

SPRINGPLANKEN - ZELFPROMOTIE: DO'S EN DON'TS

Soms lijkt het er op dat er in het Nederlandstalige gebied meer schrijvers dan lezers zijn. Dit heeft onder andere tot gevolg dat in sommige social media-groepen, leden soms worden overspoeld met “vriendschapsverzoeken” van schrijvers die hun boek willen promoten.

Do's

1. **Goede redactie** – Er wordt enorm veel bagger op de markt gesmeten door schrijvers die graag schrijven, maar een hekel hebben aan redactie en feedback. Zorg dat je werk goed geredigeerd is. Dit is niet alleen: “foutloos Nederlands en correcte interpunctie” maar ook op verhaalniveau. Zie “Feedback, redactie en revisie” voor meer info.
2. **Duidelijke doelgroep** – Zorg dat je duidelijk hebt wie je doelgroep is. Voor wie schrijf je? Wat zijn je sterkte selling-points? Richt niet alleen je focus in je werk daarop, maar ook je promotie naar de wereld.
3. **Samples** – Zorg dat je publiek samples kan lezen van je werk. Dit zijn bijvoorbeeld fragmenten van je romans, en korte verhalen waarin je je kracht laat zien. Zorg dat deze online staan, zodat een hyperlink voldoende is om kennis te maken met wat je schrijft.
4. **Visueel aantrekkelijk** – Zorg dat je presentatie van je werk visueel aantrekkelijk is: moderne vormgeving van je site, je blog, en de webpagina's, maar ook: mooi beeldmateriaal bij je artikelen en verhalen.
5. **Laat iets van jezelf zien** – We hebben allemaal specifieke interesses. Laat zien wat de jouwe zijn, binnen het kader van de groepen waarbinnen je jezelf presenteert. Johan Klein Haneveld is een goed voorbeeld van een zelf-promotor die zijn eigen interesses in o.a. zeebiologie, het leven op aarde van honderden miljoenen jaren geleden, en mogelijk leven op andere werelden gebruikt om zijn eigen werk te promoten.
6. **Ook interessant voor anderen** – Zorg dat alles wat je deelt ook interessant is voor anderen. Zorg dat de dingen die je deelt op social media, aansluiten op de interesses van de groepen waarin je die deelt. Vrijwel niemand zit bijvoorbeeld te wachten op informatie over cement of betonstorten in een groep waarin voornamelijk wordt gesproken over fantasy-concepten. Dit verandert als je dat kan koppelen: “Hoe zouden elfen en trollen hun huizen bouwen als ze cement en beton zouden hebben?” sluit bijvoorbeeld wel weer beter aan in deze groepen.
7. **Beperk referenties naar je werk** – Kijk naar de gemiddelde frequentie van de posts binnen bepaalde groepen. Als er nauwelijks content wordt gepost, dan is het handig jezelf daar op aan te passen, zodat je niet die hele groep gaat overspoelen met jouw artikelen en shares. Beperk de referenties naar je werk tot ongeveer 1 keer per week in groepen die actief zijn.
8. **Respecteer je doelgroep** – Zelfpromotie is geen monoloog van jou naar anderen, maar een wisselwerking. Je doel is opgenomen te worden in de groep, gewaardeerd te worden, herkend te worden als een positieve kracht. In welke vorm dat ook is. Je bereikt dat het beste door je doelgroep te respecteren en te kijken welk deel van jouzelf de beste reacties geeft binnen die groep.

Don'ts

1. **Spammen van je (mogelijke) doelgroep** – Wat je vooral niet moet doen is je mogelijke doelgroep platbombarderen met zelfpromotie. Je bent niet de enige, en het is uitzonderlijk oninteressant om iemand alleen maar over zichzelf en zijn eigen werk te horen praten. Hoe goed en relevant je wellicht ook mag zijn.
2. **Alleen maar over jezelf en je werk praten** – Zie punt 1.

3. **Alleen maar je boek pushen** – Zie punten 1 en 2.
4. **Klaagverhalen** – Sommige schrijvers hebben de neiging om voornamelijk klaagverhalen te plaatsen, over hoe moeilijk het is om schrijver te zijn, hoe oneerlijk bepaalde dingen zijn, zoals diefstal van boeken via piraterij, hoe lastig het is om begrepen te worden, dat er nooit positieve reacties op hun werk wordt gegeven, en zo voorts. Kort daarover: de werkelijkheid van een schrijver is kut. Patat verkopen is commercieel gezien aanzienlijk winstgevender. Accepteer dat de realiteit weerbarstiger is dan je eigen fantasieën over succes, en waardering of stop met schrijven.
5. **Afzeiken van andere schrijvers en andere mensen** – Zie punt 1 en punt 4. Zie verder: “respecteer je doelgroep” in de Do’s lijst. Het afzeiken van anderen is een negatieve benadering van zelfpromotie, die vaak al snel gaat vervelen. Je gaat zeer waarschijnlijk overkomen als een negatief persoon, dat voornamelijk negatieve bijdrages levert aan forums en andere sociale groepen. Uiteindelijk schiet je voornamelijk jezelf in de voet door jezelf steeds minder aantrekkelijk te maken als persoon.

WAT VOOR PLATFORMEN KUN JE GEBRUIKEN VOOR ZELF-PUBLICATIE?

Er zijn verschillende mogelijkheden voor zelf-publicatie van verhalen. Onderzoek welke daarvan het beste bij jou en je doelen passen en zorg ervoor dat je je verhalen zo professioneel mogelijk presenteert (zo weinig mogelijk taalfouten, goed geredigeerd op plotgaten, inconsistenties, en zo voorts), ongeacht de methode die je kiest.

1. **Zelf een website maken** – Met platforms zoals WordPress of Wix kun je gemakkelijk een website maken waarop je jouw verhalen kunt publiceren.
2. **Bloggen** – Platforms zoals Medium, Tumblr en Blogger bieden een eenvoudige manier om verhalen te publiceren en te delen met een groot publiek.
3. **E-book publicatie** – Er zijn verschillende e-book platforms zoals Amazon Kindle Direct Publishing, Kobo Writing Life en Smashwords. Op deze platforms kun je je verhalen uploaden en publiceren als e-book, waarna ze beschikbaar zijn voor verkoop via de online boekhandels van deze platformen.
4. **Self-publishing** – Er zijn verschillende self-publishing platforms zoals Lulu en Blurb waar je jouw verhalen als fysiek boek kunt publiceren en verkopen.
5. **Print-on-demand services** – Print-on-demand services, zoals CreateSpace (eigendom van Amazon) en Lulu, stellen auteurs in staat om hun boeken te publiceren in gedrukte vorm zonder voorafgaande kosten voor drukwerk en opslag. De boeken worden pas gedrukt nadat een klant een bestelling heeft geplaatst.
6. **Social media** – Social media platforms zoals Facebook, Instagram en Twitter kunnen ook worden gebruikt om korte verhalen te promoten en publiceren. Door deze verhalen te delen met je volgers kun je meer lezers bereiken en feedback ontvangen.

DOELGROEPEN

Als schrijver wil je jouw doelgroep bepalen om ervoor te zorgen dat jouw boodschap of verhaal bij de juiste mensen terechtkomt. Hier zijn enkele stappen die je kunt volgen om jouw doelgroep als schrijver te bepalen:

1. **Bepaal je eigen kern** – Wat wil je zelf graag lezen? Wat wil je zelf graag schrijven? Wie wil je graag bereiken met je werk? Bepaal op basis daarvan wat je wilt gaan schrijven: fictie, non-fictie, educatief, informatief, science fiction, fantasy, horror, steampunk, magisch realisme, etcetera. Blijf hierin zo dicht mogelijk bij jezelf.
2. **Definieer het genre van je werk**– Om je doelgroep zo effectief mogelijk te kunnen bereiken is het handig te begrijpen binnen welk genre je werk valt, volgens die lezers. Elk genre heeft verschillende vormen en sub-genres, zoals fictie, non-fictie, thriller, romantiek, maatschappijkritisch, optimistisch, pessimistisch, realistisch, hard-boiled, utopisch, dystopisch, science fiction, fantasy, horror, etc.
3. **Identificeer de kernthema's van je werk** – Identificeer de belangrijkste thema's die je in je werk behandelt, zoals bijvoorbeeld: liefde, verliefdheid, menselijke relaties, avontuur, (alternatieve)geschiedenissen, armoede, rijkdom, klasseverschillen, persoonlijke ontwikkeling, depressie, en zo voorts.
4. **Identificeer je lezers** – Voor wie schrijf je? Voor wie *wil* je schrijven? Identificeer de mensen die waarschijnlijk jouw boeken of teksten willen lezen, zoals jongvolwassenen, oudere mensen, liefhebbers van specifieke genres, mensen uit de LGBTQ+ gemeenschap, mensen die graag bepaalde boeken lezen, en zo voorts.
5. **Begrijp de interesses en behoeften van jouw lezers** – Analyseer vervolgens de interesses en behoeften van jouw lezers. Wat voor soort verhalen vinden ze leuk om te lezen? Welke onderwerpen vinden ze interessant?
6. **Onderzoek je collega's en concurrenten** – Onderzoek welke soortgelijke schrijvers en boeken al bestaan, en wie de lezers daarvan zijn. Dit kan je helpen om te bepalen wat mogelijk jouw unieke draai aan dat soort verhalen is en welke doelgroep je kunt bereiken, maar het helpt je ook om een goede start te maken. Je bent niet de enige die het werk van anderen binnen een bepaald genre gebruikt als springplank en inspiratie voor je eigen werk. Goed geleend is vaak beter dan slecht verzonnen. Maar vermijdt plagiaat.
7. **Test en meet** – Test jouw ideeën en verhalen bij jouw doelgroep. Vraag mensen uit je mogelijke doelgroepen om je werk te lezen en feedback te geven. Meet hoe je werk en je ideeën door hen worden ontvangen. Dit kan helpen bij het bepalen van wat wel en niet werkt voor jouw doelgroep en hoe je je werk beter op hen af kan stemmen. Verlies jezelf echter niet in de feedback van je lezers. Jij bent de schrijver. Jij bepaalt je onderwerpen. Als je proeflezers je werk niet begrijpen of niet interessant vinden, omdat ze bv liever een ander genre lezen, kies dan wat bruikbaar voor je is, maar leg de rest naast je neer.