*Am Anfang war das Marketing*

Inhalt (Stand: Mai 2015)

1 Einleitung

2 Warum betreiben Sie Autorenselbstmarketing?

3 Was ist Marketing?

4 Wo treffen Sie Ihre Zielgruppe?

4.1 Zehn Todsünden

4.2 Die richtigen Adressaten

5 Wie erstellen Sie Ihren Marketingplan?

6 Wie machen es die anderen?

Erfahrungsberichte von Autoren

6.1 Meddi Müller – historische Romane

6.2 Jordan Bay – Fantasy

6.3 Matthias Gerschwitz – ein Mann aus der Praxis

7 Biographische Erzählung: Willensstark

7.1 Über Harald Lange

7.2 Über das Buch Willensstark

8 Marketingkonzept zu Willensstark – erster Entwurf

9 Zwischen Instinkt und Marketing

9.1 Autor

9.2 Käufer und Leser

10 In der Theorie: Wie setzen Sie Ihre Ideen um?

10.1 Was wollen die Verlage?

10.1.1 Eine zielorientierte Suche

10.1.2 Anschreiben, Exposé und Leseprobe

10.1.3 Titel, Cover und Klappentext

10.1.4 Für den Verkauf

10.2 Wie überzeugen Sie den Buchhandel?

10.2.1 Offline

10.2.2 Online

10.3 Womit erreichen Sie die Leser?

10.3.1 Offline

10.3.2 Online

11 Welche Partner bieten sich für eine Zusammenarbeit an?

11.1 Medien

11.2 Sponsoren

11.3 Andere Autoren

11.4 Weitere Fürsprecher

11.5 Veranstalter

12 Marketingkonzept zu Willensstark – überarbeitet

13 Die Praxis: So setzen Sie Ihre Ideen um

13.1 Das wollen die Verlage

13.1.1 Erste Erfahrungen

13.1.2 Meinbu.ch und Kathie – unglaublich, aber wahr

13.1.3 Thomas Rüger Verlag und Süßer Wahnsinn

13.1.4 vss verlag und Willensstark

13.2 So überzeugen Sie den Buchhandel

13.2.1 Offline

13.2.2 Online

13.3 Damit erreichen Sie die Leser

13.3.1 Offline

13.3.2 Online

14 Mit diesen Partnern arbeiten Sie zusammen

14.1 Medien

14.1.1 Für „Jedermann“

14.1.2 Speziell für blinde Menschen

14.2 Sponsoren

14.3 Andere Autoren

14.4 Weitere Fürsprecher

14.5 Veranstalter

14.5.1 Für „Jedermann“

14.5.2 Speziell für blinde Menschen

15 Wie können Sie Ihr Buch alternativ vermarkten?

15.1 Kurz-, mittel- und langfristig

15.2 Der Marketing-Mix: Produkt, Preis, Kommunikation und Vertrieb

16 Controlling

16.1 In der Theorie

16.2 Die Praxis

16.2.1 Einnahmen

16.2.2 Ausgaben

17 Buchempfehlungen