

Manual de Divulgação de Livros

Clube de Autores

Índice

Você está protagonizando uma nova era.....	3
As 5 vantagens que o Clube de Autores oferece a você	4
Isso significa que você não terá nenhum trabalho?	5
O primeiro passo de uma boa divulgação é uma boa distribuição.....	6
More na blogosfera.....	8
O que publicar no blog?	8
Seja onipresente	8
Seja conhecido	9
Viva em rede.....	10
Exponha-se nas redes.....	10
Construa a sua audiência	10
Apaixone-se	10
O que você deve evitar?	11
Estruturando sua vida de escritor.....	12
Arrume críticos literários.....	13
Escolha seus críticos	13
Relacionamento importa	13
Use a crítica a seu favor	14
Somente com isso.....	14
Seja entrevistado	15
Deixe seus leitores te degustarem.....	16
Disponibilize alguns capítulos de graça	16
Posicione-se como especialista	17
O evento de lançamento	18
O porte do evento.....	18
O local.....	18
<i>Eventos intimistas</i>	<i>19</i>
<i>Lançamento virtual.....</i>	<i>19</i>
Os convites	19
<i>RSVP</i>	<i>20</i>
Estoque necessário.....	20
<i>Atenções especiais</i>	<i>20</i>
O pós-evento	21
Marca se faz todo dia	22
O fator exponencial	22
Para chegar lá.....	23

Você está protagonizando uma nova era

Se você chegou a publicar o seu livro no Clube de Autores, é porque já está participando de uma verdadeira revolução que está acontecendo, em todo o mundo, no mercado autoral.

Pela primeira vez, os próprios artistas – escritores, músicos etc. – não têm absolutamente nenhum intermediário entre a sua obra e o seu público. Pela primeira vez, escritores não precisam submeter a sua obra à avaliação de empresas com o poder de decisão sobre publicá-la ou devolvê-la, rejeitando o original.

Pela primeira vez, todos, sem exceção, podem mostrar ao mundo quem são, como são e o que fazem – sem depender de nenhum terceiro e sem precisar pagar por isso.

As 5 vantagens que o Clube de Autores oferece a você

1. **Liberdade editorial:** Se você escreveu um livro e está contente com o resultado, então não precisa de ninguém que avalie a qualidade. Ninguém melhor do que o próprio autor, aliás, para avaliar a qualidade da sua obra.
2. **Liberdade comercial:** Você mesmo pode determinar quanto deseja ganhar por livro vendido, não havendo necessidade alguma de se seguir convenções que determinam, por exemplo, que o autor deva receber 8% do preço de capa a título de direitos autorais.
3. **Transparência:** Aqui, você conseguirá controlar a sua produção diretamente. Com um sistema de autopublicação como o Clube de Autores, você saberá exatamente quantos livros vendeu e quanto tem a receber.
4. **Aqui, tudo é gratuito:** Você não precisa mais pagar por uma tiragem mínima de 1.000, 200 ou mesmo 1 livro. Na era da Internet, não faz mais sentido pagar para lançar a sua própria obra. A obra, o livro, independe disso – e só precisa ser impresso quando efetivamente vender, livrando o autor de qualquer compromisso ou barreira para o sucesso.
5. **Distribuição sem igual:** O quinto e mais importante de todos os pontos é o tamanho da presença que você consegue ter, algo que apenas o Clube de Autores consegue entregar no mercado editorial brasileiro. Publicou aqui? Então - também sem nenhum custo - seu livro poderá ser vendido nas maiores livrarias do país como Livraria Cultura, Estante Virtual, Amazon, Submarino, MercadoLivre e outras, tanto no formato impresso quanto no digital.

Somando estas e outras vantagens, você já consegue ser dono do próprio nariz – e cabe agora, exclusivamente a você, ser um sucesso editorial. Sem depender mais de absolutamente ninguém.

Isso significa que você não terá nenhum trabalho?

Não, não significa.

Lançar um livro sozinho não acontece por mágica. Não basta publicar o livro e ficar sentado, esperando fama e fortuna. Publicar um livro, aliás, é apenas uma parte da equação.

Veja: ao abraçar o conceito de autopublicação, você está assumindo para si as cinco principais tarefas de uma editora, a serem:

1. **Diagramação.** Você mesmo passa a ser responsável por diagramar o seu livro, estruturar o miolo e formatar a capa. É claro que, aqui, pode contar com a ajuda de amigos, contratar profissionais da área ou cuidar pessoalmente do assunto, usando dicas vindas da Internet e mirando-se nos exemplos de outros livros que goste.
2. **Revisão.** Cabe a você (ou a algum amigo) garantir que o português esteja correto.
3. **Publicação e impressão.** No sistema sob demanda, o próprio Clube de Autores atua como seu parceiro nesta etapa – e sem custo algum.
4. **Divulgação.** Esta talvez seja a etapa mais crucial do processo – e alvo deste ebook que te auxiliará a cuidar pessoalmente disso.
5. **Administração dos direitos autorais.** Aliás, ninguém melhor do que você para administrar o dinheiro que ganhar com as vendas da sua obra. Correto?

O primeiro passo de uma boa divulgação é uma boa distribuição

Com a publicação e administração dos direitos autorais garantida pela sua parceria com o Clube de Autores, cabe aqui explorar o lado mais delicado da produção de um livro: a distribuição e a divulgação.

E vamos começar já quebrando paradigmas. O que é uma boa distribuição?

Em teoria, uma distribuição bem feita significa ter o seu livro nas vitrines de todas as livrarias. Certo?

Errado. Primeiro porque raramente autores que não sejam famosos sequer ganham espaço em vitrines, que costumam ser disputadas a tapa. E, segundo, porque de nada adianta estar em uma livraria se o seu livro ficar escondido atrás de prateleiras e sem nenhum destaque. Ou seja: você estará presente, mas escondido. E será localizado apenas por leitores que ativamente procurarem pelo seu livro.

Você sabe onde um leitor mais procura por livros? Não é em shoppings e nem em lojas de rua – mas na Internet. Para ser mais objetivo, no Google e nas principais livrarias online do mercado.

É nesses ambientes que ele digita tema, nome do livro ou nome do autor e chega a uma determinada obra. Se ele gostar do livro, pode pesquisar preços em diversos sites de livrarias online antes de escolher.

E aqui, no Clube de Autores, a solução já está dada para você. Se seu livro estiver publicado e seguindo os pre-requisitos de distribuição em canais, ele será devidamente posicionado nas maiores livrarias do Brasil.



**PUBLIQUE SEU LIVRO AQUI
E VENDA NAS MAIORES LIVRARIAS DO BRASIL**

amazon Submarino americanas.com estante virtual livraria cultura mercado livre

Em outras palavras, você estará localizável. E mais: como parte do processamento natural das livrarias, quando elas detectam, em seus sites, um volume relevante de compras por qualquer obra, elas mesmas entram em contato conosco para comprar um estoque próprio e distribuir em suas lojas físicas, impulsionando ainda mais as vendas.

Em outras palavras, na era da Internet, a distribuição não é mais um problema. Basta estar localizável – e as pessoas interessadas te encontrarão.

Distribuição, no entanto, não é a mesma coisa que divulgação. Aí, as regras são outras.

Em um processo de compra online, não basta apenas trabalhar a presença na Web. Se você procurar o seu livro agora, no Google, seja pelo seu nome ou pelo título, certamente o encontrará. Mas o que garante que as vendas ocorrerão? Ou melhor: o que garante que um grande número de pessoas tenha interesse em procurar o seu livro na Web?

É aí que entra a divulgação.

Existe *n* maneiras de se divulgar na rede – e este ebook abordará algumas das principais. A primeira e mais importante é: comece a se firmar como referência no segmento sob o qual escreve.

More na blogosfera

Se você já tem um blog, ótimo. Se não tem, está na hora de começar. Comece escolhendo ferramentas de mercado, como Wordpress ou Blogger. A montagem de um blog é fácil e cada uma das ferramentas disponibiliza um tutorial muito claro sobre como montá-lo.

Da mesma forma que um livro, um blog precisa de trabalho para crescer. No entanto, o esforço aqui é muito mais simples e parte do que você provavelmente sabe fazer melhor: escrever.

Mantenha o seu blog sempre atualizado, com posts sempre recentes e deixando claro o seu ponto de vista. Um dos objetivos do blog é deixar claro quem você é e como escreve, criando e cativando uma audiência.

Perceba que, com o tempo, você também conseguirá crescer em relevância em torno do tema que estiver blogando - o que naturalmente trará uma gama de leitores que já se familiarizarão com seu estilo de escrita.

O que publicar no blog?

Alguns autores escolhem publicar o livro inteiro no blog, como se cada capítulo fosse um post. Essa é uma decisão que cabe a cada um - mas considere a hipótese de que alguns podem não querer pagar por um livro que já está disponibilizado, na íntegra, gratuitamente, na rede.

O ideal, aliás, é que você use o blog para falar de outros assuntos, ainda que girem em torno da mesma temática.

Seja onipresente

Lembre-se também de que um blog é uma ferramenta social. Ou seja: você poderá formar uma comunidade de amigos afins, de outros blogueiros que compartilhem os mesmos pontos de vista que você.

Nos mais diversos blogs, é comum se encontrar indicações para outros blogs. Um olhar mais conservador costuma se perguntar "por que indicar uma outra fonte de informação para o meu usuário, já que isso pode significar uma perda de audiência em relação ao meu blog".

Bom... Não é assim que a blogosfera funciona. Você não está sozinho - você é parte de uma rede de blogueiros espalhados por todo o mundo. De pessoas que gostam de gerar conteúdo e que o fazem por paixão.

Se você indicar algum blog para os seus usuários, é bem possível que esse blog indique os usuários de volta para você, gerando uma rede cruzada de indicações.

Mas veja: isso não é um negócio e ninguém tem obrigação de indicar ninguém. É uma rede social informal, tão simples quanto poderosa.

Seja conhecido

Além de indicar os blogs, seja conhecido na blogosfera pelos seus pontos de vista.

Expresse-se sempre.

E não apenas no *seu* blog. Entre nos blogs de seus amigos, comente, participe ativamente.

Entretenha-se consigo mesmo, expressando-se pela rede. Quanto mais você fizer isso, mais conhecido ficará – e mais audiência agregará para o seu blog.

E, claro, a sua audiência certamente será o melhor alvo da sua divulgação.

Viva em rede

Novamente, quanto mais você for conhecido, mais venderá.

Salve raríssimas exceções, esta é uma regra quase sagrada do marketing e das redes sociais. O seu blog já gerará um “buzz”, um burburinho, em cima do seu nome – e caberá a você replicar este barulho, dar mais coro a ele e garantir que, cada vez mais, mais pessoas te conheçam. E você não precisa de absolutamente ninguém para isso.

Exponha-se nas redes

Entre e mantenha-se ativo nas redes que se sentir mais confortável como Instagram, Facebook ou Twitter. Busque e participe de grupos de discussão que abordem temas pertencentes ao universo sobre o qual você escreve. Faça parte dessas comunidades e, mais uma vez, deixe o seu ponto de vista.

Construa a sua audiência

Novamente, aqui você estará construindo uma audiência – um público que te seguirá e para quem, aos poucos, você se tornará referência.

Relacione-se com ele. No seu blog, veja os comentários deixados e procure responder o máximo possível; nos comentários que você deixou nos blogs dos outros, mantenha-se atento a eventuais réplicas e deixe o papo sempre vivo.

Cite os seus blogueiros indicados quando possível, cativa esse relacionamento digital que, além de ampliar o seu leque de conhecidos, será a principal base para que você se insira no mercado editorial.

Apaixone-se

Mas a regra mais importante deste capítulo é: tenha paixão por agir em comunidade. Blogar (ou tuitar ou instagramar) por obrigação não funciona – como também não funciona postar meia dúzia de comentários em blogs de terceiros, em comunidades ou em listas de discussão e nunca mais voltar.

Engajamento, na Internet, tem que ser um prazer para você – afinal, isso consumirá tempo e é algo que você só conseguirá manter se gostar.

Assim, tente montar a sua estrutura social da forma que mais lhe dê prazer, encarando isso não como uma ação de divulgação, mas como a base para formar a sua marca perante o mundo – o que ajudará você em muito mais do que em vender um livro.

O que você deve evitar?

Ninguém gosta daquele estilo típico de vendedor em esquemas de pirâmide. Ou seja: evite passar a impressão de que você só está se aproximando das pessoas para “empurrar” um produto. Aliás, se você tem um livro escrito, é porque tem muito a contribuir com as pessoas e com a comunidade como um todo.

Ao formar uma audiência, o objetivo é criar laços, é ter pessoas interessadas em você e no que você tem a dizer. A venda em si só ocorre como consequência – e não como causa – disso.

Evite malhos comerciais, exageros. Evite, a todo custo, fazer SPAMs e bombardear o seu público com emails ou Whatsapps insistindo para que eles comprem seu livro. A única consequência deste tipo de ação é gerar um desconforto no seu público com você, o que fatalmente significará perda de credibilidade e de audiência.

Você não quer ser evitado. Quer ser desejado.

Formar a sua marca na comunidade é o primeiro passo para ter sucesso nas suas vendas. O leitor precisa se identificar com você, conhecer o seu estilo e formar um elo efetivo.

Com isso, ficará muito mais fácil divulgar o seu livro com as tantas ferramentas disponíveis na rede!

Estruturando sua vida de escritor

Se você já tiver um nome conhecido no mercado, terá também, claro, muito mais facilidade em lançar o seu livro. Ser conhecido pode ser fruto de uma série de coisas, como um desempenho profissional exemplar, uma postura polêmica sobre diversos assuntos ou uma presença forte na Internet. Isso sem contar, claro, com boas críticas sobre o seu livro.

A sua vida de escritor será muito mais fácil (e mesmo viável) se você conseguir trabalhar com uma audiência já formada, já sedimentada. Mas, mesmo sem esta audiência, existe ainda um conjunto de técnicas que te permitirá divulgar o seu livro pelos quatro cantos. Vamos a elas!

Arrume críticos literários

Um dos elementos que fará um leitor se decidir pela compra do seu livro é o conjunto de críticas positivas que ele recebeu. Essas críticas podem ser desde artigos em sites ou blogs até depoimentos na quarta capa do livro.

Se elas estiverem na página do seu livro, nos sites das livrarias online que os revendem, tanto melhor: a opinião alheia costuma ter um peso sem igual na decisão de compra.

Escolha seus críticos

A primeira coisa que você precisa fazer é descobrir quais os críticos literários que mais te interessam. Eles podem ser blogueiros, jornalistas ou influenciadores em redes como Instagram, Twitter ou Facebook. O que importa, na prática, é a influência que eles têm em relação ao público que você busca.

Use a Internet para localizar um grupo de críticos, selecionando a quantidade que você achar adequada.

Durante esse processo de busca, acesse as matérias desses críticos, os posts e os seus estilos. A primeira coisa que você precisará fazer será entrar em contato com eles.

Se forem blogueiros ou influenciadores digitais, muitos deixarão suas formas de contato disponíveis, bastando que você os envie uma mensagem. Para outros, você precisará mandar um comentário nos seus blogs, apresentando-se e pedindo os seus contatos.

Se forem jornalistas, entre em contato com o site perguntando a melhor forma de chegar até o crítico.

Relacionamento importa

Quanto mais próximo você for do crítico, claro, maior será a possibilidade dele publicar algo sobre o seu livro.

De qualquer forma, o processo aqui será simples.

1. Primeiro, apresente-se como autor e leitor do crítico, convidando-o a analisar o seu livro. Escreva um texto simples, um resumo sobre a sua obra e sobre você.
2. Em seguida, pergunte se ele aceitaria receber um livro seu e tecer uma crítica ou depoimento.

3. Caso positivo, você precisará pegar o endereço dele e enviar um exemplar de presente. Este investimento será fundamental aqui: dificilmente algum crítico, seja ele profissional ou amador, comprará um livro para tecer uma crítica a pedido do próprio autor.

Portanto, escolha os seus destinatários com cuidado, levando em conta os seus perfis e quem tem mais possibilidade de publicar algo. Afinal, mesmo presenteando-o com um exemplar, nenhum crítico se enxergará forçado a escrever algo sobre o seu livro.

De qualquer forma, dependendo das suas escolhas, é bem possível que críticas comecem a aparecer pela Internet.

Mas atenção: não cobre nada dos críticos, pois ninguém é obrigado a publicar elogios – e monitore seus sites, blogs e redes. Fique atento a comentários de leitores e, na medida do possível, responda a todos.

Use a crítica a seu favor

Se alguma resenha te chamar mais a atenção pela qualidade ou pelo nome do crítico, peça autorização para publicá-la no verso do livro.

Assim, ao invés de um resumo seu, a descrição do livro e a sua capa terá um depoimento real de um leitor – agregando muito mais credibilidade.

Tecnicamente, bastará ir ao Clube de Autores e editar as informações do seu livro, substituindo o seu texto pelo do crítico e, claro, dando crédito a ele.

Somente com isso...

Somente com esta primeira ação, você já conseguirá repercutir de forma mais forte nas redes sociais e nos blogs ou páginas de formadores de opinião. Algo simples e que certamente renderá bons frutos.

Seja entrevistado

Outra forma de garantir mais visibilidade é sendo entrevistado. Para esta ação, será necessário uma proximidade maior com os seus interlocutores – caso contrário, é possível que o efeito seja nulo.

Basicamente, você deverá selecionar aqui alguns blogueiros ou influenciadores que sejam próximos, amigos – e que também sejam reconhecidos pela comunidade como formadores de opinião. Se você já estiver inserido na comunidade, como abordado nos primeiros capítulos deste ebook, certamente terá mais facilidade em atingir esse objetivo.

Feita a seleção, você deverá combinar com ele o modelo da entrevista. Ofereça-se para escrever as perguntas, evitando que ele tenha trabalho para te ajudar. Caso ele aceite, escreva tanto as perguntas quanto, claro, as respostas, enviado o documento para ele para que seja publicado. Esteja atento a algumas coisas:

1. Monte um questionário diferente para cada entrevistador. A pior coisa que pode acontecer é a divulgação de questionários e respostas idênticas em páginas diferentes.
2. Evite perguntas ou respostas que puxem para autoelogios. Isso não funciona bem.
3. Procure focar no livro e no seu histórico de autor.
4. Evite comentários muito longos. Respostas com duas ou três frases costumam funcionar bem.

Uma vez publicada a entrevista, monitore os blogs e fique atento aos comentários de outros leitores. Quando possível, esteja presente e responda-os.

Deixe seus leitores te degustarem

Não se iluda: a sua melhor plataforma de divulgação é você mesmo e o seu livro. Assim, divulgue o seu livro também no seu blog e nas suas redes, preferencialmente com um link fixo. Além disso, poste todas as críticas que o seu livro receber, publicando inclusive os links para os blogs ou sites que as deram.

Como parte de comunidades e listas de discussão, divulgue o seu livro para os seus “colegas virtuais” – mas sempre mantendo o bom senso e evitando virar um chato insistente. Acredite: muitos incorrem neste erro – o que pode minar a sua credibilidade em instantes.

Neste ponto, é bom oferecer algo junto com a crítica, de forma gratuita.

Disponibilize alguns capítulos de graça

No seu blog, site, nas listas de discussão que participa, nos fóruns, no Facebook ou em qualquer outro ambiente, deixe um link para download de uma amostra da sua obra. Em geral, costuma-se deixar disponível um ou mais capítulos do livro em formato PDF.

Quem quiser pode baixar, ler e se decidir por comprar.

No material que você deixar disponível, não esqueça de escrever o link direto para a página de compra do livro, juntamente com alguma forma de contato sua.

Posicione-se como especialista

Se você tem um livro escrito, é porque tem domínio sobre algum tipo de assunto.

E veículos de comunicação especializados em praticamente todo tipo de assunto não faltam. Assim, entre em contato com o site e tente estar presente nele, como articulista.

O objetivo aqui é mostrar ao público do site quem você é e o qual a sua linha de pensamento.

Publicar artigos é uma forma de se mostrar para o mundo – e, portanto, uma excelente ferramenta de divulgação. Na sua assinatura (ou mini currículo, quase sempre presente em sites de artigos), escreva também os nomes dos seus livros.

O mesmo vale para palestras ou aulas que você dê. Novamente, elas são oportunidades de você mostrar a um público quem você é e como pensa.

Nesses casos, vale a pena também levar um ou dois exemplares para sortear entre os participantes.

Se você tem um palco fixo para mostrar o seu trabalho – como um blog ou um site – use o seu livro também para cativar a audiência. Promova concursos ou sorteios entre os seus leitores, gerando neles a curiosidade sobre a sua obra e a vontade de tê-la.

Ao promover os concursos, deixe o regulamento bem claro e estipule datas para a realização ou apuração, sendo o mais transparente possível com o seu usuário.

O evento de lançamento

Todos os autores iniciantes são unânimes em dizer que o evento de lançamento é a principal alavanca de vendas de um livro.

E isso não muda em um modelo de auto-publicação.

Existe, no entanto, uma variedade de opções de eventos de lançamento que você mesmo pode organizar de forma simples e, claro, econômica. Algumas coisas, no entanto, não mudam. São elas:

O porte do evento

Que tipo de evento você deseja fazer? Dependendo da sua rede de contatos, você pode estruturar algo efetivamente grande, para um público de 500 pessoas, ou algo menos e mais intimista, apenas para os mais próximos. Quanto maior o evento, maior a possibilidade de lucro e, claro, mais difícil e complexa a sua organização. Quanto menor o evento, mais fácil será organizá-lo – mas menor será o potencial de vendas.

Esta será a primeira decisão que você precisará tomar.

E o caminho ideal é justamente casar o poder da sua voz com o do seu bolso. Ou seja: quantas pessoas você acredita que conseguirá trazer para um evento? 10? 100?

E que tipo de estrutura você conseguirá organizar? Lembre-se de que você precisará servir algo para os seus convidados – água, refrigerante e vinho, por exemplo.

Você consegue que alguém patrocine o evento? Dependendo da escolha do local, como será visto mais adiante, isso pode ser algo bastante viável.

O local

Seja qual for o porte do evento, você precisará realizá-lo em algum lugar. Existe uma série de opções à sua disposição, sendo que a maioria pode sair a custo zero.

A primeira coisa que você deve fazer é buscar, na sua cidade, instituições que podem ceder espaço de forma gratuita, patrocinando, de certa forma, o lançamento. Em geral, vale a pena falar com faculdades, com órgãos culturais da prefeitura ou com bibliotecas. Para eles, abrigar um evento de lançamento é uma oportunidade tanto de divulgar a cultura quanto de ter pessoas circulando pelo ambiente.

Restaurantes também costumam ser abertos a negociações – sendo que alguns dão descontos para os leitores que quiserem jantar no local.

Busque os locais na própria Internet, entrando em contato em seguida por telefone para negociar e combinar o evento.

E há, claro, livrarias tradicionais. Todas estão, hoje, dispostas a negociar lançamentos - algumas cobrando, outras oferecendo o espaço gratuitamente. Todas exigirão um percentual das vendas que deve ser negociado diretamente com o autor. Em alguns casos, como o Clube de Autores já tem parceria com redes de livraria, nós podemos auxiliá-lo no processo de negociação e posicionamento, bastando que nos contate pelo atendimento@clubedeautores.com.br .

Eventos intimistas

Se você quiser algo mais intimista, pode usar até mesmo a sua própria casa para fazer o evento. Convide amigos próximos e organize um cocktail ou um chá literário.

Neste caso, faça todos se sentirem à vontade – mas deixando claro de que se trata do lançamento do seu livro.

Lançamento virtual

Finalmente, você pode também optar por fazer um lançamento completamente virtual – que pode acontecer, inclusive, em paralelo ao real. Para tanto, você pode usar ferramentas como o Live do Facebook ou Instagram e fazer uma espécie de webinar a partir do seu próprio celular, tablet ou computador.

Caso você faça o lançamento virtual, é importante ter em mente que você perderá a informalidade de um ambiente físico, onde as pessoas podem interagir e conversar de forma mais livre.

Os convites

A peça mais fundamental de um evento é a quantidade de convidados presentes - e esse é o momento de você utilizar toda a sua rede de contatos.

Seja para um evento virtual ou físico, monte uma lista de convidados completa com pessoas que você acredita que comparecerão. Monte um convite pessoal, via email, Whatsapp e/ ou redes sociais, evitando o uso de layouts muito elaborados.

Aqui, você é um autor convidando um leitor para um evento de lançamento – quanto mais claro ficar o seu envolvimento direto, melhor.

Faça também um convite para os leitores do seu blog, dando o endereço a todos os que quiserem comparecer. Lembre-se de que os seus leitores, por mais anônimos que sejam, são parte fundamental da sua comunidade.

RSVP

Em todos os casos, peça para os interessados confirmarem presença. O ideal é que você crie uma conta de email ou um evento no Facebook e peça para que eles enviem a confirmação para lá. Isso dará a você uma noção de quantos devem comparecer.

Se quiser, ligue pessoalmente para os convidados mais importantes na véspera do evento, confirmando a sua presença.

Estoque necessário

Você precisa ter um pequeno estoque de exemplares para vender no local. Os seus convidados comprarão o seu livro – mas gostarão, claro, de sair com ele autografado. Assim, faça as contas e compre uma quantidade de livros que você acredita que vá vender.

Cabe a você decidir vender com algum desconto ou no preço normal – que é o mais aconselhado.

Pelo Clube de Autores, você consegue comprar o seu livro a preço de custo e com desconto que varia de acordo com a tiragem. Assim, se o preço de um livro seu for R\$ 25,00, você pode adquiri-lo e vendê-lo no dia do lançamento por R\$ 35,00, já incluindo os seus direitos autorais.

A margem de lucro será sua e ajudará você a ganhar de forma imediata, pagando a tiragem comprada e guardando o excedente para si.

Atenções especiais

Tenha cuidado com a quantidade – evite comprar muitos livros para não acabar com um estoque grande em casa.

Por outro lado, esteja preparado para o caso dos livros se esgotarem.

Deixe um computador conectado à Internet em lugar visível. Assim, quem quiser comprar o seu livro, pode fazê-lo no local, via Clube de Autores. Isso serve tanto para quando os livros se esgotarem antes da demanda quanto para leitores que quiserem pagar com cartão de crédito.

O pós-evento

Durante o evento, não se esqueça de falar com todos os convidados e de fotografá-los. O registro da participação é algo importante e dará peso ao seu evento – inclusive para os que não puderam comparecer.

Mesmo durante o evento, publique as imagens no Instagram ou nas redes que desejar, preferencialmente marcando as pessoas que estiverem na imagem.

E, claro, faça um belíssimo post no seu blog ou site falando sobre o evento e mostrando algumas fotos!

Marca se faz todo dia

Ser reconhecido como escritor não é uma tarefa simples – é algo que exige dedicação constante.

O primeiro passo, claro, depende da qualidade do seu livro. Seja crítico consigo mesmo, capriche no seu material e lance algo que realmente contribua, de alguma forma, com a vida do seu leitor.

E, se você tiver seguido os passos abordados aqui neste ebook, certamente teve algum sucesso na divulgação e venda do seu material.

Tenha em mente, no entanto, que cada publicação sua será eterna. Cada post feito, cada notícia ou crítica publicada ficará registrada na Internet para a posteridade.

Isso é importante para você, pois te deixará sempre quente nas mentes dos seus leitores em potencial.

A tarefa de divulgação do seu livro, portanto, não se restringirá a um período determinado de tempo. Depois de alguns meses, as vendas começarão a acontecer sozinhas, sem que você faça muito esforço individual – mas desde que você sempre trabalhe a sua obra na rede.

Ou seja, continue blogando e postando sobre ela, se relacionando com os seus leitores, participando de palestras e escrevendo artigos. Mantenha-se vivo na rede.

O fator exponencial

Por outro lado, cada nova publicação sua terá uma relevância exponencial do ponto de vista de resultados. Se você mantiver o mesmo esforço para divulgar as suas novas obras, as críticas sobre ela, as vendas e as postagens se somarão a todo o conteúdo produzido por você e pela rede sobre os seus outros livros.

De repente, você deixará de ser um autor iniciante e será possível encontrar uma série de informações sobre você na rede.

Com 2, 3, 5 livros publicados, você já sentirá mais facilidade em se tornar reconhecido no seu meio.

A sua audiência, já construída, se fidelizará. A sua tarefa, aliás, deixará de ser a de construir uma audiência – mas sim de crescer a sua base.

Seus novos livros já encontrarão leitores mesmo antes de você publicá-los. Seus leitores começarão a reclamar caso leve tempo demais entre um livro e outro.

E, com nome e reconhecimento, novos convites começarão a surgir para palestras, aulas e novas publicações. Possivelmente, até mesmo as editoras que negaram espaço ao autor no início de sua carreira podem entrar em contato e fazer propostas que envolvam luvas e pagamento adiantado.

Caberá a você decidir o que for melhor para a sua carreira, o seu bolso e o seu ego.

Para chegar lá...

Para chegar lá, basta manter o seu foco e a constância na sua forma de atuação. Seja o mais metódico possível na divulgação do seu material e nunca perca o seu objetivo de vista.

Fique atento às novas ferramentas que a Internet sempre lança e que têm como intuito facilitar a conexão entre o autor e o seu público. Vá atrás dessas ferramentas, aprenda com elas, domine-as e use-as.

A Internet é e, provavelmente, sempre será uma das maiores aliadas.

Há ainda muito o que se aprender e, principalmente, o que se fazer.

Mas a principal mensagem que este ebook precisa deixar é: aventure-se.

Publique o seu livro e divulgue-o para o mundo, puxando para si a responsabilidade inicial de formar a sua marca.

Depender da boa vontade de terceiros para fazer a sua carreira é, além de ineficiente, desnecessário.

Seja dono do seu próprio nariz e, certamente, você colherá os melhores resultados!

