

JE BOEK ALS ULTIEM VISITEKAARTJE

Schrijf en publiceer zelf je boek in
100 dagen en word een klantmagneet

SANDRA DERKSEN

Inhoud

Voorwoord Lou Niestadt	9
Proloog	15
Een extra kado	23
Hoofdstukken	
1. Claim je waarheid	24
2. Waarom jouw boek het ultieme visitekaartje is	32
3. Een nuchter perspectief op hardnekkige schrijfmithes	46
4. Tips om slim met je tijd om te gaan	62
5. Makkelijke manieren om je boek te schrijven	76
6. Schrijf je boek voor jouw ideale publiek	86
7. Breng structuur aan in wat je gaat schrijven	104
8. Tips voor bij het schrijven van je boek	116
9. Geef jouw boek de beste titel	132
10. Een cover die de aandacht trekt	142
11. Perfectioneren door te laten redigeren	152
12. De vormgeving van het binnenwerk	168
13. Belangrijke vormen van uitgeven	176
14. De kosten van het in eigen beheer uitgeven	198
15. Bepaal de juiste prijs van je boek	214

16. De verdiensten per boekverkoop	222
17. De uitgiftekosten terugverdienen vóór de lancering	238
18. Een feestelijke boeklancering	246

Bonushoofdstukken

19. Creëer een gratis weggever en bouw je e-maillijst op	258
20. Dankzij je boek high-end klanten aantrekken	266

Interviews

Interview met Anne Buiskool	41
Interview met Angélique Monballieu	71
Interview met Jeanette Harmsen	97
Interview met Kitty Vromen	125
Interview met Saskia van den Bor	161
Interview met Jo-Ann Snel	193
Interview met Jeanette Bathoorn	233
Interview met Sofie Vanhoutte	253
Een serieuze volgende stap: jouw boek	277
Over Sandra Derksen	279
Gratis content uit andere boeken	281

Voorwoord

Lou Niestadt

Je boek als ultiem visitekaartje.

Schrijf en publiceer zelf je boek in 100 dagen en word een klantmagneet.

In eerste instantie was ik wat sceptisch over het boek van Sandra Derksen. Dat komt met name door het stukje in de ondertitel: ‘...en word een klantmagneet...’

Dat is voor mij geen visitekaartje, maar een verborgen agenda. Dan schrijf je een boek omdat je iets anders wilt bereiken, namelijk meer klanten. Maar ik realiseer me dat dat mijn schrijvershart is. Mijn liefde voor het schrijven en lezen van boeken, mijn liefde voor literatuur.

Als ik ietwat recalcitrant begin te lezen, stuit ik meteen op mijn favoriete voorbeeld van machtsverheffing bij het domino-effect, wat ook de inspiratie is geweest voor mijn *Millimeter Movement*. Het is waar. Elke dominosteen heeft de kracht om een volgende steen die anderhalf keer zo groot is, om te laten vallen en een enorme impact te veroorzaken. Misschien hebben we toch meer met elkaar gemeen dan ik in eerste instantie dacht.

Ik zie dat dit boek ook niet gaat over het schrijven van literatuur. Het is bedoeld voor de ondernemende kennis- en transformationeel professional die droomt van het schrijven van een boek over de expertise waar hij of zij zijn business van heeft gemaakt, of wil maken.

Ah, het gaat dus specifiek over je business. Het gaat om je businessboek als ultiem visitekaartje. Dat is wat anders.

De titel van het eerste hoofdstuk vind ik mooi: ‘Claim je waarheid’. Ik denk dat dat een heel belangrijk begin is van ieder boek. En ook een heel belangrijk begin voor iedere auteur. Waarom wil je schrijven? Claim je waarheid.

Als je schrijft omdat je gezien en gelezen wilt worden, dan moet je daar eerlijk over zijn. Je mag je niet verschuilen achter het feit dat het een goede marketingtool is. En ook al is je boek in dit geval als marketingtool bedoeld, je moet wel een verlangen hebben om te schrijven. Het mag geen trucje zijn, want dan werkt het niet. Het mag geen verborgen agenda zijn. Niet om (eindelijk) die schrijver te mogen zijn die je heimelijk al heel lang wilt zijn en niet alleen om je business te boosten. Je lezer kan heel goed je energie tussen de regels door lezen. Wees dus zuiver met je intenties. Schrijf omdat je ergens zo vol van bent, dat je niet anders kunt dan het delen.

Sandra zegt terecht: “Het feit dat je een boek hebt geschreven, heeft een zeer hoge waardebeleving. Mensen zien het als een bijzondere prestatie en die beleving van bijzonderheid straalt op jou af als auteur.” Dat is absoluut waar, maar schrijf alsjeblieft geen boek omdat je bijzonder wilt zijn.

Als je je eigen waarheid ook op die manier hebt geclaimd en je reden om een boek te schrijven voortkomt uit een puur en oprecht verlangen om je kennis te delen, omdat je iets te vertellen hebt, dán zijn alle tips die Sandra je in dit boek geeft van grote toegevoegde waarde.

Ze geeft je veel opties en mogelijkheden om het op een manier te doen die bij jón past. Als schrijver, als entrepreneur, als mens. Ze helpt je om al je angsten en twijfels te tackelen, net als “wie zit daar nou op te wachten?” Ze laat je zien waar je boek allemaal toe kan leiden, wat het allemaal zichtbaar en mogelijk maakt.

Ze ontmantelt vijf hardnekkige schrijfmythes en ontnemt je daarmee ieder excuus om niet te hoeven schrijven, niet te kónnen schrijven. Ze helpt je te kijken naar (de illusie van) tijd en geeft je een paar slimme tips. Ze deelt makkelijke manieren om je boek te schrijven, waardoor je véél sneller content hebt dan je denkt dat mogelijk is.

De interviews tussen de hoofdstukken door zorgen voor fijne inkijkjes in de levens van schrijvers die je voor zijn gegaan en je laten zien wat mogelijk voor je is.

Hoewel ik zelf van mening ben dat je vooral éérst voor jezelf schrijft en niet voor een ander, wordt het uiteindelijk wel door de ánder gelezen. Het moet dus wel degelijk van waarde zijn vóór de ander. Sandra deelt drie succesfactoren die je helpen bij het kiezen van je onderwerp. Gelukkig is succesfactor 1 dat je het onderwerp van je boek zélf super leuk moet vinden. En dat brengt ons gelukkig weer op dezelfde pagina.

Hoewel ik ook van mening ben dat niemand *gefíxt* hoeft te worden, en ik enorm allergisch ben voor het meest gehoorde businessadvies dat je moet inspelen op een probleem van een ander en dát moet oplossen, delen we wel het idee dat je een boek kunt schrijven als ervaringsdeskundige. Jij bent in dat geval je ideale lezer zélf, van een paar stappen terug. Op die manier kun je het heel goed dichtbij jezelf houden en daarmee de weg vrijmaken voor je lezer die een paar pagina's op je achterloopt.

Verder helpt Sandra je in dit boek om structuur aan te brengen en dat vind ik een heel waardevol hoofdstuk. Ze geeft je negen stappen om de blauwdruk van je boek te creëren en tips bij het schrijven zelf. Echt fijn.

Ze geeft je een inkijsje in hoe zij haar boeken titels geeft en goede covers maakt. Hoe je je manuscript kunt (laten) redigeren. Hoe je het binnenwerk kunt vormgeven, wat je (beter) kunt uitbesteden en wat je (beter) zelf kunt doen.

Ze neemt je ook mee naar de wereld van uitgevers, het Centraal Boekhuis, ISBN, en of je een boek of e-book op de wereld zet. En dan helpt ze je vervolgens met het dilemma van uitgeven in eigen beheer of met behulp van een uitgever. Ze heeft zelfs voor ons onderzocht hoe je zelf een uitgeverij kunt beginnen!

Ze laat je zien wat de kosten zijn van alle opties en geeft concrete voorbeelden. Ze helpt je ook met het bepalen van de prijs voor jouw boek. En niet geheel onbelangrijk, wat levert het nou op, je eigen boek? En hoe je nog vóór de lancering je

uitgeefkosten alweer terug kunt verdienen en wat je vervolgens allemaal met je boek voor je business kunt doen, want daar was het tenslotte allemaal om begonnen.

Kortom ze heeft echt álles van cover tot cover voor je gecovert.

Het allermooiste van dit boek en de reden dat mijn sceptische houding plaats maakte voor bewondering, is dat Sandra alle opties en tips voor zichzelf éérst langs haar kernwaarde van VRIJHEID legt. Als die kernwaarde niet ondersteund wordt, dan is het een NEE, hoe verleidelijk of hoe goed een optie ook lijkt. En dát is voor mij het ultieme visitekaartje dat Sandra zélf afgeeft.

Ik hoop dat dit boek jou ook helpt om een ultiem visitekaartje te schrijven. Dat jij straks een boek overhandigt aan een ander die je vraagt of je een visitekaartje bij je hebt en zegt: “Dit is wat ik doe, maar omdat het niet op één kaartje past is het een boek geworden!”

Lou Niestadt.

Schrijver, Artist, Spreker, Visueel Filosoof.

www.louniestadt.com