

Александр Карпов

Как написать книгу и заработать на этом деньги

Второе издание
Переработанное и дополненное

books-moscow.ru

Карпов А.Е.

Как написать книгу и заработать на этом деньги

М.: «Москва», 2016 г. – 176 с.: илл.

ISBN 978-5-902580-38-6

Данная книга выпускается в рамках специального проекта издательства «Москва» (***books-moscow.ru***), целью которого является раскрытие писательского таланта у населения нашей страны.

Автор книги убежден в том, что любой **может написать книгу (причем не одну)**, и сам является тому примером. Можно сказать, что в школе он ненавидел такие предметы, как русский язык и литература. Теперь же так увлекся написанием книг, что вряд ли когда-то перестанет это делать.

В книге содержится описание технологии, применение которой позволит практически гарантировано написать книгу за достаточно короткое время.

Кроме того, здесь можно найти много полезных практических рекомендаций, связанных с различными нюансами, возникающими при написании и издании книг.

Также в книге рассказывается о том, как можно зарабатывать с помощью своих книг (рассмотрены две основные стратегии). Приведены рекомендации, следование которым позволит авторам увеличить свой доход.

Книга, в основном, предназначена для тех, кто действительно хочет написать свою книгу (цели могут быть совершенно разные), но до сих пор по разным причинам этого не сделал. Также книга может быть интересна тем, кто только подумывает о написании книги, но боится, что ничего не получится.

Возможно, книга будет полезной и тем, кто уже имеет опыт написания книг, но может найти для себя что-то новое и потом применить на практике. Автор этой книги сам регулярно просматривает новые книги по данной теме.

Об авторе книги

Александр Карпов – автор книг¹, в основном относящихся к деловой литературе. Писать и издавать книги, а также зарабатывать с их помощью начал в 2003-м году.

Помимо написания книг регулярно готовит новые материалы для следующих сайтов²:

- корпоративный сайт Компании РИК (www.rik-company.ru);
- информационно-аналитический портал «Бюджетирование и управленческий учет» (www.bud-tech.ru);
- сайт «Создание и развитие эффективного бизнеса с нуля» (www.smart-venture.ru);
- сайт «Создание и продвижение сайтов. НЕпрофессионал для НЕпрофессионалов» (www.cpsites.ru);
- сайт «Ремонт квартир, таунхаусов и домов наилучшим образом» (www.best-repair.ru).

Окончил факультет управления и прикладной математики Московского физико-технического института (Физтех).

Развитию писательских навыков автору во многом способствует то, что он с 1995 года работает консультантом по управлению, а также проводит семинары-практикумы.

Работа консультантом по управлению требует написания различных текстов (для отчетов, регламентов, инструкций, презентаций и т.д.), а проведение семинаров оттачивает речь, которую, безусловно, можно переносить и на бумагу.

¹ точное количество книг, написанных автором, здесь не указывается, т.к. оно постоянно растет. Получить информацию о полном списке книг, написанных автором, можно, отправив запрос в издательство «Москва» по адресу m-books@bk.ru

² количество сайтов, для которых автор готовит контент, тоже увеличивается, но, естественно, не такими темпами, как количество книг, поэтому здесь приведен список сайтов автора на момент выхода данного издания книги

Оглавление

От автора книги	10
Дополнительные рубрики	13
Введение	14
Раздел 1. Каждый ли может написать книгу?	18
Раздел 2. Стратегия написания книги	23
Раздел 3. Стил ь написания книги	34
Раздел 4. Начало работы над книгой	38
Раздел 5. План книги	44
Раздел 6. «Кирпичики» для «строительства» книги	52
Раздел 7. Объем книги.....	59
Раздел 8. Дисциплина и самоконтроль при написании книги.....	78
Раздел 9. Условия работы над книгой.....	97
Раздел 10. Завершение работы над книгой.....	99
Раздел 11. Дополнительные советы по написанию книг на профессиональные темы.....	105
Раздел 12. Как можно заработать на своих книгах	112
Раздел 13. Что и как можно рекламировать и продвигать с помощью книги.....	121
Раздел 14. Рекомендации по размещению рекламы в книгах.....	128

Как написать книгу и заработать на этом деньги

Раздел 15. Креативный и эффективный способ рекламы на обложке книги.....	132
Раздел 16. Как издать и распространять свою книгу .	135
Обращение к авторам	138
Nota Bene!!!	139
Приложение №1. Мой опыт написания книг и зарабатывания с их помощью денег	140
Приложение №2. История создания одного бестселлера.....	148
Приложение №3. Реклама в книгах – один из самых эффективных инструментов продвижения	155
Издательские проекты Александра Карпова	161
Интернет-курс «Моя первая книга»	163
Издательство «Москва»	164
Отзывы об этой книге.....	Ошибка! Закладка не определена.

Содержание

От автора книги	10
Дополнительные рубрики	13
Введение	14
Раздел 1. Каждый ли может написать книгу?	18
Раздел 2. Стратегия написания книги	23
Стратегия написания книги №1. В поисках идеала	25
Стратегия написания книги №2. Что вижу, то и пою	26
Стратегия написания книги №3. Золотая (или позолоченная) середина	29
Раздел 3. Стил ь написания книги	34
Раздел 4. Начало работы над книгой	38
Раздел 5. План книги	44
Раздел 6. «Кирпичики» для «строительства» книги	52
Раздел 7. Объем книги.....	59
Ограничения по объему книги.....	59
Ограничение сверху	59
Ограничение снизу	62
Способы увеличения объема книги.....	65
Перечитывание и детализация текста.....	67
Привлечение людей к написанию вашей книги	70
Добавление рисунков и таблиц	72
Увеличение размера шрифта.....	74
Увеличение полей на страницах книги	75
Вынос ключевой идеи на верх страницы.....	76
Размещение рекламного блока.....	76

Как написать книгу и заработать на этом деньги

Раздел 8. Дисциплина и самоконтроль при написании книги	78
Необходимость четкого управления проектом по созданию книги	78
Простая технология планирования и контроля проекта по написанию книги	81
Сложная технология планирования и контроля проекта по написанию книги	83
Рекомендации по планированию проекта по написанию книги	85
DEADLINE (дедлайн)	88
Раздел 9. Условия работы над книгой	97
Раздел 10. Завершение работы над книгой	99
Раздел 11. Дополнительные советы по написанию книг на профессиональные темы	105
Не указывайте конкретных дат	106
По возможности не указывайте никаких названий	107
Не оставляйте прямые ссылки на страницы сайта	108
Не указывайте цены	110
Переиздавайте книги хотя бы раз в три-четыре года	110
Раздел 12. Как можно заработать на своих книгах	112
Первый способ (стратегия) заработка на книгах: получение авторских гонораров и/или доли от продаж книг	112
Второй способ заработка на книгах: увеличение объемов продаж своих продуктов и услуг за счет их продвижения с помощью книг	115

Как написать книгу и заработать на этом деньги

Повышение в глазах клиентов статуса (рейтинга) автора как эксперта в своей профессиональной области	116
Увеличение объемов продаж продуктов и услуг за счет рекламы в книгах	117
Увеличение объемов продаж продуктов и услуг за счет продвижения сайта.....	118
Подведение итогов применения книжной стратегии увеличения своего заработка	119
Раздел 13. Что и как можно рекламировать и продвигать с помощью книги	121
Реклама и продвижение автора книги.....	121
Реклама и продвижение компании с помощью книг	123
Реклама и продвижение продуктов и услуг с помощью книг	125
Реклама и продвижение сайта с помощью книг	126
Раздел 14. Рекомендации по размещению рекламы в книгах.....	128
Раздел 15. Креативный и эффективный способ рекламы на обложке книги.....	132
Раздел 16. Как издать и распространять свою книгу .	135
Обращение к авторам	138
Nota Bene!!!	139
Приложение №1. Мой опыт написания книг и зарабатывания с их помощью денег	140
Приложение №2. История создания одного бестселлера.....	148

Как написать книгу и заработать на этом деньги

Приложение №3. Реклама в книгах – один из самых эффективных инструментов продвижения	155
Издательские проекты Александра Карпова	161
Интернет-курс «Моя первая книга»	163
Издательство «Москва»	164
Отзывы об этой книге	Ошибка! Закладка не определена.

От автора книги

Данная книга создана в результате обработки моего многолетнего опыта написания книг (первую свою книгу я написал и издал в 2003 году). В этой книге представлена систематизация имеющихся знаний и опыта, а также технология написания книг.

Цель этой книги вполне прагматична – **дать практическую технологию написания книги, а также рассказать о том, как можно с ее помощью зарабатывать деньги.**

Понимая, что не все (особенно те, кто сомневается в том, что им нужно и смогут ли они писать книги) будут готовы сразу прочитать всю эту книгу, я, во-первых, решил сделать книгу небольшого объема. Во-вторых, для тех, у кого не хватит терпения просмотреть даже такую маленькую книгу, специально на каждой странице есть краткая выжимка (по одному ключевому предложению), чтобы можно было сначала быстро пробежаться по всей книге.

Я сейчас уже веду работу над следующим изданием этой книги. Поэтому если кто-то из читателей второго издания считает, что какой-то раздел (или главу) этой книги нужно детализировать или изменить, а может быть добавить какой-то новый раздел (или главу), то прошу прислать мне свои предложения и/или замечания по электронном адресу **alex_karpov@mail.ru**. Я постараюсь их учесть в следующем издании этой книги.

Я благодарен всем читателям за их нелегкий труд, поскольку мои книги далеки от идеала. Надеюсь, что хоть кому-то они оказались полезными. Также рассчитываю на то, что и эта книга будет полезной: поможет тем, кто хочет написать свою книгу.

Ни в коем случае не утверждаю, что данная книга содержит описание самой лучшей технологии создания книги. Вполне возможно, что для кого-то она окажется абсолютно непри-

Как написать книгу и заработать на этом деньги

емлимой.

Я сам следую всему тому, что описал в этой книге. И у меня получилось написать уже не одну книгу. Но честно признаюсь, бестселлера я пока еще не написал.

Хотя нужно еще установить четкий критерий того, что является бестселлером, и сделать его дифференцированным. Все-таки есть литературные жанры, для которых объем продаж книг в тысячи штук является обычным делом, а есть и такие, для которых такие показатели говорят об успешности книги.

Мне самому сложно оценивать свои книги, но все они до сих пор переиздаются и продаются. Правда, возможно, они продавались бы более успешно, если бы я использовал какую-то другую технологию написания книг.

Поэтому я рекомендую прочесть несколько книг о том, как написать свою книгу. Вполне возможно, вы придумаете собственную технологию написания книг, взяв что-то на вооружение из разных источников.

Кроме того, все люди разные, поэтому, наверное, сложно придумать какие-то универсальные советы или волшебную формулу для написания книг, которые подходили бы абсолютно всем авторам.

В любом случае нужно помнить, что в этом деле (как и в любом другом) главное – результат, а не процесс его получения. Как именно вы будете писать, в какой обстановке, по какой технологии и т.д. – неважно.

Поэтому можете смело пробовать разные варианты. Помните, что в самом худшем случае вы потеряете время. Конечно, никому не хочется терять драгоценное время, но в любом деле есть свои риски.

На самом деле многие из нас столько времени теряют зря, что «потери» времени на написание книги могут оказаться совершенно незначительными по сравнению с тем, сколько времени мы уделяем интернету, просмотру телевизора, пу-

Как написать книгу и заработать на этом деньги

стой болтовне и т.д. Лучше уж потерять время, пытаясь создать что-то хорошее и полезное для других людей.

Все равно, пока вы не попробуете написать хотя бы одну книгу, не узнаете, насколько удачно это у вас получается. К сожалению, это можно понять только опытным путем. Кстати, если первый опыт получится не совсем удачным, то это вовсе не значит, что его не нужно повторить, хотя бы еще раз.

Я буду благодарен любым замечаниям, которые могут возникнуть у вас в ходе знакомства с этой книгой. Все свои замечания и пожелания вы можете направлять по данному электронному адресу: **alex_karpov@mail.ru**.

Буду признателен за любые высказывания и комментарии по материалам, представленным в книге.

По всем вопросам, связанным с тематикой данной книги, вы можете обращаться ко мне удобным для вас способом.

С наилучшими пожеланиями,

Александр Карпов

e-mail: alex_karpov@mail.ru

Дополнительные рубрики

Помимо основного текста в книге представлены следующие дополнительные рубрики.

- **Уголок юмора**



Известно, что для лучшего восприятия информации периодически необходимо немного отвлекаться. Как правило, юмор – один из лучших вариантов в таких случаях.

Поэтому в книге периодически встречаются различные анекдоты, в том числе и «бородатые», байки и прочие «прикольные» штучки. К тому же к тем проблемам, с которыми сталкиваются некоторые авторы при написании книг, без юмора относиться нельзя, иначе из-за переживаемых стрессов могут возникнуть проблемы со здоровьем.

- **Домашнее задание** (для самостоятельного написания книги)



В тексте книги будут периодически встречаться вопросы и задания для тех, кто хочет написать свою первую книгу. Выполнение этих заданий позволит, как минимум, подготовиться к написанию своей первой книги и набросать план реализации данного проекта.

- **Народная мудрость**



Кроме основного текста, примеров, заданий и т.д. в книге так же будут встречаться своего рода фундаментальные обобщения, авторство которых нельзя однозначно кому-то приписать. Поэтому эти высказывания и будут идти под рубрикой «народная мудрость».

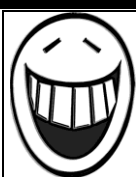
«Цифра» постепенно «убивает» «бумагу», но не понятно, как долго будет продолжаться это «убийство»

Введение

Возможно, сейчас многие задумываются не над вопросом как написать книгу, а над тем, зачем вообще это нужно делать. Есть мнение, что бумажные книги доживают последние годы, и править балом будет интернет. Да, возможно, так и будет, только не понятно – когда.

Кстати, книги могут выступать в отличном тандеме с интернетом. В частности, с помощью книг можно очень эффективно продвигать сайты³. Хотя книги можно использовать и не только для продвижения сайтов. Подробнее об использовании книг для рекламы и продвижения можно прочитать в *Разделе 13 «Что и как можно рекламировать и продвигать с помощью книги»*.

Никто не спорит с тем, что «цифра» постепенно «убивает» «бумагу». Но вопрос в том, как долго будет продолжаться это «убийство». Каждый год появляются новые прогнозы, и каждый год они не сбываются.



Еду в маршрутке. Три человека читают с айпадов, два – с айфонов, пять – со смартфонов, четыре – с ридеров. Одна девушка читает бумажную книгу. Однозначно, выпендривается!

На самом деле все очень просто. Если бы «бумага» была мертва или находилась в предсмертном состоянии, то бумажные книги уже нельзя было бы физически приобрести. Закрылись бы издательства, книготорговые организации, книжные магазины и т.д. Но почему-то они еще живут, и

³ подробнее о продвижении сайтов можно прочитать в книге А.Карпова «Создание и продвижение сайтов. НЕпрофессионал для НЕпрофессионалов»

Даже если нецелесообразно заниматься изданием бумажных книг, то нужно уметь писать тексты для электронных книг и сайтов

люди до сих пор читают бумажные книги.

Даже если вы считаете, что нецелесообразно заниматься изданием бумажных книг, то все равно нужно уметь писать тексты для электронных книг и для сайтов.

Итак, в данной книге представлена технология, которой может воспользоваться любой, кто хочет написать свою первую книгу. Хотя, возможно, данная книга будет интересна не только начинающим писателям.

Я, кстати, сам регулярно просматриваю новые книги, в которых рассказывается о технологиях написания книг, а также даются различные рекомендации. Иногда попадаются какие-то новые для меня идеи, которые я использую при работе над новыми книгами.

Полагаю, что любой вменяемый человек при желании может написать книгу (см. *Раздел 1 «Каждый ли может написать книгу?»*), если будет следовать той технологии, которую я старался подробно описать в этой книге.

Очевидно, что написание книги для большинства авторов не является только самовыражением. Многие пишут книги для того, чтобы с их помощью заработать деньги.

Поэтому в этой книге речь идет не только о том, как написать книгу, но и о том, как с ее помощью заработать деньги. На самом деле есть несколько способов монетизации своей книги, а не только классическая стратегия заработка на авторских гонорарах (она преимущественно используется авторами художественных книг). Подробнее об этом можно прочитать в *Разделе 12 «Как можно заработать на своих книгах»*.

Кроме того, в последнее время использовать этот классический вариант становится все сложнее и сложнее. Для не-

С помощью книг можно заработать только в том случае, если они будут для кого-то интересны и/или полезны

которых литературных жанров он вообще является мало-пригодным из-за того, что круг потенциальных читателей очень маленький, что, естественно, не позволяет говорить о больших продажах, а значит, и о высоких авторских гонорарах. Ведь очевидно, что если книга приносит издательству мало прибыли, то о гонорарах не может быть и речи.

Но в некоторых случаях с помощью книг можно заработать гораздо больше, чем на авторских гонорарах. Лично я зарабатываю с помощью всех своих книг без авторских гонораров. Подробнее об этом можно прочитать в *Приложении №1 «Мой опыт написания книг и зарабатывания с их помощью денег»*.

Нужно помнить простое правило: с помощью книг можно заработать только в том случае, если они будут для кого-то интересны и/или полезны. Поэтому, если у вас возникают сомнения в том, нужно ли писать какую-то конкретную книгу, можно поступить следующим образом.

Необходимо как-то выяснить, для какой аудитории она может быть интересной и/или полезной. Только не нужно допускать классическую ошибку: пытаться написать какую-то идеальную книгу, которая понравилась бы абсолютно всем. Начать можно, например, с написания статьи или небольшого рассказа, а потом посмотреть, какие будут отклики.

Кстати, эту статью или рассказ в дальнейшем можно будет использовать при написании книги (см. *Раздел 6 «Кирпичики» для «строительства» книги*).

Я, например, перед написанием своих первых книг публиковал статьи в различных журналах. По отзывам читателей (правда, их не всегда было много) я уже делал выводы о том, что в них нравится, а что – нет.

Книги многих литературных жанров по-прежнему являются востребованными, и с их помощью можно зарабатывать деньги

Если ни один журнал не берет у вас статью для публикации, то уже можно сделать определенные выводы, хотя не всегда однозначные.

На самом деле вовсе не обязательно это делать, причем каждый раз перед написанием новой книги. Некоторые авторы и так уверены в том, что они способны написать если не идеальную книгу, то, по крайней мере, такую, которая будет интересна и/или полезна для определенной целевой аудитории.

Таким образом, книги многих литературных жанров по-прежнему являются востребованными, и с их помощью можно зарабатывать деньги.

Поэтому, если вы хотите зарабатывать с помощью книг, нужно уметь их писать и делать это так, чтобы они были интересны читателям.

О том, как это сделать, и написано в данной книге.

Любой, кто хочет написать книгу, может справиться с данной задачей, но не все могут написать бестселлер

Раздел 1. Каждый ли может написать книгу?

Наверняка есть люди, которые хотели бы написать книгу (или книги), но не стали этого делать, поскольку решили, что у них ничего не получится. Я не утверждаю, что абсолютно любой человек на Земле может написать хотя бы одну книгу, тем более бестселлер.

Но я уверен на 100% в том, что каждый, кто хочет написать книгу, может справиться с данной задачей. Я не говорю о том, что все могут написать бестселлер, но что-нибудь из этой затеи точно получится.



Если вы уже хотели написать свою книгу, но так и не взялись за эту работу, то что, на самом деле, помешало вам это сделать? Важно понять истинные причины, чтобы новая попытка увенчалась успехом.

Конечно же, все, кто хочет писать книги, надеются на то, что у них получится хотя бы один бестселлер. Скорее всего, бестселлер может написать только человек, имеющий писательский талант. Хотя, если очень большие деньги потратить на рекламу книги, то, наверное, очень многие книги можно сделать бестселлерами.

Кстати, я сам до сих пор не написал ни одного бестселлера. Возможно только потому, что пока написал не так уж и много книг. А может быть, причина совсем в другом: в отсутствии у меня писательского таланта.

Уверенность в том, что любой человек может написать как минимум одну книгу, могу подтвердить на собственном

Если бы мне в школе сказали, что я напишу хотя бы одну книгу, то я бы ни за что в это не поверил

примере. В школе самыми нелюбимыми предметами у меня были русский язык и литература. Больше всего мне нравилась физика, математика, программирование и ... физкультура.

Честно признаюсь, единственный трояк в моем школьном аттестате был именно по русскому языку. По литературе с трудом получил четверку (пришлось исправлять потенциальную тройку в самом конце учебы).

Если бы мне в школе сказали, что я напишу хотя бы одну книгу, то я бы ни за что в это не поверил. Особенно, если бы мне сказали, что я напишу столько, что по количеству страниц смогу приблизиться к «Войне и миру».

Как это ни смешно, но в моей серии книг «100% практического бюджетирования» (состоит из восьми книг), действительно, примерно столько же страниц, как и в «Войне и мире». При написании всех остальных книг я даже стал себя сдерживать.



- В первый раз книгу «Война и мир» я взял, когда мне было два годика.
- И что тебе больше всего запомнилось?
- Как я заработал пупочную грыжу.

Когда моя школьная учительница русского языка и литературы узнала о том, что я написал более десяти книг, то она очень сильно удивилась. Для нее это было большой неожиданностью.

Пожалуй, здесь можно провести аналогию с публичными выступлениями. По крайней мере, у меня было так. Раньше мне казалось, что говорить о чем-то 2-3 дня подряд очень сложно. Когда я только начинал проводить семинары, то

Одна из целей написания книг – зарабатывать деньги, причем это можно делать по-разному

думал о том, как бы мне хотя бы минут двадцать продержаться.

Потом мне не стало хватать двадцати минут, затем часа, после этого двух, затем половины дня, потом – целого дня. Сейчас же я не провожу однодневных семинаров: минимум двухдневные. Теперь, когда меня просят раскрыть какую-то тему в течение получасового выступления, я просто отказываюсь это делать.

Кстати, нужно отметить, что проведение семинаров помогает мне в написании книг. Причем помощь осуществляется по двум направлениям.

Во-первых, публичные выступления заставляют человека оттачивать речь, что, несомненно, можно использовать и при написании книг.

Во-вторых, на семинарах мне задают много вопросов, что позволяет мне понимать, что волнует мою целевую аудиторию.

Эту информация я использую при написании контента для сайтов, а также при планировании новой книги (см. *Раздел 5 «План книги»*).

Итак, я утверждаю, что любой человек, желающий написать книгу, может это сделать. Только получаться это у всех будет по-разному.

Кто-то это будет делать лучше, а кто-то – хуже. Но если четко следовать выбранной технологии, то можно однозначно сказать, что каждая новая книга будет получаться лучше предыдущей.

На самом деле нужно четко понимать, зачем писать книгу. Одна из целей написания книг – зарабатывать деньги. Причем можно по-разному зарабатывать на своих книгах.

На самом деле с помощью книг можно рекламировать и продвигать не только свою компанию

Подробнее о зарабатывании денег с помощью книг можно прочитать в *Разделе 12 «Как можно заработать на своих книгах»*

Лично я отдаю себе отчет в том, что у меня нет писательского таланта, поэтому я даже и не рассматриваю такой вариант заработка на книгах, как получение авторских гонораров. Я ни разу не получил ни одного авторского гонорара за книгу (правда, получал их за статьи, которые публиковались в журналах).

Сначала я не получал гонораров, т.к. сам занимался изданием своих книг (как издатель сам себе гонораров не выплачивал).

Теперь я по-прежнему не получаю гонораров, несмотря на то, что сотрудничаю с издательством, которое мне не принадлежит. Это издательство выплачивает гонорары авторам при определенных условиях, которые мне не интересны.

Я для себя выбрал другой способ заработка с помощью книг. Книги я использую в качестве очень эффективного инструмента продвижения своей компании, а также ее продуктов и услуг.

На самом деле с помощью книг можно рекламировать не только это. Подробнее об этом можно прочитать в *Разделе 13 «Что и как можно рекламировать и продвигать с помощью книги»*.

Таким образом, я пока не написал ни одного бестселлера, но многие мои книги достигают целей, ради которых я их создавал. Уверен в том, что очень многие могут написать книги и достигнуть с их помощью намеченных целей (у каждого они могут быть разные).

Если четко следовать технологии, которая представлена в этой книге, можно гарантированно написать не одну книгу



Какова цель (или цели) написания вашей книги? Это очень важный вопрос, т.к. от ответа на него очень многое будет зависеть, в том числе структура и содержание книги.

Примечание: если вы хотите написать несколько книг, то ответ на этот вопрос нужно получить по каждой книге.

Если вы будете четко следовать технологии, которая представлена в этой книге, вы гарантированно напишите хотя бы одну книгу, которая будет издана.

Итак, далее будет рассмотрена пошаговая технология написания книги. Большинство людей, следуя этой технологии, могут написать свою книгу, причем не одну. Важно, что еще до написания книги нужно четко понимать цель ее создания.

Если после прочтения данной книги у вас не будет уверенности в том, что вы сможете самостоятельно написать свою книгу, то я могу вам в этом помочь.

Подробнее об этом можно прочитать в *Разделе «Интернет-курс «Моя первая книга»* (см. стр. 163).

Прежде чем написать свою первую книгу, лучше заранее определиться со стратегией выполнения данной работы

Раздел 2. Стратегия написания КНИГИ

Безусловно, каждый автор сам для себя выбирает определенную стратегию написания книг, которой он старается придерживаться (см. **Рис. 2.1**). Вполне возможно, что в эту стратегию будут вноситься какие-то изменения, но, как показывает практика, по мере накопления опыта они становятся несущественными.

Мало кто из авторов круто меняет свою стратегию написания книг. Издав более двух десятков книг, я, тем не менее, принципиальных изменений в стратегию их написания пока не вносил. Хотя все-таки время от времени я немного экспериментирую.

Итак, прежде чем написать свою первую книгу, лучше заранее определиться со стратегией выполнения данной работы. Здесь можно проследить некоторую аналогию с компаниями. Перед тем как создавать новый бизнес,⁴ лучше разработать четкую стратегию создания и последующего развития компании. И вообще, в любой момент времени у компании должна быть стратегия⁵.

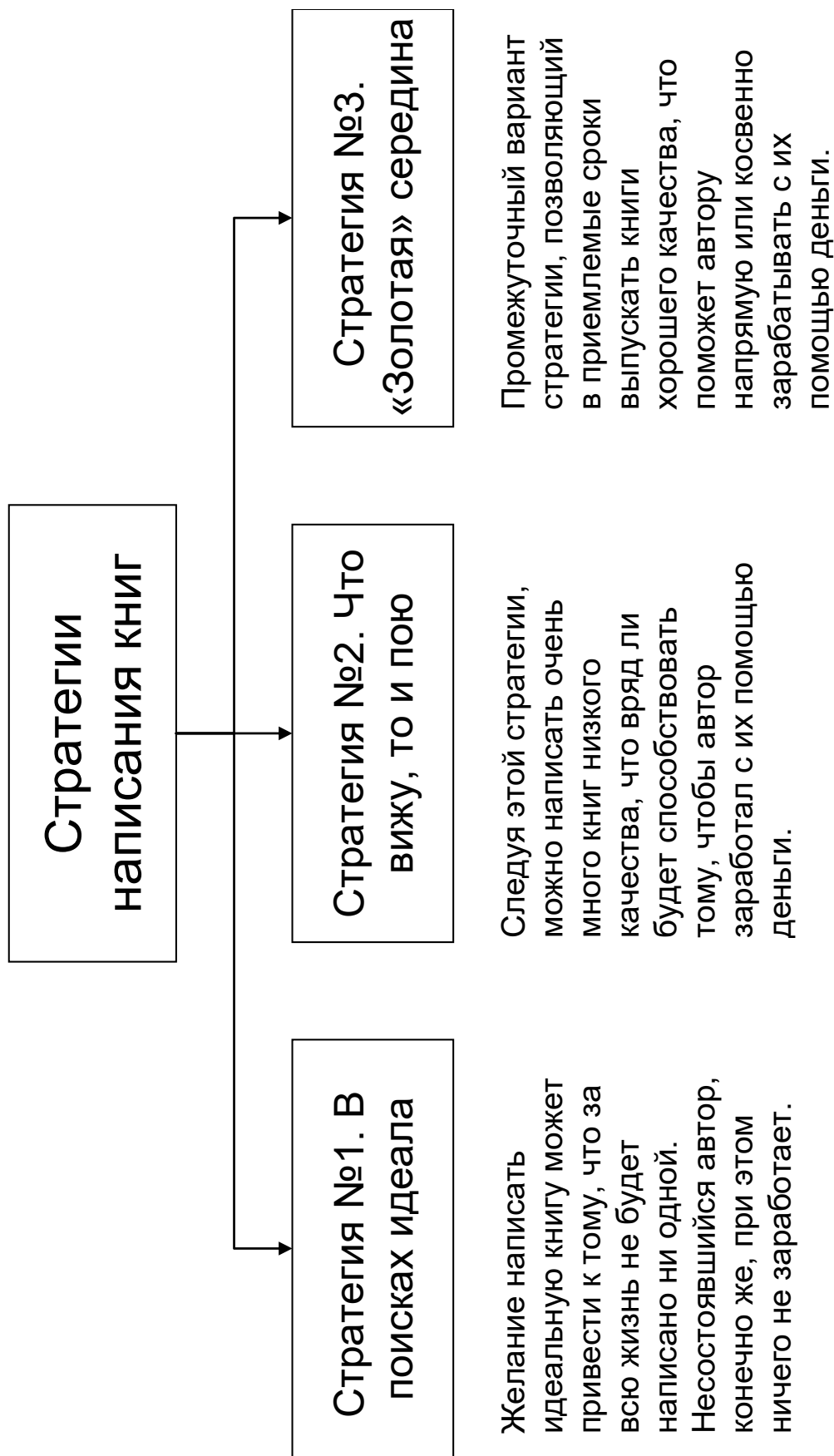
Точно так же и у любого автора всегда должна быть стратегия написания книг. Выбор этой стратегии является очень важным шагом.

Несомненно, выбор стратегии зависит от жанра, в котором будет творить писатель.

⁴ подробнее о создании и развитии бизнеса можно прочитать в книге Александра Карпова «Создание и развитие эффективного бизнеса с нуля»

⁵ подробнее о стратегии компании можно прочитать в книге Александра Карпова «Стратегическое управление и эффективное развитие бизнеса»

Рис. 2.1. Основные стратегии написания книг



Есть ряд общих моментов в выборе стратегии написания книг, которые являются актуальными для всех авторов

Одно дело – заниматься написанием бизнес-литературы, а другое – писать стихи.

Тем не менее есть ряд общих моментов в выборе стратегии написания книг, которые являются актуальными для всех авторов. Именно об этом и пойдет речь в данном разделе книги.

Стратегия написания книги №1. В поисках идеала

Эта стратегия предполагает написание идеальной книги по выбранной автором теме, причем не важно, о каком жанре идет речь.

Мне кажется, что если следовать данной стратегии на 100%, то можно, вообще, за всю жизнь не написать ни одной книги.

А лично я убежден в том, что большинство людей могут написать хотя бы одну книгу.

Но если придерживаться этой стратегии, то на всей Земле найдутся единицы, кто сможет при этом написать книгу. Я точно к этому числу не отношусь.

Честно признаюсь, когда я работал над своей первой книгой, то отчасти придерживался этой стратегии. Но если бы я полностью следовал ей, то точно не написал бы ни одной книги.

Мои книги, мягко говоря, далеки от идеала, но, тем не менее, есть читатели, которым они нравятся. Я не утверждаю, что их очень много, но они есть.

В некоторых книгах, посвященных написанию книг, даются, на мой взгляд, очень жесткие рекомендации по этой страте-

Как можно изучить все книги по какой-то теме, если регулярно появляются новые? Пока изучишь одни, появятся другие.

гии. В одной книге, например, автор утверждает, что не нужно браться за написание книги, если ты досконально не разобрался в предмете, о котором собираешься писать. В данном случае речь идет о написании книг на профессиональные темы.

Автор пишет о том, что прежде чем написать свою книгу, нужно изучить все ранее изданные книги по данной теме, а также все публикации в интернете. Кроме того, необходимо написать книгу, которая была бы лучше всех этих книг и материалов.

Я не очень понимаю, как можно выполнить эти требования. Как можно изучить все книги по какой-то теме, если регулярно появляются новые? Пока изучишь одни, появятся другие.

В общем, мне кажется, что это очень уж рискованная стратегия. Если ее применять, то можно вообще никогда не написать книгу (я уж не говорю о нескольких книгах). Попытка получить суперкачество может обернуться полным провалом.

Стратегия написания книги №2.

Что вижу, то и пою

Данная стратегия – полная противоположность предыдущей. Если следовать ей, то можно написать много книг, но их качество будет довольно сомнительным. Выбор такой стратегии – это другая крайность.

Выбирающие данную стратегию написания книг уверены в том, что количество переходит в качество при любых обстоятельствах, но это не совсем так.

Использование такой стратегии написания книг приводит к тому, что каждый день появляются сотни (если не тысячи) новых книг

Мне это отчасти напоминает стратегию, которую используют некоторые лекторы при разработке «новых» семинаров. В данном случае речь идет о бизнес-семинарах. Стоит какому-то западному «мудрецу» выдумать что-то «принципиально новое», как у нас тут же об этом публикуют в журналах, пишут в книгах, проводят семинары и т.д.

Один мой знакомый, например, поступает так. После того как появляется очередное новое красивое словечко (название «новой супертехнологии» управления), он через месяц уже проводит семинар по этой теме.

Правда, первые семинары обычно проходят со старыми слайдами, но это мелочи ☺. Самое главное, что много людей приходит на семинар, чтобы узнать о «новинках» в менеджменте.

К сожалению, использование некоторыми авторами такой стратегии написания книг приводит к тому, что каждый день появляются сотни (если не тысячи) новых книг. Вроде бы новые книги – это хорошо, но их качество оставляет желать лучшего.



Чукчу посадили, а он сидит и целыми днями поет. Его спрашивают:

- Ты о чем все поешь?
- Однако, что вижу, то пою.

Охране надоело, выключили свет, а он опять поет.

- Ну а теперь-то ты что видишь?
- Однако темнота вижу.

В данном случае речь, естественно, идет о качестве содержания, а не оформления. Кстати, я уже давно подметил такой любопытный факт.

Чем более пестро и красиво оформлена книга внешне, тем она менее содержательна внутри

Не утверждаю, что это правило работает для всех литературных жанров, но для деловой литературы в большинстве случаев оно выполняется.

Правило такое: чем более пестро и красиво оформлена книга внешне, тем она менее содержательна внутри. Наверное, так природой задумано поддерживать какой-то баланс. Одно компенсирует другое. В данном случае отсутствие пользы от книги компенсируется высоким качеством полиграфии и дизайна.

Как это ни странно, но даже при выборе серьезной литературы у нас многие по-прежнему клюют на красивые обложки. Как-то раз после проведения корпоративного семинара в одном крупном региональном предприятии я разговаривал с одним из топ-менеджеров. Он сказал, что на меня вышли именно по книгам. Когда они с коллегами были в Москве, то решили зайти в книжный магазин.

Времени у них было мало, поэтому внимательно изучать книги в магазине не стали, а просто купили почти все, что было по интересующих их темам. Одна из моих книг, как он сказал, совершенно случайно попала в этот набор. Случайно, потому что внешне она была невзрачной по сравнению с другими.

Зато им бросилась в глаза другая книга. Она была очень красиво оформлена. Причем эта книга была полностью цветной: и обложка, и блок книги.

В общем, пока они ехали на поезде обратно, то половину книг сразу выкинули, в том числе и эту «красивую». Через неделю они выкинули почти все остальные книги. А вот моя, к удивлению, понравилась, поэтому они решили докупить и остальные мои книги.

Владелец этой компании регулярно покупает деловую литературу. Через неделю у него остается не более 5% от купленных книг.

Затем они направили одного из своих сотрудников в Москву на мой открытый семинар по теме книги, а через какое-то время заказали и корпоративный семинар.

Кстати, аналогичный случай у меня произошел и с другой компанией. Владелец этой компании, по его словам, регулярно посещает книжные магазины и покупает там деловую литературу. Спешить ему вроде бы некуда, но поскольку в магазине не очень удобно изучать книги, особенно когда там много народу, то он поступает так.

Если книга вызывает у него хоть какой-то интерес, то он сразу ее покупает, а уже потом дома начинает внимательно изучать. Он мне сказал, что обычно выбрасывает около 80% книг в первые два дня после покупки. Еще через несколько дней у него остается не более 5%. В общем, мне и в этот раз повезло, т.к. мои книги ему понравились, и он тоже заказал проведение корпоративного семинара в своей компании. Кстати, нужно отметить, что такой способ заработка на книгах является весьма эффективным. Подробнее о зарабатывании денег с помощью книг можно прочитать в *Разделе 12 «Как можно заработать на своих книгах»*.

Приведенные здесь примеры свидетельствуют о том, что использование некоторыми авторами описанной в этом разделе стратегии написания книг не такая уж и редкость.

Стратегия написания книги №3. Золотая (или позолоченная) середина

Очевидно, что помимо вышеописанных прямо противоположных стратегий написания книг может быть очень большое количество промежуточных вариантов.

Поиск золотой (или хотя бы позолоченной) середины в этом деле может оказаться не очень-то и простым

При выборе конкретной промежуточной стратегии написания книги, конечно же, необходимо определить, куда сместить приоритет: в сторону качества или в сторону количества.

Первый вариант, как уже отмечалось (первая стратегия), предполагает максимальную концентрацию на написании одной суперкниги. На нее можно потратить очень много времени, но она не обязательно станет бестселлером.



Приобретайте бестселлер «Чего хотят женщины»! В конце книги вы найдете приложение – прайс-лист «Сколько это стоит».

С другой стороны, можно написать десятки книг (в соответствии со второй стратегией), но, опять-таки, ни одна из них не станет бестселлером (все эти книги могут очень плохо продаваться).

Поиск золотой (или хотя бы позолоченной) середины в этом деле может оказаться не очень-то и простым. Тем не менее я убежден, что лучше ориентироваться на третий вариант стратегии при написании своих книг.

Сам я пришел к выводу, что идеальную книгу создать нельзя. По крайней мере, у меня это вряд ли когда-то получится. У меня есть очень простой критерий, по которому я могу судить о том, что книгу, которую я уже собираюсь издавать, можно было бы еще улучшить.

Еще до начала активной работы над книгой я создаю файл, в который записываю все свои мысли и идеи, относящиеся к данной книге. Потом, по мере написания книги и реализации этих мыслей и идей, я их вычеркиваю. Подробнее об

Если не ставить точку, то *проект* по написанию книги превратится в бесконечный процесс

этом можно прочитать в *Разделе 4 «Начало работы над книгой»*.

Так вот, еще не было ни разу того, чтобы я завершил работу над книгой и этот файл оказался пустым. Всегда остаются нереализованные идеи.

Это говорит о том, что книгу можно было бы сделать еще лучше, но все-таки я ставлю точку и оформляю книгу для издания. Это очень важный момент во всем проекте по написанию книги (см. *Раздел 10 «Завершение работы над книгой»*).

Когда я работал над своей первой книгой, то планировал полностью все вычеркнуть из файла с мыслями и идеями. Но при вычеркивании одних позиций обязательно появлялись другие.

Поэтому я пришел к выводу: если не научиться ставить точку, то ***проект*** по написанию книги превратится в бесконечный ***процесс***.

Если же у меня когда-нибудь получится так, что я закончу работу над книгой, а файл с мыслями и идеями окажется пустым (все будет реализовано), то это будет означать, что книга получилась идеальной, но идеальных книг не бывает. Поэтому такую книгу ни в коем случае нельзя издавать.

Все мои книги, безусловно, можно дорабатывать и дорабатывать. И я стараюсь это делать, когда переиздаю их. Но если бы я пытался создать идеал, то не смог написать бы и одной книги.

В качестве примера приведу переписку с одной моей читательницей. Речь идет о серии, состоящей из восьми книг. Серия называется «*100% практического бюджетирования*».

В нескольких местах Книги 4 было настолько «криво» написано, что я бы сам себе трояк поставил

Сначала я получил письмо, содержащее такой текст.

«Я благодарю Вас за Ваш труд и Ваши книги! Для меня, как для практика, Ваши книги открыли такие «глубины», которые невозможно почерпнуть из теории, какой бы безупречной она ни была.

А вопрос финансовой структуры в Книге 4 «Финансовая структура компании» раскрыт просто бесподобно: легко, четко, интересно (!), глубоко и с таким чувством юмора, что оторваться, порой, невозможно. Большое Вам спасибо за Ваш опыт, Ваши книги я очень берегу, потому что аналога пока не знаю...»

В ответ я написал вот это.

«Благодарю Вас за оценку моих трудов, а также за поздравления и пожелания.

Честно говоря, когда я в этом году перерабатывал книги 1, 3, 4, 6 и 7, то обнаружил там немало косяков☺. Точнее говоря, очень «кривых» мест. То есть написано не очень понятно.

Вынужден признать, что в нескольких местах Книги 4 «Финансовая структура компании» был настолько «кривой» текст, что я бы сам себе трояк поставил. Сейчас я все это дело исправил.»

Вообще-то, я так написал не только потому, что это правда. Была еще одна цель: убедить читательницу в том, что нужно приобрести новое издание этой книги☺.

После этого я получил новое письмо.

«Насчет, как Вы говорите, «кривых» мест... У меня благодаря Вашим книгам заполнилось большое «белое пятно» в части той базы, на которой бюджетирование строится.

Рекомендуется всем, особенно начинающим авторам, выбирать какой-то средний вариант стратегии написания книг

До сих пор помню свой восторг, когда случайно в книжном на Тверской увидела ЦЕЛЮЮ книгу о финансовой структуре! А не три абзаца, как обычно☺. Поэтому, уверяю Вас, те «мелочи» (могу сказать о себе) я не заметила вообще. Главное, что появилась система, а «достроить» к ней детали уже не проблема.»

Получается, что даже в не совсем доработанном виде кому-то мои книги нравятся. Надеюсь, что обновленные будут нравиться еще больше.



Прежде чем двигаться дальше, вам нужно определиться с вашей стратегией написания книг. Поэтому хорошо подумайте и выберите стратегию, которой вы будете придерживаться как минимум при работе над своей первой книгой.

В общем, я рекомендую всем, особенно начинающим авторам, выбирать какой-то средний вариант стратегии написания книг, но в любом случае выбор остается за вами.

Каждый день появляется очень большое количество новых книг, а это значит, что нужно уметь выделиться

Раздел 3. Стил ь написания книги

Конечно же, у каждого автора со временем вырабатывается свой писательский стиль. Я пока написал не очень много книг, но, тем не менее, свой стиль я решил сформировать сразу же, начиная с первой книги.

Я считаю, что стиль написания книги имеет очень большое значение, поэтому начинающим авторам лучше заранее об этом подумать.

Несмотря на то, что «бумага» все больше сдает позиции «цифре», каждый день появляются новые (именно бумажные) книги. А это значит, что нужно уметь выделиться среди всего этого огромного массива.

Да, один из способов выделиться – это яркое оформление книги. В предыдущем разделе я уже отметил, что многие читатели по-прежнему реагируют на «фантики».

Но после покупки книги обычно читают (хотя всякое бывает), и люди уже обращают внимание на внутреннее содержание, а не только на внешнее оформление.

Так вот, интересный стиль может выделять автора на фоне многих других.

Содержание книги, безусловно, имеет самое важное значение, но стиль также является очень существенным фактором, который влияет на оценку книги читателями.

Наверное, нет какой-то четкой технологии и универсальных советов по выбору стиля написания книги.

В этом разделе книги я расскажу о том, как я формировал свой стиль.

Но это вовсе не значит, что всем нужно следовать моему примеру.

Одним из факторов, которые рекомендуется учитывать при выборе деловой литературы, является именно стиль изложения книги

Более того, каждому автору лучше сформировать свой индивидуальный стиль написания книг.

Я в основном пишу книги, которые относятся к деловой литературе. Кстати, неплохие советы по выбору деловой литературы можно найти на сайте www.books-moscow.ru (см. статью «*Как выбирать деловую литературу*» в разделе «**Статьи**»).

Эти советы даются читателям, а это значит, что авторы также должны учитывать данную информацию. Если вы пишете или планируете писать книги по бизнес-тематике, то я рекомендую учесть данные советы. Обратите внимание на то, что одним из факторов, которые рекомендуется учитывать при выборе деловой литературы, является именно стиль изложения книги.

Итак, как я выбирал свой стиль написания книг. Естественно, перед тем как писать книги, я сам прочитал достаточно много книг по интересующей меня тематике. Я прочитал книги многих авторов, но один автор очень сильно выделялся среди всех остальных.

Тот, кто серьезно (а не как в некоторых наших институтах) изучал системный менеджмент, наверняка читал книги Рассела Акоффа. Он считается одним из апологетов такого направления, как «Исследование операций».

У него есть книги по исследованию операций, а есть книги по системам управления. Я когда первый раз прочитал его книги, то сначала никак не мог поверить, что их написал один и тот же человек.

Книги по исследованию операций можно скорее отнести к научным, хотя они имеют непосредственное прикладное применение к управлению компанией. Просто они написа-

Во всех его книгах обязательно присутствует системность изложения материала

ны, скажем так, не для массового читателя. Проще говоря, «грузит» он там, как говорится, по полной программе.



Два студента перед сессией:

- Что читаешь?
- Квантовую механику.
- А чего книга вверх ногами?
- Да какая разница...

Если же взять его книги по системам управления, то они написаны так просто и интересно, что читаются очень легко. Я не сразу разобрался, в чем причина. Когда стал внимательно изучать, то понял, что в этих книгах он приводит очень много примеров из практики.

При этом описывает он их очень просто и понятно, иногда даже с юмором.

Нужно отметить, что во всех его книгах обязательно присутствует системность изложения материала. Все книги очень четко и логично структурированы.

Таким образом, я решил, что в основе моего стиля должны обязательно присутствовать следующие элементы:

- системность изложения материала;
- большое количество примеров из практики; практические вставки в мои книги, подготовленные другими участниками моих издательских проектов (руководители и специалисты различных компаний делятся своим опытом);
- юмор в большом количестве (книги на сложные темы очень тяжело воспринимать без юмора).

Это мой стиль написания деловой литературы. Я ни в коей мере не утверждаю, что он является самым лучшим. Просто он мне самому нравится. Все-таки написание книг

Перед началом активных действий по написанию книги рекомендуется продумать свой стиль написания книги

должно приносить какое-то моральное удовлетворение. То есть ни в коем случае не быть какой-то пыткой. Если не нравится писать книги, то этого лучше не делать.

Хотя может получиться и так, что вначале это занятие не очень-то будет нравиться, но со временем уже будет сложно от него отказаться.

Не хочу здесь хвастаться, но вроде как выбранный мною стиль написания книг нравится и моим читателям. Я сужу об этом по их отзывам, которые они мне присылают по электронной почте, указанной в моих книгах.

Каждому автору, безусловно, нужно будет сформировать свой стиль написания книг и оттачивать мастерство с каждой новой книгой.



Придумайте свой стиль написания книг. Его можно придумать полностью с нуля, а можно позаимствовать у любимых авторов. Только его нельзя полностью копировать. Стиль можно скомпилировать из стилей разных авторов. Если же вам очень нравится какой-то стиль написания книг, то попробуйте в него все-таки добавить что-то новое, свое.

Итак, еще перед началом активных действий по написанию книги, в соответствии с разработанным планом, рекомендуется продумать свой стиль написания книги.

Создайте файл, в который будете записывать все мысли и идеи, связанные с книгой

Раздел 4. Начало работы над книгой

Итак, если вы пришли к выводу, что написание книг, мягко говоря, далеко не удел избранных, определились со стратегией и стилем написания своих книг, то можно переходить к непосредственной работе над первой книгой.

Если вы уже точно знаете, какую книгу хотите написать, и готовы приступить к работе прямо сейчас, то можете сразу переходить к следующему разделу книги⁶ (см. *Раздел 5. «План книги»*).

Если вы пока точно не определились с книгой или хотите написать несколько книг, или можете приступить к этой работе только через определенное время, то я рекомендую начать вот с чего.



Книга – это произведение печати в виде переплетенных с каким-нибудь текстом листов

Создайте файл, в который будете записывать все мысли и идеи, связанные с книгой. Если подумываете о написании нескольких книг, то такой файл нужно создать отдельно для каждой книги.

На самом деле можно использовать и какой-то бумажный носитель, если вам так удобнее.

Лично я ручкой пользуюсь только в том случае, когда под рукой нет ноутбука, а мысль нужно куда-то записать (в про-

⁶ на самом деле те идеи, которые описаны в данном разделе книги, можно использовать и при составлении плана, и при непосредственном написании книги

На прослушивание аудиозаписей уходит очень много времени, а кроме того, все равно потом придется перепечатывать

тивном случае ее можно просто забыть, что уже не раз со мною случалось).

Во-первых, я печатаю быстрее, чем пишу. Во-вторых, почерк у меня тот еще (иногда сам потом не могу разобрать, что я там нацарапал). В-третьих, те наброски, что я делаю в файлах, потом можно будет использовать при написании книги, а текст, написанный на бумаге, все равно придется перепечатывать. Поэтому я предпочитаю записывать мысли и идеи в файлы, но если вам удобнее писать на бумаге, то делайте именно так.

Кстати, есть еще один способ записывать мысли и идеи, которым лично я вообще не пользуюсь. Этот способ некоторые авторы применяют и при непосредственном написании книги. Речь идет об аудиозаписях.

Уже при написании своей первой книги я сразу же отмел этот способ, т.к. уже испытывал его в действии.

При выполнении консалтинговых проектов приходится много общаться с людьми при сборе информации о деятельности компании.

И я пробовал делать записи на бумаге, записи в ноутбуке, записи на диктофон (естественно, с разрешения того, с кем общался).

Лично для меня самым неэффективным способом оказался последний. Записи на бумаге тоже не лучший вариант, т.к. потом приходится тратить немало времени на их перепечатку.

Почему я считаю, что аудиозаписи, мягко говоря, не очень удобный инструмент для написания книги. Да потому, что на их прослушивание уходит очень много времени, а кроме того, все равно потом приходится речь перепечатывать.

Некоторые авторы комбинируют все вышеперечисленные способы фиксирования мыслей и идей, связанных с книгой

При желании можно научиться быстрее читать (чтобы потом перечитывать свои записи) и быстрее печатать, но никто не способен научиться быстрее слушать.

Если включить ускоренное прослушивание, то ничего не разберешь.

Я ни в коем случае не хочу навязывать свое мнение. Если аудиозаписи для вас являются очень удобным инструментом, то не нужно себя «ломать», приучая к какому-то другому способу. Просто здесь я привел свои аргументы в пользу выбора того способа, который использую я сам.

Если же у вас нет такой жесткой привязки к какому-то способу фиксирования своих мыслей и идей, а потом и текста для книги, то рекомендую обратить внимание на тот способ, который применяю я. Аргументы в его пользу я привел выше в этом разделе книги.

На самом деле вовсе не обязательно выбирать какой-то один способ. Некоторые авторы комбинируют все вышеперечисленные способы фиксирования мыслей и идей, связанных с книгой.

Например, те, кто не любят печатать (или не умеют это быстро делать), записывают свои идеи на диктофон, а потом отдают своему помощнику. После того, как тот перенесет их в файл, распечатывают его и начинают работать с бумажным носителем.

Делают на бумаге необходимые правки и опять отдают помощнику для занесения их в файл. Кстати, такой способ они используют и в дальнейшем уже при непосредственном написании книги.

Итак, мысли и идеи по книге, зафиксированные любым удобным для вас способом, помогут вам в работе по напи-

Мысли и идеи могут быть связаны с названием и содержанием книги, особенностями, с тем, как с ее помощью заработать деньги

санию книги. Эти мысли могут быть связаны с самой целью написания книги. Ведь каждая книга должна быть написана как минимум для одной цели.

Кроме того, мысли и идеи могут быть связаны с названием и содержанием книги, ее отличительными особенностями, с тем, как с ее помощью можно заработать деньги и т.д.

Кстати, от способа зарабатывания денег с помощью книги⁷ может зависеть и ее содержание. Например, если книга будет использоваться для продвижения компании и ее продуктов, то нужно будет серьезно проработать и саму концепцию размещения в ней рекламы, и конкретные рекламные блоки.

Подробнее о рекламе в книгах написано в *Разделе 13 «Что и как можно рекламировать и продвигать с помощью книги»*, *Разделе 14 «Рекомендации по размещению рекламы в книгах»*, а также в *Разделе 15 «Креативный и эффективный способ рекламы на обложке книги»*.

Рекомендую в файле с записями по книге указывать дату мысли или идеи, особенно если вы, даже ориентировочно, не представляете, когда сможете начать активно работать над книгой.

Дело в том, что со временем мы можем менять свою точку зрения по какому-то вопросу. Поэтому если вы вернетесь к идее написания какой-то книги через несколько месяцев, а может быть даже и лет, после того как сделали какие-то записи в файл, то, возможно, по-другому отнесетесь к своим прежним мыслям.

⁷ подробнее об этих способах можно прочитать в *Разделе 12 «Как можно заработать на своих книгах»*

Перед написанием книги нужно, если так можно выразиться в данном случае, набрать «критическую массу» мыслей и идей

Кроме того, как это ни странно может показаться, свои старые мысли не всегда можно понять, так же как и понять логику их возникновения.

А когда знаешь дату соответствующей записи, то легче вспомнить и понять, почему она вообще появилась, и что на самом деле имелось в виду.

Итак, по логике, со временем количество мыслей и идей должно перейти в качество. Речь, конечно же, не идет о том, что файл с записями по книге обязательно должен содержать определенное количество страниц или знаков, прежде чем вы начнете активные действия по написанию книги.

Перед написанием книги нужно, если так можно выразиться, набрать «критическую массу» мыслей и идей. То есть вы должны быть более-менее уверенны в том, что вообще есть смысл писать эту книгу, и делать это нужно прямо сейчас. Если пока такой уверенности нет, то лучше подождать. Прежде всего, нужно четко понимать, в чем заключается цель написания данной книги. Цели могут быть разные, и у каждого автора они свои, но все равно, как уже отмечалось, у каждой книги должна быть как минимум одна цель.

Безусловно, никто не может быть на 100% уверен в достижении поставленной цели, но, тем не менее, все-таки непосредственно перед началом работы должна быть определенная уверенность в том, что книга позволит добиться цели (или целей, если их несколько).

Кроме того, желательно иметь хотя бы ориентировочное представление о содержании книги. Если это деловая литература, то должно быть, пусть приблизительное, представление об основных разделах книги.

Вполне возможно, при составлении плана книги, а потом и при ее написании, структура и содержание книги могут измениться

Да, вполне возможно, при составлении плана книги, а потом и при ее написании, структура и содержание книги могут измениться, но все же желательно заранее иметь какие-то прикидки.

Если речь идет о художественной литературе, то необходимо перед написанием книги продумать сам сюжет. Да, он может быть еще не проработан на 100%, но желательно, чтобы какие-то наброски уже были подготовлены.

Хотя некоторые авторы считают, что самое главное – придумать начало и конец художественного произведения, а с тем, что будет внутри, можно разобраться и по ходу работы над книгой.



Если вы решили написать книгу, то начните фиксировать свои мысли и идеи, связанные с ней. Для этого можете использовать тот способ, который считаете наиболее удобным (запись в файл, запись на бумаге, аудиозапись).

Итак, если вы уже точно готовы к непосредственной работе по написанию книги, то можете переходить к составлению ее плана.

При работе над книгой гораздо большее значение имеет процесс *планирования*, а не сам *план книги*, хотя он тоже должен быть

Раздел 5. План книги

Правильная (можно сказать, идеальная) технология написания книги предусматривает обязательное наличие четкого, и желательно детального, плана книги. Считается, что начинать писать книгу можно только после того, как такой план будет подготовлен на все 100%.

Скажу прямо, я – сторонник планирования. Причем данную процедуру я распространяю практически на все: написание книги, создание и продвижение сайта, создание и развитие бизнеса и т.д. Поэтому я на 100% убежден в том, что составлять план книги необходимо. Хотя ко мне это понимание пришло, к сожалению, не сразу.

Когда я писал свою первую книгу, то, к сожалению, план не составлял. Возможно, это было одной из причин того, что вместо одной книги у меня получилась серия из восьми книг, над которой я работал несколько лет.

Хотя, в результате, все и вышло довольно удачно, но мне это стоило слишком больших временных затрат. Сейчас я понимаю, что это время я мог потратить гораздо эффективнее, если бы у меня был план книги. Поэтому теперь я для всех своих новых книг составляю планы и стараюсь их сразу же сделать как можно более подробными и продуманными настолько, насколько это возможно. Вскоре, после того как я стал составлять планы книг, я пришел к выводу о том, что при работе над книгой гораздо большее значение имеет ***процесс планирования***, а не сам ***план книги***.

Несомненно, план должен быть, но я считаю, что можно начинать писать книгу и без окончательной версии ее плана (он не обязательно должен быть проработан на 100%).

Не нужно создавать идеального плана книги, поскольку его, наверное, в принципе быть не может

Не нужно создавать идеального плана книги, поскольку его, наверное, в принципе быть не может. Пожалуй, вряд ли можно написать и идеальный план, и идеальную книгу. По крайней мере я вряд ли буду ставить перед собой такие цели, т.к. считаю, что они вряд ли достижимы.

Лично у меня работа по планированию книги полностью заканчивается незадолго до завершения самого проекта по ее написанию.

Речь идет о том, что план книги у меня может изменяться по ходу работы над ней. Честно говоря, еще ни разу не было того, чтобы план книги у меня хотя бы немного не изменился в процессе ее написания.

Например, еще не было того, чтобы в ходе активной работы над книгой не изменилась ее структура. Да, часть разделов книги, которые были продуманы еще изначально, остаются, но, как правило, появляются новые, а некоторые из старых исчезают.

Итак, мне еще ни разу не удавалось сработать по абсолютно правильной технологии. Все книги я начинал писать до четкой и детальной проработки плана.

Это связано с тем, что на этапе планирования книги не всегда удается все детально проработать. Зачастую у меня нет даже полного списка разделов книги или есть несколько версий плана книги.

Тем не менее я начинаю писать книгу, если уже понимаю, что, по крайней мере, ее цели и концепция мне понятны, а также я знаю, как дальше нужно будет вести работу.

В деталях я разбираюсь уже по ходу работы. Еще ни разу не было, чтобы я не завершил начатую книгу.

При написании книги ни в коем случае не следует бросаться в крайности

В некоторых книгах и статьях, в которых рассказывается о технологиях написания книг, дается такой, как мне кажется, очень жесткий совет.

Их авторы считают, что нельзя начинать писать книгу, если точно не знаешь, о чем будешь писать: от первой мысли до последней.

Если бы я следовал такой рекомендации, то вряд ли бы смог написать хотя бы одну книгу. Данный совет мне напоминает первую стратегию написания книг (см. *Раздел 2. «Стратегия написания книги»*).

Я считаю, что при написании книги ни в коем случае не следует бросаться в крайности.

Одна крайность – это когда вообще практически нет никакого планирования книги, в том числе четкого продумывания цели ее написания, содержания, отличительных особенностей и т.д. В результате, конечно же, что-то может получиться, но вряд ли такая книга будет интересна читателям.

Другая крайность – это когда к подготовке и реализации проекта по написанию книги, наоборот, подходят очень скрупулезно. Пытаются продумать абсолютно все мелочи и детали, связанные с книгой и проектом по ее написанию.

Кроме того, часто при планировании появляется очень большое количество идей, связанных с тем, что из себя должна представлять книга и как ее нужно будет дальше развивать при подготовке новых изданий.



На прилавки поступила новая книга: «Теперь точно все съедобные грибы России». Издание второе. Исправленное.

Не нужно затягивать подготовку плана книги, а начинать ее писать как можно раньше, но концепция книги должна быть продумана

В итоге стадия планирования проекта по написанию книги может очень сильно затянуться. Время будет идти, а книги все не будет, зато ее план будет становиться все лучше и лучше.

Очевидно, что оба эти подхода не могут привести к чему-то хорошему.

Я считаю, что на практике нужно выбрать какой-то промежуточный вариант. Это значит, что, с одной стороны, естественно, должно быть четкое планирование проекта по написанию книги.

Но, с другой стороны, может возникнуть ситуация, когда не будет полной уверенности в том, что нужно поступить именно так, а не иначе (то есть будет как минимум две идеи, например, по структуре книги или по ее содержанию), то в таком случае все-таки необходимо начинать писать книгу. Какое-то приемлемое решение можно будет принять в ходе выполнения данной работы.

Все-таки написание книги – это не строительство дома, хотя и в том, и в другом случае – это проекты. Ну не случится чего-то очень страшного, если вы начнете писать книгу без очень продуманного плана. Вам ведь не нужно будет при ошибке, допущенной на этапе планирования, реально перестраивать фундамент или первый этаж.

Таким образом, нужно стараться не затягивать подготовку плана книги, а начинать ее писать как можно раньше. Конечно же, при этом концепция самой книги должна быть продумана, но очень часто нет четкой, полной и детальной картинки, и начало работы по написанию книги может все время откладываться. Это неправильно. Я сам уже не раз наступал на эти грабли.

Пусть первая версия книги будет небольшого объема, зато потом ее можно будет дорабатывать и постепенно доводить до ума

Пусть первая рабочая версия книги будет небольшого объема. Естественно, в таком виде ее издавать нельзя, т.к. все-таки нужно учитывать минимальные ограничения по объему книги⁸.

Зато теперь эту книгу можно будет дорабатывать и постепенно доводить ее до ума. Доработки могут быть связаны с добавлением в книгу новых разделов или глав, а также с увеличением объема и улучшением качества уже написанного.

При этом, по мере такого планомерного расширения книги, ее концепцию и план можно уточнять и совершенствовать. Таким образом, начинать писать книгу можно до полной и детальной проработки ее плана.

Кстати, в такой недоработанный план нужно записывать различные мысли и идеи, которые в дальнейшем можно будет использовать.

То есть можно поступать так же, как описано в предыдущем разделе книги, где речь идет о том, что нужно записывать в отдельный файл все мысли и идеи, связанные с книгой.

Итак, в любом случае перед началом активной работы по написанию книги ее план, хоть в каком-то виде, должен быть подготовлен. Пример формата плана книги представлен в **таблице №5.1**.

В графе «Раздел» нужно указать названия разделов книги. Если сразу вы затрудняетесь сформулировать название раздела, то в эту графу можно записать несколько набросков или идей, которые в будущем нужно будет обязательно доработать.

⁸ подробнее об этом написано в *Разделе 7 «Объем книги»*

Таблица №5.1. Пример формата плана книги

№	Раздел	Содержание	Примечания

Какое-то предварительное название книги всегда возникает в самом начале, но к концу проекта оно может измениться

Кстати, и название самой книги может быть окончательно определено только в самом конце работы. У меня такое уже было несколько раз.

Безусловно, какое-то предварительное название книги всегда возникает в самом начале, но к концу проекта оно может измениться.

Следует отметить, что структура книги может быть иерархической, а не линейной.

То есть разделы могут разбиваться на главы, а те в свою очередь - на параграфы и т.д.

Если уже сразу понятна структура каждого раздела, то ее лучше зафиксировать.

Если такого четкого видения пока нет, то можно записать какие-то мысли и идеи или пока оставить раздел без детализации.

В графе «Содержание» нужно хотя бы кратко описать то, что должно быть в соответствующих разделах книги. Если по некоторым разделам книги уже понятна их структура, то такие записи с описанием содержания нужно сделать по каждой главе, параграфу и т.д.

И наконец, последняя графа, которую также рекомендуется иметь в плане, – это «Примечания». Поскольку, как уже отмечалось, не всегда получается разработать четкий и детальный план до начала работы над книгой, то желательно иметь возможность сделать несистематизированные примечания, на которые все-таки в будущем нужно обратить внимание.

На самом деле под планом могут находиться и дополнительные примечания. Это и есть те самые мысли и идеи, о которых речь шла еще в предыдущем разделе этой книги.

Чем более детально будет проработан план книги, тем лучше, но не стоит на этом заикливаться

Если вы еще пока не знаете, когда начнете активную работу над книгой, то соответствующие записи можно делать в отдельном файле.

Если вы сразу же планируете начать писать книгу, то все эти записи с мыслями и идеями по книге можно делать в файле с планом книги.

Плохо, когда идеи вообще нигде не фиксируются, но когда они разбросаны по разным файлам, с ними будет сложно работать.



Постарайтесь подготовить как можно более детальный и подробный план вашей книги. Если вы сразу не сможете это сделать, то не стоит из-за этого откладывать начало работы над книгой. План не обязательно должен быть полностью и до конца проработан. В нем могут, помимо четкой структурированной информации, содержаться мысли и идеи, которые в будущем еще предстоит проработать.

Итак, начинать писать книгу можно и до полной проработки ее плана. Но все-таки как минимум должна быть понятна цель (или цели) написания книги, а также ее концепция и хотя бы примерное содержание.

Чем тщательнее будет проработан план книги, тем лучше, но не стоит на этом заикливаться, в противном случае можно вообще не написать ни одной книги.

Вначале можно подготовить первую версию книги, объем которой пока будет слишком мал для того, чтобы ее можно было издавать

Раздел 6. «Кирпичики» для «строительства» книги

После того как вы подготовите план книги, который, как уже отмечалось в предыдущем разделе, не обязательно должен быть в идеальном состоянии, нужно переходить к непосредственному написанию книги. Это и можно считать началом собственно работы над книгой.

Резонный вопрос, который с большой вероятностью могут задать начинающие авторы: а как, конкретно, это делать? На самом деле ответ на этот вопрос уже был приведен в предыдущем разделе.

Вначале можно подготовить первую версию книги, объем которой пока будет слишком мал для того, чтобы ее можно было издавать. А затем можно постепенно детализировать текст, увеличивая его объем. Рекомендации по увеличению объема книги приведены в *Разделе 7 «Объем книги»*.

Даже если использовать только часть из этих рекомендаций, как правило, всегда можно увеличить объем книги до необходимых минимальных значений. Кстати, в первую очередь нужно использовать те подходы, которые не только увеличивают объем книги, но и улучшают ее качество или создают дополнительные удобства для читателей.

Таким образом, в ходе такой доработки будет не только увеличиваться количество текста, но и его качество, что является более важной характеристикой книги, по сравнению с ее объемом.

Итак, создавать «кирпичики», с помощью которых в дальнейшем будет «строиться» книга, можно следующим образом. Нужно взять план книги (см. *Раздел 5 «План книги»*),

На самом деле в ходе работы над книгой может получиться так, что первоначальный план книги очень сильно изменится

первая версия которого (пусть пока не на 100% проработанная) уже должна быть готова до начала активных действий по написанию книги.

В этом плане должна быть структура книги, а также наброски к содержанию (см. **Табл. №5.1**). Еще раз нужно напомнить, что в первой версии плана может и не быть окончательной структуры книги.

Какие-то разделы уже будут прописаны, и даже детально продуманы, а какие-то – нет. Вместо них в плане будут записаны ваши идеи или варианты названия и содержания данных разделов.

На самом деле в ходе работы над книгой может получиться так, что первоначальный план книги очень сильно изменится. Это не имеет принципиального значения, если в итоге книга получится удачной. Нужно помнить, что главное – это результат (книга), а не то, как он достигается.

Хотя и сам процесс, несомненно, имеет значение. Если применение другой технологии написания книги позволит вам получить более качественный результат, то, конечно же, следует поменять технологию.

Но в рамках выбранной технологии существует определенная степень свободы, которой можно пользоваться, поскольку это не ухудшает результат.

Итак, если с какими-то разделами книги вы более-менее определились, то необходимо под каждый раздел создать отдельный файл, в котором нужно будет написать статью по теме раздела, если речь идет о профессиональной литературе. Если вы пишете художественное произведение, то в файлах нужно написать соответствующую часть вашей будущей книги.

Из одной или нескольких базовых идей вы создаете развернутую статью или часть художественного произведения

Таким образом, из одной или нескольких базовых идей, которые записаны в колонке «Содержание» или «Примечание» вашего плана книги вы создаете развернутую статью или часть художественного произведения.

Первые версии таких файлов могут получиться не очень большими, но пока не нужно обращать на это внимание, т.к. при выполнении такой работы нужно учитывать один очень важный нюанс.

Возможно, я до сих пор еще не научился писать качественные и полезные для читателей книги, но у меня еще ни разу не получилось подготовить эти файлы без каких-нибудь примечаний.

В этой книге уже несколько раз упоминалось о том, что еще в начале работы над книгой нужно делать записи, в которых следует фиксировать все мысли и идеи, связанные с книгой и работой над ней (см. *Раздел 4 «Начало работы над книгой»*).

Когда я уже начинаю активную работу над книгой, то я продолжаю делать такие записи, но только уже не в общем файле и не в файле с планом книги, а непосредственно в отдельных файлах, созданных для каждого раздела книги. То есть в тех файлах, которые потом войдут в общий файл с книгой.

Получается так, что все мои первые версии файлов, которые я создаю уже под конкретные разделы книги, обязательно помимо самого книжного текста содержат различные мысли и идеи, которые еще нужно будет в дальнейшем обязательно проработать.

К сожалению, не всегда получается сразу же расписать зафиксированную ранее идею. Кстати, при непосредственной

Написанная наспех книга вряд ли принесет какую-то пользу читателям, но и в другие крайности бросаться не стоит

работе над книгой, как правило, появляются и новые идеи, часть из которых сразу можно «положить на бумагу», а часть требует дальнейшей проработки.

Так вот, когда я потом продолжаю работать над книгой, то просто пытаюсь учесть все свои записи, сделанные в файлах с разделами книги.

Это позволяет и улучшить качество книги, и увеличить ее объем. Правда, делать все это нужно с умом, чтобы не переборщить.

Рекомендую и вам использовать такую же технологию. Только не следует этим уж очень сильно увлекаться. Попытка создать идеал может привести к большому затягиванию сроков проекта по написанию книги.

Например, у меня всегда остаются какие-то нереализованные идеи по каждому разделу книги. Сейчас я это считаю вполне нормальным, хотя раньше, когда работал над первыми книгами, меня это очень сильно раздражало. Мне казалось, что я не достаточно продуктивно поработал над книгой, поскольку осталось много нереализованных идей.

Возможно, когда я буду заниматься переработкой книги перед ее следующим изданием, я и вернусь к этим идеям и постараюсь их как-то учесть. Даже если это и не произойдет, то я не вижу в этом такой уж большой проблемы, особенно если книга в ее нынешнем виде и так уже нравится читателям (правда, об этом не всегда можно узнать).

Я согласен с тем, что всегда нужно стремиться сделать книгу как можно лучше. Написанная наспех книга вряд ли принесет удовлетворение автору и какую-то пользу читателям. Но и в другие крайности бросаться не стоит. Не нужно «вылизывать» свою книгу до бесконечности.

При написании книги часто возникает естественное желание использовать ранее подготовленные материалы

В *Разделе 5 «План книги»* уже упоминалось о том, что при планировании книги может сразу же прорисовываться ее структура. Причем в плане книги может быть зафиксирован не только перечень разделов книги, но и структура каждого раздела. Хотя не всегда получается сразу же продумать такую детальную иерархическую структуру книги. По крайней мере не для всех разделов.

Теперь, когда уже ведется непосредственная работа по каждому разделу книги, можно вновь вернуться к следующему вопросу. Речь идет о том, что в создаваемой статье для каждого раздела книги могут появляться подразделы, главы, параграфы и т.д.

Здесь необходимо оградить будущих авторов от ошибок, которые я сам совершал. Подробнее об этом можно прочитать в *Приложении №1 «Мой опыт написания книг и зарабатывания с их помощью денег»*.

При написании книги часто возникает естественное желание использовать ранее подготовленные материалы.

Например, если речь идет о написании книги на профессиональные темы, то вполне возможно, что в прошлом вы уже писали статьи на ту тему, по которой сейчас планируете написать книгу.

Активная работа над книгой как раз и заключается в том, что вы сначала будете готовить статьи по каждому разделу книги. Конечно же, в такой ситуации вполне логичным кажется использование своих старых статей.

Да, это можно делать, но нужно быть очень внимательным, особенно если «возраст» ваших статей превышает 2-3 года. Это не значит, что старые статьи вообще нельзя никак использовать. Можно, но делать это нужно очень осторож-

Таким образом, использование старых материалов в новых книгах не всегда является удачным решением

но. Хотя, честно говоря, в некоторых случаях какие-то старые статьи, действительно, лучше не использовать в своей новой книге.

Я когда работал над своей первой книгой, старался по максимуму использовать весь наработанный ранее материал, относящийся к теме книги. В результате получилось «лоскутное одеяло», которое потом все равно пришлось «перекраивать». Оказалось, что мои статьи, написанные в разное время, могли не только немного противоречить друг другу, но и даже отличаться по стилистике.

Я понимаю, что это может показаться смешным, но в некоторых случаях, перечитывая свои старые статьи, я реально не смог разобраться в некоторых моментах. Несмотря на то, что все это писал я сам, часть из написанного ранее я понять не смог. Возможно, потому что у меня изменилась точка зрения по каким-то вопросам.

Таким образом, использование старых материалов в новых книгах не всегда является удачным решением.

Завершая данный раздел книги, нужно обратить внимание на то, что работа по написанию книги чем-то похожа на строительство дома, поэтому и используется похожая терминология, когда речь идет о «строительстве» книги с помощью «кирпичиков».

Схожесть обусловлена еще и тем, что в обоих случаях работа является проектной, то есть имеет четкое начало и конец. Только у написания книги есть одно очень важное преимущество по сравнению со строительством дома.

Когда строится дом, то нельзя начинать работу с крыши, начинать всегда нужно с фундамента. А при работе над книгой можно поступать так, как удобнее автору.

Последовательность написания книги не имеет такого принципиального значения, как в случае со строительством дома

Это значит, что начинать активную работу над книгой можно не имея ее плана, проработанного на 100%. Кроме того, начинать можно с любого раздела книги, а не обязательно с первого. Последовательность написания книги не имеет такого принципиального значения, как в случае со строительством дома.



С учетом подготовленного ранее плана книги создайте отдельные файлы под каждый раздел книги, с которым вы уже определились. Постарайтесь как можно более подробно

продумать структуру и содержание каждого раздела. Зафиксируйте все свои мысли и идеи в данных файлах. То есть вам нужно детализировать то, что уже было записано в графе «Содержание» и «Примечания» плана вашей книги.

Если речь идет о книге на профессиональные темы, то подумайте, можно ли будет при ее написании использовать ваши старые материалы (например, написанные ранее статьи). Если их можно будет использовать только после определенной доработки, то сделайте соответствующие пометки в файлах.

Итак, активные действия по написанию книги предполагают постепенное написание ее различных частей. Сначала вы создаете первые версии каждого раздела книги, которые получаются небольшими по объему.

Затем вы детализируете каждый раздел, улучшая качество книги, а также увеличивая ее объем хотя бы до минимальных значений. Подробнее об этом написано в следующем разделе книги.

Некоторые люди просто опасаются того, что их книга получится очень маленькой, поэтому ее нельзя будет издать

Раздел 7. Объем книги

Есть разные причины, из-за которых многие так и не решаются на написание хотя бы одной книги. Одна из этих причин заключается в том, что некоторые люди просто опасаются того, что их книга получится очень маленькой, поэтому ее нельзя будет издать.

В этом разделе книги как раз рассмотрены различные способы увеличения количества страниц в книге. Но перед тем как начать рассматривать эти способы, нужно понять, почему объемный параметр книги все-таки имеет важное значение, хотя и не такое существенное, как содержание книги и ее качество.

Ограничения по объему книги

В предыдущих разделах уже не раз затрагивалась тема, связанная с объемом книги. Мое личное мнение по данному вопросу такое.

Пожалуй, объем книги – это единственный ее параметр, который имеет только одно ограничение.

Поэтому здесь нет какой-то золотой или позолоченной середины, как, например, в случае со стратегией написания книги или с ее планом.

Ограничение сверху

Я считаю, что объем книги нужно ограничивать только снизу, но никак не сверху. Иными словами, должно быть какое-то минимальное количество страниц, но максимального быть не должно. Проще говоря, чем больше будет книга, тем лучше, причем с нескольких точек зрения.

Если вы написали уже много страниц, а вам есть о чем еще написать, то не нужно себя ограничивать

Только нужно правильно воспринять данную информацию. Я ни в коем случае не хочу сказать, что во *всех без исключения случаях*, чем больше страниц в книге, тем она лучше. Конечно же, это не так. Но если вы написали уже много страниц, а вам есть о чем еще написать, то не нужно себя ограничивать.

Исключение могут составлять книги, издаваемые для целевой аудитории, которая очень плохо воспринимает большие книги. Да, в таких случаях нужно себя искусственно ограничивать по объему. Во всех остальных ситуациях в таких ограничениях нет особого смысла.

Более того, с коммерческой точки зрения большой объем книги имеет несколько преимуществ. Таким образом, если вы пишете книгу для зарабатывания денег, то чем больше в ней текста, тем лучше.

Только в этом случае я не рекомендую издавать одну большую книгу. Лучше выпустить серию книг, если речь идет о какой-то профессиональной литературе, или серию рассказов – в случае с художественной литературой.

Во-первых, можно больше заработать на продаже книги (если вы планируете зарабатывать от продаж). Психология человека так устроена, что он с большей вероятностью выложит определенную сумму за несколько книг, чем эту же сумму, но только за одну книгу.

К примеру, платить 5 тыс. руб. за одну, пусть даже очень большую книгу, станут не многие. Но если эту книгу разбить на несколько, то с такой же суммой читатель расстанется гораздо легче. По-сути, будет продан тот же объем текста, только в глазах читателя он будет выглядеть более солидным, за который не жалко заплатить и побольше.

Чем больше текста в книге, тем больше потенциального контента для сайта, который можно продвигать

Об этом хорошо знают те, кто профессионально занимается продажами. Заключить один контракт на очень большую сумму всегда труднее, чем много, но на небольшие суммы. Кроме того, читателя может интересовать только один или несколько разделов большой книги, поэтому он может не захотеть ее покупать.

Если же книга разбита на серию, то у читателя будет возможность купить именно то, что его интересует. К тому же при прочтении книги, вполне возможно, он поймет, что на самом деле нужны и остальные книги из этой серии. Кстати, способствовать такому пониманию могут перекрестные ссылки, сделанные в каждой книге из этой серии.

Во-вторых, если в книге размещается рекламный блок, то, несомненно, будет лучше, если вместо одной книги выпустить серию. Ведь чем больше книг, тем больше рекламы. Второй аргумент, естественно, касается книг на профессиональные темы, а не художественной литературы, хотя и там может размещаться реклама (например, других книг автора).

Наконец, есть еще один аргумент в пользу больших книг. В данном случае не важно, будет это одна большая книга или серия сравнительно небольших. Чем больше текста в книге, тем больше потенциального контента для сайта, который можно продвигать⁹ с помощью этой книги.

Когда я стал более подробно изучать различные технологии продвижения сайтов, то пришел к выводу, что контентная стратегия продвижения сайта в долгосрочной перспек-

⁹ подробнее об этом можно прочитать в книге Александра Карпова «Создание и продвижение сайтов. НЕпрофессионал для НЕпрофессионалов»

Не нужно применять какие-то верхние ограничения по количеству страниц книги

тиве является самой эффективной и наименее затратной по деньгам.

Короче говоря, с помощью моей *серии книг «100% практического бюджетирования»* я смог очень хорошо продвинуть сайт **www.bud-tech.ru**, хоть и не являюсь профессионалом в данной области¹⁰.

Таким образом, за исключением вышеприведенной ситуации (целевая аудитория не будет читать большие книги), не нужно применять какие-то верхние ограничения по количеству страниц в книге.



Не все знают, что Лев Толстой многое сократил в своем произведении «Война и мир». Изначально он хотел написать роман в 8-12 томов. Но однажды во сне ему явились школьники 231-й московской школы и в грубой форме попросили его этого не делать.

Ограничение снизу

Что касается ограничения снизу, то я считаю, что оно все-таки должно быть. Это ограничение связано с двумя факторами: производственным и маркетинговым.

С точки зрения технологии производства выпуск очень тонких книг может сказаться на их качестве, особенно если речь идет об издании книги в мягкой обложке.

Для производства таких книг используется технология КБС – клеевое бесшовное сцепление. Не нужно быть специалистом в производстве, чтобы понять простую вещь. Чем меньше у книги площадь склеивания, тем хуже она будет

¹⁰ подробнее об опыте автора в продвижении сайтов можно прочитать в книге «Создание и продвижение сайтов. НЕпрофессионал для НЕпрофессионалов»

Чем больше книга, тем больше у нее и корешок, на котором можно разместить название книги

держаться. Проще говоря, если книга будет очень тонкой, то она может просто развалиться, если ее широко раскрыть при прочтении или просмотре уже в книжном магазине.

Кстати, верно и обратное. Очень толстые книги тоже могут разваливаться, правда, по другой причине. Площадь склейивания у них приличная, но нагрузка на корешок при раскрытии больше.

Но большой объем книги, как уже отмечалось выше, не является проблемой, поскольку ее при необходимости можно разбить на серию книг.

А вот с книгой маленького объема уже ничего не сделаешь. Все равно придется увеличивать ее объем.

Кстати, есть еще одна производственная проблема, связанная с выпуском очень тонких книг. Чем тоньше корешок книги, тем сложнее точно попасть в него тем текстом, который размещается на корешке. Если текст, размещаемый на корешке, немного сдвинется от центра на большой книге, то это не будет бросаться в глаза. Если книга очень маленькая, то даже сдвиг на миллиметр сразу же будет замечен и затруднит прочтение текста.

А вот здесь мы уже плавно переходим ко второму (маркетинговому) фактору, обосновывающему введение нижнего ограничения по объему книги (минимальное количество страниц).

Чем больше книга, тем больше у нее и корешок, на котором можно разместить название книги.

Очевидно, что чем более крупным шрифтом написано название, тем легче его разглядеть на книжных полках, поскольку книги очень часто «смотрят» на покупателей корешком, а не лицевой обложкой.

У тонких книг вообще нет никаких надписей на корешке, поэтому заметить такие книги на полках магазинов труднее

Таким образом, чем легче заметить книгу, тем больше будут ее продажи. Понятно, что большой объем книги вовсе не гарантирует хорошие продажи. Но в книжных магазинах очень много книг, поэтому лучше чтобы ваша книга была заметнее других.

Взгляните на очень тонкие книги. У многих из них вообще нет никаких надписей на корешке. Такие книги на полках книжного магазина можно и не заметить.

При поиске книг в интернете количество страниц в книге вообще не имеет никакого значения, но все-таки объемы продаж в офлайне, по крайней мере пока, являются достаточно большими, чтобы пренебрегать этим каналом распространения.

На самом деле есть еще один фактор, который обосновывает введение ограничения на минимальный объем книги. Правда, применим он не абсолютно для всех книг, а только для книг на профессиональные темы, да и то не для всех. Если вы пишете книгу, связанную, например, с каким-то разделом менеджмента, то вряд ли она будет иметь какую-то практическую пользу для читателя при небольшом количестве страниц.

Кстати, это была одна из причин, по которой в конечном итоге тихо «умер», пожалуй, самый известный российский деловой бестселлер конца девяностых и начала двухтысячных годов.

Несмотря на то, что последнее издание книги по объему было очень даже приличным, оно состояло из большого количества маленьких, никак между собой не связанных, статей. Подробнее об этом можно прочитать в *Приложении №2 «История создания одного бестселлера»*.

Объем книги может измеряться в двух величинах: количество страниц и количество знаков (без пробелов)

Итак, все-таки нужно учитывать минимальное ограничение на количество страниц в книге. Лично я пришел к такому выводу. Книга должна иметь как минимум 130-140 страниц. Правда, есть нюанс. Нужно заранее знать, на какой бумаге будет печататься книга. Приведенный здесь мною ориентир соответствует бумаге плотностью 65 гр./кв.м.

Если для производства книги будет использоваться более тонкая бумага, то, соответственно, и минимальный объем страниц нужно увеличивать.

Способы увеличения объема книги

Итак, теперь рассмотрим все основные способы увеличения объема книги (см. **Рис. 7.1**), если пока она не соответствует минимальному ограничению.

Вовсе не обязательно сразу применять все эти способы. К тому же они подходят не для всех типов книг. Но все же среди них есть такие, которые позволяют не только увеличивать объем, но и способствуют улучшению книги в различных аспектах, имеющих значение для читателей.

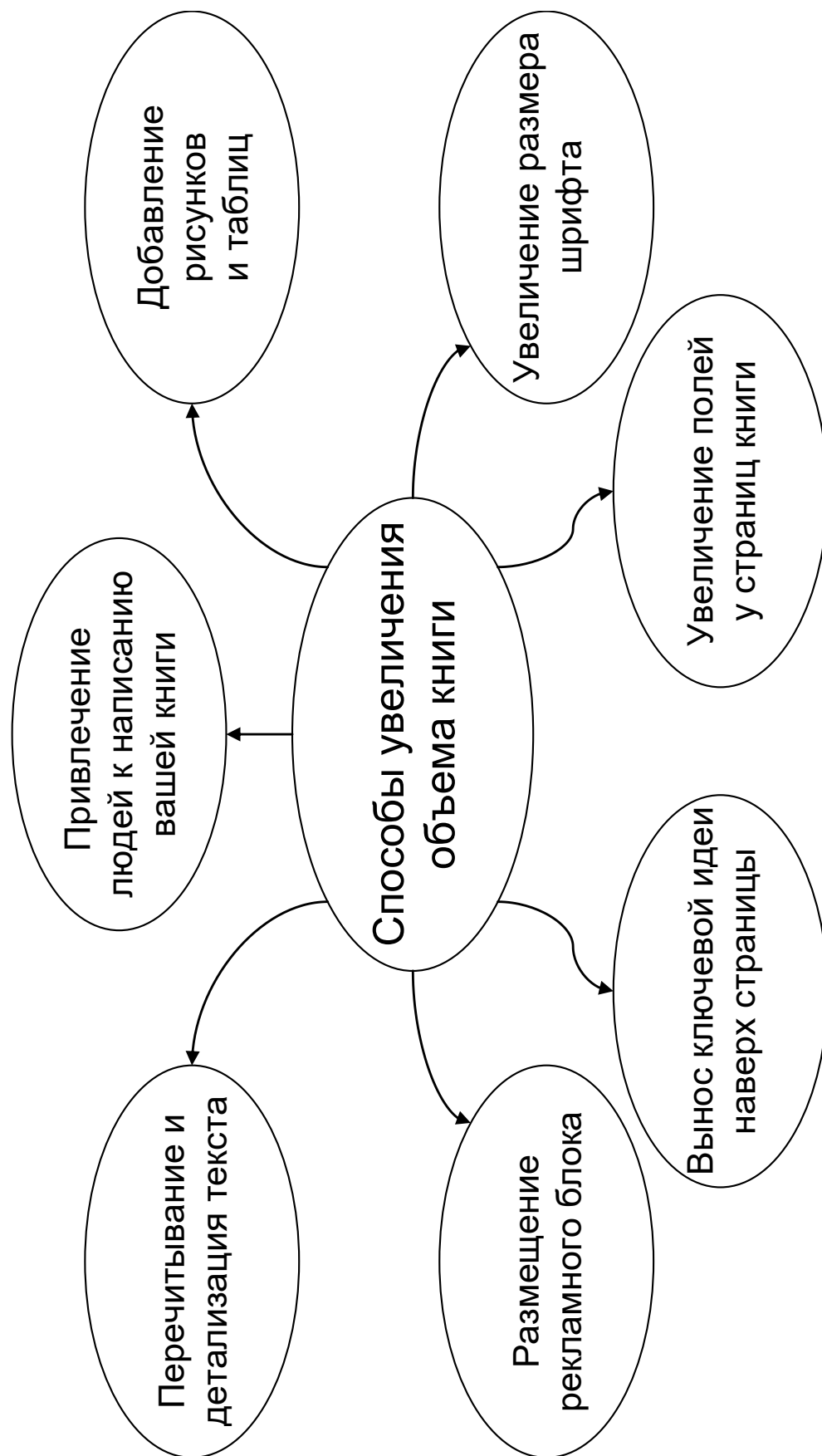
Кстати, нужно обратить внимание на то, что объем книги может измеряться в двух величинах: количество страниц и количество знаков (без пробелов).



Книга рецептов от Д. Донцовой. Книга занимает 700 страниц и включает в себя один рецепт. Рецепт держит в напряжении до самого конца... И до последней страницы не ясно, в какой момент засыпать пельмени.

Часть из рассматриваемых в этом разделе способов позволяет увеличить и количество страниц, и количество знаков, а остальные — только количество страниц.

Рис. 7.1. Основные способы увеличения объема книги, часть из которых улучшает и ее качество



Можно не только увеличить объем книги, но и улучшить качество ее текста, что является самым важным параметром книги

Перечитывание и детализация текста

Первый способ, который всегда нужно применять, поскольку с его помощью можно не только увеличить объем книги, но и улучшить качество ее текста, что является самым важным параметром книги, заключается в следующем.

Каждый раздел книги, с которым вы работаете, нужно перечитывать по несколько раз. Но опять-таки не должно быть перегибов.

По «сто раз» не нужно перечитывать, т.к. прогрессивное человечество может и не дожить до того светлого дня, когда наконец-то будет издана ваша книга.

Практика показывает, что когда перечитываешь текст, то обязательно приходят в голову какие-то новые идеи, которые позволяют и текст улучшить, да и объем увеличить.

К тому же не нужно забывать о том, что при подготовке первой версии текста, скорее всего, в файлах будут оставаться непроработанные идеи (см. *Раздел 6. «Кирпичики» для «строительства» книги*).

Как раз ими и можно заняться при повторной работе над текстом. Понятно, что таких заходов может быть несколько. Со временем вы уже для себя решите, какое количество итераций для вас достаточно, чтобы, с одной стороны, качество книги было приемлемым, а, с другой стороны, сроки написания книги укладывались в разумные границы.

Напомню, количество переработок текста должно зависеть не только от объема, но и от качества.

Возможно, для наработки «массы» книги вам достаточно сделать пять итераций, а для улучшения качества – восемь (со временем качество написания книг, конечно же, будет

Если делать паузы между перечитками, то можно и увеличить объем, и улучшить качество книги

повышаться). В таком случае, безусловно, нужно ориентироваться на качество, т.к. объем в данном случае не является для вас приоритетом.

Только необходимо учитывать один нюанс. Например, вы решили сделать пять итераций. Следует иметь в виду, что объем текста, полученный после этих пяти заходов, будет разным при двух возможных вариантах.

Вариант первый. Вы сразу раз пять подряд перечитываете текст.

Вариант второй. Сначала вы перерабатываете текст примерно раза три. Потом делаете паузу. Только паузу не в работе над книгой, а паузу в работе именно над этим разделом. То есть не нужно совсем прекращать писать книгу.

Через какое-то время вы еще раз перечитываете этот текст и опять делаете паузу.

Затем опять возвращаетесь к этому же разделу книги и делаете окончательный заход.

Так вот, при втором варианте объем текста будет больше, а качество выше.

Когда вы перечитываете один и тот же текст много раз подряд, то, естественно, он будет увеличиваться, но незначительно. Если же делать паузы между перечитками, то с большей вероятностью вам в голову придут какие-то новые идеи и мысли, которые можно будет использовать и для увеличения объема, и для улучшения качества книги.

Кроме того, когда работаете над другими разделами книги, у вас могут появиться новые идеи, относящиеся и к данному разделу книги, ведь все-таки книга должна быть одним целым. Разбиение на части должно носить условный характер.

Можно по-разному перечитывать текст. Один вариант – перечитывать текст прямо в файле, второй – распечатать текст на бумаге

Завершая рассмотрение данного способа увеличения объема книги, следует добавить вот еще что.

Можно по-разному перечитывать текст.

Один вариант – перечитывать текст прямо в файле и тут же делать исправления или записывать нереализованные пока идеи.

Второй вариант – распечатать текст на бумаге, перечитывать его и делать соответствующие пометки на бумаге, а потом уже вносить необходимые исправления в файл (или сразу текст добавлять, или пока только фиксировать идеи по доработке текста).



При работе над своей первой книгой старайтесь вести учет количества подходов к перечитыванию текста, которые вам необходимо сделать, чтобы качество книги получилось приемлемым (устраивало бы вас по субъективной шкале оценки хотя бы на 70-80%). Только не нужно гнаться за идеалом. В дальнейшем это позволит вам более точно планировать сроки реализации проектов по написанию книг.

Какой из этих двух способов лучше, я не знаю. Рекомендую попробовать оба и выбрать тот из них, который вам больше всего подходит.

Вариант с бумагой удобен тем, что над книгой можно работать, **и** не имея под рукой компьютер. Но если вам удобнее сразу работать с файлами, то делайте именно так.

Особенно, если для вас это является одним из важных условий, которые необходимо соблюдать для успешного выполнения проекта по написанию книги (см. *Раздел 9 «Условия работы над книгой»*).

Привлечение людей позволит и увеличить объем книги, и сделать ее более интересной для читателей

Привлечение людей к написанию вашей книги

Второй способ, который может позволить и увеличить объем книги, и сделать ее более интересной для читателей подходит в большей степени для книг, написанных на профессиональные темы.

При работе над художественными произведениями его вряд ли можно использовать, по крайней мере я не очень представляю, как это можно сделать. Хотя, пожалуй, есть вариант, правда, он может быть неприемлемым для некоторых авторов (об этом написано ниже).

Итак, данный способ заключается в том, что к участию в работе над вашей книгой можно привлекать других людей. Я стал так делать, начиная с первой же своей книги. Только я это делал не для увеличения объема книги (с этим проблем не было), а для того, чтобы книга стала интересней и полезней для читателей.

Сначала я предлагал принять участие в моем издательском проекте своим знакомым, потом клиентам, а затем вообще абсолютно незнакомым людям, контакты которых находил в интернете. Я предлагал им подготовить свои вставки в мою книгу. Кто-то просто присылал мне свои материалы по теме книги, а кому-то легче было отвечать на вопросы.

Поэтому я подготовил вопросник и рассылал его всем, кто проявлял интерес к данному проекту. С теми, кто присылал готовый материал для книги, безусловно, было легче работать, хотя тексты и приходилось редактировать.

А вот с теми, кто присылал заполненный вопросник, было сложнее. Хуже всего было обрабатывать те вопросники, в которых были слишком краткие ответы на все вопросы.

Участие в моих издательских проектах для них было своего рода тренировкой перед более сложной работой

Я же не мог ответы на вопросы просто поместить в текст книги. Приходилось тратить время на то, чтобы сделать из них какой-то связанный и интересный текст, состоящий не из пары фраз.

Честно признаюсь, далеко не все из тех, кому я предлагал принять участие в моих издательских проектах, соглашались. Более того, не все, кто предварительно давал согласие, затем смогли подготовить свои материалы или заполнить вопросник.

Тем не менее в подготовке каждой моей книги принимало участие не менее шести человек (максимум было одиннадцать). Фото всех участников проекта я размещал на задней внутренней странице обложки.

Под фотографиями, естественно, были указаны их имена, названия компаний, в которых они работали, и должности, которые они занимали.

Та же информация размещалась также и на сайтах. Можно сказать, что это был своеобразный PR и для конкретного человека, и для компании, в которой он работал.

Некоторые из этих участников издательского проекта через какое-то время написали свои собственные книги. Участие в моих издательских проектах для них было своего рода тренировкой перед более сложной работой.

Несколько человек потом решили открыть свой консалтинговый бизнес и для его продвижения стали издавать свои книги. У них это неплохо получается.

Ведь книги – это один из самых эффективных инструментов продвижения для компаний, оказывающих профессиональные услуги (см. *Раздел 13 «Что и как можно рекламировать и продвигать с помощью книги»*).

Можно пытаться как-то кооперироваться с другими авторами, у которых также не хватает текста до минимального объема

Кстати, если кто-то планирует писать книги, относящиеся к деловой литературе, но пока не уверен, что сможет сам подготовить материал, достаточный для издания книги, тоже может потренироваться, приняв участие в моих новых издательских проектах¹¹. Подробности можно узнать, направив мне соответствующее письмо по электронному адресу alex_karpov@mail.ru.

Что касается использования данного способа для увеличения объема книг, относящихся к художественной литературе, то я пока вижу только такой вариант: пытаться как-то кооперироваться с другими авторами, у которых также не хватает текста для минимального объема.

. Например, можно выпустить совместный сборник рассказов или стихов.



Подумайте над возможностью и целесообразностью привлечения других людей к вашим издательским проектам. Это могут быть представители компаний, которые являются вашими клиентами или партнерами по бизнесу.

Возможно, их материалы позволят не только увеличить объем вашей книги, но и сделают ее более интересной и/или полезной для ваших читателей.

Добавление рисунков и таблиц

Этот способ позволяет не только увеличить объем книги, но и улучшить ее качество. Особенно, если речь идет о написании книг на какие-то сложные профессиональные темы,

¹¹ см. краткое описание в разделе «Новые издательские проекты Александра Карпова», размещенном в этой книге после приложений

Для лучшего восприятия информации в книгах на профессиональные темы необходимо ее графическое сопровождение

где для лучшего восприятия информации необходимо ее графическое сопровождение.

Можно сказать, что для таких книг наличие рисунков и таблиц является обязательным. Кстати, многие читатели подобной литературы, находясь в книжном магазине, сначала быстро пролистывают книгу и в первую очередь просматривают графическую информацию, т.к. ее можно гораздо быстрее воспринять, чем текстовую.

Если в такой книге совсем нет никакой визуализации изложенных в ней идей, то велика вероятность того, что ее не купят. При этом сама книга может быть очень хорошего качества с точки зрения ее содержания. Только очень дотошные читатели могут начать читать тексты, когда перелистывают такие книги в магазинах.

Поэтому лучше облегчить вашим читателям выбор, размещая в своих книгах рисунки, диаграммы, таблицы и т.д.

Таким образом, помимо текста в книгу лучше добавлять и графическую информацию.

Что касается художественной литературы, то в книги можно добавлять различные иллюстрации, отражающие какие-то части сюжета книги.



Пройдитесь по всем разделам вашей книги и подумайте, какую графическую информацию там можно разместить. Зафиксируйте все свои идеи в соответствующих файлах.

Следующие способы увеличения объема книг, к сожалению, уже никак не влияют на качество текста, хотя некоторые из них позволяют сделать процесс прочтения книг более удобным для читателей.

Один из самых простых способов увеличения количества страниц – увеличение размера шрифта

Итак, на качество книги эти способы никак не влияют, поскольку они увеличивают количество страниц в книге, но не увеличивают количество символов.

Увеличение размера шрифта

Один из самых простых способов изменения количества страниц – увеличение или уменьшение размера шрифта, которым написан текст книги. Несомненно, при выборе размера шрифта не должно быть перегибов. Очень мелкий шрифт – это так же плохо, как и слишком крупный.

Как-то раз, когда я перерабатывал серию книг «100% практического бюджетирования» перед новым изданием, решил сделать так, чтобы она выглядела поменьше.

Я подметил одну особенность. Когда у меня была только первая книга из этой серии, то практически все участники моих семинаров приобретали эту книгу.

Потом появилась вторая книга. Доля тех участников, которые приобретали книги прямо на семинаре, почти не уменьшилась.

Но по мере увеличения количества книг, эта доля стала уменьшаться. Когда я завершил работу над серией, издав последнюю (восьмую) книгу, у меня практически перестали приобретать книги на семинарах.

Серию книг покупали только те, кто приезжал на семинар на машине. Те, кто приезжал на метро, а также иногородние участники семинара просто не хотели таскать с собой лишние килограммы.

В общем, я решил уменьшить шрифт. Правда, после этого некоторые читатели стали жаловаться на то, что шрифт слишком мелкий и читать не очень удобно.

Размер полей нужно увеличивать, т.к. некоторые читатели прямо в книге делают пометки, поэтому должно быть свободное место

Таким образом, в выборе шрифта, как и во многом другом, не должно быть перегибов ни в одну, ни в другую сторону. К примеру, данная книга написана шрифтом Arial, а размер шрифта равен пятнадцати. Пожалуй, больший размер будет уже перебором. Только нужно учесть, что при верстке на одной странице листа формата А4 размещается две страницы книги.

Увеличение полей на страницах книги

Следующий способ увеличения количества страниц в книге похож на предыдущий. Он заключается в увеличении полей на страницах книги. Кстати, как оказалось, слишком маленькие поля у книги, так же как и очень маленький шрифт, создают неудобство для читателей.

Помню, как я однажды во время перерыва увидел свою первую книгу в руках одной участницы моего семинара. В ней не было живого места. Она была вся исчеркана пометками. Я понял, что размер полей нужно увеличивать, т.к. некоторые читатели прямо в книге делают пометки, поэтому для этого должно быть достаточно свободного места.

Как и в случае с размером шрифта, нужно избегать крайностей и в выборе размера полей на страницах.

Я не утверждаю, что книга, которую вы сейчас держите в руках, имеет какие-то идеальные размеры. Просто для того, чтобы вы могли как-то сориентироваться, информирую о размере полей на страницах этой книги.

Левое и правое поле имеет размер три сантиметра, нижнее – два сантиметра, а верхнее – шесть сантиметров. От края до верхнего и нижнего колонтитула также по два сантиметра. Только еще раз нужно напомнить, что на одной страни-

На верху почти каждой страницы я размещаю одну ключевую фразу, которая повторяется далее на странице, определяя ее суть

це листа формата А4 размещаются две страницы этой книги, то есть при печати поля получаются меньших размеров.

Вынос ключевой идеи на верх страницы

Есть еще один способ увеличения количества страниц в книге, который на самом деле напрямую связан с предыдущим методом. Верхнее поле страницы можно сделать еще больше, но в таком случае его уже нельзя оставлять пустым. Возникает вопрос: а что же там разместить?

Можно сделать, например, так, как я сделал в этой книге. На верху почти каждой страницы я размещаю одну ключевую фразу, которая повторяется далее на странице, определяя ее суть. Обоснование такого решения я привожу в разделе «От автора книги».

Поскольку это вполне разумное решение, то оно и не кажется читателям странным. Надеюсь, что и вам оно не покажется странным ☺.

Следует отметить, что последние два способа увеличения количества страниц больше подходят для книг, написанных на профессиональные темы, а не для художественной литературы. Для книг первого типа применение этих способов имеет какое-то логическое обоснование (поэтому не будет вызывать недоумения у читателей), а для книг второго типа – вряд ли.

Размещение рекламного блока

Следующий способ также относится к тем книгам, которые авторы пишут для зарабатывания денег, но не в виде гонорара. Книги такого типа издаются для продвижения компании, а также ее продуктов и услуг.

Рекламный блок также позволяет увеличить количество страниц в книге, но не нужно слишком сильно увлекаться

Очевидно, что в таких книгах, как правило, есть рекламный блок. Он также позволяет увеличить количество страниц в книге. Опять-таки, не нужно слишком сильно увлекаться. Все-таки рекламный блок не должен занимать значительную часть книги.

Подробнее о рекламном блоке написано в *Разделе 14 «Рекомендации по размещению рекламы в книгах»*.

Примечание: есть еще один, пожалуй самый очевидный способ увеличения объема книги: уменьшение ее размеров (формата). Его нет в списке, потому что не многие авторы согласны на издание своих книг очень маленьким форматом. Я, например, не издаю свои книги форматом меньше А5. Но если для вас это не принципиально, то вы можете воспользоваться и таким способом, если все вышеперечисленные вам не помогли. Только нужно помнить о том, что данный метод не подходит для тех книг, в которых есть графики, рисунки, таблицы и т.д., которые при уменьшении формата книги будет сложно прочитывать.

Итак, при написании книги не нужно себя как-то ограничивать, определяя максимально допустимое количество страниц. Очень большую книгу можно будет разбить на серию книг. А вот следить за выполнением ограничения по минимальному количеству страниц нужно. Способы, описанные в данном разделе книги, помогут всем желающим написать как минимум одну книгу нужного объема.

P.S. Любопытно, что раздел, посвященный объему книги, получился у меня самым объемным ☺. Специально я этого не делал.

Помимо содержательной части технологии написания книг необходимо знать и ее организационную составляющую

Раздел 8. Дисциплина и самоконтроль при написании книги

В предыдущих разделах достаточно подробно описана содержательная часть технологии написания книги. Все это нужно знать и уметь применять. Но помимо содержательной части технологии необходимо знать и ее организационную составляющую.

Ведь содержательная часть технологии написания книги никак не привязана ко времени. В ней описано именно то, что нужно сделать, чтобы написать книгу приемлемого объема и качества. Еще одним важным параметром проекта по написанию книги является время ее создания.

Таким образом, если использовать все рекомендации, приведенные в предыдущих разделах книги, то практически любой человек, определенно, может написать как минимум одну книгу. Только работа над ней может сильно затянуться, если не использовать определенные принципы организации этого проекта. Вся эта организационная составляющая технологии написания книги как раз и рассматривается в данном разделе книги.

Необходимость четкого управления проектом по созданию книги

Для успешного выполнения проекта по созданию книги необходимо научиться планировать и контролировать не только содержание книги (см. *Раздел 5 «План книги»*), но и сам проект по ее написанию.

Для успешного выполнения проекта необходимо научиться планировать и контролировать не только содержание книги

Конечно же, планирование первого проекта по написанию книги, да и его выполнение, может оказаться не очень удачным. К этому нужно спокойно относиться.

Я и сам допустил немало ошибок, когда работал над своей первой книгой (хотя не только над первой).

Подробнее об этом можно прочесть в *Приложении №1 «Мой опыт в написании книг и зарабатывании с их помощью денег»*.

Если честно, то и при работе над этой книгой я умудрился допустить несколько ошибок. Надеюсь, что они будут не очень заметны читателю ☺.

Если бы для своих первых проектов я сразу применял ту технологию, которую постарался подробно описать в этой книге, то получил бы примерно тот же результат, но с гораздо меньшими затратами времени. К тому же я бы за все это время написал гораздо больше книг.

Не факт, что все они получились бы успешными с точки зрения достижения целей их написания, но я считаю, что лучше попробовать что-то сделать, чем сидеть и долго рассуждать о книге и целесообразности ее написания.

Все-таки написание книги – это не хирургическая операция. Поэтому, даже если у вас не получится написать очень хорошую книгу, тем самым вы не причините вреда здоровью ваших читателей.

Если книга получится уж очень плохой, то может пострадать ваша репутация как писателя. Но для того чтобы все это сделать, нужно очень постараться. По крайней мере, если следовать той технологии написания книги, которая изложена здесь, вероятность такого события очень мала, но, тем не менее, это возможно.

Такой параметр, как качество книги, должен быть на одном из первых мест, но только не нужно на этом совсем уж заикливаться

Поэтому, безусловно, такой параметр, как качество книги, должен быть на одном из первых мест, но только не нужно на этом совсем уж заикливаться.

Итак, нужно с первой же книги стараться придерживаться определенной технологии, не забывая ни о содержательной, ни об организационной составляющей.

Я не утверждаю, что технология, описанная в данной книге, самая лучшая.

Более того, я настоятельно рекомендую ознакомиться и с другими книгами на эту тему. При желании можно в каждой из них найти для себя что-то интересное.

Поэтому вы можете следовать рекомендациям, которые даются в разных книгах, если вы считаете их обоснованными и приемлемыми.

Вполне возможно, в ходе работы над своими книгами вы разработаете свою технологию написания книг, которая больше всего будет подходить именно вам, а не кому-то другому. Может быть, потом и свою книгу напишите на эту тему. А почему бы и нет?

Я ведь, когда только начинал писать, не думал, что напишу книгу, в которой буду учить других, как писать книги и как с их помощью зарабатывать деньги.

Таким образом, желательно как можно более четко планировать каждую новую книгу, в том числе и первую. Пусть первые планы будут не очень хорошо выполняться.

К сожалению, нельзя никак по-другому научиться планировать проекты по написанию книг, кроме как начать это делать и постепенно оттачивать мастерство.

Точно так же нельзя сразу научиться хорошо писать. Качество ваших книг будет улучшаться с каждой новой книгой,

Качество ваших книг будет улучшаться с каждой новой книгой, но сразу написать бестселлер дано не многим

но сразу написать бестселлер дано не многим, если вообще дано. Мне например, это не дано, но я и не переживаю по этому поводу.

Я просто стараюсь каждую новую книгу сделать лучше предыдущей, при этом совершенствуя и саму технологию реализации проектов.

И еще раз напоминаю, что зарабатывать с помощью книг можно не только за счет авторских гонораров (см. *Раздел 12 «Как можно заработать на своих книгах»*).

Простая технология планирования и контроля проекта по написанию книги

Упрощенная технология планирования и контроля исполнения проекта по написанию книги состоит в следующем.

Вы пока не планируете сроки завершения проекта, но вы хотя бы определяете минимальный объем текста (например, в количестве знаков без пробелов), который вам нужно будет писать **КАЖДЫЙ ДЕНЬ**.

В MS Word есть опция, позволяющая сделать расчет количества знаков (нужно только выделить текст и выбрать соответствующий пункт в меню программы).

При этом не должно быть никаких отговорок типа «у меня сегодня нет вдохновения (не выспался, много других дел и т.д.)», поэтому я работать над книгой не буду».

Вы ведь на работу ходите каждый день, а не только когда у вас хорошее настроение.

Если уж в какой-то день совсем не вмоготу (действительно, иногда такое бывает), то это значит, что в следующий день нужно сделать двойную норму.

Для того чтобы книга была написана, нужно приучать себя к жесткой дисциплине с самого начала работы

Написание книги в таком режиме очень похоже на занятие спортом. Пропустишь один раз, потом второй, затем и третий, а через какое-то время уже и забыл дорогу в спортивный зал.

С книгой то же самое. Не пишешь день, другой, третий, не видя в этом ничего страшного. В итоге можешь совсем забросить работу над своей книгой.

Для того чтобы книга была написана, нужно приучать себя к жесткой дисциплине с самого начала. В какие-то дни вам придется чуть ли не вымучивать из себя текст. Со мною такое тоже бывало.

Возможно, в такие моменты текст будет недостаточно хорош, но не стоит забывать о том, что вы его будете неоднократно перечитывать, поэтому заметите и уберете всю его «кривизну».

Итак, нужно с самого начала придерживаться правила: каждый день писать какое-то минимальное количество текста.

Исключениями из этого правила могут быть только серьезная болезнь или какое-то действительно неординарное событие. Но плохое настроение ни в коем случае не должно быть причиной того, что в какой-то день вы не работаете над книгой.

Да, никто не спорит, что когда человек на подъеме, он хорошо справляется со многими задачами, в том числе и с написанием книги.

Но это не значит, что для написания книги обязательно нужно ждать наступления каких-то особых дней, когда звезды на небе правильно сойдутся или чего-то типа того. Если этого ждать, то вообще можно ничего не написать.

Нужно стараться планировать работу и соблюдать сроки написания книги, а не только исполнения ЕЖЕДНЕВНОГО лимита

Сложная технология планирования и контроля проекта по написанию книги

Если вы планируете написать за свою жизни не одну книгу, то прямо с первой же книги учитеесь применять более сложную технологию планирования и контроля исполнения проекта.

Речь идет о том, что бы не только контролировать исполнение **ЕЖЕДНЕВНОГО** лимита, определяющего минимальный размер текста, который вы должны написать. Нужно стараться планировать и соблюдать сроки написания всей книги.

Безусловно, это гораздо сложнее сделать, чем просто контролировать выполнение ежедневной минимальной нормы, которую вы для себя сами определили.

Сложность объясняется следующими причинами:

- трудно изначально спланировать объем книги;
- не ясно, сколько времени займет подготовка плана книги;
- трудно точно определить, сколько времени можно будет отводить на написание книги.

Когда вы только задумываете написать книгу, очень сложно представить, какого объема она в итоге получится. Особенно сложно это сделать, когда вы хотите написать свою первую книгу.

В моем случае расхождение между задуманным и сделанным получилось просто огромным. Изначально я хотел написать только одну книгу по той теме, которую выбрал в качестве пилотной.

В результате я вместо одной книги по бюджетированию написал целую серию – «100% практического бюджетиро-

Сложно сразу понять, сколько времени нужно выделять для работы над книгой, т.к. на это может влиять несколько факторов

вания»). Получилось самое подробное в Море (это не шутка) практическое руководство по постановке и использованию системы бюджетирования в компаниях и группах.

При работе над следующими издательскими проектами я уже старался не писать такие большие тексты. Поэтому и точность планирования таких проектов была уже намного выше.

Еще одна проблема, с которой может столкнуться начинающий автор, – оценка времени, которое уйдет на планирование книги.

Еще раз нужно отметить, что начинать активные действия по написанию книги можно и до того, как появится полностью подготовленный и проработанный на 100% план книги (см. *Раздел 5 «План книги»*).

Какая-то более-менее приемлемая версия плана книги все равно должна быть готова, в противном случае проект по написанию книги может очень сильно затянуться. Поэтому нужно вводить жесткие ограничения по срокам подготовки плана книги (подробнее об этом написано ниже).

Опять-таки при работе над каждой последующей книгой точность оценки времени, необходимого для подготовки плана книги, будет постепенно увеличиваться.

Наконец, сложно сразу понять, сколько времени у вас займет вся работа над книгой, т.к. на это может влиять несколько факторов.

Во-первых, у каждого человека уже есть какая-то своя текущая загрузка по работе, от которой он не может просто так отказаться или перенести ее на более поздний срок. Можно, конечно, попробовать использовать личное время, но не совсем понятно, как на это отреагируют члены вашей

Объем своей первой книги можно запланировать на минимальном уровне

семьи. Во-вторых, сложно оценить свою производительность труда по написанию книги, особенно для первой книги.

Рекомендации по планированию проекта по написанию книги

Приведу здесь несколько рекомендаций, следуя которым можно улучшить точность планирования проектов по написанию книг.

Объем своей первой книги можно запланировать на минимальном уровне (см. *Раздел 7 «Объем книги», глава «Ограничение снизу»*).

Чтобы легче было сориентироваться, для примера привожу основные параметры этой книги, которые связаны с количественными характеристиками:

- количество страниц формата А5 – 170;
- суммарное количество знаков (без пробелов) в книге – 178 270;
- количество знаков (без пробелов) в книге без учета рекламного блока – 169 688;
- количество знаков (без пробелов) в рекламном блоке – 8 582 (5% от всего текста книги);
- шрифт Arial, размер – 15 (в файле формата А4);
- параметры интервала текста книги:
 - перед и после – 0;
 - междустрочный: множитель – 1.1;
- размер заголовков (в файле формата А4):
 - заголовок первого уровня – 24;
 - заголовок второго уровня – 22;

Что касается сроков подготовки плана книги, рекомендую ограничить себя максимум двумя неделя

- заголовок третьего уровня – 18;
- параметры интервала заголовков:
 - перед – 12 (у заголовка первого уровня – 0);
 - после – 6;
 - междустрочный: одинарный;
- размеры полей у страниц:
 - левое и правое поле – 3 сантиметра;
 - нижнее поле – 2 сантиметра;
 - верхнее поле – 6 сантиметров (потому что наверху страницы располагается ключевая фраза);
 - от края до верхнего и нижнего колонтитула – 2 сантиметра.

Примечание: нужно учесть, что при верстке на одной странице листа формата А4 размещается две страницы этой книги, поэтому размеры шрифта и полей на странице на самом деле при производстве книги получаются меньше.

Теперь, чтобы определиться хотя бы с ориентировочными сроками реализации проекта, нужно попытаться оценить время, которое уйдет на подготовку плана книги, и время, необходимое для выполнения непосредственной работы по написанию книги.

Что касается сроков подготовки плана книги, рекомендую ограничить себя максимум двумя неделями. Это для первой книги, а для следующих книг можно ограничиться и неделями. Этого вполне достаточно, учитывая, что первая версия плана может быть проработана не на все 100%.

Для того чтобы оценить время, которое потребуется для непосредственного написания книги, можно поступить следующим образом. Предполагаемое количество знаков без пробелов (исходя из того, что книга будет минимального

В течение нескольких дней писать текст для вашей будущей книги и отмечать, какое количество знаков (без пробелов) написали

объема), которое будет содержаться в книге, разделить на ежедневный лимит. К полученному количеству дней можно добавить еще около 1-2 недель – это время уйдет на окончательное оформление книги перед ее отправкой в издательство.

Для того чтобы перед написанием первой книги определить ваш ежедневный лимит по минимальному количеству знаков (без пробелов), нужно применить следующий несложный подход.

Попробовать в течение нескольких дней писать текст для вашей будущей книги и отмечать, какое количество знаков (без пробелов) вам удастся написать.

Да, плана книги у вас может еще и не быть. Но наверняка вы будете уверены в том, что при любом раскладе какие-то разделы в книге уже будут. Вот с этих разделов и можно начать, чтобы измерить вашу производительность труда при написании книги.

На самом деле со временем она будет увеличиваться, но для первоначальных оценок производительности этим можно пренебречь.



Постарайтесь определить ориентировочный срок написания вашей книги. Рассчитайте ваш ежедневный лимит по минимальному количеству знаков (без пробелов).

Для этого попробуйте несколько дней писать текст для вашей книги и измерять сделанное (в количестве знаков без пробелов). Затем рассчитайте среднюю величину. Это и можно будет считать вашим ежедневным лимитом. Затем, исходя из минимального объема книги (в знаках без пробелов), оцените срок реализации проекта по написанию вашей книги.

Deadline – действительно достаточно эффективный инструмент, применение которого позволяет выполнять проекты в срок

Итак, приведенные выше рекомендации позволят вам более-менее эффективно управлять проектом по написанию книги и подготовить ее в разумные сроки.

Есть еще одна рекомендация, которая по определенной причине стоит особняком. О ней и пойдет речь в следующей главе.

DEADLINE (дедлайн)

Вряд ли найдется человек, который ни разу не слышал про дедлайн. Это действительно достаточно эффективный инструмент, применение которого позволяет выполнять проекты в срок или, по крайней мере, не очень сильно их затягивать. Естественно, его можно использовать и при работе над книгой.



К хорошим сотрудникам в Новый год приходит Дед Мороз, а к плохим – Дед Лайн

Точно могу сказать, что сейчас мои первые книги по содержанию остались бы прежними, но времени на их написание было бы потрачено как минимум на 30-40% меньше, если бы я использовал жесткое ограничение по времени (дедлайн).

Естественно, речь идет о чистом времени, затраченном на написание книги, а не о времени, которое проходит с момента начала работы над книгой до полного завершения проекта по ее написанию.

Я еще при выполнении консалтинговых проектов заметил, что наступает такой момент, когда дальнейшее увеличение времени на выполнение работы практически никак не влия-

Пусть вначале дедлайн будет определяться с явным запасом. Это все равно лучше, чем его отсутствие.

ет на улучшение ее качества. Правда, основная сложность использования такого действительно эффективного инструмента, как дедлайн, заключается в том, что не совсем понятно, как определить тот самый момент, после которого дальнейшее выделение времени на реализацию проекта практически ничего не даст с точки зрения улучшения качества результата.

К сожалению, это приходит только с опытом. Тем не менее я рекомендую использовать этот инструмент, начиная с самой первой книги. Пусть вначале этот самый дедлайн будет определяться с явным запасом. Это все равно лучше, чем его отсутствие.

Работа над книгой требует четкой дисциплины. Жесткое ограничение сроков завершения проекта как раз способствует развитию дисциплины и самоконтроля.

Если не будет какой-то границы, то работа над книгой может затянуться на очень длительный срок, и это вовсе не означает, что в результате книга получится более качественной.

Но у дедлайна есть и обратная сторона медали. Такой инструмент, как дедлайн, очень активно используется в журналистике.

Возможно, этим определяется одна из причин низкого качества многих статей. Уточню, что речь идет не об оценке качества текста, а качества выполнения работы по его созданию, а, следовательно, качества содержания текста и его практической пользы для читателей.

Может быть, журналистов действительно очень сильно перегружают работой, поэтому у них физически не хватает время, чтобы написать нормальную статью или подготовить

Никто из журналистов не удосужился выяснить истинную проблему, с которой столкнулись горнолыжные курорты

репортаж. Приведу лишь три примера, хотя их намного больше.

В одну из зим в Европе выпало очень мало снега. Во многих газетах и журналах (а также по телевидению) трубили о проблемах, с которыми сталкиваются европейские горнолыжные курорты из-за отсутствия осадков.

Никто из журналистов не удосужился выяснить истинную проблему, с которой столкнулись горнолыжные курорты, хотя на это не потребовалось бы много времени.

Проблема заключалась не в том, что снег с неба не падал, а в том, что очень долго держалась плюсовая температура. Отсутствие осадков для большинства горнолыжных курортов вообще не проблема, т.к. есть снеговые пушки, которые производят столько снега, сколько нужно. Проблема была в том, что он таял.

И другой пример. В один из кризисов публиковалось много статей о проблемах, которые из-за него возникли. Помню, была статья в одном солидном журнале, посвященная большим проблемам, возникшим на автомобильном рынке России в связи с кризисом.

Журналист писал, что некоторые автодилеры для борьбы с падением продаж делают для покупателей очень выгодные предложения.

В частности, он писал, что есть такая акция, когда покупаешь одну машину, то вторую (правда, очень маленькую) можно получить в подарок.

Я обратил внимание на эту статью, потому что выбирал себе тогда новую машину. Естественно, меня это заинтересовало. Кто же откажется от такого выгодного предложения? Поэтому я решил собрать более подробную информацию

Журналист, готовивший статью, не удосужился кликнуть мышкой, чтобы открыть страницу с этим «суперпредложением»

об этом интересном предложении. Действительно, на сайте одного официального автодилера я заметил рекламный баннер, на котором было написано о том, что при покупке определенных моделей можно получить в подарок маленькую машинку.

Оказалось, что журналист, готовивший статью, не удосужился кликнуть мышкой, чтобы открыть страницу с этим «суперпредложением».

Увидев на сайте этот баннер, он решил, что так оно и есть на самом деле. В реальности же речь шла о лотереи.

Тот, кто покупал автомобиль, участвовал в розыгрыше той самой маленькой машинки. Как у нас проводятся лотереи, наверное, писать не стоит.

Еще один пример связан с книгой, которая, несмотря на свое низкое качество¹², в свое время была настоящим бестселлером деловой литературы.

Первая часть этой книги написана журналистами. Причем изначально каждая глава книги выпускалась в виде статьи в одном из журналов. По мере накопления статей они оформлялись в виде книги.

Кстати, работа по написанию книги по сравнению с подготовкой статей для журналов или газет имеет одно очень выгодное преимущество.

И в том, и в другом случае можно использовать дедлайн, но завершение проекта по написанию книги (при явной необходимости) можно немного сдвинуть. В случае с подготовкой статьей для периодических СМИ этого сделать нельзя, поскольку никто не будет ждать опаздывающих.

¹² речь идет именно о качестве (и полезности для читателя) самой книги, а не о качестве текста

При планировании работы по написанию книги не должно быть перегибов ни в одну, ни в другую сторону

Очередной номер журнала или газеты при любом раскладе должен выйти в срок, при этом неважно, какого он будет качества – главное, чтобы вышел. Именно поэтому большая часть статей, из которых состояла книга, получилась, мягко говоря, не очень хорошего качества.

Но, тем не менее, поскольку коммерческому успеху книги способствовало несколько обстоятельств, она умудрилась продержаться в бестселлерах более пяти лет. Подробнее об этом можно прочитать в *Приложении №2 «История создания одного бестселлера»*.

Поэтому такое вот жесткое использование дедлайна иногда может выйти боком. Так что данный инструмент (впрочем, как и многие другие) нужно использовать с умом.

Таким образом, при планировании работы по написанию книги не должно быть перегибов ни в одну, ни в другую сторону. Это значит, что должно быть жесткое ограничение сроков написания книги, но оно все-таки должно быть реалистичным.

Еще раз напоминаю: пусть первые дедлайны будут определяться с явным запасом. Это все равно лучше, чем его отсутствие.

Хотя некоторые считают, что если сразу себе давать явно больше времени, чем нужно, то в итоге результат все равно не будет готов и к этому времени.

Вообще-то, это, безусловно, зависит от уровня дисциплинированности. Если он довольно высокий, то дедлайн можно определять, исходя из наиболее вероятной оценки. Если он низкий, то, наоборот, его можно занижать.

Вполне возможно, что первый результат не будет готов к намеченному сроку, но зато дедлайн будет стимулировать

Если сложно определить конечную дату, то можно вводить ограничение по количеству чистого времени, которое тратится на книгу

вас работать быстрее, и в итоге вы выполните работу к своему «реальному» дедлайну.

Кстати, если вам очень сложно определить конечную дату, к которой вы обязательно должны написать книги, то можно вводить ограничение хотя бы по *чистому времени*, которое будет потрачено на написание книги.

Для контроля выполнения данного лимита я рекомендую вести учет фактического времени, израсходованного на работу над книгой.

Такой учет времени очень просто вести в электронных таблицах. С этим справится любой, даже не очень опытный, пользователь.

В качестве примера привожу данные по времени, которое у меня ушло на написание этой книги.

На выполнение этого проекта я потратил около 70 часов чистого времени. Если взять промежуток времени между началом планирования книги и полным ее завершением, то у меня ушло на написание этой книги 2.5 месяца.

Честно говоря, я писал ее не каждый день, т.к. вел работу одновременно над несколькими книгами. Кроме того, приходилось выделять время на создание материалов для всех сайтов, которые я поддерживаю.

Я уж не говорю о том, что львиная доля моего времени уходит на основную работу. В среднем в день я писал по 2.1 страницы (160/75), содержащие 2263 знаков (169688 / 75) без пробелов. Кстати, рекомендую отслеживать еще и вот какой параметр, по которому можно будет судить о вашей производительности труда.

Когда вы напишете книгу и вам будет точно известно, сколько чистого времени вы на это потратили, сколько по-

Производительность труда при работе над книгой – сколько в среднем времени уходит на написание одной тысячи знаков

лучилось в книге знаков без пробелов, то можно посчитать, сколько в среднем времени у вас уходит на написание одной тысячи знаков.

Этот параметр и есть ваша производительность труда при работе над книгой.

При работе над этой книгой тысячу знаков без пробелов я писал примерно за *полчаса чистого времени*. Это ни в коем случае нельзя считать каким-то общепринятым нормативом. Эту информацию я привожу просто для ориентира.



Постарайтесь определить свою начальную производительность труда при работе над книгой. То есть измерьте время, которое вам необходимо для написания тысячи знаков

(без пробелов). Для этого нужно попробовать написать несколько текстовых блоков для вашей книги и засечь точное время. Затем время разделите на написанное количество знаков (без пробелов), деленное на тысячу.

Измеряйте свою производительность труда и после завершения работы по написанию книги. Данную информацию вы сможете в дальнейшем использовать при планировании проектов по написанию ваших новых книг.

У каждого автора есть свои особенности. Кто-то просто не умеет быстро печатать, поэтому у него данный показатель может быть значительно выше, то есть написание одной тысячи знаков может занимать гораздо больше времени.

При работе над каждой новой книгой этот параметр должен улучшаться.

Сначала изменения могут быть очень значительными, но со временем значение данного параметра достигнет определенного предела, который уже будет сложно существенно

Я рекомендую ориентироваться именно на количество знаков без пробелов, поскольку это более объективный показатель

улучшить. Очевидно, что невозможно бесконечно улучшать производительность.

Итак, при использовании такого инструмента, как дедлайн не должно быть перегибов.

Например, если я буду планировать чистое время, которое мне потребуется для написания книги примерно такого же объема, как и эта, то я не буду себе устанавливать лимит в два раза меньше фактического времени, затраченного мною на работу над данной книгой, т.к. это может привести к резкому ухудшению ее качества.

Кстати, я рекомендую ориентироваться именно на количество знаков без пробелов, поскольку это более объективный показатель.

Форматы книг могут быть разными, а значит, может отличаться и количество страниц в книгах, имеющих примерно одинаковое количество знаков.



Теперь, когда вы рассчитали свою производительность труда и определили минимальный лимит по ежедневному объему, можете приступать к активной работе по написанию книги. Для этого начинайте работать с файлами, которые вы подготовили для каждого раздела книги.

Кроме того, периодически возвращайтесь к плану книги, особенно если он не был на 100% доработан.

Если при работе над каким-то разделом книги вы пришли к выводу, что по каким-то причинам пока не можете его доработать, то не теряйте время – переходите к работе над другим разделом.

Без дисциплины и четкого контроля работа по написанию книги может превратиться в долгострой

Таким образом, для успешной реализации проектов по написанию книг нужно знать не только содержательную часть технологии, но уметь применять и ее организационную составляющую.

Необходимо помнить, что без дисциплины и четкого контроля работа по написанию книги может превратиться в долгострой.

Если вы считаете, что пока вам не хватает самодисциплины, и вы нуждаетесь во внешнем контроле, то я могу вам в этом помочь.

Подробнее об этом можно прочитать в *Разделе «Интернет-курс «Моя первая книга»* (см. стр. 163).

Если нет возможности полностью сконцентрироваться на данной работе, то вряд ли получится написать хорошую книгу

Раздел 9. Условия работы над книгой

Этот раздел у меня самый маленький, поскольку наиболее важным условием успешного выполнения проекта я считаю четкое выполнение технологии написания книги, изложенной в предыдущих разделах (+ *Раздел 10 «Завершение работы над книгой»*).

Дополнительным условием для работы многие авторы считают определенную внешнюю обстановку.

Согласен с тем, что если нет возможности полностью сконцентрироваться на данной работе, то вряд ли получится написать хорошую книгу.

Но это, пожалуй, единственное существенное дополнительное условие, которое должно быть выполнено (помимо следования технологии).

Лично мне все равно, в какой именно комнате я буду работать над книгой, какой там будет стол и стул, какой будет внешняя обстановка и т.д.

К примеру, эту книгу я написал в неотремонтированном подвале своего таунхауса. Нештукатуренные стены и потолок, куча всякого хлама вокруг («добро», нажитое непосильным трудом) мне совершенно никак не мешали.

Честно признаюсь, самая продуктивная работа у меня получается в ночное время.

Я согласен с тем, что это вредно для здоровья, но эффективность работы в это время у меня самая высокая, т.к. никто не мешает и ничто не отвлекает.

На самом деле, если для вас условия работы имеют принципиальное значение, то не имеет смысла пренебрегать

Нужно добиться того, чтобы вам было комфортно работать над вашей книгой

ими. Нужно добиться того, чтобы вам было комфортно работать над вашей книгой.

Если для вас принципиальное значение имеет стул и/или стол, за которым вы будете работать, то выберете то, что вам больше всего нравится.

Если нужно, чтобы во время работы над книгой звучали какие-то мантры, то включите их (если это мешает другим, оденьте наушники).

Короче говоря, создайте себе все условия, при которых вам будет удобно и комфортно работать над вашими книгами. Тогда вам будет приятен и сам процесс написания книг, и те результаты, которые при этом будут получаться.



Подумайте, какие условия вам необходимо создать для успешной работы над вашей книгой. Постарайтесь сделать так, чтобы все эти условия были выполнены.

В написании книги, как и во многих других делах, главное – *результат*, а не *процесс*

Раздел 10. Завершение работы над книгой

В этой книге есть специальные разделы, посвященные началу и завершению работы над книгой, поскольку, как уже отмечалось, написание книги должно быть *проектом*, а не *процессом*.

По объему этот раздел сравнительно небольшой, но он имеет очень важное значение, потому что в написании книги, как и во многих других делах, главное – *результат*, а не *процесс*.

Еще раз напоминаю, что данная работа должна быть именно проектом, а не процессом.

Хотя если хотите заняться этим только ради процесса, то это ваш выбор. В таком случае данный раздел книги, впрочем, как и большинство из предыдущих, не имеет для вас особого значения.

Конечно же, на конечный результат влияет и то, как организована и выполняется работа, но все-таки в большей степени необходимо концентрироваться на вашей книге, а не на том, как вы ее пишете.

Несомненно, тот факт, что черновик вашей книги превысил минимально допустимый объем (см. *Раздел 7 «Объем книги»*), не может считаться критерием успешного завершения работы над книгой. Но все-таки это говорит о том, что «критическая масса» у книги уже есть, поэтому ее можно доработать и запускать издательский проект.

К этому моменту наверняка не все идеи у вас будут проработаны. Речь идет о тех записях, которые могли появиться еще в начале работы над вашим проектом (см. *Раздел 4*

Попытка создать идеальную книгу может привести к тому, что вы так за всю жизнь и не напишите ни одной книги

«Начало работы над книгой») при составлении плана книги (см. *Раздел 5 «План книги»*), а также при непосредственной работе по ее написанию (см. *Раздел 6 «Кирпичики» для «строительства» книги*).

Да, вполне возможно, реализация этих идей может улучшить вашу книгу. Но вопрос в том, сколько еще времени на это уйдет. Кроме того, при проработке этих идей у вас могут возникнуть новые, на реализацию которых также потребуется время и т.д.

При таком подходе к написанию и улучшению книги может возникать большое количество итераций, и не факт, что они когда-то закончатся.

Таким образом, при написании книг очень важно уметь ставить точку. Попытка создать идеальную книгу может привести к тому, что вы за всю жизнь так и не напишите ни одной книги. Поэтому еще раз обращаю ваше внимание на то, что не стоит придерживаться стратегии написания идеальной книги (см. *Раздел 2 «Стратегия написания книги»*).



Лучшее – враг хорошего

Доволен ли я на 100% хоть одной своей книгой? Однозначно, НЕТ. Стали бы они лучше, если бы я уделил им больше времени. Скорее всего, да.

Но, к сожалению или к счастью, качество книги растет далеко не прямо пропорционально выделяемому на ее написание времени (см. *Раздел 8 «Дисциплина и самоконтроль при написании книги»*). Поэтому нужно учиться ставить точку в проектах по написанию книг.

С опытом придет понимание того, что работу над книгой уже можно завершать и готовить ее для издания

С опытом к вам придет понимание того, когда работу над книгой уже можно завершать и готовить ее к изданию. К сожалению, невозможно определить какой-то конкретный критерий завершенности, поскольку он связан с ощущениями, а их нельзя как-то формализовать.

Каждый раз, когда я работаю над новой книгой, у меня в какой-то момент возникает ощущение, что уже можно закругляться и готовить книгу к изданию.

Все свои нереализованные идеи я переписываю в новый файл, с которым будут работать при подготовке нового издания книги.

Опять-таки, при переработке той же книги у меня снова остаются нереализованные идеи, часть из которых я прорабатываю при подготовке следующего издания книги и т.д. В этом разделе следует привести некоторые дополнительные разъяснения относительно завершения работы над книгой. Самым главным критерием, безусловно, является ваша оценка полученного результата, но с учетом того, что идеала не бывает.

Итак, если вы считаете, что в принципе книгу можно издавать, несмотря на то, что не все идеи вы успели реализовать, можно переходить к окончательной доработке.

Считать, что проект по книге завершен, можно только после того, как вы будете готовы отправить файл в издательство. Это должен быть уже **полностью готовый файл**.

Причем в файле, помимо текста книги с **четкой структурой**, должна быть и аннотация. Ничто не должно задерживать запуск издательского проекта по выпуску вашей книги. Если по прошествии некоторого времени, вы по-прежнему недовольны результатом, хотя и делали все по технологии,

Это позволит придать вам уверенность в том, что все-таки вы написали не такую уж и плохую книгу, как вам могло показаться

которая описана в данной книге, то есть следующие варианты дальнейшего развития событий.

Вариант первый: продолжать улучшать книгу. Сами понимаете, что конца и края у такой работы может и не быть.

Второй вариант: все-таки поставить точку в данной работе. Если вам немного стыдно за полученный результат, то для самоуспокоения первый раз можете поступить следующим образом.

Вместо того, чтобы отдать книгу в издательство для продажи, попробуйте самостоятельно распространять ее бесплатно для всех желающих.

Причем бесплатно она может распространяться только в электронном виде, т.к. вряд ли найдется издательство, которое будет заниматься распространением бесплатной книги в бумажном варианте.

Кроме того, в этом не заинтересованы и книготорговые организации и магазины.

В этой книге вы можете обратиться к читателям с просьбой присылать вам по указанному в ней электронному адресу свои замечания, предложение и пожелания к следующему изданию этой книги.

Таким образом, вы сможете получить обратную связь с читателями. Вполне возможно, что их оценка будет отличаться от вашей, причем в лучшую сторону.

Это придаст вам уверенности в том, что вы все-таки написали не такую уж и плохую книгу, как вам могло показаться.

Правда, учтите, что эти отзывы нельзя считать полностью соответствующими действительности.

Поскольку книга читателям досталась нахаляву, они будут менее критично ее оценивать. Поэтому у вас может возник-

Возможно, что кто-то из читателей сделает несколько замечаний, которые позволят улучшить следующее издание книги

нуть ощущение, что на самом деле книга читателям понравилась.

Хотя вполне возможно, что кто-то из читателей сделает вам несколько очень ценных критических замечаний, которые действительно позволят улучшить следующее издание книги, распространение которого теперь уже будет осуществляться на платной основе.

Некоторые авторы, перед тем как решиться издавать свою книгу, сначала показывают ее своим знакомым, чтобы получить их оценку. Опять-таки не факт, что при этом можно будет получить объективную оценку.



Дима:

– Оля, ты прочитала мою книгу со стихами, что я прислал тебе позавчера?

– Разумеется! Стихи просто замечательные. Не помню только, куда я положила книжку?

Маленький братишка:

– Оля, ты положила ее под ножку стола, чтобы он не шатался.

Кто-то из знакомых может вам сказать, что ему книга очень понравилась, а кто-то - наоборот, но не факт, что в обоих случаях это будет правдой.



Определите для себя критерии, которые вы будете использовать при завершении работы над книгой. Вполне возможно, что среди них будут и качественные критерии, которые вы будете экспертно (субъективно) оценивать. При этом помните, что не нужно пытаться создать идеал, особенно когда работаете над своей первой книгой.

Любую книгу можно улучшать до бесконечности. Как правило, ни к чему хорошему это не приводит.

Итак, если вы хотите научиться писать интересные книги и делать это в приемлемые сроки, то помимо всего прочего, о чем идет речь в предыдущих разделах книги, вам необходимо научиться ставить точку.

Любую книгу можно улучшать до бесконечности. Как правило, ни к чему хорошему это не приводит.

Нужно нормально относиться к тому, что, возможно, ваши первые книги будут очень далеки от идеала. В этом нет ничего страшного, т.к. вы всегда сможете их улучшить при работе над новыми изданиями.

Я уверен в том, что лучше написать десять неидеальных книг, чем не написать ни одной идеальной.

Этот книжный жанр имеет две очень важные отличительные особенности, которые необходимо учитывать

Раздел 11. Дополнительные советы по написанию книг на профессиональные темы

В этом разделе дается несколько дополнительных советов для тех, кто планирует писать книги именно на профессиональные темы, а не художественную литературу.

Этот книжный жанр имеет две очень важные отличительные особенности, которые необходимо учитывать:

- художественная литература, если она действительно написана качественно, практически не имеет «срока давности», а профессиональная литература со временем очень быстро «стареет» в глазах читателей;
- способы зарабатывания денег с помощью этих двух книжных жанров принципиально отличаются.

Именно из-за этих отличий и нужно учитывать несколько дополнительных рекомендаций, которые приводятся в данном разделе.

Большинство из этих рекомендаций связано с тем, что при выборе книг на профессиональные темы многие читатели в первую очередь смотрят на год издания.

Почему-то считается, что хорошие и полезные книги могут быть только самыми свежими, хотя это вовсе не так. Но читателей в этом сложно переубедить, поэтому необходимо учитывать эту особенность.

Нужно стараться любыми способами не выдавать настоящий возраст книги, раз уж данный параметр является таким важным для читателей.

Таким образом, многие из приведенных ниже рекомендаций можно объединить в одну большую группу, определив ее

Не нужно указывать в книге переменные параметры. Причем неважно, к чему они относятся: к датам, названиям и т.д.

суть примерно так: не указывайте переменные параметры. Причем неважно, к чему они относятся: к датам, названиям и т.д.

Кстати, переменные параметры не нужно указывать еще и потому, что книги на профессиональные темы, помимо всего прочего, издаются и для рекламы авторов и их компаний (см. *Раздел 13 «Что и как можно рекламировать и продвигать с помощью книги»*).

Не указывайте конкретных дат

Не нужно писать о том, что автор книги или компания занимается своей профессиональной деятельностью, например, пять лет. Ведь это – переменная величина.

Это на текущий момент времени – пять лет, а через два года будет уже семь, через три – восемь и т.д. Мало кто при прочтении книги будет учитывать данный момент и заниматься расчетами.

У читателя отложится в памяти, что вы этим занимаетесь пять лет, даже если они вернуться к этой книге через несколько лет.

Лучше указать константу и написать, что автор и/или компания занимается этими вопросами, начиная с такого-то года. Это - как с возрастом человека. Каждый год он меняется, но дата рождения остается постоянной величиной.

В таком случае читатель будет вынужден сделать расчет, и на любой момент времени он будет верным. Ведь книги могут продаваться не один год.

В моем случае одна книга продавалась почти десять лет. Во-первых, она написана по очень узкой тематике, поэтому потенциальная аудитория небольшая, а во-вторых, я силь-

Если в книге будут какие-то графики или таблицы с динамикой показателей, то в них не должны быть указаны конкретные годы

но переборщил с тиражом. Так я там написал, что занимаюсь указанной деятельностью уже десять лет, но через десять лет эта информации уже в два раза не соответствовала действительности.

Таким образом, не нужно указывать никакие переменные величины. Лучше приводить константы.

На самом деле в книгах, написанных на профессиональные темы, лучше вообще никаких дат не указывать. Например, если в книге будут какие-то графики или таблицы с динамикой определенных показателей, то в них не должны быть указаны конкретные годы. Вместо этого лучше написать: 1-й год, 2-й год и т.д.

По возможности не указывайте никаких названий

Названия, указанные в книгах, так же как и даты, могут выдавать ее истинный возраст, который, как уже отмечалось выше, очень важен для читателей.

Есть такие профессиональные области, где изменения происходят очень часто. Хотя все же базовые принципы, как правило, не меняются.

А есть такие сферы деятельности, где изменения очень редки, хотя отдельные личности пытаются преподнести все это читателям с точностью да наоборот.

Одна из самых динамичных отраслей – это информационные технологии и все, что с этим связано. В частности, создание и продвижение сайтов.

Несмотря на то, что в этой деятельности есть ряд базовых моментов, которые вряд ли изменятся в ближайшие годы, тем не менее там то и дело появляются какие-то новые

Помимо неработающих рекомендаций книги выдавало то, что там упоминались названия уже несуществующих сайтов

«фантики», на которые реагируют читатели. Перед тем как самому писать книгу на эту тему, я решил просмотреть несколько книг 5-7 летней давности. Казалось бы, не такой уж и большой срок.

Конечно же, когда я их просматривал, они заставляли меня улыбаться при прочтении практически каждого раздела, потому что большая часть из того, что там написано, уже давно не работает. Кроме того, даже не зная дату издания книг, можно было определить, что они написаны как минимум пять лет назад.

Помимо уже неработающих рекомендаций их выдавало то, что там, например, упоминались названия уже несуществующих поисковых систем и других сайтов, которые также прекратили свою работу. Когда я писал свою книгу на эту тему, старался избегать названий, но все равно мне пришлось использовать некоторые из них. В частности, я вынужден был упомянуть такие компании, как Гугл и Яндекс. Мало того, пришлось писать о некоторых сервисах, которые имеют прямую привязку к названиям этих компаний (здесь уж точно не было поля для маневров). Надеюсь, что в ближайшие годы ни одна из этих компаний и соответствующие поисковые системы не прекратят свое существование или одна из них (не будем показывать пальцем) не «съест» другую. А то придется книгу в нескольких местах переписать ☺.

Не оставляйте прямые ссылки на страницы сайта

По тем же причинам нигде в тексте книги, и тем более на обложке, не нужно указывать прямые ссылки на конкретные страницы сайта.

В книге можно размещать информацию только о названии домена, то есть о главной странице сайта

В книге можно размещать информацию только о названии домена, то есть о главной странице сайта, поскольку она вряд ли изменится.

В рекламном блоке книги может содержаться описание продуктов и услуг компании. Понятно, что очень много информации там размещать не стоит, поэтому необходимо написать, что о подробностях можно узнать на сайте.

Вот в этих местах не нужно указывать ссылку на конкретное название страницы. Лучше словами описать путь на сайте, по которому можно найти соответствующую информацию.

Дело в том, что со временем на сайте могут быть сделаны определенные изменения, которые, в том числе, могут привести к тому, что указанные в книге ссылки работать не будут. Вместо нужной страницы на экране появится информация об ошибке. Такого допускать нельзя.

Безусловно, это очень нежелательное явление для сайта с точки зрения его продвижения. Ведь удалив какие-то страницы, можно потерять трафик, который они приносили с поисковых систем. Поэтому таких изменений желательно не допускать, но все-таки их не стоит исключать совсем.

Кстати, в моем случае произошло именно так. Буквально через пару лет после выхода нескольких моих книги, где размещались прямые ссылки на некоторые страницы сайта, я принял решение о разработке новой версии сайта.

Естественно, все старые ссылки, указанные в книгах, перестали работать, поскольку этих страниц теперь не было.

В будущем я уже не собираюсь делать такие крутые изменения сайта, но на всякий случай я все равно в книгах указываю только название домена сайта. Никаких ссылок на внутренние страницы сайта там нет.

Не нужно в книге указывать цены на продукты и услуги, т.к. они могут меняться гораздо быстрее, чем какая-либо другая информация

Не указывайте цены

Ни в коем случае не нужно в книге указывать цены на продукты и услуги. Данная информация может меняться гораздо быстрее, чем какая-либо другая.

В книге нужно просто написать о том, что актуальную информацию обо всех ценах компании можно узнать на сайте (опять-таки указывая только названия домена, а не внутренние страницы сайта).

Несмотря на очевидность нецелесообразности данных действий, я умудрился допустить и такие ошибки. Просто моя первая книга тиражом в две тысячи экземпляров была распродана за девять месяцев, что для таких узконаправленных книг считается очень хорошим результатом.

Поэтому я и во всех последующих книгах также размещал информацию и о ценах. Только потом, когда издал книгу, которая долго продавалась, до меня наконец-то дошло, что так делать не стоит.

Правда, у меня пока не возникало из-за этого конфликтных ситуаций с клиентами, но все же такого лучше не допускать.

Переиздавайте книги хотя бы раз в три-четыре года

Воспользовавшись советами, приведенными в предыдущих главах данного раздела, можно скрыть настоящий возраст книги. То есть, прочитав текст, читатель не поймет, когда была написана книга.

Но есть одна характеристика книги, которую никак нельзя скрыть – это дата ее издания. Данный параметр обязательно должен указываться на всех книгах.

Если получится так, что тираж вашей книги не будет распродан за три-четыре года, то лучше издавать новый

Поэтому если получится так, что тираж вашей книги не будет распродан за три-четыре года, то лучше издавать новый. Все равно за это время объемы продаж книги резко упадут, и ничего уже нельзя будет с этим сделать.

Поэтому я сейчас поступаю так. Если тираж какой-то моей книги не продается в течение 3-4 лет, то я выпускаю новое издание, а старое потихоньку продаю через свои сайты (на них я не указываю год издания).

Поскольку своего издательства у меня теперь нет, я, по мере необходимости, выкупаю по льготной цене необходимый объем старых тиражей своих книг у издательства, с которым теперь сотрудничаю, и продаю их напрямую клиентам. Объясняю, почему вообще может возникать такая проблема. Дело в том, что читательская аудитория у многих книг, написанных на профессиональные темы, гораздо меньше, чем у книг, относящихся к художественной литературе.

Получается, что потенциальный рынок сбыта гораздо меньше, а экономика производства мало чем отличается. Производить тираж меньше 1000 штук экономически не целесообразно, поскольку удельная себестоимость будет такая, что книгу будет очень сложно продать, не говоря уже о том, чтобы на ней заработать.

Поэтому большинство издательств до сих пор заказывают офсетную печать, а не цифровую. При цифровой печати можно хоть одну книгу произвести, но у нее будет космическая себестоимость. Поэтому многие книги до сих пор производятся офсетным способом минимум по 1000 штук.

Есть две основных стратегии (или два способа) заработка с помощью своих книг: гонорары и увеличение объемов продаж

Раздел 12. Как можно заработать на своих книгах

Книги могут издаваться для различных целей. Некоторые авторы издают свои книги не ради заработка, а из каких-то иных побуждений.

Все они здесь рассматриваться не будут. Речь пойдет именно о том, **каким образом можно заработать с помощью своих книг**.

Есть две основных стратегии (или два способа) заработка с помощью своих книг (см. **Рис. 12.1**):

- получение авторских гонораров и/или доли от продаж книг;
- увеличение объемов продаж своих продуктов и услуг за счет их продвижения с помощью книг.

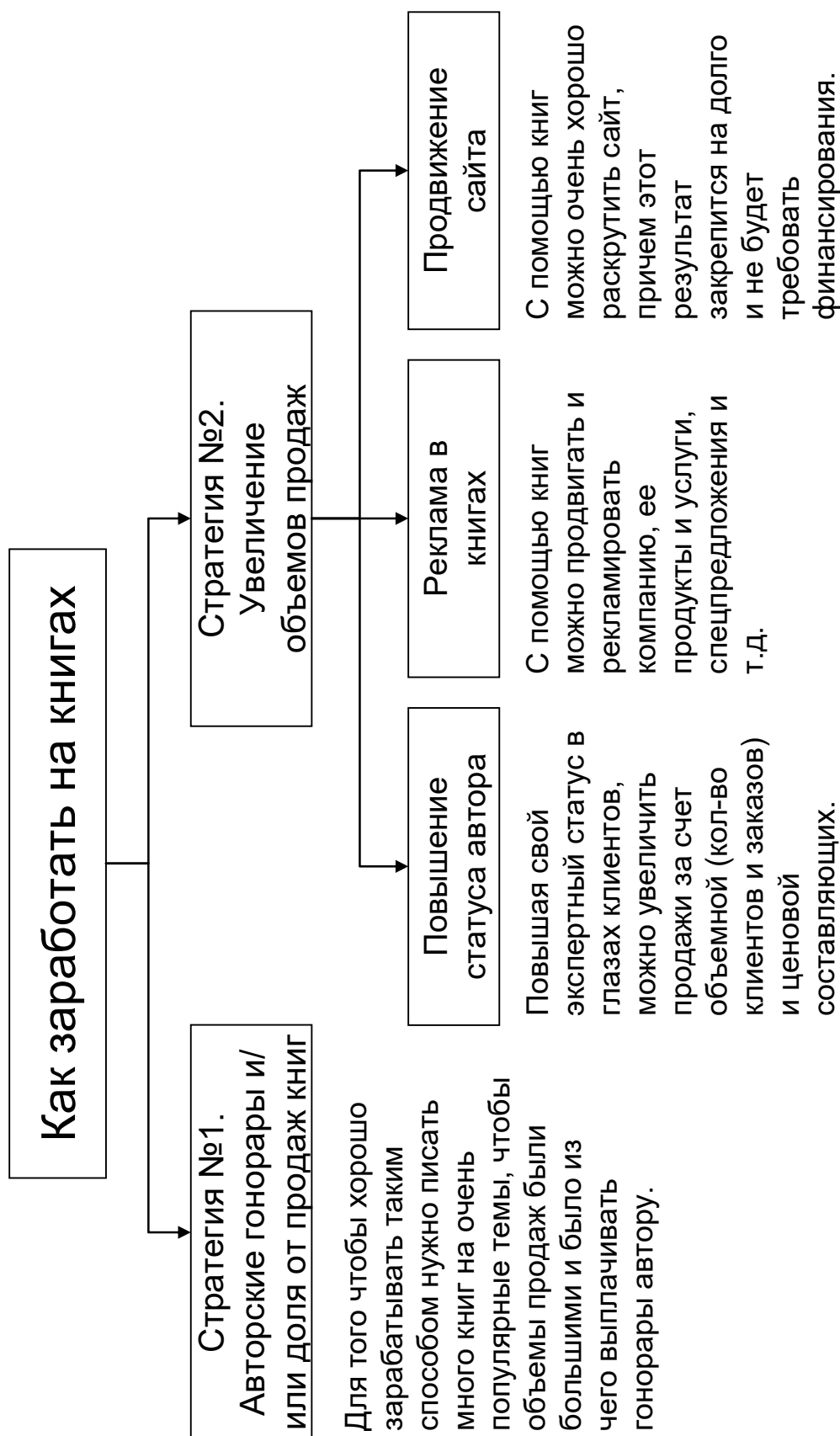
Первый способ (стратегия) заработка на книгах: получение авторских гонораров и/или доли от продаж книг

Для того чтобы зарабатывать первым способом, нужно писать как можно больше книг, причем желательно, чтобы потенциальная читательская аудитория также была как можно шире.

Ведь для того чтобы издательство могло выплачивать своим авторам большие гонорары, книги должны очень хорошо продаваться.

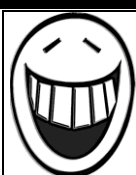
Если вы пишете книги по каким-то узкоспециализированным направлениям, то можете забыть о заработке таким способом.

Рис. 12.1. Основные способы зарабатывания денег с помощью книг



Даже если издавать книгу известного автора, это еще не гарантирует того, что новый проект будет коммерчески успешным

Дело в том, что издательская деятельность очень рискованная и затратная. Если речь идет об издании книги нового автора, то риски становятся еще выше.



Молодой писатель Гоша Кавригин написал книгу. Выпустил ее тиражом 100 тысяч экземпляров. Смотрит – никто не покупает. Решил дать объявление в газету. «Молодой симпатичный миллионер желал бы познакомиться с девушкой, похожей на героиню книги Г.Кавригина». На следующий день весь тираж был раскуплен.

Даже издание книги более-менее известного автора не гарантирует того, что новый проект будет успешным с коммерческой точки зрения.

Поэтому многие издательства при сотрудничестве с новыми авторами гонорары не выплачивают. Более того, предлагают авторам полностью профинансировать проект по изданию своей же книги.

Есть издательства, которые готовы все риски и затраты по проекту взять на себя. И при определенных условиях издание книги для автора может быть абсолютно бесплатным.

Если по факту издательский проект получится коммерчески успешным, то издательство может вернуться к вопросу о гонораре. Но в любом случае гонорары авансом мало кто выплачивает. Для этого нужно быть очень известным автором и писать книги на очень популярные темы, чтобы объемы продаж были большими.

Конечно, при желании, наверное, можно найти издательство, которое выпустит даже узкоспециализированные книги нового автора и при этом еще выплатит ему гонорар, причем сразу же, а не по факту. Правда, я такого издатель-

Вторым способом автор узкоспециализированной книги может заработать гораздо больше

ства не знаю. Но с большой долей вероятности можно утверждать, что вторым способом автор такой узкоспециализированной книги может заработать гораздо больше.

По крайней мере есть издательство, которое готово предложить авторам очень выгодные условия сотрудничества, которые будут способствовать их большему заработку вторым способом.

Второй способ заработка на книгах: увеличение объемов продаж своих продуктов и услуг за счет их продвижения с помощью книг

Второй способ (стратегия) заработка с помощью книг заключается в следующем. Непосредственно на издании книг автор не зарабатывает. Но выпущенные книги способствуют увеличению заработка автора за счет его основной деятельности.

Очевидно, что данный способ в основном может использоваться только теми авторами, кто пишет книги на профессиональные темы и сам занимается оказанием определенных профессиональных услуг или производством и продажей продукции, которую не совсем просто продавать.

Речь не обязательно идет о каких-то сложных продуктах. Сам продукт может быть не таким уж и сложным, но на рынке может быть очень большое количество его различных видов, и процесс выбора осложняется тем, что приходится учитывать много различных параметров.

В таком случае популярностью могут пользоваться книги, в которых рассказывается о том, как выбирать, а затем и об-

Есть несколько направлений, по которым книги способствуют увеличению заработка ее автора

служивать такие продукты, на что нужно обращать внимание, какие там есть нюансы и т.д.

Итак, есть несколько направлений, по которым книги способствуют увеличению заработка автора:

- повышение в глазах клиентов статуса (рейтинга) автора (и компании, в которой он работает) как эксперта в своей профессиональной области;
- увеличение объемов продаж продуктов и услуг за счет рекламы в книгах;
- увеличение объемов продаж продуктов и услуг за счет продвижения сайта.

Повышение в глазах клиентов статуса (рейтинга) автора как эксперта в своей профессиональной области

Если вы занимаетесь определенной профессиональной деятельностью, и при этом цена является не единственным фактором, который принимается во внимание клиентом при выборе специалиста (или компании), то наличие вашей собственной книги (а еще лучше нескольких книг), безусловно, будет только положительно влиять на принятие решения в вашу пользу.

Кроме того, в таких случаях, когда ваш экспертный статус становится выше, то и цены на ваши продукты и услуги могут быть выше, чем у конкурентов, и это не будет отпугивать ваших клиентов.

Нужно отметить, что данное направление поможет больше заработать не только на корпоративном, но и на личном уровне. Речь идет о том, что, издав свою книгу, вы можете увеличить свою ценность не только в глазах клиентов, но и

Если вы напишите свою книгу, то это будет положительно влиять на ваш заработок и на корпоративном, и на личном уровне

потенциальных работодателей. Проще говоря, сможете найти более высокооплачиваемую работу.

Таким образом, если вы напишите свою книгу, то это будет положительно влиять на ваш заработок и на корпоративном (клиенты захотят работать именно с вами), и на личном уровне (работодатели будут заинтересованы в том, чтобы заполучить себе такого ценного работника).

К тому же написание своих книг может быть первым шагом на пути создания и развития своего бизнеса. Кстати, в моем случае получилось именно так. Для продвижения своей новой компании и себя как эксперта я стал издавать книги на профессиональные темы¹³.

Увеличение объемов продаж продуктов и услуг за счет рекламы в книгах

Издавая свою книгу, вы, естественно, можете увеличить объем продаж ваших продуктов и услуг за счет их рекламы в книге.

При этом нужно иметь в виду, что реклама в подобных книгах является очень эффективным инструментом продвижения сразу по нескольким параметрам, которые, к тому же, напрямую взаимосвязаны между собой.

Подробнее об этом можно прочитать в *Приложении №3 «Реклама в книгах – один из самых эффективных инструментов продвижения»*.

Кроме того, с помощью книги можно прорекламировать себя, а также свои продукты и услуги сразу несколькими спо-

¹³ подробнее о моем опыте создания бизнеса с нуля можно прочитать в разделе «Мой опыт в создании и развитии бизнеса с нуля» книги «Создание и развитие эффективного бизнеса с нуля»

Написание книг будет способствовать увеличению продаж ваших продуктов и услуг не только за счет прямой рекламы в книгах

собами (см. *Раздел 13 «Что и как можно рекламировать и продвигать с помощью книги»*).

Есть издательства, которые предлагают своим авторам сотрудничество по различным моделям, в рамках которых можно размещать рекламу в книгах.

Причем в некоторых случаях объем размещаемой рекламы никак не ограничивается. Также не ограничивается и творчество автора при выборе вариантов размещения рекламы как в блоке, так и на обложке книги.

Понятно, что в каждом конкретном издательском проекте с авторами могут обсуждаться и нестандартные модели сотрудничества.

Увеличение объемов продаж продуктов и услуг за счет продвижения сайта

Написание книг будет способствовать увеличению продаж ваших продуктов и услуг не только за счет прямой рекламы, размещаемой в этих книгах (см. предыдущий пункт), но и за счет того, что ваш сайт (или сайты) станет гораздо более известным среди потенциальных клиентов.

Речь идет о том, что с помощью книг можно значительно увеличить посещаемость сайта.

Дело в том, что одним из самых эффективных способов продвижения сайтов является существенное увеличение уникального контента (то есть содержания) сайта.

Проще говоря, чем больше на сайте размещено актуальной информации по соответствующей тематике, тем выше будет показатель посещаемости, а значит, больше клиентов будут обращаться в вашу компанию, что, естественно, приведет к увеличению объемов продаж.

Написание книг – это один из лучших способов создания уникального контента, который необходим для продвижения сайта

Так вот, написание книг – это один из лучших способов создания того самого **уникального контента**, который необходим для продвижения сайта.

Таким образом, получается, что чем больше у вас книг, тем выше посещаемость вашего сайта и тем больше объем продаж ваших продуктов и услуг¹⁴.

Правда, нужно учесть, что в отличие от предыдущей позиции (прямая реклама в книгах) отдача от продвижения сайта наступит не сразу.

Рекламу в книгах ваши потенциальные клиенты увидят сразу же после их выхода в свет, а вот посещаемость сайта будет увеличиваться постепенно. Такова особенность контентной стратегии продвижения сайтов.

Но это не значит, что данное направление выгоднее, чем предыдущее (прямая реклама в книгах). Кроме того, ваши книги нужно использовать по максимуму. Поэтому не следует пренебрегать ни одной из возможностей, которые они вам дают.

Подведение итогов применения книжной стратегии увеличения своего заработка

Итак, в данном разделе рассмотрены различные варианты заработка с помощью книг.

Какой конкретно вариант выбрать, и с какими параметрами – решать вам, в зависимости от ваших целей.

¹⁴ подробнее о продвижении сайтов при помощи книг можно прочитать в книге Александра Карпова «Создание и продвижение сайтов. НЕпрофессионал для НЕпрофессионалов»

В любом случае издание книг прямым или косвенным образом позволит увеличить ваш заработок

Можно однозначно утверждать, что в любом случае **издание книг прямым или косвенным образом позволит увеличить ваш заработок.**

Только я рекомендую сразу выбрать какую-то одну из двух рассмотренных выше стратегий зарабатывания денег с помощью книг (см. **Рис. 12.1**). Попытка «поймать сразу двух зайцев» может, наоборот, привести к финансовым потерям. Кстати, в моем случае произошло именно так. Я, правда, и не пытался заработать на авторских гонорарах, но планировал делать это на продаже книг.

Если бы я знал о том, сколько есть проблем в издательском бизнесе, то даже и не стал бы делать попыток им заниматься.

В общем, ничего, кроме финансовых потерь, а также затрат времени, мне это не дало. Поэтому я понял, что мне лучше сконцентрироваться на второй стратегии. Подробнее об этом можно прочитать в *Приложении №1 «Мой опыт написания книг и зарабатывания с их помощью денег»*.

Итак, еще перед написанием и изданием своей первой книги вам нужно определиться, каким именно способом вы планируете с ее помощью зарабатывать деньги.

На самом деле у каждой книги может быть своя стратегия зарабатывания денег. Но если вы будете писать книги, скажем, только на профессиональные темы, то в данном случае лучше придерживаться какой-то одной стратегии заработка (скорее всего, именно второй).

Несмотря ни на что, до сих пор размещение рекламы в книгах является одним из самых эффективных способов продвижения

Раздел 13. Что и как можно рекламировать и продвигать с помощью книги

Несмотря ни на что, до сих пор размещение рекламы в книгах является одним из самых эффективных способов продвижения. Особенно если речь идет о бизнесе, построенном на оказании различных профессиональных услуг.

Это достаточно широкий спектр, поскольку к профессиональным услугам можно отнести очень большой перечень различных направлений деятельности.

Итак, с помощью книг можно очень эффективно продвигать и рекламировать (см. **Рис. 13.1**):

- автора книги;
- компанию, которую представляет автор;
- продукты и услуги компании или автора (если он работает в индивидуальном порядке);
- сайт автора книги или компании, в которой он работает.

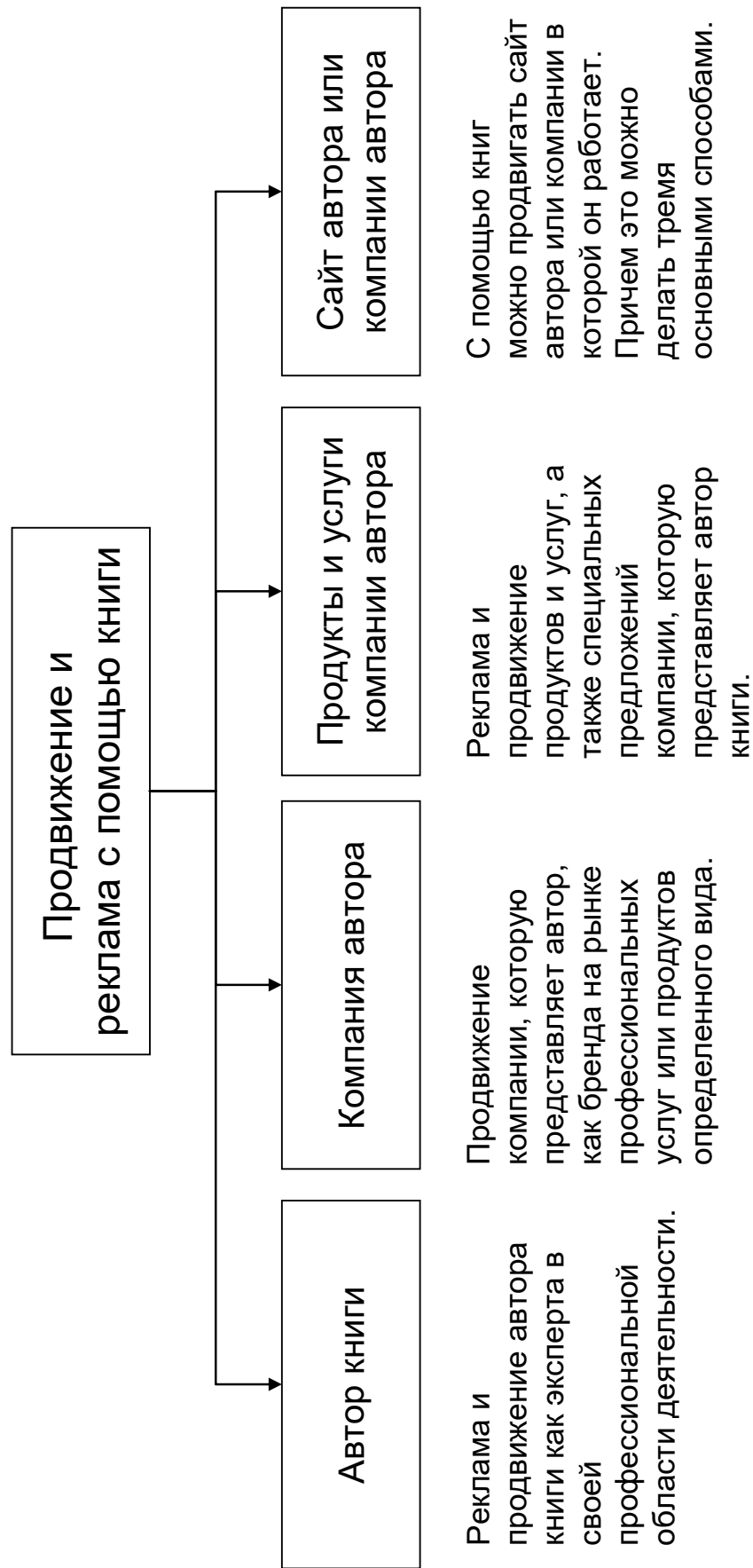
Реклама и продвижение автора книги

Конечно же, с помощью книги в первую очередь можно рекламировать автора как эксперта в своей профессиональной области.

Статьи в журналах или в интернете сейчас пишут очень многие специалисты, но лишь небольшая их часть издала свои книги.

Сейчас на многих рынках, особенно связанных с оказанием профессиональных услуг, наблюдается очень сильная конкуренция.

Рис. 13.1. Что и как можно рекламировать и продвигать с помощью книг



Если вы хотите выделиться среди других специалистов, то наличие своей книги, несомненно, поможет вам в этом

Поэтому если вы хотите выделиться среди других специалистов, то наличие своей книги (а еще лучше нескольких книг), несомненно, поможет вам в этом.

Кроме того, нужно учитывать, что книги, как правило, хранятся гораздо дольше, чем журналы. Поэтому, если вы опубликуете свою статью в каком-то журнале, то с большой вероятностью про нее очень быстро забудут, как и про сам номер журнала, в котором она была опубликована.

Книги же хранятся гораздо дольше в корпоративных или личных библиотеках, а это значит, что ваши книги могут попасться на глаза вашим потенциальным клиентам. Подробнее об этом можно прочитать в *Приложении №3 «Реклама в книгах – один из самых эффективных инструментов продвижения»*.



Набросайте предварительные идеи по рекламе себя как эксперта в определенной профессиональной области. Подумайте, как лучше всего это сделать в вашей книге.

Реклама и продвижение компании с помощью книг

Естественно, с помощью книги можно рекламировать и компанию, которую представляет автор.

Во многих видах бизнеса известность бренда имеет очень большое значение. Издание книг, безусловно, способствует продвижению компании и ее бренда(ов), выделяя его(их) среди многочисленных конкурентов.

Следует отметить, что, опять-таки, для компаний, занимающихся оказанием профессиональных услуг, продвижение

Таким образом, с помощью книги можно рекламировать разные компании, если включить фантазию

своих брендов с помощью книг является очень эффективным инструментом.

Хотя, конечно же, многое зависит от конкретной услуги, и, вполне возможно, не каждую из них можно продвигать с помощью книг. Ведь спектр профессиональных услуг очень широк.

Например, если речь идет о какой-то сравнительно простой работе (скажем, сезонная «переобувка» колес автомобиля), то в данном случае часть автолюбителей (и, возможно, немаленькая) сделает выбор в пользу какого-нибудь вагончика, расположенного на отшибе, а не официального автомобильного дилера.

Когда же речь идет о проведении какого-то сложного ремонта, то многие просто не захотят рисковать и лучше переплатят за бренд, обратившись к официальному дилеру.

На самом деле с помощью книг можно продвигать не только компании, оказывающие услуги.

Если речь идет о товарах, у которых достаточно много важных характеристик, то сделать выбор, порой, бывает не так уж и просто.

Особенно, если товар дорогой, или он требует дорогих расходных материалов.

Если компания издаст книгу, в которой будет советовать читателям, как лучше сделать этот непростой выбор, как в дальнейшем лучше эксплуатировать данный продукт, на какие нюансы нужно обратить внимание и т.д., то в таком случае данная компания имеет больше шансов (по сравнению со своими конкурентами) заполучить новых клиентов.

Таким образом, с помощью книги можно рекламировать разные компании, если включить фантазию.

Для большей эффективности рекламу продуктов и услуг лучше размещать в двух местах: в рекламном блоке и в тексте

Причем это могут быть новые клиенты, которые приобретут сам товар, и в дальнейшем будут обращаться в компанию с целью его обслуживания и ремонта.



Набросайте предварительные идеи по рекламе своей компании. Подумайте, как лучше всего это сделать в вашей книге. Для этого можно использовать и обложку книги, и блок.

Реклама и продвижение продуктов и услуг с помощью книг

Очевидно, что помимо автора и компании, которую он представляет, с помощью книг можно рекламировать и продвигать конкретные продукты и услуги компании.

Причем для большей эффективности рекламу продуктов и услуг лучше размещать двумя способами:

- в конце книги можно сделать рекламный блок, где подробно описать продукты и услуги компании;
- помещать небольшие рекламные баннеры прямо в текст книги со ссылкой на подробное описание, которое можно найти или в конце книги, или на сайте.

Дело в том, что люди по-разному реагируют на рекламу. Одни могут очень даже внимательно изучать рекламный блок, размещаемый, как правило, в конце книги, а другие принципиально могут в него даже не заглянуть.

В таком случае могут помочь маленькие рекламные вставки, размещаемые прямо в тексте книги. Только желательно, чтобы эти вставки были, как говорится, к месту.

Например, если в тексте книги упоминаются какие-то свойства товаров или услуги, которые производит/продает ком-

Написание и издание книг – это один из самых эффективных (в долгосрочной перспективе) способов продвижения сайта

пания, то вполне логично здесь же разместить небольшую рекламу соответствующих продуктов и/или услуг.

Подробнее о рекламе в книгах можно прочитать в *Разделе 14 «Рекомендации по размещению рекламы в книгах»*.



Набросайте предварительные идеи по рекламе продуктов и услуг своей компании. Подумайте, как лучше всего это сделать в вашей книге.

Реклама и продвижение сайта с помощью книг

Наконец, нужно обратить внимание на то, что **написание и издание книг – это один из самых эффективных способов продвижения сайта**.

Объясняется это достаточно просто. Дело в том, что с позиции продвижения сайта написание книг можно рассматривать как создание уникального контента для сайта (об этом уже упоминалось в одном из разделов этой книги).

Чем больше книга, тем больше на ее основе можно подготовить уникального контента для сайта. А чем больше уникального контента размещено на сайте, тем более высокие позиции он занимает в результатах поисковой выдачи.

Необходимо отметить, что с помощью книги можно не только продвигать сайт в интернете (on-line способ), но и напрямую рекламировать сайт в книге (off-line способ).

На самом деле существует еще и третий способ рекламы и продвижения сайта с помощью книги. Его условно можно назвать смешанным, поскольку в нем присутствуют элементы on-line и off-line продвижения.

Рекомендуется использовать все способы рекламы для получения максимального эффекта от каждой вашей книги

Более подробно обо всех вариантах продвижения и рекламы сайта с использованием книг можно прочитать в главе *«Три основных способа продвижения и рекламы сайтов с помощью книг»* моей книги *«Создание и продвижение сайтов. НЕпрофессионал для НЕпрофессионалов»*.



Набросайте предварительные идеи по рекламе и продвижению вашего сайта. Подумайте, как лучше всего это сделать с помощью вашей книги.

Итак, в данном разделе рассмотрены все основные способы продвижения и рекламы с помощью книг. Рекомендую использовать все их для получения максимального эффекта от каждой вашей книги.

Для того чтобы добиться максимального эффекта от рекламы в книгах, рекомендуется придерживаться определенных правил

Раздел 14. Рекомендации по размещению рекламы в книгах

Как известно, книги можно издавать для разных целей. Если вы планируете выпустить свою книгу для того, чтобы на этом заработать, причем хотите это сделать именно за счет увеличения объемов продаж своих продуктов и услуг, то, естественно, вам нужно будет разместить в книге рекламу. Для того чтобы добиться максимального эффекта от рекламы в книгах, рекомендуется придерживаться определенных правил.

Прежде всего, необходимо иметь в виду, что рекламу лучше размещать и на обложке, и в самом блоке книги. Как правило, по очевидным причинам реклама в блоке более подробная, чем на обложке.

Основная задача рекламы, размещаемой на обложке, – привлечь внимание потенциальных клиентов. Реклама в блоке предназначена для более подробного описания продуктов и услуг компании.

Кстати, для достижения еще большего эффекта от рекламы в книге на ее обложке рекомендуется размещать крупную рекламу сайта, указав при этом, что на сайте можно найти еще более подробную информацию о продуктах и услугах компании, чем в книге (см. *Раздел 15 «Креативный и эффективный способ рекламы на обложке книги»*).

Что касается рекламы в блоке книги, то ее можно размещать как в конце книги (очень часто рекламный блок размещается именно на последних страницах книги), так и внутри текста. Причем последняя должна быть не такая навязчивая, как та, что размещается в конце книги.

Есть маленькие хитрости, позволяющие не совершать ошибок и способствующие повышению эффективности рекламы

В блоке книги можно делать, например, небольшие сноски к тексту, в которых как бы вскользь упоминать о том, что, например, более подробную информацию о рассматриваемом вопросе можно прочитать в таком-то разделе сайта.

Или в сноске можно написать о том, что для решения таких-то проблем можно воспользоваться определенным продуктом (или услугой), который на очень выгодных условиях можно приобрести в такой-то компании.

Кроме того, внутри текста книги можно размещать небольшие рекламные баннеры, которые, с одной стороны, не занимают всю страницу, поэтому не очень раздражают читателя, а с другой стороны, бросаются в глаза, поэтому очень сложно не обратить на них внимание.

Помимо базовых правил размещения рекламы в книгах, есть несколько маленьких хитростей, которые позволят не совершить ненужных ошибок и будут способствовать повышению эффективности рекламы. О некоторых из них уже упоминалось в *Разделе 11 «Дополнительные советы по написанию книг на профессиональные темы»*.

Поскольку минимальный тираж книги при офсетной печати составляет 1000 экземпляров и заранее очень сложно определить, как долго она будет продаваться, то лучше нигде в рекламе не указывать цен, поскольку они со временем могут измениться.

Лучше просто написать, в каком разделе (и где именно) сайта всегда можно посмотреть актуальные цены на все продукты и услуги.

Также не рекомендуется размещать информацию о конкретных специальных предложениях и акциях, т.к. они могут носить временный характер.

В любом случае обязательно нужно рекламировать сайт компании. Его название уж точно не изменится.

Вместо этого можно написать о том, что есть такой раздел на сайте, где в любой момент времени можно узнать подробную информацию обо всех действующих спецпредложениях и акциях вашей компании.

Фактический адрес, по которому располагается ваша компания, а также стационарные телефоны, также лучше в книге не рекламировать, поскольку компания можете переехать в новый офис и сменить телефоны. Хотя если ваша компания имеет собственный офис и не планирует переезжать, а также есть номера телефонов, которые даже в случае переезда сохраняются за компанией, то данную информацию можно разместить в книге.

В любом случае обязательно нужно рекламировать сайт компании. Его название уж точно не изменится. Кстати, выше уже упоминалось о том, что в рекламе, размещенной в блоке книги, можно оставлять ссылки на сайт, где можно получить более подробную информацию о компании, ее продуктах и услугах, действующих спецпредложениях и т.д. Так вот, лучше не указывать ссылки на конкретные странички сайта, а писать, что информация находится в таком-то разделе сайта. Это связано с тем, что со временем вы можете переделать свой сайт, причем если переделки будут существенные, то названия страниц также могут измениться. В таком случае, если потенциальный клиент попробует в браузере набрать точный адрес страницы, он может ничего не увидеть.

То есть сами разделы сайта могут остаться, но названия страниц могут измениться, а значит, потенциальный клиент вместо интересующей его информации увидит сообщение о том, что страница не существует.

Если, размещая рекламу в книгах, следовать описанным здесь рекомендациям, то можно добиться высоких показателей конверсии

На самом деле названия страниц сайта лучше не менять, т.к. это очень негативно скажется на его продвижении. Но если уж такое произойдет, то это не должно помешать потенциальному клиенту найти на вашем сайте интересующую его информацию.

Итак, если при размещении рекламы в ваших книгах вы будете следовать описанным здесь рекомендациям, то сможете добиться высоких показателей конверсии, что, естественно, только положительно скажется на увеличении продаж ваших продуктов и услуг.

Что касается размещения рекламы на обложке, то можно воспользоваться одним необычным, но весьма эффективным способом (см. *Раздел 15 «Креативный и эффективный способ рекламы на обложке книги»*).

Одно из лучших мест размещения рекламы в книге – это реклама на ее обложке, поскольку она привлекает наибольшее внимание

Раздел 15. Креативный и эффективный способ рекламы на обложке книги

Если вы хотите издать свою книгу (или книги) именно в целях рекламы и продвижения, то для большего эффекта можно воспользоваться рекомендациями, приведенными в предыдущем разделе книги.

В этих рекомендациях отмечается, что одно из лучших мест размещения рекламы в книге – обложка, поскольку она привлекает наибольшее внимание.

При этом нужно помнить о том, что издание книг – это один из самых эффективных способов продвижения сайта.

И если вы книгу используете, в том числе, и для продвижения сайта, то его название, конечно же, нужно обязательно размещать на обложке.

Практика показывает, что даже если это сделать на всех четырех страницах обложки, то почему-то не все читатели замечают название сайта, если при этом используется не очень большой шрифт.

Я стал размещать названия своих сайтов, начиная с самой первой книги. Причем делал это на каждой из четырех страниц обложки книги.

Представьте мое удивление, когда участники семинаров, которые я регулярно провожу, сетовали, что книги мои у них есть, но про сайт они ничего не знают. Причем это было, мягко говоря, не раз и не два.

Похожее было и с сайтом. Часто случалось, что звонившие клиенты говорили, что не могут найти на сайте расписание наших открытых семинаров, хотя на тот момент времени

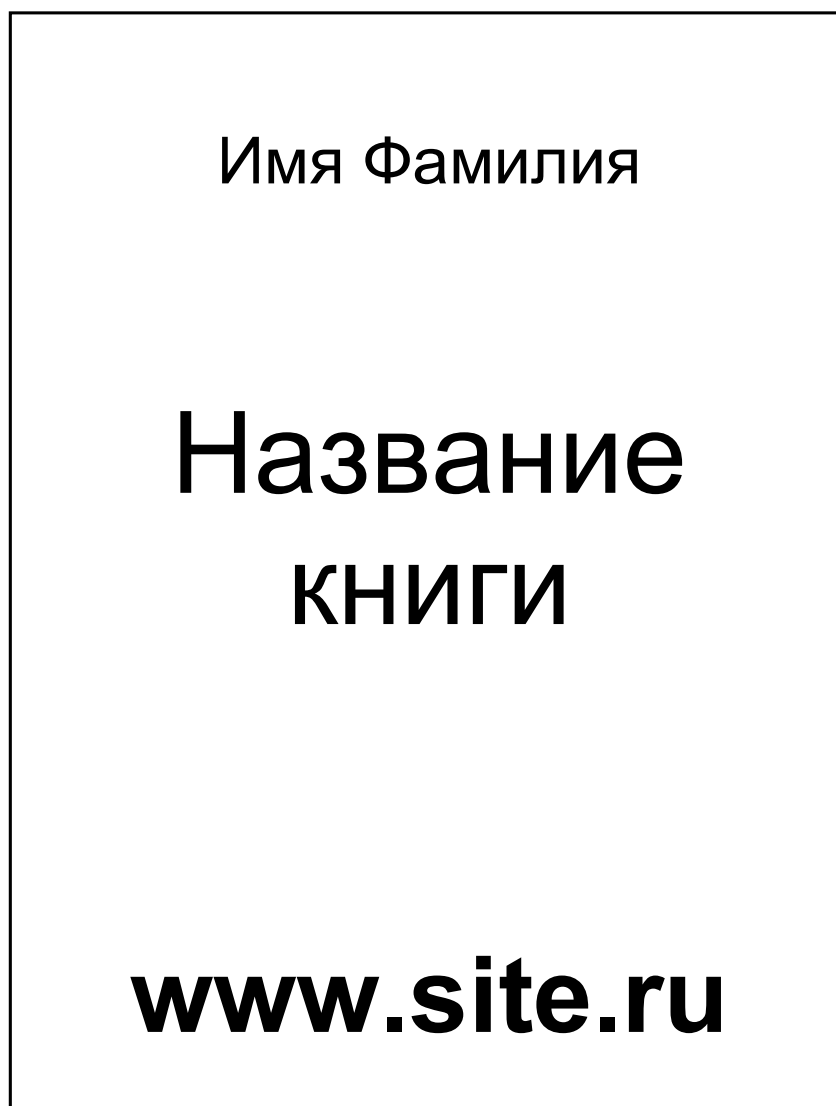
Рекомендуется писать название сайта на обложке книги достаточно крупным шрифтом

чуть ли не в центре сайта большими буквами была размещена ссылка на расписание.

Дело в том, что на сайте использовать крупный шрифт как-то не принято, а на обложках книг это делать можно.

Поэтому рекомендуется писать название сайта на обложке достаточно крупным шрифтом (см. **Рис. 15.1**).

Рис. 15.1. Пример размещения на первой обложке книги рекламы сайта крупным шрифтом



Если размер шрифта будет достаточно крупным, то его можно будет разглядеть, зайдя на сайт интернет-магазина

Это нужно делать для достижения двух целей:

- чтобы читатели, которые приобретут вашу книгу, точно обратили внимание на продвигаемый сайт;
- чтобы потенциальные читатели, которые даже и не приобретут вашу книгу, но увидят ее в обычном или в интернет-магазине, тоже обратили внимание на ваш сайт.

Конечно же, для целей продвижения и рекламы сайта, а также всего того, что можно продвигать и рекламировать с помощью книг, желательно, чтобы ваши книги были приобретены.

Но если по каким-то причинам их не купят, то нужно, чтобы ваши потенциальные клиенты хотя бы обратили внимание на ваш сайт и запомнили его. Тогда есть вероятность того, что они на него вскоре зайдут и из потенциальных клиентов превратятся в реальных.

Причем шрифт, используемый для рекламы сайта на обложке книги, должен быть такого размера, который будет замечен при просмотре книги и в обычном магазине, и в интернет-магазине.

Как правило, в интернет-магазинах помимо описания книги размещают также и скан ее обложки. Если размер шрифта будет достаточно большим, то его можно будет разглядеть, зайдя на сайт интернет-магазина.

Понятно, что на обложках (на всех ее страницах) можно размещать рекламу не только сайта. Там можно рекламировать саму компанию, какой-то продукт/услугу, спецпредложение и т.д.

Для того чтобы заработать деньги на книге, она должна быть, для начала, издана, а затем – хорошо распространяться

Раздел 16. Как издать и распространять свою книгу

В предыдущих разделах достаточно подробно рассказано о технологии написания книги, а также об основных способах зарабатывания денег с помощью книг.

Кроме того, даны дополнительные рекомендации, которые позволят больше заработать тем авторам, которые выбрали для себя вторую стратегию зарабатывания денег с помощью книг (см. *Раздел 12 «Как можно заработать на своих книгах»*).

Вне зависимости от того, какую стратегию заработка вы выберете, для того чтобы заработать деньги на книге, она должна быть, для начала, издана, а затем – хорошо распространяться.

Поэтому после того, как вы напишете свою книгу (или книги), вам нужно будет найти издательство, которое займется реализацией проекта по ее выпуску, а затем и продажей. Это будет основным каналом продаж вашей книги.

Если вы издаете книги на профессиональные темы и планируете заработать, придерживаясь второй стратегии, то для достижения большего эффекта вы можете заниматься и самостоятельным (платным или бесплатным) распространением своих книг.

Речь идет о том, что можно раздавать или продавать свои книги потенциальным клиентам для того, чтобы в будущем они стали вашими реальными клиентами.

То есть книги можно раздавать/продавать в офисе, на семинарах (если компания их проводит) или на каких-то других мероприятиях. Кроме того, книги можно рассылать или

Для достижения большего эффекта вы можете заниматься и самостоятельным распространением своих книг

отправлять курьером в компании, которые могут стать вашими клиентами (непосредственно лицам, принимающим решения).

Кстати, я сам помимо того, что сотрудничаю с издательством, занимаюсь и прямым распространением своих книг.

В частности, я продаю их через свои сайты, а также при проведении семинаров-практикумов по различным темам.

Книги для своих прямых продаж я выкупаю у издательства на очень выгодных, льготных условиях.

Когда-то я и сам пытался заниматься изданием своих книг, но со временем пришел к выводу, что это неэффективно.

Все-таки издательство – это отдельный и, мягко говоря, непростой бизнес. Им нужно целенаправленно заниматься или лучше сотрудничать с каким-то издательством. Поэтому я нашел издательство, с помощью которого выпускаю все свои книги.

Я долго выбирал его со всем присущим мне занудством. Поскольку я знаю этот рынок, то мне было несложно это сделать.

Могу сказать однозначно, что условия сотрудничества у выбранного мною издательства самые выгодные. Честно говоря, не могу утверждать, что я собрал информацию обо всех издательствах.

Дело в том, что некоторые из них настолько «занятые», что даже не успевают отвечать на запросы. Лично для меня это совершенно четкий сигнал: с такими издательствами лучше не иметь никаких дел.

Кстати, помимо финансовых условий сотрудничества еще одним немаловажным для меня фактором является скорость реагирования и сроки реализации издательского про-

Помимо финансовых условий важным фактором является скорость реагирования и сроки реализации издательского проекта

екта. Выбранное мной издательство¹⁵ никогда не бывает суперзанятым, как все крупные издательства. Поэтому мы всегда очень оперативно решаем все вопросы, которых действительно не мало.

Таким образом, для того чтобы заработать на своей книге, нужно, во-первых, ее написать (желательно хорошо), во-вторых, она должна быть издана, а в-третьих, эта книга должны попасть в сбытовую систему.

Для решения первой задачи (написание книги) вам, в общем-то, никто не нужен. Для решения второй (выпуск) и третьей (распространение) вам нужно сотрудничать с каким-то издательством.

Кстати, поиском издательства можно заниматься параллельно с работой над книгой.

¹⁵ я сотрудничаю с издательством «Москва» (www.books-moscow.ru), выпустившим данную книгу

Обращение к авторам

Уважаемые авторы!

В этой книге я постарался, с одной стороны, достаточно кратко, с другой стороны, полностью раскрыть все практические аспекты технологии написания книги, а также того, как с ее помощью зарабатывать деньги.

Тем не менее, если какие-то вопросы были рассмотрены не достаточно подробно, или у вас есть какие-то конкретные вопросы или проблемы, связанные с написанием вашей книги и/или с тем, как с ее помощью заработать деньги, то предлагаю поступить следующим образом.

Направьте, пожалуйста, по адресу **alex_karpov@mail.ru** ваши вопросы (и/или описание ваших проблем).

Получив их, я в самое ближайшее время направлю вам подробное письмо с ответом на все ваши вопросы.

В любом случае по всем вопросам, связанным с тематикой данной книги, вы можете обращаться ко мне по электронной почте.

С наилучшими пожеланиями,

Александр Карпов
alex_karpov@mail.ru

Nota Bene!!!

Наверное, не существует какой-то приемлемой для всех технологии написания книг. Каждому автору придется придумать свою технологию, которая будет для него самой эффективной, но нужно с чего-то начать.

С помощью технологии, представленной в данной книге, практически любой человек может написать книгу. Да, скорее всего, это не будет шедевр (особенно первая книга), но все-таки эту книгу можно будет издать, и с большой вероятностью она найдет своего читателя.

Проверить, есть ли у вас писательский талант или нет, можно только одним способом: попробовать написать книгу. Кстати, зарабатывать с помощью книг можно и не будучи профессиональным писателем.

Кстати, зарабатывать с помощью книг можно и не имея писательского таланта. Ведь получение авторских гонораров – это не единственный способ заработка. К примеру, я сам это делаю уже с 2003-го года, причем как-то ведь обхожусь без писательского таланта.

Несмотря на то, что по всем прогнозам «бумага» уже давно должна была полностью проиграть «цифре» и отойти в мир иной, бумажные книги по-прежнему продолжают пользоваться спросом у читателей, и ежегодно появляется очень большое количество новинок.

А это значит, что нужно уметь выделяться среди книг-конкурентов. Для этого нужно с каждой новой книгой совершенствовать свое мастерство, а также использовать все возможные способы, которые позволят читателям обратить внимание на ваши книги.

В последнем может помочь издательство, которое вы выберете для сотрудничества.

«Первый блин» все-таки получился «комом»: и сама книга, и проект по ее изданию заняли очень много времени

Приложение №1. Мой опыт написания книг и зарабатывания с их помощью денег

Пока все (пожалуй, за исключением этой) написанные мною книги относятся к деловой литературе. Перед тем как начать писать и издавать книги, у меня был опыт только в написании статей. Большая часть этих статей, также как и моих книг, связана с различными аспектами бизнеса и системы управления.

Поскольку статьи я уже писал и публиковал в газетах и журналах, то мне, в общем-то, было не очень сложно перейти к написанию книг поскольку статьи – это отличный материал для будущей книги (см. *Раздел 6 «Кирпичики» для «строительства» книги*).

Таким образом, у меня не было больших сомнений в том, что я смогу написать хотя бы одну книгу. Сейчас я уверен в том, что это может сделать практически любой человек (см. *Раздел 1 «Каждый ли может написать книгу?»*).

Тем не менее «первый блин» все-таки получился «комом», поскольку и сама книга, и проект по ее изданию заняли у меня слишком много времени.

Но несмотря на это, моя первая книга¹⁶ достаточно быстро (всего за месяц) стала лидером продаж в своем сегменте.

К написанию книг меня сподвигли два обстоятельства. Во-первых, я уже принимал участие в одном издательском проекте и, честно говоря, мне понравилось писать, но очень не понравилось то, что в результате получилось.

¹⁶ речь идет о Книге 1 «Бюджетирование как инструмент управления» из серии «100% практического бюджетирования»

Мои идеи мне просто не дали реализовать, поэтому я и решил, что нужно заняться написанием собственных книг

Не понравилось мне, но, к моему удивлению, понравилось очень большому количеству читателей. Из этой книги получился настоящий деловой бестселлер. Подробнее о создании этой «чудо-книги» можно прочитать в *Приложении №2 «История создания одного бестселлера»*.

Всех участников проекта, которые предоставляли свои материалы для этой книги, очень сильно ограничивали по объемам. Кроме того, редакторская политика меня, мягко говоря, не очень устраивала. В общем, многие мои идеи мне просто не дали реализовать. Поэтому я и решил, что буду писать собственные книги.

Сначала я хотел это сделать в рамках той консалтинговой компании, директору и владельцу которой и пришла в голову идея написания вышеупомянутого бестселлера (я тоже работал в этой компании), но поддержки не получил. Мне сказали, что из моих задумок вряд ли что-то получится.

Кстати, это, отчасти, способствовало и тому, что я вскоре решил создать собственный консалтинговый бизнес¹⁷.

А необходимость раскрутки новой компании была второй причиной, из-за которой я решил писать и издавать свои книги.

Как известно, с помощью книг можно очень эффективно продвигать и рекламировать некоторые виды бизнеса (см. *Приложение №3 «Реклама в книгах – один из самых эффективных инструментов продвижения»*).

Консалтинг, безусловно, относится к тому типу бизнеса, который можно очень успешно продвигать и рекламировать с помощью книг.

¹⁷ подробнее об этом можно прочитать в книге Александра Карпова «Создание и развитие эффективного бизнеса с нуля»

Я решил написать чуть ли не идеальную книгу. Это привело к тому, что проект по ее написанию очень сильно затянулся.

Итак, я принял решение написать первую книгу по одному из разделов менеджмента, на которых я специализировался. Как уже отметил выше, мягко говоря, у меня не все прошло гладко.

Во-первых, я совершил ошибку еще при выборе стратегии написания книги (см. *Раздел 2 «Стратегия написания книги»*). Я решил написать чуть ли не идеальную книгу. Это привело к тому, что проект по ее написанию очень сильно затянулся. Более того, я решил написать не одну книгу, а целую серию книг. В итоге я потратил на работу над этой серией около пяти лет.

Во-первых, выбранная тема, на самом деле, достаточно сложная, а во-вторых, я не мог себе позволить заниматься только написанием книг, поскольку приходилось выполнять консалтинговые проекты, проводить семинары-практикумы, разрабатывать методики, программные продукты и т.д.

При работе над книгами по другим темам я стал себя искусственно ограничивать. Хотя, из-за того, что у меня по данной теме получилась не одна книга, а целая серия, мне было достаточно легко продвигать один из моих сайтов¹⁸, связанный с тематикой этой серии (**www.bud-tech.ru**).

Правда, минус такой большой серии книг заключается в том, что многие клиенты, интересующиеся данной тематикой, приобретают только книги. Остальные продукты и услуги (методики, семинары, консалтинг) они не заказывают, поскольку в этой серии книг все очень подробно написано.

Поэтому сложно однозначно сказать, чем является такой большой объем моего первого издательского проекта: плю-

¹⁸ подробнее об опыте автора в продвижении сайтов можно прочитать в его книге «Создание и продвижение сайтов. НЕпрофессионал для НЕпрофессионалов»

Пожалуй, единственное, что я сразу сделал более-менее удачно, – это выбрал стиль написания книги

сом или минусом.

В общем, в итоге я пришел к выводу, что лучше выбрать средний вариант стратегии написания книги, нацеленный, с одной стороны, на создание, несомненно, полезной для читателей книги, но, с другой стороны, не требующий огромных временных затрат.

Пожалуй, единственное, что я сразу сделал более-менее удачно, – это выбрал стиль написания книги (см. *Раздел 3. «Стиль написания книги»*). Поэтому и при работе над всеми остальными своими книгами я стал придерживаться этого же стиля написания книг.

Еще одна проблема, возникшая у меня при работе над моей первой книгой, связана с тем, что был достаточно большой промежуток времени (более двух лет) между тем, как у меня появилась идея написать эту книгу, и тем моментом, когда я начал активную работу над данным проектом.

Сейчас такой разрыв во времени для меня уже не является проблемой, поскольку технология написания книги у меня уже отлажена. Но тогда такой временной разрыв мне усложнил задачу.

Я вроде как сразу начал действовать по той технологии, которую использую и сейчас. Когда у меня возникала идея написать книгу, я создал файл, в котором стал фиксировать свои мысли и идеи, связанные с этой книгой (см. *Раздел 4 «Начало работы над книгой»*).

Помимо данного файла я стал делать и наброски к своей книге, но все они были, к сожалению, не систематизированы и не очень четко между собой связаны.

Поскольку, как я уже отметил выше, к активным действиям по написанию книги я перешел далеко не сразу, то у меня

Я сделал еще одну очень существенную ошибку: не стал составлять план книги, поэтому потом потратил много времени зря

накопилось очень много мыслей, идей и набросков. Проблема была в том, что они не были систематизированны и структурированы.

Я сделал еще одну очень существенную ошибку: не стал составлять план книги (см. *Раздел 5 «План книги»*). Поэтому мне пришлось потратить очень много времени на систематизацию и структуризацию накопившегося материала. Ведь его нужно было как-то «поместить» в книгу.

Усугубило данную проблему то, что я решил включить в книгу практически все свои материалы и наработки по данной теме, но у них был разный «возраст». Естественно, оказалось так, что более свежий материал был более проработанным, чем старый, хотя в нем тоже были интересные идеи, но описаны они было не очень хорошо.

В общем, получилось так, что первая версия моей книги напоминала лоскутное одеяло (наверное, переборщил с «кирпичиками»). Помню, как редактор работал над этой версией книги. Ему то и дело хотелось сделать мне что-нибудь нехорошее ☺. Он не раз говорил мне о том, что эту бредятину издавать нельзя. И вообще у него возникало такое ощущение, что эту книгу писали разные люди, т.к. некоторые ее части отличались друг от друга и по стилистике. Поэтому мне пришлось потратить еще немало времени на переработку моей книги прежде, чем я решился ее издать. Но все равно в ней осталось много «кривых» моментов.

Вот что я написал в предисловии к пятому (переработанному и дополненному) изданию этой книги.

«Итак, несмотря на то, что на концептуальном, идеологическом уровне понимание бюджетирования у меня не изменилось, тем не менее, я внес определенные измене-

Книги можно улучшать до бесконечности, но если пытаться написать идеальную книгу, то можно за всю жизнь так ничего и не написать

ния и улучшения в эту книгу.

Наиболее принципиальные изменения, сделанные в пятом издании этой книги, связаны с тем, что в предыдущих изданиях ряд важных моментов в книге был описан, честно говоря, «криво».

Бывает так, что самому-то мысль понятна, но при попытке изложить ее на бумаге получается не очень внятно и доступно читателю.

В общем, были в прежних изданиях шероховатости и стилистические неточности, в результате чего в некоторых местах была «кривизна».

Если уж совсем честно, то были и такие места, что я и сам не смог ни понять, ни вспомнить, о чем писал и что имел в виду 😊.

Сейчас многое исправлено. Хотя, как говорится, улучшать можно до бесконечности. Кстати, если кто-то заметит неисправленную «кривизну», напишите мне, пожалуйста, об этом по электронному адресу budgeting@bk.ru. Я обязательно учту все замечания в следующем издании этой книги.»

Таким образом, книги можно улучшать, наверное, до бесконечности. Скорее всего, когда я буду вновь перерабатывать свои книги, то обязательно найду, что в них можно улучшить. Но если пытаться написать идеальную книгу, то можно за всю жизнь так ничего и не написать.

Что касается того, как я зарабатываю с помощью книг (см. Раздел 12. «Как можно заработать на своих книгах»), то я сразу же для себя решил, что даже и не буду пытаться зарабатывать на авторских гонорарах.

Книги я использую для продвижения своей компании, а

Как только моя первая книга попала в магазины (обычные и интернет-магазины), к нам стали поступать заявки от клиентов

также продуктов и услуг (см. *Раздел 13. «Что и как можно рекламировать и продвигать с помощью книги»*).

Нужно отметить, что сразу, как только моя первая книга попала в магазины (обычные и интернет-магазины), к нам стали поступать заявки от клиентов на консалтинговые услуги и семинары-практикумы.

Книги по-прежнему являются основным каналом продвижения наряду с двумя нашими сайтами¹⁹. Поэтому в соответствии с маркетинговой стратегией развития моей компании я и дальше буду заниматься выпуском книг по всем направлениям менеджмента, на которых специализируются наши консультанты.

Честно говоря, изначально у меня была идея зарабатывать и на продаже книг. Более того, я вместе с консалтинговой деятельностью и обучением решил еще заняться и издательством своих книг. Но после того, как написал и издал первые десять книг, пришел к следующему выводу.

Чтобы зарабатывать на издательской деятельности нужно иметь значительный ассортимент книг, а для этого необходимо нести очень большие затраты. Это – специфика издательского бизнеса.

Приходится сразу вкладывать большую сумму на выпуск первого тиража книги, а как она будет продаваться и будет ли вообще продаваться – неизвестно. Для поддержания большого ассортимента, хранения и распространения книг нужны очень большие затраты.

В общем, я принял решение о закрытии такого направления деятельности, как издательство. Формально, данное биз-

¹⁹ www.rik-company.ru – корпоративный сайт Компании РИК, www.bud-tech.ru – сайт направления «Бюджетирование и управленческий учет»

Поскольку издание книг является одним из самых эффективных каналов продвижения, я решил передать эти функции на аутсорсинг

нес-направление приносило мне какую-то прибыль, но, во-первых, ее величина существенно меньше всех остальных направлений, а во-вторых, особенность данного вида бизнеса, как уже было отмечено выше, заключается в очень больших затратах, которые, к тому же, необходимо финансировать авансом, а деньги от проданных книг, как правило, поступают с большой задержкой. Получается, что прибыли издание книг приносит меньше всего, а затраты – самые высокие.

Но поскольку издание книг для моей компании является одним из самых эффективных каналов продвижения (на самом деле у нас все продукты и услуги продвигают друг друга), то я решил передать эти функции на аутсорсинг. Проще говоря, теперь изданием моих книг занимается другое издательство, которое предложило мне очень выгодные условия сотрудничества.

Кстати, рекомендую всем, кто хочет издать свою книгу обратить внимание на предложения для авторов издательства «Москва» (www.books-moscow.ru), с которым я сам теперь активно сотрудничаю (выпускаю все свои книги). Данная книга также выпущена этим издательством.

Надеюсь, что мой опыт, да и вообще вся эта книга, хоть как-то поможет вам в написании ваших книг и зарабатывании с их помощью денег.

Если у вас будут возникать какие-то вопросы, вы всегда можете ко мне обратиться по электронной почте alex_karpov@mail.ru.

Во второй половине 90-х и в начале 2000-х это была одна из самых известных книг в сегменте деловой литературы

Приложение №2. История создания одного бестселлера

Хочу поделиться историей создания одной из самых известных в свое время книг, относящихся к деловой литературе. События, с нею связанные, происходили у меня на глазах, и я сам принимал в них некоторое участие.

Интересна она тем, что автор этой идеи (формально он является только одним из соавторов этой книги) умудрился сделать следующее:

- «написать» настоящий деловой бестселлер, не написав сам и 5% от всего объема книги;
- не затратить ни копейки на издание книги, а наоборот, еще и получить гонорар;
- заработать с помощью этой книги кучу денег (первые деньги стали зарабатывать еще **за восемь месяцев** до выхода первого издания книги);
- сделать свою небольшую консалтинговую компанию одной из самых известных в России и бывших Союзных республиках.

Скорее всего, в нынешних условиях такой «финт ушами» уже сложно будет проделать, но, возможно, при знакомстве с этой историей у вас появятся какие-то идеи, которые позволят вам добиться успеха в написании книг и зарабатывании с их помощью денег.

Речь идет о книге «7 нот менеджмента». Во второй половине девяностых и в начале двухтысячных это была, действительно, одна из самых известных книг в сегменте деловой литературы.

Объемы продаж для книг данного типа были просто космическими. Она переиздавалась несколько раз и быстро «разлеталась»

Объемы продаж для книг данной категории были просто космическими. Она переиздавалась несколько раз и каждый раз очень быстро «разлеталась». Эту книгу рекомендовали своим студентам профессора многих вузов (правда, это скорее говорит о не достаточном уровне их профессионализма).

Всего этого лично я понять не мог, т.к. с содержательной точки зрения это книга – полнейшая «пурга», особенно ее первая часть. Книгу условно можно разбить на две части (формально в книге было больше частей). И в первом издании книги была только первая часть.

Эта часть книги не представляла никакой практической ценности потому, что была написана журналистами. Вторая часть была написана экспертами, но им не давали развернуться, поэтому все получилось очень скомкано. Я уже об этом писал в *Приложении №1 «Мой опыт написания книг и зарабатывания с их помощью денег»*, когда указывал одну из причин, из-за которой я решил написать свою первую книгу.

Скорее всего, коммерческому успеху книги, о которой идет речь, способствовали два обстоятельства:

- информационный «голод» в сегменте деловой литературы (первое издание вышло в конце 1996 года, когда в книжных магазинах было мало хороших книг по данному направлению, а интернет еще не был так сильно развит, как сейчас);
- первое издание книги было полностью написано журналистами, которые умеют интересно писать (правда, ни о чем, но читается легко).

К моменту выхода первого издания книги в магазинах,

Статьи писались журналистами, но в них были примеры того, как в наших компаниях внедряется регулярный менеджмент

естественно, продавалась бизнес-литература. Но это были либо переводы западных книг, которые малопригодны для нашей действительности, либо книги наших профессоров.

Книги первого типа были хотя бы более-менее интересно написаны, хотя бестолковые талмуды попадались и среди них. Большинство книг второго типа были абсолютно бесполезными и при этом еще являлись жуткой тягомотиной, которую просто невозможно было читать. Поэтому «7 нот менеджмента» заметно выделялась среди остальных.

Теперь подробнее о том, как создавался этот «шедевр». Автор идеи познакомился с журналистом одного из журналов, который в то время только набирал популярность. Он убедил журналиста начать публиковать в журнале серию статей о менеджменте.

Статьи писались журналистами, но в них приводились примеры того, как в наших компаниях внедряется регулярный менеджмент. Журналисты брали интервью у руководителей различных компаний, а затем использовали полученную информацию при написании статей. При этом в каждой статье была реклама консалтинговой компании, принадлежавшей автору идеи.

Именно поэтому зарабатывать он начал еще до того, как вышло первое издание книги. Статьи были очень популярными, и мы перестали справляться со шквалом звонков от клиентов. Пришлось срочно расширяться.

После того как вышла последняя статья, сделали очень просто. «Упаковали» все эти статьи в отдельную книгу. Первое издание получилось сравнительно небольшим, но книга сразу же стала очень популярной.

В книге также была реклама консалтинговой компании.

Продолжать проект поручили мальчику, который ни в менеджменте ничего не понимал, ни писать еще толком не умел

Примечательно, что за рекламу (и в книге, и в журналах) не было заплачено ни копейки.

После выхода первого издания книги нас накрыло второй волной обращений от клиентов. Честно говоря, далеко не все обратившиеся становились клиентами (качество услуг компании соответствовало качеству содержания книги).

Затем было принято решение о «продолжении банкета». Нужно отметить, что первая серия статей (и, соответственно, первое издание книги) была написана, по крайней мере, профессиональными журналистами. С содержательной точки зрения толку от этих статей было мало, но, по крайней мере, написаны они были качественно.

Те журналисты, которые занимались первой серией статей, почему-то не стали продолжать это делать (может быть, их переключили на другие проекты). Продолжать проект поручили мальчику, который ни в менеджменте ничего не понимал, ни писать еще толком не умел.



Двое мальчишек заглядывают в комнату, где журналист с ножницами возится с книгами.

— Зачем твой отец уничтожает книги?

— Он не уничтожает книги, а создает свою.

В общем, вторая серия статьей, опубликованная в журнале, получилась самой «веселой» ☺. Правда, заработки это не снизило, поскольку в статьях, как и раньше, размещалась реклама консалтинговой компании.

К моменту выхода третьего издания (второе издание было просто допечаткой первого, без изменений) автору данной идеи пришла еще одна замечательная мысль. Он решил к первой части книги, которая теперь состояла из двух серий

Экспертов сильно ограничивали по объему материалов, поэтому многие из них выглядят очень скомканными и не очень понятными

статей, написанных журналистами, добавить материалы, подготовленных экспертами.

Идея-то вроде как хорошая, но реализована она была, мягко говоря, не очень удачно. Поскольку в книге рассказывалось про весь менеджмент, она могла бы получиться слишком большой, если бы материалы полностью раскрывали суть каждой темы.

Поэтому экспертов стали очень сильно ограничивать по объему материалов, которые они представляли для книги. Из-за этого многие материалы выглядят очень скомканными и не очень понятными.

В общем, третье издание книги получилось раза в три больше, чем первые два, но на этом решили не останавливаться. С каждым новым изданием книга становилась все больше и больше (поэтому мы в шутку стали называть ее «7 тон менеджмента»), но при этом продолжала хорошо продаваться. Причем книга расширялась не за счет более подробного изложения прежнего материала, который в сжатом виде давал мало практической пользы, а за счет добавления нового сжатого материала.

Все это напоминало сюжет из мультфильма «Простоквашино» в той части, где герои писали письмо родителям мальчика. Сначала мальчик немного написал, потом пес, а потом - кот. Каждый что-то понемногу написал.

Было бы не так страшно, если бы эта книга использовалась только для маркетинговых целей. Так нет, директор заставлял нас по ней работать. Правда, такая обязательность распространялась только на первое издание книги, точнее говоря на первую серию статей, когда книга еще не была издана. Хорошо, что в компании не было четкой системы контроля,

Нам еще пришлось убеждать директора в том, что та муть, которая напечатана в журнале, не может быть нормальной методикой

поэтому я стал выполнять консалтинговые проекты по своей методике, а не по тому «чудо-материалу», который подготавливали журналисты.

Одну попытку применения этой «методики» я, наверное, уже никогда не забуду. Мы выполняли консалтинговый проект по организационной структуризации одной компании, работающей в Нижнем Новгороде. Как-то раз в пятницу вечером к нам приехал собственник этой компании. Он попросил нас задержаться, чтобы совместно с ним поработать над проектом.

К концу рабочей недели накопилась усталость, плюс он провел за рулем немало времени, а тут пришлось хоть что-то сделать с помощью статьи, напечатанной в журнале.

Мы вместе пытались честно выполнить работу в соответствии с той «методикой», которая была описана в журнале. Я полагаю, что если бы в тот момент в комнате находились журналисты, написавшие эту статью, то мы бы их там просто прибили. По крайней мере наш клиент точно бы это сделал.

Нужно было видеть, как он несколько раз вскакивал со стула и гневно кричал, что не понимает, что от него требуется. Нам пришлось его несколько раз успокаивать, но ничего не помогало, поэтому мы предложили ему «немного» отойти от этой «замечательной» методики.

Нам потом еще пришлось убеждать директора в том, что та муть, которая напечатана в журнале, не может быть нормальной методикой. Он не сразу согласился, но потом все-таки не стал нас больше заставлять работать по журналам, а потом и по книге.

Сейчас этой книги уже давно нет в продаже, т.к. народ

Жалко, что эта success story так нелепо завершилась. Причиной тому был сам автор идеи, но это уже совсем другая история.

наконец-то понял, что ничего полезного, с практической точки зрения, там найти нельзя. Тем не менее, эта книга довольно долго оставалась очень популярной, и с ее помощью автор идеи (директор и владелец консалтинговой компании) очень хорошо заработал.

Кстати, отошла в мир иной, причем, примерно в то же самое время и сама консалтинговая компания, которая называлась группа БИГ. Почему группа – я не знаю. Похоже, что многие консалтеры страдают гигантоманией и часто используют в названии своей компании слово «группа».

Количество сотрудников в этой «группе» никогда не превышало двадцати человек (это со всем персоналом, в котором консультанты составляли около 50%).

При этом данная компания действительно была одной из самых известных консалтинговых фирм России. Многие наши клиенты, когда я у них спрашивал, почему они обратились именно к нам, с недоумением отвечали, что не знали к кому еще можно обратиться.

Жалко, что эта success story так нелепо завершилась. Причиной тому был сам автор идеи, но это уже совсем другая история.

У рекламы в книгах есть одна отличительная особенность, которой нет ни у какого другого вида рекламы. Она – самая «долгоиграющая»

Приложение №3. Реклама в книгах – один из самых эффективных инструментов продвижения

Совершенно естественно, что для многих компаний реклама является одним из каналов продвижения. Особенно важное значение реклама имеет для компаний, работающих на очень конкурентных рынках. Кроме того, весьма актуальна реклама и при работе в условиях кризиса²⁰.

В этом приложении речь идет только об одном из видов рекламы, а именно о рекламе в книгах – одной из самых доступных для большинства компаний.

Справедливости ради нужно отметить, что не для всех компаний реклама в книгах может быть эффективным инструментом продвижения, поскольку у каждого вида бизнеса есть своя специфика. Но если реклама в книгах может принести компании потенциальных клиентов, то данному инструменту обязательно нужно уделить внимание.

Дело в том, что у рекламы в книгах есть одна **отличительная особенность**, которой нет ни у какого другого вида рекламы. Если можно так выразиться, реклама в книгах является **самой «долгоиграющей»**.

Проанализировав любой вид рекламы, можно сделать вывод: реклама (*кроме рекламы в книгах*) имеет очень ограниченный срок действия.

Проще говоря, реклама работает только тогда, когда она есть. Как только реклама прекращается, эффект от нее

²⁰ см. книгу Александра Карпова «Кризис – афедрон или волшебный пендель. Антикризисная технология повышения эффективности компании»

У книг, журналов и газет есть очень много общего, но есть существенная разница. Журналы и газеты – это периодика, а книги – нет.

резко уменьшается и в скором времени сводится практически к нулю.

Например, пока не телевидении или радио крутятся рекламные ролики, они имеют эффект.

Но стоит приостановить рекламу и она быстро перестает способствовать увеличению продаж рекламируемой продукции.

Наиболее близкая по смыслу к книжной реклама в журналах значительно уступает рекламе в книгах.

На первый взгляд у этих видов рекламы нет какой-то принципиальной разницы. И там, и там реклама размещается на бумажных носителях, которые, по своей сути, очень похожи друга на друга.

Да, у книг, журналов и газет есть очень много общего, но есть и одна существенная разница. **Журналы и газеты – это периодика, а книги – нет.**

Именно поэтому реклама в журналах и газетах имеет ограниченное во времени воздействие на потенциальных клиентов. Эффект от нее существует примерно до тех пор, пока не вышел следующий номер.

С книгами же дело обстоит совсем по-другому. Конечно, если читатель приобрел книгу, которая ему очень не понравилась, то он ее может просто выбросить на помойку.

В противном случае он ее долго хранит и не раз возвращается к ней, перечитывая некоторые главы или всю книгу целиком.

При этом он невольно будет обращать внимание и на рекламу, размещенную в книге.

Конечно, есть любители журналов и газет, которые хранят у себя их подшивки, но таких людей гораздо меньше, чем тех, кто их выбрасывает вскоре после того, как прочтет.

Еще одна особенность, выгодно отличающая рекламу в книгах, – это сравнительно низкие и НЕрегулярные затраты

Когда я только начинал свой консалтинговый бизнес, то сразу же стал активно использовать такой эффективный канал продвижения, как реклама в книгах.

Данный инструмент продвижения я по-прежнему использую в своей компании, и он до сих пор сохраняет свою эффективность, несмотря на активное развитие интернета, который также является очень эффективным каналом продвижения.

Каждый раз после выхода очередной моей книги с рекламой компании, ее продуктов и услуг, спецпредложений и т.д. мы получали новых клиентов.

Причем клиенты обращались к нам буквально через несколько дней или недель после издания книги, а иногда и через несколько лет, что говорит о том, что **реклама в книгах, действительно, является самой «долгоиграющей»**.

Есть еще одна особенность, которая выгодно отличает рекламу в книгах от других видов рекламы, – это **сравнительно низкие и НЕрегулярные затраты**. Данная особенность на самом деле является следствием предыдущей (большой период отдачи от книжной рекламы). Это очень актуально для **компаний, работающих в кризис**.

Почти все виды рекламы (телевидение, радио, газеты и журналы, интернет, наружная реклама, различные краткосрочные акции и т.д.) требуют постоянного финансирования, т.к. эффект от них сразу же затухает, если перестать платить за рекламу.

Платить за рекламу в книгах нужно **ТОЛЬКО ОДИН РАЗ** (а не каждую неделю или месяц, как в случае с рекламой в газетах или журналах), а именно – при выпуске книги. Конеч-

Реклама в книгах не требует постоянного финансирования, поскольку эти затраты носят дискретный, а не непрерывный характер

но же, книга может выходить несколькими тиражами, а значит, и платить автору книги за рекламу нужно будет каждый раз при выпуске нового издания.

Но частота выхода новых тиражей многих книг не сравнится с частотой выхода периодических изданий и работой других СМИ, где необходима регулярная оплата рекламы.

Поэтому и получается, что реклама в книгах не требует постоянного финансирования, как другие виды рекламы, поскольку затраты на эту рекламу носят дискретный, а не непрерывный характер, как у всех остальных рекламных инструментов.

В то же время книжная реклама, как уже отмечалось, имеет гораздо более долгоиграющий эффект по сравнению с остальными рекламными инструментами.

Для того чтобы усилить эффект от книжной рекламы, желательно, чтобы она размещалась в книгах, автором (или авторами) которой является сотрудник (или сотрудники) компании, реклама которой присутствует в книгах.

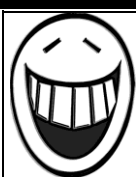
Возможно, кто-то скажет, что бумажным книгам приходит конец, поскольку все большую популярность набирают электронные книги. Да и вообще, сейчас уже так много информации размещено в интернете, что скоро совсем не будет никакой потребности в книгах, особенно в бумажном формате.

Да, бесспорно, «бумага» постепенно уступает позиции «цифре», и скорее всего когда-нибудь наступит такой момент, когда бумажные книги останутся только в музеях. Вполне возможно, что так оно и будет.

Но, во-первых, такие прогнозы даются чуть ли не на каждый год, но почему-то до сих пор они не сбылись.

Я теперь каждый год планирую выпускать сразу несколько своих книг, а также новые тиражи ранее изданных книг

В качестве небольшой справки. В первый рабочий день после Нового года захожу на сайт крупного книжного дистрибьютора, чтобы посмотреть, сколько в этот день у них появилось новинок. Я думал, что где-нибудь 10-20 книг будет. **Оказалось – несколько сот новинок!!!**



Вот и началось очередное десятилетие XXI века. В доме - три телевизора, три компьютера, пять мобильных телефонов и одна книга...

Во-вторых, книги, на самом деле, могут выступать в отличном тандеме с интернетом. Более того, издание своих книг является **одной из самых эффективных стратегий продвижения сайта**.

Подробнее об этом можно почитать в моей книге *«Создание и продвижение сайтов. Непрофессионал для НЕпрофессионалов»*. Для экономии времени, чтобы быстро ознакомиться с данной темой, можно сразу прочитать главу *«Три основных способа продвижения и рекламы сайта с помощью книг»*.

Кстати, с помощью книг можно продвигать не только компанию и сайт (см. *Раздел 13 «Что и как можно рекламировать и продвигать с помощью книги»*).

Не раз убедившись в эффективности книжной рекламы, а также в необходимости издания новых книг для продвижения сайтов, я теперь каждый год планирую выпускать сразу несколько своих книг, а также новые тиражи ранее изданных книг.

Если вы хотите существенным образом повысить эффективность своей рекламной стратегии, рекомендую и вам заняться написанием и изданием своих книг.

Если вы хотите повысить эффективность своей рекламной стратегии, то нужно заняться написанием и изданием своих книг

Вы можете начать с одной книги и посмотреть на результат. Если он вас устроит, то вы сможете и дальше использовать этот эффективный канал продвижения.

Желаю всем авторам успешного издания собственных книг и достижения более высоких показателей продаж.

P.S. Советую обратить внимание авторов на предложения издательства «Москва» (www.books-moscow.ru), с которым я теперь активно сотрудничаю, реализуя все свои издательские проекты.

Издательские проекты Александра Карпова

Если вы хотите написать свою книгу, относящуюся к деловой литературе, но пока не уверены, сможете ли вы это сделать, то для начала можете потренироваться, приняв участие в одном из моих издательских проектов.

Кстати, некоторые из участников моих прошлых издательских проектов уже написали свои книги.

В ближайшие годы планируется издать (или переиздать) книги по всем разделам менеджмента, а также по другим направлениям, относящимся к бизнес-литературе. В большей части этих проектов, кроме авторского текста, в книгах также будут содержаться вставки руководителей и специалистов различных компаний, в которых они будут делиться опытом, а также излагать свою точку зрения по теме книги.

При размещении материалов в книге обязательно указывается название компании, Ф.И.О., должность сотрудника компании, предоставившего материал.

Также информация об участниках будет размещаться на сайте **www.rik-company.ru** и/или **www.bud-tech.ru** (в зависимости от тематики книги) в разделе «**Книги**» (так, как это уже сделано сейчас по ранее изданным книгам).

Таким образом, участие в данных проектах можно рассматривать еще и как своего рода маркетинг и для компании, и для конкретного сотрудника компании.

Темы, заявленные к изданию:

- ♦ «Система владельческого контроля бизнеса»;
- ♦ «Антикризисный менеджмент»;
- ♦ «Стратегическое управление и эффективное развитие бизнеса»;
- ♦ «Организационное проектирование. Реструктуризация предприятий и бизнес-процессов»;
- ♦ «Бизнес-планирование»;

Как написать книгу и заработать на этом деньги

- ◇ «Бюджетирование и управленческий учет»;
- ◇ «Маркетинг»;
- ◇ «Управление персоналом»;
- ◇ «Управление проектами»;
- ◇ «Финансы для нефинансистов (основы финансово-экономической грамотности)»;
- ◇ «Управляющая компания холдинга (группы предприятий)»;
- ◇ «Уменьшение резервов и увеличение капитала банка»;
- ◇ «Создание и развитие эффективного бизнеса с нуля»;
- ◇ «Создание и продвижение сайтов. НЕпрофессионал для НЕпрофессионалов».

Примечания:

- перечень тем со временем может быть расширен;
- возможно, по некоторым из этих тем будет выпущена не одна книга, а серия;
- по некоторым из этих тем книги уже выпущены, но они постоянно обновляются, поэтому можно принять участие в работе над новыми изданиями.

Если у вас есть практический опыт (хотя бы в одной из заявленных выше тем), которым вы бы хотели поделиться, то вы можете присылать свои материалы по электронной почте **alex_karpov@mail.ru**. Ваши материалы будут размещены в соответствующих книгах.

Приняв участие в данных проектах, вы можете продвинуть не только себя и свою компанию, но и свой сайт, поскольку часть из ваших материалов может быть размещена на сайте, соответствующем тематики книги. Более подробную информацию об этом можно узнать по электронной почте **alex_karpov@mail.ru**.

Интернет-курс «Моя первая книга»

Если вы действительно хотите написать книгу, но не уверены, что сможете это сделать без посторонней помощи, то я предлагаю вам принять участие в данном интернет-курсе.

Это гарантировано поможет вам написать книгу. Помешать может только какой-то форс-мажор, который вас, как говорится, «выбьет из колеи», и вы не сможете работать над своей книгой.

Я не обещаю вам, что первая же книга, которую вы напишите, будет бестселлером. Но я гарантирую, что вы ее напишите, и она будет издана.

В рамках данного интернет-курса я буду проводить индивидуальную работу с каждым автором. Мы вместе пройдемся по каждому этапу технологии, описанной в данной книге.

Начинать можно в любой момент времени, но **закончить нужно будет обязательно не позднее чем через два месяца** с момента начала. Это обязательное условие, тот самый **DAEDLINE**.

Несмотря на определенные минусы (см. одноименную главу в *Разделе 8 «Дисциплина и самоконтроль при написании книги»*), при правильном использовании этот инструмент может быть очень эффективным. Поэтому нужно учиться применять его с самой первой книги.

Если вы не будете укладываться в сроки, то я направлю к вам бригаду ребят с утюгами, паяльниками и бейсбольными битами. Возможно, вы не поверите, но эти «вежливые люди» помогут вам ускориться в работе над книгой. Шучу, конечно, а может быть и нет 😊.

Тех, кто успешно пройдет этот интернет-курс и напишет в положенный срок свою книгу, ждет «конфетка» (стр. 165).

По всем вопросам, связанным с данным интернет-курсом, можно обращаться ко мне по электронному адресу

alex_karpov@mail.ru.

www.books-moscow.ru

Издательство «Москва»

Мы занимаемся реализацией проектов по выпуску книг различной тематики. Приглашаем к сотрудничеству авторов. Одно из отличительных особенностей нашего издательства заключается в том, что мы работаем и с ***начинающими никому неизвестными авторами***.

Для авторов мы предлагаем различные модели сотрудничества, в рамках которых можно издать и распространять свои книги на очень выгодных условиях:

- Модель №1. Бесплатное издание книги.
- Модель №2. Продвижение автора книги и других проектов (нашего издательства и других авторов).
- Модель №3. Активное продвижение только автора книги.
- Модель №4. Частичное финансовое участие автора в проекте по изданию своей книги.

Здесь перечислены только стандартные модели сотрудничества с авторами книг. При необходимости можно сотрудничать и по индивидуальной модели.

Подробности можно узнать в разделе **«Авторам»** на нашем сайте **www.books-moscow.ru**.

Каждый может выбрать наиболее подходящую модель сотрудничества в зависимости от цели издания книг, а также стратегии зарабатывания денег с их помощью.

По всем вопросам, связанным с работой нашего издательства и с условиями сотрудничества, вы можете обращаться по электронному адресу **m-books@bk.ru**

Спецпредложение для участников интернет-курса «Моя первая книга»

Издательство «Москва» заинтересовано в выпуске интересных книг по различным тематикам.

Поэтому для участников интернет-курса «Моя первая книга» (см. стр. 163), проводимого нашим автором Александром Карповым, издательство «Москва» предлагает следующие специальные условия сотрудничества:

- приоритет в издании книг авторов, успешно прошедших данный курс (в том случае, если в проработке одновременно будет находиться большое количество издательских проектов, то приоритет мы будем отдавать книгам авторов, прошедших этот курс);
- предоставление скидок* при сотрудничестве по Модели №2, №3 и №4, а также при сотрудничестве на индивидуальных условиях.

* размер скидок зависит от оценки, полученной в ходе обучения на интернет-курсе.

По всем вопросам, связанным с сотрудничеством с нашим издательством, в том числе и по данному спецпредложению, вы можете обращаться к нам по электронной почте **m-books@bk.ru**.

Надеемся на плодотворное сотрудничество.

Спецпредложение для тех, кто создает свой первый бизнес с нуля

Создание своего первого бизнеса с нуля является очень важным и ответственным шагом, а также достаточно рискованным, особенно в наше время.

Хотя, для снижения рисков и затрат можно использовать стратегию создания бизнеса с нуля с минимальными затратами и рисками. Подробнее об этом можно прочитать в главе *«Создание бизнеса с нуля с минимальными затратами и рисками»* в седьмом разделе книги Александра Карпова *«Создание и развитие эффективного бизнеса с нуля»*.

Естественно, что новый бизнес нужно как-то продвигать. Как известно, реклама в книгах – один из самых эффективных инструментов продвижения (см. одноименное приложение к данной книге).

Конечно же, не для всех бизнесов он подходит, но если вашему будущему бизнесу такой инструмент продвижения, как реклама в книгах, может приносить клиентов, то им нужно обязательно воспользоваться.

На самом деле с помощью книг можно продвигать не только компанию. Подробнее об этом можно прочитать в *Разделе 13 «Что и как можно рекламировать и продвигать с помощью книги»*.

В частности, с помощью книг можно очень эффективно продвигать сайт, ведь, как правило, при создании нового бизнеса создается и сайт. Более подробно об этом можно прочитать в *главе «Три основных способа продвижения и рекламы сайтов с помощью книг»* (см. книгу Александра Карпова *«Создание и продвижение сайтов. НЕпрофессионал для НЕпрофессионалов»*).

Как написать книгу и заработать на этом деньги

Таким образом, издавая свои книги с рекламой, можно достигать сразу несколько целей: продвижение компании, ее продуктов и услуг, сайта и т.д.

Безусловно, при создании своего первого бизнеса многие начинающие предприниматели ограничены в средствах. Поэтому наше издательство подготовило специальное предложение, которое позволит начинающим бизнесменам сэкономить на затратах при запуске своего первого бизнеса с нуля.

Издательство «Москва» готово предоставить следующие скидки:

- **скидка 10%** для тех, кто будет сотрудничать с нами по второй модели;
- **скидка 20%** для тех, кто будет сотрудничать с нами по третьей модели.

По всем вопросам, связанным с сотрудничеством с нашим издательством, в том числе и по данному спецпредложению, вы можете обращаться к нам по электронной почте **m-books@bk.ru**.

Надеемся на плодотворное сотрудничество.

Обращение к читателям от издательства

Мы стараемся издавать интересные и полезные книги для наших читателей. Кроме того, делаем все для того, чтобы книги были доступными по цене. Для этих целей мы оптимизируем все наши бизнес-процессы, чтобы снижать себестоимость книг, а значит, и их цены.

Есть одна статья затрат, от которой мы вообще отказались, – это активная реклама книг. С одной стороны, такое решение позволяет не увеличивать цены на книги, но, с другой стороны, не способствует увеличению продаж. Чем выше продажи, тем больше прибыль, которую издательство может направлять на выпуск новых книг для своих читателей.

Тогда возникает вопрос: если не рекламировать книги, то как же донести до читателей информацию о новинках? Мы считаем, что это нужно делать **только с помощью читателей**. Поэтому мы и обращаемся к вам со следующей просьбой.

Если вам в целом понравилась книга «Как написать книгу и заработать на этом деньги», и вы считаете, что она действительно может быть интересной и для других читателей, то мы просим вас сообщить о ней другим людям всеми возможными способами.

Итак, есть разные способы рассказать об этой книге:

- сообщить своим знакомым и друзьям по телефону, по электронной почте или при личной встрече;
- написать на своих страничках в социальных сетях, оставив ссылки на книгу;
- упомянуть (в т.ч. оставив ссылки на книгу) на различных интернет-форумах, связанных с тематикой данной книги;
- можно использовать и любые другие способы.

При использовании различных интернет-ресурсов можно оставлять следующую ссылку на эту книгу:

https://books-moscow.ru/how_write_book_earn_money.html

В общем, если у вас есть такая возможность, просим помочь это сделать (только при условии, что книга вам понравилась).

С благодарностью за помощь и поддержку,

Редакция издательства «Москва»

Спецпредложение по продвижению сайтов для авторов издательства «Москва»

Данное спецпредложение может быть интересно для всех авторов нашего издательства, которые заинтересованы в продвижении своего личного сайта, или сайта своей компании, или корпоративного сайта компании, в которой они работают, и т.д.

На самом деле речь идет не только о продвижении сайта. Воспользовавшись данным спецпредложением можно продвигать не только интернет-ресурсы, но и свои книги, компанию, бизнес, продукты/услуги и т.д.

Как известно, ссылочная масса сайта является одним из факторов, который существенно влияет на продвижение сайта. Причем с точки зрения долгосрочной перспективы успеха в продвижении добиваются те сайты, у которых как можно больше естественных («вечных»), а не коммерческих ссылок. При этом ссылки на сайт должны размещаться на качественных интернет-ресурсах.

Предлагаем нашим авторам продвинуть свои сайты, а также и лично себя следующими способами:

- обмениваться ссылками между сайтами;
- рассказать о своем опыте в написании книг и зарабатывании с их помощью денег.

Обмен ссылками между сайтами

Для того чтобы обмениваться ссылками между сайтами можно поступить следующим образом. На нашем сайте есть описание всех книг, выпущенных нашим издательством – под каждую книгу отдельная страница сайта. Поэтому мы можем разместить ссылку на сайт автора на странице с описанием его книги (см. **Рис. 1**). В свою очередь автор может разместить ссылку на наше издательство на своем сайте (см. **Рис. 2** и **Рис. 3**).

Как написать книгу и заработать на этом деньги

Такой обмен ссылками на сайты является взаимовыгодным и для наших авторов, и для нашего издательства.

Опыт в написании книг и зарабатывании с их помощью денег

Наши авторы в целях продвижения своих книг, интернет-проектов, компаний и т.д. могут делиться опытом в написании книг, а также и зарабатывании с их помощью денег.

Естественно, при описании своего опыта в написании книг авторы могут упоминать о своих проектах, продуктах и услугах, компаниях и т.д. При этом также можно размещать ссылки на свои интернет-ресурсы.

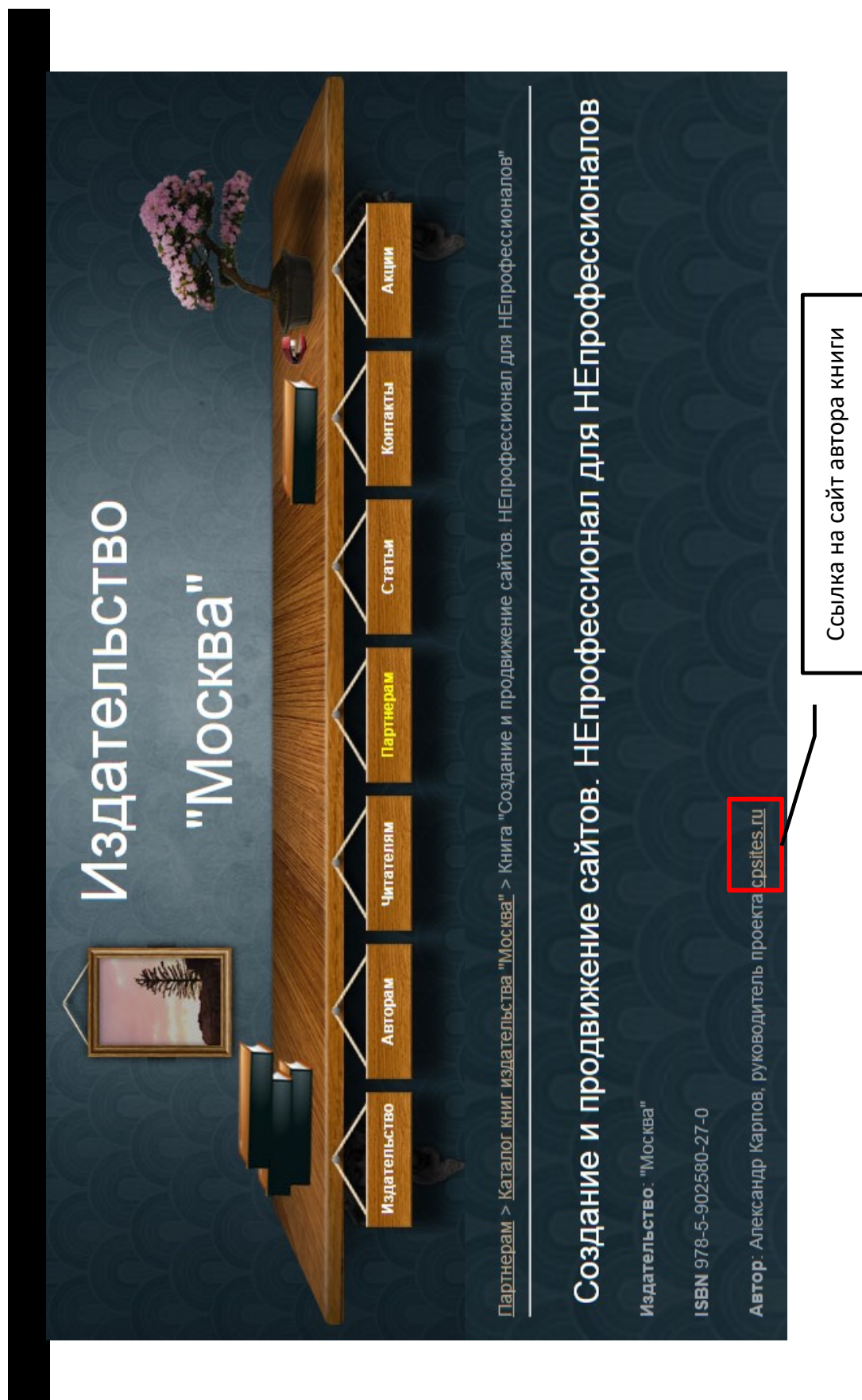
Это дополнительно будет способствовать продвижению и сайта, и бизнеса, который может быть связан с сайтом.

Пример описания такого опыта можно посмотреть в Приложении 1 данной книги (эта же информация размещена и на нашем сайте). Здесь наш автор рассказывает о том, как у него появились идеи по написанию книг, насколько трудно давалось это занятие, какие ошибки он допустил, насколько удачными получились книги, каких целей он смог с помощью них достичь и т.д.

Описание вашего опыта в написании книг (вместе со ссылками на ваш сайт, если он у вас есть) мы можем разместить на нашем сайте в разделе «Статьи».

Описание опыта авторов в написании книг и зарабатывании с их помощью денег, также может быть размещено в новых изданиях данной книги. Таким образом, ваши книги, сайт, продукты и услуги, компания и т.д. будут продвигаться не только on-line, но и off-line способом, за счет размещения о них информации в данной книге.

По всем вопросам, связанным с сотрудничеством по данному спецпредложению, вы можете обращаться по электронной почте **m-books@bk.ru**.



cpsites.ru/my_SEO_experiment.html

Я выбрал для себя третью модель сотрудничества. Поскольку я сам раньше занимался изданием своих книг, то всю эту кухню хорошо знаю. Условия сотрудничества, которые предлагает **издательство "Москва"**, мягко говоря, являются очень выгодными.

Поэтому мы решили закрыть издательское направление в своей компании, т.к. оно при нашем ассортименте книг все равно было убыточным, а кроме того требовало существенных затрат для его финансирования.

Перед тем как взяться за написание книги вы можете для начала немного потренироваться – подготовить описание своего опыта в разработке и/или продвижении сайта и прислать мне по электронному адресу cpsites@mail.ru. Эту информацию я размещу на данном сайте в разделе "Опыт создания и продвижения сайтов".

Вы можете подумать зачем вам все это нужно, для чего тратить на это время?

Наверняка вы обратили внимание на то, что на этой странице размещены ссылки на два наших сайта. Для чего я это сделал?

Дело в том, что ссылочная масса (количество и качество ссылок на ваш сайт, размещенных на других сайтах) – это еще один (помимо уникального контента) существенный фактор, влияющий на продвижение сайта.

Так вот, если вы подготовите для этого сайта описание своего опыта создания и/или раскрутки сайта, то сможете **разместить ссылки на ваш сайт**. Это, несомненно, будет **способствовать продвижению вашего сайта, причем не только в краткосрочном, но и в долгосрочном плане**, поскольку это будут естественные ("вечные"), а не коммерческие (временные и платные) ссылки.

Ссылка на сайт нашего издательства, размещенная на сайте автора книги

rik-company.ru/book_owner_control.html

← → ↻

Result & Quality

РиК
R&Q

Компания | Клиенты | Статьи | Блог | Опыт компаний | Партнерам | Скачать | Контакты | Спецпредложения

Продукты и услуги

Книги
CD-решения
Программный продукт
Семинары-практикумы
Консалтинг
Бухгалтерское обслуживание

Специализация

Владельческий контроль
Стратегическое управление
Бизнес-планирование
Организационное проектирование
Бюджетирование
Управленческий учет

Новая книга Александра Карпова

"Система владельческого контроля бизнеса"

Продукты и услуги Компании РиК > Книги > Система владельческого контроля бизнеса

Книга "Система владельческого контроля бизнеса"

ISBN 978-5-902580-33-1

Формат книги: А5
Количество страниц: 134 стр.
Переплет: твердый
Издательство: Москва
Автор книги: Александр Карпов
Стоимость книги 500 руб.

Из этой книги вы узнаете:
• что такое система владельческого контроля бизнеса

ЭТО МОЖЕТ БЫТЬ ИНТЕРЕСНО
КАК ЗАКАЗАТЬ КНИГИ

Ссылка на сайт нашего издательства, размещенная на сайте автора книги

Распродажа книг издательства «Москва»

На сайте издательства «Москва» представлены книги, которые можно купить напрямую у издательства с очень **БОЛЬШОЙ СКИДКОЙ**.

Такие цены действуют на некоторые книги в течение определенного времени.

Книги, которые в течение ограниченного времени продаются с очень большими скидками, выбираются произвольным образом.

Каждый месяц скидочная акция распространяется **только на 10 книг**.

Страница, на которой представлены книги с очень большими скидками

https://books-moscow.ru/book_sale.html

Карпов Александр Евгеньевич

Как написать книгу и заработать на этом деньги

Издательство «Москва»

www.books-moscow.ru

m-books@bk.ru

Тираж 1000 экз.

г. Москва
2016 г.