

Uw boek bij onze uitgeverij

Geachte auteur,

Deze brochure is bestemd voor u omdat u als auteur verbonden bent aan Uitgeverij Klement. Of misschien overweegt u in de toekomst in dit fonds een boek te publiceren.

Klement maakt deel uit van Boekencentrum Uitgevers, een professionele organisatie met zo'n dertig medewerkers. Per jaar verschijnen ongeveer 150 nieuwe titels, waarvan enkele tientallen in het filosofiefonds van Klement.

We laten u graag weten wat wij te bieden hebben op het gebied van **promotie, verkoop en distributie** van uw uitgave(n). Dat geeft u een beeld van alle mogelijkheden die wij inzetten om uw uitgave zo goed mogelijk onder de aandacht te brengen van de boekverkoper (boekhandel, internet), de media en de boekenliefhebber.

U hebt waarschijnlijk een intensief schrijfproces achter de rug, of nog voor de boeg of u zit er middenin, en in dat hele proces kan het helpen dat u weet welke inspanningen de uitgeverij van haar kant doet.

(Wellicht ten overvloede: dit stuk gaat dus niet over de totstandkoming van het boek zelf, dat is de afdeling van de uitgever en de bureauredacteur. Informatie over uw manuscript, correctie, drukproeven etc. kunt u bij hen krijgen.)



Wat doen wij?

Verkoop en distributie

Boekencentrum Uitgevers werkt nauw samen met een aantal belangrijke groothandels/distributeurs op boekengebied: Centraal Boekhuis, Scholtens en CBC 't Gulden Boek. Voor distributie in België werken we samen met Zwaan en uitgeverij Pelckmans.

Daarnaast nemen we twee of drie keer per jaar deel aan inkoopbeurzen: BGN/Selexyz, Intres, Scholtens, de Gau-beurs en de BCB Inkoopbeurs. Tijdens deze beurzen kopen de boekhandels onze nieuwe titels in. Deze beursbezoeken vullen we aan met geregelde persoonlijke boekhandelsbezoeken, waardoor er een goede en intensieve samenwerking met boekhandels bestaat.

Boekencentrum levert als een van de weinige uitgevers ook rechtstreeks uit aan particulieren. Bestellingen komen tot stand per mail/fax/telefoon, via direct mail en de website.

Onze uitgaven zijn ook opgenomen in allerlei webshops van derden, waarvan bol.com de grootste en belangrijkste is.

Promotie

In de meeste gevallen is het contact tussen u als (potentiële) auteur en de uitgever het begin van onze samenwerking. Mocht de uitgever besluiten uw boek – voor het gemak hebben we het vanaf nu over boeken, die vormen verreweg het grootste deel van onze uitgaven – uit te geven, dan is er een scala aan mogelijkheden voor promotie. Per titel kiezen we in overleg met de auteur voor een mix van deze mogelijkheden.

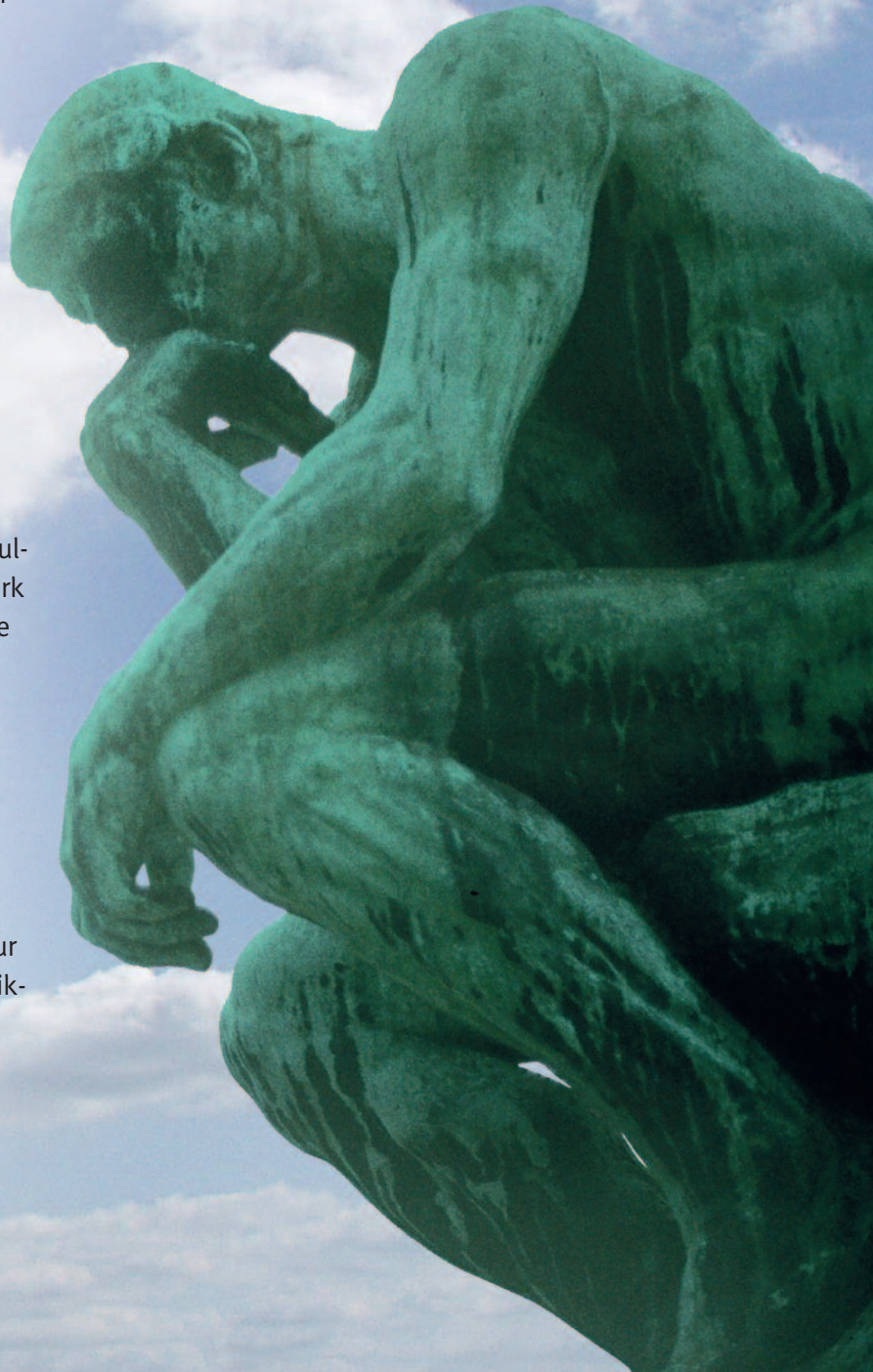
Algemeen

- Onze websites zijn een belangrijk middel om onze lezers te informeren en enthousiast te maken over onze uitgaven. Elk imprint heeft zijn eigen website, daarnaast zijn er speciale websites voor grote projecten of productgroepen. Er is informatie over onze auteurs en onze uitgaven, er is nieuws, een agenda, pas verschenen boeken krijgen extra aandacht, er zijn weblogs van auteurs, filmpjes, recensies in de media, reacties van lezers. Filoblog, Theoblogie en Mozaïekblog zijn voorbeelden van weblogs waar auteurs schrijven over hun werk en waar mensen hun eigen reactie op kunnen plaatsen.
- Drie keer per jaar stellen we een aanbiedingscatalogus samen (we noemen het ‘aanbieding’ omdat dit het overzicht van nieuwe titels is die we aanbieden aan de boekhandel). Met deze catalogus gaan we naar de inkoopbeurzen en op boekhandelsbezoek, de boekhandelaren kopen op grond van deze aanbieding nieuwe titels in. In een van deze aanbiedingen neemt de uitgever uw uitgave op. Omslag, aanbiedingstekst, prijs, omvang e.d. worden vastgesteld. De aanbiedingscatalogus sturen we naar boekhandels in Nederland en België en naar een paar honderd belangrijke media (tv, radio, internet, schrijvende pers).
- ‘Vers voor de Pers’ (februari) en ‘Manuscripta’ (september) zijn twee evenementen die de CPNB (Stichting Collectieve Propaganda voor het Nederlandse Boek) elk jaar organiseert. Het is een belangrijke ontmoetingsplek voor de pers en de uitgeverij. Op beide evenementen hebben we een stand, en zijn uitgevers en medewerkers van marketing aanwezig.
- Elk jaar nemen we deel aan de Frankfurter Buchmesse en de London Bookfair, waar we ons best doen buitenlandse uitgevers te interesseren voor een vertaling van onze boeken.

- Minimaal een keer per maand versturen we een digitale nieuwsbrief naar onze abonnees. Aan het begin van de maand een met evenementen en presentaties, halverwege de maand een nieuwsbrief met onze nieuwe uitgaven. Voor de romans hebben we een speciale nieuwsbrief, en we maken een apart boekhandels-e-zine over auteursoptredens, speciale kortingsacties, snelle herdrukken, winnaars van boekenprijzen etc., zodat boekhandelaren hun assortiment desgewenst snel kunnen uitbreiden. Zo weten boekhandels vaak een dag van tevoren al dat een auteur op de radio of de televisie komt.
- Al onze fondsen hebben hun eigen twitter-account, en ook vrijwel alle uitgevers twitteren op persoonlijke titel. In zoveel mogelijk uitingen roepen we lezers op om ons te volgen via twitter. We twitteren nieuws, maar sturen ook leuke berichtjes door.
- We hebben nog andere vormen van samenwerking (en zijn steeds op zoek naar nieuwe partners): Trouw, VU, Maand van de Filosofie, Nacht van de Theologie.

Per uitgave

- Terwijl u uw boek schrijft, legt u wellicht al een lijst aan van media waarvan u graag wilt dat ze een recensie-exemplaar ontvangen. De uitgever vult deze lijst aan. Als uw boek is verschenen, versturen we de recensie-exemplaren naar de media die u hebt opgegeven. Doorgaans sturen we ook een persbericht. Vaak versturen we dan tegelijk een digitaal nieuwsbericht naar de media en plaatsen we een nieuwsbericht op de website.
- De uitgevers hebben persoonlijke contacten bij de media. Vaak komen journalisten bij ons informeren naar bepaalde uitgaven, maar andersom zullen uitgevers proberen via hun netwerk de pers te interesseren voor bepaalde uitgaven.
- In samenwerking met een boekhandel of instelling kunnen we een boekpresentatie organiseren. Hiervoor nodigen we het netwerk van de auteur en andere belangstellenden uit, met een kort programma, een borrel en een signeursessie. Als auteur kunt u hiervoor zelf initiatieven ontwikkelen, in overleg met de uitgever.
- Regelmatig organiseren we lezers-



acties in samenwerking met bladen of organisaties die zich richten op de doelgroep van uw boek. De abonnees kunnen dan uw boek met korting bestellen, of er worden 10 exemplaren van uw boek verloot onder abonnees. Ook kan een boek als welkomstgeschenk worden weggegeven aan nieuwe abonnees. Uw ideeën hierover zijn welkom.

- Ten behoeve van uw boek kunnen we speciaal promotiemateriaal laten ontwikkelen, zowel voor de boekhandel als voor de auteur zelf. Denk aan posters, flyers, displays, banners, ansichtkaarten etc.
- Uw boek kan door de uitgever of door een jury worden geselecteerd voor een boekenprijs. Bij nominaties en bekroningen zorgen wij voor publiciteit. We versturen persberichten en een nieuwsbrief, laten stickers voor op het boek en posters drukken en we geven het prominent aandacht op onze website.
- We ontwikkelen mailings voor de boekhandel, als bijsluiter bij ons tijdschriftenassortiment of voor speciale doelgroepen.
- Incidenteel adverteren we in kranten en tijdschriften. Daarbij richten we ons op specifieke doelgroepen, om de kans op succes zo groot mogelijk te maken.

De marketingafdeling speurt dagelijks naar kansen om uw boek(en) onder de aandacht te brengen.

Is het onderwerp actueel? Dan zetten we het op de website in de etalage.

Is een journalist misschien geïnteresseerd in een interview met een auteur? Even bellen.

Heeft een tijdschrift een mooie bespreking van een nieuw boek? Ze willen vast een lezersaanbieding.

Voor belangrijke uitgaven schrijven we met alle betrokkenen (uitgever, promotieafdeling, auteur) een promotiedraaiboek. Hierin nemen we precies op wat er moet gebeuren, wanneer en door wie.

Wat kunt u doen?

We hebben een overzicht gegeven van onze mogelijkheden voor verkoop en promotie van uw boek. U helpt ons enorm als u ons bij een aantal van deze punten ondersteunt. Dat kan heel erg verschillen per auteur. De ene auteur geeft veel lezingen of gastlessen en kan daardoor de doelgroep goed bereiken, de ander houdt een intensief bezochte website of een veelgelezen weblog bij, weer een ander is actief met sociale media als facebook en twitter. De een heeft een groot netwerk van vakgenoten of lotgenoten, de ander treedt veel op in de media, en sommige auteurs doen alles tegelijk 😊

Daarom willen we ook laten zien wat u als auteur kunt betekenen voor de promotie van uw boek. U hebt een netwerk van familieleden, vrienden, kennissen, collega's, studenten, vakgenoten, geïnteresseerden, journalisten, liefhebbers, levenskunstenaars, zoekers, opiniemakers – allemaal potentiële lezers die u voor uw boek kunt interesseren.

We zetten de mogelijkheden op een rij.

- U krijgt van ons standaard een pdf van de aanbiedingspagina met uw boek, voor eigen verspreiding. Deze kunt u doormailen, op uw website plaatsen, of printen en uitdelen.

- U kunt met de uitgever overleggen naar welke media u een recensie-exemplaar van uw boek wilt sturen, al dan niet met persbericht.
- Als u een eigen website hebt, kunt u daar aandacht geven aan (de verschijning van) uw boek. Ook kunt u voor uw website een zgn. bladerbestand van de eerste dertig pagina's van ons krijgen, dit is een pdf waarin bezoekers kunnen 'bladeren' voor een eerste indruk van uw boek.
- U kunt een rondzendmail sturen aan uw eigen netwerk. Desgewenst kunt u een bestelformulier aanvragen bij de uitgeverij en dat meesturen. Daarmee kan men het boek alvast bestellen en hoeft men zo bijvoorbeeld geen verzendkosten te betalen; dit bestelformulier kunt u ook gebruiken bij lezingen en optredens.
- U kunt een zogenoemd Google-alert aanmaken. Dat betekent dat Google u een berichtje stuurt elke keer als er op internet melding wordt gemaakt van uw opgegeven zoekterm. U geeft op www.google.nl/alerts in de witte zoekbalk tussen dubbele aanhalingstekens bijvoorbeeld de titel van uw boek of uw volledige auteursnaam op, u vult uw mailadres in en klikt op 'melding maken'. U krijgt dan steeds meldingen als uw boek wordt genoemd. Zitten er interessante reacties tussen, dan kunt u die naar ons doorsturen via marketing@boekencentrum.nl. Wij plaatsen ze dan door naar onze website en maken er eventueel een nieuwsbericht over.
- U kunt een persbericht/verschijningsbericht naar lokale media sturen, per mail of op briefpapier van de uitgeverij. Doorgaans leggen de auteurs zelf contacten met de lokale pers, de uitgeverij verzorgt de landelijke media.
- U kunt een bijdrage leveren aan een van onze weblogs (Filoblog, of Theoblogie). We stellen het op prijs als u in de tijd vlak na de verschijning van uw boek meerdere keren wat wilt schrijven. Over de inhoud, over de ontvangst, over de presentatie, over het schrijfproces, leuke dingen – interessante dingen, wat maar bij u past. U hoeft alleen een korte tekst te mailen, wij zorgen voor de rest. Misschien houdt u al een eigen weblog bij, dan horen we dat uiteraard graag. Dan kunnen wij ons abonneren op uw blog. Heeft u zelf ideeën, we horen ze graag. Maar wees gerust: we zullen u ook zelf benaderen.
- U kunt uw boek promoten via kanalen als Twitter, LinkedIn, Hyves en Facebook. Ook kunt u onze fonds volgen via @UitgKlement. U kunt ons ook vragen u via Twitter te volgen, dan kunnen wij uw berichtjes ook weer doorsturen.



- Als auteur bent u automatisch lid van de Boekencentrum Uitgevers Sprekerspool. Naar aanleiding van uw publicatie(s) kunt u benaderd worden om een programma te verzorgen of daaraan een bijdrage te leveren. Dat kan bijvoorbeeld in de vorm van een inleiding, lezing, presentatie, discussie, workshop, theaterstuk, voorleesavond, zangavond etc. Bij de doelgroepen kunt u denken aan organisaties, boekhandels, bibliotheken, lees- & gesprekskringen. U kunt er natuurlijk ook voor kiezen om samen met een collega-auteur op te treden. Via de webpagina van uw boek kunt u uitgenodigd worden. Stelt u hier echt geen prijs op, laat het ons weten, dan passen wij het direct aan.
- U kunt lezingen/optredens aanmelden voor de agenda op onze website via marketing@boekencentrum.nl. We ontvangen graag titel, datum, tijdstip, plaats en overige relevante informatie, wij plaatsen die informatie dan door.
- U kunt een digitale auteursfoto verzenden voor bij uw personalia op de website. Kiest u dan de allermooiste uit, of laat desnoods nieuwe maken.
- U kunt uw netwerk stimuleren om positief te reageren op uw boek bij webshops (bol.com, boekencentrum.nl). Deze positieve reacties kunnen wij dan weer gebruiken in onze promotie.
- Bezoek regelmatig onze webpagina van uw boek en die van andere boeken. Het kan u op ideeën brengen, u kunt zien of de informatie compleet is en u kunt informatie aan uw eigen website toevoegen.

U ziet dat u ons kunt helpen om de doelgroep voor uw boek te bereiken, en dat u onze samenwerking nog vruchtbaarder kunt maken. Daarom vragen we graag uw medewerking. Het spreekt vanzelf dat we ook graag horen welke ideeën u zelf nog meer hebt voor de promotie van uw boek.

Voor al deze activiteiten – waaruit u natuurlijk kunt kiezen wat bij u past – kunt u van ons ondersteuning krijgen. Jako van Gorsel (vangorsel@boekencentrum.nl en 079-361 54 81) en Wendelmoed Knol (knol@boekencentrum.nl en 079-363 31 71) zijn beschikbaar voor informatie en advies.

Dit overzicht staat ook op de website www.uitgeverijklement.nl, onder het kopje 'Over ons'.

Wij zien uit naar een prettige samenwerking.

Jako van Gorsel
Wendelmoed Knol

Uitgeverij  KLEMENT

Goudstraat 50, 2718 RC Zoetermeer
Postbus 29, 2700 AA Zoetermeer
Telefoon: (079) 361 54 81
Fax: (079) 361 54 89
E-mail: info@boekencentrum.nl
www.boekencentrum.nl