

30
MARKETING
TIPPS

FÜR DEIN
BUCH UND HÖRBUCH

 liberaudio

30 Marketing Tipps

für dein Buch und Hörbuch

Diese Marketing Tipps helfen dir dabei, mit nur wenigen Handgriffen mehr Leser und Fans zu erreichen.

Wir geben dir einige Impulse und du suchst dir die für dich besten Tipps heraus und erstellst daraus deine eigene Marketing Strategie. Einige Tipps eignen sich nur für Hörbücher, andere nur Autoren, die bereits eine große Reichweite haben.

Am Ende findest du ein Worksheet für deinen Marketing Plan, den du ausdrucken oder in eine Excel-Tabelle übertragen kannst.

Und nun viel Spaß! ;)

#1: Definiere deine Zielgruppe

Kennst du deine Leser? Vor dem Start einer Marketing Kampagne steht die Definition der Zielgruppe. Nur, wenn du deine Leser und ihre Herausforderungen genau kennst, kannst du sinnvolle Vermarktungsstrategien konzipieren. Das gilt besonders für Sachbuch Autoren. Aber auch Romanautoren können sich genauere Gedanken darüber machen, was sich ihre Leser wünschen und welche Bedürfnisse sie haben bzw. wonach sie ihre Bücher auswählen.

#2: Nimm deine Fans auf deine Reise mit

Der Weg zu deinem eigenen Buch oder auch Hörbuch ist ein Prozess. Deine bisherigen Kunden freuen sich, wenn du sie auf diese Entwicklungsreise mitnimmst. Erzähle ihnen, zu welchem Thema zu ein Buch schreibst und beziehe sie in den Entwicklungsprozess mit ein. Mache ihnen Vorschläge zu dem Buchcover, zum Inhaltsverzeichnis und den Inhalten. Frage deine Fans, ob sie gerne fertige Inhalte schon vorher lesen möchten.

#3: Frage deine Kunden nach ihrer Meinung

Sprich mit deinen Lesern und erfahre, was sie über deine Bücher denken und warum sie das Buch gekauft haben. Bitte sie um ehrliches Feedback. Wenn die Möglichkeit besteht, dann nimm kurze Interviews auf Video auf und stelle sie auf deine Website oder lade sie bei Amazon zu deinem Autorenprofil hoch. Das sind die besten Testimonials für dein Buchangebot.

#4: Sammle Leser-Motive

Führe eine Liste mit den Motiven deiner Kunden. Sie verschafft dir einen guten Überblick für anstehende Werbekampagnen oder Posts. Notiere die Gründe für die Kaufentscheidung und wichtige Stichpunkte. Vergleiche anschließend die Motive und Stichpunkte mit den häufigsten Keywords und Suchanfragen (z.B. bei Google oder Amazon).

#5: Liste mit Plattformen für Buchmarketing

Erstelle eine Liste von Plattformen, über die Autoren ihr Buch oder Hörbuch vermarkten können. Am besten eignen sich Plattformen und Websites, auf denen sich deine Zielgruppe herumtreibt. Dazu gehören Websites, die kostenlose E-Books, die besten Bücher oder Bestseller vorstellen. In Deutschland gehört xtme.de zu den meistbesuchten Websites für E-Book Marketing. Für Experten, Coaches und Speaker eignet sich die [E-Book Woche](http://E-BookWoche.de) hervorragend, um die eigenen Themen zu bewerben. Auf solchen Plattformen kannst du Werbung für dein Buch machen oder Werbekampagnen schalten für umme oder wenig Geld.

Geeignet sind auch relevante Plattformen, auf denen du Bannerwerbung schalten kannst. Je näher die Plattformen an deinem spezifischen Expertenthema sind, desto besser.

#6: Erstelle eine Autoren-Website

Hast du schon eine Website? Nutze deinen Internetauftritt, um eine eigene Marke um deine Person aufzubauen. Personal Branding wird beim Autorenmarketing zum Mittelpunkt. Darum sollten sich alle deine Aktivitäten als Autor drehen.

#7: Blogge über deine Bücher und Projekte

Deine Fans lieben persönliche Storys und Statusangaben. Lasse sie daher hinter die Kulissen blicken, zum Beispiel in deinen Schreibprozess. Lasse sie wissen, welche Herausforderungen dich gegenwärtig bewegen und wie du diese Herausforderungen angehst. Sachbuchautoren können den Blog für ihre organische Reichweite nutzen. Durch SEO-basierte Artikel stoßen Leser auf deine Website, die nach entsprechenden Keywords im Netz suchen.

#8: Schicke regelmäßige Updates per E-Mail

Gib deinen Website Besuchern die Möglichkeit, dass sie sich in eine E-Mail Liste eintragen und versorge sie regelmäßig mit neuen Statusmeldungen, Gratiskationen und Events. Ein kostenloses Tool für E-Mail Marketing ist Mailchimp. Über sammelst du E-Mail Adressen (DSGVO-konform). Die E-Mail ist nach wie vor die persönlichste Form des Kontakts und für Werbe-E-Mails am besten geeignet. Achte darauf, dass deine Website und die Einschreibung in deinen E-Mail Verteiler der europäischen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) entsprechen.

#9: Erstelle eine Ressourcen-Liste mit Links zu deinen Büchern

Deine Leser sollten jederzeit wissen, wo sie deine Bücher finden. Eine Ressourcen-Liste mit Links zu deinen Büchern hilft ihnen deine Bücher zu entdecken. Diese Ressourcen-Liste kann auf deiner Website, aber auch in allen deinen Büchern erscheinen.

#10: Öffne einen YouTube Kanal

Videos sind eine gute Grundlage, um die Bindung zu deinen Lesern und Fans zu stärken. Erstelle daher einen eigenen YouTube Kanal und lade regelmäßig Videos hoch. Die Videos lassen sich in deine Blogartikel und deine Website einbetten. Auf Video wirken Autoren realer. Hören Menschen deine Stimme, bekommen sie ein besseres Gefühl für den Menschen hinter dem Buch. YouTube ist außerdem eine Suchmaschine.

Du kannst daher den Titel und die Beschreibung für YouTube und Google ganz einfach SEO-optimieren.

#11: Lade deine Hörproben auf YouTube hoch

Hörproben aus deinem Hörbuch lassen sich auf YouTube bewerben, indem du ein Standbild präsentierst und im Hintergrund die Hörprobe laufen lässt. Damit es nicht ganz langweilig ist, könntest du den Text, den du vorliest zum Mitverfolgen sichtbar einbauen. Geeignet sind auch Bildervideos oder animierte Videos passend zum Inhalt deiner Hörprobe. Die Videos lassen sich in deine Blogartikel und deine Website einbetten.

#12: Buchcover sagen mehr als 1000 Worte

Autoren berichten, dass das Cover Design die Verkaufszahlen beeinflusst. Lege daher Wert auf ein professionelles Cover, das möglichst zu deiner Marke passt. Möchtest du mehrere Bücher herausbringen, dann bitte deinen Cover Designer, ein Template für eine Buchreihe zu entwickeln.

#13: Binde deine Leser in die Wahl des Covers und der Inhalte ein

Deine treuen Fans freuen sich, wenn du sie in die Gestaltung deines Buches einbindest. Sie fühlen sich dadurch wichtig und werden deine Aufmerksamkeit sehr schätzen.

#14: Stelle Leseproben zur Verfügung

Leseproben müssen nicht langweilig sein. Die Story in der Leseprobe kann zum Beispiel mit einem [Cliffhanger](#) enden. Möchte der Leser nach der Probe weiterlesen, kann er sich das Buch bei Amazon herunterladen.

#15: Links und Listen im Buch

Versorge jedes deiner Bücher mit einer Liste aller deiner Titel und Hörbücher. Kommt eine neue Version deines Buches heraus, dann aktualisiere auch die Liste. Verlinke im Buch außerdem deine Angebote, z.B. deine Onlinekurse oder Beratungen. Bist du Speaker, dann verlinke im Buch zu deinem Kontaktformular.

#16: Bewirb Auszüge aus deinen anderen Büchern

Wenn du schon mehrere Bücher hast, dann füge nach der Danksagung einen Auszug oder das erste Kapitel des Buches ab, das du bewerben möchtest. Vergiss nicht den Link zum Buch anzugeben. Autoren erleben eine hohe Umsatzsteigerung ihres beworbenen Buches, wenn sie einen Auszug daraus vorstellen.

#17: Füge den Link zur E-Mail Liste ein

Verkaufst du dein Buch über Amazon, dann bleiben die Käuferdaten bei Amazon. Als Buchverkäufer hast du keine Möglichkeit, deine Leser per E-Mail zu kontaktieren, um zum Beispiel neue Bücher und Angebote zu bewerben oder um Bewertungen zu bitten.

Mache daher im Buch auf deine E-Mail Liste aufmerksam und ermuntere die Leser dazu, sich einzutragen. Wenn sie sich anmelden, kannst du sie jederzeit kontaktieren, sobald du für deine Neuerscheinungen, Leseproben, Werbegeschenke, Preisaktionen usw. werben möchtest.

#18: Biete Ressourcen zum Download an

Zusätzliche Boni sind ein gutes Kaufargument und fördern die Kaufentscheidung für dein Buch. Als Ressourcen eignen sich z.B. zusätzliche Videos, Linklisten oder Bilder. Der Leser könnte sich die Downloads gegen seine E-Mail Adresse herunterladen. Das ist eine gute Idee, um die allgemeine E-Mail Liste und Käuferliste getrennt zu halten. Dann weißt du auch genau, wer dein Buch schon hat und kannst diese Personen um Rezensionen bitten.

#19: Bitte im Buch um eine Bewertung

Dein Buch verkauft sich besser, je mehr Bewertungen du bekommst. Bitte deine Leser daher bereits im Buch an einigen Stellen um eine Bewertung. Erkläre ihnen, dass sie damit anderen Lesern bei ihrer Kaufentscheidung helfen.

#20: Nutze starke Keywords im Titel, Untertitel und Buchbeschreibung

Leser suchen auf Amazon oder z.B. bei Google nach bestimmten Keywords. Ist dein Keyword im Titel, Untertitel und Buchbeschreibung zu finden, ist das einerseits gut für die Suchmaschine und andererseits relevant für Leser. Als Autor, Amazon und Audible Verkäufer bist du immer gut beraten, wenn dein Titel und Untertitel ein bis drei der wichtigsten Schlagwörter enthält. Füge die Keywords auch in die Überschrift der Produktbeschreibung ein und ergänze auch die Beschreibung selbst durch entsprechende Suchbegriffe.

#21: Optimiere deine Buchbeschreibung

Einige Autoren optimieren ihre Beschreibung für Amazon nur nach vielversprechenden Suchbegriffen. Dadurch klingen die Beschreibungen sehr identisch. Versuche deine Beschreibung aufzupeppen, indem du sie mit Zitaten bekannter Persönlichkeiten (Autoren) und Sprüchen zierst. Verwende außerdem eine Sprache, die deine Zielgruppe kennt (z.B. "Wenn Sie Thriller lieben, verpassen Sie diese actionreiche Lektüre nicht!").

#22: Biete alle möglichen Formate deines Buchs zum Kauf an

Zeige dem Leser dein Buch auf deiner eigenen Produktseite in allen existierenden Formaten an. Über Amazon kannst du ebenfalls mehrere Formate deines Buches verkaufen und das gesamte Buchangebot miteinander verbinden: E-Book (kdp), Printbuch (createspace) und Hörbuch (Audible).

#23: Hole dir Testimonials von renommierten Autoren aus deinem Bereich

Zitate, Sprüche und Empfehlungen von renommierten Autoren ziehen die Aufmerksamkeit der Leser auf sich. Wenn deine Buchbeschreibung oder die Empfehlung eines anderen beliebten Autors enthält, können deine Umsätze ordentlich steigen.

#24: Besorge dir Pressezitate

Ist dein Buch für die Presse interessant? Halte Ausschau nach relevanten redaktionellen Rezensenten, bei denen dein Genre und deine Kategorie vertreten ist: bekannte Magazine, Online-Magazine, regionale Zeitungen und Zeitschriften. Einige dieser Publikationen erfordern die Einreichung des Buches bereits Monate vor der Veröffentlichung, plane deshalb frühzeitig!

Besitzt du Bewertungen von bekannten Persönlichkeiten oder Pressezitate, dann füge sie in die Buchbeschreibung ein. Liefere diese Pressezitate unbedingt mit, wenn du dein Hörbuch auf Audible veröffentlichst. Sie erscheinen unter der Hörbuchbeschreibung.

#25: Nutze Instagram und Pinterest für Sprüche und Zitate als Bilder

Mit dem kostenlosen Tool [Canva](#) lassen sich Zitate in lebendige Bilder verwandeln. Nutze diese Zitate zum Launch deines Buches, indem du sie regelmäßig oder vor der Veröffentlichung deines neuen Titels postest – auf deiner Website, auf Facebook, auf Pinterest und/oder Instagram.

#26: Erstelle eine Verkaufsseite für Vorbestellungen

Erstelle eine Verkaufsseite für dein Buch, auf der du auf dein Buch neugierig machst. Die Leser können sich bei Interesse das Buch vorbestellen, sich in den E-Mail Verteiler eintragen und sind die ersten, die das Buch erhalten. Bis dahin können sie mitverfolgen, wie das Buch entsteht. Auch dein digitales Hörbuch kannst du zum Vorverkauf anbieten. Als Zahlungsanbieter kannst du Digistore24 verwenden. Bücher lassen sich auch über [Amazon Buchvorbestellungen](#) einstellen.

#27: Binde Blogger in den Launch deines Buchs und/oder Hörbuchs ein

Schreibe relevante Blogger aus dem Themengebiet an und bitte sie, über die Neuveröffentlichung zu berichten. Vergiss nicht den Link zur Produktseite anzugeben, auf der das Buch vorbestellt werden kann.

#28: Verlinke dein Buch überall

Deine Website, Blogartikel und die Verkaufsseite sind die nicht einzigen Möglichkeiten, um dein Buch zu verlinken. Einige Autoren verlinken ihr Buch in ihrer persönlichen E-Mail-Signatur, der Twitter Bio, Facebook Fanpage Info, genauso in der Instagram-Bio und bei LinkedIn usw. Aktualisiere auch das Facebook Fanpage Cover oder das Cover deiner Facebook Gruppe.

#29: Melde dich bei WATPAD an

[Wattpad](#) ist ein soziales Netzwerk für Autoren und Leser mit mehreren zehn Millionen Nutzern. Autoren stellen ihre Storys kostenlos zur Verfügung, damit die Leser ihr Feedback abgeben und das Buch bewerten können. Mit Wattpad erreichst du nicht nur mehr Menschen, sondern wertvolles Feedback und Testimonials.

#30: Veranstalte Events und Lesungen und gehe viral mit deinem Buch

Events und Veranstaltungen zu organisieren ist nicht jedermanns Sache. Als Veranstalter baust du dir jedoch eine höhere Stellung und mehr Reichweite auf. Frage in gemütlichen Cafés, Buchläden oder auch Coworking-Büros nach, ob du eine Lesung zu deinem Buch veranstalten kannst. So bist du ganz nah bei deinen Fans und kannst direkt Fragen zu deinem Thema und Buch beantworten.

Lesungen können aber auch online stattfinden. Veranstalte ein Webinar z.B. über [ZOOM](#). Lege zusätzlich ein Facebook- oder Xing-Event zu deinem Webinar an, um die Online-Lesung zu bewerben und bitte deine Teilnehmer das Event mit ihrem Netzwerk zu teilen.

Wir hoffen, dass dir unsere 30 besten Marketing Tipps geholfen haben, neue Ideen zu finden, wie du mehr Bücher und Hörbücher verkaufen und deine Reichweite erhöhen kannst.

Auf der nächsten Seite findest du eine Checkliste für deinen Marketing Plan.

Checkliste für dein Buchmarketing

- Zielgruppe definiert
- Prozesse zum fertigen Buch festgelegt, zu denen ich die Meinung meiner Fans einholen kann.
- Umfrage für Käufer erstellt
- Liste mit Leser-Motiven erstellt
- Liste mit Plattformen für mein Buchmarketing angelegt
- Autoren-Website / Profil erstellt
- Blogartikel vorbereitet
- E-Mail Liste und Optin erstellt
- Ressourcenliste zum Buch erstellt
- YouTube Kanal angelegt
- Auszug aus dem Buch oder Hörprobe auf YouTube hochgeladen
- Buchcover Designer gefunden und beauftragt
- Fans in die Auswahl des Covers eingebunden
- Leseprobe erstellt
- Links im Buch / Hörbuch eingebunden
- Auszug aus meinem neuen Buch im alten Buch eingebunden
- Link zur E-Mail Liste im Buch eingefügt
- Download Materialien erstellt und den Link im Buch eingebunden
- Bitte um Bewertung im Buch eingebunden
- Keywords für mein Buch optimiert
- Buchbeschreibung um Zitate ergänzt
- Hörbuch ist in der Produktion
- Testimonials von renommierten Autoren eingeholt
- Presse ist angeschrieben
- Bilder für Instagram und/oder Pinterest vorbereitet

liberaudio.de

- Verkaufsseite für Vorbestellungen erstellt
- Blogger angeschrieben
- Buch verlinkt in der E-Mail Signatur und in Social Media
- Bei WATPAD angemeldet
- Event für Lesung erstellt

liberaudio.de



Dein liberaudio Team

liberaudio.de
info@liberaudio.de