



MARKETING de autores

*8 acciones imprescindibles
para la promoción de tu libro*



Ana Nieto Churruca



MARKETING DE AUTORES

8 Acciones imprescindibles para la promoción de tu libro

(que te ayudarán a captar lectores y generar ventas)

¿Has terminado de escribir tu libro? ¿Y ahora qué? Quizá... ¿te has animado a auto publicarlo? ¡¡Bien!!

Pero quieres más ¿verdad? Ahora quieres generar ventas y llegar a tus lectores. Vale, entonces para eso necesitamos hacer una promoción eficaz de tu libro.

Hola, soy Ana Nieto Churruca, autora del bestseller [Triunfa con tu eBook](#) y directora de [Triunfa con tu libro](#), un programa en el que entrevisto a muchos autores que han triunfado auto publicando su libros y que nos descubren los secretos de su éxito.

En este documento quiero compartir contigo las 8 acciones imprescindibles que ayudarán a promocionar online tu libro para ganar lectores, de forma que tu libro se venda día tras día, mes tras mes.

[Lista de acciones de promoción](#)

- Kit material de contenidos
- Creación plataforma de autor
- Email Marketing Marketing
- Redes Sociales
- Book trailer
- Book Tour
- Publicidad en Facebook
- Webinars



1. Kit: Material de contenidos para la promoción de tu libro



La promoción online es una promoción cuya materia prima son los contenidos.

Prepara la siguiente batería de contenidos:

- La “historia” de tu libro

Es algo que interesa mucho a tus lectores o posibles lectores, pero también en general a los medios (bloggers, periodistas, podcasters, etc.).

Cuenta por qué se te ocurrió la idea de escribirlo, cómo lo hiciste, cuánto tiempo te llevo y alguna anécdota.


- Tu *elevators pitch*:

Es un mensaje escueto de no más de 6 líneas para convencer a alguien de que compre tu libro sin usar hipérbolos ni nada que suene a publicidad pura y dura.

- Libros de no ficción: la sinopsis de tu libro

- Libros de ficción: qué resultado obtendrá el lector aplicando lo que explicas en tu libro

En el caso de mi libro: *Triunfa con tu ebook*. Este es mi *elevators pitch*:

	<p><i>"Mi misión es ayudarte a auto publicar tu libro, atraer a muchos lectores e incrementar tu visibilidad como autor "</i></p>
---	---



- **Preguntas para tu Entrevista**

Pónselo fácil a periodistas o gente influyente que vaya a entrevistarte y facilítales una lista de posibles preguntas que pueden hacerte.

Haz una lista de 10 a 15 preguntas.

Diles que es simplemente un borrador por si quieren utilizar algunas. Comprobarás que la mayoría lo harán.

- **15 imágenes con frases de tu libro**

Crea imágenes sugerentes, atractivas o simplemente descriptivas con textos muy cortos del contenido de tu libro para compartir en redes sociales.

Utiliza la herramienta [Canva](#), que te permite conseguir imágenes muy profesionales e incorporarles texto dedicándole muy poco tiempo.

- **10 mensajes tipo para Twitter/Facebook/Linkedin con imágenes**

Prepara mensajes para ir compartiendo a lo largo de los tres meses siguientes a la publicación del libro. Puedes repetir los mensajes en Twitter varias veces a lo largo de los seis meses siguientes a tu publicación.

Acompaña los mensajes con imágenes, combina las que has elaborado en el apartado anterior con otras sin texto.

- **El asunto del mail**

Lo que escribas en el lugar del "asunto" del mail es clave para conseguir que el destinatario decida o no leer el cuerpo del mensaje.

El asunto tiene que ser el "gancho". ¿Cómo conseguirlo?: escribe algo que intrigue, emocione, indique una solución a un problema o resulte chocante.

2. Creación de una plataforma de autor





Tu centro de operaciones, el lugar dónde recibes a "tus lectores" debe ser tu web. Es dónde convencerás al visitante para que compre tu libro. Es "tu tienda", dónde recibes a las visitas y las llevas de la mano para que acaben siendo tus lectores. Es dónde convencerás al visitante para que compre tu libro.

Todas las acciones de promoción que realices, acciones en redes sociales, marketing con vídeos, email marketing, etc. deben estar dirigidas para que tus seguidores acaben visitando tu web.

También debe ser el lugar donde captas el "lead" o datos de contacto de tus lectores potenciales.

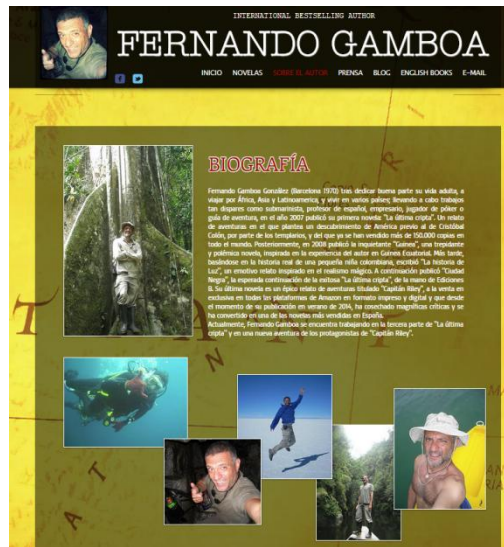
Este es un ejemplo excelente de **página de inicio** de una web de autor:



Comprueba que incluyes estas secciones:

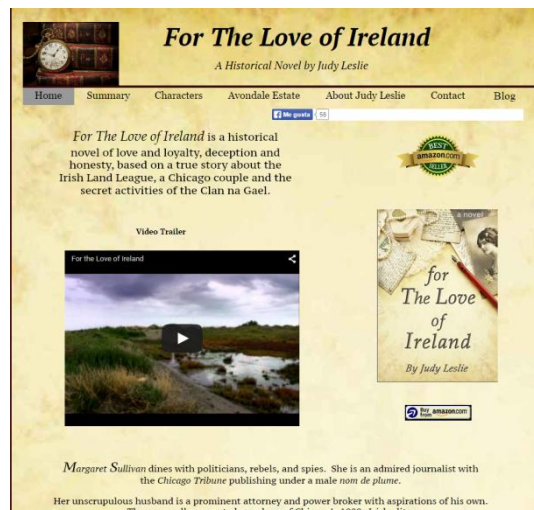
- Sobre el autor:

Incorpora una buena **foto** tuya o varias y, además, escribe una breve **biografía** tuya como autor, con al menos un par de párrafos. En el siguiente ejemplo te mostramos la página de autor en la web de [Fernando Gamboa](#), autor de novelas de aventura y de varios bestsellers en Amazon.



- Libros:

Debes tener en una misma página todos tus libros con imagen de las portadas y una breve descripción de cada uno. En este verás un buen ejemplo de **página de la novela** de la autora, [Judy Leslie](#). El diseño y contenidos están muy relacionados con la temática de su obra, una novela histórica muy relacionada con Irlanda.



- Contacto:

Es importante que muestres un pestaña de "**Contacto**" en el menú principal para que los visitantes a tu página lo encuentren fácilmente. Si tienes un **formulario de contacto**, no necesitas poner explícitamente tu mail o tu número de teléfono.

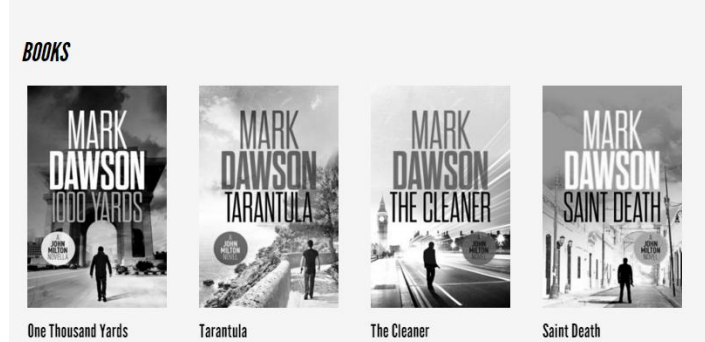


– Apartado captación de leads:

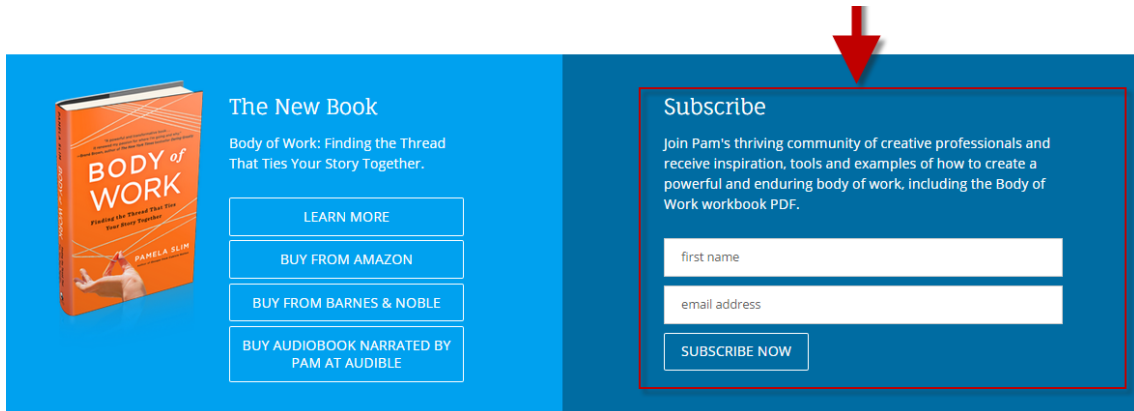
Muchas de las visitas que recibas serán de personas interesadas en tus libros. Si captas su email y sigues en contacto con ellos será una forma de que te tengan presente. Para **captar el mail** (lead), ¡pídeselo!

Puedes hacerlo con un banner, un apartado fijo en la página de inicio de tu web, o con un pop-up ¡o ambos!

Ejemplo de captación de lead en la página de inicio de una web de autor



Ejemplo de apartado fijo en una web de autor



Ejemplo de popup en nuestra página Triunfa con tu Libro



– Blog:

El blog puede ser una pestaña más dentro de tu página web y encaja perfectamente dentro de tu web. Con **tus contenidos** del blog conseguirás atraer muchos más lectores a tu web.

Recomendación: en lo posible optimiza tus posts con palabras clave. Utiliza la herramienta [Google Keyword Planner](https://www.google.com/webmasters/tools/keyword-planner/) o la más sencilla [Keywordtool.io](https://www.keywordtool.io/).

– Vídeos:

Tener un buen **canal de Youtube** bien optimizado con palabras clave eficaces hará propulsar tu obra y a ti como autor o experto en tu temática. Es la misma idea que el blog pero con vídeos.



En este episodio del podcast "Triunfa con tu libro" hablamos de: La [web de autor](#): [Contenidos imprescindibles](#)

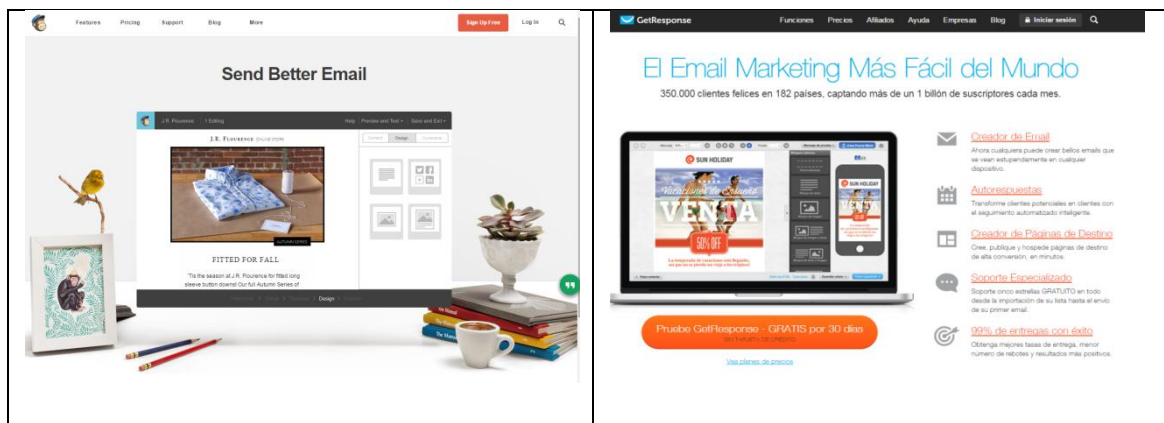
3. Email marketing



Bien gestionado, el email marketing es una de las acciones de promoción de tu libro más potentes. Si ya tienes una lista y sigues captando "leads" según hemos visto en el apartado anterior, ahora tienes que nutrir esa lista con contenidos de valor para los suscriptores. Pueden ser *tips* para que consigan resultados sobre la temática de tu libro, historias que tengan que ver con los personajes de tu novela, de qué tratará su próximo libro, etc. Combina texto con vídeos (no tienen por qué ser tuyos) e imágenes.

Herramientas para gestionar tus campañas de email marketing que te recomiendo es Mail Chimp, si tienes menos de 2.000 suscriptores y menos de 12.000 envíos al mes por que en ese caso es gratis y [Get Reponse](#)

si tu lista o envíos es superior.



4. Redes Sociales



Selecciona bien las redes sociales en las que te sientas cómodo y puedas **contactar mejor con tus lectores**. Hay muchas opciones y va a ser imposible que puedas gestionar eficazmente todas, a no ser que seas un profesional de marketing digital y tengas tiempo.

Para autores serían especialmente recomendables Twitter, YouTube y Facebook (sobre todo los grupos de Facebook). LinkedIn podrías usarlo si tu público objetivo es de tipo “profesional”.

Si tu audiencia y tus contenidos son muy visuales utiliza Instagram (o Pinterest), será una red social en la que conseguirás una buena vinculación.

Incluye botones sociales en todos los artículos de tu blog y de las páginas de tu libros y tu página de autor, para facilitar que los visitantes compartan tus contenidos.

En redes sociales no "vendas" o hables reiteradamente de tu libro. Comparte, de nuevo contenidos de valor para tus lectores, incluyendo contenidos (posts, vídeos, etc.) de otros y generando interactividad. Intenta responder siempre. Cuanto más interactúes más fidelidad de tus lectores y seguidores conseguirás.

5. Video de tu libro: Book Trailer



Hay muchas formas de hacer un vídeo de tu libro. Es imprescindible un buen guión para que ese vídeo se comparta activamente.

Para libros de no ficción no hables de las características del libro sino del valor y beneficio que el lector obtendrá.



Hay varios formatos, desde la grabación directa a imágenes compartidas con textos y música o vídeos animados que encajan muy bien para libros de no ficción.

Para libros de ficción el guión puede ser más variado en función del género y la historia. Hazlo atractivo. Tu referencia: los trailers de películas. No te asustes. Se pueden hacer book trailers con un presupuesto ajustado. Por ejemplo utilizando imágenes, música y texto. Eso sí, mejor con edición para que no resulten "caseros".

6. Book Tour



Antes incluso de publicar tu libro, tienes que identificar bien a la gente influyente de la temática de tu libro o de su género y "acercarte a ellos/as".

Los "influyentes" tienen diferentes perfiles, pueden ser:

- Bloggers
- Podcasters
- Administradores de grupos de Facebook
- Administradores de grupos LinkedIn
- Directores de clubs de lectura
- Periodistas: periódicos, radios, TV, revistas.

Si no los conoces, empieza a seguirles y a compartir sus contenidos. Empieza por contactar con aquellos que creas que puedan ser más accesibles y proponles o bien una entrevista (pídeles que te entrevisten) o bien escribir o compartir contenidos en sus medios.

El book tour es una carrera de fondo. Empezarás poco a poco e irás incrementando tu visibilidad como autor. Cuanto más visible, más fácil te será llegar a gente más influyente.

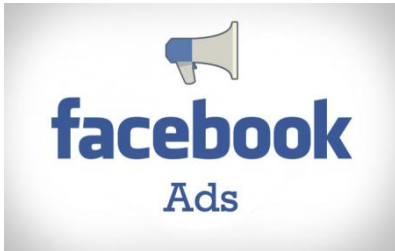
Envíales tu kit y pregúntales si quieren participar en un book tour. A los que contesten afirmativamente envíales con la herramienta "[Doodle](#)" para que elijan la fecha en la que van a publicar algo sobre tu libro. Dales varias opciones:

- Reseña
- Entrevista



- Un artículo escrito por ti
- Otros

7. Publicidad en Facebook



La publicidad de Facebook es interesante porque permite filtrar y segmentar mucho el público objetivo al que te quieres dirigir.

Pero es importante que no centres la publicidad en vender tu libro de forma directa, como mucho ofrecer algún descuento. El objetivo que debes perseguir es el de captar nuevos leads. El mail de futuros lectores o prescriptores para "engordar" tu lista de suscriptores.

Comparte contenidos interesantes: regálaselos y luego ya será el momento de enviarle directamente información sobre tu libro para animarles a que lo compren.

8. Webinars



Son conferencias online que generan credibilidad y potencia tu marca como autor.

Para poder organizar una conferencia necesitas tener una base de contactos o colaborar con alguien que la tenga. Se trata entonces de invitarles para que te escuchen online durante un tiempo (te aconsejo no más de 60 minutos) y consultar y preguntarte lo que quieran.



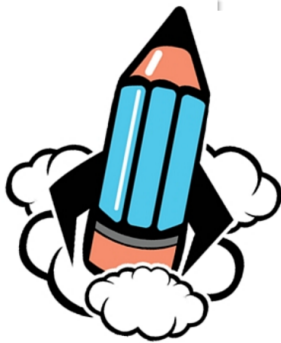
Para autores de no ficción lo más efectivo es hablar de la temática que trata su libro. Para autores de ficción puede ser algo más informal simplemente para que tus lectores o lectores potenciales te pongan cara y puedas crear lazos más cercanos con ellos. Puede hablar de porqué empezaste a escribir, qué te motiva, de qué van tus libros, cómo te documentas, etc.

Herramienta que te recomiendo utilizar: GotoWebinar (el primer mes es gratis) o Google Hangouts (es gratis). En ambos casos se puede grabar el Webinar y dejarlo en abierto en YouTube, así darás más difusión a tu evento.



CURSO ONLINE TRIUNFA CON TU LIBRO (50 VIDEO TUTORIALES)

30% de descuento si te inscribes antes del 30 de septiembre de 2016.



TRIUNFA CON TU LIBRO (EN PRE-VENTA)

Publica y vende tu libro con éxito en 30 días

 Empieza este curso por €390 €273

30% descuento del precio original

[El curso](#) incluye **50 video tutoriales**.

Cada video tutorial tiene una duración aproximada entre 2 minutos y 30 minutos, en función del tema tratado.

Haz clic en este enlace donde tienes toda la información:

[Curso Online Triunfa con tu Libro \(30% descuento\)](#)