



Pillole di self- publishing

Da dove partire per
autopubblicarsi a quale
piattaforma scegliere

made with

Beacon

Pillole di self-publishing

Questo e-book è pensato per te, che stai decidendo (o hai deciso) di autopubblicarti ma non sai da dove cominciare.

Ecco che cosa troverai:

Vantaggi e svantaggi del self-publishing

Scopri che cos'è il self-publishing attraverso i suoi pro e i suoi contro; solo così la tua scelta sarà consapevole.

Le regole del self-publishing vincente

Qual è il self-publishing giusto? Ho redatto per tre cinque regole che faranno del self-publishing uno strumento di successo.

Piattaforme di autopubblicazione

In che modo scegliere la giusta piattaforma di self-publishing? Quali aspetti devi considerare?

Publiccare in formato digitale

Scopri i dieci motivi per cui vale la pena pubblicare un libro in formato e-book e inizia ad abbattere i costi!

Formati e-book

Quali e quanti sono i formati e-book più usati?

Il prezzo dell'e-book

Come stabilire il prezzo giusto del tuo e-book?

Introduzione

Tutti desideriamo pubblicare un libro. È un piccolo sogno nel cassetto, che ogni tanto apriamo e accarezziamo con amore. Poi richiudiamo il cassetto e torniamo alla realtà.

Oggi, ormai, pubblicare un libro è davvero a portata di click. Segui qualche passaggio e via, il gioco è fatto. In breve il tuo libro sarà visibile a tutti.

Le cose, in realtà, non stanno proprio così.
C'è modo e modo di pubblicare un libro.

Iniziamo vedendo quali sono i passaggi principali prima di pubblicare un libro.

Primo passo: hai riletto il tuo libro?

Suona banale, ma spesso trovo alcuni libri e mi domando: “Ma l'autore almeno lo ha riletto, prima di pubblicarlo?”

Non basta mettere la parola fine a un libro per renderlo pubblicabile. Hai presente quel lungo e tedioso lavoro chiamato **revisione**? Sì, lui. Ecco, quello è uno dei passaggi più importanti.

Un libro non può essere definito tale se non è stato sottoposto a due, tre, cinque

revisioni. Perché, per quanto tu scriva bene, ti sarà comunque sfuggito qualcosa. Il problema è che non sempre questo qualcosa sfugge agli occhi del lettore.

Secondo passo: hai fatto correggere il tuo libro?

Tra rilettura e correzione c'è una bella differenza.

Correzione non è solo **correggere una bozza**, pulire il testo dai refusi. C'è anche il fratello maggiore, bello grosso: l'**editing**.

Quindi non ti basta (o meglio, ti basta ma non è tutto) rileggere il tuo libro, devi affidarlo a un esterno affinché, con occhio estraneo, verifichi la presenza di errori o **incoerenze narrative**.

Se non puoi o non vuoi permetterti un editor, puoi sempre cercare un correttore di bozze per migliorare il testo; oppure puoi affidarti a beta reader che leggeranno criticamente il tuo libro alla ricerca di errori.

Quale che sia la tua scelta, non tralasciare la fase della correzione da parte di un esterno. Quattro occhi sono meglio di due.

Terzo passo: hai scelto la copertina giusta?

Non basta piazzare un'immagine ad effetto e un titolo sbrilluccicoso per avere una copertina.

Anche la copertina ha una sua importanza.

Pensaci bene: quanti libri ti hanno colpito per la loro cover, prima che per titolo o sinossi? Quante copertine ti sono rimaste impresse?

La copertina deve trasmettere qualcosa, deve essere legata all'idea del tuo libro. Il font scelto per il titolo deve essere leggibile e non troppo arzigogolato.

Insomma, una copertina deve catturare l'attenzione.

Scegli con cura l'immagine e il font. Pensa al lettore, a cosa può colpirlo; non pensare a te stesso. Non sempre quello che piace a te è giusto per il tuo libro.

Se vuoi, puoi affidarti a un grafico professionista o comprare una copertina già preimpostata, dove basterà cambiare titolo e autore. L'importante è che dietro ogni copertina che sceglierai ci sia una scelta ponderata.

Quarto passo: hai scelto il titolo giusto?

Dopo (o insieme) alla copertina, il titolo del libro è il magnete che ci attira. Pensa a una libreria o a uno store online: un sacco di libri. Quale scegliere? Magari iniziamo dal titolo. Quale titolo attira più la tua attenzione?

Molti autori tendono a tralasciare l'argomento "titolo" mentre, invece, è molto importante.

Come la copertina, anche il titolo deve trasmettere l'idea del tuo libro, il suo tema. Deve essere un titolo che il lettore ricorderà e ripescherà in mezzo ad altri mille. Deve anche essere attinente all'argomento del libro, e non messo lì perché è d'impatto, sì, ma non c'entra nulla con la storia.

Puoi giocare con i dettagli, come Josh Malerman in "[Bird Box](#)" (tradotto in italiano come "La morte avrà i tuoi occhi"), dove bird box, la cassetta per gli uccelli, è un dettaglio essenziale per la storia. O puoi indicare subito il contenuto del tuo libro, come Carla Buckley con "[The Deepest Secret](#)" (tradotto in italiano come "La luce dopo il tramonto"). È un oscuro segreto, infatti, quello che Eve Lattimore, la protagonista, si trascina per tutta la storia.

Quinto passo: hai corretto la tua sinossi?

La sinossi è una delle prime cose da tirar giù, anche solo per avere un'idea precisa di cosa scriverai. Un po' come una scaletta.

In seguito, la sinossi è d'obbligo se vuoi inviare il libro a un agente o un editore. E diventerà la quarta di copertina qualora tu scelga il self-publishing.

La sinossi è il terzo punto che attira l'attenzione di un lettore. Che potrebbe andarsene subito sia perché non è interessato, sia perché non è convinto. È su quest'ultimo punto che devi giocare.

Una sinossi deve essere leggibile, ossia non deve contenere errori o refusi. E deve anche essere comprensibile. Il lettore deve capire il contenuto del libro. Non sviarlo parlando di un thriller mentre il tuo romanzo è un rosa. Non infarcire la sinossi di troppi elementi: deve essere essenziale. Basta davvero poco per attirare l'attenzione del lettore! Una parola, una frase ad effetto.

Sesto passo: promuovi il libro

Ebbene sì, la promozione inizia PRIMA della pubblicazione di un libro. Non aspettare che il libro sia pubblicato, devi agire prima, creare aspettativa tra i lettori, tra chi ti segue.

Offri teaser, estratti, dai qualche anticipazione... tieni viva l'attenzione del lettore di modo che, quando il libro sarà uscito, correrà a comprarlo.

Una volta appurato CHE COSA è necessario fare prima di pubblicare il proprio libro, vediamo adesso come funziona il self-publishing, e lo faremo evidenziandone i pro e i contro.

Self-publishing: svantaggi

Hai mai pensato che il self-publishing non faccia per te?

Autopubblicarsi non sempre è facile e ancora meno dà i suoi frutti, quindi perché impegnarsi troppo?

Non è meglio cercare la tranquillità di un editore serio che curi il tuo romanzo e lo promuova senza dover sudare sette camicie e pagare spropositi tra editing, grafiche e promozione?

Vediamo quali sono gli svantaggi più noti del self-publishing.

Gli svantaggi del self-publishing

L'autopubblicazione non è tutta rose e fiori. Anzi: spesso la nostra strada sarà costellata di spine belle grosse. Diventare editori di se stessi può dare tante soddisfazioni, ma può anche farci perdere il nostro tempo.

1. Il self-publishing costa

Ebbene sì, non è vero che autopubblicarsi è gratis. A parte le spese operative come il **codice ISBN**, l'acquisto di copie cartacee, l'invio delle suddette per recensioni, eccetera, l'autopubblicazione implica altri costi che sono facoltativi, ma molto (e ripeto molto!) consigliati:

Revisione del romanzo. Sì, obietterai che anche le case editrici più grandi talvolta hanno delle carenze sotto questo profilo, ma perché adeguarsi? In fondo, scrivere è investire su se stessi e sulle proprie capacità, e un investimento ben fatto non è mai a costo zero. Pertanto, che tu lo voglia o no, dovrai ritagliare una fetta dei tuoi fondi per far controllare il romanzo da un esperto, che sia “solo” un correttore di bozze o un editor. Sono sicura che troverai dei professionisti adatti alle tue esigenze... e al tuo portafoglio (a proposito, i miei [servizi editoriali](#) li hai visti?)

Grafiche. Esistono molti siti che permettono di fare delle copertine a costo zero, e su Amazon stesso c'è questa possibilità. Però, a meno che tu non sia un grafico amatoriale o professionista, ti consiglio di rivolgerti a chi lo fa per mestiere. Una cover può essere bellissima ma non raccontare niente. Oppure può trasmettere un messaggio diverso da quello che volevi. E chi meglio di un grafico può aiutarti a risolvere questi problemi?

Pubblicità. Una pubblicità ben fatta ha un prezzo, pensa solo alla sponsorizzazione di Face-book. Non basta tediare amici e parenti e costringerli a pubblicare recensioni a cinque stelle per vendere mille copie in un giorno. O forse sì, ma è ingannevole e, se ti scoprono, ne andrà della tua reputazione.

2. L'autore non ha gli strumenti di promozione di una casa editrice

Questa affermazione va presa con le pinze e si riallaccia a quanto scritto prima. Se si vuole investire seriamente sul proprio romanzo, allora la promozione può eguagliare quella di una casa editrice seria.

C'è però da dire che, se l'autore vuole fare tutto da solo (magari per non spendere e mantenere tutto l'incasso), non potrà mai eguagliare gli strumenti promozionali di una casa editrice: come può da solo organizzare eventi, presentazioni, contatti con giornalisti e blogger? Spesso, inoltre, il semplice fatto che l'autore sia autopubblicato fa storcere il naso, e molti siti non accettano di recensire o collaborare con autori self, preferendo le case editrici.

3. L'autore self è scarsamente considerato

Di nuovo torno a ripetere quando già scritto: **l'autore self è poco considerato**. E non solo dai media, giornalisti e blogger, ma anche dai lettori. Questa tendenza è dovuta soprattutto all'opinione molto diffusa che i libri autopubblicati siano sostanzialmente spazzatura. Sono scritti male, sono poco curati, sono brutte copie di romanzi "big".

E poi, vogliamo parlare dell'autore? Sempre a lamentarsi e a pretendere che tutti considerino e leggano il suo libro, neanche fosse Manzoni. Il brutto di questi aspetti è che si fa di tutta tutta l'erba un fascio, e il povero autore, che magari ha spremuto fino all'ultima goccia del suo sangue per curare e promuovere il suo romanzo, viene messo allo stesso livello di chi, invece, scrivere non sa proprio, e nonostante tutti gli sforzi, non riesce a riemergere dal limbo nel quale è stato fatto cadere.

4. Il self-publishing è una perdita di tempo

Diciamocelo, il self-publishing stufa. Dopo aver pubblicato romanzi che hanno venduto due copie l'uno al mese, siamo un po' scoraggiati. E se avessimo fatto meglio a rivolgerci a un editore? Forse adesso le nostre vendite sarebbero il doppio. Inoltre nessuno ci considera, e le poche recensioni non sono entusiasmanti.

Sì, sarebbe stato meglio aspettare qualche mese in più e cercare una casa editrice, al costo di spulciarne una per una.

Sotto questo profilo, è proprio vero che abbiamo perso il nostro tempo. Ma non solo. **Il self-publishing è una perdita di tempo soprattutto quando lo consideriamo come un gioco**. Ma, come scrivevo prima, investire nel proprio romanzo non è un gioco, anzi. Se però tendiamo a prestare poca attenzione a tutti gli elementi principali dell'autopubblicazione, pubblicando (passami il termine) robbaccia, allora sì che potevamo tranquillamente fare altro.

Self-publishing: pregi

Ecco i quattro pregi dell'autopubblicazione che, a mio avviso e secondo il parere di numerosi autori self, sono i principali.

Dopo averli letti sicuramente sarai più fiducioso su questa forma di pubblicazione che sta conquistando il mercato.

1. Sei editore di te stesso

Esatto! Grazie al self-publishing ogni autore è anche editore: è lui a scegliere come impostare il suo romanzo, dalla A alla Z. Dalla stesura alla promozione. Non dovrà più aspettare che un editore pigro dimentichi di pubblicizzare la sua opera o, peggio ancora, non si morderà le dita per aver pagato cifre spropositate a una casa editrice che poi si è dissolta nel nulla.

2. I guadagni sono tutti tuoi

Un autore self non dovrà elemosinare cifre irrisorie e stra-mangiate dall'editore sulle vendite del suo libro, perché i guadagni, escludendo i costi operativi (editing, grafica, pubblicità), sono solo ed esclusivamente i suoi. Basta aspettare royalties che magari non arriveranno mai. E se poi l'autore è così bravo da correggersi il romanzo, farsi una copertina e pubblicizzarlo, i guadagni si aggireranno quasi al 100 per cento.

3. Hai la completa padronanza del tuo libro

Il self-publisher può fare del suo libro quello che vuole, non è vincolato da contratti o scadenze. Può decidere quando metterlo in vendita, se rimuoverlo per caricare una versione aggiornata, può cambiare la copertina con una migliore, e così via.

Inoltre l'autore può impaginare il libro come più ritiene opportuno, senza dover sottostare alle leggi interne delle case editrici, che troppo spesso vogliono imporre le loro scelte.

4. Hai la completa padronanza dei prezzi

L'autore può giocare con i prezzi dei suoi libri seguendo le proprie idee di marketing. Decide di sconti, promozioni gratuite e loro durata. Ogni scelta sui prezzi è solo sua: lui ne trae i profitti e gli svantaggi.

Insomma, il self-publishing fa davvero per te ... o no?

Il self-publishing è una forma di pubblicazione che sta davvero prendendo piede in Italia. Sulle classifiche dei bestseller di Amazon, due su tre sono romanzi autopubblicati. Ciò non vuol dire che sentendo parlare di self-publishing dobbiamo avere gli occhi a forma di dollari come Zio Paperone. A

utopubblicarsi è un lavoro come tanti altri, richiede tempo, impegno e volontà. Buttarsi sull'autopubblicazione senza avere un'idea precisa di cosa sia davvero equivale a cadere nel dimenticatoio in breve tempo, o peggio.

Quindi è meglio valutare pro e contro, e solo dopo decidere se ne vale o no la pena.

Adesso che sai quali sono i pregi e i difetti principali del self-publishing, è ora di passare alla parte operativa: dove pubblicare, in quale formato e a che prezzo. Prima, però, permettimi di condividere con te le mie personali cinque regole del self-publishing vincente.

Le 5 regole del self-publishing vincente

Dopo aver letto e recensito numerosi libri di autori autopubblicati, ed aver scaricato estratti su estratti, sono giunta a una conclusione: il self-publishing non è per tutti.

Il che mi ha portato a un'altra conclusione: tutti sanno scrivere ma nessuno ne è davvero capace.

Non basta riempire cento pagine di parole, frasi, dialoghi. Non basta mettere la parola fine a una storia. Non basta caricare il file su uno store online. Tutto questo non basta a farti diventare uno scrittore.

Lo ripeterò alla nausea, ma scrivere un libro non è un hobby.

Scrivere un libro è un lavoro.

Scrivere un libro e, soprattutto, autopubblicarlo, è investire sulla propria professionalità.

Diciamocelo, non sei un po' stufo di leggere fandonie, libri scritti male e di scarso contenuto?

Io sì.

Adesso vediamo quali sono le regole di un self-publishing vincente.

Solo se seguirai queste regole potrai davvero definirti uno scrittore degno di tale nome.

Prima regola: pensa seriamente, scrivi seriamente

Ebbene sì.

Una delle grandi verità, eh?

Eppure ho notato molti libri (non solo romanzi, anche saggi) che sembrano essere scritti senza un'idea precisa.

Ho qualche cosa in mente, scrivo due righe, pubblico, zak! Il gioco è fatto.

Eh, no.

Se scrivi un romanzo, devi averlo in mente. Non dico che tu debba conoscere tutte le scene, ma almeno avere un inizio e una fine, avere un'idea che vuoi trasmettere ai lettori.

Non basta scrivere che Mario ama follemente Maria ma Maria ama Luigi che ama Mario e tutti sono sconvolti perché un'invasione di zombie sta estinguendo la civiltà.

Non basta nemmeno scrivere il romanzetto rosa pseudo erotico perché fa figo e perché lo fanno tutti.

E non basta neanche abbozzare qualche paragrafo sul marketing, sulla fotografia o anche su com'è bello avere dei gatti se non si conoscono a fondo gli argomenti.

Quindi:

Pensa seriamente prima di iniziare a scrivere. Che cosa vuoi trasmettere? Di che cosa vuoi parlare? Scrivi seriamente. Scrivi come se ne andasse del tuo futuro (e

magari è anche così, a meno che tu non lo fai per hobby, ma allora questo e-book non fa per te).

Seconda regola: dopo che hai scritto, correggi

Ci tengo a martellarti su questo punto perché, lo ammetto, sono arcistufa di leggere amenità, violenze sui congiuntivi e esecuzioni di massa sulla punteggiatura.

Un libro va scritto.

E va corretto.

Di qui non si scappa.

Per essere più serio possibile, è meglio che il tuo libro lo correggano altri. Non amici, parenti, la fidanzatina, ma persone che lo fanno per lavoro. Editor, agenzie, anche l'ultimo dei correttori di bozze per una revisione finale.

Se non vuoi (o non puoi) spendere, allora cerca di fare una correzione casereccia, magari affidandoti anche a Beta reader.

Ricorda, però, che quattro occhi sono meglio di due, e se gli occhi aggiuntivi non ti conoscono è ancora meglio.

Quindi:

Fai correggere il tuo libro. Correggilo tu stesso.

L'importante è che tu non dia il tuo romanzo o saggio in pasto ai pescecani senza nemmeno averlo riletto.

Perché di pescecani parliamo, non di soffici gattini.

E la rete è piena di persone che non aspettano altro che addentare la tua bella giugulare.

Terza regola: pubblica con attenzione

Ci sono tanti canali di autopubblicazione.

Amazon e Kobo sono in cima a una lista che oserei definire infinita, perdona l'allitterazione.

Prima di lanciarti sul canale che prediligi, magari perché lo conosci o perché i tuoi amici lo usano, valuta pro e contro (lo vedremo nel prossimo capitolo).

Valuta con attenzione ogni frase, ogni strumento che il canale ti mette a disposizione. Non cliccare su tutto per avere tutto.

Valuta se utilizzare Kindle Unlimited e affidare l'esclusiva ad Amazon, ad esempio. Stesso discorso per i cartacei.

Scegli la piattaforma di print on demand che più si addice alle tue necessità, valuta costi, tempistiche e così via.

E non dimenticarti il prezzo!

Non è semplice decidere quanto far pagare un libro.

Certo, da una parte puoi fare un ragionamento tipo: "Sono nuovo, nessuno mi fila, mah, piazza il mio libro a un prezzo basso, così mi faccio conoscere".

Oppure potresti pensare: "Ho impiegato anni di ricerche per questo saggio, anche se sono un signor nessuno non mi va di svendermi".

Entrambi i ragionamenti sono corretti.

Un romanzo a 0,99 centesimi può essere migliore rispetto a uno che costa 2,99 euro, e un saggio a 1 euro può valere il suo prezzo, ossia niente.

Devi essere tu a dare un valore al tuo romanzo o saggio. Ricorda: nel momento in cui pubblichi, il libro diventa un prodotto, e come tale va considerato.

Quindi:

Scegli attentamente la piattaforma di self-publishing e print on demand basandoti sulle tue esigenze (e non perché lo fanno gli altri). Fissa il prezzo del libro in base al valore che tu daresti e che vuoi dare.

Quarta regola: pubblicizza con criterio

Pensa a quando vai al mare. Sulla spiaggia, sei lì che ti godi il sole quando un venditore ambulante, che sia l'afroamericano con le collanine o il cocco bello cocco, allunga la sua ombra davanti a te. E inizia a stressare, a stressare, a stressare. E questo si ripete due, tre, cinque volte al giorno.

Grado di pazienza: -40

Grado di irritazione: +200

Ecco.

Molti self-publisher si comportano come i venditori ambulanti sulla spiaggia.

Vuoi comprare il mio libro? Vuoi comprare il mio libro? Scusa, hai comprato il mio libro?

E basta!

Questa è una delle peggiori tecniche di marketing, e non lo dico perché sono un'esperta di marketing (e infatti non lo sono); lo dico perché ci sono passata, ci passo ogni giorno quando milito sui social e mi piovono addosso quelle belle notizie che amorevolmente (si fa per dire) chiamiamo SPAM.

Non spammare il tuo libro.

È come entrare in un negozio di vestiti e la commessa ti assilla se vuoi comprare qualcosa.

Lo saprò io se voglio comprare o no. E, certo, se vorrò comprare lo dirò io, non tu. Mi potrai rispondere: ma se non faccio così, se non spammo, nessuno mi fila!

Sì, ma se spammi senza criterio ti fileranno ancora meno.

Pubblicizzare un libro è un lavoro lungo e magari all'inizio dà poche soddisfazioni. Occorre seguire una strategia ben precisa, farsi magari aiutare da chi ne sa di più. L'importante è non farsi prendere dalla frenesia e rischiare di elemosinare un acquisto o una recensione.

Quindi:

Valuta attentamente come vuoi pubblicizzare il tuo libro. Fatti aiutare da chi ne sa di più, che spesso è la soluzione migliore. Non lasciarti avviluppare dai tentacoli dello SPAM "perché è così che funziona sui social". Infatti spesso i gruppi di solo SPAM muoiono dopo breve tempo.

Quinta e ultima (evvai!) regola: credici

In realtà non è una vera e propria regola.

Piuttosto una motivazione.

Molti scrittori abbandonano subito la nave, magari invogliati dall'editore truffaldino che promette alti guadagni pagando la cifra irrisoria di 2.000 euro (?!).

Quello che posso dirti io è di non mollare. Se davvero credi in ciò che hai scritto, nel messaggio che vuoi trasmettere ai tuoi lettori, non scoraggiarti dopo i primi fallimenti.

Tutti falliscono, l'importante è continuare.

Ricorda che il tuo libro è un prodotto, e tu che lo hai scritto e lo vendi sei un'azienda, un negozio.

Vuoi chiudere la baracca dopo tanto impegno e tanto sangue e tanto sudore solo perché il tuo negozio lo visitano in pochi?

Prima di scoraggiarti e tirare giù la serranda, pensa a come fare per accaparrare nuovi clienti. La questione è tutta lì.

Come scegliere la giusta piattaforma self-publishing?

Una volta scritto e corretto il tuo romanzo, finalmente sei pronto per pubblicarlo.

Devi solo scegliere la piattaforma self-publishing che più si adatta alle tue esigenze.

Quali sono queste esigenze? È semplice: guadagni, distribuzione, costi.

Il tuo libro è un prodotto, e come tale va venduto. Non lanciarti in imprese se non sai chi o cosa hai davanti.

Pubblicare senza criterio non ti condurrà a nulla o, peggio, ti farà sborsare tanti soldi senza alcun guadagno.

In questo e-book analizzerò insieme a te i punti da affrontare per scegliere la giusta piattaforma self-publishing. Una volta terminata la lettura saprai quale canale più si adatta alle tue esigenze.

Premessa: le tue esigenze

Come ti ho già anticipato, le tue esigenze principali sono tre:

- 1. Guadagni;**
- 2. Distribuzione;**
- 3. Costi.**

Non puoi scegliere una piattaforma di self-publishing se non sai a quanto ammontano le **royalties**.

Non puoi scegliere una piattaforma di self-publishing se non sai dove (e come) verrà distribuito il tuo libro.

Non puoi scegliere una piattaforma di self-publishing se non sai quali sono (e se ci sono) i costi iniziali.

Non tutte le piattaforme di self-publishing sono uguali. Alcune agiscono come delle vere e proprie case editrici e offrono anche servizi editoriali e promozionali. Altre sono semplici **print on demand**.

In base a quello che vuoi per il tuo libro, puoi scegliere tra una o l'altra piattaforma. Se ti serve solo l'e-book, se invece vuoi il cartaceo, e se vuoi che il cartaceo venga distribuito nelle librerie... La scelta è tua.

Vediamo una per una queste esigenze.

1. I guadagni

Sì, spesso in giro si sente dire che tutti scrivono per la gloria, per hobby, per passione... ma davvero è così? Ed è così assurdo dire che si scrive per guadagnare? In fondo la scrittura è un lavoro. Quanti di noi passano ore e ore chini sul foglio o sulla tastiera? Non stiamo lavorando, forse?

Quindi non vergognarti se anche il guadagno rientra tra le tue esigenze.

Quando cerchi la giusta piattaforma self-publishing, devi valutare innanzitutto qual è la percentuale di royalty che riceverai su ogni copia venduta.

È un punto molto importante, perché spesso ogni piattaforma self-publishing o print on demand offre guadagni diversi. E spesso questo può fare la differenza.

Amazon offre due percentuali di royalties a seconda del prezzo del libro: 35% e 70%.

Youcanprint, invece, ti dà il 20% del prezzo di copertina per ogni copia cartacea venduta nelle librerie e store online, che sale al 30% per le vendite sullo store Youcanprint. Per quanto riguarda l'e-book, riceverai il 50% per le vendite sugli store online escluso Youcanprint, e 70% per le vendite su Youcanprint.

Con **Streetlib** la percentuale di guadagno è del 60% per ogni copia venduta.

Kobo ha un meccanismo simile ad Amazon: la percentuale è del 45% per un prezzo che va da 0 a 1,98 euro, e 70% da 1,99 euro in su.

2. Distribuzione

Questo aspetto ti serve solo se hai intenzione di pubblicare anche il formato cartaceo del tuo libro.

Molte piattaforme di self-publishing, infatti, ti danno anche la possibilità di distribuire il tuo libro nelle librerie fisiche, come Mondadori. È molto interessante, poiché avrai la possibilità di raggiungere “fisicamente” molti più lettori, che magari non comprano online e preferiscono, prima dell'acquisto, “vedere” e “toccare” il libro.

Youcanprint è l'esempio di quanto ho scritto: questa piattaforma ti dà anche la possibilità di vedere il tuo libro **distribuito in più di 4.500 librerie**. Tuttavia Youcanprint ti informa che il tuo libro non sarà distribuito subito, ma solo **ordinabile**. Questo vuol dire che ogni libraio potrà decidere o no se ordinare un libro.

Anche con **Streetlib** puoi vendere il tuo libro “fisicamente” in libreria.

Puoi anche decidere comunque di stampare la copia cartacea del tuo libro e venderla attraverso gli store online, come Amazon e il suo servizio Createspace. È comunque un'opportunità, perché non tutti leggono digitale.

3. Costi

Molti credono che **l'autopubblicazione sia a costo zero**. È un mito che andrebbe sfatato, un'erbaccia che bisogna sradicare. Il self-publishing ha i suoi costi, e uno di questi rappresenta la fase della pubblicazione.

Quando cerchi la giusta piattaforma di self-publishing , sincerati quanto e se devi spendere qualcosa.

A dir la verità, se parliamo di e-book, l'unico costo che hai riguarda l'assegnazione di un codice ISBN, che potrai acquistare sul **sito dell'agenzia**.

Durante la pubblicazione, Amazon ci informa che non è necessario avere un codice ISBN, poiché attribuirà lui stesso un codice univoco per ciascun e-book (ASIN). Tuttavia è sempre bene, se possibile, assegnare un codice ISBN al proprio libro.

Le case editrici (almeno, quelle più serie!) danno un codice ISBN per ogni versione del libro: cartacea e digitale. Addirittura alcune cambiano ISBN per ogni piattaforma di vendita (Kobo, Amazon...).

Per quanto riguarda il cartaceo, numerose piattaforme di print on demand ti danno la possibilità di avere un preventivo di spesa per un totale di copie stampate.

Per esempio, poniamo il caso di voler stampare 50 copie di un libro di 200 pagine con Youcanprint (che, come hai visto, rende reperibile il romanzo nelle librerie fisiche).

Dopo aver selezionato tra alcune opzioni disponibili (ho preso come esempio un libro come quelli che trovi in libreria, senza copertina rigida), il costo totale è di 279,47 euro, comprensivo di spedizione e assegnazione del codice ISBN (30 euro, che però puoi deselezionare se ne sei già in possesso).

Un altro esempio di preventivo di spesa con Ilmiolibro.

The screenshot shows a web interface for configuring a print job. At the top, the word 'stampa' is displayed in a stylized font next to a stack of paper icon. Below this is a navigation bar with 'INFO' and a right-pointing arrow. The main area contains several configuration options, each with a label and a dropdown menu:

- Copertina**: morbida
- Contenuto**: in bianco e nero
- Formato**: Romanzo (150x230mm)
- Carta**: Usomano avorio (80 gr.)
- Pagine**: 200 (with up/down arrows) and **Copie**: 50 (with up/down arrows)

Below these options is a black button labeled 'CALCOLA'. Underneath, the price is shown as 'prezzo di stampa iva inclusa' followed by '€ 362,70' in large red text. Below the price, it says 'invece di € 483,60' and 'risparmi € 120,90 (25% di sconto)'. At the bottom of the form, there are two links: 'scopri gli sconti' and 'tutte le informazioni', both with right-pointing arrows.

In questo caso le opzioni sono meno rispetto a Youcanprint: non si parla di assegnazione del codice ISBN e le opzioni del formato, grammatura e carta sono inferiori; tuttavia hai ben il 25% di sconto.

Non c'è un'unica strada da scegliere, né si può sceglierla subito.

Il consiglio che ti posso dare, è di farti fare più preventivi di modo da sapere quale piattaforma scegliere.

Certo, le tue esigenze non si esauriscono qui. Quelle che ti ho elencato sono le principali, ma sono sicura che ne hai anche altre.

Ad esempio: **quali sono i diritti del tuo libro?** Rimangono a te e puoi farne quello che vuoi o, come nel caso del [servizio Kindle Unlimited](#), sei vincolato a rimanere solo sulla piattaforma Kindle Direct Publishing?

O ancora: la piattaforma dà anche dei **servizi aggiuntivi** (a pagamento), come grafica, impaginazione ed editing? Se ti servono, puoi considerare le piattaforme che li mettono a disposizione, anche se non ce ne sono tante.

Personalmente io conosco solo Youcanprint (che proprio per questo motivo viene spesso considerata come una via di mezzo tra print on demand ed editoria!).

E infine: che vincolo ho con la piattaforma? Posso recedere quando voglio o devo aspettare un tot di tempo?

Quale che siano le tue esigenze, devi valutarle attentamente una per una prima di scegliere la piattaforma di self-publishing. Per fortuna nessuna scelta è definitiva!

Perché pubblicare in formato e-book?

Ricordo ancora quando comprai il mio Kindle, ben due anni orsono. La prima cosa che mi dissi fu: “Finalmente posso leggere un sacco di libri che sono solo e-book, evvai!”.

Ti sembrerà una banalità, ma per me è stata manna dal cielo. E per dirlo io, che sono una fervida sostenitrice dei cartacei, è tanto.

Il panorama editoriale è da sempre in fermento e in movimento e, anche se a mio avviso i cartacei sono intramontabili, l'e-book ha il suo perché. Tantissimi scrittori pubblicano solo in formato digitale e raggiungono migliaia di lettori che, per svariati motivi, non acquistano il cartaceo.

Degli autori che seguo, soprattutto molti self-publisher, la gran parte predilige l'e-book al cartaceo.

È innegabile che il formato digitale ti dia molti vantaggi rispetto al cartaceo: costi più contenuti, possibilità di raggiungere più persone... Certo, non sarà mai come trovare il proprio libro in libreria, ma vuoi mettere?

In questo capitolo ti elencherò ben 10 vantaggi sul perché pubblicare un e-book e non (o non solo) il cartaceo.

1. Non hai i costi di stampa

Sappiamo tutti che l'atto di pubblicazione dell'e-book, in sé, non ha costi. Prendi Amazon: ti registri, inserisci i dati, carichi file e copertina, clicchi su pubblica... e il gioco è fatto. Quanto hai speso? Zero.

Rispetto a un cartaceo, l'e-book ti riduce i costi di pubblicazione. Non hai i costi di stampa, ed è già un vantaggio enorme.

Stampare un libro costa, che lo faccia tu o che lo faccia la piattaforma dove hai pubblicato il libro, trattenendo una percentuale.

L'unico costo legato alla pubblicazione in sé è l'acquisto del codice ISBN, ma, ad esempio, Amazon fornisce gratuitamente, per l'e-book, un codice univoco chiamato ASIN.

2. Non hai i costi di impaginazione

Impaginare un cartaceo, credimi, non è facile, te lo dice una che lo fa da anni. Devi sapere il formato, devi controllare i rientri, i paragrafi, devi eliminare le fastidiose righe vedove e orfane, e gli antipaticissimi mozzini. E poi avere gli spazi tra i paragrafi e tra capitoli uguali, contare le pagine bianche... aiuto!

Word è lo strumento più utilizzato dagli scrittori per impaginare i cartacei ma, a mio avviso, non è quello giusto. Un'impaginazione ben fatta richiede software adatti, come Adobe Indesign o il più semplice (si fa per dire) Quark Xpress. E questi software costano. E costa il tempo passato a imparare a usarli.

Oppure puoi affidare il libro a un impaginatore esterno, ma anche questo è un costo.

Impaginare un e-book, invece, è più semplice. Non devi conoscere formati, non devi fare attenzione alla struttura dei paragrafi, perché il file che leggerai sul tuo e-reader si adatta automaticamente dopo la conversione. Certo, anche impaginare un e-book ha i suoi accorgimenti: capitoli, indice, immagini. Ma, a mio avviso, il procedimento è più semplice e veloce rispetto a un cartaceo.

3. Non hai costi di distribuzione e magazzino

Una casa editrice, tra i (tanti) costi, annovera anche quelli di distribuzione e di magazzino.

Il distributore si ritaglia una fetta di percentuale derivante dalla vendita di ciascuna copia. Ogni anno poi verranno fatti i resi, ossia i libri invenduti vengono rispediti al mittente (distributore o editore). Almeno, questo succedeva nella casa editrice dove lavoravo. E poi ci sono i costi di gestione del magazzino: costi fisici (pagare l'affitto di un locale) e “di spazio” — se non ho un locale, dovrò comunque mettere da qualche parte i miei libri, e se sono tanti è un problema!

Pubblicare in digitale ti toglie queste spese. Non c'è bisogno di un magazzino, e il distributore è la stessa piattaforma dove pubblichi il libro. C'è da dire che, comunque, ciascuna piattaforma si trattiene una percentuale su ogni vendita. Per questo motivo alcuni autori preferiscono vendere i loro libri DIRETTAMENTE, ossia sul loro sito e, tolte le spese di gestione del sito, tenersi tutto il guadagno.

4. Il tuo libro sarà pubblicato immediatamente

Se hai già avuto modo di pubblicare cartacei con case editrici o da solo, saprai che il processo è lungo. Il cartaceo va stampato, poi va spedito e alla fine ti arriva — o arriva all'editore, che spedirà le copie a te destinate.

Pubblicare un e-book è rapidissimo: su Amazon bastano uno o due giorni, e poi il tuo libro sarà subito visibile ai lettori.

Oppure puoi decidere di metterlo in pre-ordine e venderlo a una data prestabilita, ma comunque sappi che una volta mandato in pubblicazione, sarà visibile poco dopo.

5. Puoi modificare il libro a piacimento

Qualche settimana fa mi è arrivata una notifica per un libro della casa editrice con cui collaboro dove si chiedeva di riguardare alcuni refusi. Ebbene: sono andata su Amazon, ho scaricato il file, ho corretto i refusi e l'ho ricaricato. Non ho neanche dovuto togliere il libro dalla vendita; la versione aggiornata sostituisce la

precedente e chiunque abbia comprato il libro potrà scaricarla gratis.

Questo per dirti che ogni modifica, anche piccolissima, può essere fatta subito e senza problemi — o costi.

Pensa a un refuso in un cartaceo: e ora come lo tolgo? Basta aspettare la nuova edizione, se mai ci sarà. E se non c'è ti tocca tenere il libro così.

6. Puoi ritirare il libro dalla vendita quando vuoi

Può capitare che tu debba ritirare il libro dalla vendita. Magari hai deciso che non lo vuoi più vendere, o hai necessità di una robusta revisione che richiederà mesi.

Be', come fai? Basta che annulli la pubblicazione, ed esso non sarà più disponibile.

Pensa adesso ad annullare la pubblicazione di un cartaceo, soprattutto se esso è distribuito o presente in libreria. L'iter è più lungo e complicato. Se poi il tuo libro è pubblicato da una casa editrice, sei anche vincolato al contratto di edizione.

7. L'e-book non si deteriora e puoi scriverci su senza lasciare tracce troppo visibili

Lo so, i libri vecchi, datati e usati hanno sempre il loro fascino. L'odore della carta, il colore ingiallito...

Però pensa a un libro deteriorato perché ti è caduto, si è bagnato, il gatto l'ha morsicato (a me succede). Che stress!

Il libro digitale non si deteriora: rimane per sempre come l'hai pubblicato. Al più, dovrai cambiare e-reader.

Stessa cosa se sei uno di quelli che fa linguette o sottolinea o scrive. Un libro sottolineato e pieno di scritte non è carino, soprattutto se lo vendi. Un e-book può essere sottolineato e puoi inserirvi note, ma non lo intacchi in modo sostanziale.

8. Il tuo libro è reperibile ovunque

Spesso sento gente che si lamenta perché questo romanzo o quel saggio non si trovano in libreria né online. Che noia! E magari è un libro che serve.

L'e-book è sempre reperibile (a meno che non annulli la pubblicazione) ed è reperibile ovunque — non esistono store in cui non puoi non trovarlo. Puoi anche decidere di venderlo all'estero e aumentare la fetta di lettori.

Online, dove tutto è possibile.

9. Hai un resoconto immediato delle vendite

Basta dover aspettare i tempi burocratici di librerie, distributori, editori, e sapere dopo anni (o non saperlo mai) quante copie si ha venduto.

Se pubblichi un e-book hai i risultati delle vendite in tempo reale. Ogni mese sai quanti lettori lo hanno acquistato (o letto, nel caso di [Kindle Unlimited](#)).

E sai anche quanto stai guadagnando.

10. L'e-book non ha una tiratura limitata

Molti cartacei, soprattutto di piccole case editrici o di self-publisher, hanno una tiratura limitata, nel senso che si esauriscono dopo un tot. di copie. La ristampa, si sa, comporta altri costi, e non vuoi o non puoi permettertelo.

Un e-book è per sempre. Rimane in vendita anche dopo anni. Non c'è un numero limitato di copie: chiunque lo può acquistare.

E ovviamente è un enorme vantaggio, tu che dici?

Credo di aver terminato!

Dieci motivi perché convenga pubblicare un e-book rispetto a un cartaceo sono tanti, ma non sono esaustivi. Spero comunque che ti abbiano aiutato a scegliere.

Ribadisco la mia preferenza per il cartaceo, ma l'e-book ha tanti vantaggi. Troppi, forse, e spesso la pubblicazione in digitale viene sopravvalutata — hai presente il fatto che CHIUNQUE può pubblicare e quindi c'è in giro di TUTTO? Quello.

Se ti stai muovendo da poco nel panorama editoriale, puoi iniziare pubblicando il tuo libro in versione digitale, vedere come vanno le vendite, e poi affiancare la copia cartacea. Di recente, il programma [Kindle Direct Publishing](#) di Amazon ha messo a disposizione la possibilità di stampare e vendere anche il cartaceo. Sennò esistono molte altre piattaforme print on demand, come CreateSpace.

Quanti formati e-book esistono?

Quanti e quali sono i formati e-book più conosciuti e utilizzati?

Oggi ormai quasi tutti hanno un e-book reader, e il libro digitale è sempre più utilizzato a fianco al cartaceo.

Nel momento in cui hai pronto il tuo file e lo vuoi pubblicare online, dovrai scegliere il formato.

Per fortuna le piattaforme di self-publishing come Amazon o Kobo ti convertono in automatico il file prima di passare alla pubblicazione, ma è comunque utile avere una panoramica dei principali formati e-book di modo da saperli utilizzare al momento giusto.

In questo capitolo scoprirai quali sono i formati e-book più conosciuti e utilizzati, e quali i pro e i contro.

Epub, pdf, mobi, azw: i più conosciuti

Sono sicura che hai già letto queste sigle. Magari ti sei anche chiesto che cosa significhino.

Bene, sei nel posto giusto!

Epub, pdf e mobi altro non sono che i principali formati in cui è possibile leggere un e-book.

Partiamo dal pdf.

Pdf (Portable Document Format)

Di proprietà di Adobe, il pdf è in assoluto il formato più conosciuto.

Viene utilizzato dappertutto, in effetti: dal volantino alla brochure, dalla tesi di laurea al manuale.

Questo perché il pdf ha il vantaggio di essere letto da qualsiasi dispositivo: pc, smartphone, tablet.

Inoltre è il formato più semplice da realizzare: ogni programma ci dà la possibilità di salvare il nostro documento nel formato pdf (che sia un foglio di Word o la cover di un romanzo).

Tuttavia il pdf, anche se molto utilizzato, non si presta alla lettura di romanzi. Esso, infatti, ha un layout fisso, e negli e-book reader, pur supportando il formato, la scorrevolezza è difficile, poiché non vi è la possibilità di aumentare o ridurre il carattere, ma solo di zoomare in certe sezioni del foglio.

Il pdf è più adatto a documenti che saranno stampati.

Quindi fa' attenzione se carichi il tuo libro in formato pdf, magari se vuoi fare un regalo o se vuoi chiedere una recensione. È meglio utilizzare altri formati, come il mobi o l'epub, di cui parleremo fra poco.

Epub (Electronic Publication)

Il formato ePub è quello più versatile per quanto riguarda la lettura degli e-book.

I libri in formato ePub, infatti, vengono letti in qualsiasi dispositivo (salvo quelli di Amazon, ma lo vedremo dopo!).

A differenza del pdf, l'ePub è più "malleabile": puoi modificare grandezza dei caratteri, margini, etc.

La maggior parte degli e-book che acquistiamo online è in formato ePub.

Se devi inviare il tuo libro in regalo o per una recensione, l'ePub è il formato indicato.

Ma... c'è sempre un ma, e lo vediamo adesso.

Mobi (abbreviazione di Mobipocket)

Il mobi è il formato utilizzato da Amazon per pubblicare i libri nel suo store.

I libri in formato mobi sono leggibili su qualsiasi dispositivo Kindle, e sui dispositivi che lo supportano (come iPhone, iPad, PC...).

Il formato mobi è più elegante rispetto all'ePub, e ha maggiori potenzialità poiché permette una navigazione avanzata e la lettura di e-book più complessi (come quelli con immagini).

Azw

Amazon dispone anche di un altro formato, l'azw, che ha una migliore compressione.

L'azw è importante soprattutto poiché dotato del Digital Rights Management, ossia il blocco previsto da Amazon per evitare la circolazione illegale degli e-book. Un libro in formato azw può essere letto sul dispositivo associato al profilo che l'ha acquistato, ma non su un altro. Quindi se tu mi vuoi anche solo prestare un libro,

se è in azw io non potrò leggerlo.

Attenzione, quindi, se vuoi inviare un romanzo per farlo recensire! Questo formato è sconsigliato.

Azw3

L'azw3 o kf8 riguarda sempre i dispositivi Kindle ed è una sorta di evoluzione del mobi e dell'awz. Ha più font, stili e layout.

Altri formati e-book

Quelli sopracitati sono i formati più conosciuti.

Ti capiterà, però, di trovarne degli altri. Ecco una breve lista:

Lit. È il formato introdotto da Microsoft e permette di leggere gli e-book sul PC Windows attraverso uno strumento gratuito. Il lit è stato uno dei primissimi formati per la lettura di libri digitali e oggi, ormai, raramente viene utilizzato.

Talvolta, però, lo si trova ancora in giro.

Odf. Appartiene alla famiglia degli open document e viene utilizzato da Open Office.

Cbr/crz. Un formato utilizzato soprattutto per la lettura di immagini, come i fumetti.

Doc. È il formato per eccellenza di Microsoft Office. Spesso i libri vengono inviati in questo formato. Txt Rtf Html

Come converto un e-book?

Spesso ti capiterà di dover convertire un e-book da un formato all'altro.

Esistono molti software online che ti danno questa possibilità. Alcuni di questi, però, sono piuttosto scarsi e non hai margine di manovra. Ossia: ti basta caricare il file e il server penserà a tutto. Risultato: il più delle volte, soprattutto se hai convertito pdf o doc in epub o mobi, il layout sarà pessimo, con righe isolate e spazio tra un paragrafo e l'altro.

Il software che uso io e moltissimi altri è Calibre. Oltre a essere gratis, ti organizza i vari e-book in una biblioteca virtuale. Inoltre puoi scegliere tante opzioni per migliorare il libro in fase di conversione, ad esempio rimuovendo gli spazi tra i

paragrafi. Con Calibre puoi anche leggere gli e-book della tua biblioteca direttamente sul PC.

Come stabilire il prezzo di un e-book?

Stabilire il prezzo del proprio e-book è un dubbio che assilla tutti. Sarà troppo alto? O troppo basso? E se lo metto basso e poi lo alzo dopo? E se faccio il contrario? E se lo metto gratis e tanti saluti? Anche tu ti sei trovato in questa situazione, ammettilo.

Ci hai pensato e ripensato, ma non ne sei ancora venuto a capo. Tranquillizzati, sei nel posto giusto.

In quest'ultimo capitolo ti aiuterò a capire come stabilire il prezzo di un-ebook a partire da una serie di variabili.

Premessa: troppo alto o troppo basso?

Due anni fa parlavo con un autore a proposito del prezzo del suo e-book che avrebbe pubblicato a breve. Lui mi disse che voleva un prezzo medio, sui 3,99 euro (stiamo parlando di Amazon), perché, se lo avesse messo troppo basso, la gente lo avrebbe considerato robbaccia.

La discussione “troppo alto – troppo basso” è di lunga durata e andrà avanti ancora per molto.

Da una parte c'è chi pensa (come l'autore di cui parlavo) che il prezzo di un e-book deve essere medio-alto. Sotto una certa cifra è spazzatura.

Dall'altra parte c'è chi preferisce pubblicare a un prezzo più basso per allargare la cerchia dei possibili lettori.

Chi ha ragione?

Tutti e nessuno.

In realtà ci sono tanti elementi che devi considerare prima di scegliere il prezzo del tuo e-book.

Sì, il dubbio “troppo alto – troppo basso” viene a tutti ma, prima di farti schiacciare sotto un macigno, pensa a quello che è conveniente per te (e per i tuoi lettori), e non quello che dicono gli altri.

Ecco alcuni consigli su come muoverti per stabilire il prezzo del tuo e-book.

1. La qualità

Mettiti davanti allo specchio e sii sincero con te stesso.

Il tuo libro è bello? Un capolavoro?

O è una “ciofecca”?

E ora mettiti nei panni di quelli che lo acquisteranno.

Se è un buon libro, con contenuti di qualità, saranno soddisfatti. In caso contrario, ahia!

Adesso pensa al prezzo: se il tuo e-book è di qualità, ha contenuti interessanti, è un page-turner, insomma, sei certo che è un buon libro, perché non provare a venderlo a un prezzo medio-alto?

In caso contrario svenderesti mesi (se non anni) di lavoro, fatica e lingua penzoloni.

Non fare il furbo, però. Resta davanti allo specchio. Svesti i panni del super-scrittore e torna sulla terraferma.

È davvero buono il tuo libro? Qual è il parere di chi lo ha letto in anteprima (lascia perdere amici e parenti, pensa a editor, beta reader, blogger)?

Se il parere è positivo, o hanno tutti le fette di salame sugli occhi, o il tuo libro merita davvero.

E se merita, perché non dargli il giusto valore?

Comandamento numero uno: dà al tuo libro il valore (prezzo) che merita — anche se è di scarsa qualità.

Pagare 2,99 euro per spazzatura non è carino, fidati di chi ci è passato (io, ma anche tanti altri).

2. Notorietà

Ehi, dove scappi? Torna qui, davanti allo specchio. Mica ho finito!

Tutti hanno iniziato da zero o addirittura da -60 per quanto riguarda la notorietà.

Sì, purtroppo non tutti siamo famosi il giorno dopo che abbiamo pubblicato un libro. E magari neanche dopo dieci anni.

L'essere conosciuti o sconosciuti è un aspetto di cui tener conto nel fissare il prezzo di un e-book.

Se sei un autore famoso, hai una tua cerchia di lettori fedelissimi, riscuoti successo in ogni pubblicazione, allora puoi decidere di avere un prezzo medio-alto, perché sai che, comunque, chi ti segue ti leggerà lo stesso.

Al contrario, se sei nuovo, nessuno ti fila, ti viene più facile adottare prezzi “di lancio” per farti conoscere.

Stai attento, però: notorietà non vuol dire qualità.

Puoi essere famoso e scrivere spazzatura e venderla a 4,99 euro. Puoi essere un signor nessuno e scrivere di qualità e venderla a 0,99 euro.

La notorietà va presa con le pinze, quindi. Faccio un azzardo e ti dico che notorietà e qualità si scontrano. Sì, perché se consideri soprattutto la qualità, allora anche se sei uno sconosciuto fissi un prezzo medio-alto perché il tuo libro lo vale; se consideri la notorietà, potresti essere tentato di fissare un prezzo medio-basso per attirare una larga fetta di lettori.

Comandamento numero due: la notorietà conta, ma va presa con le pinze. Non basare i tuoi calcoli solo su di essa.

3. Mercato

Ogni tipologia di libro (dal romanzo al saggio) ha un suo mercato di riferimento.

Ti basta andare su Amazon e dare un'occhiata alle varie categorie per farti un'idea dei prezzi.

Ebbene, sapere qual è il prezzo medio di un e-book per una categoria (ad esempio: i saggi sull'internet marketing) ti aiuta a capire a quale fissare il tuo.

Se, facciamo un esempio, tutti gli e-book hanno un prezzo che varia da 5,99 euro a 8,99 euro, puoi andare per tentativi e provare, magari, prima a vendere il tuo libro a 5,99 euro (che è già un buon prezzo), e poi, se non sei soddisfatto, ad alzarlo leggermente o ad abbassarlo.

Puoi anche osare e lanciare il tuo e-book a un prezzo più basso (1,99 euro) e vedere cosa succede.

Tieni sempre presente, però, il mercato di appartenenza del tuo libro, per vagliare i prezzi e studiare alternative.

Comandamento numero tre: tieni sempre controllato il mercato di appartenenza del tuo e-book per valutare i prezzi e scegliere la giusta strategia.

4. Guadagni

E qui casca l'asino.

Ti sento già, lì fisso davanti allo specchio, che ti impettisci e tiri su il mento e mi dici che a te non interessa guadagnare perché scrivi per passione, hobby, eccetera.

Ora, siamo onesti. Ma è così disdicevole scrivere perché si spera di guadagnare qualcosa?

Magari tu sei proprio uno di quegli autori che passa quattro, cinque ore al giorno chino sulla tastiera. E poi tutte le riletture, le revisioni... non venirmi a dire che non è lavoro!

Adesso ti dirò una cosa che potrà spaventarti o indignarti, ma che è vera: non pensare solo al lettore, pensa anche (e soprattutto) a te stesso.

Lo vogliamo dare il giusto valore al tuo libro? Sì? Allora perché non darlo anche a te, che hai sudato litri di sangue per scriverlo e correggerlo?

Quindi, nel momento di fissare il prezzo di un e-book, pensa anche a quanto guadagnerai tu.

Facciamo l'esempio di Amazon [Kindle Direct Publishing](#), che è la piattaforma più usata.

Su KDP ci sono due tipi di royalties (diritto d'autore): 35% e 70%. Quando fissi il prezzo del tuo e-book, vedi anche l'importo di royalty.

Se vendi l'e-book a 2,99 dollari, riceverai 1,05 dollari se scegli il tasso del 35%, e 2,04 dollari se scegli il 70%. Scorrendo nei mercati Amazon mondiali che ti appaiono sotto, riceverai 1,67 euro con tasso 70% e 0,81 cent con tasso 35%.

Questo esempio per farti capire come puoi già avere una stima dei tuoi futuri guadagni. E non dimenticare che, sempre con KDP, se iscrivi l'e-book al [programma Kindle Unlimited](#) riceverai una percentuale anche lì!

Comandamento numero quattro: pensa anche ai tuoi, di guadagni

Per concludere: ma 'sto e-book quanto deve costare?

Come avrai visto in questo capitolo, ci sono tante variabili da conoscere. E spesso molte di queste si torcono i capelli a vicenda.

Ok la qualità, ma io sono mister nessuno, pazienza, mi svendo e butto l'e-book a 99 centesimi.

Sì, lo so, il mio libro fa *BIP*, però, chisseneffrega, io devo guadagnare, quindi ecco un bel 5,99 euro e zitti tutti.

Sono ragionamenti validi e plausibili. La scelta è soggettiva.

Il bello del self-publishing è che sei editore di te stesso, quindi hai il pieno controllo del tuo libro.

Non c'è LA regola che ti dice quanto far pagare il tuo libro, piuttosto una serie di variabili, di cui quattro le hai già viste.

Quello che devi fare è sperimentare, sperimentare, sperimentare.

Analizza il tuo mercato. Cerca di capire che cosa pensano i lettori (clienti). Pianifica la tua strategia: proponi sconti, ribassa il prezzo per un certo periodo oppure regalalo...

La prima regola che devi sapere, però, è che la qualità (i contenuti) del tuo libro conta su tutto il resto.

#ioleggo self è la
rubrica dedicata al
self-publishing
italiano.

Scopri come partecipare!

Vai su

<https://www.emanuelanavone.it/ioleggo self>