

Inhalt

1 Anlegen, zielen, schießen	7
2 Experte? Ich?	9
2.1 Experte für welches Fachgebiet?	12
2.2 Experte für welche Traumkunden?	14
2.3 Wie und wo veröffentlichen?	26
2.4 Wann und wie stellst Du Dein Projekt dem Verlag vor?	35
2.5 Formalitäten – Was musst Du bei Urheberrecht und Verlagsvertrag beachten?	37
2.6 Der Vertrag ist unterzeichnet – an die Arbeit!	48
3 Positionierung als Experte	49
3.1 Spitz statt breit	51
3.2 Mut zur kleinen Zielgruppe der Traumkunden	53
4 Die Aufgaben Deines Buches	58
4.1 Den Expertenstatus untermauern	59
4.2 Deine Traumkunden begeistern	60
5 Das Buch als Teil Deines Angebots	62
5.1 Voraussetzungen	63
5.2 Tit for tat	65
5.3 Der Verkaufstrichter	66
6 So entsteht Dein Buch	69
6.1 Initialisierungsphase	70
6.2 Definition	72
6.3 Planung	74
6.4 Durchführung	78
6.5 Schlussphase	87

7 Formalia	88
7.1 Urheberrecht	88
7.2 Verzeichnisse	100
8 Vom Manuskript zum Buch – die Stationen im Verlag	106
8.1 Lektorat – Diskussionen und Begleitung	107
8.2 Herstellung	108
8.3 Werbung und Vertrieb	111
8.4 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	111
8.5 Buchhaltung – Absatzmitteilung und Honorarabrechnung	113
9 Die eigentliche Arbeit beginnt: Marketing für das Buch und dessen Autor	115
9.1 Buchmarketing versus Contentmarketing	117
9.3 Die unterschiedlichen Kanäle für das Contentmarketing	123
10 Nach dem Buch ist vor dem Buch: Publikationsstrategien	129
10.1 Publikationsformen	130
10.2 Experte – Positionierung und Weiterentwicklung	135
10.3 Planung und Chancenverwertung	140
11 Experte! Ich!	142
Literatur	144
Materialien	147