VANDUUREN MEDIA

PUBLICATIEVOORSTEL

1. Wat is de kernboodschap van het boek? In welk opzicht wordt de lezer er wijzer van? Op welk probleem van de lezer is jouw boek het antwoord? Hoe urgent is dat probleem voor de lezer?
   Het schrijven van een flaptekst van maximaal 150 woorden is hiervoor een goede vingeroefening. Schets hierin de context van het probleem of de ontwikkeling en geef vervolgens aan hoe jouw boek daarvoor de oplossing biedt. Met een aantal bullets waarin je aangeeft wat je boek zo onderscheidend maakt, kun je het afsluiten.

2. Wat is de primaire lezersdoelgroep van het boek? En welke secundaire lezersdoelgroepen zijn er? Probeer een uitgever niet te overtuigen met grote aantallen uit CBS-statistieken, zoals 'alle managers van Nederland', maar zoek het eerder in het benoemen van mensen met een bepaalde functie. Bijvoorbeeld: marketeers, accountmanagers van grote en middelgrote bedrijven.

3. Wat is de kracht en wat zijn de unique selling points van je boek? Met welke boeken concurreert het? Wat is het onderscheid tussen jouw boek en dat concurrerende boek?

4. Heb je een voorlopige titel en eventueel een ondertitel voor je boek? Bedenk dat een pakkende titel een uitgever eerder nieuwgierig maakt dan een saaie titel.

5. Wat is de (geschatte) omvang van het manuscript in aantal woorden of gedrukte pagina's?

6. Hoe gaat je boek eruit zien qua vorm en opzet? Denk daarbij niet direct aan kleurgebruik en afbeeldingen, maar aan hoe het er inhoudelijk uit komt te zien. Wordt het een praktisch boek met een stappenplan of zijn het een aantal hoofdstukken rondom een thema? Welke elementen moet het hebben (bijvoorbeeld checklists, online omgeving, beeldmateriaal, cases of interviews)?

7. De inhoudsopgave: hoe ziet de structuur van het boek er globaal uit? Uit welke hoofdstukken en paragrafen bestaat het? Wat is de rode draad van je boek? Beschrijf per hoofdstuk kort wat je erin behandelt.

8. Met een boek wil je je expertstatus op een bepaald vakgebied laten zien. Geef in maximaal 100 woorden aan wie je bent. Wat is je kennis en expertise? Waaruit blijkt je expertstatus verder? Denk aan je bekendheid op LinkedIn of andere social media, het aantal abonnees op je nieuwsbrief, de blogs die je hebt geschreven etc.

9. Heb je nog aanvullende informatie over andere betrokkenen, zoals een netwerk, een bedrijf of adviesraad? Zijn er nog partijen/stakeholders die meewerken aan de totstandkoming van je boek?

We zijn benieuwd naar je ideeën!

Mail je voorstel naar Bob van Duuren: bob@vanduurenmedia.nl.