Boek Vermarkten
tips/tricks

Whitepaper.

Van **expertise** naar **autoriteit**

'De complete gids voor het uitgeven van je managementboek'



Boekenglide
creëer.punt.uit.

Voor ondernemers die hun kennis willen delen en hun positie willen versterken



Als ondernemer heb je jarenlang expertise opgebouwd. Je weet wat werkt, wat niet werkt, en hoe je anderen kunt helpen. Maar hoe zet je die kennis om in een boek dat jouw autoriteit versterkt én nieuwe kansen creëert?

Deze gids geeft je een helder stappenplan van A tot Z. Geen eindeloos verhaal, maar concrete handvatten om je managementboek uit te geven zonder dat je bedrijf stil komt te liggen.

Na het lezen weet je waarom het schrijven van een managementboek een interessant investering voor je bedrijf is, hoe je efficiënt van idee naar gedrukt boek gaat, welke verkoopkanalen bij jouw strategie passen en hoe je je boek omzet in een businessmodel.

Telefoon: +31 53 3032 080
E-mail: **info@boekengilde.nl**

Klik hier

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1
Waarom een managementboek een interessante investering is

Hoofdstuk 2
Van idee naar gedrukt boek - Het proces.

Hoofdstuk 3
Verkoop en distributie.

Hoofdstuk 4
Van boek naar businessmodel.

Hoofdstuk 5
Stappenplan & Tijdlijn.

Hoofdstuk 6
Veelgestelde vragen.

Direct naar de pagina, klik op de paperclip.

Hoofdstuk 1
Waarom een managementboek een interessante investering is.

Meer dan een boek: een marketing-machine



Een managementboek is geen doel op zich. Het is een strategisch instrument dat deuren opent die anders gesloten blijven. Je positioneert jezelf als dé expert in jouw vakgebied, waardoor media, podcasts en eventorganisatoren jou kunnen benaderen als spreker. Potentiële klanten zien je als de logische keuze wanneer ze op zoek zijn naar expertise.

De concrete businessvoordelen zijn meetbaar. Lezers worden prospects en klanten, je krijgt toegang tot beslissers en influencers in je branche. Daarnaast genereer je inkomen via boekverkoop, trainingen en andere diensten die je hieraan kunt ophangen.

Een managementboek kan deuren openen:

- Je wordt uitgenodigd voor events
- Je netwerk breidt uit met relevante contacten
- Je profileert jezelf als expert in jouw vakgebied
- Je genereert nieuwe klanten en opdrachten via het boek als marketingtool

Veelvoorkomende misvattingen

Veel ondernemers denken dat ze geen tijd hebben om een boek te schrijven. Ook twijfelen ondernemers vaak of hun kennis wel bijzonder genoeg is. Wat voor jou vanzelfsprekend is, blijkt in de praktijk goud waard voor anderen. En hoewel veel mensen denken dat een boek uitgeven duur en ingewikkeld is, kun je met een lage oplage beginnen en opschalen wanneer nodig.

De vraag is niet óf je een boek moet schrijven, maar wanneer je begint.

Hoofdstuk 2
Van idee naar gedrukt boek.

Het proces

Fase 1: Concept & Schrijven
Het begint met het identificeren van je unieke expertise. Welk probleem los je op voor je klanten? Wat is jouw unieke aanpak of methode?
Welke resultaten hebben je klanten behaald en wat vraagt je doelgroep je steeds weer? Kijk eens naar je bestaande content zoals blogs, presentaties en whitepapers. Die vormen vaak de perfecte basis voor je boek.

Vervolgens bepaal je je doelgroep en boodschap. Wie moet dit boek lezen? Denk aan hun functie of rol, de uitdaging waar ze tegenaan lopen en wat ze na het lezen kunnen. Formuleer je kernboodschap in één zin. Alles in je boek moet deze boodschap ondersteunen.

Dan komt het schrijven. Een gemiddeld manuscript bevat ongeveer 70.000 woorden, wat neerkomt op zo'n 250 tot 300 pagina's, afhankelijk van de opmaak en het lettertype. Als je twee tot drie uur per week schrijft en 1.000 tot 1.500 woorden produceert, ben je ruwweg één tot anderhalf jaar bezig om je eerste versie af te ronden.

Slimme schrijfmethoden voor drukke ondernemers:

Dicteren: Spreek je hoofdstukken in tijdens het autorijden of wandelen.

Hergebruik content: Bewerk bestaande artikelen en presentaties.

Schrijfblokken: Plan vaste momenten in je agenda.

Ghostwriter: Laat iemand anders je verhaal uitschrijven op basis van interviews.

Je manuscript is klaar als je alle hoofdstukken hebt geschreven en je kernboodschap helder overkomt. Perfectie komt later, in de redactiefase.

Fase 2: Professionaliseren
Als ondernemer staat je reputatie op het spel. Een boek vol taalfouten of onduidelijke teksten schaadt je geloofwaardigheid. Daarom is professionele redactie essentieel. Inhoudelijke redactie kijkt naar structuur, logica en leesbaarheid. Tekstredactie controleert spelling, grammatica en stijl. Eindredactie voert de laatste controle uit voor het boek naar de drukker gaat.

Ook de vormgeving moet passen bij je merk. Het binnenwerk heeft leesbare lettertypen en voldoende witruimte nodig, met een professionele hoofdstukindeling en waar relevant infographics en schema's. De omslag is je eerste indruk en moet professioneel en herkenbaar zijn, en eventueel aansluiten op je huisstijl. Een duidelijke titel en ondertitel zijn cruciaal.

Voor verkoop via boekhandels en online platforms heb je een ISBN nodig, een uniek nummer dat jouw boek identificeert in de systemen van boekwinkels en bibliotheken. Je hebt daarbij de keuze: je vraagt een ISBN aan onder je eigen uitgeversnaam, zoals "Oscar van Dam Uitgeverij" of "LeadershipLab Publishing", of je laat BoekenGilde het voor je regelen. In dat laatste geval wordt BoekenGilde als uitgever vermeld, wat voor veel auteurs de eenvoudigste route is. Je auteursrechten blijven in alle gevallen volledig van jou.

Keuzes bij drukken:

Bindwijze: Softcover (flexibel, betaalbaar) of hardcover (premium uitstraling).

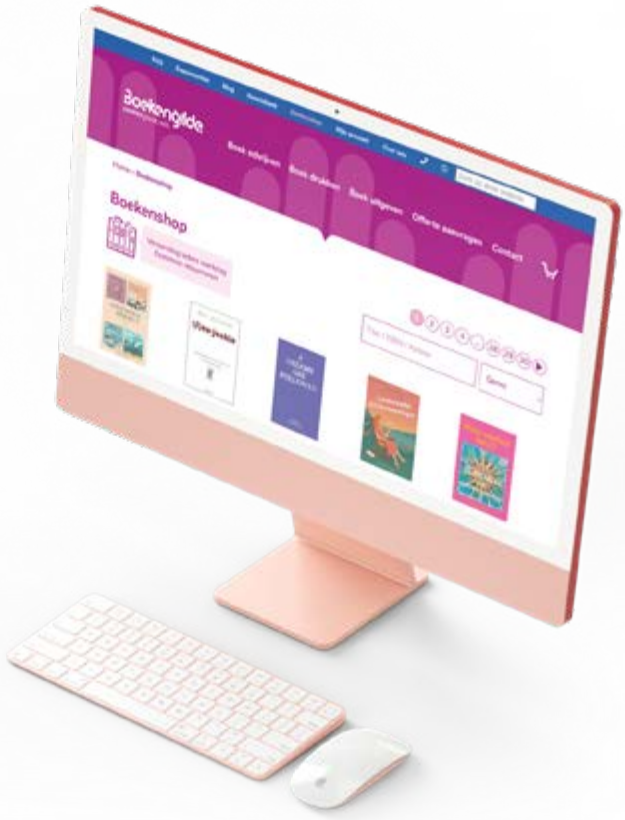
Papiersoort: Ongestreken (natuurlijk, leesbaar) of gestreken (glad, luxe).

Afwerking: Mat of glans laminaat op omslag.

Je ontvangt **altijd** eerst een losbladige printproef om te controleren voordat het definitieve boek wordt gedrukt.

Hoofdstuk 3

Verkoop en distributie



Voordat je verkoopkanalen kiest, bepaal je je strategie. Wil je maximale verkoop en bereik, dan zet je alle kanalen in met focus op zichtbaarheid. Gebruik je het boek vooral voor leadgeneratie en marketing, dan is het een visitekaartje en is de marge minder belangrijk. Zoek je passief inkomen, dan focus je op kanalen met de hoogste marge.

De belangrijkste verkoopkanalen voor managementboeken:

BoekenGilde Boekenshop: Hoogste marge, directe verkoop aan je netwerk via LinkedIn en nieuwsbrief.

Bol.com: Groot bereik met miljoenen bezoekers.

Het Centraal Boekhuis (CB): Grootste bereik via alle boekhandels.

Managementboek.nl: Specialist voor zakelijke boeken, gericht op professionals, loopt via een aansluiting bij het CB.

Je eigen website: Volledige controle, ideaal te combineren met trainingen en coaching.

Voor de prijsstelling van managementboeken kun je kijken naar vergelijkbare titels in je vakgebied. Zakelijke boeken mogen iets duurder zijn dan romans omdat lezers investeren in kennis. Overweeg kortingen voor bedrijven die meerdere exemplaren afnemen voor hun team.

Een e-book als aanvulling verlaagt de drempel voor internationale lezers, genereert passief inkomen zonder voorraadkosten en kun je distribueren via je eigen site of platforms als Kobo en Google Books.



Hoofdstuk 4
Van boek naar businessmodel.

Je boek als marketing-machine

Een managementboek is het begin, niet het einde. Slimme ondernemers bouwen een compleet businessmodel rond hun boek.

Begin twee tot drie maanden voor publicatie met je pre-launch. Kondig je boek aan op LinkedIn, deel quotes en inzichten uit hoofdstukken, bouw een e-maillijst op met geïnteresseerden en zoek early readers voor reviews. In de publicatieweek organiseer je een online of fysieke boeklancering, vraag je je netwerk om het boek te delen, stuur je persberichten naar vakbladen en creëer je momentum rond je publicatie.

Voor de lange termijn zet je in op LinkedIn-content met wekelijkse quotes, video's en artikelen. Schrijf gastblogs voor vakbladen en platforms, bied jezelf aan als spreker bij events en relevante podcasts en positioneer jezelf als expert voor media-interviews.

Van lezer naar klant: een voorbeeld funnel

De kracht zit in de funnel:

- Lezer koopt je boek
- Lezer volgt je op LinkedIn/nieuwsbrief
- Lezer download aanvullend materiaal (lead capture)
- Lezer volgt je webinar of workshop
- Lezer wordt klant voor advies of training

Aanvullende inkomsten ontwikkelen

Je boek kan de basis vormen voor meerdere inkomstenstromen. Denk hierbij aan trainingen en workshops waarin je de inhoud van je boek verdiept. Keynote speeches waarbij je je expertise deelt op events en congressen. Consultancy en adviestrajecten voor organisaties die jouw kennis willen inzetten. Je kunt ook rechten verkopen voor vertalingen en licenties voor gebruik in trainingen. Een tweede boek verdiept een specifiek thema, bereikt een nieuwe doelgroep en versterkt je expertstatus verder.



Hoofdstuk 5
Stappenplan & Tijdlijn.

Jouw roadmap naar publicatie

Het proces van idee tot gepubliceerd boek bestaat uit twee duidelijk te onderscheiden fases: **de schrijffase** en **de uitgeeffase**. Beide hebben hun eigen tijdlijn en keuzes.

De conceptfase duurt twee tot vier weken waarin je je expertise identificeert, de doelgroep bepaalt en de structuur opzet. Dit kost alleen je eigen tijd. Het schrijven duurt drie tot zes maanden met twee tot drie uur per week, eventueel met ondersteuning van een ghostwriter of schrijfcoach.

Uitgeeffase
Zodra je manuscript klaar is, begint de uitgeeffase. Hoelang deze duurt, hangt af van de diensten die je kiest.

De redactie en vormgeving nemen samen vier tot zeven weken in beslag, afhankelijk van de omvang van het manuscript en het aantal revisierondes. Het aanvragen van een ISBN en het regelen van de administratie duurt ongeveer een week. Drukken, inclusief het beoordelen van de printproef en eventuele correcties, neemt twee tot drie weken in beslag. Het inrichten van de verkoopkanalen kost een tot twee weken. Marketing en promotie zijn doorlopend.

Totale uitgeeffase: 8 tot 14 weken vanaf een goedgekeurd manuscript

Tip: in de uitgeeffase schakel je professionals in die hun eigen planning hebben (en vaak een wachttijd). Neem op tijd contact op, zodat je een periode kunt reserveren en geen vertraging oploopt.

Checklist per fase

Je bent klaar voor de volgende stap wanneer:

Concept: Kernboodschap helder, doelgroep scherp, inhoudsopgave compleet, schrijfplanning gemaakt.

Manuscript: Alle hoofdstukken geschreven, intro en conclusie staan, rode draad duidelijk.

Productie: Redactie en correctie afgerond, vormgeving goedgekeurd, printproef gecontroleerd, ISBN geregistreerd, boek gedrukt.

Verkoop: Verkoopkanalen actief, prijzen vastgesteld, voorraad beschikbaar, marketingplan staat.



Hoofdstuk 6

Veelgestelde vragen

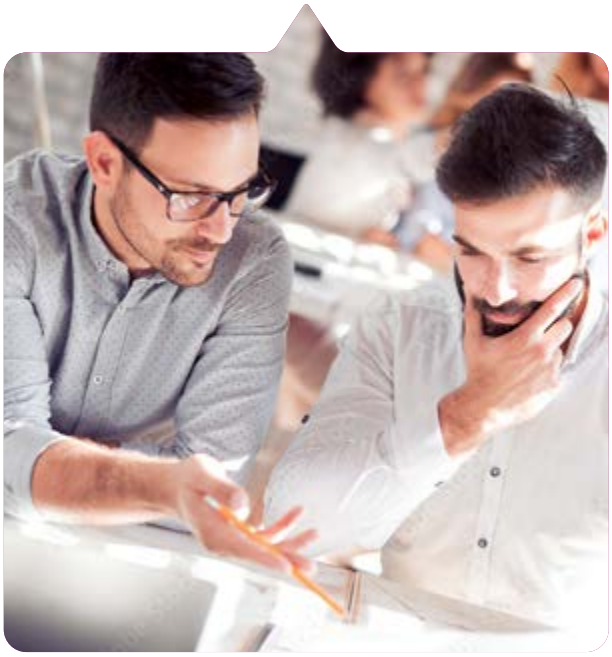


Heb ik wel genoeg te vertellen voor een heel boek?

Ja. Als je jarenlang ervaring hebt in je vakgebied, heb je genoeg kennis. Het gaat niet om de hoeveelheid, maar om de waarde voor je lezer. Een boek van 150 pagina's met concrete inzichten is beter dan 300 pagina's met vulling.

Wat als mijn boek niet verkoopt?

Start met een kleine oplage. Gebruik je boek als marketingtool, niet als primaire inkomstenbron. De waarde zit in de deuren die het opent, niet alleen in de verkoopcijfers. Een herdruk is zo geregeld en ook marketingtechnisch interessant want in het colofon kun je vermelden dat het gaat om een tweede druk.



Moet ik alles zelf doen of kan ik hulp inschakelen?

Je kunt zoveel of weinig uitbesteden als je wilt. Minimaal aan te raden zijn een professionele redacteur en vormgever. Schrijven kun je zelf doen of uitbesteden aan een ghostwriter.

Hoe voorkom ik dat mijn boek mijn reputatie schaadt?

Door te investeren in kwaliteit: goede redactie, professionele vormgeving en een printproef controleren. Een slecht boek is erger dan geen boek.

Met andere woorden ...

Jouw volgende stap

Je hebt nu een compleet beeld van het proces van idee tot gepubliceerd managementboek. De vraag is: wanneer begin je?

Bij BoekenGilde begeleiden we ondernemers zoals jij van A tot Z. Je krijgt persoonlijk advies over jouw boek en strategie, professionele redactie en vormgeving, drukken vanaf kleine oplages van 10 exemplaren en distributie via alle relevante kanalen. We werken met transparante prijzen zonder verborgen kosten.

Start vandaag met een vrijblijvend gesprek:

Telefoon: +31 53 303 2080

WhatsApp: +31 6 518 855 28

E-mail: info@boekengilde.nl

Website: www.boekengilde.nl

Of vraag direct een offerte aan:
www.boekengilde.nl/offerte-aanvragen

Klik hier



"De beste tijd om een boom te planten was 20 jaar geleden. De op één na beste tijd is nu."

Jouw managementboek begint vandaag.

BoekenGilde
Persoonlijke begeleiding voor auteurs die hun kennis willen delen.

Boek
Promotie
is volhouden

Boek
Promotie
social media

Boek
Vermarkten
tips/tricks

Boek
Vormgeven
tips/tricks

Boek
Opmaken
in Indesign

Boek
Redigeren
van de tekst

Boek
Productie
het proces

Boek
Uitbrengen
eigen beheer

Boek
Uitbrengen
ins & outs

Creëer.punt.uit.

Boekengilde, jouw kennispartner

Al vroeg in het proces helpen wij je op weg. Van het sparren over een idee, concrete tips, het verzorgen van de tekstredactie tot verder in het proces bij de vormgeving, het schrijven van de achterflaptekst en het drukken, verkopen en succesvol maken van je boek.

Kennisdeling

Er is zoveel kennis in huis, waarom zouden we dit niet delen? Dit doen we door regelmatig - gratis - online webinars te geven. Tijdens de webinars behandelen we vele onderwerpen waar auteurs tegenaan lopen. De iconen hiernaast geven de verschillende thema's weer.

Ons doel? Dat jij de kennis opdoet en het vertrouwen krijgt om je boek zelf uit te geven. Jij staat aan het roer, maar je staat er niet alleen voor!

Deelnemen aan de webinars?
Schrijf je dan in via onze website.

Boekengilde.

+31 53 3032 080

info@boekengilde.nl

boekengilde.nl

Klik hier