

## Guia para desenvolver uma estratégia promocional

### Preparando seu livro para o sucesso

- Você pode promover seu livro antes ou depois dele ser lançado, mas quanto antes você puder começar esse trabalho, melhor.
- Entenda seus leitores e avalie seu livro pelos olhos deles:
  - Confira erros ortográficos o máximo que puder, eles podem fazer seu leitor perder a confiança.
  - Avalie a possibilidade de investimentos na revisão ou na capa do seu livro, já que ela é o seu cartão de visita.
- Escreva uma boa descrição do seu livro, que seja coerente e que cause identificação aos seus leitores em potencial.

### Construindo sua marca de autor

- Sua marca é como seus leitores verão você (não seu livro) nas mídias sociais, seu site e outras formas que você interagir com eles.
  - Pense em um esquema de cores, um estilo visual e, até mesmo, um logo;
  - Use as informações e reflexões que você reunião para começar esse processo de construção.
- Tenha alguns pontos em mente:
  - Seja você mesmo;
  - Evolua sua marca constantemente, você muda ao longo do tempo, sua marca deve mudar também;
  - Esse é um trabalho de tentativa e erro, não tenha medo de errar.

### Ferramentas de Marketing para usar

- Planeje. Pense de forma realista quanto tempo você poderá dedicar à divulgação do seu livro, assim você não irá se frustrar tão facilmente, caso não consiga fazer algo:
  - Construa um cronograma com base com base na sua disponibilidade e nas ferramentas que você pretende utilizar.



**Observação:** Se você ainda não lançou seu livro, colocá-lo em pré-venda pode ajudar a ganhar popularidade. Dessa maneira, você pode gerar um burburinho em torno do seu livro, antes mesmo que as pessoas o leiam. Sua pré-venda pode começar até 90 dias antes do lançamento.

- Use o **KDP Select** ao seu favor. Com ele você tem uma série de benefícios que te ajudam a ter mais visibilidade, além da possibilidade de aumentar seus royalties para até 70%.
  - Livro digital exclusivo para a Amazon;
  - Promoção de livro gratuito por até 5 dias;
  - Seu livro no Kindle Unlimited, o programa de assinaturas de livros da Amazon, te dando alcance a milhares de leitores;
  - O cadastro aqui funciona por título (e não por autor);
  - Seu contrato vale por 90 dias e pode ser renovado.
- Interaja com seu público nas redes sociais das mais diversas formas que elas proporcionam. Busque entender qual é a rede social mais adequada para você e seu público.



**Observação:** seja objetivo e próximo de seus leitores, comunique-se com eles de forma que o entendimento seja facilitado.

- No Facebook, aproveite a variedade de postagens que existe e varie a forma de interação com seus seguidores:
  - **Dark post:** é o tipo de postagem clássica da rede, formada por uma imagem + texto. Lembre-se de fazer um elemento conversar com o outro, use uma imagem chamativa e uma legenda que deixe seu público interessado na leitura dela;
  - **Vídeo:** equilibre o tempo de vídeo e o conteúdo, que deve capturar a atenção das pessoas. Vídeos curtos costumam ter mais impressões, use eles para publicar bastidores, prévias de um novo livro, ou ainda ensinar um conteúdo;
  - **Carrossel:** post com diversas imagens, faça com que elas se relacionem contando uma história, mostrando um passo a passo ou apenas mantendo uma continuidade, assim seu público poderá se interessar por clicar e saber mais;
  - **Stories:** foque em uma comunicação rápida, já esse tipo de postagem dura apenas 24 horas, você pode utilizá-la para divulgar uma promoção do seu livro, recados rápidos, uma contagem regressiva para um lançamento, entre outros exemplos;
  - **Grupos:** participe em grupos de livros no geral, ou escolha grupos do segmento que você publica. Lembre-se de trabalhar com posts atrativos para que você se diferencie dos demais.

- No Instagram, os formatos de Dark Post, Carrocel e Stories se repetem, assim como as melhores práticas deles. Porém, aqui temos alguns formatos exclusivos:
  - **IGTV:** use para vídeos mais longos como bastidores, dicas e indicações de outros livros e autores, por exemplo;
  - **Reels:** são vídeos mais rápidos e geralmente com um intuito mais divertido. Se seu conteúdo é mais sério, talvez esse não seja o melhor formato para você.
- No Twitter, você pode ter uma comunicação mais direta e próxima do seu público-alvo, podendo interagir mais. Lembre-se que há um limite de caracteres, por isso busque ser sucinto e objetivo.
- O Youtube pode ser usado para vídeos mais longos, com um conteúdo mais explicativo e dinâmico, para capturar a atenção do público. Busque fazer a plataforma entender que as pessoas gostam dos seus vídeos e que você se empenha neles, mantendo uma frequência de postagens.
- Você pode usar o WhatsApp para alcançar pessoas mais próximas de você, fazer networking e listas de transmissão para seu público-alvo para receberem novidades, por exemplo.
- O TikTok é mais focado em vídeos curtos, educativos e divertidos. Seguindo a mesma lógica do Reels no Instagram, pode não ser a rede social se seu conteúdo é mais sério.
- Você ainda pode começar um blog, escrevendo conteúdo complementar ao do seu livro para seu público.



**Observação:** você não precisa usar publicações pagas para alcançar seus leitores. Mas se for utilizá-las, seja sucinto e objetivo.

- Com o **Associados Amazon**, programa de afiliados gratuito, você tem a possibilidade de aumentar seus ganhos com comissões de até 15% sobre compras realizadas através do seu link personalizado, além de:
  - Gerar mais tráfego qualificado para seu livro na Amazon.com.br;
  - Conhecer os perfis de compras de seus clientes, entendendo de forma macro, quais ações seu público toma ao acessar a página do seu livro na Amazon. Se alguém acessa a página e não faz compra, por exemplo, o que você pode melhorar? Sua capa? Sua descrição?
  - Crie diversos IDs de rastreamento para entender de onde vem seu tráfego, por exemplo, qual sua rede social com mais interação? Use esses dados para entender seu público;
  - Ganhe comissão no gasto total da compra. Se um cliente adquirir o seu livro, mas comprar outro produto também, você recebe comissão sobre todos os produtos do carrinho;

- Se você for fazer um post falando sobre seu livro, inclua alguma mensagem de ação junto do link, como “compre agora em: [link]”, “ adquiera e já comece a ler: [link]”.

## **Algumas dicas finais**

- Separe um tempo toda semana para promover o seu livro;
- Esteja pronto para deixar de lado promoções que não funcionam para você e seus leitores;
- Responda e-mails e outras mensagens de leitores;
- Faça promoções de livro gratuito;
- Fique próximo dos seus leitores;
- Seja criativo!

## **Outro Links Úteis do KDP:**

- [Site do KDP](#)
- [KDP – Central de ajuda](#)
- [eBook ‘Preparando seu livro para o Kindle’](#)
- [Termos e condições de publicação no Kindle Direct Publishing](#)
- [KDP – Página de ajuda sobre royalties](#)
- [Recursos de Marketing KDP](#)
- [KDP – Página de ajuda sobre KDP Select](#)
- [KDP – Página de ajuda sobre Promoção de Livro Gratuito](#)
- [Associados Amazon](#)
- [Nomear seu eBook para uma promoção \(Beta\)](#)