



battituraa macchina

**PRESENTA**

PRESENTA

**VENDI  
IL TUO LIBRO**

PRESENTA

di Saverio Crea  
founder

battituraa macchina



# *prima di* **INIZIARE**

## *punto 1*

**Mi presento:**

**per chi non mi conoscesse sono Saverio Crea, per tanti battituraamacchina, lavoro nel mondo dei social media ormai da diversi anni.**

**Seguo Autori, case editrici e Aziende, prevalentemente editoriali, nel percorso sul web. Creazione di contenuti, comunicazione mirata, e campagne per crescere il proprio Brand; gestione delle campagne ADS. Ma anche consulenze sui punti carenti della tua comunicazione.**

**Il brand di un autore deve rappresentarsi da solo, e deve comunicare attraverso la scrittura. Non può esimersi da questo.**

**Gli autori non possono essere solo marketing e numeri, sono parole e le persone li riconoscono attraverso quelle.**

**Si! il marchio autore può essere un Brand. Anzi deve esserlo. A prescindere se tu sia pubblicato da C.E. O IN SELF.**

**Ottimizzarlo è la mia competenza.**

*punto 2*

*prima di*  
**INIZIARE**

Ti racconto di me non per forgiarmi di risultarti ma semplicemente perché tu possa trarre ispirazione.

La mia storia nasce dalla scrittura, mi piaceva emozionare ed emozionarmi attraverso essa.

Non ho mai abbandonato la mente imprenditoriale. Non potevo! Cercavo una soluzione che mi piacesse.

Lavorare con ciò che ho studiato senza annoiarmi, inserendo ciò che amavo.

Grazie agli studi commerciali e corsi di formazione sul web, ho stilato un percorso che può essere vincente se sviluppato su ampia veduta.

Dalle mie parole non sentirai mai: “in poco tempo riuscirai a...” perché sul Web questo è impossibile!

Grazie alla costanza e alle giuste tecniche riuscirai a produrre vendite, che ricordo, sono direttamente proporzionali a tre fattori chiave

**REALIZZAZIONE DEL LIBRO**

**MARKETING/COMUNICAZIONE DEL LIBRO**

**UN PO' DI SANA FORTUNA**

Se hai voglia di cimentarti in questa avventura/lettura, oltre le tecniche (spiegate in punti semplici) ci sono casi studio di self-publisher che hanno venduto più di 500 copie all'esordio.

# COSA SAI FARE?

CREA IL POTENZIALE LETTORE

OGNI LIBRO È MARKETING

STUDIA CHI HA FATTO MEGLIO DI TE

LAVORA DI SCRITTURA

COMMUNITY/SOCIAL/WEB

**La mia domanda nella pagina antecedente non era retorica.  
Molti autori, così come alcune CE all'esordio, hanno grandi  
difficoltà nel comunicare ciò che vogliono RAPPRESENTARE.  
Molti di loro avranno grandi potenziali d'investimento, altri solo il  
potenziale altri ancora non sanno abbinare le due cose.  
INVESTIMENTO senza POTENZIALE?  
Rispondi da te!**

**Questa guida avrà queste grandi Macro sezioni, in 5 sezioni che si  
suddivideranno a sua volta.**

**Il mio consiglio è di leggerla tutta, di sviscerarla.**

**Cercare di cucirla su di te!**

**Sono certo che molte cose non possono essere racchiuse in una  
guida, e le azioni devono essere accompagnate da una dritta che  
aggiusti il tiro.**

**Hai capito bene ciò che voglio dire! Non tutto è applicabile  
tramite le guide, ma si può ottimizzare il tutto da esse.**

# Partiamooooo!

## CREA IL POTENZIALE LETTORE

Il potenziale lettore lo puoi trovare dappertutto ma ricercarlo, è la spada di Damocle di ogni autore

## OGNI LIBRO È MARKETING

Ogni libro apre il mondo del marketing e della comunicazione, nessun può esimersi se vuole vendere

## STUDIA, ANCHE DA CHI HA FATTO MEGLIO DI TE

Studiare è l'arma vincente per risolvere alcuni rebus delle vendite, perchè non iniziare da chi ha fatto meglio di te?

## LAVORA DI SCRITTURA

Si può legare la scrittura al marketing? la risposta è Sì! C'è bisogno di un contesto produttivo che non nasconde l'IO autore ma lo rappresenta

## COMMUNITY/SOCIAL/WEB

Una salsa trita e ritrita come una maionese impazzita. Social, community di lettori e web sono formativi e produttivi solo se usati bene. Non improvvisarti content creator o social media manager di te stesso.



# **CREA IL POTENZIALE LETTORE**



**Per creare un potenziale lettore, è necessario prima di tutto identificare il proprio target di riferimento. Chi sono le persone che potrebbero essere interessate alla tua scrittura? A chi si rivolgono i tuoi libri? età, genere, interessi e le loro esigenze?**

**Una volta che hai identificato il tuo target, puoi iniziare a creare una rappresentazione idealizzata di un potenziale lettore. Questa rappresentazione, chiamata persona, dovrebbe essere il più realistica possibile.**

- **Ecco alcuni dati che puoi raccogliere per creare una persona:**
- **Interessi e bisogni: quali argomenti sono interessati? Quali sono le loro esigenze?**
- **Abitudini: quando leggono, come leggono, perché dovrebbero interessarsi alla tua scrittura**
- **Puoi raccogliere questi dati da diverse fonti, come: pagine social, gruppi di lettura, competitor che hanno fatto prima di te. Creare una relazione sul possibile lettore.**
- **Osservazione: osserva le persone che potrebbero essere interessate ai tuoi contenuti, studiale!**
- **Una volta che hai raccolto i dati, puoi iniziare a creare la tua persona.**
- **Dai alla tua persona “immaginaria” un'identità, domandati perché la tua scrittura potrebbe interessarla.**

# O.A.

## **CREA IL POTENZIALE LETTORE**



- Inizia un percorso social adeguato, ha un costo contenuto, è il più rapido, inizia dalle cose semplici che possano introdurre la parte di te scrittore insieme alla tua figura, scrivi! Questo ti aiuterà a decifrare se sei sulla strada giusta. Ricorda: **LA SCRITTURA NON PUO' MANCARE!**
- Crea la tua figura d'autore sui social, inizia da una tua foto che viene elaborata come logo fino al logo vero e proprio, racconta la tua storia personale, serve ad indentificarti e le persone si legano.
- Dopo un periodo di test, seleziona i contenuti giusti. Saprai quali argomenti, quali contest, quali tecniche di avvicinamento sono più rilevanti per il tuo target.
- Usare un linguaggio e un tono appropriati. il web è fatto di automatismi e per distinguerti devi metterci **L'UMANO**, ti permetterà di parlare con la tua persona ideale in modo che si senta compresa e coinvolta da ciò che scrivi da ciò che pubblichi.
- Creare un'esperienza di lettura personalizzata per i tuoi libri. Potrai personalizzare i tuoi contenuti in base agli interessi e alle esigenze della potenziale persona.
- Ultima, ma non di poco conto, serve l'esperienza. Il tempo, per riconoscere tutto, il tempo per identificarti sul web, il tempo per rendere la tua figura importante.

Creare un potenziale lettore è un processo che richiede tempo e impegno, ma è un investimento che vale la pena fare. Più conosci il tuo target, più efficace sarai nel creare contenuti che lo attraggano e lo coinvolgano, sarai capace di indirizzarli ai tuoi libri attraverso la scrittura e naturalmente **FARLI ACQUISTARE.**



## OGNI LIBRO È MARKETING



Il marketing dei libri è l'insieme delle attività volte a promuovere e vendere libri. Si tratta di un processo complesso che coinvolge diversi aspetti, come la ricerca di mercato, lo sviluppo di una strategia di marketing, la creazione di contenuti, la distribuzione e la promozione.

L'obiettivo del marketing dei libri è quello di raggiungere il pubblico target e convincerlo ad acquistare il libro (mica facile)...

Per farlo, è necessario capire i bisogni e gli interessi del pubblico, e creare messaggi e contenuti che siano rilevanti e coinvolgenti.

Il marketing dei libri può essere suddiviso in due fasi principali:

- **Fase di anteprima:** questa fase è volta a creare consapevolezza del libro e a generare interesse. In questa fase, si possono utilizzare strumenti come la pubblicità, la promozione sui social e tante altre cose come eventi o similari.
- **Fase di lancio:** questa fase è volta a massimizzare le vendite del libro. ADATTARE O CAMBIARE I CONTENUTI ELABORATI IN PRECEDENZA CON L'AGGIUNTA DI ALTRO

In questa fase, si devono utilizzare strumenti che abbiamo già citato con la comunicazione dell'uscita, i social, la pubblicità dai profili personali e da quelli di supporto, le promozioni e le attività di pubbliche relazioni.

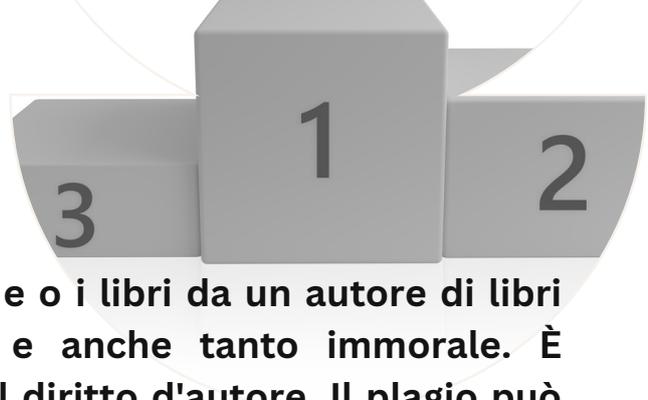


Ecco alcuni strumenti e tecniche che possono essere utilizzati nel marketing dei libri:

- **Pubblicità:** la pubblicità è un modo efficace per raggiungere un pubblico ampio e non solo limitato al famoso target che abbiamo citato al punto 1. Si possono utilizzare diversi canali pubblicitari, il web, la televisione (se possibile economicamente), la radio, la stampa, i social media.
- **Promozione nelle librerie:** la promozione nelle librerie è un modo efficace per raggiungere i lettori potenziali. Si possono organizzare eventi, come presentazioni, firmacopie e letture, per attirare l'attenzione dei lettori.
- **Partecipazione a eventi:** la partecipazione a eventi culturali come il salone del libro che si svolge a Torino tutti gli anni (per citare il più importante) è un modo efficace per raggiungere un pubblico di appassionati. Non limitarsi ad uno solo se fosse possibile spostarsi su vari.
- **Pubblicità sui social media:** ho fatto una sezione differente dalla pubblicità generale perché i social media sono il modo efficace per raggiungere un pubblico ampio e coinvolto. Se hai seguito il punto 1 capirai che questo di cui parlo E' IL TUO PUBBLICO, il più caldo, il più forte! La classica "Fan Base".
- **Pubblicità sul web:** il web è un modo efficace per raggiungere un pubblico tanto ampio e sicuramente personalizzato. Si possono utilizzare strumenti come la SEO, il SEM e l'email marketing per promuovere il libro, ma tutto questo ha un costo da non sottovalutare, perché se non si è esperti del settore spesso non si raggiungono risultati.

Il marketing dei libri è un processo continuo che richiede un impegno costante. Per avere successo, è necessario conoscere il proprio pubblico target, creare contenuti rilevanti e coinvolgenti, e utilizzare gli strumenti giusti per raggiungere il pubblico. Diventare un autore conosciuto è un processo, sbagliare la comunicazione e perdere tutto ciò che si è creato con tanta fatica, è un attimo.

# **STUDIA CHI HA FATTO MEGLIO DI TE**



Non ti voglio invitare a copiare i contenuti e o i libri da un autore di libri affermato, infatti è una pratica illegale e anche tanto immorale. È considerato plagio, che è una violazione del diritto d'autore. Il plagio può portare a sanzioni legali.

Tuttavia, il mio “studia chi ha fatto meglio di te” è un’invito ad imparare dagli autori affermati senza copiare il loro lavoro, ma apprendere dalle loro tecniche di diffusione.

Ecco alcuni suggerimenti:

- **Leggi** attentamente i loro libri. Assicurati di comprendere le loro idee e i loro argomenti.
- **Fai domande.** Cosa ti ha colpito nei loro libri? Cosa non hai capito?
- **Sviluppa** le tue idee sulla base delle loro che già hanno fatto, usa le idee degli autori affermati come punto di partenza per sviluppare le tue idee originali, ogni scrittura avrà sempre un dire diverso dall’altro.

Ecco alcuni esempi concreti di domande e conoscenze che puoi ricevere da chi è più affermato di te:

- Come è iniziato il suo percorso, self/CE e perchè ha scelto quel percorso.
- A chi si è rivolto per creare un pubblico, come l’ha creato e in quanto tempo ci è riuscito.
- Se un autore affermato dice che una certa tecnica di scrittura è efficace, puoi sperimentarla nei tuoi scritti.
- Se un autore affermato dice che un certo modo di pensare è utile, puoi rifletterci e vedere se può essere applicato alla tua vita da autore.
- Quanto ha venduto all’esordio, se cambierebbe qualcosa alla sua comunicazione
- il suo percorso (ma non tutti sono disponibili a parlare)

Imparare/chiedere dettagli agli autori affermati è un modo prezioso per migliorare le tue capacità di scrittura e comunicazione off-on line. Tuttavia, è importante farlo in modo etico e responsabile.



## LAVORA DI SCRITTURA



Gli autori di libri hanno una varietà di opzioni per coinvolgere il pubblico con la scrittura che non siano SOLO i libri.

Ecco alcuni esempi:

- **Blog:** I blog sono un ottimo modo per condividere le proprie idee e opinioni con un pubblico ampio. Gli autori possono utilizzare i blog per parlare dei loro libri, di argomenti di attualità o di qualsiasi altra cosa interessi un pubblico. Negli articoli di blog possono nascere interazioni interessanti per i lettori e naturalmente per gli scrittori. Inizia a frequentare questi luoghi che somigliano ad un caffè letterario, conosci e naturalmente fatti conoscere.
- **Il tuo blog:** dopo aver frequentato i “caffè” sei ormai nel giro, perché non iniziare ad aprirne uno tuo?
- **Social media:** I social media sono il più efficace dei modi per raggiungere un pubblico ampio. Gli autori possono utilizzare i social media per condividere tutto, dalla propria scrittura (da non confondere con i canali di citazioni o aforismi, parliamo di scrittura vera e propria), estratti dei loro libri, aggiornamenti sul loro lavoro e connessione istantanea con i lettori. Poi puoi usarli per inserire spazi per le recensioni e lanciare vere e proprie campagne marketing. Dare e ricevere continuamente, il mondo dell’editoria è cambiato, il mondo dell’editoria non si può fermare solo alla promozione della casa editrice, un autore non può esimersi dall’aver un profilo che rispecchi la scrittura.

La domanda che pongo spesso alle persone è questa: MA DAVVERO CREDEVI A QUALCHE FANTOMATICO VENDITORE DI FUMO CHE TI DICEVA CHE CON QUALCHE ADV E QUALCHE POST A CASO, DIVENTAVI L’AUTORE DEL NUOVO MILLENNIO?

# O.A.

## LAVORA DI SCRITTURA



**Podcast:** I podcast sono un modo coinvolgente per raccontare storie e condividere informazioni. Gli autori possono utilizzare i podcast per parlare dei loro libri, leggere estratti, raccontarsi. Ancora non è una tecnica perfetta, ma può, in alcuni casi, essere coinvolgente.

- **Video:** I social media sono diventati anche video, dopo l'esplosione di Tiktok e Reels Instagram l'evoluzione ha fatto la sua. Possono essere un modo efficace per catturare l'attenzione del pubblico e trasmettere un messaggio legato alla scrittura oppure delle vere e proprie ADV con i fiocchi. Gli autori possono utilizzare i video per comunicare, ma **ATTENZIONE** a non farsi prendere la mano... non tutti i video vanno bene! serve conoscenza e preparazione nell'editare in minima parte i video. Serve saper comunicare attraverso **IL TUTTO**
- **Firmacopie:** un servizio che sta prendendo valore, partiamo dal presupposto che si possono contattare le Librerie da soli, fare un programma, presentarsi e scegliere i giorni in base alle disponibilità. **IL TUTTO** è una smazzata inaudita (te lo dico anticipatamente). Può essere redditizio ma influenzato da fattori come: saper stare in pubblico, capacità di vendita e capacità di presentarsi e presentare il libro senza esagerare. Oltre alla presenza serve la comunicazione scritta ed il lancio... altrimenti chi verrà?

Dopo aver compreso quale può essere il tuo mezzo per vincere la gara della vita, Parti!

Quando si sceglie un formato di scrittura per coinvolgere il pubblico, è importante considerare il proprio pubblico target, il proprio messaggio e gli obiettivi. È anche importante essere creativi e sperimentare diversi formati per trovare quello che funziona meglio.

# OAL2

## LAVORA DI SCRITTURA



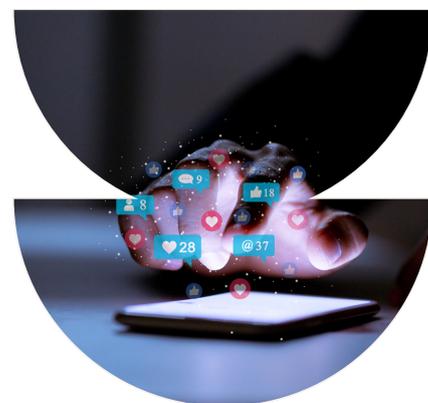
**Ecco alcuni suggerimenti specifici per gli autori di libri, che desiderano coinvolgere il pubblico con la scrittura che non siano solo libri:**

- **Scegli un formato che sia adatto al tuo pubblico in target. Se stai scrivendo per un pubblico di ragazzi/bambini cerca di comunicare come loro, coinvolgerli con i loro giochi, le loro passioni. Crea qualcosa che ricordano, un'appuntamento, un quiz, e solo dopo averli coinvolti cerca di inserire ciò che riguarda i tuoi libri. Se stai scrivendo per un pubblico di adulti, cerca di coinvolgere i lettori con le motivazioni, con argomenti che possono aiutare a sviluppare relazioni, eventi social, dirette, piccoli premi simbolici come estratti o libri interi.**
- **Sii creativo e originale. Non aver paura di sperimentare diversi formati e di trovare il tuo stile unico.**
- **Collabora con altri. Collaborare con altri autori, artisti o creatori può aiutarti a raggiungere un pubblico più ampio e creare contenuti più coinvolgenti.**

**Con un po' di creatività e impegno, gli autori di libri possono coinvolgere il pubblico con la scrittura in modi nuovi e innovativi.**



## **COMMUNITY/SOCIAL/WEB**



**Hai seguito tutti i punti FINO AD ORA?**

**Sei riuscito a comprendere?**

**Hai scoperto, almeno inizialmente, alcuni deficit della tua comunicazione?**

**NOI TI DIAMO UNA MANO CON CONSULENZE SPECIFICHE!**

**Ti consiglio una cosa: un piano!**

**Un po' come una volta... Carta, penna e calamaio, oppure un pc!**

**Pianifica.**

**Se sviluppi i punti del “primo corso Gratuito di battituraamacchina” sei già con questi macro settori avviati, sottolineo:**

**non COMPLETI, ma avviati.**

**Saprai riconoscere un possibile lettore, saprai lavorare in maniera basilare con i social, inizi a comprendere i messaggi dei lettori, inizi a lavorare con loro e con la tua fantastica scrittura. Lavori sulla tua identità e magari qualche casa editrice inizia a considerarti perchè oltre alla pubblicità i social sono biglietti da visita, lo sapevi?**

**Dopo un processo iniziale comincerai a vederti su google non come lo spauracchio di città laggiù, ma come un autore formato. Magari le possibilità economiche ti hanno portato a creare un sito, dove il tuo blog ha preso corpo. Alcuni passi del tuo libro sono andati virali con un video lettura perché hai emozionato il lettore, e i like sono aumentati, e le persone ti contattano per messaggio per chiedere di più, per ringraziarti e magari cliccano sul link del tuo libro perché si rivedono in un tuo post o in una tua lettura. Perché la POTENZA della tua comunicazione sta avendo frutti...**

**Ma prima di sentire e vedere tutto realizzato sviluppa il tuo potenziale.**

**Inizia da un punto, come scritto al punto dopo 5.1 (scusa il gioco di parole)**

# **B.1**

## **COMMUNITY/SOCIAL/WEB**



**I social sono la pubblicità che può portare ad un ritorno più rapido. “Se ti informassi quanto costa la pubblicità da parte di terzi, ti senti sconsigliato prima di iniziare”**

**Sviluppa un piano social. Dedica un budget contenuto e se non puoi puntare sul fai da te (competente) almeno inizialmente, fatti aiutare.**

**Quello che nessuno ti dice è che anche sui social servono competenze, per mettere un post serve competenza, per creare una grafica serve competenza, per lanciare sponsorizzate serve competenza.**

**MI DIRAI:**

**Sono due click e un po' di fantasia.**

**Ti assicuro non è così!**

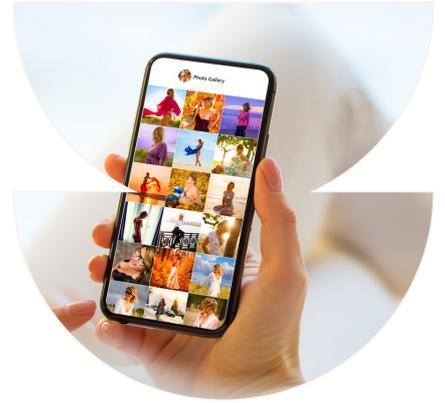
**I social e il web in generale sono veri e propri obiettivi/trampolini di lancio per gli autori, sono percorsi pieni di lavoro e anche dispendio, sia di fatica che di denaro, non sei il clown di turno, sei un autore.**

**Ora ti dirò un suggerimento ultimo:**

**Ma prima ti pongo delle domande anziché darti risposte.**

# O52

## COMMUNITY/SOCIAL/WEB



**Quanto hai speso in pubblicità? in questo calcolo non voglio che inserisca il tuo tempo...**

**100€? 200€? qualcosa in più credo, anzi un tantino in più!**

**Ti faccio un'altra domanda:**

**Quante copie hai venduto da una sponsorizzata sul web?**

**10-20-30 nella più rosea delle aspettative, alcuni hanno fatto 0 vendite.**

**E tutte le volte che ti hanno ricercato sul web cos'hanno trovato? Chi sei tu in questo mondo così grande e infinito?**

**Molti avranno detto: "io sono tizio e caio", ma lo sanno solo loro!**

**Altri, quelli con la fortuna che gira a mille: "beh in fondo non è poi andata tanto male, mi hanno trovato", altri ancora, hanno capito ciò che sto per dire...**

**Se non dai riferimenti di presenza, se non ci sei, sei non hai una pagina appetibile, cliccabile e con riferimento al Te autore, non venderai neanche 5 di quelle copie che ti sei prefissato come obiettivo.**

**Lo so, è brutto, è la scrittura che va premiata!**

**NEL PERCOSO DI UN VERO AUTORE NON BASTA SOLO LA SCRITTURA!**

**WWW.BATTITURAAMACCHINA.IT**

**Sul sito [www.battituraamacchina.it](http://www.battituraamacchina.it)  
oltre ai servizi, trovi il nostro Blog,  
che racchiude tanti articoli che supportano  
questa guida.**

**Le interviste con gli autori, che raccontano la  
loro esperienza e tanto altro ancora  
“Ogni storia può essere d’ispirazione alla tua.”**



SEI AL FINE CORSO SEI AL FINE

*arivvi o inizi?*

# LA ~~CORSA~~ GIUSTA

Questo piccolo corso intensivo ideato da Saverio Crea è posto a racchiudere questi grandi movimenti che ogni autore deve fare, per crescere ed accrescere il suo pubblico e di conseguenza le vendite.

Gli autori senza comunicazione non possono essere virali, non possono porsi obiettivi importanti in numero di vendite e di letture.

Puoi “vendere” 10000 copie a 0.00 € ma non è un metro di giudizio che fortifica la tua scalata ai buoni risultati. I libri vanno pagati non regalati.

Io prima di te, sono passato dal baratro della cattiva gestione.

Io prima di te, ho speso senza ricevere nulla dal web.

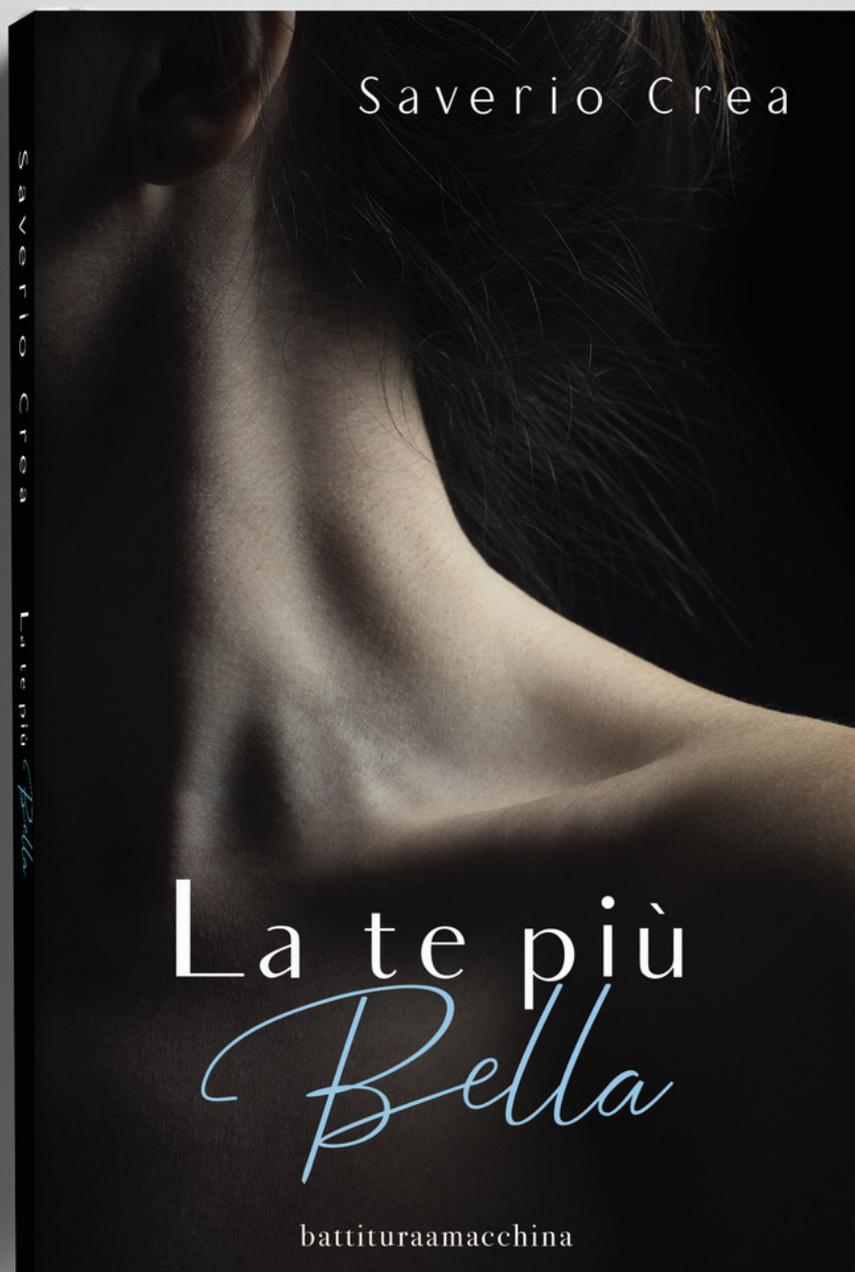
Io prima di te, ho creduto che tutto era fattibile con il fai da te e senza apporto professionale.

Oggi battitura a macchina è una piccola realtà che ha Madre nella scrittura e Padre sulla comunicazione ed il marketing dei libri. Ha tanti figli che sono gli autori pubblicati grazie ai nostri servizi di supporto ed anche tanti nipoti, che sono quelli che ci hanno scoperto dopo le loro pubblicazioni.

Poi ci sono i lettori, che io definisco amici, perché sono anni che stanno lì a supportarci.

SEI AL FINE CORSO SEI AL FINE

**OLTRE MILLE COPIE VENDUTE SUL WEB**



**LA TE PIÙ BELLA**

# LA TE PIÙ BELLA



**La te più Bella è il primo romanzo con la collaborazione totale di battituraamacchina, è un romance con una nicchia molto difficile visto l'afflusso esorbitante di questa tipologia.**

**La sua partenza è stata folgorante, quasi 200 copie vendute nel primo mese dalla sua uscita e poi un crescendo fino all'arrivo delle oltre mille copie vendute.**

**Fortuna o un piano d'azione?**

**Un piano d'azione ben definito che ha portato risultati.**

**-piano social (lo scrittore portava la sua scrittura e inglobava il libro)**

**-piano sponsorizzazione sul libro (sponsorizzazione definita, in target e influente)**

**-scartato categoricamente le ads su Amazon (costoso, il budget è stato investito per la crescita del profilo autore)**

**OLTRE 500 COPIE VENDUTE**



**IL RACCONTO DI UNA EXPAT**

# IL RACCONTO DI UNA EXPAT



Il racconto di una expat mi ha entusiasmato sin da subito, Pamela Giangolini era fresca di trasferimento in Australia, con la collaborazione battituraamacchina voleva lanciarsi una sfida:

Puó un'autrice dall'altra parte del mondo vendere un libro con dentro la sua storia?

Fortuna o programmazione?

Pamela parte con una programmazione social, la sua pagina [Traveling\\_whit\\_apple](#) cambia radicalmente ma senza escludere parti che la rappresentano, portando la sua scrittura semplice ma allo stesso tempo efficace.

- piano social e pubblicazione costante
- presentazione libro
- piano sponsorizzazione
- scartato categoricamente le ads su Amazon (costoso, il budget è stato investito per la crescita del profilo
- traduzione del libro in lingua inglese

**OLTRE 500 COPIE VENDUTE**



**TRA I PETALI DI UNA ROSA**

# TRA I PETALI DI UNA ROSA



**Spesso sento dire:**

**LA POESIA NON SI VENDE!**

**Questo è il libro di Rosa Balzano, una silloge poetica che è ancora alla ribalta.**

**Ancora credi a chi dice: “il libri di poesia non si vendono”?**

**Pubblicato in self con un budget di partenza stabilito, finita anche su articoli di giornale.**

**Fortuna o programmazione?**

**Questo libro è di Rosa ma è una rosa vera e propria...**

**Perfetto, curato nei dettagli e nei particolari. La sinergia tra battituraamacchina e Rosa ha portato alla realizzazione di una grande silloge. Il valore dell'autrice e delle sue parole accompagnata dalla nostra conoscenza.**

**-vendite on-off line**

**-profilo curato e gestito dall'autrice con alcuni dei nostri suggerimenti**

**-piano sponsorizzazione bookblogger**

# **SOLO TRE PICCOLI ESEMPLI...**

**OGNI LIBRO HA UNA STORIA, MA OLTRE ALLA STORIA VERA E PROPRIA C'E' UNA STORIA CHE SOLO L'AUTORE CONOSCE.**

**BATTITURAAMACCHINA CERCA DI ARRIVARE A QUELLA STORIA CHE SOLO L'AUTORE CONOSCE.**

**COSI' LAVORIAMO CON GLI AUTORI!**

**COSTANTEMENTE, SINERGICAMENTE, LE SCELTE SONO PONDERATE PER TRARNE IL MASSIMO BENEFICIO.**

**LE VENDITE SONO DETERMINATE DA VARIABILI INFINITE.**

**QUELLO CHE CONSIGLIAMO PRIMA DI PUBBLICARE UN LIBRO (A PRESCINDERE DALLA METODOLOGIA DI PUBBLICAZIONE) E' DI FORMARE LA PROPRIA FIGURA. DI LAVORARE CON L'EVENTUALE PUBBLICO, DI FARLO CRESCERE.**

**E NELL'ONESTA' CHE CI HA CONTRADDISTINTO NEGLI ANNI, TUTTO QUESTO PERCORSO, CHE ABBIAMO DESCRITTO IN QUESTA GUIDA (IN ALCUNI CASI) NON SERVE.**

**SE SCEGLI I SERVIZI BATTITURAAMACCHINA RICORDA:**

**I DIRITTI E LE ROYALTIES SARANNO SEMPRE TUE, SIN DAL PRIMO GIORNO!**

**NON SIAMO STAMPERIE!**

**NON SPOSIAMO L'EDITORIA A PAGAMENTO!**

**OFFRIAMO SUPPORTO EDITORIALE DALL'INIZIO (CREAZIONE DEL LIBRO) AL POST-PUBBLICAZIONE.**

**NON LUCRIAMO SUI SOGNI DELLA GENTE!**

# FINE



# ADESSO TOCCA A TE

*però aspetta, leggi più giù*

# **UN REGALO PER TE CHE SEI ARRIVATO ALLA FINE**

**Volevo farti un regalo!**

**Nel mio percorso di autore pochi mi hanno dato  
una mano e oggi io ti porgo la mia...  
Non ti “venderò” corsi applicabili perchè non è  
facile almeno inizialmente.**

**SPENDERE 1000/2000 €  
E' TANTO DIFFICILE!**

**OLTRE LA GUIDA TI REGALO IL MIO TEMPO!**

**CONDIVIDI LA GUIDA CON IL TUO PENSIERO ED IL  
LINK CHE TROVI VICINO AL TASTO DOVE HAI  
SCARICATO LA GUIDA**

**TAGGACI SU INSTAGRAM O FACEBOOK  
@BATTITURAAMACCHINA**

**FAI UN SCREENSHOT E INVIACELO**

**IN REGALO CONSULENZA DI 30 MIN**

# PRIMA DI SALUTARCI

I SERVIZI BATTITURAAMACCHINA

## ***SUPPORTO AUTORI/LIBRI***

- EDITING
- COPERTINE
- GRAFICHE/IMPAGINAZIONE
- PROMOZIONE SUI CANALI BAM
- GESTIONE ADV
- FIRMACOPIE LIBRERIE

## ***CONSULENZE***

- EDITORIA
- SOCIAL NETWORK/WEB
- PIANI EDITORIALI LIBRI

## ***GESTIONE***

- GRAFICHE E CONTENUTI SOCIAL
- PROFILI AUTORE E COMMERCIALI
- MARKETING SOCIAL
- COMUNICAZIONE SOCIAL
- CAMPAGNE E ADS WEB



# **CONTATTI**

**I SITO WEB:  
WWW.BATTITURAAMACCHINA.IT**

**TEL/WAPP:  
+39 3270990842**

**MAIL:  
BATTITURAAMACCHINA@GMAIL.COM**

**SOCIAL  
@BATTITURAAMACCHINA**