

Klíč k vaší nové knize

Chcete vydat knihu nebo máte jiný projekt a rádi byste zjistili, co musíte všechno udělat, co vám ještě chybí, chcete vědět, jestli má šanci na úspěch, jaká jsou rizika? Pak vyzkoušejte jednoduchý nástroj Klíč k vaší knize! Pomůže vám zjistit, jaké kroky vás čekají, co zvládnete sami nebo s pomocí přátel a na co si najmete odborníky. Zároveň vám později pomůže s prezentací vaší knihy a oslovením třeba sponzorů.



Nástroje, které propojí obě mozkové hemisféry

Už jste asi zkoušeli osoby, portfolio, [myšlenkové mapy](#). Psali jste mi, jak se vám s nimi dobře pracuje, že jsou lepší než lineární seznamy. Vidíte celý problém vcelku, když si ho nakreslíte jako jeden obrázek. **Klíč k vaší knize** je další nástroj, který shrne všechny nejdůležitější části projektu, podnikatelského plánu, vaší nové knihy na jednu stránku.

Myšlenka popsaná jako příběh

Proč mají příběhy takovou sílu? Proč si mnohem lépe zapamatujeme informace podané ve formě příběhu? **Příběhy obsahují emoce** a zasahují nejstarší části mozku. Promlouvají k nám způsobem, jakým lidé přemýšleli a komunikovali dřív, než vznikla věda. Klíč k vaší knize využívá těchto předností příběhu tak, že každý rozumí sdělovaným myšlenkám. Stručnost tohoto nástroje neodradí posluchače předem.

Kde se dá Klíč k vaší knize využít

Klíč k vaší knize využijete pro brainstorming při prvních úvahách, můžete ho s přehledem použít také pro diskuzi nad různými verzemi a variantami navrhovaného nápadu a pro jejich srovnání. Jeho výhodou je jednoduchost a zaměření se na hlavní věci, slouží k utřídění myšlenek. V pokročilejší fázi procesu se vám bude výborně hodit pro prezentování nápadu. Výhodou je, že si ho snadno zapamatujete a můžete využít i při neformálním náhodném setkání prakticky kdekoliv.

Jak pracovat s Klíčem k vaší knize

Jedna stránka A4 je rozdělena na 9 (10) polí, která vyplňujeme podle předem určeného pořadí. Náš model je uspořádán takto:

1. Unikátní nabídka (co ostatní nemůžou okopírovat)
2. Klíčová partnerství (s kým budete spolupracovat)
3. Zákazníci (kdo jsou vaši zákazníci, rozdělení do segmentů)
4. Klíčové činnosti (co ještě budete dělat)
5. Cesty (distribuční kanály)
6. Zdroje příjmů
7. Klíčové zdroje (fyzické, duševní, lidské, finanční)
8. Struktura nákladů
9. Vztahy se zákazníky
10. Přidaná hodnota vaší činnosti

Každé políčko heslovitě vyplňte. Projděte si celou stránku několikrát. Vytvořte si různé varianty. Uvidíte, že vás to bude bavit. Já jsem si vytvořila několik nápadů, jak vydat knihu. Super je, že v případě nefunkčnosti jednoho modelu lze snadno vytvořit nový nebo ten starý předělat. To je velká výhoda oproti klasickému podnikatelskému plánu. Klíč ke knize tedy může vést k ušetření vašeho času, peněz i energie.

Vaše kniha je jedinečná a bude mít svůj originální příběh

Ve své hlavě už máte nějakou, mlhavou nebo docela přesnou, představu o vaší knize. Tušíte, komu je určena. Bude to fantasy, kuchařka, erotické povídky? Už z toho je jasné, že ke každému dílu musíme přistupovat jinak. To, že vám tady poskytují náhled do své vlastní dílny, neznamena, že se stejný postup bude hodit i na vaši knížku. Dala jsem to proto, abyste měli konkrétní představu, jak o své knize přemýšlet v souvislostech. Pevně věřím, že vás budou napadat další a další řešení na míru právě vašemu projektu.



Klíč k vaší knize

Unikátní nabídka

Co jedinečného ve své knize nabízíte? Vytvořte krátký marketingový text:

.....

.....

.....

.....

.....

Klíčová partnerství

Už víte, s kým chcete a můžete spolupracovat? Máte už nějaká fungující partnerství? Vypište si je:

- Strategická spojení

.....

.....

.....

.....

.....

- Partnerství za účelem vytváření nových aktivit

.....

.....

.....

.....

.....

- Partnerství mezi dodavateli a odběrateli

.....

.....

.....

.....

.....

Zákazníci (klienti)

Kdo jsou vaši (ideální) zákazníci a klienti? Určitě to nejsou všichni, i když vás to možná napadne jako první.

Komu nabídnete svou knihu jako první?

.....

.....

.....



Klíčové činnosti

Které aktivity musí být vykonány, aby bylo možné doručit vaši knihu zákazníkům?

Popište v bodech, co všechno budete dělat.

.....

.....

.....

.....

.....

Cesty/kanály

Jaké distribuční kanály vaši potencionální zákazníci preferují a dokáží využívat? Jsou to sociální sítě, knihkupectví, živé akce, e-shop, blog...? Zvolíte placenou reklamu? Kde?

Máte již konkrétní představu, kde budete svou knížku propagovat? Začít můžete ideálně ještě před jejím dokončením.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Zdroje příjmů

Kolik bude vaše kniha stát/za kolik ji budete prodávat?

Popište, jak si knihu naceníte.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Klíčové zdroje

Jaké máte zdroje k realizaci svého záměru

- Fyzické – v tomto případě zejména třeba skladovací prostory na knihy

.....

.....

- Duševní zdroje – značky, know how

.....

.....



- Lidské zdroje – především z pohledu kreativity a zkušeností

.....

.....

- Finanční zdroje – hotovost, bankovní záruky (úvěry nedoporučuju), sponzoři

.....

.....

Struktura nákladů

Tato oblast je stejně důležitá jako ostatní, jde o hrubý odhad.

Jaké jsou vaše všechny náklady na výrobu a propagaci knihy?

.....

.....

.....

.....

Vztahy se zákazníky

Formy komunikace se zákazníkem, např. podpora komunit, zpětná vazba, křty a autorská čtení

Víte, jak si zákazníky udržet? Jak nalákat další?

.....

.....

.....

.....

Přidaná hodnota vaší činnosti

Myslíte si, že vaše aktivity budou mít i nefinanční hodnoty? Vypište si je a nezapomeňte je zmiňovat.

.....

.....

.....

.....

