

آموزش بازاریابی



راهنمای جامع بازاریابی

کتاب الکترونیکی

سرمایه‌گذاری کم‌هزینه و کم‌ریسک، درآمد پایدار و عالی



نویسنده: مهدی عباسلو

www.rahsoo.com



شناسنامه کتاب

عنوان کتاب: راهنمای جامع بازاریابی کتاب الکترونیک

نویسنده: مهدی عباسلو

تعداد صفحات: ۳۴ صفحه

تاریخ انتشار: آذرماه ۹۷

انتشار دهنده: وبسایت آموزش بازاریابی رهسو



فهرست

- چرا کتاب الکترونیک؟ ۱
- فصل اول: چالش‌های پیش روی فروش کتاب الکترونیک ۳
- فصل دوم: نگارش کتاب ۶
- فصل سوم: قبل از انتشار کتاب باید موارد زیر را رعایت کنید ۱۷
- فصل چهارم: انتشار کتاب ۲۴
- فصل پنجم: ارزیابی ۳۲
- جمع بندی نهایی ۳۴

چرا کتاب الکترونیک؟



شاید در زمینه کسب و کار، موسیقی، تغذیه، تناسب اندام و ... اطلاعاتی داشته باشید. هر کسی باشید با هر سطحی از دانش، همیشه افرادی هستند که برای دانسته‌های شما ارزش قائل‌اند و می‌خواهند بیشتر بدانند. یکی از ساده‌ترین و موثرترین روش‌های کسب درآمد از مهارت‌های

خود، نوشتن و فروش کتاب‌های الکترونیک است. با داشتن چند کتاب یا حتی یک کتاب با کیفیت می‌توانید منبع درآمد مستمری را برای خود ایجاد کنید که از درآمدش شگفت زده شوید. این نوع از کتاب‌ها بدون محدودیت کتاب‌های چاپی به راحتی قابل انتشارند و در معرض دید میلیون‌ها نفر قرار می‌گیرند. در صورتی که خوب بازاریابی شوند، در بستر فضای دیجیتال به آسانی ویروسی می‌شوند و باعث درآمدزایی و شهرت بالای شما خواهند شد. در زمانی که به استراحت مشغولید یا به دنبال علاقمندی‌های خود هستید و یا حتی شب در حال خواب و یا خدای ناکرده در بستر بیماری، همچنان درآمد شما ادامه خواهد داشت. **این است قدرت دنیای دیجیتال!** اما این هم مثل هر کسب و کاری جزئیات خود را دارد که اگر به خوبی رعایت شوند با مشاهده پیشرفت و ثمره زحمات‌تان لذت یک سرمایه‌گذاری پایدار را خواهید چشید. چیزی که شما برای رسیدن به موفقیت نیاز دارید یک راهنمای دقیق و کاربردی با ذکر جزئیات است. امیدوارم با خواندن این کتاب مطالب آن را اجرا کنید و من را از موفقیت خود باخبر سازید.



بازاریابی کتاب الکترونیک، به عنوان یک فرایند، بسیار فراتر از فروش کتاب است. از زمانی که ایده تولید کتاب الکترونیک به ذهن شما خطور می کند بازاریابی شروع می شود. از همان موقع که کتاب الکترونیک را به عنوان محصول انتخاب می کنید، همچنین به موضوع، عنوان و محتوای آن با دیدگاه رفع نیاز و کسب رضایت مشتری توجه می کنید در عمل قدم های اول بازاریابی را بر می دارید. به خاطر اینکه اساس بازاریابی شناسایی نیاز مشتری و جلب رضایت اوست.



برای رسیدن به فروش شگفت انگیز و مستمر باید اجزای بازاریابی شما یکپارچه بوده و در راستای رسیدن به رضایت مشتری هماهنگ شده باشند. سعی من نیز بر این است که به دور از طرح مطالب تئوریک و برنامه ریزی هایی که صرفاً روی کاغذ می مانند کمک کنم تا در وقت و هزینه خود صرفه جویی کرده و انرژی تان را قبل از رسیدن به هدف شیرین خود از دست ندهید. با رعایت نکات این کتاب می توانید به راحتی و در زمان کوتاهی این کار را انجام داده و از نتایج آن لذت ببرید.



فصل اول: چالش‌های پیش روی فروش کتاب الکترونیک

برای اینکه بتوانید به راهکارهای موثر در تولید و عرضه کتاب الکترونیک برسید لازم است که ابتدا چالش‌های پیش رویتان را بشناسید و درک کنید. این چالش‌ها در مسیر پیش رو، چراغ راهنمای ما خواهند بود.

عادت‌های بلندمدت ما

اکثر ما کودکی مان را با کتاب‌های فیزیکی گذرانده‌ایم و به سختی می‌توانیم عادت‌هایمان را تغییر دهیم. ارتباط قوی ناخودآگاه ذهن ما با بو، احساس و انعطاف‌پذیری کاغذ، چیزی نیست که به راحتی کنار برود.



تصور مردم بر کیفیت پایین کتاب‌های الکترونیک

عموم مردم تصور می‌کنند که کتاب‌های الکترونیک نسبت به کتاب‌های کاغذی محتوای ضعیفتری دارند. احساس می‌کنند که این کتاب‌ها در حد استاندارد کتاب‌هایی که توسط ناشران رسمی تولید می‌شوند، نیستند. بنابراین تمایلی به خرید ندارند، به خصوص اگر اثر نویسنده معروفی نباشند.

پرداخت‌های الکترونیکی

با وجود اینکه سال‌هاست مردم دنیا از سیستم‌های پرداخت آنلاین استفاده می‌کنند، هنوز هم شاهد مشکلات فراوانی در این زمینه هستیم. کلاهبرداری‌ها و ناامنی‌های فراوان که دامنگیر کاربران وبسایت‌ها می‌شود. به همین دلیل هستند بسیاری از افراد که ترجیح می‌دهند رمز کارت بانکی خود را در سایت‌ها وارد نکنند. این موضوع مسلماً یکی از چالش‌های مهم پیش روی شما در فروش آنلاین محصولات خواهد بود. که باید راهکارش را داشته باشید.





رقابت در بازاریابی

اگر تنها یک چیز باعث شده باشد که ناشران در دنیای پیشرفته امروز هنوز هم به خوبی کار کنند، توان بازاریابی آنها است. پس، قرار است شما با ناشران قدرتمند و با سابقه رقابت کنید که دارای بودجه‌های بازاریابی و در بسیاری موارد کارکنان بسیار و شبکه توزیع سراسری هستند، تازه بدون اشاره به شهرتی که در طول سال‌ها بدست آورده‌اند.

تصور رایگان بودن محتوای دیجیتال

تصور غالب، بر این است که محتوای دیجیتال باید رایگان و همواره در دسترس باشد. در این میان بسیاری از نویسندگان که مطالب ارزشمند را به رایگان منتشر می‌کنند به گسترش این تصور دامن می‌زنند.



فصل دوم: نگارش کتاب



چه موضوعی را انتخاب کنم؟

اولین قدم در انتخاب موضوع درک خودتان است. به این فکر کنید که چه توانایی‌هایی دارید و برای چه چیزهایی تاکنون وقت گذاشته‌اید که فراموش کرده‌اید. بسیاری موارد هستند که خودتان هم نمی‌دانید، ولی افراد زیادی علاقمند به دانستن آنها هستند. لیستی از این موارد تهیه کنید. از کم اهمیت‌ترین چیزی که در ذهنتان می‌آید تا مهم‌ترین آنها. مطمئن باشید همین کار جرقه ایده‌های بسیاری را در ذهنتان می‌زند.

یادتان باشد لزوماً هم این طور نیست که افراد به دنبال مطالب جدید و شگفت‌انگیز باشند. بسیاری مواقع دنبال مطلبی می‌گردند که قابل اعتماد و دقیق باشد و مانند یک دستورالعمل پراکندگی ذهنی آنها را برطرف سازد به طوریکه دست به کار شوند و کار را به نتیجه برسانند.

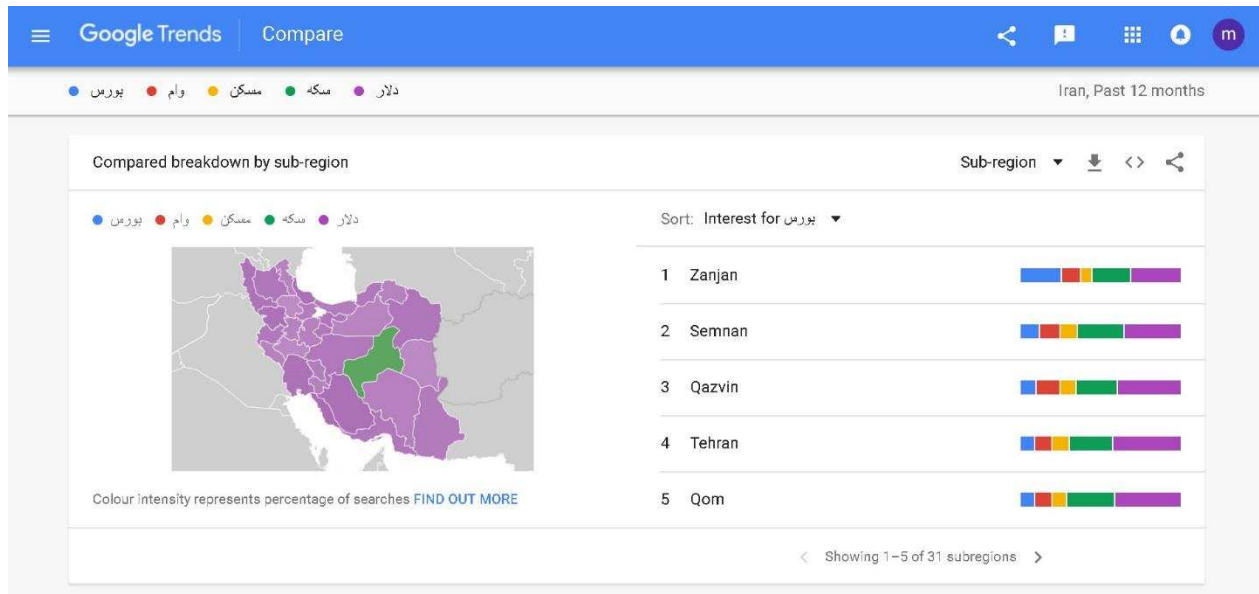
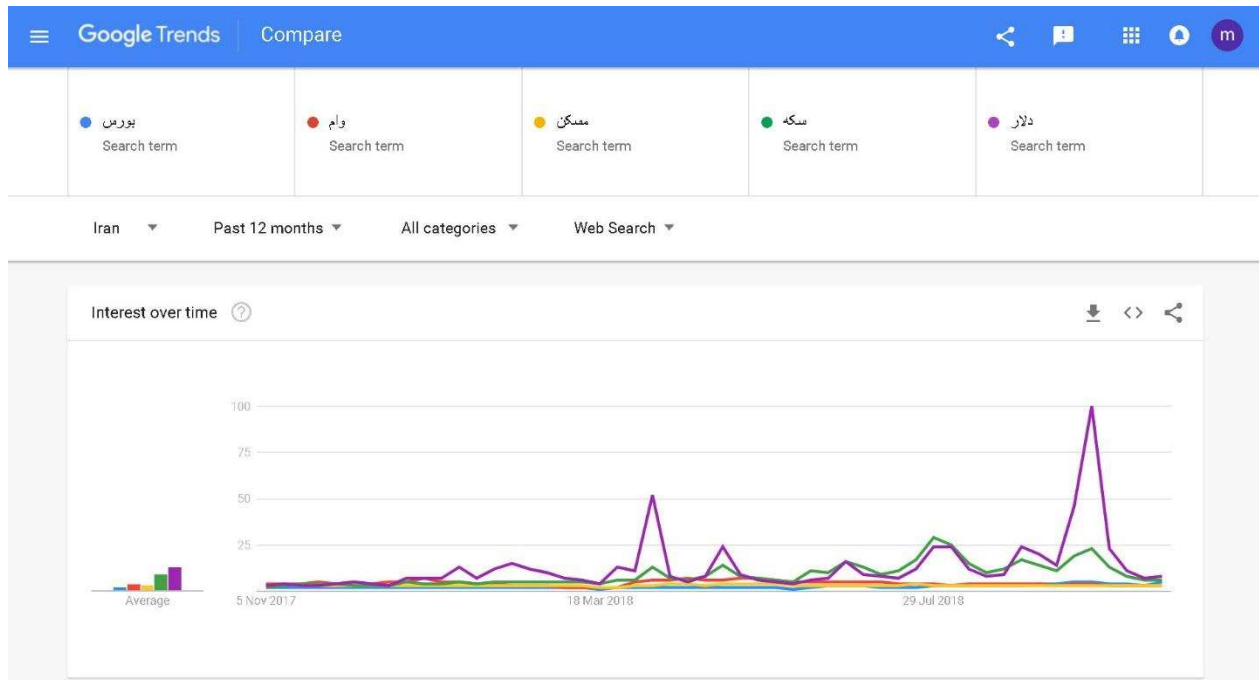
نگران فروش خود نباشید. در دنیای بزرگ فضای مجازی دیگر صحبت از پاور چند ده نفری یک مغازه در روز نیست، بلکه می‌تواند صحبت از چند ده هزار بازدید در روز برای سراسر کشور و حتی فارسی‌زبانان خارج



از کشور باشد. پس نگران استقبال مردم نباشید. هر محصولی مشتری خودش را دارد به شرطی که جلوی چشم مخاطب درست، قرار گیرد.

موضوع مهم دیگری که درباره خودتان باید رعایت کنید اینست که باید اعتماد به نفس داشته باشید و دانسته‌های خود را تنها از روی مطالبی که الآن در مورد موضوعی به ذهنتان می‌رسد قضاوت نکنید. مطمئناً در جریان نگارش کتاب، مطالب و ایده‌های جذاب بیشتری به ذهنتان می‌رسد که فکرش را هم نخواهید کرد. در ضمن اگر وبسایت دارید می‌توانید دقیقاً همان مقالاتی که در سایت خود منتشر می‌کنید و برای شما ارزشمند است را به کتاب الکترونیکی تبدیل کنید و دوباره منتشرشان کنید.

قدم دوم درک مخاطب است. بازاریابان به کمک علوم اعصاب متوجه شده‌اند که ۵۰ تا ۹۰ درصد رفتارهای مشتری بر اساس ناخودآگاه او شکل می‌گیرند در صورتی که تصور می‌کند بر اساس فکر و تصمیم آگاهانه بوده است. از این رو بهتر است به جای نظر سنجی و پرسش از مخاطبان از راهکارهایی که رفتار عملی آنها را می‌سنجند استفاده کنید. مثلاً می‌توانید در انتخاب موضوع حداقل ۱۰ مورد را در اینترنت جستجو کرده و روند جستجوی مردم را در چند سال اخیر بررسی کنید. یکی از بهترین راهکارها استفاده از نرم افزار گوگل ترندز است. Google trends به صورت رایگان و بدون فیلتر قابل استفاده است و این امکان را می‌دهد که موضوعات مختلف را با هم مقایسه کنید و روند جستجوی آنها را در چند سال اخیر ببینید. همچنین می‌توانید استقبال از موضوع خود را پیش‌بینی کنید.



روش عالی دیگر برای فهمیدن این که مخاطبان چه چیزی را ترجیح می دهند، این است که ببینید کدام یک از مطالب مورد نظر شما در سایت، وبلاگ یا شبکه های اجتماعی کامنت بیشتری دریافت کرده اند.





قبل از انتخاب نهایی موضوع، تحقیقاتی در مورد بازار موجود انجام دهید. نگاهی به رقبای بالقوه خود در دسته‌های مشابه، در سایتهای فروش کتاب الکترونیک بیاندازید. از جمله سایتهای معروف ایرانی در زمینه ارائه کتاب الکترونیک مانند: ایران ایبوک، کتاب سبز، کتابناک، تک‌بوک، فیدیبو، طاقچه و ...

نویسنده حرفه‌ای، آماتوری است که کار را ترک نکرده .

مارک شافر

چه عنوانی به فروش من کمک می‌کند؟

به خاطر داشته باشید که هدف از انتخاب عنوان، فروش کتاب الکترونیک است. بعضی وقت‌ها عنوان به تنهایی می‌تواند بازی را عوض کند. سعی کنید اکثر عناوین کتاب‌های شبیه کتاب خود را ببینید و آنها را با دقت بررسی کرده و نقاط مثبت را برداشت کنید. تمام تلاش خود را به کار ببرید تا عنوان، مخاطب را جذب کرده و او را نسبت به مطالب داخل آن کنجکاو کند. لازم نیست به طور مستقیم به محتوای کتاب اشاره کند. در مورد موضوع کتاب نگران نباشید. می‌توانید در زیر عنوان موضوع را توضیح دهید. بهترین مثال برای این بحث، کتاب **قورباغه را قورت بده** از برایان تریسی است که ترجمه‌های بسیاری از آن به زبان فارسی چاپ شده است. **۲۱ روش عالی برای غلبه بر تنبلی و انجام بیشترین کار در کوتاهترین زمان.**





نمی دانم چه چیزی بنویسم

یاد انشاء نوشتن‌های دوران مدرسه افتادم. یک هفته طول می‌کشید تا تکلیف انشاء مدرسه را آماده کنم. پیشنهاد می‌کنم نگارش را خیلی سخت و پیچیده نکنید. یکی از رازهای فروش کتابها در سادگی متن است. افراد کتاب شما را می‌خرند زیرا می‌خواهند بدانند چطور کار کنند. با نتیجه دلخواه آنها شروع کنید، آموزش یک مهارت یا یک فرایند. به ذهنتان اعتماد کنید اجازه دهید روان شود. ذهنیات خود را روی کاغذ بپروانید. به غلط‌های خود فکر نکنید و فقط بنویسید.

چند صفحه بنویسم

بهتر است تا می‌توانید جملات را خلاصه و مفید کنید. سعی کنید از جملات، لغات و عبارات هم معنی پشت سر هم استفاده نکنید. ترجیحاً طول کتاب بیشتر از ۳۰ صفحه که دارای متن هستند نباشد و از طرفی کمتر از ۱۰ صفحه هم نباشد. بعضی مواقع صفحات سفید، فصل‌ها و بخش‌ها هم شماره صفحه می‌خورند که می‌توانید آنها را حساب نکنید. اگر محتوا جذاب باشد می‌توان محدودیت صفحات را نادیده گرفت. جذابیت محتوا به موارد زیادی بستگی دارد که همه در کنار هم خواننده را مجذوب کتاب می‌کنند، مانند: موضوع، عنوان، سبک نگارش، قالب نگارش، تقسیم‌بندی متن، رنگ‌بندی، تصاویر، چینش تصاویر، صفحه‌بندی، طول مناسب پاراگراف‌ها، یکپارچگی محتوا به لحاظ مفهوم

قالب نوشتار خود را انتخاب کنید

از نکات کلیدی در فروش کتاب‌ها روان بودن است. از فونتهای ساده مانند میترا و نازنین استفاده کنید. سایز ۱۴ با فشردگی حروف ۱۰- و فاصله خطوط ۱۸ مناسب است. هر چند این موارد تا حدی سلیقه‌ای است.



از تصاویر عالی استفاده کنید

هرچه بیشتر به خوانندگان خود کمک کنید تا مطالب را در ذهنشان تصویرسازی کنند بیشتر در حافظه بلندمدت آنها خواهد ماند. تأثیرگذاری کتاب بیشتر شده و احتمال اینکه آن را برای دوستان خود فورواردهای کنند افزایش می‌یابد.

اگر امکان دارد خودتان عکس بگیرید و یا حتی از عکاس حرفه‌ای کمک بگیرید. با این کار هم عکس‌های منحصر بفرد دارید و هم این که بیشتر منطبق بر منظور اصلی شما خواهند بود. در صورتی که این امکان را ندارید بهتر است به جای استفاده از تصاویر گوگل که احتمالاً در حوزه موضوع شما برای مخاطباتان تکراری هستند از مجموعه‌های عکس خریداری کنید. مثلاً مجموعه Shutterstock که قیمت و حجم بالایی دارد

ولی کیفیت عکس‌ها بسیار بالاست. مجموعه‌های ارزاتری هم هستند. اگر نخواستید هزینه کنید وبسایت‌هایی هستند که عکس‌های با کیفیت و زیبا را با تنوع زیاد به صورت رایگان ارائه می‌کنند. می‌توانید متناسب با مفهوم مورد نظر، عکس خود انتخاب کنید. سایت‌هایی مانند: Unsplash ، Pixabay ، Morguefile، Stockvault، Pexels، Picjumbo، Pikwizard، Rawpixel، Reshot. برای باز کردن بعضی از این سایت‌ها نیاز به فیلترشکن دارید.

متن نهایی را ویراستاری کنید

هرچه تنوع فونت‌های متن کمتر باشد خواناتر می‌شود. سعی کنید از پاراگرافها و لیست‌های کوتاه استفاده کنید تا حوصله خواننده سر نرود. بهتر است بعد از این که کتاب را نوشتید غلط‌های آن را اصلاح کنید. می‌توانید از نرم افزارهای ویرایشگر فارسی مانند ویراستیار استفاده کنید که البته نصب آن تا حدی مسئله‌ساز است. نرم‌افزارهای آنلاین فارسی-انگلیسی بسیاری هم هستند که می‌توانید به راحتی در گوگل به آنها دسترسی داشته باشید.



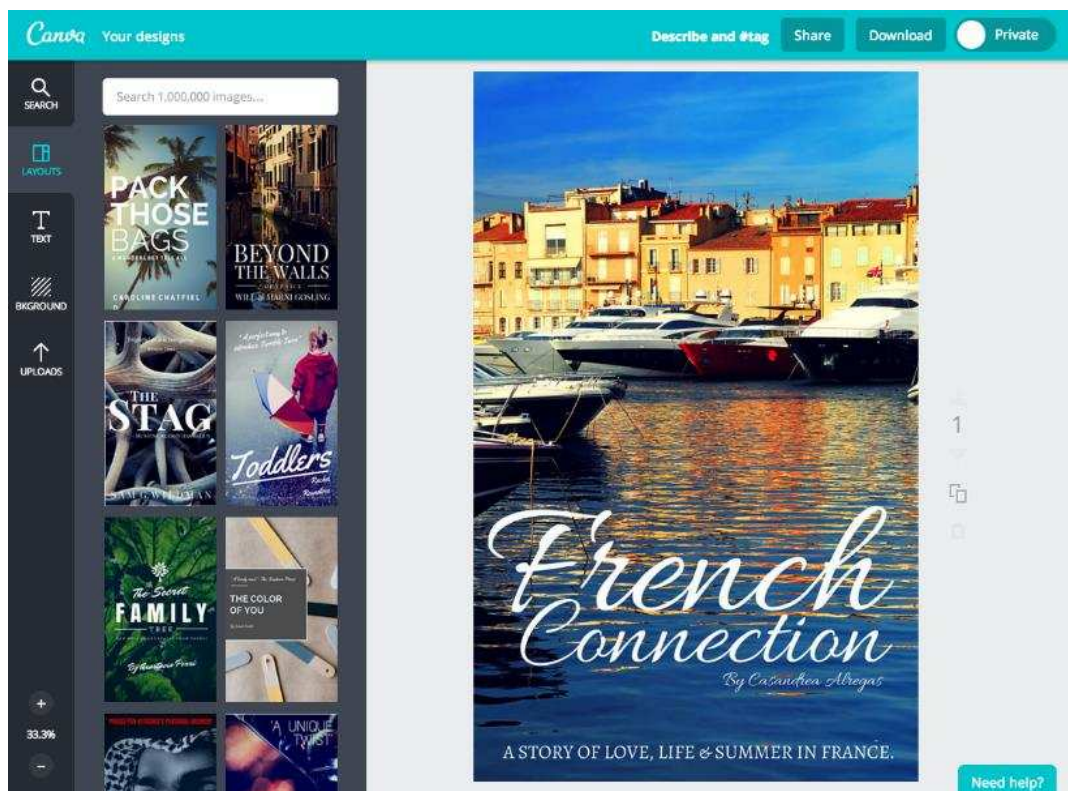
خواندن متن با صدای بلند برای تصحیح اشکالات بسیار موثر است. یادتان باشد متن خود را برای اصلاح و نظر دادن به نزدیکان و کسانی که مراعات شما را خواهند کرد ندهید. به کسی بدهید که رک باشد و البته وقتی نظر بی‌رحمانه‌ای داد و یا حتی خواست مطلبی را حذف کند روی حرف‌هایش فکر کنید و جبهه نگیرید.



جلدی طراحی کنید که کتاب شما را بفروشد

خریداران احتمالی کتاب آن را از روی جلد قضاوت خواهند کرد. ممکن است این حرف کلیشه به نظر برسد، اما واقعیت است. جلد خوب نشانگر حرفه‌ای بودن است و مشتریان فکر می‌کنند که حتماً داخلش هم مانند جلدش حرفه‌ای خواهد بود. حتماً چند نمونه جلد کتاب مخصوصاً کتاب الکترونیک را در زمینه موضوع خود ببینید و نقاط ضعف و قوت آنها را در راستای فروش کتاب بررسی کنید. در زیر به چند مورد از موارد مهم در طراحی جلد اشاره می‌کنم:

- ❶ رنگ عنوان را متفاوت از پس زمینه انتخاب کنید
- ❷ فونت عنوان را ساده، بزرگ و کاملاً خوانا انتخاب کنید. بهتر است از تمام عرض صفحه استفاده کنید.
- ❸ مطمئن باشید در تصاویر و اسامی که استفاده میکنید موضوع مالکیت معنوی رعایت شده باشد.
- ❹ حتماً از تصاویری استفاده کنید که حداقل درجه وضوح ۳۰۰ پیکسل در اینچ داشته باشند.
- ❺ به هیچ وجه از تصاویر تکراری، ضعیف و بی کیفیت استفاده نکنید.
- ❻ متناسب با عناصر گرافیکی که داخل طرح هستند فضای خالی هم قرار دهید.



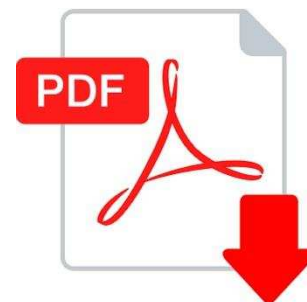
در صورت امکان از طراح جلد حرفه‌ای استفاده کنید و حتماً تأکید کنید هدف جلد مورد نظر، فروش کتاب است و بیشتر از جنبه هنری آن برای شما اولویت دارد. در زمینه طراحی جلد ابزارهای آنلاینی مانند Free Online Book Cover Maker by Canva هستند که به دلیل پشتیبانی نکردن از زبان فارسی فقط می‌تواند منبعی برای الهام گرفتن باشد.

فایل کتاب خود را به بهترین حالت تبدیل کنید



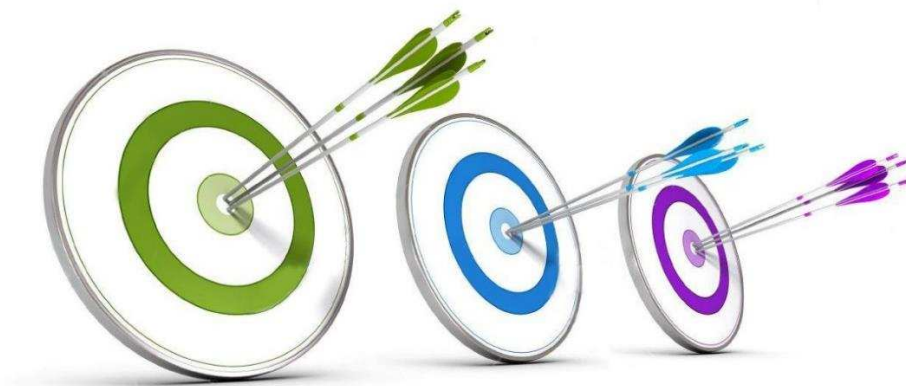
انتخاب فرمت درست محصولات دیجیتال بسیار مهم است. EPub مخفف Electronic Publication و استاندارد برای کتاب الکترونیک است که توسط انجمن بین المللی انتشارات دیجیتال (IDPF) بوجود آمده است. فرمت epub که با نرم افزار ادوب دیجیتال ادیشن قابل خواندن است روی انواع سیستم عامل قابل نصب است. این فرمت برای ساخت کتاب های الکترونیکی به کار می رود.

PDF مخفف Portable Document Format و به عنوان روشی برای نمایش پرونده های متنی در طرح بندی خاص و مشابه متون چاپ شده به کار می روند که اغلب با نرم افزار ادوب ریدر قابل خواندن است. امکان تغییر در آن برای نمایش بهتر در نمایشگرهای با اندازه مختلف وجود ندارد.



تفاوت اصلی EPub با PDF در این است که در EPub متن شناور است، ضمن این که امکان تغییر اندازه متن و نوع فونت وجود دارد. بنابراین کتاب های با فرمت EPub برای تمام نمایشگرها مناسب است و کتاب های با فرمت PDF برای نمایشگرهای بزرگ مانند تبلت ها و رایانه ها مناسب است. اگر فایل را در سایت خود ارائه می کنید، می توانید به راحتی هر دو فرمت را قرار دهید.

فصل سوم: قبل از انتشار کتاب باید موارد زیر را رعایت کنید



انتخاب اهداف بازاریابی: وقتی می‌توانید بدانید که آیا بازاریابی کتاب شما بر اساس برنامه انجام می‌شود یا نه؟ که موفقیت و شکست را دقیقاً تعیین کرده باشید.

برای تعیین هدف، به سوالات زیر پاسخ دهید:

- ❶ در نگاه شما موفقیت بازاریابی چیست؟ به عنوان مثال: دریافت کلیک‌های بیشتر، فروش یک مقدار معین از کتاب الکترونیک و یا دریافت نظرات مثبت بیشتر.
- ❷ در نگاه شما چه چیزهایی شکست بازاریابی به حساب می‌آیند؟ برای مثال: نظرات نادرست، تنها مقدار معینی از فروش، مقدار کلیک‌های خاص.
- ❸ اهداف فروش کتاب شما از نظر تعداد فروش چه میزان است؟ چه تعداد کتاب الکترونیک در هفته اول می‌خواهید بفروشید؟ چه تعداد در ماه اول و چه تعداد در ۶ ماه اول؟

تلاش های بازاریابی خود را کمپین محور کنید! یعنی یک سری از اهداف را برای یک دوره کوتاه که تاریخ ابتدا و انتهای آن مشخص است دنبال کنید. مثلاً: یک ماه یا ۶ ماه. کلیه مواردی را که بعد از این در ارتباط با توزیع و تبلیغ کتاب خواهیم گفت به طور یکپارچه و با قدرت اجرا کنید تا به اهداف کمپین برسید. بعد از هر کمپین به خود و یا اگر دارید به تیمتان استراحت بدهید و دوباره کمپینی را راه اندازی کنید. این روش انگیزه بسیار بالایی به شما خواهد داد و تجربه هر کمپین بیشتر از قبلی خواهد شد.

تعیین بودجه بازاریابی: باید تصمیم بگیرید که چقدر می خواهید برای بازاریابی کتاب الکترونیک هزینه کنید. هزینه های بازاریابی به راحتی می تواند از صفر تا چند میلیون تومان متغیر باشد.



صرف هزینه بیشتر، لزوماً نتایج را تضمین نمی‌کند؛ بنابراین تصور نکنید که برای دستیابی به تعداد بیشتری از خواننده‌ها باید پول بیشتری خرج کنید. بودجه درست بیشتر بستگی دارد به آنچه که شما می‌توانید هزینه کنید، درست مانند استراتژی‌هایی که شما احساس می‌کنید موثرترین می‌باشند.

تعیین استراتژی بازاریابی: موضوعی که باید قبل از عرضه کتاب خود به آن توجه کنید داشتن استراتژی

است. استراتژی‌ها در واقع راه‌های رسیدن به اهداف کمپین تبلیغاتی شما هستند. در ادامه این استراتژی‌ها را بررسی خواهیم کرد. به عنوان مثال: می‌توانید تمام وبسایت‌های عرضه کتاب الکترونیک را لیست کنید و با آنها تماس بگیرید.



انتشار رایگان: به انتشار رایگان کتاب الکترونیک نیز فکر

کنید. یکی از جنبه‌های مهم بازاریابی کتاب ایجاد تحرک و شوک در بازار است. با این روش افراد جدید را به محصول خود علاقمند می‌کنید و فروش کتاب خود را تضمین می‌کنید. مردم حاضر به پرداخت وجه کتاب‌های بعدی خواهند شد زیرا می‌دانند آثاری که شما ارائه می‌دهید ارزش پرداخت را دارند.

این روش می‌تواند به انتقال دهان به دهان پیام شما کمک کرده، دسترسی و خواندن کتاب شما را راحتتر کند و حرکتی پرشتاب در کوتاه مدت ایجاد کند. همچنین اثر آن باعث موفقیت‌های بعدی می‌شود. فقط برای یک دوره محدود این کار را انجام دهید. توجه داشته باشید اگر کتابتان کیفیت بالایی دارد، ارائه چند فصل رایگان می‌تواند خواننده را علاقمند به خرید کل کتاب کند.

تعیین زمان انتشار کتاب الکترونیک:

قبل از انتشار باید درباره زمان انتشار فکر کنید، زیرا می‌توانید از آن برای اهداف تبلیغاتی استفاده کنید. ممکن است رخدادهایی در حال وقوع باشند که با کتاب شما مرتبطند و سرو صدای زیادی در ارتباط با موضوع خاص شما ایجاد کنند که به فروش شگفت‌آوری منجر شود.



اگر کتابی در مورد ورزش و سرگرمی نوشته‌اید، انتشار آن در نزدیکی بازی‌های المپیک به طور طبیعی ایده خوبی است زیرا مردم علاقمند به دانستن بیشتر در مورد موضوع می‌شوند. اگر کتاب درباره رهبری باشد، شاید انتخابات ملی بتواند راهی برای اتصال اخبار خاص به کتاب شما باشد.

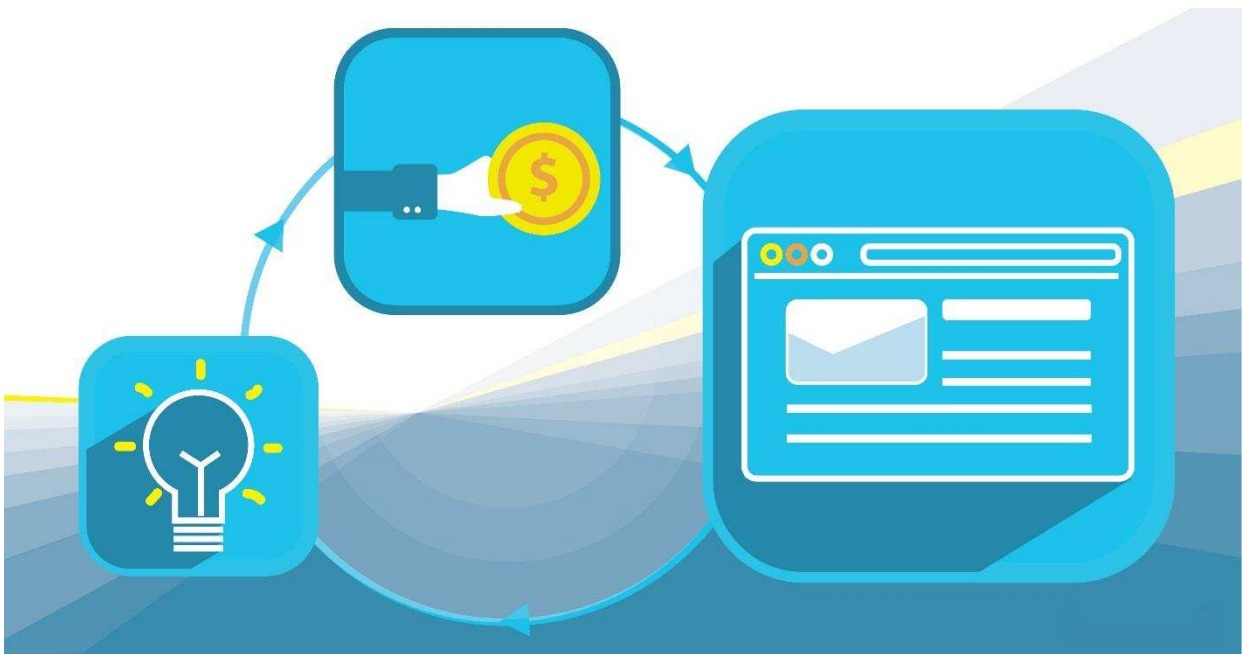


بنابراین، هنگامی که در حال نوشتن کتاب هستید و تقریباً آماده انتشار آن، صبر کنید و ببینید در جامعه چه چیزهایی جریان دارند که همه درباره آنها صحبت می‌کنند و با کتاب شما ارتباط دارد. در صورت لزوم، حتی می‌توانید کتاب را منتشر کرده و در مدت زمان کوتاهی به شدت تبلیغ کنید.

هنگامی که موضوع خاصی را پیدا کردید که به کتاب الکترونیک شما مربوط است، از آن به عنوان فرصت تبلیغاتی استفاده کنید. با رسانه‌های محلی، از جمله رادیو و روزنامه تماس بگیرید و تخصص خود را در مورد موضوع اعلام کنید. حتی می‌توانید تحلیل کوتاهی از موضوع را به نشریات آنلاین بنویسید و از کتاب الکترونیک خود در مقاله ذکر کنید.

تعیین قیمت کتاب الکترونیک:

هزینه تولید و توزیع محصولات دیجیتال بسیار کمتر از محصولات کاغذی است. هیچ هزینه چاپی، هزینه فیزیکی مواد مانند کاغذ و جوهر وجود ندارد و شما مجبور نیستید جعبه‌های سنگین کتاب را به سراسر کشور ارسال کنید. آنچه که من متوجه شدم این است که قیمت واقعاً عامل کلیدی در فروش کتاب نیست. اگر کسی کتاب را ارزشمند بداند، قیمت آن را پرداخت خواهد کرد. در حالی که می‌توانید کتاب‌ها را در سایت‌های بزرگ به فروش برسانید، فروش مستقیم از سایت خود هم فوایدی دارد. کنترل بیشتری به شما می‌دهد، کمک می‌کند تا با مخاطبین تعامل قویتری داشته باشید و لیست ایمیل‌های همه افرادی که می‌خواهند از شما بیشتر بشنوند را ایجاد کنید.



تعداد صفحات بیشتر از کتاب به این معنا نیست که قیمت کتاب باید بالاتر برود. قیمت براساس محتوا و ارزش آن برای خواننده است نه بر اساس میزان کلماتی که می‌توانید بنویسید.

اگر تازه وارد هستید و اولین کتاب خود را منتشر می‌کنید، ممکن است بخواهید قیمت‌ها را در سطح پایینی تعیین کنید. این کار می‌تواند به افراد بیشتری کمک کند تا کتاب شما را بخوانند. همچنین با این کار به نظرات و حرف‌ها دامن می‌زنید، که خود می‌تواند در دراز مدت ارزشمند باشد.

پس از ابراز علاقمندی طرفداران و افرادی که به طور فعال کتاب را از وبسایت شما پیگیری کرده‌اند، می‌توانید قیمت‌ها را کمی افزایش دهید. از آنجاییکه افراد شما و سبک‌تان را می‌شناسند و از قبل می‌دانند که از کتاب الکترونیک شما چه انتظاری می‌توانند داشته باشند، این اجازه را به شما می‌دهد که قیمت را افزایش دهید.



فصل چهارم: انتشار کتاب



کتاب خود را در یک وبسایت یا وبلاگ قرار دهید:

بهبتر است وبسایت و وبلاگی متعلق به خودتان داشته باشید تا از آنها برای اهداف بازاریابی استفاده کنید. برای این کار می‌توانید از نرم افزارهای رایگانی مانند wordpress فارسی استفاده کنید و یا از وبسایت سازهای آنلاین که هزینه‌های اندک دارند و مهارت چندانی برای نگهداری و مدیریت نمی‌خواهند. در مورد درج کتاب این طور نباشد که فقط یک لینک برای خرید داشته باشید، سعی کنید به‌طور منظم در مورد کتاب صحبت کنید، پست‌های مختلف بگذارید و خوانندگان را به خرید آن ترغیب کنید. می‌توانید در مورد فرایند نوشتن و چیزهایی که طی آن یاد گرفته‌اید بنویسید.

اگر تازه‌کار نیستید خوانندگان خود را با محتوای جدید درگیر کنید. آنها را از هر کتاب الکترونیکی جدید یا قدیمی که نوشته‌اید مطلع کنید. با سایت‌ها تماس بگیرید و از فرصت‌های تبلیغاتی بپرسید. علاوه بر این، سعی

کنید با انجمن‌هایی که در ارتباط با موضوع خود وبلاگ نویسی می‌کنند ارتباط برقرار کنید. وبلاگ نویس‌های معروف را شناسایی کرده، با آنها تماس بگیرید تا بتوانید نظر خود را در مورد کتاب خود بنویسید. شما می‌توانید این وبلاگ‌ها را با تایپ کردن "وبلاگ [موضوع خود]" در Google پیدا کنید. همچنین می‌توانید از کلمات کلیدی استفاده کنید. به عنوان مثال، اگر کتاب شما درباره رسانه‌های اجتماعی باشد، می‌توانید "وبلاگ‌های رسانه‌های اجتماعی" را جستجو کنید و با وبلاگ‌هایی که به نظر می‌رسد مناسب‌تر برای تبلیغ هستند، تماس بگیرید.



تبلیغ کتاب الکترونیک با محصولات و محتواهای دیگر

سرو صدا کنید تا همه بدانند که شما کتابی برای فروش دارید. از کانال‌های محتوا بصری مانند Instagram برای جذب مخاطبین استفاده کنید و البته لیست ایمیل خود را به عنوان یک منبع

ارزشمند فراموش نکنید. ایمیل‌های تبلیغاتی با تصویرهای زیبا، با کیفیت و مفهوم درست ارسال کنید. با در نظر گرفتن همه شرایط پیشنهاد می‌کنم از نرم‌افزار آنلاین mailerlite برای ارسال ایمیل‌های خود استفاده کنید. همیشه به این نکته توجه داشته باشید که تنها کتاب نمی‌فروشید بلکه این تجربه ارتباط با کسب و کار خودتان است که به مشتری فروخته می‌شود. از جمله محصولات و محتواهایی که به راحتی می‌توانید برای تبلیغ کتاب استفاده کنید عبارتند از:

پست میهمان

ده تا بیست پست مهمان برای سایت‌هایی که مخاطبان شما می‌خوانند آماده کنید. توجه داشته باشید، این کار بیشتر از آن که برای seo باشد برای جذب مخاطب کتاب است. لازم نیست به طور مستقیم اسمی از کتاب خود ببرید، اما موضوع پست باید مربوط به موضوع کتاب باشد. هدف این است که خواننده پست آنقدر علاقمند به موضوع آن شود که بخواهد مطالعه خود را با خواندن کتاب شما ادامه دهد.



تولید ویدئو درباره موضوع کتاب

ویدئو یک رسانه ارتباطی بسیار قوی است. مخاطب رسانه‌های اجتماعی ویدئو را دوست دارد، بنابراین داشتن یک ویدئو تبلیغاتی کوتاه درباره کتاب بازدید شما را افزایش می‌دهد.

بهتر است ویدئو را با عناوین متن و موسیقی طراحی کنید. همچنین مطمئن شوید طول فیلم را تا حداکثر یک دقیقه و در صورت امکان ۳۰ ثانیه نگه دارید. هرچه طولانی‌تر باشد احتمال دیده شدن آن کمتر می‌شود. سعی کنید پیام جذاب و اصلی ویدئو را همان ابتدا نشان دهید زیرا خواننده تا دیدن انتهای فیلم صبر نمی‌کند.

سازماندهی رویدادها برای دیدارهای عمومی و جلسات نویسندگان

باید از کتابخانه‌های محلی و دیگر مکان‌ها برای معرفی عمومی کتاب خود استفاده کنید. همچنین با سازمانها و گروه‌های مناسب تماس بگیرید. به عنوان مثال، در مورد کتاب‌های ورزشی می‌توانید به یک مرکز ورزشی یا مرکز سلامت مراجعه کنید و در مورد کتاب‌های مربوط به کسب و کار زنان با انجمن‌ها و اتحادیه‌های امور زنان تماس بگیرید.



وبینارها

وبینارهای رایگان نیز برای بازار هدف‌تان مفید خواهند بود به طوریکه کتاب را به خوبی به مخاطبان معرفی می‌کنند. ایده خوبی است که هنگام ورود افراد به وبینارها تخفیف‌ها یا چند کتاب رایگان ارائه دهید،

اما بهتر است که تا پایان وبینار هدایا را تحویل ندهید. حتی می‌توانید وبینار آفلاین برگزار کنید. به عنوان بهترین سایت در زمینه ایجاد و اشتراک رویداد می‌توانم به سایت ایوند اشاره کنم. شما به راحتی می‌توانید همان ویدیوهایی که در قسمت قبل گفتم را کمی طولانی‌تر کنید (مثلا یک ساعت) و با عنوان وبینار آفلاین به صورت رایگان در سایت ایوند قرار دهید.



سخنرانی در کنفرانس



سخنرانی در کنفرانس نیز یکی از راه‌های موثر برای معرفی کتاب به مخاطبان هدف است، اما باید مطمئن باشید که سخنرانی شما برای همه حتی کسانی که نمی‌خواهند این کتاب را خریداری کنند ارزشمند باشد. سخنرانی‌هایی که صرفاً به قصد فروش هستند مخاطبان را ناراحت می‌کنند. حتی اگر مجبور به حضور در سالن نباشند، آنها وقت خود را صرف کرده‌اند و باید نتیجه قابل قبولی بدست آورند.

نویسندگی برای سایت‌ها و وبلاگ‌های دیگر

نوشتن مقالات مربوط به موضوع کتاب در دیگر وبلاگ‌ها و یا مجلات آنلاین، باعث معروف شدن شما به عنوان یک نویسنده می‌شود. سعی کنید طولانی ننویسید. مطالب مفید ارائه دهید و در انتهای مطلب حتماً به مستندات و منابع خود اشاره کنید.



ارسال رایگان کتاب به افراد تأثیرگذار

بر افرادی تمرکز کنید که از کتاب شما استفاده خواهند کرد یا درباره آن نزد دیگران صحبت خواهند کرد. ارسال نسخه رایگان کتاب به افرادی که در موضوع آن صاحب نفوذ هستند، می‌تواند سروصدای خوبی درباره کتاب ایجاد کند. همچنین دیگر افراد تأثیرگذار که می‌توانند کتاب شما را به اشتراک بگذارند، وبلاگ نویس، نویسندگان، سخنرانان کنفرانس و یا افرادی هستند که دوره‌های آموزش معلمان را اجرا می‌کنند و ممکن است بخواهند کتاب شما را در برنامه خود جای دهند.

ایجاد آموزش بر اساس موضوع کتاب

آموزش می‌تواند از طریق فیلم، پادکست، رویدادهای حضوری، پست‌های وبلاگ و بسیاری راه‌های دیگر باشد. آموزش باعث ایجاد اعتماد، درک و فکرمشغولی می‌شود. وقتی مخاطب زمانش را صرف دریافت آموزش می‌کند یعنی این که اختیار زمانش را به شما داده است. هرچه وقت بیشتری اختصاص دهد احتمال خرید محصولات شما بیشتر می‌شود.

طراحی Infography درباره کتاب

اینفوگرافی‌ها مجموعه‌ای گویا از اطلاعات جمع شده در یک طرح گرافیکی هستند. بسیار مختصر و مفید که جذابیت بصری خوبی دارند و به راحتی قابل ارسال به دیگران هستند. این گونه طرح‌ها جذابیت کتاب شما را بالا می‌برند و ظاهر حرفه‌ای‌تری به آن می‌دهند. می‌توانید این روش را حتی برای کتاب‌های تخیلی پیاده کنید. به عنوان مثال، یک infography درباره شخصیت‌های کتاب و یا حتی موضوع یا محل. به عنوان مثالی دیگر، اگر کتاب شما درباره فضای مجازی باشد، می‌توانید اینفوگرافی را در مورد اثرات منفی فضای مجازی طراحی کنید.



تعیین جایزه

جایزه دادن تعداد بازدید و فروش‌ها را افزایش خواهد داد. می‌توانید این گونه اعلام کنید: "خریدارن کتاب الکترونیک ما هر هفته به قید قرعه یکی از محصولات سایت را هدیه خواهند گرفت. ثبت نام کنید تا در روز قرعه‌کشی شما را مطلع سازیم و نتایج را در سایت ببینید". اینکه مخاطبان ببینند، خریداران محصول شما از چه مزایایی بهره‌مند می‌شوند، قطعاً در موقع خرید، محصول شما را هم در نظر می‌گیرند.

فروش و پیشنهادات ویژه

مردم عاشق تخفیف زیاد هستند. بهتر است طوری تخفیف دهید که نسبت به ارزش واقعی محصول و میزان تخفیف شگفت‌انگیزی که می‌دهید آگاه باشند. حتماً مدت تخفیف را کم تعیین کنید مثلاً ۲۴ ساعت و به هیچ وجه نیز این زمان را تمدید نکنید یا تغییر ندهید.

تخفیف‌هایی که زمان یا تعداد محدودی دارند، ارزش استفاده از کد تخفیف را افزایش می‌دهند. خاطرتان هست که در ابتدای کتاب به چالش‌های پیش روی تولید و فروش کتاب الکترونیک پرداختیم؟ یکی از آنها تصور رایگان بودن محصول دیجیتال بود. تخفیف‌های محدود و فروش در تعداد مشخص باعث می‌شود این تصور کم‌رنگ‌تر شود.

فصل پنجم: ارزیابی



بازخوردها و نظرات را دنبال کنید

به محض شروع فروش، حواستان به نظرات مخاطبان باشد. سعی کنید تا حد امکان با آنها وارد صحبت شوید. بازخوردها نشان می‌دهند که آیا فروش کتاب موفق می‌شود یا خیر. برای دریافت بازخورد می‌توانید کتاب خود را به صورت رایگان به کسی بدهید و از او بخواهید نظرش را صادقانه ارائه دهد. می‌توانید این کار را در یک انجمن گفتگوی آنلاین خاص ارائه دهید.

راه دیگر برای تولید بازخوردهای بیشتر، برگزاری مسابقه است. می‌توانید جایزه‌ای برای بهترین بررسی (بر اساس جزئیات و عمق تجزیه و تحلیل در مورد کتاب) ارائه کنید. جایزه می‌تواند یک کتاب الکترونیکی دیگر، یکی از محصولات (اگر داشته باشید) و یا حتی بسته پستی شامل کتاب کاغذی و ... باشد.

به جای فرار از شنیدن بازخوردهای منفی، سعی کنید دلیل‌شان را بفهمید. در بعضی موارد، ممکن است با پاسخ دادن رفع شوند. اگر احساس می‌کنید بازخورد دهنده استدلال شما را درک نمی‌کند و یا اطلاعات غلطی را ارائه می‌دهد، می‌توانید از آنها برای نظرات‌شان تشکر کنید و فقط محترمانه و مودبانه پاسخ دهید و دیگر بحث نکنید. مزیت پاسخ دادن به بررسی‌های منفی دو برابر است. **اول** نشان می‌دهد که علاقمند به نظرات مخاطبان



هستید، از آنها قدردانی می‌کنید و مایل به یادگیری می‌باشید. **دوم**، به ادعاهای نادرست پاسخ می‌دهید تا دیگران تحت تأثیر آنها قرار نگیرند.



بررسی میزان فروش

حتماً میزان فروش کتاب الکترونیک را از طریق کانالهای مختلف بررسی کنید و دلایل موفقیت و شکست آن کانال را بیابید.

در صورتی که یک کانال با فاصله زیاد از موارد دیگر در موفقیت شما تأثیر داشت حتماً روی آن سرمایه‌گذاری بیشتری انجام دهید ولی همچنان بقیه را تا حد امکان ادامه دهید. همواره در جریان وجود کتاب‌ها و فایل‌های مشابه موضوع خود باشید و روند قیمتگذاری آنها را رصد کنید. بهتر است حتی به خرید کتابهای رقبا اقدام کنید و از میزان کیفیت آنها با خبر شوید تا قیمتی که برای کتاب خود تعیین می‌کنید با کیفیت مطالب آن تناسب داشته باشد.

اگر کتاب را از طریق وبسایت‌های بزرگ فروش کتاب الکترونیک می‌فروشید که آنها امکان آمارگیری فروش شما را دارند. اگر از طریق وبسایت خود نیز اقدام می‌کنید افزونه‌های رایگان و بسیار قوی مانند **Woocommerce** و **Easy Digital Downloads** در سیستم مدیریت محتوای وردپرس وجود دارند که می‌توانید از آنها استفاده کنید و آمارهای بسیار دقیق همراه با نمودار به شما ارائه می‌کنند.

جمع بندی نهایی

با توجه به شرایط چاپ و نشر در کشور ما و وضعیت مالکیت معنوی، نویسندگان عموماً درآمدهای خوبی ندارند و متأسفانه مزد زحماتشان را به حق دریافت نمی‌کنند.



کتابی که خواندید بر این ایده است که امروزه دوران کسب و کار سنتی تمام شده و استفاده از تکنولوژی خصوصاً دیجیتال ضروری است.

اگر می‌خواهید درآمادتان را افزایش دهید باید از قدرت تکنولوژی و تکنیک‌های روز بازاریابی استفاده کنید. نگارش کتاب و انتقال تجربیات و دانسته‌ها بسیار ارزشمند است ولی این فرایند نیاز به تغییر اساسی و تغییر نگاه نویسندگان دارد. هستند بسیاری از متخصصین که این موضوع را درک کرده و درآمدهای بسیار شگفت‌انگیزی از راه نگارش و انتشار کتاب الکترونیک دارند. ناگفته نماند کتاب‌های الکترونیک بسیاری هم در فضای وب خاک می‌خورند. تنها نقطه سخت‌کار اجرا است که متأسفانه ایده‌های جدید به سختی به اجرا درمی‌آیند و چسبندگی عجیبی به فرایندهای قدیمی و تکراری وجود دارد.

نکته مهم دیگر این است که روز به روز دسترسی به اطلاعات راحت‌تر می‌شود و دیگر امکان محرمانه نگاه داشتن اطلاعات تخصصی برای کسب درآمد توجیهی ندارد. هرچه اطلاعات شما راهکارهای عملی‌تر برای رفع مشکلات مخاطبان ارائه دهد امکان موفقیت بالاتر خواهد رفت.



با اجرای دقیق مطالب این کتاب می‌توانید به رویای درآمد خود تحقق ببخشید. راه، درست است و البته کمی صبر و تلاش می‌خواهد. میزان تلاشی که صرف می‌کنید به دست‌آوردی که خواهید داشت حتماً می‌ارزد.



از همراهی شما صمیمانه سپاسگزارم!

لطفاً نظرات، پیشنهادات و سوالات خود را از طریق بخش

تماس با ما در وبسایت رهسو اعلام بفرمایید.

در صورت تمایل به دریافت اطلاعات سایر کتاب‌ها و محصولات رهسو می‌توانید ایمیل خود را

در انتهای صفحه تماس با ما در بخش **عضویت خبرنامه** وارد کنید.

ما را با شنیدن خبر موفقیت خود خوشحال کنید!