

Vydejte svou knihu se ziskem

Jak při vydání knihy neprodělat kalhoty



OBSAH

Úvod

DPC	4
Reálná kupní cena	5
Náklady	5
Zisk	5
Distributor	6
Jak se k vám dostanou peníze za prodané knihy?	6

Financování vydání knihy z cizích zdrojů

Sponzorství	7
„Financování davem“	8

Tři cesty, jak na knize vydělat

1. Vynechte distributory	9
2. Vydejte a pak prodejte velké množství kusů	9
3. Vydělejte nepřímo	9

Případové studie

Počítání zisku při vydání 300 kusů (88 stran)	10
prodej 300 ks přes distributory	11
prodej 150 ks osobně / 150 ks přes distributory	11
prodej 300 ks osobně	11
Počítání zisku při vydání 2000 ks (88 stran)	12
prodej 2000 ks přes distributory	13
prodej 500 ks osobně / 1500 ks přes distributory	13
prodej 2000 ks osobně	13
Počítání zisku při vydání 300 kusů (280 stran)	14
prodej viz str. 11	
Počítání zisku při vydání 2000 kusů (280 stran)	15
prodej viz str. 13	

OBSAH

Šetříme při výrobě

Speciální papír	16
Čtvercový formát	16
Lepší vazba	16
Barevnost	16
Nízký náklad	16
Specialitky	16
Fakta ke zvážení	17
Domácí úkol	19



Prohlášení

Tento materiál je informačním produktem. Jakékoliv šíření nebo poskytování třetím osobám bez souhlasu autora je zakázáno. Děkuji za pochopení a respektování tohoto sdělení. Stažením tohoto materiálu souhlasíte, že jakékoli použití informací z tohoto materiálu a úspěchy či neúspěchy z toho plynoucí jsou pouze ve vašich rukách a autor za ně nenese žádnou odpovědnost. V tomto materiálu můžete najít informace o produktech a službách třetích osob. Tyto informace jsou pouze doporučením a vyjádřením mého názoru k této problematice.

Úvod

Pokud jste se rozhodli, že zbohatnete na vydávání knih, měli byste hned na úvod vědět, že existují mnohem efektivnější a rychlejší způsoby, jak přijít k větším penězům. I na vydání knihy se dá vydělat, ale dá to mnohem více práce a trvá to déle, než např. začít podnikat na Amazonu nebo rozjet firmu. Pokud to tedy byl hlavní důvod, proč knihu vydáváte, měli byste to ještě jednou přepočítat a možná se pustit do něčeho méně náročného. Chcete-li i nadále vydat knihu, ukážu vám, jak zůstat v zisku.

Pokud ještě nevíte, jaké máte při vydání možnosti, doporučuji vám stáhnout a přečíst si eBook [Už nechci psát do šuplíku](#). Je zdarma.

EBook, který právě čtete, je především pro ty, kteří chtějí vydat knihu a byli by rádi, aby se jim alespoň vrátily náklady, nebo nemuseli do výroby investovat své peníze vůbec. Ano, můžete skončit v zisku. Ano, může být i slušný. Jednoduše řečeno, **váš zisk bude odpovídat úsilí, které jste vložili do plánování, provedení a propagace, a také hodnotě, kterou bude mít vaše kniha pro koncového zákazníka.**

Rozhodně vám doporučuji udělat si předem finanční rozvahu. Ano, i pokud nenávidíte matematiku jako já. Máme přece počítače a kalkulačky. Budete si pak moci naplánovat prodej knihy tak, abyste přinejmenším skončili na nule nebo vydělali peníze. Kdyby vám na tom nezáleželo, nekoupili byste si tento eBook.

Až jej dočtete, budete vědět, jak na to.

Nejdříve se ale seznámte se základními pojmy, kterým potřebujete rozumět:

* * *

DPC

DPC = doporučená cena. NENÍ to koncová cena pro zákazníka, který si knihu koupí. Mezi knihkupci zuří konkurenční boj a někdo z nich zlevní knihu tak, jak si jen bude moci dovolit. Tato cena je pro vás podstatná jenom z jednoho důvodu. Počítá se z ní částka, která na vás „zbude“ po distributorovi. To je zjednodušeně v podstatě jediná úvaha, která by měla hrát roli ve vašem určování DPC.

* * *

Reálná kupní cena

To je cena, kterou zaplatí za knihu koncový zákazník. Ta je určena tím, kam až je ochoten knihkupec zajít ve snižování svého zisku. Už krátce po vydání knihy bude pravděpodobně tato cena o několik desítek korun nižší než DPC.

Na reálnou kupní (pro vás prodejní) cenu máte vliv pouze v případě, že knihu koncovému zákazníkovi prodáváte přímo vy.

* * *

Náklady

To je částka, kterou jste vynaložili na zhotovení knih, zpravidla rozpočítaná na 1 kus. Takže pokud jste za grafiku a tisk dali 65 000 Kč a 5 000 Kč vás stál honorář pro ilustrátora, a vydáváte 500 knih, jsou vaše náklady 70 000,- Kč; děleno 500 to vychází na 140 Kč na knihu a to je také minimální částka, kterou musíte dostat od distributora za prodanou knihu.

Pokud si tedy bere 57% z prodeje, musí vaše DPC být $140 + 186 = 326$ Kč. Pokud vám stačí, že se jen zaplatí náklady. Pokud chcete nějaký zisk z knihy mít i vy, musí být vyšší. Viz příklady na str. [10–15](#).

Neplet'te si „náklady na výrobu“ (= finance) a „náklad“, což je počet kusů knihy, který necháváte vytisknout.

* * *

Zisk

Zisk autora (před zdaněním) je částka, která vám zbyde, když dostanete peníze za prodanou knihu a odečtete od ní náklady na její výrobu. Největšího zisku dosáhnete, když mezi vámi a zákazníkem nestojí distributor ani knihkupec, ale k tomu se dostaneme.



* * *

Distributor

Knižní distributor je tím, kdo vaše knihy „bere do komise“ a rozváží je knihkupcům podle jejich objednávek. Abyste svou knihu dostali na pulty obchodů, potřebujete nakladatele, protože [distributoři nejednají s jednotlivci](#). Pokud se zatím na knižním trhu a v cestě knihy od autora na pult moc neorientujete, doporučuji si stáhnout eBook zdarma [Český knižní trh](#).

Protože knižní distributor platí jen za skutečně prodané kusy a do knih nemusí investovat, nenese žádné riziko. Poškozené nebo neprodávající se knihy vám může kdykoli vrátit a rozhodně se nestará zadarmo o reklamu – pokud už nějakou nabídne, nechá si ji slušně zaplatit (a většinou to za ty peníze nestojí). Peníze za prodané kusy posílá s až několikaměsíčním zpožděním, takže se peníze investované do výroby vrací velmi pomalu.

Největší distributoři jsou v Čechách tři, Euromedia, Pemic a Kosmas. Suverénně nejvíce knih prodává Euromedia, Pemic má „pod palcem“ hlavně moravská knihkupectví a Kosmas, který je asi veřejně nejznámější, prodává knih nejméně.

Jak se k vám dostanou peníze za prodané knihy?

Mechanismus je tento: Když zaplatí zákazník knihkupci, ten si ponechá svou provizi a zbytek pošle příslušnému distributorovi, od kterého knihy odebral.

Ten pošle cca 43% z DPC nakladateli, který vás zastupuje, také on si vezme svou provizi a posledním článkem v řetězu jste vy.

Na knihkupci záleží, se kterými distributory podepíše smlouvu a bude od nich odebírat knihy. Je-li to větší knihkupectví, zpravidla má smlouvu se všemi třemi firmami. Autor často spláče nad výdělkem, protože dokonce i zakázková nakladatelství, tedy ta, kde veškeré náklady hradí sám autor, si berou často za zprostředkování distribuce poměrně vysokou provizi.

Doporučuji velmi podrobně se vyptat na to, kolik z ceny knihy vám má po prodeji knihy náležet, jinak byste mohli být později nepříjemně překvapeni. Oslovte vícero nakladatelství a udělejte si srovnávací tabulku, vyplatí se vám to.

Financování vydání knihy z cizích zdrojů

Nechcete-li riskovat ztrátu vlastních peněz v případě, že se knihy neprodají, uděláte nejlépe, když použijete cizí peníze.

To neznamena, že vás posílám vyloupit banku! Existují i legální způsoby, a to minimálně dva. Můžete si na vydání sehnat sponzora a můžete peníze vybrat předem od těch, které vaše téma zaujme a budou chtít, aby vaše kniha vyšla.

Sponzorství

Sponzora můžete najít mezi firmami i soukromými osobami a jeho motivací může být stejně tak reklama uvnitř knihy či na vnitřní straně obálky, stejně jako podpora vaší osoby jako spisovatele.

Známí. Nejsnazší cesta je najít někoho, kdo má na vydání vaší knihy zájem. Pokud píšete knihu o cyklistice, vzpomeňte si nejdřív na lidi, se kterými jste jezdili v jedné partě nebo oddílu a byli do věci nadšení. Pokud je to o rybářství, tak na kamarády, se kterými jste proseděli hodiny u vody. Atakdale.

Nemá někdo z nich firmu? Mohl by si dar odečíst z daní. Je ve firmě zaměstnán, ale vysoko postaven? Mohl by přesvědčit svého šéfa. Vždy nabízejte něco na oplátku. Ideální je k tomu reklama v knize, která se nejčastěji dává na vnitřní strany vnějších desek, ale můžete být užiteční i jinak, fantazii se meze nekladou.

Z autorů našeho nakladatelství používá cizí peníze k platbě za vydání své knihy asi každý pátý.

Pokud nemáte známého podnikatele, který by vás podpořil sponzorským darem, můžete lovit mezi neznámými firmami:

Píšete o rekonstrukci chalupy? Pak máte široké pole: stavaři, výroba a výměna oken, firmy na úpravy zahrad, izolace budov...

O lyžování? Hledejte mezi lyžařskými sdruženími, kluby a výrobci lyžařských potřeb.

Cestopis? Pak hledejte cestovní kanceláře, výrobce průvodců, firmy specializující se na danou oblast.

Napsali jste horror? Vyhledejte výrobce nebo prodejce karnevalových kostýmů nebo specializované půjčovny filmů.

To všechno jsou jen příklady, důležité je, abyste pochopili princip, kterým směrem máte zaměřit svou pozornost.

Na nic jste nepřišli nebo jste se setkali jen s odmítnutím?

Nevadí, nejste na tom hůř než předtím! Můžete zkusit veřejnou sbírku.

„Financování davem“

V roce 2015 v Čechách vznikl první [crowdfundingový](#) server specializovaný na knihy, [Knižní startér](#). Dobu trvání sbírky si na něm můžete individuálně dohodnout a lidé na něj přímo přicházejí podpořit nějakou knihu, což je jeho hlavní výhodou. Navíc nemusíte platit poplatky z částky, kterou přispějete vy sami.

Kromě toho existují i startéry obecné, kde lze vybrat i na film, hudební CD nebo třeba na expedici. Individuální nastavení doby trvání nabízí i server [Nakopni.me](#) a na [Startovači](#) trvá sbírka až 60 dní.

Na [HitHitu](#) trvá sbírka jen 45 dní, což může být na knihu málo. Vybrat na něm na vydání knihy jsem zkusil osobně v roce 2015 a celý proces jsem otevřeně popsal na svém blogu v sérii [tří článků](#).



Sbírka předpokládá, že budete aktivní – že svůj projekt připravíte, budete třeba psát blog, budete aktivní na sociálních sítích a využijete všechny své „zdroje“. Někteří uchazeči na své projekty vybrali cílovou částku za první týden a než sbírky skončily, přesáhli ji i téměř dvojnásobně. Jiní vůbec neuspěli.

Může to pro vás být i test, jak velký potenciál vaše kniha má, kolik lidí by zajímala a jak by se prodávala.

A když neuspějete – nic se neděje, knihu máte pořád připravenou k vydání a můžete to zase zkusit jinak. Třeba svou kampaň líp promyslet, do knihy můžete přidat zajímavé téma navíc a zkusit to za čas na jiném crowdfundingovém serveru.

Tři cesty, jak na knize vydělat

Jsou tři cesty, jak se vám může vydání knihy vyplatit a přinést vám peníze.

1. Vynechte distributory

To se nepovede každému a nejde to s každou knihou.

Abyste mohli vynechat distributory a tudíž jim nemuset odevzdat 57% ze zisku, musíte najít někoho, kdo odkoupí celý náklad najednou. Po jedné knize byste jej sami nerozprodali, nebo by to trvalo velmi dlouho.

Úspěšně u v ČR použil tuto strategii Ivo Toman, který napsal (svou první) knihu o multi-level marketingu a prodal jí 80.000 výtisků přímo multi-level firmám, které ji rozdaly svým prodejcům (kterých bylo hodně) jako učebnici.

2. Vydejte a pak prodejte velké množství kusů

Tato strategie je použitelná pro každou knihu a záleží jen na vašich marketingových schopnostech. Když vydáte velké množství kusů knihy, klesnou vaše výrobní náklady na minimum, takže váš zisk bude dostatečně velký, i když distributor s knihkupcem „schramstnou“ 57% z DPC. Musíte ale zvládnout základy propagace knih, abyste dokázali dát o knize vědět a přesvědčit k její koupi dostatečně velké množství lidí. Jako učebnice je k dispozici zatím jediný český eBook o [propagaci knih](#), ale nemyslete si, že si ho jednou přečtete a hned prodáte dvacet tisíc kusů knihy. Propagace knihy je běh na delší trať a vítězí vytrvalost.

V této kategorii opět exceluje Ivo Toman a krásně to popisuje ve [třidvacetiminutovém videu o vydávání knih](#) ve velkém stylu.

3. Vydělejte nepřímo

Jste-li expertem v nějakém oboru, může napsání knihy upevnit vaši pozici a přivést vám tolik zákazníků (hlavní je, že tento nárůst je většinou dlouhodobý), že se vám vrátí investice do vydání knihy a vaše podnikání může díky tomu začít růst. To je opět omezeno jen na knihy, které souvisí s vaším oborem, ať již jste podnikatelé nebo zaměstnanci.

Případové studie

Počítání zisku při vydání 300 kusů (88 stran)

Jak se tedy zisk přesně počítá, vydáváte-li knihu? Ukážeme si to na dvou příkladech, 300 a 2 000 kusů.

Zvolil jsem tvrdou vazbu, ale lepenou, neb lepidla jsou dnes už kvalitní a šitá vazba je při výrobě skoro o třetinu dražší.

Všechny kalkulace jsou reálné, platné na podzim 2016 a spočítané tiskárnami Powerprint (300 ks) a Těšínské papírny (2000 ks).

Dejme tomu, že zadání Vaší knihy je takovéto:

Formát: A5

Náklad: 300 ks

Vazba: V8a lepená

Blok: 88 stran bar. 1/1, papír bílý BO90g

Obálka: bar. 4/0 lamino mat

Náklady na výrobu s tiskárnou Powerprint:

22 110,– Kč s DPH tisk a zknihování (nebo necelých 11 000,– Kč v případě měkké vazby – V2)

14 000,– Kč grafika a zprostředkování distribuce

36 110,– Kč celkem

děleno 300 ks = cca 120,– Kč

Skutečné náklady budou ve skutečnosti ještě vyšší, protože část knih rozdáte zadarmo – na recenze, spoluautorům nebo kamarádům.

Ted' se podíváme, jak bude vypadat Váš zisk při různých způsobech prodeje:

300 ks přes distributory

I kdyby byly vaše náklady jen oněch 120 Kč a knihy jste nikomu nerozdávali, musíte nasadit doporučenou cenu (DPC) na 310,- Kč, protože 57% si vezmou distributor s knihkupcem, a nakladatelství za administrativu minimálně 10% z toho, co zbude, tedy cca 13,- Kč.

To je za 90 stran textu, i když v tvrdé vazbě, docela dost. Asi to „nepůjde samo“ a budete se muset činit, abyste našli dostatek zákazníků ochotných ji za tuto cenu koupit. Hlavně proto, že má na takovou cenu málo stran a lidi neradi kupují tenké knihy.

150 ks osobně / 150 ks přes distributory

Pokud polovinu z těchto knih prodáte osobně a přes svou webovou stránku za pouhých 180,- Kč, začínáte být po odečtení nákladů v zisku: $150 \times 60,- \text{ Kč} = 9\,000,- \text{ Kč}$. Na prodeji přes distributory stále nemáte ani korunu, protože z 310,- Kč zaplatíte pouze prodej a výrobu a nezbude vám nic.

300 ks osobně

Představte si, že byste distributora vynechali úplně a všechny knihy prodali sami. U tří stovek kusů to není takový problém. Pokud byste za ně chtěli jen 180,- Kč, vyděláte $300 \times 60,-$, tedy 18 000,- Kč. Budete-li odváznější a budete ji prodávat za 220,- Kč, zbyde vám po odečtení nákladů 30 000,- Kč.

Kdyby knížka měla pro čtenáře poměrně vysokou hodnotu – byla ojedinělá, dokázala mu ušetřit či vydělat peníze nebo vyřešit problém, který vnímá silně emocionálně, můžete si za ní říci i více. Např. při prodejní ceně 290,- Kč byste vydělali 51 000,- Kč. Přitom je to stále míň než doporučená cena, a některé knihy jsou dnes mnohem dražší. Vždy záleží na hodnotě, kterou kniha čtenáři přináší a natom, jak dobře ji dokážete zdůraznit, „prodat“ (viz [anotace](#)).

Mluvíme o VÝDĚLKU, je to tedy částka sice před zdaněním, ale už po odečtení nákladů. Váš zisk.

Když budete odvážnější a vytisknete 2000 ks (88 stran)

Zadání bude toto:

Formát: A5

Náklad: 2 000 ks

Vazba: V8a lepená

Blok: 88 stran bar. 1/1, papír bílý BO90g

Obálka: bar. 4/0 lamino mat

Náklady při tisku v Těšínských papírnách:

58 000,– Kč s DPH tisk, zknihování a doprava

20 000,– Kč grafika (sazba) a zprostředkování distribuce

78 000,– Kč celkem

děleno 2 000 ks = cca 39,– Kč

To už se s úplně jiným pocitem rozesílají knihy na recenze.

Všimněte si, že náklady oproti 300 vydaným kusům stouply jen asi dvojnásobně, ale knih nyní dostanete skoro 7x více. Je to dáno technologií tisku, výroba většího množství kusů je zkrátka vždycky v přepočtu levnější.

Ale pojďme na kalkulaci prodejů:

2000 ks přes distributory

Stanovme DPC na 180,- Kč. Distributor nakladatelství pošle 77,40 Kč a pokud si ono odečte jen 10 %, tedy 7,74 Kč, na vás zbyde 69,66 Kč. Od toho odečtete náklady 39,- Kč a 30,66 Kč je váš zisk.

Když se prodá všech 2000 ks, jste v zisku 61 320,- Kč.

Dejme tomu, že 50 kusů rozdáte, 50 x 39,- Kč je 1 950,- Kč a ty od vydělané částky odečtete.

500 ks osobně / 1500 ks přes distributory

Je-li DPC stále 180,- Kč, zisk „přes distributory“ bude $1\,500 \times 30,66 = 45\,990,-$ Kč.

Přes své stránky budete prodávat knihu levněji, protože chcete, aby si knihu čtenář koupil radši u vás než jinde, takže tam nasadíte cenu 140,- Kč + poštovné. Prodáte-li osobně 500 knih, dostanete 70 000,- Kč. Od toho odečtete náklady 500 x 39,- Kč a zisk bude 50 500,- Kč. **Za 500 knih prodaných osobně utržíte víc, než za 1 500 knih prodaných přes distributory.**

Celkem za všechny knihy tedy 96 490,- Kč.

2000 ks osobně

Pokud byste dokázali prodat 2 000 kusů osobně, což je těžké, ale jde to, nebudete mít konkurenci v knihkupcích; ale dejme tomu, že budete i přesto prodávat knihu jen za 140,- Kč. Utržíte pak 280 000,- Kč. Odečtete své náklady $2\,000 \times 39 = 78\,000,-$ Kč a jste v zisku 202 000,- Kč (opět před zdaněním).

Budete-li stále účtovat 180,- Kč, bude to 282 000,- Kč.

Tuto variantu ale moc nedoporučuji, protože abyste sami prodali 2 000 ks, museli byste se hodně ohánět a dle mého to za peníze, které utržíte navíc, nestojí. To radši napište další knihu.

Počítání zisku při vydání 300 kusů (280 stran)

Vydáváte objemnější knížku, třeba 280stránkovou? Opět si to ukážeme na dvou příkladech, 300 a 2000 kusů.

Tentokrát je zadání vaší knihy toto:

Formát: A5

Náklad: 300 ks

Vazba: V8a lepená

Blok: 280 stran bar. 1/1, papír bílý BO90g

Obálka: bar. 4/0 lamino mat

Náklady na výrobu v Klice a Powerprintu:

33 400,– Kč s DPH tisk a zknihování (cca 21 900,– v případě měkké vazby)

14 000,– Kč grafika a zprostředkování distribuce

47 400,– Kč celkem

děleno 300 ks = 158,– Kč

Opět můžete započítat výtisky rozdané na recenze, spoluautorům a kamarádům.

Zisk při různých způsobech prodeje si lehce spočítáte, když do příkladů na str. 10 dosadíte nově vypočítané náklady.

Počítání zisku při vydání 2000 kusů (280 stran)

Když vydáte 2000 ks, opět se vaše čísla dramaticky změni.

Zadání bude:

Formát: A5

Náklad: 2 000 ks

Vazba: V8a lepená

Blok: 280 stran bar. 1/1, papír bílý BO90g

Obálka: bar. 4/0 lamino mat

Náklady na výrobu v Těšínských papírnách budou takové:

77 600,– Kč s DPH tisk, zknihování a dopravu (cca 34 300,– v případě měkké vazby)

20 000,– Kč grafika a zprostředkování distribuce

97 600,– Kč celkem

děleno 2 000 ks = 48,80 Kč

Zisk při různých způsobech prodeje si spočítáte podle str. 12, když dosadíte vyšší náklady. Nezapomeňte ale, že za 280 stran si můžete říci podstatně víc peněz, můžete tedy DPC nastavit třeba na 320,– Kč.

Náklady se vám zvýšily jen o desetikorunu oproti 88 stranám. Je výhodnější vydávat tlustší knihy!

Šetříme při výrobě

Klíčové jsou z hlediska zisku dvě věci: Kolik Vás stálo knihu vyrobit a kolik za ni dostanete. Na předchozích stranách jsme probírali, jak za knihu utržit co nejvíc. Teď se podíváme, jak ušetřit na nákladech. Co knihu při fyzické výrobě (tisku a „zknihování“) prodražuje?

Speciální papír

Už jen speciální papír pouze na obálku dokáže knihu prodražit i dvojnásobně. A ne každá fotka potřebuje křídový papír. Nechte si vždy nabídnout levnější alternativy nebo zpracovat kalkulaci i na standardní bílý papír, ať máte srovnání.

Čtvercový formát

Při výrobě čtvercového formátu vzniká spousta odpadového papíru, jehož spotřebu ale platíte. Formáty s minimálním odpadem jsou třeba 160 x 235 mm nebo 90 x 155 mm. Poradíte se s vaší tiskárnou, záleží na tom, jaké má stroje.

Lepší vazba

Měkká vazba V2 je levnější než tvrdá lepená V8, a ta je levnější než tvrdá šitá. Za tvrdou vazbu ale můžete při prodeji chtít o dost víc.

Barevnost

U digitálního tisku záleží pouze na počtu barevných stran a lze je řadit libovolně.

Na ofsetu (přes 500 ks) záleží nejen na jejich počtu, ale i rozložení barevných stran v knize. Pokud je nesdružíte do „barevných příloh“ a chcete je mít na určitých místech v textu, budete muset tisknout barevně celou knihu, a to je dražší.

Barevná příloha musí mít většinou 8 stran (příp. 16, 24, 32...) a pak musí následovat zase 16 (32, 48, 64...) stran černobílých.

Nízký náklad

Čím nižší náklad, tím je výroba v přepočtu na 1 kus dražší, a také se vám na méně kusů rozpočítá částka, kterou jste dali za grafiku.

Specialitky

Budete-li požadovat parciální lak na části obálky, látkovou záložku či barevný potah i přebal, to všechno cenu trochu zvýší.

Fakta ke zvážení

Udržte náklady dole, ale ne za každou cenu. Neskrblete na korektury a obálce a radši si dejte více práce s prodejem knihy, abyste co nejvíce kusů prodali osobně. A naopak, nevymýšlejte si zbytečnosti.

Na závěr pár bodů, které vám umožní učinit lepší rozhodnutí:

- O ceně, kterou budete moci v budoucnu „nasadit“, rozhoduje i práce, kterou si dáte s vypilováním knihy. Chcete-li psát „velkou“ literaturu nebo napsat více knih, poříd'te si rádce a testovací čtenáře a první knihu rozhodně nechte projít odbornou redakturou.
- To, jak vysoké máte náklady, rozhoduje o tom, jaký budete mít prostor pro zisk. Když nestlačíte náklady při výrobě, později už s tím nic neuděláte, můžete jen zvýšit DPC, čímž možná snížíte prodejnost knihy.
- Na druhou stranu, za tlustší knihu v pevné vazbě si vždy můžete říct víc než za tenkou brožurku.
- Váš budoucí zisk nebo ztráta je o počítání dřív, než se do něčeho pustíte. Kalkulace nákladů většinou bývá zdarma, využijte toho.
- Při ofsetovém tisku klesá cena nejrychleji mezi 500 a 1000 vyráběných kusů. Nechte si udělat kalkulaci na 500, 700 i 1000 kusů, než se rozhodnete pro 500. Cena za vydání 1000 ks může být třeba jen o 20% vyšší, než za poloviční počet.
- Ani prodej přes distributory není bez práce a časem může klesnout na nulu, když knihu nijak nepropagujete. Distributoři to za vás určitě dělat nebudou. Při propagaci funguje vytrvalost a pravidelnost, i kdyby to bylo pouhých 20 minut 3x týdně.
- Peníze za prodané knihy chodí s několikaměsíčním zpožděním. Berte to v potaz.
- Knihy, které si nerozeberou do svých skladů distributoři, vám přiveze tiskárna domů nebo na místo, které určíte, třeba na chalupu, a budete je muset z kamionu nebo dodávky složit. Většinou vám pomůže závozník.
- Téměř nikdo nedokáže předem odhadnout úspěch knihy. Ale čím jasnější máte cílovou skupinu, tím budete mít propagaci jednodušší a levnější.

Jak vidíte z názorných příkladů, nesrovnatelně větší šanci něco vydělat, nebo přinejmenším neskončit ve ztrátě, máte při osobním prodeji, čímž myslím obecně prodej bez prostředníka.

Ano, přijdete tím o možnost vidět svou knihu na pultech obchodů, ale opravdu to pro vás tolik znamená? To si musíte rozhodnout sami.

Klíčové je „stáhnout“ náklady na minimum, což znamená vydat větší počet kusů – ani známost v tiskárně vám náklady výrazně nesníží, pokud to není přímo majitel a knihy vám nevytiskne rovnou zadarmo.

Můžete udělat kompromis: vydat třeba 500 knih, tři stovky rozprodat osobně a tím zaplatit náklady (a možná pár korun vydělat) a 200 ks prodat s minimálním nebo nulovým ziskem přes distributory.

Ani 300 kusů ale pravděpodobně neprodáte bez alespoň nějaké propagace knihy, nebo to bude dlouho trvat.

Propagovat budete knihu muset tak jako tak, dobrá zpráva je, že pokud jste na svou knihu dostatečně hrdí, začne vás to bavit, až uvidíte první výsledky svého snažení. Myslíte-li si, že to půjde i bez marketingu, chcete knihu vydat a už se o ni víc nestarat, zřejmě budete nepříjemně překvapeni a vaše prodeje časem klesnou na nulu. Propagaci, kterou jste zanedbali v době, kdy kniha vyšla, už později nikdy úplně nedoženete – tato doba je v „životě knihy“ zcela jedinečná a neopakovatelná.

Na knize nejvíc vyděláte, když vydáte větší počet kusů, čímž klesnou vaše výrobní náklady, a když co nejvíce knih prodáte sami – bez zprostředkování distributory. At' už jednotlivě osobně, nebo hromadně jednomu odběrateli.

Nechcete-li se vyhnout distribuci, myslete na to předem a propočítejte si, jakou DPC budete muset „nastavit“, aby byla kniha prodejná a přitom se vám z částky, která zbude, zaplatily aspoň výrobní náklady.

Váš domácí úkol: Vyplňte tabulku, kterou najdete na následující straně.

(do PDF lze pouze doplňovat poznámky; tabulku bez barviček najdete v tiskové verzi tohoto eBooku, chybějící údaje odhadněte)

ř.	hodnota	příklad (str. 15):	kalkulace 1	kalkulace 2	kalkulace 3	kalkulace 4
2	mé zadání:	Formát: A5 Náklad: 2 000 ks Vazba: V8a lepená Blok: 280 stran bar. 1/1, BO90g Obálka: bar. 4/0 lamino mat				
3	náklad (počet kusů):	2 000 ks				
4	cena grafiky s DPH:	77 600,- Kč				
5	cena fyzické výroby s DPH:	20 000,- Kč				
6	výrobní náklady celkem (ř.4 + ř.5):	97 600,- Kč				
7	náklady na 1 ks (ř.6 / ř.3):	48,80 Kč				
8	minimální DPC (ř.7 / 0,43):	114,- Kč				
9	moje DPC:	310,- Kč				
10	zisk ((ř.9 x 0,43) - ř.7):	84,50 Kč				
11	zisk po vyprodání (ř.10 x ř.3):	169 000,- Kč				

Obsah e-booku „Propagace knih“



Předmluva

Jedinečná doba pro marketing 5

O tomto eBooku

Co je cílem eBooku, Jak e-book vznikal 7

Jak eBook užívat 8

Obecné principy knižního marketingu

Strašidelný a drahý marketing 10

1. Vykřičte to do světa 12

2. Najděte své zákazníky 13

3. Budujte komunitu 16

4. Učte se a zkoušejte nové věci 18

5. Buďte vytrvalí 20

Příprava na knižní marketing

Anotace 21

Napište svůj autorský životopis 24

Mějte ujasněno, jak sebe a knihu rychle představit 24

Ujistěte se, že informace o knize jsou dostupné 25

Cena knihy 29

Plán: peníze a čas 30

Udělejte si přehled kontaktů a možností, které už máte 31

Najděte další místa, kde budete moci propagovat 32

Budujeme komunitu čtenářů

Blog 34

Facebook 36

Facebook Ads (reklama na Facebooku) 37

Google+ 38

Twitter 39

Sbírka e-mailů 40

Partnerství 42

Jak vytvářet obsah

Jak konkrétně vytvářet internetový obsah 44

Autorský plán 45

Život knihy: kdy se na co soustředit?

1. Předtím, než knihu publikujete 47

2. V okamžiku vydání knihy a těsně po něm 53

3. Kniha je na trhu delší dobu a už ztratila punc novinky 56

Inspirace od těch nejlepších 58

Závěr 59

Dodatek 1 – Jak si vydat knihu 60

Dodatek 2 – blog-tour 65