

MAAK VAN JE BOEK EEN SUCCES!

Voor iedereen die een boek schrijft
of het blijft uitstellen.

PROLOOG

MAAK VAN JE BOEK EEN SUCCES!

Voor iedereen die een boek schrijft
of het blijft uitstellen.

Natasja Bijl

*'The book is a film that takes place in the mind of the reader.
That's why we go to movies and say: "Oh, the book is better."*

Paulo Coelho

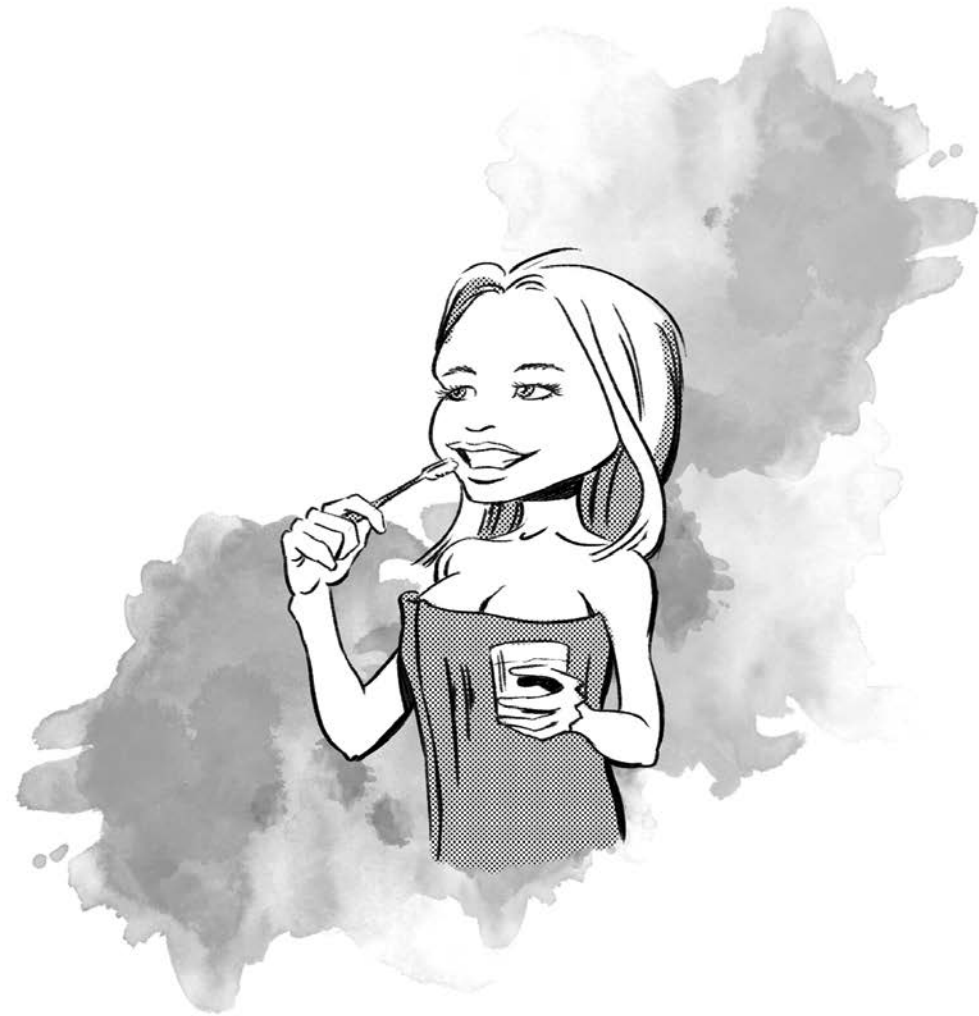
Cover, illustraties en binnenwerk: Zoomdog

Redactie: Wilma Wedman

Persklaar: Tekstbureau Renaud

Auteursfoto: Dik Nicolai

ISBN: 978-90-9034255-9



Proloog

28 januari 2020. Terwijl ik mijn tanden poets, staar ik uit het badkamerraam naar buiten. Het is zeven uur in de ochtend. Buiten is het nog schemerig en stil op straat. Hier en daar een schijnsel van een lamp.

Ik voel me opgewonden, alsof het mijn trouwdag is. Ruim voor de wekker afging, was ik al klaarwakker. Geen wonder! Als altijd help ik mijn kinderen naar school, drink ongedurig drie koppen koffie en dan... tuut, tuut, tuut. Een vrachtwagen komt achteruit de straat in rijden. Zou dat hem zijn? Ja, het is 'm! Met een hard gesis komt de vrachtwagen vlak voor mijn oprit tot stilstand. De laadklep komt langzaam naar beneden. Op blote voeten ren ik naar buiten. Met een pompwagentje worden er vliegensvlug drie pallets met dozen in mijn woonkamer gedeponereerd. 'Mevrouwetje, tekent u hier even voor ontvangst.' Even later zit ik alleen op de bank met voor mijn neus duizend boeken. Ze staan strak in het gelid tussen de piano en de hondenmand in; er is nog nauwelijks loopruimte. Dit is het moment, mijn debuutroman is bezorgd. Wat begon als een idee is een tastbaar boek geworden. En dan gebeurt er iets gekks, want in plaats van de dozen open te rukken en gretig door mijn boeken te bladeren, word ik opeens bloednerveus. Wat als de drukker de pagina's ondersteboven heeft gedrukt?

Er letters van bladzijden rollen of er een fout is gemaakt met het omslag, waardoor de kleuren flets zijn geworden? Ik denk aan al die mensen die het boek in de pre-order besteld hebben. Zij gaan ervan uit dat ik hun het boek dit weekend zal toesturen. Wat nou als er een grove fout is gemaakt? En wat als ik met heel veel boeken blijf zitten en we het komende jaar moeten slalommen om naar de achterdeur te komen? Mijn mind slaat behoorlijk op hol. O, en hoor ik de materialisatie van mijn debuut niet anders aan te pakken dan in mijn eentje in een oude joggingbroek en met vet haar? Dit moet toch gevierd worden? Of op z'n minst met een ritueel in ontvangst genomen worden. Ja, dat laatste is een goed idee.

En zo kniel ik die vrijdagmorgen voor een rij dozen neer voor een intiem onderonsje met het universum, waarin ik mijn dankbaarheid uit voor het verhaal, mijn talent en voor de weg die ik heb afgelegd, en hardop spreek ik de wens uit dat mijn geesteskind vele harten zal raken en een wonderlijk grote vlucht zal nemen.

Nu, nog geen drie maanden later, heb ik bijna tweeduizend boeken verkocht. En dat is veel voor een onbekende schrijver, die ook nog eens heel eigenwijs besloten heeft het boek in eigen beheer uit te brengen. Nog elke dag komen er bestellingen binnen en loop ik met mijn hondje naar het postkantoor. Bovendien geef ik geregeld lezingen waarbij mijn boek als leidraad dient. In september zullen mijn hoofdpersoon en ik op een groot podium staan, voor een publiek van wel vierhonderd man!

Ik kan wel zeggen dat dit boek mijn leven heeft veranderd. Ten goede, welteverstaan. Nu hoor ik je denken: ja zeg! Het feit dat jij tweeduizend boeken hebt verkocht, maakt je toch nog geen boekenexpert! Ik snap je voorbehoud. Iemand die een burn-out te boven is gekomen, is ook niet opeens deskundig genoeg om ieder ander ervanaf te helpen.

Laat me daarom nog iets meer over mezelf vertellen, in de hoop dat je ervan overtuigd raakt dat dit boek de moeite waard is om te lezen. Daarna gaan we snel door naar jouw droom om een boek te schrijven.

Ik werk al jarenlang als journalist. Ik weet hoe de mediawereld in elkaar steekt, wat media-aandacht voor je boek kan betekenen en hoe je die genereert. Daarnaast ben ik boekrecensent voor de winkel van ons allemaal. In die rol interview ik tal van auteurs, maar ook maak ik reportages over bijvoorbeeld boekhandels, inkooporganisaties en verschillende uitgeverijen. Tot slot deed ik voor dit boek onderzoek naar de voorwaarden van grote en kleinere uitgeverijen en bevroeg ik veel schrijvers over hun schrijfproces, hun ervaringen. Zo heb ik auteurs gesproken die laaiend enthousiast waren over hun uitgeverij, maar helaas ook een aantal dat vond dat de uitgeverij te weinig aan promotie van hun boek deed en er niet echt op gebrand leek hun boek in de spotlights te zetten. Ik heb schrijvers gesproken die uitgeven in eigen beheer een feestje vonden, maar er waren er ook die door de bomen het bos niet meer zagen en zich achteraf behoorlijk verkeken hadden op alles wat ze zelf moesten regelen, en de hoeveelheid tijd die hiermee gemoeid was.

Wat ik jou gun is dat je wegwijs raakt in de boekenwereld, waardoor je weloverwogen keuzes maakt, je de regie in eigen hand neemt en veel plezier beleeft aan het uitbrengen van je eigen boek, of je dat nou via een uitgeverij doet of toch op eigen houtje. Kijk bij alles wat ik zeg vooral naar wat er bij jou past!

**Eén ding wil ik je op het hart drukken:
laat jouw geesteskind vooral niet ongelezen!**

HOOFDSTUK 1

Een goed begin is het halve werk.



Hoofdstuk 1

Een goed begin is het halve werk.

De gemiste kans

Het is mei 2020 als ik een telefoontje krijg van fotograaf Diederik van Goethem. Samen met schrijfster Petra Nelstein heeft hij het boek Indianen van Suriname uitgebracht. Om dit boek te kunnen schrijven was het tweetal samen naar het Paradijck district afgereisd, om nog ongerepte dorpen aan te doen en de inheemsen, de eerste bewoners van Suriname, in beeld en geschrift te portretteren. De directe aanleiding voor deze expeditie was de vondst van het Penard-manuscript uit 1908. Dit manuscript werd in 2011 tijdens een opruiming van de bibliotheek van het Rijksmuseum Volkenkunde Leiden door onderzoekers ontdekt. Het bleek zeer waardevolle informatie te bevatten, die de cultuur van de indianen in een nieuw daglicht zette. Met dit nieuwe inzicht gingen fotograaf en schrijver op pad.

De lokale kranten hadden vast graag over deze bijzondere reis willen schrijven, als ze er tenminste van op de hoogte waren geweest. Volgers hadden maar wat graag met de fotograaf en schrijver willen meereizen, als dat via sociale media of een dagelijks blog had gekund. Als ze elke dag een foto of filmpje geplaatst hadden, waren veel mensen benieuwd geworden naar dit boek in wording. Helaas had het duo niet stilgestaan bij het bouwen aan een fanbase. Eerst die reis.

Het boek werd vervolgens door LM Publishers uitgebracht. En toen... toen was het stil...

Er werden weinig boeken verkocht. Diederik vertelt in ons gesprek dat de uitgeverij, waar hij alle vertrouwen in had gesteld, niks aan de promotie van het boek had gedaan. Er was zelfs geen persbericht gestuurd om de lancering aan te kondigen.

Wie is er in dit geval nalatig geweest? Het is makkelijk om de uitgeverij de zwarte piet toe te spelen. Ik ben van mening dat je als auteur ZELF verantwoordelijk bent voor de pr, of op zijn minst een groot deel van de boekmarketing voor eigen rekening moet nemen. Er blindelings op vertrouwen dat een uitgeverij het allemaal wel doet, is een veelgemaakte fout. Kortom, aan de slag!

Een boek dat zichzelf verkoopt, moet nog geschreven worden!

Wat is boeksucces?

Toen ik de defectieve titel van dit boek aan mijn vormgever doorgaf, dacht ik opeens: wat is succes? En is dat succes niet voor iedereen anders? Heb jij jouw definitie van boeksucces geformuleerd? Wat wil of verwacht jij van jouw boek? Wanneer is de party geslaagd? Hoop je bijvoorbeeld dat vrienden en familie trots op je zullen zijn? Wil je op z'n minst een tweede druk of ben je al tevreden als jouw boek een waardevol document is, waarmee je klanten geholpen zijn en dat je fijn kunt aanbieden als relatiegeschenk of voor eenieder die naar jouw praktijk komt? Of zie je jouw boek eerder als