

THEMA. ■

Conceptplan voor een nieuw product

Elevator pitch

Wat voor product wil je maken? (boek, waaier, spel, of nog iets anders?) Wat is de kernboodschap van je product? Welk probleem lost het voor de lezer op? Het belangrijkste aspect is ook het moeilijkste: een scherpe, originele invalshoek. Een invalshoek is niet hetzelfde als een onderwerp: het is een manier om naar het onderwerp te kijken.

Mogelijke titel(s) en subtitel(s)

Een goede titel is het beste verkoopargument. Een goede titel maakt nieuwsgierig. Geeft aan wat voor soort product het is. Maakt de lezer blij (of boos). En is internetvriendelijk (passende trefwoorden en niet te lang). Voorbeeld van een boek over provocatieve coaching: U lijkt me een vrij hopeloos geval.

Achterflaptekst

Schrijf de flaptekst niet na het afronden van je manuscript, maar voordat je zelfs maar begint met de research. Als je jezelf en anderen niet in tweehonderd woorden kunt overtuigen of nieuwsgierig kunt maken, waarom zou het dan wel in 40.000 woorden lukken?

Over de auteur

Wie ben jij? Wat is jouw kennis en expertise? En wat wil je met je product bereiken?

THEMA. ■

Structuur

Hoe ziet de structuur van je product eruit? Graag je hoofdstukken of onderdelen noemen en kernachtig toelichten.

Doelgroep

Wie is je primaire doelgroep? En secundair? Welke andere boeken/producten kopen jouw lezers? Wat is de kracht en wat zijn de unique buying reasons?

Markt

Met welke boeken concurreert jouw product? Hoe is het anders of beter? Waarom moet het juist nu verschijnen?

Uitvoering

Hoeveel woorden is je manuscript? Hoe wil je dat het eruit komt te zien? Is er beeldmateriaal (foto's, illustraties) nodig? Kleur in het binnenwerk? Is jouw vorm de enige vorm om jouw inhoud te verkopen, of zou je ook andere vormen kunnen bedenken (online leren, training, events, etc.)?

Promotie

We trekken graag samen met je op. Heb je concrete ideeën voor promotie? Waar is jouw doelgroep te vinden? Heb je mogelijke ambassadeurs in je netwerk?