

Uitgebreid draaiboek voor een boekpresentatie

Opmerking vooraf: dit is een heel uitgebreide versie van het draaiboek voor je boekpresentatie. Het is makkelijker om te wissen dan om elementen erbij te bedenken, dus doe hier je voordeel mee.

Algemeen: de marketingmachine moet al volop draaien op het moment van de presentatie, want voor een journalist is het boek na de presentatie al heel snel 'oud nieuws'. Houd daar rekening mee als je de datum prikt voor de boekpresentatie.

BOEKGEGEVENS

Boektitel:

Auteur:

Datum boekpresentatie:

Locatie boekpresentatie:

Datum boekpresentatie:

Tip: koppel de boekpresentatie aan de te plannen actualiteit (bijvoorbeeld een jubileum of een andere festiviteit). Bij livemuziek: van tevoren de datum kortsluiten met de musici.

Aanvangstijdstip boekpresentatie (voor de buitenwereld):

Einde boekpresentatie (voor de buitenwereld):

Verwacht aantal bezoekers minimaal:

Verwacht aantal bezoekers maximaal:

Korte omschrijving van het boek:

Waar gaat het boek over? Wat is het doel van de presentatie? Bijvoorbeeld boeken verkopen of alleen 'naam maken' door journalisten uit te nodigen.

JOURNALISTEN / MEDIA

Lijst uit te nodigen media (de vijf belangrijkste):

Namen van journalisten en hun telefoonnummers:

Persbericht

Ingrediënten: de korte inhoud van het boek.

Denk aan de journalistieke w's: wie, wat, waar, wanneer, waarom?

Geen bijzinnen. Gebruik de actieve vorm. Beperk het onderwerp van het persbericht tot één boodschap. Let op goede kop, datum, duidelijke afzender, onder aan het bericht meer informatie.

Vips (zorg voor een bekend gezicht):

Journalisten komen niet voor je boek, maar om bekende personen te interviewen.

LOCATIE

Adres van de locatie:

Tip: bezoek de locatie enkele weken van tevoren. Dan kom je niet voor verrassingen te staan.

Door te geven aan de locatie:

Aantal te verwachten bezoekers:

Catering via:

Vragen aan de locatie: wachtwoord voor draadloos internet

Is het mogelijk om het wachtwoord op de dag van de presentatie uit te zetten? Dat is klantgerichter.

Als er meerdere netwerken zijn, welk netwerk is beschikbaar?

Wifinaam:

Wifiwachtwoord:

Is de locatie goed bereikbaar via ieder navigatiesysteem? Ja/Nee

Zo niet, wat zijn de bijzonderheden? (Deze melden in de uitnodiging.)

Is er voldoende parkeerruimte?

Is de locatie goed bereikbaar met het openbaar vervoer? Zo niet, geef dit dan even aan op de uitnodiging.

CATERING

Naam verantwoordelijke gastheren/gastvrouwen:

Koffie en thee bij ontvangst:

Gebak bij ontvangst:

Champagne, prosecco of cava:

Hapje na officiële gedeelte:

FOTOGRAFIE

Een eigen fotograaf biedt volledige controle op het proces. Deze beelden kun je later weer gebruiken bij de pr-campagnes rondom het boek en je business.

Naam eigen fotograaf:

Wanneer zijn de foto's beschikbaar?

Spreek met de fotograaf af dat er op de dag van de presentatie al een aantal foto's beschikbaar is voor directe pr-doeleinden.

Op welke manier zijn de foto's beschikbaar?

Naamsvermelding fotograaf verplicht? Ja/Nee

Is naamsvermelding van de fotograaf verplicht bij publicatie? Bespreek dit met de fotograaf; probeer rechtenvrij beeld te bemachtigen.

Tip: maak een subpagina op je website, getiteld /pers, waarop de foto's dezelfde dag nog te downloaden zijn. Geef de fotograaf instructies hoe hij deze beelden kan uploaden.

Mobiel telefoonnummer fotograaf:

Maakt gebruik van whatsappgroep? Ja/Nee

TECHNIEK

Naam geluidsman:

Deze persoon is er verantwoordelijk voor dat iedere spreker goed te verstaan is.

Mobiel telefoonnummer geluidsman:

Maakt gebruik van whatsappgroep? Ja/Nee

Vraag of de geluidstechnicus een opnameapparaat mee laat lopen met de presentatie. Het audiobestand dat daaruit voortkomt, moet overhandigd worden aan degene die de video monteert. De audiobestanden kunnen gestuurd worden via WeTransfer.com (ideaal voor grote bestanden) of via een geheugenstick.

Naam cameraman:

Deze persoon is er verantwoordelijk voor dat het evenement van a tot z goed vastgelegd wordt op video. Vraag of de cameraman de beelden direct na het 'schieten' overhandigt aan degene die de montage van de video gaat doen. De beelden kunnen gestuurd worden via WeTransfer.com (ideaal voor grote bestanden) of via een geheugenstick.

Mobiel telefoonnummer cameraman:

Maakt gebruik van whatsappgroep? Ja/Nee

Naam editor (niet aanwezig bij de presentatie):

Deze persoon bewerkt beeld en geluid en zorgt voor een filmpje van de presentatie. Spreek duidelijk af wanneer de film wordt opgeleverd. Niets is vervelender dan weken moeten wachten op het materiaal. In het meest ideale geval is de film binnen vijf werkdagen klaar.

Mobiel telefoonnummer editor:

DAGPROGRAMMA (TIJDEN ZIJN VOORBEELDEN):

8.00 uur: start dag

Begin van het opbouwen van de zaal of de ruimte.

10.00 uur: testen

Geluidsapparatuur testen (microfoon en versterker). Is de spreker overal in de zaal goed te verstaan? Waar moet de spreker staan? Is er een draadloze microfoon aanwezig? Gaat de microfoon niet rondzingen (piepen)? Presentaties testen in PowerPoint. Beamer testen.

11.00 uur: voorbereiding catering

Lunch voorbereiden voor de medewerkers op locatie.

12.00 uur: lunch medewerkers

Zorgen voor een lunch voor de medewerkers op locatie.

Naam verantwoordelijke voor de catering:

14.00 uur: ontvangstvoorbereiding

Klaarstaan voor ontvangst van de genodigden (alles moet klaar zijn).

De ervaring leert dat veel mensen veel te vroeg aanwezig zijn. Denk aan gastvrouwen of gastheren die de bezoekers verwelkomen. Drinkje uitserveren aan de eerste gasten.

15.00 uur: officiële ontvangst genodigden

Informeel moment. Heet als auteur iedereen even persoonlijk welkom bij de ingang.

15.30 uur: start officiële programma met welkomstwoord

De eerste spreker (niet de auteur) heet de aanwezigen welkom. Waarom zijn we hier bij elkaar? Waarom vandaag? Waarom dit boek?

15.35 uur: tweede spreker (liever niet de auteur)

Iemand die dicht bij de auteur staat (zakelijk) doet de aftrap. Het liefst een bekende naam en iemand met statuur. Deze persoon mag het eerste exemplaar van het boek uitreiken aan de volgende spreker (idee). Eventueel worden de boeken opgestapeld en onder een laken afgedekt. De spreker haalt het doek weg (applausmoment, fotomoment).

15.55 uur: woord van de auteur (dus de derde spreker)

De auteur bedankt alle aanwezigen voor de komst en vertelt een inhoudelijk verhaal. Niet te lang. Verwijst ook vaak naar het boek. Eventueel ondersteund met audiovisueel materiaal. Afsluiten met de woorden: ik nodig u uit om met mij het glas te heffen en ik spreek u graag tijdens het signeren. Zorg eventueel voor een interactief moment met de zaal.

16.15 uur: proosten op het nieuwe boek

Regel goede champagne/prosecco en regel achtergrondmuziek (van een live-ensemble of via een dj).

De aanwezigen heffen het glas op het nieuwe boek en de auteur gaat signeren bij de boekentafel. Eventueel kan het boek verkocht worden, maar de situatie moet zich daarvoor lenen. Als het budget het toelaat, is het feestelijker om iedere aanwezige een boek cadeau te geven. Stop dan wel een brief voor in elk boek. In die brief kun je de lezer uitnodigen om meer boeken te bestellen voor zijn of haar bedrijf, als relatiegeschenk. Bied in die begeleidende brief ook aan om te spreken op locatie. Eén persoon hoeft maar te reageren en de actie met de brieven is al geslaagd!

Zorg eventueel voor een hapje. Zorg voor een duidelijk einde van de bijeenkomst; noem de eindtijd ook in de uitnodiging.

17.15 uur: afsluiting

Persoonlijk als auteur de mensen uitgeleide doen is het meest krachtig.

DE UITNODIGING

- Maak een professionele uitnodiging die in vormgeving aansluit bij de vormgeving van het boek.
- Elementen op de uitnodiging: wie, wat, waar, wanneer, waarom?
- Maak via e-mail een uitnodiging voor de medewerkers. De betrokkenheid en loyaliteit van de medewerkers is op die manier extra groot.
- Stuur een dag van tevoren een sms naar de genodigden.
- Stuur een dag na de boekpresentatie een e-mail naar de genodigden waarin je ze bedankt. Je kunt ze nog eens wijzen op het gratis online-inkijkexemplaar van je boek.
- Stuur twee weken na de presentatie nog een e-mail met daarin de foto/video als terugblik op de dag. Je kunt deze mails ook combineren.
- Bedankje genodigden.
- Bedankje medewerkers.

EEN DAG NA DE BOEKPRESENTATIE

Bedank de medewerkers via een e-mail of een voicemail. Voorbeeldtekst:

Beste ... (persoonlijk, bij naam),

Bedankt voor je medewerking en inzet gisteren tijdens de presentatie van mijn boek (titel). Mede dankzij jou is het boek aan een vliegende start begonnen. Daarvoor ben ik je zeer dankbaar. Als je in het komende jaar mensen tegenkomt die ik blij kan maken met mijn boek, mag je mijn naam altijd doorgeven!

Met vriendelijke groet,
(naam)

NIET VERGETEN

- Het eerste boek klaarleggen.
- Een goede pen om te signeren, plus een reservepen.
- Bloemen voor de sprekers.
- Persberichten in print voor de aanwezige journalisten. Maak eventueel persmappen.
- Zorg ervoor dat iedereen weet wat hij moet doen. Laat dit draaiboek aan alle betrokkenen lezen (of maak een samenvatting van de stukken die voor een bepaald persoon van toepassing zijn).
- Verstuur de uitnodigingen tijdig, zo'n vier weken voor de presentatie. Dat kan op papier en/of via e-mail.
- Houd een lijst bij met mensen die zich hebben aangemeld.
- Houd een lijst bij met mensen die het boek met een voorintekenkorting willen aanschaffen.

- Maak eventueel een plattegrond van de zaal.
- Maak een korte film van maximaal een minuut, bedoeld om mee te starten zodra de mensen de zaal binnenkomen.
- Voor de boekverkoop: zorg voor voldoende wisselgeld en een geldkistje als je besluit om met contante verkopen te werken. Van tevoren betalen via de website verdient echter de voorkeur.
- Maak eventueel een leuke powerpointpresentatie of slideshow voor een extra verzorgde uitstraling.
- Voldoende boeken op de locatie. Dat toont royaal.
- Formulieren voor mensen die geen contant geld bij zich hebben. Door een formulier in te vullen, kunnen ze toch een boek mee naar huis nemen. Op dat formulier moeten de contactgegevens staan waar de factuur naartoe gestuurd kan worden, het e-mailadres, ruimte voor een handtekening voor akkoord van de klant, het aantal boeken en de totaalprijs.
- Maak een flyer om mensen te attenderen op de boekpresentatie.
- Sein niet alleen de landelijke pers, maar ook altijd een lokale krant in.
- Zorg ervoor dat alle aanmeldingen digitaal verwerkt kunnen worden. Dat kan bijvoorbeeld door een formulier te maken op je website, waarin je de namen van de gasten centraal verzamelt. Ook alle aanmeldingen die via telefoon of 'los' via e-mail binnenkomen, voer je centraal in op deze webpagina.
- Reserveer op de voorste rij een aantal stoelen voor de sprekers.
- Maak een lijst met contactpersonen.
- Maak een whatsappgroep aan. Vraag of de leden van de groep elk kwartier de telefoon checken.
- Maak het geheel niet te serieus. Mensen komen op een boekpresentatie om te netwerken en om vermaakt te worden! Houd het lekker informeel en maak de speeches zeker niet te lang. Dat is een kunst op zich.
- Schrijf je eigen speech uit, oefen deze goed en schrijf steekwoorden op.
- Maak een lijst met presentie-exemplaren. Wie op die lijst staat, hoeft niet te betalen voor het boek. Journalisten moeten daar zeker op staan, en natuurlijk je directe familie. Alle andere genodigden moeten er maar wat voor overhebben!
- Neem een muziekstandaard mee (voor de sprekers).

ORIGINELE IDEEËN VOOR EEN GESLAAGDE BOEKPRESENTATIE

- Laat de omslag van het boek terugkomen op de gebakjes. Een leuk detail; het laat zien dat je zorg besteedt aan je gasten.
- Geef de bezoekers na afloop iets mee. De inhoud van het presentje moet naadloos aansluiten bij je boek.
- Herinner de bezoekers van tevoren even aan de boekpresentatie, met een ludieke sms.
- Besparen op de catering? Vraag studenten van een hogeschool voor ondersteuning. Houd de regie dan wel strak in eigen hand.

- ❑ Verbind een debat aan je boekpresentatie. Dat zorgt altijd voor extra aandacht van journalisten. Zeker als je gasten van naam uitnodigt.
- ❑ Nodig een aantal invloedrijke gasten uit die kunnen helpen om je boek verder te promoten.
- ❑ Betrek eventueel de lokale boekhandel bij de boekpresentatie. Die heeft veel ervaring met de verkoop. Het kost je wel 40 procent marge, maar je kweekt er veel goodwill mee en het zorgt voor minder rompslomp.
- ❑ Houd het zo interactief mogelijk: laat de gasten deelnemen aan de discussie, zorg voor reuring in de zaal.
- ❑ Vraag eventueel een sponsor voor de boekpresentatie, maar houd de sponsoruitingen subtiel.
- ❑ Kies voor een niet-alledaagse locatie: een boot, het dak van een hotel, een park, het strand. Probeer de eventuele gevolgen van een dergelijke keuze wel goed te overzien.

BEGROTING BOEKPRESENTATIE

Drukwerk uitnodigingen	€
Fotograaf (uren en foto's)	€
Bloemen	€
Catering medewerkers	€
Catering gasten	€
Presentjes sprekers	€
Geluidstechnicus	€
Video	€
Locatie	€
Evt. livemuziek	€
Evt. andere medewerkers	€
Onvoorzien	€
TOTAAL	€

© Het Boekenschap, 2015. Dit document is ontwikkeld door Het Boekenschap. Het is niet toegestaan dit document te verspreiden anders dan onder de directbetrokkenen van je boekpresentatie. Wilt je dit voorbeelddraaiboek in Word ontvangen? Wij hebben het je makkelijk gemaakt. Kijk op www.hetboekenschap.nl/draaiboek.