PER PROPORRE SERVIZI CORRELATI

3



PRO

SI PUO' SERIALIZZARE
FACILMENTE E FLETTERE

Ci da una **forbice di prodotti upsell e servizi correlati molto ampia da proporre**, edizioni più estese a pagamento, diffusione ampia della nostra popolarità, MOLTO MARGINE sui servizi correlati, possiamo crearne uno, due, cento, mille, per argomenti inerenti ai servizi (PDF **gratis** "come prendersi cura delle proprie unghie in gel" ---> servizio onicotecnic* a 80 €, lo scrive chi fa l'onicotecnico...di unghie ne sa, lo leggo, mi piace, ci vado a farmi le unghie, pago il servizio 80€)



CONTRO

RISCHIO DI ESSERE
MENO NECESSARI

I servizi che ruotano intorno devono essere ben calcolati. Se sono locali **non aspettatevi persone che vengono subito da lontano**. Vi basta quel pubblico? Potete spostarvi voi o finisce dove finisce il vostro quartiere? E' un potenziale **cannibalizzatore di contenuto**. Se gli dite troppo non spenderanno per altro, sanno già tutto! (Esempio: Onicotecnic* che vende manuale a 7 € per fare le unghie **PROFESSIONALMENTE (senza di lui/lei)** a casa ma vive facendo le unghie, epic fail, è meglio fare un manuale come "Prodotto ad alto margine")

Q&A

4 domande . La prima è un classico che mi viene chiesta spesso da chi ha una mezza che è “un po' un ibrido”. La seconda mi è arrivata via mail e le ultime due mi sono state fatte ad uno speech. Le ho brevemente trascritte perchè inerenti all'argomento (tenetevi un notes digitale con le domande interessanti che ricevete. Serve sempre quando andate a progettare contenuti!)

DOMANDE

RISPOSTE

Potrei mescolare alcuni formati di produzione per fare un programma un po' "tutto mio"?

1

Assolutamente sì, ma ricorda sempre che “nessuno l'ha mai fatto prima” potrebbe anche voler dire “lo hanno fatto, non ha funzionato, hanno abbandonato”, Quindi fai bene i conti!

Per la narrativa, fantasy, romanzi e poesie, meglio e-book o carta stampata?

2

Non sta a me dirlo, non sono esperta del settore ma quello che so (essendo iscritta a vari book club) è che la carta per la narrativa ancora vince, il fantasy va per la maggiore, ma ci sono anche molti lettori digitali. Fosse mio farei fase beta e-book + print on demand e se piace, pre order e si stampa!

Quale è lo scoglio più grande che hai trovato con il cartaceo?

3

1. **Costo alto** aggravato soprattutto dalla copertina, farla rigida ha influito del 35% (too much). Stampa offset: non era necessaria, la digitale andava bene, fare i precisini sulla qualità della carta / stampa era troppo azzardato. Margine minuscolo, tipo pacchetto di caramelle.
2. **Peso di trasporto.** Immenso. Impossibile. Treno off limits. Andare a fare gli speech è stata una fatica. Andare con 10 libri è brutta figura, ma tanti libri da scarrozzare pesano. Se non sai quanta gente c'è porti tanto ma, se porti molto e non vendi devi ricaricare tutto e fai brutta figura, se ne porti pochi e non bastano fai brutta figura lo stesso.

Cosa sceglieresti ora?

4

Farei quello che ho detto anche nella risposta 2. Prototipo cartaceo print on demand (il classico menabò), digitale e print on demand mostrando il menabò.



C'è un mio speech che ti racconta di questo e anche altro. Se riesci a superare lo scoglio parolacce e vuoi qualche info in più puoi ascoltarlo senza guardare lo schermo poiché non è un video.

