

Ditt författarskap

© Sabine Mickelsson | www.sabinemickelsson.com

En kortkurs i att skapa ett varumärke, bygga en författarplattform och marknadsföra sig själv och sina böcker. Konkreta verktyg till dig som vill bli, eller redan är, författare.

Rent praktiskt

Jag heter Sabine Mickelsson och är författare, diplomerad coach och skrivarkursledare.

Det här materialet är en sammanställning av sådant jag lärt mig under min skrivande resa. Du får använda kursmaterialet för privat bruk, men får inte dela det vidare till andra.

Frågor? Mejla mig: authorsabinem@gmail.com eller kontakta mig via www.sabinemickelsson.com.

Vad är ett författarskap?

Enkelt uttryckt innebär det att vara författare. Det kan också betyda en författares samlade verk.



Det krävs rätt mycket jobb att vara en författare i dagens värld. Dels ska du producera berättelser och hitta rätt förlag (traditionellt, hybrid eller egenutgivning), dels behöver du synas i flödet. Visserligen är texten fortfarande i fokus, oavsett om den finns i tryckt format eller kan laddas ner som e-bok eller ljudfil, men det har blivit allt viktigare att skapa ett slags varumärke kring sitt författarskap. Det här beror mycket på att de traditionella ”fönstren” (ex. tidningsrecensioner och tv-inslag) krympt. Och sociala medier är ett enda brus, som att köra 180 på motorväg. Men oroa dig inte. Den här kursen ger dig verktyg som hjälper dig bygga en stark plattform att stå på.

Varumärke

Varumärke låter kanske lite ”hårt” och affärsmässigt, eller? Så behöver det inte vara. Se det som att du gör både dina läsare och dina böcker en tjänst. Ju tydligare du är kring ditt författarskap, desto enklare är det för dina läsare att hitta dig.

Det finns lite olika vägar att gå. Du kan välja att skapa ett slags varumärke kring din person, så som ex. Camilla Läckberg gjort. Men du kan också skapa en tydlig profil för dina böcker, som man gjort med LasseMajas detektivbyrå härunder.



Börja alltså med att fundera kring vem du är som författare och vilken din målgrupp är. Vilka teman brinner du för? Är det samma teman som återkommer i dina texter? Vilka värderingar är viktiga för dig? Kan du knyta ihop dina värderingar med din marknadsföring (ex. att du skriver om psykisk ohälsa och för x antal sålda böcker skänker du x slantar till en förening som främjar psykisk hälsa)? Hur vill du bemöta dina läsare? Vill du ha en logotyp? Hur ser din signatur ut (och kan du skriva den många gånger utan att få kramp i handen)? Har du några färger som du gillar och vill använda i en grafisk profil?

Författarplattform

Ta med dig tankarna från föregående avsnitt, för nu ska vi kika närmare på det där med författarplattform. Din författarplattform bildar en slags helhet. Här ingår det vi redan talat om, värderingar och målgrupp, favoritfärger och logotyper. Ovanpå detta lägger vi hemsida, nyhetsbrev, olika kanaler att nå ut (ex. sociala medier) samt marknadsföring.

Hemsida

Vi börjar med själva hemsidan. **Ja, du behöver en hemsida!** Och det är fullt möjligt att skapa den redan innan du är utgiven författare. Du kan exempelvis skriva om dina författardrömmar och se till att vara nåbar. Var dock aktsam med att ladda upp verk du har för avsikt att skicka till förlag eller skrivtävlingar. Förlag och tävlingsarrangörer vill oftast ha opublicerade verk.

Men hur gör man för att skaffa en hemsida? Det kan vara så att du vill köpa själva tjänsten, att en extern expert bygger den åt dig, men du kan också bygga sidan själv. Jag vet att många använder WordPress, men jag vill passa på att göra (obetald) reklam för både [Wix](#) och [Weebly](#) (som jag själv använder). Weebly och Wix är två nybörjarvänliga webbplatsskapare som erbjuder enkla gratissidor, snygga designers och användarvänliga verktyg. Du behöver inte ladda ner några program, allt sker på nätet.

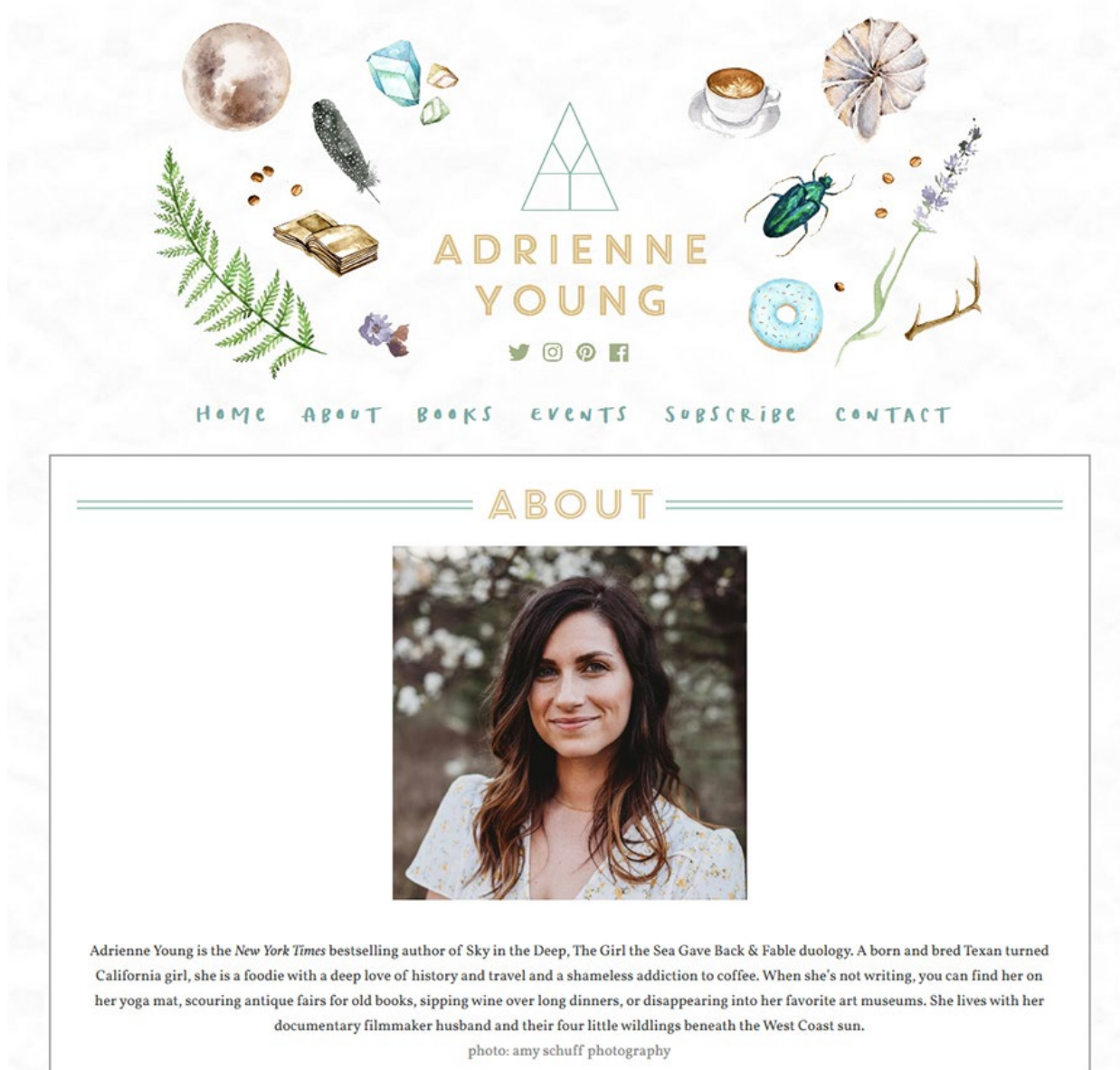
Till en början klarar du dig kanske med en gratissida, men i något skede (senast strax innan du blir publicerad) skulle jag råda dig att köpa ett domännamn. Detta kan man oftast göra via webbplatsskaparen där man byggt sin hemsida. Exempel:

Gratissida via Weebly → www.sabinemickelsson.weebly.com

Betald sida (du har köpt ett domännamn) → www.sabinemickelsson.com

Du får alltså ett ”renare” hemsidesnamn och en enklare webbadress om du köper ett domännamn. Dessutom kostar inte ett domännamn särskilt mycket, några hundralappar (SEK) i året, och du kan även välja en annan slutändelse än ”.com”, till exempel ”.se”.

Men vad ska då en författarhemsida innehålla? Det viktigaste är att besökaren känner sig välkommen, därför kan du på första sidan förslagsvis skriva en välkomsthälsning och lägga med en bild på dig själv. Det är också viktigt att din besökare hittar på sidan. Om vi kollar hur författaren Adrienne Young gjort (se bild på nästa sida), så har hon skapat ett lättfattligt navigeringsfält där man enkelt kan läsa mer om henne (about), hennes böcker (books), kommande evenemang (events) och ta kontakt (contact). Hon har också gjort det lätt att anmäla sig till hennes nyhetsbrev (subscribe). Under navigationsfältet finns en fin författarbild och kort info om vem hon är. Dessutom ser du att hon högst uppe på sidan skapat en slags logotyp och ett bildcollage som gör att läsaren får en känsla för vem hon är.



Följande sidor behöver finnas på din författarhemsida:

- 1) Välkomnande förstasida
- 2) Kontakt
- 3) Om dig, författarpresentation
- 4) Dina böcker
- 5) Nyhetssida (exempelvis en blogg) där du postar uppdateringar
- 6) En sida där pressrepresentanter lätt kan hitta dina porträttbilder, omslagsbilder och ev. recensioner, utmärkelser med mera.

Du kan självklart fylla på med fler sidor som är viktiga för dig, exempelvis en författarbesökssida.

Bonustips! Sök bland din webbplatsskapares inställningar efter något som heter SEO. Här kan du (beroende på hur din hemsidesleverantör byggt upp sitt system) skriva in en sidbeskrivning ex. ”Namn Namnsson författare” och fylla i olika (relevanta) sökord som gör att din sida syns bättre på Google. Bra sökord är sådana som beskriver din sida: ditt namn, din författarroll, dina böcker och så vidare.

Bonustips 2! Uppdatera innehållet regelbundet, det gillar Google. Av den anledningen kan det vara bra att ha en blogg eller nyhetssida. Däremot ogillar Google när samma text återfinns på flera sidor. Undvik därför att använda exakt samma formulering på flera ställen.

Överkurs! Kolla att det står <https://www> i din webbadress och inte bara <http://www>. [Https](https://www) betyder att din hemsida är säker och att dina läsare tryggt kan besöka den. Du kan be din hemsidesleverantör fixa det, men visst kan du lösa det på egen hand om du vill. Använder du Weebly så ska du söka under inställningar (settings) och välja SSL enable (inte disable). När SSL är påslaget (enabled) så fungerar säkerheten bättre.

Sociala medier

I dagens läge är det viktigt att vara aktiv på olika sociala medier. Däremot orkar knappast någon vara aktiv överallt. Välj en eller två, max tre, där du vill synas. Minns din målgrupp. Om du skriver för vuxna så är det kanske Facebook, Instagram, Twitter eller TikTok som gäller. Skriver du för unga, då är antagligen Instagram, TikTok, Discord och YouTube dina bästa kanaler. Riktat du dig till barn, välj YouTube eller TikTok. Det här skriver jag 2023. Kom ihåg att hålla dig uppdaterad, för ett nytt år kan det vara nya forum som gäller.

Varje media har sina egna följare och kräver lite olika av dig som innehållsleverantör. Den gyllene regeln, som gäller alla, är att du behöver vara konsekvent i hur ofta du lägger upp nytt material. Du kommer att tappa följare om du är aktiv i början, men efter ett tag glömmer att göra uppdateringar. Det här beror på att systemet belönar de som är aktiva. Den som är aktiv får bättre synlighet.

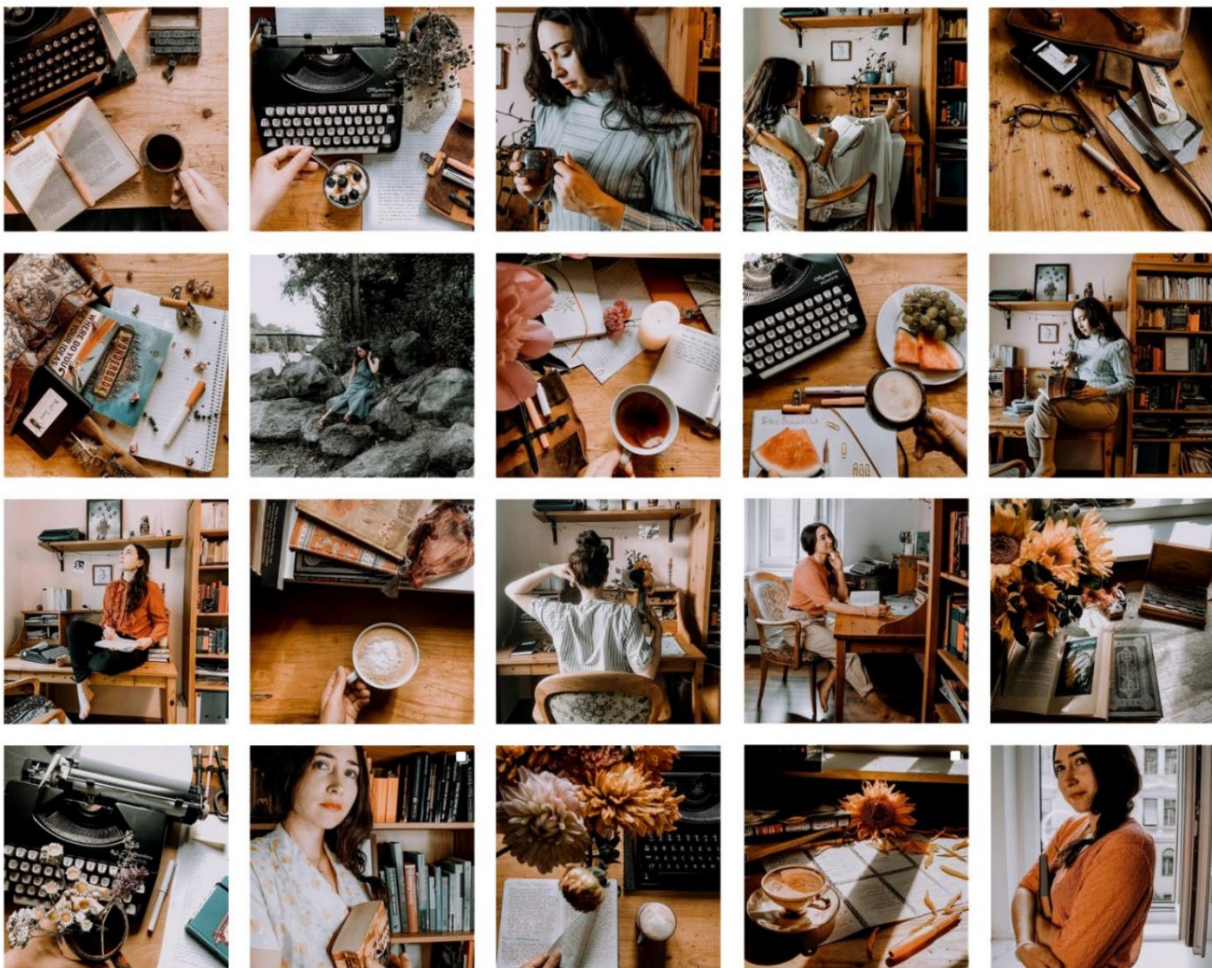
Facebook: Uppdatera allt från en gång per dag till några gånger i veckan. Lägg gärna med en bild eller en länk. Överväg att skapa en separat författarsida, så att du inte behöver blanda ihop ditt privatliv med ditt professionella. Eftersom Facebook ändrar utseende nu som då lägger jag inte med en bildbeskrivning av hur du kan gå till väga. Du kan söka på nätet efter olika tips. Men du borde kunna skapa en sida genom att söka upp kategorin ”sidor” och sedan välja ”skapa sida” och följa steg-för-steg-instruktionerna. Det som är negativt med Facebooksidor är att de inte får särskilt mycket synlighet. Du kan behöva betala för att vissa inlägg ska synas bättre, ex. när du vill göra reklam för en ny bok.

YouTube: YouTube kan vara ett spännande sätt att nå sina läsare. Du kan ladda upp skriv- eller bokatipsvideor, eller videor där du läser högt ur en av dina böcker. Här räcker det att du laddar upp nytt material ca en gång per vecka eller varannan vecka, men observera att det är rätt tidskrävande att filma nytt innehåll.

Instagram: Här kan du posta lite oftare – till och med ett par gånger om dagen, men inte mer. Instagram skapades för bilder, men du kan också ladda upp videor (reels) som kan ge dig explosionsartad synlighet. Om du vill kan du välja att jobba med en viss färgskala, som @effi_lind gjort på sitt konto (se bilden nedan). Taggar är superviktig! Du taggar en annan person genom att skriva mejlsymbolen → @authorsabinem. Och du skapar synlighet för ditt inlägg genom att använda s.k. hashtaggar. De ser ut så här → # och du använder dem på detta vis → #författare #författarskap #författardrömmar (inga kommatecken, ingen punkt på slutet).

Exempel på ett inlägg med både persontagg och hashtaggar:

I dag har jag lärt mig om hashtaggar! @authorsabinem har en kurs där hon förklarar hur de fungerar.
#författare #författarskap #författardrömmar #författarkurs

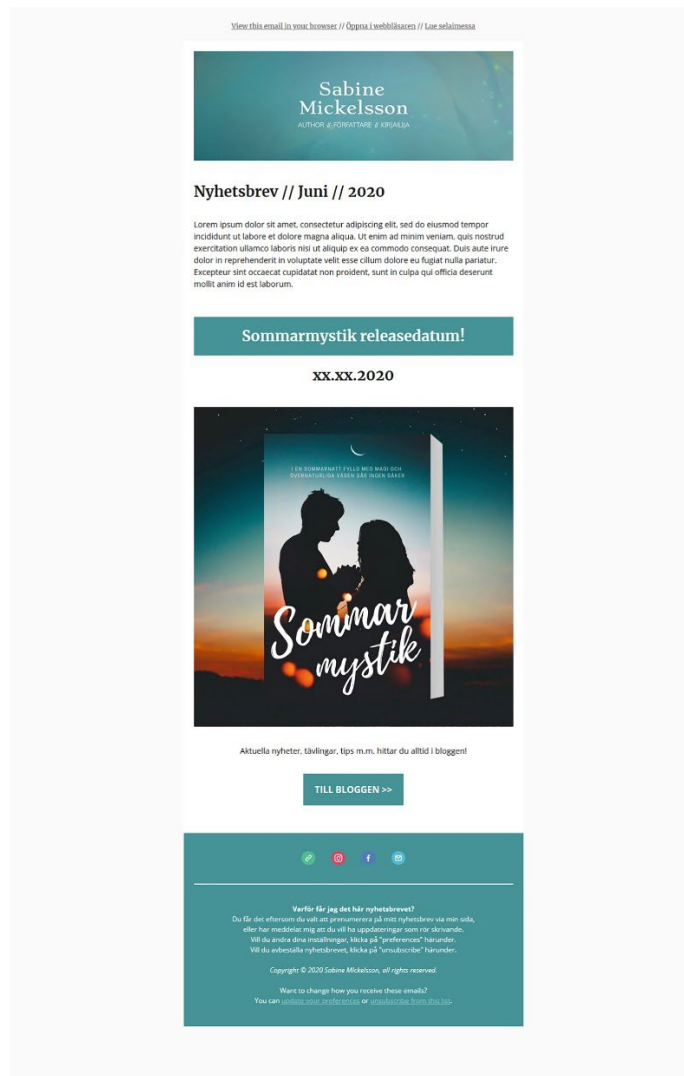


Ovanstående är kanske de, i nuläget, vanligaste forumen för författare. Men var inte rädd att testa andra! Jag har förstått att ex. amerikanska författare och förlag är väldigt aktiva på Twitter (där man kan posta i princip hur ofta som helst). Och TikTok, som växer explosionsartat även bland vuxna, är ett ypperligt ställe om man vill ladda upp roliga författarvideor (men var observant på att kommentarfältet är rätt "hårt", överväg att stänga av möjligheterna att kommentera om du ex. har innehåll som visar barn som gör någonting).

Nyhetsbrev

Det här med nyhetsbrev är viktigare än många vet. Kanske näst viktigast efter att ha en hemsida. Orsak? Du äger inte det innehåll du laddar upp på sociala medier. Däremot, när någon anmäler sig till ditt nyhetsbrev, då får du den personens kontaktuppgifter. Och en mejladress är guld värd när du har ett nytt boksläpp och vill få ut din information.

Det finns många olika leverantörer som ställer upp med gratis nyhetsbrevmallar. Svenska leverantörer är bland andra [Get a Newsletter](#) och [MinuteMailer](#). En populär utländsk är [MailerLite](#). Självt använder jag [Mailchimp](#). Fördelen med att använda den här typen av tjänster är att du lätt kan skapa snyggt innehåll och att du får statistik på hur många som öppnat och läst. Observera att de flesta leverantörer erbjuder en enkel gratismall, men att det oftast kostar ju fler funktioner du vill ha och ju fler som prenumererar på ditt nyhetsbrev (du får ha en viss mängd gratisprenumeranter, hur många varierar från program till program. MailChimp erbjuder 2 000 gratiskontakter medan MailerLite erbjuder 1 000 och Get a Newsletter 100).



Övriga kanaler

Det finns självklart massor med olika sätt, utöver tidigare nämnda, när man som författare vill hålla kontakt med sina läsare. J. K. Rowling är känd för att hon skriver brev. De flesta författare gör olika besök (bibliotek, skolor och så vidare). Eller varför inte starta en egen författarpodd? Hur kan du göra för att nå dina läsare? Vilka kanaler vill du använda?



Bonustips! Det finns appar som gör att du kan schemalägga flera inlägg på samma gång och ”korsposta” (cross post) dem på flera ställen samtidigt (ex. dela samma inlägg på både Facebook och Instagram). Det här gör att du sparar tid eftersom du laddar upp allt på en gång i stället för att posta lite nu som då. Vilka appar som är populära ändras med tiden, men sök på ”social media manager” i din appbutik så borde du hitta flera olika alternativ.

Bonustips 2! Det finns också appar som hjälper dig att skapa snyggt innehåll till dina sociala medier. Ex. Canva är en populär app där du hittar mallar för allt möjligt: bilder, videobaser, poster- och kursintygbottnar, logotyper och så vidare.

Bonustips 3! Välj hur och när du vill och kan vara tillgänglig. Du behöver vara tydlig med vad som är arbetstid och vad som är fritid. Det är lätt hänt att man sugns med i stormen och svarar på meddelanden mitt

i natten. Det är inte hållbart i längden. Fundera över hur du vill göra. Kan du via de sidor där du är aktiv meddela vilka timmar på dygnet du är nåbar? Kan du ha en kontorsdag när du jobbar med att skapa innehåll och vissa tider på dygnet när du svarar på meddelanden?

Marknadsföring

Jag vill börja med att nämna **direkt** och **indirekt** marknadsföring. Direkt marknadsföring är ex. när du annonserar i tidningen. Indirekt marknadsföring sker ex. via den bild du visar upp i sociala medier.

Exempel på när du kan använda direkt marknadsföring: När du betalar för en pappersannons eller annonserar dina produkter och tjänster via ett betalningssystem på sociala medier.

Exempel på när du *inte* ska använda direkt marknadsföring: I dina dagliga inlägg på sociala medier. Dina potentiella kunder blir snabbt trötta om ditt flöde (det du laddar upp) är en ändlös bildkavalkad på dina böcker med texten ”KÖP!”. Här fungerar indirekt marknadsföring bättre. Goodwill i form av boktävlingar (en bra ursäkt att visa upp din bok utan att skrika ”KÖP!”) eller en välplacerad bok (din bok, självklart) i bakgrunden.

Men hur kan du då marknadsföra din bok? Härunder kastar jag fram en massa idéer utan att rangordna dem inbördes. Du behöver inte göra allt och du kommer säkert på egna marknadsföringssätt som känns mer rätt för dig.

Recensioner

Det finns andra sätt att skaffa sig recensioner än att hoppas på att lokaltidningen ska nappa (men visst kan du kontakta även den, mer om det senare). Ett sätt är att **byta recension** med en annan författare. Ni läser helt enkelt varandras böcker och recenserar dem. Jag vill överhuvudtaget lyfta det där med att stötta andra författare, hjälpas åt. Tillsammans är vi starka.

Du kan också **skicka ut recensionsexemplar av din bok till olika bookfluencers** (det hör till att förlagen avvarar några recensionsex som skickas ut för precis det här ändamålet. Ofta sköter de också själva utskicket, men du kan alltid diskutera med dem hur de vill göra). En bookfluencer är en person som läser och recenserar böcker, exempelvis på Instagram, och som har en stor följarskara.

Kolla alltid med bookfluencern först om hen är intresserad av att recensera din bok! Det känns bara tråkigt om du redan skickat iväg ett ex och hen inte har möjlighet att läsa pga. fullbokad läslista eller att hen inte läser din genre.

När du skickar ut recensionsex, gör det till en rolig grej. Plocka ihop en liten goodiebag. Utöver boken, lägg med en personlig hälsning, kanske lite choklad, någon typ av merch (reklamprodukter, ex. bokmärken, posters eller pins som tangerar bokens innehåll). Paketera in alltsammans och använd gärna ett vackert omslagspapper. Då kanske bookfluencern, förutom att bjuda på en recension, också gör en unboxingvideo (unboxing är ett onlinefenomen där mottagaren av ett paket filmar medan hen packar upp innehållet).



Bloggturné

Även om vi kan argumentera för att bloggans storhetstid är förbi, så finns det fortfarande aktiva bokbloggare med trogna läsare. Här kan du kontakta olika bloggar och skapa en slags bloggturné. Välj bloggar som verkar intresserade av böcker i din genre. Kontakta dem och kom överens om vart du ska skicka boken och när inlägget ska publiceras. Posta de olika "turnédatumerna" på din egen sida med länkar till respektive blogg och gör reklam för turnén via de sociala medier du använder.

Lista på vad du behöver skicka till respektive bloggare: Ett ex av din bok (gärna en fysisk kopia), en kort intervju där du presenterar dig själv, en sammanfattning av boken, ett kort utdrag ur boken, ett författarfoto och en omslagsbild av boken.

Tävlingar

Ett annat sätt att skapa spänning kring din bok är att ordna någon typ av tävling. Kanske väljer du att skänka ett ex av din bok, eller skapar ett gåvopaket som innehåller både bok och godsaker/upplevelser? Kanske har du också några tröstpriser?

Gör tävlingen så lättillgänglig som möjligt. Du kan exempelvis sköta den via Facebook eller Instagram (men då är det viktigt att du nämner i själva beskrivningen att det är en privat tävling, att varken Facebook eller Instagram står bakom den). Var tydlig med när tävlingen slutar och vilka/hur många priser du delar ut. Den här typen av tävling kostar ingenting, annat än vad du lägger ut i priser.

Det är också viktigt att deltagarna är aktiva, att de till exempel svarar på frågor och får poäng (som en enkel tipspromenad), eller att de skriver en motivering och du väljer den bästa. Annars blir det slumpen som avgör vem som vinner och tävlingen förvandlas till ett lotteri. Och lotterier kräver tillstånd, annars är de olagliga i Sverige.

Vill du att fler ska hitta din tävling, så kan du be deltagarna tagga några vänner. Du kan däremot inte *tinga* deltagarna att gilla ditt inlägg eller din sida (det får inte vara ett kriterium för att vinna) om du vill hålla dig på rätt sida av lagen.

Obs! Vad gäller tävlingar och gåvor överlag, var uppmärksam på vilka regler som gäller där du bor. Exempelvis kan det finnas skillnader i lagstiftning beroende på om du är en svensk eller finlandssvensk författare. Bäst att kolla alla regler och förordningar *innan* du ordnar en tävling.

Fysiska besök

Det finns olika typer av fysiska besök. Du kan besöka mässor där du säljer dina böcker, eller så gör du kanske författarbesök vid olika skolor och bibliotek. När det gäller mässor blir du sannolikt tvungen att betala för en mässplats. Gör du författarbesök så är det beställaren (skolan, biblioteket) som betalar dig. Det finns olika prisrekommendationer, så att vi som författare inte dumpar priserna och förstör för varandra. Du kan kolla [Författarcentrums](#) (Sverige) eller [Läscentrums](#) (Finland) prislistor för att skapa dig en egen uppfattning.

Ett fysiskt besök kan också vara att du besöker din lokala bokhandel. Be dem lyfta fram din bok eller favoritmärka den i hyllan. (Att synas i hyllan, eller skyltfönstret, är en av de bästa reklamplatser din bok kan få.) Självklart stöder du också deras verksamhet genom att köpa något ur deras sortiment och du kan jättegärna göra reklam för dem via dina sociala medier (det här gör du enkelt genom att ta en bild på dig och din bok, inuti eller utanför affären, och så taggar du bokhandeln i ditt inlägg).

Livesändningar

Ytterligare ett sätt att göra reklam för sina produkter är att ordna med livesändningar ex. på Facebook, Instagram eller YouTube. Det här kan kännas rätt läskigt, som ett stort steg, och man kan med fördel öva i mindre skala (inspelade sändningar eller livesända ett kort inlägg). Du kan också gå ihop med en annan författare, eller en god vän, och livesända tillsammans. Då känns det kanske mindre nervöst, när man har någon att bolla med. Jag kommer inte att gå in på tekniken, den får du söka efter själv, men vill ändå lyfta detta som ett spännande alternativ i syfte att nå många på en gång. (Och självklart gör du reklam på dina sidor *innan* livesändningen börjar, att då och då kommer du att sända.)

Presskontakter

Mitt sista tips är att kontakta pressen. Är du utgiven via traditionellt förlag eller hybridförlag? Då är sannolikheten stor att förlaget sköter denna bit helt. Däremot kan du hjälpa dem nå ut till lokala tidningar, radiokanaler och tv-stationer. Här har du en fördel framom förlaget. Det här är din hemort och kanske känner du rentav personerna som jobbar på lokaltidningen? Hör av dig till rätt person och berätta på ett engagerande och personligt vis varför just du behöver synas hos dem. Det finns också många onlinemallar kring hur man skriver ett pressmeddelande (Word delar med sig av tips och mall via [den här länken](#)). Leta dig fram till den som känns rätt för dig.

Övningar

Du väljer själv vilka övningar du vill göra och hur mycket tid du vill lägga på varje övning.

1) Varumärke. Svara på frågorna i avsnittet om varumärke.

Gör en lista, komplettera med ett bildcollage om du vill.

- Vem är du som författare?
- Vilken är din målgrupp?
- Vilka teman brinner du för?
- Är det samma teman som återkommer i dina texter?
- Vilka värderingar är viktiga för dig?
- Kan du knyta ihop dina värderingar med din marknadsföring?
- Hur vill du bemöta dina läsare?
- Vill du ha en logotyp?
- Hur ser din signatur ut (och kan du skriva den många gånger utan att få kramp i handen)?
- Har du några färger som du gillar och vill använda i en grafisk profil?

2) Författarplattform. Hemsida.

Skapa en gratis hemsida via valfri tjänst (exempelvis Weebly, Wix eller WordPress). Du behöver inte publicera den (göra den synlig på nätet) förrän du känner dig redo. Lek med olika teman, färger, teckensnitt, bilder osv.

3) Författarplattform. Sociala medier.

- Fundera över vilka sociala medier du vill använda. Skapa författarkonton hos minst två, max tre.
- Låt dig inspireras! Sök bland olika konton och hitta de profiler som känns spännande. Hur gör de för att skapa engagemang? Hur ofta postar de?
- Gör upp en plan för hur ofta *du* vill posta.

4) Författarplattform. Nyhetsbrev.

Precis som i fallet med hemsida, bekanta dig med några olika tjänster. Välj en och skapa en mall för ditt första nyhetsbrev. När du är klar med din hemsida kan du göra reklam för ditt nyhetsbrev via sidan.

5) Marknadsföring.

- Läs olika recensioner, både positiva och negativa, så att du vänjer dig vid språket. Recensioner hittar du i tidningarna, men också via nätbokhandlare och tjänster som ex. [Goodreads.com](https://www.goodreads.com).
- Sök på nätet efter bloggare som kunde vara intresserade av en bloggturné. Det behöver inte vara bokbloggar. Sysslar din karaktär med trädgårdsarbete? Då kanske en trädgårdsblogg är rätt för dig? Skriver du om Grekland? Då kanske en reseblogg blir intresserad av din bok?
- Fundera kring vilka spännande saker du vill lägga med i en goodiebag, utöver din bok.

Till sist

Var modig! Dela med dig av dig själv till dina läsare. Det behöver inte vara en fysisk gåva. Tvärtom. Det kan räcka med en upplevelse, att ge läsaren en känsla av att ha blivit sedd (till exempel att du bemödat dig om att svara på en kommentar). Ett författarskap består av många delar där läsarna är en avgörande faktor. Ta hand om dem!

**Tack för att du deltagit i den här kursen och
lycka till med ditt författarskap!**

Källor (utöver de som finns länkade i själva texten):

Adrienne Young Author

Alexa Donne AuthorTuber

Bokskrivarfestivalen

Författarboken, Kristina Svensson

iWriterly

Lassemajas hemsida

Pexels

SAOB

Self-Publishing School

Tre enkla regler finns inte, Elisabet Norin

Webbinarium med Johanna Högström-Schreiber