

Budżet

Wprowadzenie

Gdy chodziłam do szkoły, matematyka nie była moim ulubionym przedmiotem. Ale odkąd zaczęłam pracę w branży wydawniczej, odkryłam, że kalkulator, Excel i umiejętność analizowania przychodów, wychodów oraz podstawowa wiedza księgową... to podstawa, jeśli autor chce samodzielnie wydać książkę. Na szczęście znajomość rachunku różniczkowego nie jest konieczna. Wystarczy umiejętność dobrego przekalkulowania budżetu. Zanim zaczniesz proces wydawniczy, musisz wiedzieć, ile będzie Cię kosztować.

Jak wycenić koszt książki?

W załączeniu znajdziesz tabelkę do budżetowania. Na razie wpisz w nią orientacyjne koszty przygotowania książki do druku i samego druku. W pierwszym wypadku zaznacz średni koszt redakcji, korekty, składu, okładki, biorąc pod uwagę ilość znaków ze spacjami. Jeśli Twój tekst obfituje w tabelki, grafiki (albo jeśli musisz je zamówić), zobacz ceny oferowane przez wykonawców na stronach. Na razie wylicz koszt orientacyjny. W przypadku pracy językowej weź pod uwagę liczbę znaków ze spacjami. Jeśli chodzi o druk, możesz skorzystać z orientacyjnych kalkulatorów druku, dostępnych na stronach wielu drukarni. Spójrz na VAT, koszty promocji (zaznacz tyle, ile możesz mniej więcej wydać).

Sprawdź, jak kształtują się koszty. Na czym możesz zaoszczędzić? Co będzie kosztowało Cię najwięcej?

Budżet książki będzie się zmieniał, gdy poznasz dokładną wycenę pracy nad Twoją książką, zaplanujesz promocję (i budżet, który na nią poświęcisz) oraz poznasz ostateczne koszty druku. Na tym etapie po prostu zorientuj się, ile będzie kosztowało Cię wydanie książki.

Cena książki

Cena książki jest ważną zmienną w Twojej kalkulacji. Można dojść do wniosku, że skoro budżet się nie spina, należy podnieść cenę publikacji. I oczywiście, jest to jakiś pomysł. Ale pamiętaj, że czytelnicy, którzy będą zainteresowani Twoim tekstem, nie żyją w próżni. Zapewne chodzą do księgarni i głównie kupują książki wydawców. Są też przyzwyczajeni do pewnych cen. Dlatego mam dla Ciebie kilka porad, które pozwolą Ci ustalić cenę książki:

- zobacz, w jakich cenach są sprzedawane publikacje o podobnej tematyce, zwróć uwagę na objętość tych książek, czy są ilustrowane, czy w twardej oprawie;
- im grubsza, wypełniona kolorowymi ilustracjami, z uszlachetnieniami okładki książka (czyli im wyższy koszt), tym cena może być wyższa, jednak wciąż trzymaj się średniej, dyktowanej przez wydawnictwa;
- średni koszt nowości w Polsce to około 40 zł;
- ceną książki możesz manipulować, aby Twój budżet się zgadzał, ale raczej to powinny być wahania na poziomie kilku złotych;
- cena poradnika może być nieco wyższa, niż średnia takich książek na rynku, w szczególności, gdy oferujesz ekspercką wiedzę;
- książki self-publisherów mogą być nieco tańsze niż książki wydawane przez tradycyjne wydawnictwa (o kilka złotych, nie więcej);
- zbyt tania książka może wzbudzić nieufność czytelnika (np. jest z nią coś nie tak, nie jest wartościowa, itd.).

Za drogo – zrób to sama

Jeśli kalkulując budżet, dochodzisz do wniosku, że samodzielne koszty wydania książki są zbyt wysokie, zastanów się jak je zminimalizować. Gorąco odradzam odpuszczanie redakcji i korekty. Książka nawet z najlepszą treścią, która nie jest dopracowana stylistycznie, konstrukcyjnie i językowo spotka się z intensywną reakcją czytelników. W końcu łatwiej zauważyć błąd językowy i powolną akcję, niż krytycznie odnieść się do przesłania książki. Jednak jest kilka sposobów, by obniżyć koszt wydania, które nie wpłyną na jakość publikacji.

- **Znajomi** – sprawdź, czy w Twoim otoczeniu nie ma składacza, grafika, korektora, redaktora. Może otaczasz się specjalistami, którzy z chęcią Ci pomogą za niższą stawkę.
- **Barter** – możesz zaproponować wykonanie usługi za dobra, którymi dysponujesz. Może za usługę z Twojej strony, może za przekazanie jakiegoś produktu. Ważne, aby wymiana była równa, a obydwie strony były z niej zadowolone.

- **Osoby, które zaczynają** – zaprosz do współpracy początkujących korektorów, składaczy, grafików. Sprawdź najpierw ich umiejętności. Może okazać się, że wykonają dobrą pracę taniej niż ksiązkowi wyjadacze.
- **Druga korekta** – jeśli masz bystre oko, być może wystarczy, że po składzie sprawdzisz tekst samodzielnie. Zapoznaj się jednak wcześniej z błędami składu i uważnie śledź tekst pod kątem językowym.
- **Skład** – jeśli znasz jakikolwiek prosty program do składu, rozumiesz zasady DTP, możesz skład wykonać samodzielnie.
- **Okładka** – zacięcie graficzne i znajomość projektowania mogą pomóc Ci w samodzielnym wykonaniu dobrej okładki. Wtedy warto postawić na prostą, typograficzną okładkę. Czasem składacze wykonują okładki za drobną dopłatą.
- **Druk** – w części poświęconej drukowaniu piszę o parametrach książki. Pamiętaj jednak, że możesz zamówić mniej egzemplarzy lub zdecydować się na tańsze parametry druku (papier, okładka, kolorowe wkładki).

Dystrybucja

Wprowadzenie

Jeśli Twoja książka nie pojawi się w sprzedaży... żaden czytelnik jej nie kupi. Wiem, odkryłam przed Tobą teraz kosmiczne prawo. Ale tak na poważnie – dystrybucja jest istotna. I nie ma jednej metody na skuteczną sprzedaż książki. Możliwości jest wiele, zaczynając od Twojej strony internetowej, przez platformy self-publishingowe, lokalne księgarnie stacjonarne, księgarnie internetowe, sprzedaż w trakcie spotkań autorskich czy na targach książki. I nie dla każdej książki i dla każdego autora każde rozwiązanie będzie dobre. Wycho-
dzę z założenia, że najlepiej wybrać trzy najważniejsze miejsca, gdzie będziesz sprzedawać swoją książkę.

I na nich skupić swoją uwagę, zaś dodatkowe możliwości sprzedaży, powinny zostać dodatkowymi możliwościami. Gdy znajdziesz ciekawe miejsce, z którego możesz sprzedawać swój tytuł, w porządku. Ale skup się na trzech najważniejszych. Bo sprzedawać książkę można zawsze i wszędzie (a do tego serdecznie Cię zachęcam – w końcu nie jesteś tylko autorem, ale i handlowcem swojego mikrowydawnictwa), ale nie warto rozpraszać swoich sił. Pamiętaj też, że zamieszczenie książki w konkretnym miejscu nie oznacza, że od razu czytelnik zakupi Twój tytuł.

Dystrybucja tradycyjna. Skoro już wiesz, że Empik jest poza zasięgiem większości self-publisherów (chyba że Twoja książka ma ogromny potencjał sprzedażowy, czujesz gotowość do dużych inwestycji i potrafisz dobrze negocjować z dystrybutorami), możesz poszukać wsparcia u tradycyjnych dystrybutorów. Niestety, jest duża szansa, że ci najwięksi również nie będą zainteresowani. Warto znaleźć mniejszych dystrybutorów i zapytać ich o warunki. Najczęściej przekazuje się część książek w komis, a rozliczenie za sprzedane egzemplarze odbywa się w cyklu kwartalnym lub półrocznym. Dystrybutor zwykle pobiera marżę w wysokości 40-60% ceny okładkowej książki. Współpraca z tradycyjnym dystrybutorem ma sens, jeśli masz wiele egzemplarzy książki, zależy Ci, aby publikacja znalazła się w księgarniach w całej Polsce (zwykle niesieciowych) i nie przeszkadza Ci kwartalny system rozliczeń. W tym wypadku konieczne jest posiadanie działalności gospodarczej.