

Анастасия Ракузо

Двигай книгой. Делай имя



ЛитРес: Самиздат
Москва

УДК 658.818
ББК 65.29
Р19

Ракузо А.

Двигай книгой. Делай имя / Ракузо А. — Москва: ЛитРес:
Самиздат, 2021. — 140 с.

ISBN 978-5-532-04764-8

У вас есть как минимум 11 причин, чтобы стать автором книги. Меня зовут Анастасия Ракузо. Я помогаю в продвижении личного бренда и бизнеса с помощью книги. Внутри вы найдёте 17 ступеней написания первой книги, 15 способов продвижения и 23 популярные ошибки. Я делюсь своими умозаключениями, основанными на советах разработчиков платформ для самиздата, опыте писателей, редакторов, журналистов и блогеров. Этот наваристый бульон приправлен моим опытом работы с текстами и игрой, которая поможет сделать первый шаг. Вы тоже можете написать свою книгу или продолжить цитировать популярных коллег.

Содержание

"Двигай книгой. Делай имя", Анастасия Ракузо	7
Введение	8
Глава 1. Одиннадцать причин, зачем писать книгу	12
Первая причина. Начать зарабатывать или повысить средний чек	14
Вторая причина. Продвижение	16
Третья причина. Статус эксперта	18
Четвёртая причина. Визитная карточка	19
Пятая причина. Лид-магнит	20
Шестая причина. Расширение аудитории	22
Седьмая причина. Стать лидером мнений	24
Восьмая причина. Социальная миссия	26
Девятая причина. Подарок	27
Десятая причина. Доверие клиента	28
Одиннадцатая причина. Дополнительный доход	30
Глава 2. Семнадцать ступеней к вашей книге	32
Первая ступенька. ЦА. Боли	38
Вторая ступенька. Конкуренты	41
Третья ступенька. Тема и идея	43
Четвёртая ступенька. Название	46
Пятая ступенька. Жанр и стиль	48
Шестая ступенька. Содержание (план-чертёж)	51
Седьмая ступенька. Тезисы. Ключевики	52
Восьмая ступенька. Сбор информации	53
Девятая ступенька. Аннотация	54
Десятая ступенька. Синописис	56
Одиннадцатая ступенька. Объём (сколько страниц)	57

Двенадцатая ступенька. Глава первая и последняя. Введение	58
Тринадцатая ступенька. Редактура	60
Четырнадцатая ступенька. Инвестиции	62
Пятнадцатая ступенька. Заявка/модерация	64
Шестнадцатая ступенька. Обложка, иллюстрации	66
Семнадцатая ступенька. Жизнь книги	69
Глава 3. Пятнадцать способов продвижения автора-эксперта	71
3.1. Как стать популярным бесплатно	74
Способ третий. Социальные сети	74
Способ четвёртый. Цитаты	75
Способ пятый. Подпись	76
Способ шестой. Публичные выступления	77
Способ седьмой. Продажа в местных книжных магазинах	79
Способ восьмой. Презентация	80
Способ девятый. Победа в конкурсах	81
Способ десятый. Хайп. Ажиотаж	82
Способ одиннадцатый. Статья в «Википедии»	85
3.2. Частично платные варианты	87
Способ двенадцатый. СМИ	87
Способ тринадцатый. Лидеры мнений	88
Способ четырнадцатый. Сайт	91
Способ пятнадцатый. Буктрейлер	94
Резюме	96
Глава 4. Двадцать три ошибки	97
1. Не использовать возможности книги для продвижения	98

2. Незнание темы	99
3. Незнание рынка	100
4. Думать, что не сможешь	101
5. Неуверенная позиция автора	102
6. Не писать план	104
7. Отсутствие логики, системности, структуры	105
8. Не тестировать название	106
9. Отсутствие сильного финала	107
10. Отсутствие сильного начала	109
11. Зависимость от других источников	112
12. Разжёвывать читателю. Использовать нравоучительный тон. Не видеть очевидные преимущества	113
13. Без эмоций	115
14. Лирические отступления	116
15. Не искать первоисточник. Цитаты = свои слова	117
16. Сложность языка	118
17. Рассказывать, а не показывать	119
18. Детали: отсутствие, избыток	120
19. Отсутствие ответственности (не может довести дело до конца)	121
20. Отказ от редактирования	122
21. Не давать настояться тексту перед редактурой и публикацией	123
22. Отсутствие поддержки	124
23. Страх критики	125
Заключение	129
Вариант 2.	130
Вариант 3.	131

Вариант 4.	132
Вариант 5.	134
Вариант 6.	135
Инструкция для игры	137

**"Двигай книгой. Делай
имя", Анастасия Ракузо**

Введение

Представьте только как написанными вами советами пользуются благодарные клиенты. Передают вашу книгу из рук в руки. Рекомендуют вас как эксперта. К вам обращаются за мнением СМИ, ведь только вы знаете, как правильно покрасить ногти или выпилить из бетона вазу.

Бизнес постоянно прирастает новыми инструментами продвижения, в том числе нативными. Тем, что воспринимается не как реклама, а как польза. А что же приносит больше пользы, чем главный источник знаний?

Будь вы крупный сетевой магазин или эксперт-ремесленник – этот способ для вас. Вы докажете свой профессионализм, необходимость, качество, надёжность с помощью книги.

Позвольте мне поделиться своими изредка очевидными, но и слегка незаурядными мыслями. Этот текст написан с дерзостью эксперта и претензией на интеллектуальность. Я покусилась на самое святое, что есть у человечества – знания – собираясь рассказать вам, как можно с их помощью продвинуть себя или своё дело.

Вы хотите прочитать историю успеха? Я обязательно её расскажу в следующей книге. Сегодня вас ждёт история провала, ведь лишь совершая ошибки, мы учимся. В мире создано целое движение под названием Fuckup nights, где бизнесмены с 2012 года делятся друг с другом горьким опытом. Успех рождает зависть. Провалы учат, показывают механизм, дают решения и возможность просчитать риски.

На последнем месте работы мне предложили написать книгу о новом жилом комплексе. Это ли не удача, подумала я. Загорелась и не написала. Не хватило ни знаний, ни опыта. Я продумала концепцию, попробовала несколько стилей написания, заблудилась в жанрах и умерла уже на введении. Мой интеллектуальный паровоз утонул в болоте практики: не догадалась я подсыпать в него теории и путь выбрала неверный. Казалось, что моих знаний и опыта достаточно для реализации этого проекта. Сама уже много раз бралась за книги. Одну даже дописала и потеряла. Но когда дело идёт о биз-

нес-проекте, то слог и творчество уходят на второй план, уводя с собой за руку вдохновение. В первую очередь нужно знать алгоритм действий, определить цель, чётко сформулировать тему, а потом уже играть с формами и слогом.

Тогда я ушла, собрала всю необходимую информацию и стала писать. Сначала нон-фикшн для бизнес-тренера, потом художественную с легендой про новые дома, а дальше и вовсе решила сделать это своей профессией, обобщив накопленную пользу и систематизировав её в этом проекте. Был создан сервис PROлюди для помощи бизнесу, экспертам и начинающим авторам, работающим в жанре нон-фикшн. Благодаря проваленной миссии, я не только стала писать книги, но и реализовала свою мечту.

С 5 лет я мечтала быть опубликованной. Когда мои статьи начали появляться в местных газетах, мне было 16 лет. Я получала незабываемое удовлетворение, которое плавно перетекало в стыд и разочарование. Особенно с годами. Если вы попросите показать первый опубликованный текст – я, пожалуй, откажу. Это было эссе под названием «Они». Писала я про чувства. Вы хоть раз встречали материал журналиста о чувствах, написанный в художественно-публицистическом жанре и опубликованный в общественно-политическом издании? Не стесняйтесь, посмейтесь вдоволь. Сделаем это вместе. Газета называлась «Новая» и вбирала в себя всё лучшее, что можно взять от глубокой провинции с её зелёными улочками и мелким и средним бизнесом. Там были и новости всех уровней, и объявления, и поздравления, и перепечатанные статьи из федеральных источников, и, конечно, мои тексты.

Тогда статьи не размещали в интернете, у изданий ещё не было сайтов, за что я крайне благодарна времени. Публикаций в сети не было, а значит, не было и рьяной критики на то, что я писала. Сегодня всё иначе: любое упоминание в сети может быть применимо против вас, а может сделать вам положительный имидж. Учитесь использовать этот ресурс правильно. Занимайте свободную нишу. Хватит публиковать статьи с частыми запросами. Это уже не ново. А вот использовать книжные электронные площадки для упоминания себя и своего бизнеса умеет ещё не каждый. Да, и не каждый на это

пойдёт несмотря на то, что это бесплатный бессрочный способ PR и незапрещённый самиздат.

И если вы думаете, что книги – прошлый век, и они вымерли как папирус, вот несколько цифр. 1940 год, в России выпущено 32 545 книг и брошюр, общий тираж которых составил 353,5 млн экземпляров. В 2012 году Российская книжная палата насчитала 116 888 названий и 540,5 млн экземпляров. Наиболее популярная тема – политическая и социально-экономическая. Количество названий таких книг – 31 756.

Спустя 7 лет число названий напечатанных книг и брошюр составило 115 171 экземпляр, общий тираж – 435,1 млн. Среди тем также с большим отрывом лидирует политическая и социально-экономическая – 26 846 названий. Меньше всего внимания книжный рынок уделил общим вопросам науки и культуры, эстетике и водному делу.

В 2010 году пошла тенденция на спад печатных книг в связи с развитием их электронных версий. На 218,7 млн экземпляров меньше было напечатано в 2019 году, чем в 2008. Это только печать, без учёта электронных, аудиокниг и самиздата.

Компания «ЛитРес», подводя итоги 2019 года, обратила внимание на то, что рынок электронных и аудиокниг вырос на 35%, а у сегмента самиздата был зафиксирован небывалый скачок: выручка платформы увеличилась на 218%.

Самиздат уходит своими корнями в древние времена. Всегда находились те, кто распространял запрещёнку и те, кто запрещал её распространять. В XXI веке самиздат обрёл новую жизнь: изменились условия (нет жёсткой цензуры, развита всемирная сеть), появился спрос среди неопытных авторов, вызванный развитием рыночных взаимоотношений. Книга сегодня не просто источник полезной информации, досуг или хобби. Это инструмент для продвижения и увеличения дохода, повышения престижа автора и профессии, визитная карточка, лид-магнит, подарок...

Уже нет гонений на самиздат. Отрицать своё авторство совсем необязательно. У всех нас появилась возможность оставить печатный след в истории. Вы обладатель уникальных знаний и эмо-