





Questo ebook è l'anteprima in cui mancano circa 90 pagine rispetto alla versione originale di:

“109 Segreti per Promuovere alla Grande il Tuo Libro”

che puoi scaricare nella versione completa dal seguente link:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>



109 Segreti per Promuovere alla Grande il Tuo Libro

di **Emanuele Properzi**

versione 1.1 del 07 aprile 2011

Le strategie riportate in questo manuale sono il frutto di anni di studi e di prove condotte dall'autore in prima persona e da una decina di altri autori che hanno con lui collaborato. L'applicazione di tali strategie non garantisce quindi il raggiungimento dei medesimi risultati. L'autore si riserva il diritto di aggiornare e modificare il contenuto del manuale in base a nuove condizioni. Questo documento ha solo ed esclusivamente scopo informativo, e l'autore non si assume nessuna responsabilità dell'uso improprio di queste informazioni.



"...Consigliata a chiunque desideri portare il proprio libro al successo..."



Emanuele ha scritto il manuale di autopromozione libraria che ogni autore emergente dovrebbe leggere. Una guida ricca di suggerimenti, consigli pratici e case history, in grado di offrire allo scrittore un percorso passo a passo per fare la differenza. Consigliata a chiunque desideri portare il proprio libro al successo.

Stefano Calicchio, fondatore di marketingculturale.com e autore dei testi di riferimento per la promozione artistica

"...altri autori troveranno il modo di realizzare il loro sogno..."



Emanuele Properzi è per me, prima di tutto, un amico. Ho scoperto Scrittore Vincente durante i lunghi mesi di web-marketing per il mio libro, e da allora non l'ho più abbandonato. Adesso, con i 109 Segreti, sono sicuro che altri autori troveranno il modo di realizzare il loro sogno. Poche storie: io corro a leggere!

Pietro De Viola, autore di "Alice senza Niente" il caso editoriale online dell'anno

"...mi ha aperto molte porte su come rendere vincente il mio lavoro..."



Tre mesi fa è uscito il mio romanzo I LOVE JU e devo dire che vederlo sugli scaffali delle librerie mi ha riempito di gioia e orgoglio, ma quello non è che il primo passo. Ogni giorno vengono sfornati dalle case editrici centinaia di titoli, e il mio sarebbe ben presto sparito, soffocato dai nuovi arrivi. Per fortuna sono entrato in contatto con Emanuele Properzi, il fondatore del sito scrittorevincente.com, il quale mi ha aperto molte porte su come rendere "vincente" il mio lavoro. Se anche tu hai scritto un libro e non ti accontenti di pochi attimi di gloria, ma vuoi vedere i risultati di vendita giorno dopo giorno, ti consiglio di leggere questo manuale, dove trovi informazioni così preziose (e solitamente sconosciute) che rendono vincente il tuo lavoro letterario.

Jonathan Arpetti, autore di "I LOVE JU" clamoroso e imprevisto successo editoriale



"...un ottimo metodo per chiunque ..."



"109 segreti per promuovere alla grande il tuo libro" credo siano un ottimo metodo per chiunque vuole ambire ad un livello promettente di pubblicità del proprio lavoro sia cartaceo che in formato digitale. Tutte le strategie proposte sono uno stimolo per un buon lavoro di marketing personalizzato, come dice Properzi, però, l'autore deve essere convinto di se stesso e di ciò che propone, un minimo di autostima è indispensabile prima di iniziare la promozione.

Michela Zanarella, poetessa "di successo"

"...uno strumento utile non solo agli esordienti..."



Ho letto il manuale "109 Segreti..." e devo dire che è molto molto interessante. E' uno strumento utile non solo agli esordienti, ma anche a chi pensa di potersi dichiarare "scrittore affermato". Ricco di spunti, capaci di portare un autore ad un buon livello editoriale. Lo consiglio vivamente!

Alessio Puleo, autore di "La mamma dei carabinieri", un romanzo diventato caso editoriale

"...Emanuele ha fatto uno stupendo lavoro..."



Credo che questo ebook sia, semplicemente, uno dei manuali più completi riguardo la promozione libraria su web. Quello che ho avuto tra le mani è uno strumento che torna utilissimo quando si cerca -a diversi livelli di esperienza- ispirazione, motivazione, numeri e case study da studiare e fare propri. E non è poco. Emanuele ha fatto uno stupendo lavoro nel mettere insieme così tanto contenuto di qualità uscendo dai canoni della "promozione fine a sé stessa". Qui si parla di come si porta un libro al successo, e gli strumenti ci sono tutti. Consigliatissimo.

Francesco Gavello, uno dei più importanti web marketer italiani



Indice Generale di “109 Segreti per Promuovere alla Grande il Tuo Libro”

Introduzione	10
Chi Sono	10
Genesi di ScrittoreVincente.....	10
Condizioni Essenziali per Applicare i Metodi da me proposti.....	11
Autori iscritti a ScrittoreVincente.....	13
“Infomatizzazione di Secondo Livello” secondo Properzi.....	15
SVLab: il Laboratorio di ScrittoreVincente	16
L'Obiettivo di Properzi	16
Cosa non deve essere nascosto per fare una Promozione Efficace	17
Cosa ha Questo Ebook che gli Altri non hanno.....	18
SOMMARIO DEI PRIMI 11 SEGRETI	20
Capitolo Primo: Copertina e Tecniche Promozionali Online e Offline.....	21
La Copertina: l'Elemento di Marketing più Importante di un Libro.....	21
L'universo delle Tecniche Promozionali.....	25
Tecniche Promozionali Online e Offline.....	26
Relazioni e Sinergie: i due Concetti Fondamentali per Properzi.....	27
La Promozione non deve Allontanare la Scrittura.....	28
L'Autopromozione può farti Salire a un Livello per cui non Serve più Farla.....	29
TABELLA 1: Tecniche Promozionali Offline.....	30
TABELLA 2: Tecniche Promozionali Online.....	33
SOMMARIO DEI SEGRETI (DAL 12 AL 23)	36
Capitolo Secondo: Basi per la Promozione Offline.....	37
Analizza le Tue Competenze e la Tua Motivazione.....	37
Come Impadronirti della tua Risorsa più Preziosa.....	40
Linkografia/Bibliografia.....	64
Glossario dei Vocaboli e Locuzioni come li ho intesi in questo Ebook.....	66



Ringraziamenti

Consulenti Marketing (li riporto in ordine alfabetico):

Ringrazio [Alessandro Sportelli](#) (uno dei massimi esperti italiani di marketing su Facebook) per i suggerimenti preziosi su come non perdersi su Facebook ma usarlo efficacemente per promuovere al meglio i propri progetti.

Ringrazio [Francesco Gavello](#) (uno dei più importanti blog marketer italiani) per gli insegnamenti che mi ha trasmesso su come creare blog di successo e comunicare efficacemente online.

Ringrazio [Marco Marcatili](#) (esperto di economia, giornalista Sole24Ore, Nomisma e altro) per la pazienza che ha avuto ogni volta che gli ho chiesto chiarimenti su alcuni concetti di marketing ed economia che a me, che sono un ingegnere, sono stati tanto utili.

Ringrazio [Stefano Calicchio](#) (curatore e fondatore di marketingculturale.com e autore di svariati testi sulla promozione artistica) per il suo incredibile lavoro, che è stato sicuramente per me fonte di ispirazione.

Ringrazio [Valerio Conti](#) (uno dei migliori web marketer italiani) per i suoi insostituibili consigli su come creare una newsletter che funziona e gli insegnamenti di email-marketing avanzato.

Scrittori che hanno collaborato a ScrittoreVincente

Ringrazio Fabrizio Sparta per quanto mi ha trasmesso non solo a livello di tecniche promozionali. Ringrazio Michele Romano perché non molla mai e mi carica, e anche Alessandro Vizzino è così e lo ringrazio. Ringrazio Pier Francesco Grasselli per la cordialità con la quale mi ha spiegato come si diventa scrittore a tempo pieno. Ringrazio Stefano Pitino per aver condiviso le sue conoscenze sulla promozione. Ringrazio Jonathan Arpetti per seguirmi nelle mie folli iniziative di



marketing librario. Ringrazio Pietro De Viola per aver dimostrato che le tecniche di ScrittoreVincente funzionano. Ringrazio Insy Loan per la straordinaria lezione di blog marketing. Ringrazio Marco Apolloni per la condivisione continua dei nostri sogni. Ringrazio Gianluca Antoni per lo scambio costruttivo di esperienze. Ringrazio Cinzia Luigia Cavallaro per la sua acutezza e poi Simona Bertocchi, Daniela Tazzioli, Paolo Soldano, Michela Zanarella, Mauro Cardinale, Lara Zavattoni, Matteo Grimaldi, Alessandro Bigarelli, Francesca Bronner, Valerio Narcisi, Alessandro Tebi, Simone Rausi, William Iannacone, Maria Teresa Amore, Giovanni Tessicini, Luca Terenzoni, Tamara Cej, Marco Costa, Rossana Uva, Andrea Muni, Manuela Costanzo, Maria Iannicello, Angelo Franchitto, Giorgio Molinari, Loredana Costantini, Gualtiero Prax e tutti gli autori che hanno fatto crescere il progetto ScrittoreVincente.com nei suoi primi 5 mesi di vita ed hanno così contribuito a far nascere “109 Segreti per Promuovere alla Grande il Tuo Libro”.

GRAZIE



“...ecco, il meccanismo vincente è banale e subdolo: è quello che, senza far rumore alcuno, induce nella collettività l'inamovibile consapevolezza di vedere quel libro come necessario...”

Properzi su Skype, ore 2:34
qualche giorno prima del Natale 2010,
(dopo qualche bicchiere di troppo)
in conversazione remota con Marcatili
sui requisiti di un libro di successo



Introduzione

Chi Sono

Mi presento, io sono [Emanuele Properzi](#). Nella vita sono R&D Manager per una multinazionale nel settore dell'informatica ospedaliera. Ho 36 anni, una laurea in Ingegneria Elettronica e un Dottorato di Ricerca in Ingegneria Meccanica. Nel novembre 2009 ho pubblicato un romanzo: “[Apologia del piano B](#)”, a seguito di un ottimo riscontro che ho avuto con il lancio online (gennaio 2009) della copia digitale del romanzo ([6000 file scaricati](#)). Il romanzo su cartaceo ha poi avuto un [discreto successo](#); ne è stata poi tratta anche una [rappresentazione teatrale](#).

Genesi di ScrittoreVincente

Dal 2009 ho iniziato ad appassionarmi al marketing librario, per quanto concerne sia gli aspetti di web marketing (promozione tramite internet che da questo punto in poi definirò **online**) che quelli della promozione **offline** (presentazioni, radio, TV etc.). Questa mia nuova passione ha ben presto sotterrato le mie velleità di romanziere. I meccanismi che si nascondono dietro le dinamiche che portano un libro a diffondersi come un virus, mi hanno attratto così fortemente che mi sono dedicato con tutte le energie al loro studio e ad una attenta verifica sul campo. Rendendomi conto dell'**enorme numero di pubblicazioni editoriali** ([65000 nuovi titoli all'anno!](#)) che periodicamente sono sfornate in Italia, ho intuito che esiste una reale necessità di diffondere le tecniche di autopromozione, in quanto la gran parte degli scrittori, una volta pubblicato il proprio libro, non è supportata in nessun

SCARICA LA VERSIONE COMPLETA DI “109 Segreti per Promuovere alla Grande il Tuo Libro”

di Emanuele Properzi da: <http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>



modo nella promozione né dalle case editrici né da chiunque altro. Nel frattempo che studiavo marketing e facevo prove, ho anche attentamente osservato gli scrittori che riuscivano più di altri ad autopromuoversi con successo. Li ho poi tutti intervistati per capire a fondo il tipo delle azioni promozionali da loro fatte e il modo in cui le hanno eseguite.

Ad ottobre 2010 ho quindi lanciato online il mio sito [ScrittoreVincente](http://ScrittoreVincente.com), che tratta esclusivamente il tema del marketing librario. Il sito spiega agli scrittori che intendono autopromuoversi come fare ciò nel modo più incisivo, rapido ed economico possibile, ispirandosi alla mia esperienza e ai miei studi, ed anche ai **“modelli di marketing” adottati da altri scrittori che si sono promossi con successo**. Modelli descritti, analizzati e discussi nel sito stesso.

Condizioni Essenziali per Applicare i Metodi da me proposti

ScrittoreVincente non tratta in nessun modo le recensioni di libri, le discussioni sui contenuti di testi vari e il tema della ricerca di un editore, ma tratta solo ed esclusivamente il marketing librario. Sottolineo questo concetto in quanto ho ricevuto varie [critiche](#) perché sembrerebbe che il mio sito stimoli a focalizzarsi sulla promozione piuttosto che sui contenuti. In contrapposizione a tali critiche, è [più volte riportato](#) in ScrittoreVincente che **se un libro non è di qualità, autentico, dai contenuti interessanti, ben scritto e 'leggibile', non ha alcun senso promuoverlo** in quanto le librerie sono stracolme di titoli di bassa levatura e aggiungere altro marciume sarebbe proprio l'aggravarsi di una piaga culturale già sufficientemente aperta.



Il presente manuale, vuol solo aiutare coloro che hanno scritto libri di qualità, dopo magari anni di duro lavoro, ricerca interiore e instancabile esercizio espressivo, ad autopromuoversi, perché, dopo la pubblicazione, molti di questi scrittori si ritrovano soli col loro libro in mano e nessuno che li supporti nella promozione.

Inoltre **se intendi promuovere un libro cartaceo pubblicato con una casa editrice e la distribuzione del libro è fortemente limitata, è chiaro che tutte le tecniche descritte in questo ebook sono inutili ai tuoi fini. Lo stesso discorso vale per un ebook:** se tale testo digitale non ha una piattaforma web che permetta la distribuzione dello stesso con funzionalità facilmente fruibili da tutti, è inutile che tenti di promuoverlo.

Senza quindi un libro con contenuti validi e una sistema di distribuzione, non ha senso che tu promuova la tua opera.

Alla fine di questo documento emergerà uno specifico metodo. Detto da me sembrerà strano, ma è la verità: le tecniche, da sole, servono a poco. **Una delle difficoltà maggiori non è sapere come fare ma “perché fare”.** Questa ignoranza credo sia il vero motivo che ci allontana dalla passività e ci permette di far cambiare lo stato delle cose in meglio. E' quindi fondamentale che tu legga tutto ciò che c'è prima di questo metodo, che ti soffermi sulle pagine a fine capitolo a riflettere sui singoli punti che ti ripropongo come sommario e prendere così i tuoi appunti. Leggi poi tutte le pagine, ci vuole meno di un'ora, solo in questo modo inizierai a comprendere come il tuo libro può decollare con strumenti le cui sinergiche potenzialità nemmeno immaginavi. Lavora sulle tue fondamenta, l'edificio che costruirai mattone

SCARICA LA VERSIONE COMPLETA DI “109 Segreti per Promuovere alla Grande il Tuo Libro”

di Emanuele Properzi da: <http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>



dopo mattone sarà una semplice e straordinaria conseguenza ;-)

Autori iscritti a ScrittoreVincente

Agli iscritti alla [newsletter](#) di ScrittoreVincente vengono inviati periodicamente delle risorse ed ebook gratuiti, alcuni da me creati (come questo ebook che stai leggendo) e altri da me selezionati dal web. Queste risorse riportano in generale nozioni di marketing applicabili alla vendita di libri, guide per la creazione di blog e pagine sui social network per promuovere libri, materiale informativo di varia natura scelto proprio per incrementare le conoscenze idonee ad autopromuoversi efficacemente.

Inoltre gli iscritti alla newsletter ricevono anche l'articolo settimanale pubblicato su ScrittoreVincente riguardante consigli e spunti per fare una promozione più efficace, interviste a scrittori volte a discutere e approfondire le esperienze di autopromozione, analisi delle presentazioni di libri di vario tipo da me organizzate, contenuti vari sempre imperniati sul tema della promozione libraria. Gli scrittori con spiccate doti promozionali che ho intervistato sono Pier Francesco Grasselli, Stefano Pitino, Fabrizio Sparta, Insy Loan, Pietro De Viola, Jonathan Arpetti e tanti altri.

Ho intervistato questi autori perché sono stati artefici di casi editoriali di successo e con dei connotati particolari, che ora ti spiego. Loro (per adesso) non sono autori che vendono centinaia di migliaia di copie, non pubblicano con le case editrici che tramite articoli su quotidiani nazionali, recensioni su riviste con tirature prossime al milione di copie, interviste su trasmissioni televisive famose, riescono a rendere la scrittura la loro fonte di reddito



principale. Loro non sono già famosi prima di aver pubblicato, nel senso che non sono dei comici affermati, dei politici, sportivi, personaggio televisivi, deejay, che scrivono dei libri e poi vendono tanto sfruttando la fama già acquisita e un contratto editoriale stipulato con una casa editrice “potente”. Ho scelto loro perché hanno scritto un libro al quale hanno dedicato tutto loro stessi. Una volta scritto il loro libro, hanno quindi deciso di promuoverlo, anche se alle spalle non hanno un colosso editoriale. [Grasselli](#) si è quindi inventato di promuovere il suo libro nelle discoteche perché è di quel mondo che tratta il libro, [Pitino](#) ha usato la promozione online come un’arma micidiale per lanciare il suo *Strokes*, [Sparta](#) si è specializzata su Facebook per le promozione online e poi si è creato partnership strategiche, [De Viola](#) ha creato un caso eclatante con l’ebook più letto in Italia nel 2010, [Arpetti](#) ha promosso *chirurgicamente* il suo libro andando a informare il target specifico di lettori che hanno interessi contestuali al tema della sua opera, [Insy Loan](#) è un caso particolare che grazie al suo blog di successo ha poi pubblicato un libro di successo (ho analizzato il suo caso proprio per capire come usare al meglio i blog per promuovere libri). Nel mio sito troverai tanti altri esempi.

E’ fondamentale avere dei riferimenti numerici per capire in che direzione andare e come valutare le proprie ambizioni. Questi autori (tolto De Viola che ad oggi ha solo lanciato l’ebook) sono riusciti a vendere in media a testa più di cinquemila copie, ottenendo dei risultati sorprendenti, se si considera quelli che sono i connotati del mercato che hanno affrontato e gli strumenti che hanno avuto a disposizione. Le condizioni in cui hanno lavorato si sono basate sul supporto minimo dell’editore alla promozione, sulla distribuzione non propriamente capillare e sul fatto che gran parte del marketing del loro libro lo hanno condotto da soli. Dietro a questi progetti vincenti ti assicuro che c’è quindi un grandissimo lavoro, fatto di azioni quotidiane, di tantissimi

SCARICA LA VERSIONE COMPLETA DI “109 Segreti per Promuovere alla Grande il Tuo Libro”

di Emanuele Properzi da: <http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>



piccoli passi che stanno permettendo a questi scrittori di *camminare lontano*, spediti verso la realizzazione di un sogno ancora più grande. Dietro a questo successo c'è un metodo promozionale ben definito, ci sono degli spunti, degli accorgimenti adottati che fanno la differenza. Sono questi aspetti che ho analizzato, studiato e verificato di prima persona e poi anche con autori diversi, nuovi, emergenti. A seguito di tutto questo lavoro ci sono i miei articoli su ScrittoreVincente che puoi leggere quando vuoi, i contenuti descritti nel presente ebook che stai leggendo e tutto il materiale informativo che da oggi in avanti ti fornirò tramite la newsletter di ScrittoreVincente.

A marzo 2011 circa 200 autori di testi di varia natura aderiscono alla newsletter di ScrittoreVincente.

“Infomatizzazione di Secondo Livello” secondo Properzi

In un [post](#) che ho scritto per uno dei più importanti blog Marketer italiani (Francesco Gavello), ho introdotto, secondo una mia tesi, il concetto di “informatizzazione di secondo livello” degli scrittori, con il quale asserisco che gli scrittori, nel 2011, se vogliono esprimere i loro contenuti alla massa, devono inevitabilmente acculturarsi sulle moderne tecnologie che gestiscono i nuovi sistemi di comunicazione sul web. Alla stessa maniera in cui un paio di decenni fa hanno abbandonato la macchina da scrivere per sostituirla col pc, ora gli scrittori devono, dal mio punto di vista, fare un successivo passo per essere in grado di comunicare i loro contenuti ai lettori. Perché **i lettori sono proprio dalle nuove piattaforme comunicative che si aspettano di ricevere queste informazioni.**



SVLab: il Laboratorio di ScrittoreVincente

All'interno di ScrittoreVincente è stata poi creata una sezione apposita chiamata [SVLab](#), che costituisce il “Laboratorio di ScrittoreVincente”.

In questo laboratorio allo stato attuale ci *lavorano* 4 scrittori, che, adottando le tecniche proposte e spiegate da ScrittoreVincente, stanno promuovendo le loro opere. SVLab quindi analizza il loro piano di marketing iniziale e fa dei controlli periodici sull'evoluzione della campagna promozionale con discussioni aperte nelle quali intervengono anche i lettori del sito.

Gli autori di SVLab ad oggi sono DeViola, Arpetti, Iannicello e Vizzino. [DeViola](#) ad esempio rappresenta un caso clamoroso: è l'autore dell'ebook ('Alice senza niente') più scaricato in Italia in questi ultimi mesi. [Arpetti](#) con il suo romanzo 'I LOVE JU' ha venduto più di 1000 copie nei primi due mesi dal lancio. [Iannicello](#) e [Vizzino](#) sono nella fase embrionale del lancio dei loro libri ('Conflitti e 'SIN' rispettivamente).

Ho selezionato questi 4 autori per SVLab fondamentalmente per la loro grande determinazione ad autopromuoversi, dopo che loro hanno impiegato le massime energie per definire al meglio i contenuti delle loro opere.

L'Obiettivo di Properzi

Il mio obiettivo è quello di creare un vero e proprio corso sulla promozione libraria che si basa su mail periodiche ricevute dagli iscritti alla newsletter, e di sviluppare una community in cui vengono condivise e incrementate in



modo trasparente e costruttivo le conoscenze necessarie per migliorarsi come promotori del proprio libro. Quindi ho come scopo ambizioso quello di realizzare il sogno di ogni scrittore scevro di maschere ipocrite, ovvero vendere tante copie dei propri libri. Obiettivo che è stato già sorprendentemente raggiunto da alcuni scrittori che aderiscono a ScrittoreVincente.

Cosa non deve essere nascosto per fare una Promozione Efficace

Questo manuale è gratuito. Al suo interno ci sono dei contenuti che in altri contesti avresti sicuramente pagato. Tuttavia se questo manuale che ti fornisce una una linea guida per fare una promozione efficace è gratuito, non significa che il resto della tua formazione e la fornitura degli strumenti necessari per un marketing di successo siano gratuiti. **C'è onestamente tanto da imparare per condurre autonomamente un marketing vincente.** Quel tanto da imparare è però meno di quanto immagini poiché sono materie e attività che ben si addicono dal mio punto di vista a uno scrittore. I motivi per cui asserisco ciò sono molteplici, ma li riduco per ora a una considerazione esemplare: **per gli scrittori che vogliono promuoversi online ciò che essenzialmente serve fare è scrivere.** Nel prossimi capitoli ti spiegherò nel dettaglio perché asserisco ciò. In ogni caso, supponendo che per fare promozione online sia necessario scrivere come ho appena sostenuto, immagini che uno scrittore sia già avvantaggiato in partenza a fare web marketing, poiché, si presume che uno scrittore, in quanto tale, sappia scrivere.

Una volta imparato come promuoversi si è comunque acquisito un bagaglio



conoscitivo che potrà essere riusato in altri contesti e per nuovi libri. Studiare e verificare sul campo il marketing librario per chi ama scrivere è dal mio punto di vista un investimento obbligatorio i cui frutti saranno validi anche e soprattutto nel lungo termine.

La conoscenza costa. E tanto più costa quella conoscenza che serve per ottenere successo. Perché ti offro delle informazioni che ti permetteranno di fare soldi, quindi è lecito, logico e doveroso che io ti proponga le conoscenze necessarie a un costo che abbia un certo peso. E' quindi inevitabile spendere comunque dei soldi per imparare come promuoversi al meglio. In questo manuale ti fornirò un percorso formativo che illustra la strada secondo me più economica per assorbire le conoscenze più moderne, funzionali e adatte al tuo scopo.

Cosa ha Questo Ebook che gli Altri non hanno

Innanzitutto **questo ebook è gratuito**, a discapito dell'ampio contenuto informativo, dell'innovazione e originalità che lo contraddistingue e a differenza di tutti gli altri ebook di pari livello che trovi online a prezzi anche di qualche decine di euro.

Inoltre **questo ebook ha una data di pubblicazione e una versione**. Gran parte degli ebook in commercio, come puoi facilmente constatare, non hanno una data di pubblicazione. Dal mio punto di vista questo è una grave mancanza nei confronti di te che leggi l'ebook, soprattutto se al suo interno si trattano argomenti come il web-marketing che si rinnovano e si modificano con ritmi frenetici. Tu che leggi l'ebook devi sapere quando sono stati



elaborati i contenuti al suo interno, devi percepire quando alcune teorie iniziano a puzzare di marcio e quando alcune tecniche stanno andando in obsolescenza. Il presente ebook sarà quindi costantemente aggiornato da me in funzione di nuovi argomenti che introdurrò. Se sei iscritto alla newsletter riceverai sempre gratuitamente (vale sempre la pena specificarlo) e in tempo reale sulla tua casella di posta la nuova versione che ho da poco aggiornato. Inoltre, sempre tramite newsletter, ti informerò sulle modifiche da me aggiunte rispetto alla versione che hai in dotazione. In questo modo non dovrai perdere tempo a rileggere tutto l'ebook per capire quali note e argomenti nuovi ho introdotto.

Infine in questo ebook non troverai una esclusiva e fredda trattazione schematica di tecniche e metodi. Non ti aspettare sintesi assoluta e ripetizione di modelli contenutistici già visti in tanti altri ebook. Non ti nascondo che in alcuni punti emergeranno anche le mie emozioni; non ti prometto quindi che sarò al 100% oggettivo. Ciò che ti prometto è che nei prossimi capitoli troverai spunti e consigli su come promuovere efficacemente il tuo libro che non nascono principalmente da letture teoriche, ma da prove ed esperienza pratica che ho fatto io in prima persona e tramite gli scrittori che ho analizzato su ScrittoreVincente. **Per ogni tecnica troverai quindi dei link a casi reali che ti permetteranno di approfondire** quanto spiegato nel presente ebook.



SOMMARIO DEI PRIMI 11 SEGRETI

- 1) Sii consapevole del mercato difficilissimo che stai per affrontare dove l'offerta è nettamente superiore alla domanda
- 2) Per distinguerti in questo mercato così squilibrato devi per forza fare azioni diverse dalla massa che non si distingue
- 3) Pensa sempre a come usare in modo sinergico i 2 tipi di tecniche promozionali: quelle online (tramite internet) e quelle offline (senza internet, cioè presentazioni, radio, vita sociale etc...)
- 4) Ispirati ai “modelli di marketing” di scrittori che si sono promossi con successo partendo dal tuo stesso livello
- 5) Analizza a fondo la qualità del tuo libro, senza di questa è inutile promuoverlo
- 6) Analizza a fondo la distribuzione offline e online del tuo libro, senza di queste è inutile promuoverlo
- 7) Non eseguire tecniche promozionali senza capire il perché usi una specifica tecnica anziché un'altra
- 8) Per promuoverti in maniera efficace, usando sia tecniche online che offline, devi inevitabilmente pianificare la formazione necessaria per usare tali tecniche
- 9) Non pensare di trovare tutte risorse gratuite per ottenere i massimi risultati: la conoscenza costa, soprattutto quella esclusiva che spiega come migliorarsi e ottenere i propri obiettivi
- 10) Se credi nel tuo libro e se intendi sviluppare progetti editoriali diversi e a lungo termine (quindi promuovere altri tuoi libri), investire sulla conoscenza necessaria ad effettuare una promozione vincente è il tuo migliore investimento
- 11) Non aver timore che la promozione su internet sia per te inadeguata in quanto non hai le basi necessarie per eseguirla: se sei uno scrittore ha già la capacità più importante che serve per fare promozione online, cioè saper scrivere



Capitolo Primo: Copertina e Tecniche Promozionali Online e Offline

La Copertina: l'Elemento di Marketing più Importante di un Libro

Di seguito riporto la parte principale dell'[articolo 27](#) di ScrittoreVincente, nel quale espongo la mia analisi (in risposta a una richiesta di [Vizzino](#)) sulle caratteristiche di una copertina vincente. **La copertina di un libro è probabilmente l'elemento di marketing più importante del tuo libro.** Infatti, sia che il tuo testo è digitale (ebook venduto nei negozi online) oppure cartaceo (libro esposto nelle librerie), il potenziale acquirente nel giro di qualche secondo elabora nella propria mente un giudizio sul tuo libro basato fundamentalmente sul messaggio visivo percepito, ovvero la subitanea elaborazione cerebrale della copertina del tuo libro.

L'immagine della copertina deve rimpicciolirsi senza perdere contenuto informativo, non deve essere molto dettagliata, frammentata, con molteplici riferimenti visivi; l'immagine deve contenere un elemento grafico preponderante e che non si confonda né con lo sfondo né con altri elementi grafici presenti nella copertina. E' fondamentale che se l'immagine della copertina viene rimpicciolita questa non si deformi. Basta pensare ai negozi online di libri nei quali le anteprime della copertina sono riportate in piccoli formati. Quando un'immagine diventa quindi una thumbnail (miniatura), l'immagine della copertina deve essere riconoscibile senza sfocature, distorsioni e perdita di informazioni visive.

[George Foster](#) (il designer americano delle copertine di molti best seller)



suggerisce di analizzare come diventa l'immagine della copertina se convertita in bianco e nero. Fai quindi una fotocopia della copertina. Se lo sfondo è dettagliato allora aggiungici un titolo bold (in grassetto) e con colori che spiccano, sufficientemente largo per essere letto facilmente. Inoltre si suggerisce un'ombra esterna per dare maggiore profondità e realismo all'immagine.

La copertina deve essere disegnata in funzione della tipologia dei tuoi potenziali lettori, individuando gli elementi che li accomunano. Ad esempio per libri di successo che si occupano di:

- benessere, i colori sono vibranti e solitamente lo sfondo è bianco,
- cucina, i colori sono appetibili, 'mangiabili' come il rosso, il giallo e il verde,
- romanzi d'amore, le immagini sono 'emozionanti' e si rifanno al cinema, come se fossero locandine di film,
- affari, hanno una linea molto pulita, chiara, elegante e con caratteri in grassetto.

Si possono fare svariati esempi; intanto aggancia, sintonizza e adatta la tua copertina alla categoria cui si rivolge il tuo libro che sei già a buon punto.

Quando vai in libreria è quindi la copertina che ti colpisce di primo acchito. Se ciò accade solitamente prendi tra le tue mani il libro e subito dopo lo giri, valutando la quarta di copertina. **Non scordarti quindi di progettare con la massima cura la quarta di copertina.** Ecco che è fondamentale che il retro



del libro sia un naturale proseguo del messaggio trasmesso dalla copertina, e soprattutto sia aderente al processo di vendita successivo (una sorta di upsell) a ciò che si manifesta subito con la copertina. Lo so, non sono stato molto chiaro. Cerco di spiegarti meglio con l'esempio del venditore che ti molesta. La copertina ti deve emozionare, ti deve attrarre tramite un canale subliminale, ti deve perciò colpire per quello che vedi in pochi istanti. La quarta di copertina deve invece dare un seguito razionale, descrittivo a ciò che ti ha colpito. Ti spiega quindi chi è l'autore, la sinossi e il costo mantenendo lo stile grafico della copertina. E' come un venditore che da subito si mette a parlare tanto e non se la smette nemmeno se lo prendi a calci. Tu non comprerai mai niente da lui. Un venditore invece che ti comunica chiaramente con poche parole piene di entusiasmo, con gentilezza e uno sguardo confortante (copertina), poi ti predispone all'ascolto. Quando tu sei quindi pronto a sentire la proposta di vendita, il venditore ti spiega nel dettaglio come essa è costituita (quarta di copertina). E allora, probabilmente, tu compri.

Il dorso del tuo libro ha un'importanza mostruosa quando è esposto in libreria. I libri incolonnati sono individuabili solo tramite i colori e la scritta riportata sul dorso. **Non dimenticarti quindi di dare massima importanza al dorso.** Fai in modo quindi che i caratteri usati per le scritte sul dorso siano chiari, leggibili, in grassetto e che si vedano da più lontano possibile offuscando tutti i libri adiacenti ;-).

Alla stessa maniera in cui hai scolpito la grafica della tua copertina a immagine e somiglianza della categoria del tuo pubblico, anche per le font delle scritte di copertina devi procedere con lo stesso identico criterio. Rifletti



su come la percezione del tuo libro (o del tuo sito) cambia profondamente al modificarsi del font del titolo. **Scegli quindi con cura il font delle scritte sulla copertina, quarta e dorso del tuo libro.**

George Foster suggerisce che se il tuo titolo contiene più di quattro parole, allora metti la prima lettera di ogni parola in maiuscolo mantenendo tutte le altre lettere in minuscolo. Lo stesso andrebbe fatto per il sottotitolo (se esiste) ma contenendo le maiuscole. Se si ha un ulteriore sottotitolo al sottotitolo, va messo tutto in minuscolo.

Ricorda sempre che **la tua missione è convertire efficacemente un messaggio e non creare ingombro.**

Visita questi due siti di riferimento per capire quali font sono più adatti per il tuo libro: [MYFONTS](#) e [ADOBE TYPE](#).

Il messaggio emanato è quindi ciò che la tua copertina deve costruire. Questo messaggio deve essere semplice e di impatto. **Non confondere e non fare il forbitto.** Non serve dare descrizioni precise di cosa contiene il testo oppure mostrare tanta cultura e preparazione. Allontaneresti una fetta importante del tuo pubblico. Deve essere chiara poi la tua copertina, non deve presentare nessun elemento, anche se minimo, che può indurre lontanamente a interpretazioni ambigue.

Scegli con cura i colori della tua copertina. In riguardo ai messaggi emanati dai colori, sempre George Foster spiega:



- Rosso: riguarda la sfera intima, è calore, è attrazione, è emozionante per le donne e rischioso per gli uomini.
- Blu: è affidabile e intelligente, preferito molto di più dagli uomini che dalle donne.
- Bianco: è purezza, pulizia e credibilità.
- Nero: trasmette autorità, romanticismo, ricchezza, moda, mistero, il male e quando è combinato col rosso trasmette pericolo: infatti i romanzi criminali di successo molto spesso hanno le copertine rosse e nere
- Arancione è salute, marrone è ricco, verde è tempo libero, giallo è energetico e rosa è rilassante per gli uomini e terapeutico per le donne.

L'universo delle Tecniche Promozionali

I modi per promuovere un libro o un ebook sono tantissimi e il loro limite numerico è definito dalla creatività e dalla conoscenza necessarie per attuarli. Puoi quindi ben capire che **le possibilità promozionali sono praticamente illimitate**. E' chiaro che fin da subito **devi fare una scelta e stabilire il tuo piano di marketing iniziale**. Tale piano deve contemplare:

- **le tecniche promozionali che vuoi usare subito**: sono quelle che reputi che ne hai le conoscenze sufficienti per eseguirle
- **le tecniche promozionali che intendi usare in una seconda fase** e che quindi devi da subito iniziare a studiare e preparare



- **le tecniche promozionali che non intendi usare** in questo piano marketing iniziale.

Nelle 2 tabelle seguenti riporto un sommario delle tecniche promozionali che ti propongo. Ovviamente sono solo una piccola parte di quelle attuabili, tuttavia ritengo sia opportuno definire da subito una serie limitata di tecniche dalle quali partire per ampliarle e integrarle successivamente.

Per individuare univocamente le tecniche, nelle due tabelle seguenti, ho associato alle stesse una semplice codifica riportata nella prima colonna di sinistra della tabella. L'ordine in cui è riportata una specifica tecnica nelle 2 tabelle è del tutto casuale, infatti non fornisce nessuna indicazione sulla efficacia della tecnica specifica rispetto alle tecniche riportate prima o dopo nella stessa tabella.

Tecniche Promozionali Online e Offline

Le tecniche sono divise in due sezioni, quelle online (tramite internet) e quelle offline (senza internet). Le tecniche promozionali tramite internet (online) sono identificate dal prefisso:

On seguite da un numero

mentre quelle che non fanno uso del web (offline), dal prefisso:

Off seguite da un numero



Ho deciso di dividere le tecniche promozionali tra quelle su internet e quelle diciamo sul mondo reale, per semplificarne la classificazione. Ti accorgerai nelle prossime pagine, soprattutto analizzando i casi reali di autori che hanno avuto successo applicando tali tecniche, che **la vera chiave per una promozione efficace è la sinergia stretta tra le tecniche online e quelle offline**, in quanto le une possono (e secondo me 'devono') potenziare le altre, e viceversa.

Relazioni e Sinergie: i due Concetti Fondamentali per Properzi

Certo se vuoi promuovere solo un ebook, a priori potresti plausibilmente decidere di scartare le tecniche offline. Ma non mi troveresti per niente d'accordo. Ritengo che per te sia limitante se decidessi ad esempio da subito di scartare le presentazioni del tuo ebook in eventi offline a tema coi contenuti del tuo testo, di pubblicità fatta su cartaceo da distribuire in posti frequentati dal target del tuo ebook, di interventi radiofonici, televisivi per parlare del tuo prodotto digitale e così via. Potrei quindi farti un lungo elenco (basta che leggi la tabella seguente) di possibilità promozionali offline per la promozione di un ebook, e **a priori non possiamo stabilire che la promozione online di un ebook sia per forza più efficace di quella offline**.

Ci sono due parole che sono le fondamenta di questo mio manuale e delle tecniche che ti proporrò per l'autopromozione libraria:

RELAZIONI e SINERGIE

Per trasformare il tuo libro di valore in un successo, indipendentemente se la



tua casa editrice ti supporti nella promozione oppure no, indipendentemente se il tuo libro è cartaceo oppure digitale (ebook), e hai deciso di autopromuoverlo perché il tuo sogno è ciò che vuoi realizzare anche con il duro lavoro, allora, dal mio punto di vista, ti devi concentrare e agire per sviluppare relazioni e sinergie. Nelle prossime pagine ti spiegherò meglio come sviluppare relazioni e sinergie per far crescere l'efficacia della promozione del tuo libro.

Per spiegare le tecniche promozionali offline e online non basterebbe un'enciclopedia. In questo manuale ti spiegherò una gamma limitata di tecniche promozionali che conosco, che ho provato in prima persona o tramite gli autori che collaborano a ScrittoreVincente. Per ogni tecnica ti illustrerò quindi come va sviluppata e perché la dovresti usare. Sono convinto che **conoscere il perché devi usare una tecnica, ti permetterà poi di applicarla con maggiore consapevolezza ed efficacia.**

La Promozione non deve Allontanare la Scrittura

E' appurato (come vedrai dai tanti casi reali che ho seguito di persona) che **le tecniche proposte nel presente manuale funzionano**, cioè, se il tuo libro è di qualità, adottandole correttamente venderai sicuramente più copie del tuo libro. E, in accordo alle mie convinzioni, non ci sono limiti al numero di copie che puoi vendere. Tanta più promozione farai, tanto più bravo diventerai nel farla, tanti più risultati otterrai. E questo è un pericolo. E' un pericolo perché **la promozione non deve diventare la tua attività principale e non deve restringere il tuo tempo che solitamente dedichi alla scrittura.** Perché se tu stai leggendo questo manuale, è perché probabilmente sei uno scrittore o



una scrittrice. E' con la scrittura che ti esprimi, ed è la scrittura che probabilmente riempie la tua vita come pochissime altre attività che usualmente svolgi. Non fare in modo che la dedizione eccessiva alla promozione possa riaprire quei buchi che la scrittura ti riempie.

L'Autopromozione può farti Salire a un Livello per cui non Serve più Farla

Vedrai poi come **l'applicazione delle tecniche che ti proporrò, può essere lo strumento che ad esempio ti potrà permettere di raggiungere una casa editrice più "professionale"** rispetto a quella con cui hai già pubblicato. Per casa editrice più professionale intendo un editore che faccia il suo lavoro in tutto e per tutto, ovvero che oltre a stampare il libro, lo promuova con costanza e metodo e lo distribuisca in modo capillare sul territorio. Purtroppo nella realtà sono pochi gli editori così professionali: la gran parte infatti fanno ben poca promozione dei libri che pubblicano. Cerca quindi sempre di "guardare avanti", considera ogni tua azione promozionale come un'azione che ti darà risultati a lungo termine e non solo nel frangente in cui la svolgi.



codice	TABELLA 1: Tecniche Promozionali Offline
Off-1	Presentazioni del libro fatte in diverse ‘tipologie di posti’ che però siano adatte al target di lettori cui il tuo libro si rivolge. Sono le presentazioni classiche (non sul web) fatte nelle librerie, eventi organizzati da comuni, privati e così via.
Off -2	Articoli su testate giornalistiche come recensioni , pubbliredazionali , notizie legate a eventi associati al tuo libro come presentazioni, partnership che hai creato, comunicati stampa di vario tipo etc.
Off -3	Promozione “faccia a faccia” ; ogni giorno incontriamo decine di persone: è per te una miniera d’oro tutto ciò. Parlane con le persone del tuo libro e faglielo vedere (perché lo devi portare sempre con te come vedrai nei prossimi capitoli)
Off -4	Concorsi letterari : inviare la tua opera a concorsi letterari di vario tipo: leggi l'inchiesta di ScrittoreVincente
Off -5	Pubblicità alla radio : interventi alla radio per presentare il tuo libro e/o per partecipare a trasmissioni come opinionista



Off -6	Pubblicità in TV: interventi in TV per presentare il tuo libro e/o per partecipare a trasmissioni come opinionista
Off -7	Proiezione book-trailer: organizzare eventi in cui inviti persone e proietti il book-trailer del tuo libro
Off -8	Spettacolo teatrale: organizzare una rappresentazione teatrale basata sui contenuti del tuo libro
Off -9	Street marketing: pubblicità tramite cartelloni, figuranti, poster e altro, sviluppata nelle strade
Off -10	Partecipazione a iniziative di beneficenza: iniziative di questo tipo sono sempre un ottimo veicolo pubblicitario soprattutto in termini di ritorno di immagine
Off -11	Regalare a opinion-leader il tuo libro: è fondamentale aver dei testimonial attendibili che recensiscano il libro in modo da pubblicizzarlo usando poi queste recensioni
Off -12	‘Sensibilizzare’ le librerie: instaurare un rapporto continuativo di collaborazione con i librai che vendono il tuo libro è strategicamente fondamentale



Off -13	Viral marketing offline: è un'evoluzione del passaparola, dove più persone innescano e alimentano una pubblicità ad ampio spettro basata solitamente su messaggi promozionali non convenzionali
Off -14	Diffusione di materiale pubblicitario del libro come biglietti da visita, brochure, poster, calendari, gadget, forex etc.
Off -15	Sponsorizzare eventi ad alta visibilità come congressi, feste, manifestazioni sportive
Off -16	Sfruttamento dell'agenda setting per promozioni offline, cioè sviluppare promozioni specifiche in concomitanza di eventi mediatici che ne amplifichino la visibilità



codice	TABELLA 2: Tecniche Promozionali Online
On-1	Creazione di un sito che contiene: informazioni sul libro, autore, recensioni, notizie varie
On-2	Creazione di un blog che contiene le informazioni del sito più articoli periodici pubblicati da te o chi per te su un argomento specifico
On-3	Pagine web nei social network come Facebook, Twitter, MySpace, FourSquare, social network di nicchia come Ning etc.
On-4	Book-Trailer trasmesso nei vari canali web come Youtube, siti che ospitano booktrailer, il tuo sito/blog, i social network etc.
On-5	Direct response marketing tramite email: serve per ottenere un riscontro dal destinatario della mail che sia misurabile. In questa voce è contemplata anche la Newsletter
On-6	Diffusione gratuita ebook : sia che tu debba promuovere un libro cartaceo o digitale, puoi rendere disponibile gratis una parte (o tutto) del testo



On-7	Presentazioni del libro fatte sul web utilizzando i software per teleconferenze, Skype etc.
On-8	Partecipazione/Creazione di Forum, gruppi online, community attinenti al tema trattato nel tuo libro
On-9	Viral marketing online: è un’evoluzione del passaparola, dove più persone innescano e alimentano una pubblicità su molteplici canali web basata solitamente su messaggi promozionali non convenzionali
On-10	Promozione con pubblicità a pagamento come Google Adwords, Microsoft Ad Center, Facebook Ads, My Space Ads etc.
On-11	Article marketing: distribuzione di articoli scritti da te su siti che li ospitano
On-12	Sfruttamento dell’agenda setting per il web marketing, cioè sviluppare una specifica strategia di marketing in concomitanza di eventi mediatici che ne amplifichino i risultati



On-13

Incrementare la popolarità dei tuoi siti, pagine social network, blog con le tecniche usate per il web-marketing:

- SEO
- banner marketing
- link building
- video marketing
- blog marketing
- condivisione di foto
- ...

I modi per aumentare la visibilità delle tue pagine, e quindi ottenere un migliore posizionamento sui motori di ricerca, sono moltissimi e rappresentano una scienza che andrebbe trattata a parte



SOMMARIO DEI SEGRETI (DAL 12 AL 23)

- 12) Anche se sarà qualcun altro a curare la copertina per te, sii consapevole che la copertina è l'elemento di marketing più importante del tuo libro
- 13) Controlla che l'immagine della tua copertina, se rimpicciolita, non perda il proprio contenuto informativo
- 14) Il progetto della copertina deve trasmettere un messaggio che sia idoneo ad essere recepito dalla tipologia dei lettori del tuo libro
- 15) Non dimenticarti di progettare con la stessa cura la quarta di copertina che ha anch'essa un'importanza fondamentale a livello marketing sia online che offline
- 16) Non dimenticarti di progettare con la stessa cura il dorso del libro che ha anch'esso un'importanza fondamentale a livello marketing quando il libro è esposto sugli scaffali
- 17) Poni la massima cura per scegliere il font e i colori adatti alla tua copertina, quarta e dorso
- 18) Non confondere con le scritte e i messaggi sulla copertina evitando forbitezze: la tua missione è trasmettere un messaggio e non creare ingombro
- 19) Sii consapevole che le tecniche promozionali che hai a disposizione sono illimitate e che la determinazione e la creatività sono i fattori principali per stabilire le tue potenzialità promozionali
- 20) Stabilisci un piano di marketing iniziale basato sulle tecniche che puoi usare subito, su quelle che devi studiare e fare in una seconda fase e su quelle che escludi a priori
- 21) Se devi promuovere un ebook non escludere a priori la promozione offline, non si può dire a priori che la pubblicità offline per ebook è meno efficace di quella online
- 22) La promozione non deve limitare il tempo che dedichi alla scrittura
- 23) Ogni singola azione promozionale non deve essere fine a se stessa ma va identificata come un singolo passo di un progetto a lungo termine: infatti una promozione vincente di un buon libro può permetterti di ottenere un successivo contratto con una grande casa editrice che farà poi promozione per te



Capitolo Secondo: Basi per la Promozione Offline

Analizza le Tue Competenze e la Tua Motivazione

Analizzando le due tabelle precedenti delle tecniche che ti ho proposto, si evince inevitabilmente che bisogna fare una scelta. Bisogna stabilire infatti il piano di marketing da ora ai prossimi N mesi con le tecniche che intendi adottare. Tra queste tecniche ci saranno quelle che conosci e altre che invece devi studiare e preparare. **Inizia quindi a porti delle domande in relazione alle tue competenze e a ciò che ti serve a livello basilare** per condurre una promozione intelligente ed efficace. Che cosa ti serve per cominciare?

Innanzitutto serve la motivazione a promuoverti, mettendoti in discussione. Se intendi condurre una promozione in cui sin da subito inizi a rimandare ogni cosa, a non pianificare, a dire “a questa persona non la informo del mio libro perché, anche se ha letto cose simili, il mio non lo leggerà mai...”, allora lascia perdere: se hai stampato questo ebook straccialo pure, a te non serve. Se vuoi vendere tante copie del tuo libro e non sei motivato a promuoverlo allora vanno analizzate le cause di questa mancanza di motivazione. Le cause potrebbero essere varie:

- 1) non sei sicuro del valore del tuo libro, e quindi hai remore nel promuoverlo;
- 2) dopo averci pensato a fondo, in verità non vuoi vendere più copie del tuo libro di quanto già fatto;
- 3) non sai muoverti su internet, non sai parlare in pubblico, non sai usare il computer, ti senti inadeguato e non preparato a promuoverti.



Se la tua motivazione manca per le cause 1 e 2, allora stralcia questo manuale. Se invece ti rivedi in parte, o in tutto, in quanto riportato nel punto 3, posso dirti che **la formazione necessaria per migliorare le tue lacune è meno onerosa di quanto immagini**, le barriere che dovresti superare non sono così insormontabili come pensi. Asserisco ciò perché se sei un autore capace ad esempio di scrivere un romanzo con una trama ben strutturata, adottando una forma linguistica corretta ed elaborando contenuti originali, allora sicuramente hai le capacità per fare qualcosa di molto più semplice, come ad esempio pubblicare un blog, scrivere email con un software di email marketing, pubblicizzare il tuo libro online su diversi canali, organizzare una presentazione etc.

Qualsiasi sia la tua lacuna, partendo da un livello conoscitivo che è quello di scrivere ad esempio un romanzo, la puoi colmare studiando e lavorandoci, perché **tale lacuna necessita conoscenze di un livello conoscitivo inferiore a quello che già ti appartiene**. Inoltre sei molto fortunato perché con internet hai tutto a portata di mano, anzi di click. Non conosci una materia specifica? Fai una ricerca online e nel giro di pochi minuti puoi scaricarti l'ebook che te la spiega. Non sai come gestire al meglio il tuo tempo? Studia il migliore ebook che dice come gestirlo. Non sai creare un blog? Non sai pubblicizzarti su Facebook? Non sai parlare in pubblico? Non sai vincere la timidezza? Non sai minimamente come cominciare a fare email-marketing?

Ti giuro che ci ho messo anni per capire quali incredibili possibilità può offrire internet. In passato impiegavo mesi, anni a capire come risolvere un problema, ad esempio creare un sito che funziona, oppure ricevere maggiore feedback dal gruppo di lavoro che gestisco quotidianamente. Mesi e mesi a

SCARICA LA VERSIONE COMPLETA DI "109 Segreti per Promuovere alla Grande il Tuo Libro"

di Emanuele Properzi da: <http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>



provare *soluzioni compromesso*, escamotage personali... perdevi tempo! Poi comprai il mio primo ebook su come fare un sito che funziona, con un'ora lo lessi tutto. Una settimana dopo, applicando quanto descritto, avevo un sito che funzionava. Lo stesso feci per ricevere feedback dai collaboratori, e lo stesso risultato ottenni in questo campo in poche settimane di applicazione di quanto avevo letto.

Ho come l'idea che le persone quando devono spendere dei soldi per un libro/ebook, sono bloccate (forse perché comprare un libro/ebook è impegnativo) ma, ad esempio, quando devono spendere gli stessi soldi per cavolate insignificanti, non si pongono nessun limite. **Qualche euro per libri/ebook formativi centrati sulle tue lacune e obiettivi conoscitivi, è la scelta più economica e produttiva che puoi fare** perché molto probabilmente **ti farà risparmiare molto tempo (quindi soldi) in futuro per risolvere i tuoi problemi**. In più **acquisirai conoscenza mirata** a far evolvere i tuoi progetti allargando i colli di bottiglia dove questi progetti solitamente per te si fermano.

Se intendi promuoverti per raggiungere grandi obiettivi di vendita, allora devi essere pronto ad applicare le tecniche e a prepararti per applicarle propriamente. Ricorda sempre che **la differenza tra un perdente e un vincente, non è la volontà di vincere (quella ce l'hanno tutti), ma la volontà di prepararsi a vincere**.

Torna ancora nelle 2 tabelle precedenti con le tecniche promozionali online e offline. Stampale. E per ogni tecnica promozionale che leggi, scrivi se intendi applicarla per promuovere il tuo libro. Nel caso di risposta affermativa scrivi se quindi sai come applicarla. Se non lo sai inizia a pensare a come devi fare

SCARICA LA VERSIONE COMPLETA DI "109 Segreti per Promuovere alla Grande il Tuo Libro"

di Emanuele Properzi da: <http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>



per colmare questa tua lacuna. Finito di scandagliare le 2 tabelle scrivi anche quando intendi applicarle, entro quando pensi di acquisire tutte le conoscenze necessarie per procedere nel tuo piano promozionale.

Forse lo sai meglio di me che scrivere i tuoi obiettivi su carta ha molto più valore intrinseco di quello di una semplice formalizzazione cartacea. **Scrivere i tuoi obiettivi è un impegno che tu formalizzi con te stesso, autopersuadendoti nel centrare l'obiettivo stesso** (per il principio della “coerenza”). Ti consiglio di studiare le [leggi della persuasione](#), che secondo me devi conoscere perché, senza tanti inutili giri di parole, **tu, per raggiungere il tuo obiettivo, dovrai vendere il tuo libro e dovrai quindi persuadere le persone a comprarlo**, sia online che offline.

Come Impadronirti della tua Risorsa più Preziosa

Fermati un attimo. Pensa a come impieghi il tuo tempo per promuovere il tuo libro. Internet è veramente un mondo diabolico: quante volte ad esempio hai aperto il tuo pc per cercare di fare promozione online, ma prima di iniziare hai scaricato la posta, visitato il tuo sito preferito, chattato e infine, a sprazzi e bocconi, hai copiato qualche link del tuo libro sulla tua bacheca di FB, sul blog, oppure sulle fan page o gruppi che parlano di libri.

Cioè quante volte hai pensato di usare il 100% del tuo tempo online per la promozione ma poi in realtà ne hai usato meno del 10%, e quel 10% lo hai usato per azioni promozionali inefficaci?

Pensa quindi a quanto tempo hai passato su internet nell'ultimo anno a



navigare arbitrariamente saltando da una pagina all'altra. Pensa che risultati avresti potuto ottenere sostituendo tutto questo tempo con una ben definita attività metodica volta alla promozione del tuo libro.

Secondo te esagero se dico che, nell'ultimo anno, **hai trascorso circa 200 ore a girovagare su internet nel modo del tutto casuale?**

Quante volte in cui hai curato una presentazione del tuo libro e ti sei trovato a invitare le persone all'ultimo minuto quasi, a organizzare tutto senza un metodo ben preciso ma fondamentalmente improvvisando? E poi alla presentazione non c'era quasi nessuno...

Quante persone hai conosciuto alle quali hai parlato del tuo libro ma poi non sei più entrato in contatto con loro perché o non te lo sei ricordato o non hai i loro riferimenti? A quante persone avresti potuto dire che hai scritto un libro che ti emoziona e invece non l'hai mai detto?

Secondo te esagero se dico per esempio **che sono 100 le persone alle quali, nell'ultimo anno, hai parlato del libro senza mai più ricontattarle?**

Quante volte hai appurato che, una volta decisa una promozione da fare, poi non s'è più fatto niente perché non avevi sufficiente tempo da dedicarci?

Quante proposte di presentazioni, contatti con personaggi potenzialmente utili per il tuo libro, partecipazioni col tuo libro a eventi di vario tipo, sono saltati, solo perché non sono stato eseguiti i passi necessari per realizzare concretamente queste proposte?



Secondo te esagero se dico per esempio che **ti sei perso 3/4 presentazioni che potevi fare grazie a questi contatti che però sono svanite nel nulla?** Sono domande difficili da rispondere, ma prova a fare un conteggio approssimativo. Sono sicuro che se inizi a riflettere, le situazioni di questo tipo cominceranno ad affiorare numerose nella tua memoria.

Queste situazioni si chiamano 'occasioni perse'. **Erano dei semi già piantati che però non sono mai stati coltivati.** Il rammarico più grande è che la coltivazione di questi semi non richiedeva tante più energie di quelle impiegate per non coltivarle. Sarebbe bastato solo un diverso approccio, un metodo differente, una mentalità di chi vuol realizzare un sogno e non stare a usare con noncuranza il bene più prezioso che hai a disposizione per promuoverti.

Il bene più prezioso che hai a disposizione per promuoverti è il tempo. Il tuo tempo. Il tuo sogno è quello di affermarti come scrittore o scrittrice per riempire in un futuro prossimo il tuo tempo facendo ciò che più ami, cioè scrivere guadagnando per vivere. Allora il tempo che usi per la promozione dovrà assumere per te, da subito, un nuovo significato: si dovrà trasformare da materiale di riciclaggio in oro.

Il tuo tempo speso su internet, il tuo tempo usato per parlare con le persone, il tuo tempo dedicato alla promozione dovrà trasformarsi in oro. Se cerchi di fare una quantificazione in base agli esempi precedenti che ho buttato giù molto sommariamente: 200 ore online perse, 100 persone mai più ricontattate, 4 presentazioni dimenticate se convertite in numero di copie non vendute, secondo te di che numeri stiamo parlando?



Non puoi rispondere ora perché non conosci:

- come avresti dovuto usare efficacemente il tuo tempo online,
- come avresti dovuto comunicare con le persone e organizzare presentazioni per effettuare una promozione efficace.

Alla fine della lettura di questo manuale credo che però una stima approssimativa riuscirai a farla. Fatta questa stima sono convinto che ti morderai subito le mani. Poi, se credi ancora nel tuo sogno, ti rimboccherai le maniche per trasformare in oro il tuo tempo.

Vuoi autopromuoverti per vendere tante copie del tuo libro? Auto-promuoversi: in questa parola c'è il prefisso “auto”, auto sei tu. Sei tu che devi fare, organizzare, ottenere risultati. Allora prima, e assolutamente prima di imparare e/o applicare qualsiasi tecnica promozionale, devi organizzarti, devi usare al meglio il tuo tempo.

Perché lavori almeno 8 ore al giorno, perché hai una famiglia, perché devi curare i tuoi hobby, perché se ti stai autopromuovendo è perché nessun lo sta facendo per te e perché stai cercando di superare una barriera specifica, quella di provare a *fare il salto*. Per fare questo salto bisogna lavorare seriamente, autopromuoversi non è una barzelletta. Autopromuoversi con le tecniche di questo manuale può permetterti veramente di vendere tante copie del tuo libro, ma se prima non crei il bacino temporale e organizzativo all'interno degli equilibri della tua quotidianità, non puoi pensare di applicare queste tecniche, perché falliresti, perché rimarrai sempre a metà strada, senza risultati e con una frustrazione ancora peggiore di adesso.



In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

[questa versione-anteprima](#)

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!



Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima
MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima
MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>In

questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:



<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>In

[questa versione-anteprima](#)

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>



In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!



Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima
MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>In

questa versione-anteprima
MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima
MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:



<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>



In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!



Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>In
questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima
MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima
MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:



<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>In

[questa versione-anteprima](#)

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>In

[questa versione-anteprima](#)



MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

[questa versione-anteprima](#)

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)



e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>In

[questa versione-anteprima](#)

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>



In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

[questa versione-anteprima](#)

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima



MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)



e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>



In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>In

questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima



MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html> In
questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)



e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>In

questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>In



questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>In

questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!



Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima
MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima
MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>In

questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)
e aggiornato da questa pagina:



<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>

In questa versione-anteprima

MANCANO 90 PAGINE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Puoi scaricarti il manuale completo (circa 130 pagine)

e aggiornato da questa pagina:

<http://www.scrittorevincente.com/109Segreti.html>



Linkografia/Bibliografia

[CerchiaRistretta: l'Università del web marketing](#)

[Zen to Done di Babauta](#)

[Scrittore 2.0 di Stefano Calicchio](#)

[Io Bloggo di Marta traverso](#)

[Facebookstrategy di Alessandro Sportelli](#)

[How to market your books di John Kremer](#)

[I segreti delle Squeeze Page di Valerio Conti](#)

[La scrittura persuasiva e l'arte del copywriting di Italo Cillo](#)

[Come creare un ebook di successo di Stefano Pepi](#)

[Rendite da ebook di Stefano Calicchio](#)

[I segreti per parlare in pubblico di Massimo Pigliacampo](#)

[Comunicare emozionando di Roberto Palumbo](#)

[Gratis di Chris Anderson](#)

[I 6 Modelli di Internet Business di Italo Cillo](#)

[Intervista a Stefano Pitino](#)

[Intervista a Fabrizio Sparta](#)

[Intervista a Matteo Grimaldi](#)

[Intervista a Paolo Soldano](#)

[Intervista a Simona Bertocchi](#)

[Intervista a Insy Loan](#)

[Intervista a Pietro De Viola](#)

[I passi per realizzare un sogno di Gianluca Antoni](#)

[I Blog come strumenti per vendere più copie del tuo libro](#)

[Comunicazione non verbale sul Blog](#)

[Scrivere 2.0 di Luca Lorenzetti](#)



[L'importanza della recensione come elemento promozionale](#)

[Svelati i segreti delle copertine dei best seller](#)

[MarketingCulturale.com di Stefano Calicchio](#)

[A pensare bene non si fa peccato e spesso ci si azzecca](#)

[SVLab il Laboratorio di ScrittoreVincente](#)

[13 punti salienti dei primi 4 mesi di ScrittoreVincente](#)

[Scrivere un post che funziona](#)

[8 Errori da evitare per non trasformare la promozione in un danno](#)

[Properzi figlio scemo di Berlusconi](#)

[Ti piacerebbe vedere il tuo libro in vetrina alla Feltrinelli?](#)

[Le 10 azioni per promuovere il tuo libro alla radio](#)



Glossario dei Vocaboli e Locuzioni come li ho intesi in questo Ebook

Affiliazione: se ti affili con un venditore di ebook, libri, corsi audio video etc., avrai la possibilità di vendere anche tu gli stessi prodotti ricevendo una commissione e solitamente sfruttando la stessa piattaforma di vendita usata dal venditore con il quale ti sei affiliato

Agenda setting: è quella teoria per la quale per promuovere più efficacemente un prodotto si sfrutta la risonanza già creata da un evento mediatico alla quale può essere agganciato il prodotto stesso

Autoresponder: software indispensabile per email marketing e che è in grado di mandare più email a catena a intervalli temporali predefiniti, in modo completamente automatico e con possibilità di personalizzazioni delle email stesse

Banner marketing: fai pubblicità con i banner

Blog: è un sito dove l'autore pubblica periodicamente dei contenuti di solito attinenti a un tema specifico

Blog marketing: è la promozione online che puoi fare usando i blog

Booktrailer: è il filmato pubblicitario del tuo libro

Copywriting: è l'arte di scrivere in modo persuasivo

CRM: Customer Relationship Management o gestione delle relazioni coi clienti

CSS: Cascading Style Sheets è un linguaggio usato per definire la formattazione di alcuni documenti pubblicati online

Direct Response Marketing: è una forma di marketing progettata per sollecitare un risposta diretta dal destinatario del messaggio pubblicitario che dovrà essere misurata da un punto di vista dell'efficacia promozionale

Direct Marketing del libro su internet: è il Direct Response Marketing applicato ai libri e sviluppato su internet

Email marketing: fai marketing usando le email

Epub: è uno standard aperto specifico per la pubblicazione di libri digitali

Facebook: è Facebook



Fan page: è un sito internet creato e amministrato da fan interessati a un libro, un oggetto, un fenomeno culturale, un qualsiasi prodotto

Forex: pannello pubblicitario

Form: è una scheda da compilare su un sito internet che ti consente di inviare dati di vario tipo nell'archivio del sito stesso

Gruppo di Facebook: è un gruppo cui diversi utenti di Facebook si associano perché interessati allo stesso tema sul quale si basa il gruppo

Infoprodotto: è un prodotto informativo che può essere un ebook, un corso audio, video

Landing Page: è la specifica pagina web che il visitatore raggiunge dopo aver cliccato un link apposito o una pubblicità

Lettera di vendita: è una pagina web scritta secondo i canoni del copywriting in cui si presenta la proposta di vendita del prodotto promosso

Link building: è una tecnica di web marketing volta a incrementare il numero e la qualità dei siti internet che contengono link al tuo sito

Mappa mentale: è uno strumento informatico che permette di organizzare dati di ogni tipo in forma grafica

Newsletter: è un notiziario diffuso periodicamente per posta elettronica

Offline: tutto ciò che non è su internet

Online: tutto ciò che sta su internet

Opinion leader: è una persona che esprime una opinione che è tenuta in grande considerazione dalla collettività

Paypal: sistema di pagamento elettronico su internet

Plugin: è un programma informatico non autonomo che interagisce con un altro per ampliarne le funzioni

Post: è un messaggio testuale inviato su uno spazio web condiviso, come ad esempio un articolo scritto per un blog

Press kit: è un kit che contiene del materiale informativo e pubblicitario



SEO: Search Engine Optimization, ovvero tutte quelle attività finalizzate ad aumentare il volume di traffico che un sito internet riceve dai motori di ricerca

Social network: è una rete sociale i cui elementi che ne fanno parte interagiscono tra loro tramite un software specifico accessibile tramite internet

Target: in questo ebook intendo gli specifici lettori cui punti a vendere il tuo libro

Tasso di apertura email: la percentuale di email promozionali che i destinatari delle email aprono

Tasso di conversione della lettera di vendita: la percentuale di persone che comprano il prodotto dopo aver letto la lettera di vendita dello stesso

Tasso di conversione del form cattura email (tasso di conversione della newsletter): la percentuale di persone che si iscrivono nel form che hai creato per ottenere la loro email

Thumbnail: è la miniatura di un'immagine

Upsell: è una tecnica di vendita con cui un venditore vende ulteriori prodotti a quelli che ha proposto in una prima fase allo scopo di rendere più profittevole la sua azione commerciale

Viral Marketing: è una tipo di marketing per il quale più soggetti innescano e alimentano una pubblicità ad ampio spettro basata solitamente su messaggi promozionali non convenzionali

Widget: è un componente grafico di un programma, che ha lo scopo di facilitare all'utente l'ampliamento e la personalizzazione della programma stesso

Zona di comfort: è uno stato comportamentale dove sei a tuo agio perché hai comportamenti limitati e per te usuali