



Antonia Stackelberg på Blomdahls Bok.

Ge ut en bok och skapa affärer för miljoner- utan att skriva själv

Har du vad som krävs för att lyckas med en bokutgivning? Nystartade Entreprenörsförlaget vill hjälpa företagare att bli framgångsrika författare. Och samtidigt skapa nya affärer.

Förlagsbranschen har genomgått en omvälvande förändring. Tidigare lämnade författaren in ett manus för utvärdering innan det eventuellt blev antaget och utgivet av ett förlag. Men på senare år har möjligheten till print on demand och egenutgivning förändrat förutsättningarna radikalt.

Marknaden har öppnats upp för alla som vill ge ut sin egen bok. Idag kan du välja på att göra allt själv eller anlita ett hybridförlag som hjälper till med paketering och marknadsföring, men du måste fortfarande stå för skrivandet själv.

Nu vill grundarna bakom Entreprenörsförlaget vända på hela tillvägagångssättet. De erbjuder ett koncept där även den som inte vill eller kan skriva själv kan ge ut en bok. – I den traditionella förlagsmodellen är det viktigt att du är duktig på dramaturgi och har ett bra språk för att du skulle kunna ge ut en bok. Men till oss kan du komma om du

har en bra idé men inte vet hur du ska få den på pränt, säger Antonia Stackelberg på Blomdahls Bok som även kan ge ut titlar via det egna Entreprenörsförlaget.

För att lyckas som entreprenör krävs det ofta att man har nya tankar och idéer. Det gäller inte minst mindre snabbväxande företag. För att de ska bli framgångsrika måste de ligga i framkant och erbjuda något som saknas på marknaden, enligt Antonia.

– Det är ofta ganska speciella personer bakom de här företagen. De har tankar och idéer som passar att publicera i en bok. Men de har kanske inte tid eller kunskap att förverkliga sina bokdrömmar. De vill bli författare och ge ut en publicistisk produkt men man behöver hjälp med verkshöjden för att nå ut, fortsätter hon.

Innan man ger sig in i ett bokprojekt är det viktigt att först formulera vad man vill uppnå. Vill man skapa nya affärer, bygga sitt varumärke och kapa åt sig ett ämne i den offentliga debatten, skapa en plattform för föreläsningar eller är man ute efter PR-värdet som en bok kan bidra till?

Ett framgångsrikt exempel är boken "Tänk som en turk och lyckas i Sverige" som Antonia Stackelberg skrivit i samarbete med Kadim Akca. I det projektet var det Kadim som stod för idéerna men Antonia formulerade texten. Efter lanseringen har den genererat intäkter för 20 miljoner kronor i form av nya affärer, PR-värde, föreläsningar och bokförsäljning.

– Den här boken hade aldrig kommit till om Kadim försökt skriva manuset själv. Han besitter helt enkelt inte tillräckligt kunskap i svenska och hade fått svårt att bli antagen på ett traditionellt förlag. Nu gjorde vi allt kring bokproduktionen men det kan se olika ut från fall till fall, säger Antonia.

När Kadim kom med sin bokidé till förlaget så visste han vad han ville åstadkomma. Han ville etablera sig som en affärsängel som hjälper outsiders att komma igång med sin verksamhet. Inte bara på lokal nivå i Jönköpings län där han varit verksam tidigare utan i hela landet. En avgörande pusselbit för att boken skulle få det genomslag som den fick var titeln.

– Vi hade kunnat sätta en titel som "Affärsängeln i Jönköping" men då hade boken inte alls fått samma genomslagskraft. Titeln är oerhört viktig för att man ska nå ut genom det brus som råder idag, säger Antonia.

Blomdahls Bok och Entreprenörsförlaget erbjuder olika lösningar för den som vill ge ut sin egen bok. Allt från hjälp med planering, struktur, skrivcoach eller spökskrivare

samt korrläsning av ett manus till att ta hand om hela produktionen. Även efter att boken blivit publicerad.

– Många författare tror att de är klara när manuset är skrivet. Men den riktiga processen för att nå ut med det man vill säga börjar inte när du sätter dig och ska skriva. Den börjar när du skrivit färdigt och boken är utgiven – då börjar själva spinnprocessen, säger hon