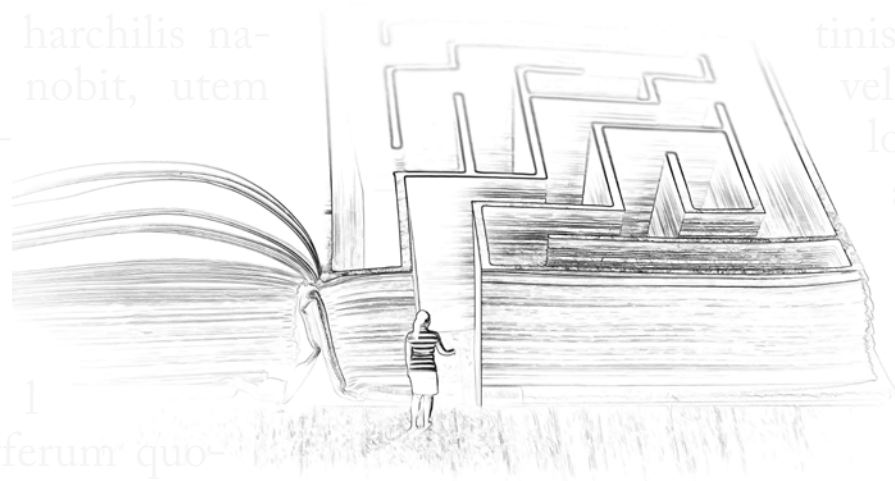




Cesta knihy
od autora
až do obchodu



Český knižní trh

OBSAH

Jak se vydává kniha	3	Dopravce	6
Z tiskárny až na pult	3	Distributor	7
Prodej	4	Knihkupec	8
Autor	5	Prodej knihy bez pomoci distributora	8
Nakladatel	6	Další eBooky o knihách	10
Tiskárna	6		

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.

Jak se vydává kniha

(zrození)

Cesta knihy začíná samozřejmě u autora, který dokončí rukopis a všechny opravy. Knihu autor vydá buď ve velkém tradičním nakladatelství, nebo se mu s rukopisem nepovede v žádném z nich uspět a rozhodne se knihu vydat na vlastní náklady sám nebo v zakázkovém nakladatelství.

V prvním případě je další postup většinou v režii nakladatelství, protože knihu financuje a při výrobě má tudíž většinou poslední slovo.

Ve druhém případě se autor může pokusit opatřit potřebné peníze sponzoringem nebo veřejnou sbírkou, tzv. crowdfundingem, k čemuž složí startéry jako HitHit, Startovač nebo Knižní startér. Když autor ví, jak svou knihu financovat, začne vybírat nakladatelství, které mu knihy vyrobí na zakázku a zajistí jejich další distribuci.

V tomto případě by měl mít naopak poslední slovo ohledně vzhledu knihy autor, jelikož jde o jeho peníze, ale vyplatí se naslouchat dobře míněným odborným radám pracovníků vydavatelství, zvláště v oblastech, které mají vliv na prodej knihy, jako je obálka nebo anotace.

Nakladatelství v obou případech nakonec vyrobí tzv. tiskové PDF a pošle ho do tiskárny.

Z tiskárny až na pult

(dospívání)

Tiskárna je větší či menší fabrika, která knihu nejen vytiskne, ale většinou zajistí i její „zknihování“, tedy svázání do podoby knihy. Existují dva druhy tiskáren – digitální (pro nižší počty vydaných kusů) a ofsetové.

Zatímco se kniha tiskne, nakladatel připraví tzv. nabídku pro distributory. Ta obsahuje anotaci, náhled obálky a technické parametry knihy, jako je ISBN, vazba, počet stran nebo doporučená cena.

V České republice jsou tři velcí knižní distributoři. Největší Euromedia, potom Pemic, který působí hlavně na Moravě, a veřejnosti asi nejznámější, ale nejméně prodávající Kosmas. Distributoři přepošlou nabídku smluvním knihkupcům a podle jejich objednávek odhadnou, kolik knih si odeberou pro svůj sklad.

Tiskárna má smluvní dopravce, případně knihy rozváží vlastními silami. Kamiony cestou z tiskárny objednou sklady jednotlivých knižních distributorů a v každém vyloží objednaný počet kusů. Zbytek pak dovezou do skladu nakladatelství nebo na místo, které určí autor, podle toho, komu knihy patří.

Distributoři pak knihy rozvezou menšími auty do jednotlivých knihkupectví a e-shopů.

Prodej

(maturita a start do života)

Cesta knihy k cílovému čtenáři by se dala přirovnat k cestě maturanta ke zkoušce. Během ní se ukáže, jak dobrou práci odvedl ten, kdo má na starosti její propagaci, protože pokud se o ní nedozvědí ti správní lidé, nebude se prodávat a všechna práce i peníze můžou přijít vniveč.

Reklam v metru nebo v letácích užívají jen tradiční nakladatelství a je to reklama necílená, něco jako lovit ryby náhodným spouštěním vědra do řeky. Ti chytřejší méně slavní autoři této mezery využívají a svou knihu se snaží dostat před zraky publika „zacíleného“, tedy těch, u kterých je největší pravděpodobnost, že knihu ocení.

Ti nejstrategičtěji přemýšlející autoři si budují vlastní čtenářskou komunitu, která dychtivě čeká na každou jejich novou knihu. Dobrým nástrojem je k tomu blog. S dobrou komunitou pak někdy není potřeba ani využívat distribuce, případně je to jen příjemný bonus, a je možné prodávat osobně (přímo) více knih než všichni distributoři dohromady.

Pokud svou knihu zatím nepropagujete, protože jste nevěděli, že je to nutné nebo jak na to, ale nejste spokojeni se svými prodeji, přidejte se do skupiny „Jak si vydat knihu, a pak ji i prodat“, kde se prodejem zabýváme a vzájemně si pomáháme.

Čtenář si musí jít do obchodu cíleně pro vaši knihu, protože šance, že ji náhodou objeví mezi stovkami dalších, je pramalá. Musíte mu o ní říci předem a právě k tomu slouží propagace.

Když lidem o knize neřeknete, nebude ji nikdo číst a kupovat. Ti nejzkušenější zahraniční sebevydávající autoři propagaci věnují stejné množství času, jaké jim trvalo knihu napsat a vydat.

Nevíte-li jak na to, stáhněte si [eBook „Jak prodávat knihu“](#)



Autor

Odvede největší množství práce, když knihu vymyslí, napíše a opraví. Nikdo jiný jí už pak nevěnuje tolik času, kromě čtenáře si k ní nikdo nevytvoří tak silný vztah jako on. Pokud se svěří tradičnímu nakladatelství, dostane honorář 5–12 procent DPC z každé prodané knihy a většinou jednorázovou zálohu, ze které se pak tato procenta odečítají, jak se knihy prodávají. Výhodou je, že svou knihu uvidí na pultech knihkupectví a v e-shopech a nemusí přitom investovat ani korunu ze svého.

Pokud knihu vydal sám nebo na zakázku, nese sice riziko, že se kniha neprodá, ale ze zisku může dostat většinu – podle toho, jakým způsobem knihy prodává.

Jsou-li jeho knihy na pultech obchodů, pravděpodobně je tam dopravil knižní distributor, a ti si berou až 58 % z doporučené ceny knihy (DPC – kterou naštěstí určuje autor). Autorův zisk je v takovém případě 42 % z DPC (minus provize nakladatelství, které distribuci zprostředkovalo).

Pokud autor knihy prodává knihu sám třeba online na vlastních stránkách (vložit si na ně malý „obchod“ je jednoduché a zdarma), zůstává mu 100 % ceny, za kterou knihy prodává. Od toho se odečtou výrobní náklady na 1 knihu a zbytek je jeho zisk před zdaněním. Může si pak dovolit nabídnout nižší cenu a přesto

má větší zisk, než kdyby prodával přes distributory. Často se kombinuje obojí – distribuce i přímý prodej.

V každém případě je autor zodpovědný za kvalitu původního textu a většinou také za propagaci knihy, a to z jednoduchých důvodů: On může udělat nejvíc, a nikdo jiný to za něj neudělá.



Nakladatel

Jsou dva druhy nakladatelů. Tradiční, kteří vydání knihy financují, a tzv. zakázkoví, kteří knihu vydají za autorovy peníze. Ti první někdy poskytují navíc i služby těch druhých.

Pokud nakladatel knihu zaplatí, je logické, že chce svou investici zpátky. Distributor mu ze zisku pošle jen 42 % a z toho ještě musí odečíst náklady na výrobu včetně autora honoráře. Proto autorovi posílá z prodaných knih jen pár procent.

On nese riziko, že se kniha neprodá a bude ve ztrátě, ale když se naopak kniha stane bestsellerem, vydělá na ní. Připomeňme, že vzdát se této možnosti bylo dobrovolným rozhodnutím autora, který upřednostnil tradiční nakladatelství, přestože právě on by měl své knize věřit nejvíc.

Pokud naopak nakladatel knihu vydá na zakázku, měly by být všechny vytisknuté knihy bez zbytku majetkem autora; nakladatel by měl vyrobit tiskové podklady, dojednat tiskárnu i případnou distribuci do obchodů a autorovi pak zasílat celý zisk po odečtení své provize za distribuci. Mluvíme samozřejmě o té části zisku, která „zbude po distributorech“, tedy z 42 % DPC.

Dopravce

S dopravcem se autor setká jen v případě, že mu veze zbytek knih, které si nerozebrali distributoři. Zařizuje ho tiskárna a nakladatel většinou jen ověří, že knihy dorazily na svá místa podle plánu.

Tiskárna

Jsou dva druhy tiskáren. Menší digitální a velké ofsetové. První technologií se tisknou nižší náklady knih, zpravidla do 500 ks. Ofsetem se tisknou náklady nad 500, ale někde už i od 300 ks. Digitální tiskárny jsou více zvyklé na práci pro soukromé osoby a přímo pro autory, ofsetové tiskárny podepisují většinou smlouvy spíše s nakladateli a firmami.

Čím méně kusů knihy se tiskne, tím vyšší vychází výrobní cena v přepočtu na jeden kus knihy. A naopak. Zatímco při tisku 10 ks „na digitálu“ může výroba 1 ks vyjít na 250 Kč, na ofsetu při tisku 3000 ks může být výrobní cena stejné knihy 25 Kč / 1 ks.

Zatímco digitální tisk umožňuje libovolné řazení černobílých a barevných stran a zadavatel platí jen za skutečnou barevnost stránky, ofset totéž umožňuje pouze při vytisknutí všech stránek knihy jako barevných, což knihu prodraží.

Ofsetové tiskové stroje se nedají zastavit tak přesně jako digitální, takže ofsetové tiskárny mívají ve smlouvě, že počet skutečně vytisknutých kusů a tím i cena se může lišit až o 4 % na obě strany, dolů i nahoru.

[digitální tisk \(video\)](#)

Distributor

Knižní distributor je velká firma a uvažuje výhradně ekonomicky. Smlouvy dělá většinou s nakladateli, jen výjimečně s jednotlivými autory. Pokud chce tedy autor distribuci na knižní pulty, měl by si najít nakladatelství, které ho „zastřeší“, nebo se ujistit předem, že s ním distributor smlouvu uzavře. Myslím tím než se začnou vyrábět tiskové podklady, protože zajistit distribuci, když už jsou knihy hotové, je téměř nemožné.

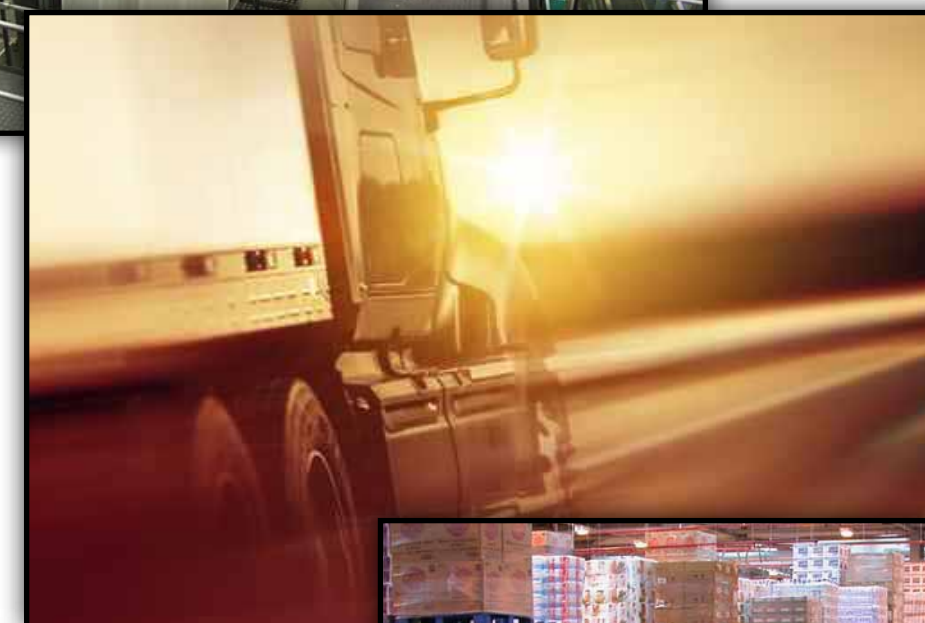
Distributor si knihy bere do komise, takže posílá nakladatelství peníze jen za skutečně prodané knihy. Knihy v jeho skladu jsou až do prodeje technicky majetkem nakladatelství či autora.

Z doporučené ceny si distributor bere 55–58 %. V tomto podílu už je ale započítáno i všechno ostatní – rozvoz do obchodů i marže knihkupce. Bude-li kniha mít doporučenou cenu 200 Kč, dostane nakladatelství od distributora cca 84 Kč.

Nakladatel dostává po skončení měsíce souhrnný přehled prodejů všech jeho knih a podle něj vystaví distributorovi fakturu, ale peníze se na účtu nakladatele objeví nejdříve po měsíci, po dvou, ale i po čtvrt roce od vystavení faktury, což je stanoveno ve smlouvě, kterou distributor s nakladateli na začátku spolupráce uzavírá. Ta je samozřejmě výhodnější pro ně, protože společně drží monopol.



ofsetová
tiskárna



sklad
distribuční firmy

Knihkupec

Knihkupec se z pohledu autora může ukázat být nejslabším článkem řetězu. Je to suverénní podnikatel a je jen na něm, 1) zda si vůbec knihu objedná, 2) do kterého žánru ji zařadí a 3) kde knihu v obchodě vystaví.

Autor to může do jisté míry ovlivnit: 1) Napsat skvělou a lákavou anotaci, protože na jejím základě knihkupci odhadují, jak je kniha atraktivní pro jejich klientelu; 2) žánr jasně specifikovat předem a 3) o knihu probudit pomocí propagace zájem veřejnosti, protože když se lidé po knize ptají, knihkupec si uvědomí, že na ní může vydělat a přeřadí ji na viditelné místo.



Prodej knihy bez pomoci distributora

Pokud chce autor maximalizovat svůj zisk, prodává knihu bez prostřednictví distributora, nejčastěji přes internet. Základem je prodejní webová stránka knihy, kde lze knihu objednat e-mailem. Lze se také domluvit s blízkým knihkupectvím, které má vlastní e-shop, a dodávat jim knihy přímo – pak ale musí autor počítat s vystavováním daňových dokladů.

O existenci knihy a adrese stránky, kde ji lze koupit, se ale musí nejdříve dozvědět ti správní lidé. Účinná a včasná propagace začíná už 2–6 měsíců předtím, než má být kniha vydána. Autor při ní hledá cílové zákazníky, shání recenze, je aktivní na sociálních sítích a v nejlepším případě buduje svou budoucí čtenářskou komunitu, takže v okamžiku vydání už mnoho lidí čeká, až si knihu bude moci koupit.

Český knižní trh v číslech

Vydané knihy v ČR

Rok	Počet vydaných titulů
2007	18 029
2008	18 520
2009	17 598
2010	17 054
2011	18 985
2012	17 247
2013	17 876
2014	18 379
2015	16 600
2016	15 500
2017	15 300

Z celkové produkce knih až polovinu tvoří tituly vydávané státními institucemi, které se nedostanou na knihkupecké pulty.

Cca 5.200 titulů ročně tvoří beletrie. Roční obrat českého knižního trhu odborníci odhadují na sedm miliard korun. Nakladatelů, kteří loni vydali alespoň jednu knihu, je v Čechách cca 2500.

Průměrná cena knihy v ČR je podle odhadů svazu knihkupců asi 240 korun. Z konečné ceny knihy činí knihkupecký rabat průměrně

34 %, v případě zahraničních knih je to 30 %, u učebnic 27 %. Procento elektronických knih se zatím v Čechách zvyšuje velmi pomalu, stále jsou to jen necelá 2 % knižního trhu. Příčinou může být nelegální sdílení, protože v Česku je zhruba půl milionu čteček a milion tabletů, e-knih se přitom v r. 2014 prodal jen asi milion. Najdete-li novější data, pošlete mi odkaz. Díky!

Zdroje: ČTK, Národní knihovna



Facebooková skupina



<https://www.facebook.com/groups/jaksivydatknihu/>

JAK SI VYDAT KNIHU, A PAK JI I PRODAT?

Porad'te se s lidmi, kterým jde o to samé!

„Jak si vydat knihu a pak ji i prodat?“

video

anotace

distribuce

e-shop

obálka

web

kvalita knihy

zacílení

skladování

propagace

Ve skupině najdete:

- Uzavřenou komunitu
- Každý týden živá vysílání KAFE S NAKLADATELEM
- Soutěže o hmotné ceny
- Soubory s radami a tipy
- Diskuse, pomoc s výběrem
- Přímé rady od vydavatele

Vydej si vlastní KNIHU

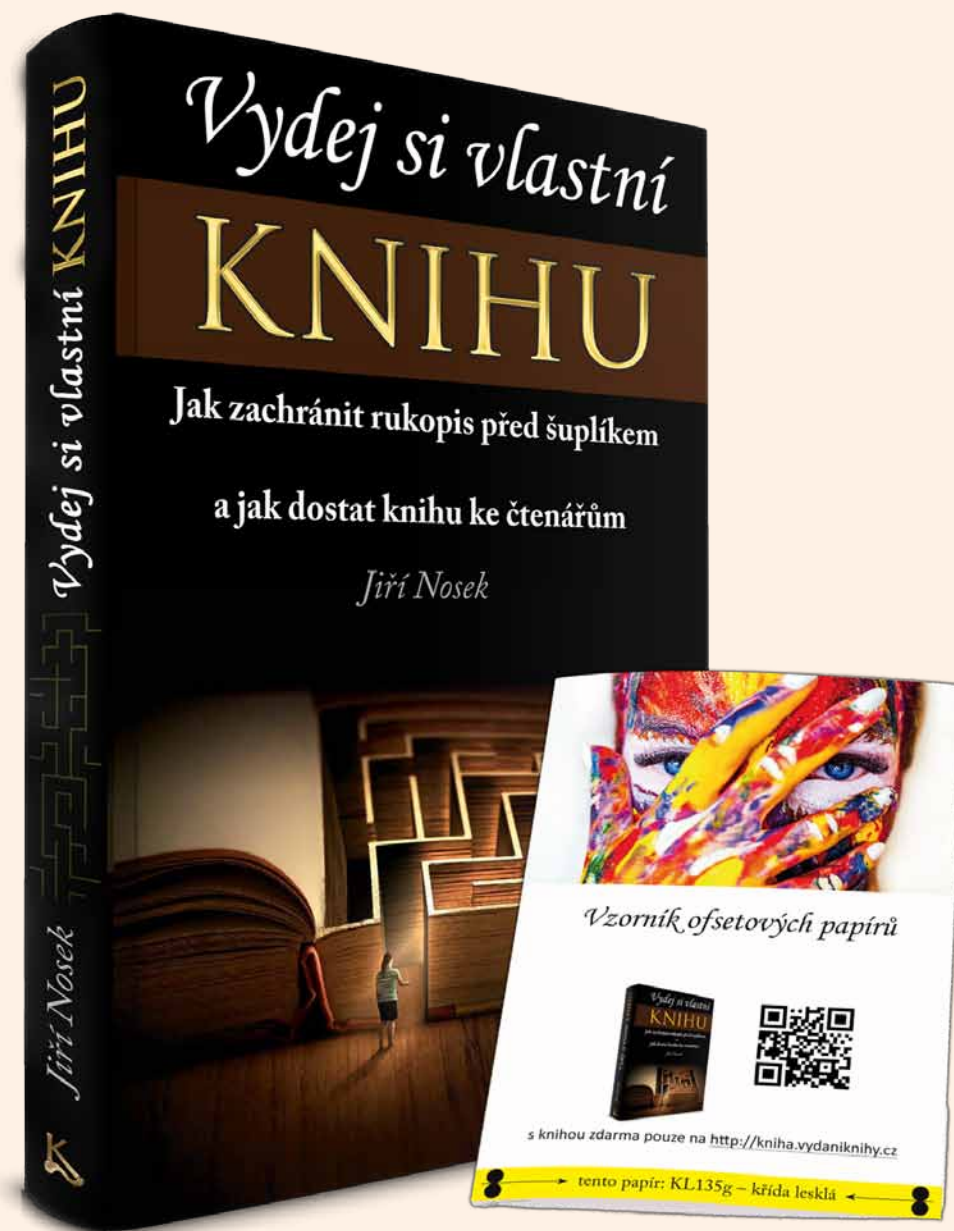
**Vydání knihy od A do Z pro autory,
kteří neuspějí u „tradičních“ nakladatelství
a propagace knih pro všechny, kteří chtějí zlepšit prodeje svých knih.**

V knize se dozvíte:

- jak svůj text dovést k dokonalosti a jak si ověřit, že píšete dobře
- že se kniha dá vydat i bez obětování vlastních úspor a jak to provést
- kdy vydávat na vlastní pěst a kdy si raději najít zpracovatele (a jak ho hledat)
- vše o knize, jejích náležitostech i povinných údajích a kam v knize patří
- jak knihu dostat do knihkupectví a e-shopů
- co by měl znát knižní grafik a jak pro knihu připravit ilustrace
- jak udělat obálku, která přitáhne pozornost a kde najít vhodné obrázky
- jak stanovit cenu knihy a za jakou cenu se bude reálně prodávat
- jak docílit toho, aby se vám vrátily vložené prostředky

kniha.vydaniknihy.cz

jen za 224,– Kč a se vzorníkem ofsetových papírů ZDARMA



~~DPC 347,– Kč~~

za **224,– Kč**

+ poštovné

Chcete mít vydání bez starostí?

Vidět svou knihu v obchodech a ze zisku dostávat 90 %?

Vydejte knihu v nakladatelství KLIKA!



- o vydávání knih nemusíte předem vědět vůbec nic
- vydáme vám cokoli kromě účelové esoteriky a pavěd
- kalkulace zdarma
- přidělíme ISBN, připravíme podklady pro tisk
- pravidelně vyhledáváme dobré a levné tiskárny
- nad všemi pracemi máte plnou kontrolu
- zařídíme distribuci až na pulty obchodů
- uděláme Vám 3D model a prezentaci knihy
- naučíme vás knihu propagovat a poradíme s prodejem
- za prodané knihy vám budeme zasílat 90 % ze zisku

Co říkají o vydání u nakladatelství KLIKA autoři, kteří už svou knihu mají?

Jaké dokážeme vytvořit obálky, když nemáte žádnou připravenou?

Jak vydání knihy u nás probíhá?

Nejčastější otázky autorů

Chcete se poradit? Zavolejte mi na 603 742 006 nebo napište na jiri@jirinosek.cz.

www.nakladatelstviklika.cz

Hledáte korektora?

Neriskujte, že narazíte na amatéra!

(A je jich hodně...

Přes 50 % náš test nezvládlo.)

Prověřený
korektor

Korektory jsme pro Vás otestovali.

Zde najdete **opravdové profíky**
na jednom místě.

Nejlepší poličkou pro knihu s chybami
je **TŘÍDĚNÝ ODPAD!**

www.proverenykorektor.cz



eBook „Jak prodávat knihu“

Nevíte, jak knihu dostat ke čtenáři? Prodává se vaše kniha moc pomalu?

EBook vás nenásilnou formou zasvěťí do fungování trhu a toho, co byste měli udělat, aby se vaše kniha lépe prodávala. Dozvíte se též, kde najít páky, kterými sílu propagace znásobíte. Pokud vám není jedno, kolik lidí si vaši knihu přečte, tento eBook nevynechávejte.



eBook „Už nechci psát do šuplíku“

Jste začínající autor? Tento eBook Vám poskytne vodítka a předejde možnosti, které máte: Jakým způsobem knihu naplánovat a vydat, v jakém množství, jak knihu dostat na pulty knihkupectví, jaké zvolit nakladatelství nebo kde vzít na vydání knihy peníze.



eBook „Výroba knihy SAMODOMO“

Chcete vydat jen pár kusů knihy, třeba 10 nebo 20? Neplatíte za profesionální grafiku, s tímto eBookem to zvládnete sami!

Obsahuje návody, jak si knihu vysázet v obyčejném textovém editoru, a také odkaz na video s návodem na sazbu v Microsoft Publisheru i s „obrázkovou“ obálkou, od nuly krok za krokem až přípravě tiskových podkladů. Nechybí popis všech náležitostí, které má kniha mít.

