

سه درس مهم بازاریابی در نوشتن کتاب



نویسنده: مهران منصوری فر

کتابچاپ

نوشتن یک کتاب می تواند کسب و کار شما را متحول کند حتی اگر این کتاب ۱۰ صفحه باشد و فقط به صورت الکترونیکی منتشر شود! در این مقاله به سه درس مهم در نوشتن یک کتاب با هدف افزایش مخاطبین شما و استفاده از بازاریابی ویروسی پرداخته شده است.

کتاب ممکن است اهرم تجاری بزرگی برای یک کسب و کار محسوب نشود اما می تواند خیلی در دیده شدن و شهرت کسب و کار شما مفید واقع شود. در اینجا سه روش برای تدارک یک کتاب و استفاده بهینه از آن برای ایجاد و ارتقا کسب و کارتان ارائه خواهیم کرد.

در ادامه تجربیات ما در مدیر وب برای نوشتن دو کتاب ویروسی که حدوداً ۳۰ هزار بار در سایت های مختلف دانلود شد و تجربیات یک نویسنده را با شما در میان خواهیم گذاشت که می توانید از آنها برای شروع نوشتن کتاب خود بهره مند شوید:

یک نویسنده تصمیم می گیرد کتابی با نام: چگونه در LinkedIn بفروشیم را خیلی سریع نوشته و برای فروش قرار دهد و در این کار نیز موفق شده است، ما نیز کتاب الگوریتم های سئو را به همین صورت و خیلی سریع منتشر کردیم، اما درس هایی در انتشار این دو کتاب نهفته است که در ادامه با شما در میان خواهیم گذاشت. نویسنده کتاب چگونه در لینکدین بفروشیم در کمتر از ۷۲ ساعت دست نوشته کاملی داشت و کتاب برای فروش در سایت آمازون قرار گرفت. حتی از آن بهتر به طور استراتژیک در کتاب رابط هایی ایجاد کرده بود که خوانندگان از طریق آن به صفحات هدف یا لیندینگ وب سایت هدایت می شدند تا برای گسترش طبیعی آنچه که در حین مطالعه دریافته اند از امتیاز تماشای فیلم های آموزشی و شرکت در وبینارهای رایگان برخوردار شوند.

اگر تصمیم به نوشتن کتابی دارید باید این موضوع را بدانید که مخاطب شما در حین مطالعه کتاب اگر واقعا مطالب مفیدی را پیدا کند هیجان زده خواهد بود و به دنبال دریافت مطالب بیشتری از جانب شما خواهد بود، پس با ایجاد رابطه ای بین کتاب و سایت خودتان می توانید مخاطبین زیادی را جذب کنید.

شما می توانید در کسب و کار خود چنین کاری انجام دهید، پیش از آنکه بگویید من بلد نیستم کتاب بنویسم به شما نشان خواهیم داد که چرا احتمالاً شما قبلاً کتاب خود را نوشته اید اما خبر ندارید.

### بازاریابی محتوایی ایجاد حس خواستن

پیش از آنکه وارد بحث جدیدی بشوم، لازم است از اینجا آغاز کنم. در سال ۲۰۱۶ اینک انتظار داشته باشید فقط چون شما می خواهید، مشتریان ایده ال یا مشتریان بالقوه شما وقت، حواس و پولشان را در اختیارتان بگذارند، دیگر عملی نیست.

به جای آن شما باید حس خواستن را به دست آورید.

پیش از آنکه فردی شخصا با شما صحبت کند در محتوای سایت شما مشخص می‌شود که چگونه اعتبار، توانایی و تخصص خود را ثابت می‌کنید. هم‌چنین افراد کاملا جدید و ناشناسی که آن‌لاین و در وب در حال وبگردی هستند شما را چگونه پیدا می‌کنند و به دیگران توصیه می‌کنند و برای کار به شما رجوع می‌کنند. شما باید ضمن اینکه مطالب آن‌لاین (ویدیوها، پادکست‌ها و غیره) را بروز می‌کنید که البته کار بسیار مهمی است، نباید قدیمی‌ترین شکل بازاریابی محتوایی در جهان یعنی کتاب را فراموش کنیم. با این فرض سه درس کلیدی که حین بازنویسی کتابم درباره بازاریابی یاد گرفتم در اینجا ذکر می‌کنم و می‌گویم چگونه می‌توانید آنها را برای رشد کسب و کارتان به کار ببندید.

### درس اول - نگاه کنید قبلا چه کاری انجام داده اید

اگر در وب از هر نوع محتوای آن‌لینی تولید می‌کنید و کسب و کارتان را گسترش می‌دهید، یعنی نوشتن کتابی را شروع کرده‌اید.

در واقع من بخش عمده کتابم را با کپی کردن، نسخه برداری و قالب بندی مجدد ۹ ماه پست‌های وبلاگی در باره LinkedIn بازنویسی کردم.

نکته اصلی: اگر پیش از این شما وبلاگ، ویدیو، پادکست یا دیگر مطالب آن‌لاین تهیه کرده اید، یک کتاب در نوبت انتشار دارید!

در ادامه نمونه های موفق در جهان مثال زده می شود که با کمی جستجو می توانید سطح موفقیت آنها را درک کنید.

نمونه بسیار شناخته شده ای از این کار مصاحبه های پادکستی لویس هاوس با مشاهیر تراز اول دنیای تجارت به نام «school of greatness» است که به پرفروش‌ترین کتاب با همان نام تبدیل شد، و هم‌چنین کارآفرین گری واینچک که مجموعه ویدیوهای پرسش و پاسخ آن‌لاین مشهورش به نام «AskGaryVee#» را به کتابی پرفروش تبدیل کرد.

در هر دو نمونه مطالب از قبل وجود داشتند و هاوس مقادیر زیادی فایل صوتی از مصاحبه با رهبران فکری در اختیار داشت که می‌توانست از آنها رونوشت بردارد و به صورت کتاب عرضه کند، و واینچک نیز ویدیوهای در اختیار داشت که با نام «Dear Abby» در آنها به صورت آن‌لاین به صدها سوال بینندگان پاسخ می‌داد.

واینزچک گامی فراتر نهاد و صدها سوال مخاطبین و پاسخ آنها را در موتور جستجوی گوگلی AskGaryVee بر روی وبسایت خود قرار داد.

پس همیشه نیازی نیست که از صفر شروع به نوشتن کنید شما می توانید از محتوایی که قبلا تولید کرده اید استفاده نمایید و خیلی سریع پیش بروید. نکته جالبی در مورد چند نویسنده مشهور در جهان وجود دارد و آن این است که همه کتاب این نویسنده ها به صورت کامل روی وب سایت آنها در قالب مقالات نا پیوسته منتشر شده است.

### درس دوم - کاربرد متفاوت!

در اینجا مهم این است که روش های سریع و مناسبی برای کاربری متفاوت از مطالب موجود پیدا کنید تا بتوانید آن را به کتاب یا منابع دیگر تبدیل نمایید.

اگر فایل صوتی یا فایل ویدیویی دارید می توانید آنها را به سایتی مثل سایت SpeechPad دهید تا به ازای ۱ دلار برای هر دقیقه از آن نسخه برداری کند، نمونه های ایرانی این سایت نیز فعال هستند و با کمی جستجو در وب می توانید آنها را بیابید. من عاشق سایت SpeechPad هستم چون می توانم پنج دقیقه فایل صوتی یا ویدیویی در این سایت بگذارم و بدون نیاز به تایپ یک فایل میکروسافت ورد ۴۰۰-۵۰۰ کلمه ای شسته رفته تحویل بگیرم و به راحتی آن را در بخشی از کتابم بگنجانم. هزینه کل این کار ۵ دلار می شود.

چنین کاری برای نسخه برداری از فایل های صوتی و ویدیویی نیز مفید است چون وقتی می نویسیم مانند زمانی که صحبت می کنیم، قالب و لحنی محاوره ای دارد که درک آن برای خوانندگان آسان است.

### درس سوم - ایجاد کانال ها یا رابط هایی برای ارتباط با منابع آن لاین

از کتاب خود به عنوان کانالی برای افزایش فهرست مخاطبان پست الکترونیک خود، تشویق افراد در ثبت نام در دوره های آموزشی و وبینارهای آن لاین یا دسترسی انحصاری به منابع تشویقی که در وبسایت خود قرار داده اید، استفاده کنید.

بدون توجه به اینکه برنامه شما چیست، مهم این است که بدون فکر کردن خوانندگان را جذب کنید، در حالی که آنها از مطالب شما لذت می برند، شخصا یا به صورت آن لاین توجه آنها را به سمت لینک ها معطوف نمایید.

به یاد داشته باشید که کتاب شما وسیله تبلیغ شماست، اگر خوانندگان شما از آنچه تا کنون مطالعه کرده اند لذت برده اند، از اینکه محصولات یا خدمات دیگر خود را به آنها معرفی کنید هراس نداشته باشید چون به احتمال زیاد از آنها نیز لذت خواهند برد.

### چرا کتاب تا این حد خوب عمل می کند

به یاد داشته باشید که کتابها چنان عمر مفید طولانی دارند (به صورت آنلاین یا به هر صورت دیگر) که ممکن است سالها فرصت های کاری جدیدی پیش بیاورند. شاید انتشار کتاب ابتدا ترسناک به نظر برسد اما وقتی نویسنده ای کارش منتشر شد (توسط خودش یا دیگران) همیشه سطحی از اعتبار، عیار و خوشنامی به همراه دارد که دیگران را وادار می کند پیشنهاد دهند و به صورت آنلاین یا غیر آنلاین به مطالب او توجه کنند. پس بلند شوید و شروع کنید!