

SKRYF JOU EIE E-BOEK



*Tans die maklikste en
lekkerste manier om
groot geld op die
web te maak!!!*

Kobus de Kock

Skryf jou eie

E-BOEK

Kobus de Kock

www.ebooksforyou.co.za

Waarom e-boeke

Elektroniese boeke (e-boeke) is reeds 'n geruime tyd in omloop, maar dis eintlik maar in die afgelope jaar wat dit werklik posgevat het met verskeie handige en draagbare e-lesers soos I Pad, I River, Sony, Nook Colour, Kindle ens. Vir diegene wat nog nie 'n e-leser het nie kan dit natuurlik steeds op jou tafel- of skootrekenaar lees. E-lesers raak egter al hoe meer bekostigbaar.

E-Boeke is tans besig om so gewild by die algemene publiek te raak dat die verkope daarvan in die VSA en dele van Europa reeds die verkope van papier-boeke verbygesteek het. Daar is ook verskeie skrywers wat meer as 'n miljoen boeke verkoop het en al hoe meer bekende skrywers gee hulle boeke in e-formaat uit.

Maar waarom verkoop so baie van hierdie boeke? Wel, dit kos in die eerste plek baie goedkoper as 'n gewone boek. Die rede hiervoor is dat daar geen papier, ink of drukkoste betrokke nie. Daar is ook minder arbeid betrokke. Om die boek aan te skaf is ook veel makliker aangesien jy dit direk aanlyn koop en ook so ontvang. Daar is ook geen kans dat die boek ooit uit druk sal gaan nie. Geen kans dat dit sal verouder of skeer of weggaan.

E-boeke gee ook die geleentheid aan miljoene mense wat nie voorheen die geld gehad het om boeke te koop nie. Terselfdertyd gee dit ook aan mense wat graag wil publiseer die kans om ook hulle werk in druk te sien. Ons kan dink dat skool- en universiteit-boeke wat gewoonlik so baie kos nou soveel goedkoper en maklik bekombaar sal wees.

Dit is nooit maklik om die oue te groet nie. Die papier-boek het groot sentimentele waarde en baie van ons wat veral direk betrokke was by boeke, koerante ens. sal beslis met 'n swaar hart daarvan afskeid neem. Met e-boeke is daar egter net soveel meer voordele vir so baie mense dat dit nie anders kan as om tot wins vir die mensdom te wees nie. Daarom sal ons maar moet groet, die onderlip vasbyt en die nuwe omarm.

Soveel voordele

In die vorige hoofstuk het ek reeds verskeie voordele van e-boeke genoem. Dit was egter meer voordele in verhouding tot papier-boeke – wat die leser en verbruiker sou baat. Daar is egter vele ander voordele waarvoor e-boeke ideaal is.

Die beginner skrywer

Enige iemand wat onsuksesvol was met die uitgee van hul boek sal jou vertel hoe erg dit kan wees. J.K. Rawlings het haar eerste boek na twaalf uitgewers toe gestuur voor dit uiteindelik uitgegee is. En dit was hoofsaaklik te danke aan die twaalfde uitgewer se 6jarige dogtertjie wat haar pa oortuig het. Dink maar net as sy na uitgewer nommer vyf tou opgegooi het, het die wêreld dalk nooit van die klein towenaar gehoor nie. (So het verskeie boeke, wat later baie bekend geraak het (bv. Dune, Gone with the wind en Carrie almal gesukkel om uiteindelik in druk te verskyn.)

Met e-boeke is die voordeel egter daar dat die uitgewer die debuut selfs eers gratis kan uitgee (wat tans wel gebeur). Hierna sal 'n mens kan sien hoe die boek deur die leserspubliek ontvang word. Indien goed, kan die daaropvolgende boek dan wel met 'n prys bemerk word. Vanselfsprekend was dit finansiëel net nie moontlik om so iets in die papier-boek bedryf te doen nie. Dit sou doodeenvoudig net te veel gekos het.

Die afgetrede skrywer

Hoe baie hoor 'n mens nie dat iemand vra: Nou wat gaan ek na my aftrede doen? En dan is daar telkens die antwoord: Skryf 'n boek. So baie mense in hul aftreejare sit met 'n leeftyd se ondervinding en kennis wat meestal saam met hulle graf toe gaan. Daar is soveel ouer mense met staaltjies en stories wat nooit gepubliseer word nie. Doodeenvoudig omdat dit te duur is. Om slegs een honderd papier-boeke, uit te gee, sou maklik tussen R5 000 en R20 000 kos. (Afhangende natuurlik van die dikte, hard of sagte blad, foto's of nie ens.)

Nou is die geleentheid egter daar vir hom of haar om daardie ondervinding en kennis neer te pen en in e-boekvorm uit te gee teen 'n fraksie van die koste. Al is dit nie vir die breë kommersiële mark, maar ten minste dan vir sy eie vriende en familie. En dit sal gehou kan word vir altyd.

Die besigheidsman

E-boeke kan vir die sakeman van baie groot waarde wees. Om verbruikers te lok, kan hy/sy e-boeke oor sy spesifieke veld op sy webwerf plaas wat mense dan gratis kan aflaai. Die prokureur kan bv. 'n e-boek opsit van wenke wat om te doen wanneer jy met sekere regsake te doen kry. Sy foonnommer en webadres kan hy dan ook in die boek noem. Die bouer kan 'n e-boek opsit vir wenke in-en-om die huis wat mense kan aflaai en so ook na sy webwerf lok. So kan die sielkundige, die uitgewer, die meubelmaker ens. ook wenke uitdeel

Dit wys terselfdertyd ook aan die verbruiker dat jy as besigheidsmens ook 'n bietjie aan jou klante wil teruggee.

In die VSA en Europa word hierdie met baie groot sukses deur sakelui gebruik. En die gevoel is dat beide die verbruiker en die besigheid wen.

Webwerwe

Soos reeds in die vorige afdeling genoem is dit voordelig om 'n gratis e-boek op jou onderneming se webwerf te plaas. Dit lok verbruikers en terselfdertyd kry die verbruiker ook 'n voordeel. Dit hoef egter nie net besighede se webwerwe wees wat gratis e-boeke kan gebruik nie. Enige iemand wat meer mense na hulle webwerwe wil lok kan dit gebruik. Sou jou webwerf dalk oor jou stokperdjie wees, kan jy 'n e-boek daarvoor skryf en op die wyse kan mense ook meer daarvoor leer en natuurlik weer na die webwerf terugkeer

Die familiegeskiedenis en foto albums

Daar is baie van ons wat graag ons familiegeskiedenis wil boekstaaf. In die verlede was dit net eenvoudig te duur. Veral wanneer 'n mens nog foto's ook wil insluit.

Met e-boeke is dit egter nou baie meer haalbaar. Jy kan dit so dik maak as jy wil en soveel foto's insit as jy wil en dit gaan nie veel duurder wees nie. En dit is beskikbaar aan soveel mense as wat dit wil he. Dieselfde kan gedoen word met jou foto albums. In plaas daarvan om hulle in 'n magdom lêers op jou rekenaar te hou kan jy vir jou ordentlike foto albums saamstel

Maak geld met die skryf van E-boeke

Baie sal nou sê: O dis maklik vir jou om so te sê, maar ek is nie 'n skrywer nie. Hoe kan ek 'n boek skryf as ek nie die talent vir die skryf van fiksie het nie.

Ja, dis waar, nie almal van ons het talente om suksesvolle storieboeke te skryf nie, maar die grootste verkopers is juis nie storieboeke nie. Dis veel eerder nie-fiksie. Selfhelp-boeke. Kennis wat mense met mekaar deel.

Die meeste van ons besit een of ander kennis, het 'n ambag, 'n stokperdjie, 'n talent en kan dit dan neer-skryf. As jy 'n jare lank 'n bakster was het jy waarskynlik duisende van jou eie resepte. Stel dus 'n resepteboek saam. Dalk is houtwerk jou stokperdjie. Skryf 'n boek en vertel hoe 'n huisbewoner verskeie hout items self kan maak. Kinderboeke is ook groot in aanvraag.

So beskik die meeste van ons oor een of ander kennis wat weer deur ander gebruik kan word. As jy steeds probleme het met skryf of die saamstel van jou e-boek is hierdie boek juis daar om jou op hierdie pad te help.

Die e-boek

Die begin

Goed jy het toe besluit om 'n e-boek te skryf. Die vraag wat slegs jy natuurlik kan beantwoord is watter tipe e-boek dit gaan wees. Fiksie of nie-fiksie? 'n Digbundel of 'n roman of dalk 'n kortverhaalbundel? Of sal dit eerder 'n boek wees waarin jy vertel hoe om 'n bouwerk aan jou huis te doen. Of dalk 'n boek oor populêre sielkunde? Of dalk 'n kinderboek? Ons sal later 'n afdeling afstaan aan die gewildheid van sekere soort e-boeke. Indien jy 'n beginner-skrywer is, kan jy natuurlik altyd jou eerste boek gratis uitgee. Dit sal lesers die kans gee om jou skryfwerk te beoordeel en vir jou 'n aanduiding of jy op die regte pad is. Hierdie is egter slegs op fiksie-skrywers van toepassing. Diegene wat nie-fiksie boeke wil uitgee moet egter besluit of daar wel 'n verbruikers-mark vir sy/haar tipe boek is. Wat het jy nodig om te begin? Beslis 'n rekenaar om jou tikwerk te doen. Dan natuurlik ook 'n goeie storie of stories, gedigte of anders 'n tema vir jou nie-fiksie boek. Dit is uiters belangrik, so moenie jou eers oor die res bekommer nie. Kry net dit en begin skryf.

Die Digbundel

Daar is al baie gepraat, gesels en oor die digkuns gedebatteer. Wanneer ons na vroeër jare se gedigte van bv. Leipoldt, Eugene Marais ens. kyk, sal waarskynlik die oorgrote meerderheid mense dit verstaan, graag daarna luister, lees en waardeer.

Vanaf die sestiger jare en daarna is die (veral Afrikaanse) digkuns egter gekaap deur 'n letterkundige snobisme wat die gewone mens heeltemal van die digkuns vervreem het. Dit het veroorsaak dat al minder mense digbundels aanskaf en wanneer dit wel die geval sou wees, was dit eerder om die boek as status simbool op die boekrak te vertoon.

Vandag met al hoe meer jong “digters” wat hulle eiertjie wil lê, is daar na die sogenaamde vrye vers beweeg. 'n Soort van “everything go” tipe gedig waar die lyn tussen gedig en prosa papierdun is. Vir die grootste gros mense is hierdie gedig van geen waarde nie en vaar dit uiters swak in die kommersiële mark waar mense steeds na werk soek waarmee hulle ten minste mee kan identifiseer.

Waarom is dit dan so moeilik vir uitgewers om te verstaan waarom hulle gekeurde bundels stof op rakke vergader. Die antwoord is tog voor die handliggend: Die gewone persoon vind geen lees bevrediging tussen daardie bladsye nie.

Is dit dan nie juis die digter wat met sy/haar talent en woordkwas 'n storie of toneel in 'n meesterstuk vir die gewone mens kan verander nie? Ons almal wat kan sien, kan die mooi van 'n sonsondergang waardeer. Maar dis die digter wat met sy besondere woordgebruik dit in 'n intense leeservaring kan omskep.

Daarom is hedendaagse digbundels soos reeds genoem, nie juis boeke wat geld inbring nie. Selfs bekende digters se bundels sukkel maar om te verkoop.

Indien jy egter passievol is oor die gedigte in jou laai is daar en glo jy dat dit by die gewone leser sal byval vind, is daar geen rede waarom jy dit nie kan uitgee nie.

Indien jy egter eers jou mark wil toets, is dit dalk beter (veral vir debutante) om jou eerste bundel gratis uit te gee of om 'n lokboekie van 'n paar bladsye met gedigte daarin gratis beskikbaar te stel voor jy jou volledige bundel uitgee.

Onthou dat indien jy wil he dat lesers jou digbundel moet aankoop, moet jy beslis talent in daardie rigting toon. Almal van ons skryf gediggies wat ons familie en vriende van hou, maar die vuurdoop is egter wanneer jy jou jou taal so kan gebruik dat ook buitelanders jou werk waardeer en jy iets werklik besonder daarmee kan sê.

Wees egter versigtig vir snobistiese letterkundiges en hul snedige op- en aanmerkings. Hulle wat behep is met sogenaamde literêre standaarde. Uiteindelik wil jy he die gewone mens moet jou gedigte koop, lees en geniet – nie die hogere lot nie!

'n Digbundel wat jy vir die kommersiële mark wil uitgee moet ten minste veertig tot vyftig gedigte in te hê en nie minder as vyftig bladsye.

Kortverhaalbundel

Almal van ons ken 'n paar stories. Om dit egter neer te skryf is nie altyd so maklik nie. Of so dink baie. Die meeste mense wat graag wil skryf, maak gewoonlik die fout dat hulle vergeet dat hulle vir 'n leser skryf. Hulle het die storie in hulle kop en hulle weet presies wat gebeur en gaan gebeur, maar neem nie in ag dat hulle leser nie die vaagste benul het wat gaan gebeur nie.

Om by 'n braaivleis te sit en 'n snaakse storie te vertel met 'n gehoor wat daarna kraai van die lag, is 'n groot verskil van om die storie neer te gaan skryf sodat die leser dit kan geniet. Ons moet onthou dat in die eerste geval is almal in 'n goeie bui met dalk 'n knertsie of wat agter die blad.

In die tweede scenario is dit slegs een leser en jou storie. En daardie storie moet hom/haar van die begin af boei of die persoon gaan baie vinnig ophou lees. Die storie moet ook so geskryf word dat die leser soos die skrywer presies kan "sien" wat gebeur.

Volksvertellings en stories verskil ook heelwat van kortverhale. Laasgenoemde het 'n spesifieke bou terwyl stories merendeels neergeskryf word soos mense dit vertel. Daar sou dus veel minder dialoog wees – indien enige. Byna soos 'n rubriek. Jy as skrywer vertel dus slegs jou storie deur dit neer te skryf terwyl die kortverhaal 'n baie meer dramatiese aanbieding is.

In kortverhale is dialoog juis belangrik om atmosfeer te skep en word daar veral gepraat van die sogenaamde "showing" in teenstelling met "telling".

Sodra jy dialoog gebruik, plaas jy die leser binne 'n gesprek in die verhaal. Juis daarom begin baie kortverhale met dialoog.

Om sodoende die leser onmiddellik midde die dramatiese gebeure te plaas.

Dit is dus belangrik dat jy dialoog goed kan gebruik sodat dit nie geforseerd klink nie. Wees ook versigtig met te veel “mooi skrywery”. Dus: Vertel of “wys” jou verhaal sonder onnodige byvoeglike naamwoorde ens. Skrywers sê gewoonlik: “Kill your darlings”. As dit ‘n mooi aand is. Beskryf dit so sonder om “digterlik” daaroor te raak. As jy skryf dat dit ‘n asemrowende sonsondergang is, is dit genoeg. Jy het nie nodig om die hele toneel daarna in die mooiste woorde te probeer beskryf nie. Ons almal het al mooi sonsondergange gesien en as jy praat van ‘n asemrowende een weet die leser presies hoe dit lyk.

Onthou ook dat kortverhale kort moet wees, maar dat die hoofkarakters steeds geloofwaardig moet wees. Dis nie altyd maklik om dit reg te kry nie aangesien die leser slegs in die karakter gaan glo namate die storie vorder. Indien jy dus beperkte ruimte het, is dit nie altyd so maklik nie.

Hoewel kortverhale deesdae minder volgens die reëls geskryf word, het die tradisionele kortverhaal gewoonlik ‘n inleiding, ‘n oploop na een of ander klimaks dan ‘n ontknoping en ‘n slot.

Kortverhaalbundels behoort ten minste tien tot twaalf verhale in te he. Die boek self behoort om en by ‘n honderd bladsye hê.

Die Roman

Om 'n roman te skryf is beslis nie 'n maklike werk nie. Selfs gesoute skrywers val vas. In 'n roman werk jy nie net met een storie of enkele karakters nie. Stories is in mekaar verweef en dit kan wemel van karakters hoewel daar gewoonlik enkele hoofkarakters is.

Om 'n roman aan te pak is nie vir enige iemand nie. Dit verg baie fyn beplanning. Daar moet eers 'n baie interessante hoof storielyn wees met verskeie sy vertakkinge – kyk maar na sepies. Jy kan jou maklik vas skryf of in die verskillende storielyne verstrengel of deurmekaar raak met die karakters se persoonlikhede. Onthou elke karakter moet geloofwaardig wees en bly.

Indien jy dus so iets beplan gaan sit eers en dink aan die storie en begin dit dan stuksgewys beplan. Wat is die storie en wie is die hoofkarakters? Hoe skakel hulle in by die storielyn. Dan jou verskillende vertakkinge van die hoof storielyn en hoe ander karakters en sub-karakters daarby inskakel en ook hoe die verskillende storielyne bydra tot die uiteindelijke spanning in die hoof storielyn.

Onthou ook dat jou leser moet te alle tye presies weet wat aangaan sonder om agter te kom wat uiteindelik gaan gebeur.

Nie onmoontlik nie, maar baie harde werk en fyn beplanning. Gaan lees gerus eers een of twee bekende skrywers se boeke terwyl jy veral oplet na skryfstyl, bou van die verhaal, karaktervorming, dialoog ens.

'n Roman behoort nie minder as 150 bladsye te wees nie.

Die Kinderboek

Kinderboeke is redelike goeie verkopers, maar om 'n kinderboek te skryf is nie so maklik as wat dit sou klink nie. Daar moet altyd in gedagte gehou word dat daar vir verskeie ouderdomsgroepe kinderboeke is. Daar is boeke vir peuters wat slegs enkele bladsye is en merendeels uit prente bestaan en daar is die wat net so dik soos volwasse romans is.

Wat wel belangrik is, is dat enige kinderboek – of dit nou vir peuters of tieners is - 'n goeie storie moet he. Kinders word nie deur mooi skryf om die bos gely nie. Hulle soek juis 'n storie wat hulle verbeelding vrye teuels kan gee.

Vir die heel kleintjies moet die storie hoofsaaklik deur prente vertel word. Jy het dus 'n goeie illustreerder nodig. En dan moet jy seker maak dat jou storie van so 'n aard is dat dit op daardie kinders se vlak vertel kan word. Hulle moet dit verstaan en geniet. Voor jy so iets wil aanpak gaan lees gerus eers 'n aantal peuter storieboeke. (Ouderdomsgroep 3 – 5)

Vir kleuters en selfs tieners is prente nie werklik nodig nie, maar 'n interessante boeiende storie bly 'n uiters belangrike bestanddeel. Dis veral nou waar verbeelding die oorhand begin kry. Daarom is veral fantasie-boeke so gewild in hierdie ouderdomsgroepe.

Indien jy dus 'n kinderboek wil skryf gaan loer 'n bietjie na wat as gewild by kinders geag word en kry jou storie.

Die Strokiesverhaal

Daar is weinig Afrikaanse strokiesprent-boeke en die wat daar is, is ook nie baie gewild onder die publiek nie. Die rede is myns insiens omdat die illustreerders met hul karikature, dialoog en kommentaar gewoonlik na letterkundige erkenning streef.

Die storie en situasie draai dan ook gewoonlik om die politiek of spreek een of ander sosiale vraagstuk aan. Dit word dan gewoonlik te absurd en/of abstrak vir die gewone mens opgedis om dit werklik te waardeer en te geniet.

Daar moet ook onthou word dat juis omdat ons in 'n era van die visuele leef, kan die strokiesprentboek ook in baie gevalle gebruik word om sekere konsepte te verduidelik. Dink maar aan skole waar jy 'n sekere morele idee by kinders wil tuis bring, Terwyl kinder soms lui is om te lees, is die strokiesprentboek die ideale wyse waarmee jy dit aan die kind kan verduidelik.

Selfs by die werksplek kan jy dit gebruik as opleidingsmateriaal. indien jy dus 'n talent in hierdie afdeling het, is daar niks wat jou keer om 'n baie snaakse of leersame strokiesprent-boeke uit te gee nie.

Nie-Fiksie

Nie-fiksie verwys hoofsaaklik na boeke wat kennis oordra. Of dit nou kennis oor 'n spesifieke persoon is (biografie), of oor jousef (outobiografie) of selfhelp boeke, boeke oor stokperdjies, resepteboeke ens. Dit is boeke wat lesers ter inligting kan gebruik, wat gebruik kan word om iets te vervaardig, reg te maak, bou ens. Of die leser kan dit bloot vir die interessantheid daarvan lees.

Nie-fiksie boeke is die gewildste leesstof onder lesers en van die grootste geldmakers vir skrywers. Wanneer jy egter besluit om hierdie tipe boek skryf moet jy baie bekend wees met jou onderwerp aangesien dit nie altyd net oningeligtes is wat dit sal lees nie, maar in baie gevalle ook kundiges wat juis wil sien of jy weet waarvan jy praat. Baie skrywers het al in die verlede lelik klei getrap deur in daardie slagat te val.

Nie-fiksie hoef ook nie altyd geskryf te word om geld daarmee te maak nie. Deesdae gebruik al hoe meer sake ondernemings e-boeke met groot sukses om mense na hulle webwerwe te lok. Indien jy as die eienaar van 'n onderneming graag meer verbruikers na jou webwerf wil lok, skryf 'n e-boek en adverteer dit dan as 'n gratis geskenk wanneer mense jou webwerf besoek.

Gratis e-boeke vir jou webwerf

Om 'n e-boek op jou onderneming se webwerf te sit sodat besoekers dit gratis kan aflaai raak al hoe meer effektief en is beslis iets vir die sakeman om ernstig te oorweeg.

Elke bedryf het gewoonlik 'n klompie wenke wat hulle gratis aan verbruikers kan gee. Sou jy bv. 'n tuindienste het, kan jy 'n boek met wenke oor plante, saailinge, blomme ens. saamstel. Bou jy kaste in, kan jy aan die verbruiker wenke gee om na hout produkte om te sien, of dalk hoe om 'n paar oulike kleiner kassies self te maak, of enige iets te doene met die boubedryf. Die bouer, loodgieter, elektrisiën kan dieselfde doen. Dit hoef ook nie noodwendig 'n lywige boek te wees nie. E-boeke vir webwerwe kan so min as 15 bladsye he. Solank jy net daarin interessante en bruikbare leesstof sit.

Indien jy nie genoeg stof vir 'n boekie het nie, kan jy dalk net 'n gratis brosjure met die nodige inligting weggee. Dus 'n "dun boekie".

Op die manier lok jy die verbruikers na jou webwerf om die gratis boeke/brosjure af te laai en terselfdertyd raak hul bewus van die dienste wat jy bied.

Onthou egter om in die e-boek of brosjure jou webadres voor en agter te plaas sodat lesers te alle tye maklik weer toegang tot jou webwerf kry.

Selfhelp boeke is groot geldmakers

Nie-fiksie boeke wat handel oor hoe om sekere dinge te doen (selfhelp boeke), was maar nog altyd gewild by die leserspubliek en dus vanselfsprekend baie winsgewend vir die skrywers. Dink maar aan resepteboeke – “hoe om te” bak en kook. Daar is reeds honderde verskillende resepteboeke, maar steeds verskyn daar gereeld weer nuwe resepteboeke en steeds maak dit geld.

Dit is veral afgetrede persone wat soms met ‘n magdom kennis sit wat uitstekende stof vir e-boeke is. Dink maar aan mense met ambagte, tegniese vaardighede en kennis, besondere stokperdjies en tydverdrywe wat interessant is. By almal van hulle is daar die potensiaal van ‘n e-boek wat deur duisende ander gelees en wat hulle weer kan help.

Wanneer jy hierdie tipe e-boek wil skryf raak dit soms veral nodig om ook foto’s of illustrasies te gebruik. Die resepte boek wys gewoonlik hoe die spesifieke dis lyk. Dieselfde in die geval wanneer jy sekere tegniese vaardighede beskryf. As jy dus wil wys hoe om ‘n muur te bou, sal dit goed wees as jy foto’s het van sommige van die gereedskap wat jy gebruik asook illustrasies hoe jy begin en hoe daar gevorder word ens.

Gaan loer gerus in ‘n boekwinkel na selfhelp boeke en jy behoort gou ‘n idee te kry wat moet in ens. Belangrik is altyd om in die geval so eenvoudig as moontlik te skryf sodat mense nie moet raai wat om volgende te doen nie.

Die Geestelike-boek

Sou jy graag 'n boek in hierdie genre wil skryf, moet jy baie seker van jou feite maak. Daar is reeds hordes boeke oor veral die Christelike godsdiens en hoewel niks jou verhoed om dit te doen nie, is dit tog raadsaam om maar jou huiswerk te doen voor jy die skryfwerk aanpak.

Daar is verskeie afdelings van die godsdiens waaroor geskryf kan word. En terwyl daar hope dagstukkies-boeke asook boeke oor geloof en die man, vrou ens. is, is daar tog steeds sekere aspekte waaroor min geskryf is. Indien jy jou eger op hierdie gebied waag, is dit nodig om eers goed navorsing te doen voor jy jou rekenaar nader trek.

Die beste is om eers na jou naaste boekwinkel te gaan en kyk waaroor daar reeds geskryf is en waaroor nog nie. Op die internet is daar ook heelwat baie interessante onderwerpe waaroor jy kan oplees en wat jou dalk kan prikkel om die regte onderwerp te vind.

Skryf die boek

Goed, jy wil nou graag 'n boek skryf, want jy het 'n goeie storie, maar jy beskik nie oor die nodige woord-vermoë nie. Wel glo my die stryd is nie verlore nie! Jy kan die storie nou eers op jou manier rofweg skryf en dit dan na e-booksfy@gmail.com instuur waarna daar met jou kontak gemaak sal word. Probeer om jou skryfwerk in “Word” formaat te skryf en so te stuur.

Indien daar gevind word dat jou storie wel meriete het, sal 'n sogenaamde “spookskrywer” jou hierna kan help om met goeie styl ens. die boek meer aanvaarbaar vir die leser te maak. 'n Goeie storie is egter van uiterste belang. Indien daar geen storie is nie, kan daar tog geen boek wees nie – of jy nou kan skryf of nie!

In die geval van nie-fiksie boeke waar sakelui en professionele afgetredenes hulle kennis wil neerpen, kan hul dit ook eers net in hul eie woorde skryf, die nodige illustrasies kry en dan aan e-booksfy@gmail.com stuur waarna daar met hulle kontak gemaak sal word. Hierna kan daar saam met hulle besluit word hoe die boek geskryf en saamgestel word.

Diegene wat wel vaardig genoeg is om self te skryf kan hulle voltooid manuskripte ook aan bogenoemde e-pos adres stuur. Weereens moet jou skryfwerk in Microsoft Word gedoen word. Indien jy op apple werk kan jy dit op Pages doen en dit dan in 'n Word formaat “safe” en so e-pos.

Die Boek se buiteblad

Ons leef vandag midde 'n tegnologiese ontploffing waar veral die visuele baie meer ten koste van teks gebruik word.

As ons huidige bemarkings strategieë van maatskappye met die van 'n dekade of wat vergelyk, sal ons merk net hoe uiters belangrik dit geword het en dat min advertensies sonder die nodige visuele impak aangepak word en effektief werk.

'n Visueel aantreklike buiteblad van 'n boek is daarom vandag van die grootste belang. Hoewel dit nie op die tradisionele boekwinkel se rakke sal staan nie, word dit nog steeds aan die potensiële leser/koper by die aanlyn boekwinkel uitgestal. Ook wanneer die boek bemark word, is dit belangrik dat die buiteblad die oog onmiddellik trek.

'n Aantreklike of interessante buiteblad het reeds in die verlede oor en oor bewys dat dit die publikasie makliker verkoop. Dink maar aan koerante wat nuus breek met groot vet opskrifte en yslike foto's, tydskrifte met bekende (veral) vroue gesigte. (Dink maar aan hoe baie prinses Dianna op tydskrifvoorblaai was en hoe goed dit verkoop het).

Dieselfde is van toepassing op boeke. Of dit nou fiksie of nie-fiksie is, of 'n kinder- of tienerboek. Jou buiteblad is wat die leser se oog trek en hom/haar met die eerste oogopslag aanspoor of terughou om die boek te koop. Selfs in sommige gevalle waar boeke goeie resensies ontvang, kan dit soms by lesers 'n traagheid ontwikkel indien die buiteblad nie die koper se nuuskierigheid prikkel nie.

Gewoonlik sal die uitgewer (in oorleg met die skrywer) die buiteblad ontwerp. Dit is tog soms goed as die skrywer 'n

aanduiding aan die uitgewer kan gee van hoe hy/sy graag wil he die buiteblad moet lyk of watter illustrasie/foto ens. hy/sy dalk sou verkies. Dit is tog per slot van sake die skrywer se baba en weet meeste ouers dan nie in watter uitrusting hul kleingood die beste sal vertoon nie.

Hierna kan die uitgewer en grafiese ontwerper die voorstelle gebruik en daaraan skaaf tot 'n geskikte buiteblad ontwerp is.

Dit staan natuurlik die skrywer vry om sy/haar boek se buiteblad self te ontwerp en saam te stel. Luister in elk geval na raad indien jy dit self gedoen het. Gewoonlik sal die uitgewer uit ondervinding weet of jou spesifieke uitleg genoeg doen om die leser se kooplus aan te wakker.

Gaan kyk maar gerus wanneer mense by boekwinkels of selfs biblioteke na boeke kyk – veral hoe lank hul na 'n voorblad staan en kyk

Hier is enkele riglyne vir skrywers in hul verskillende genres.

Die Digbundel

Die meeste digbundels handel oor 'n spesifieke tema. Dit is dis hier belangrik dat die illustrasie van so 'n aard moet wees om daardie tema verstaanbaar aan die voornemende koper/leser oor te dra. Hou ook in gedagte dat die gedig nie so maklik verteerbaar soos prosa nie. Juis daarom moet daar ook 'n effens van 'n mistieke bestanddeel in die illustrasie wees wat die potensiële koper/leser se nuuskierigheid prikkel.

Die kortverhaalbundel

Hier kan die skrywer enige van twee moontlikhede oorweeg. In die meeste gevalle verwys die titel van die boek na een van die beste verhale. Terselfdertyd verwys die illustrasie op die voorbeeld dan ook na 'n toneel of karakter uit daardie spesifieke verhaal.

Die tweede moontlikheid is om 'n naam aan die boek te gee wat verwys na die oorkoepelende tema. Die naam het dus nie betrekking op enige spesifieke verhaal nie, maar kan eerder 'n verwysing wees na die gesamentlike tema van al die verhale. Sou die verhale hoofsaaklik gaan oor mense in 'n besige stad, sal die naam dus daarna verwys (bv. *Stadsmense* of *Mense in beton* ens.) Dieselfde geld wanner die tema deurgaans met oorlogvoering of sosiale probleme ens. te doen het.

Indien jy as skrywer nie oor die nodige bemerkings-kennis besit nie, bly dit belangrik om die uitgewer hieroor te raadpleeg.

Die Roman

Die roman bestaan hoofsaaklik uit 'n hoofstorie met hoofkarakters en verskeie vertakings met hul eie stories en karakters. Gesamentlik dra alles uiteindelik by tot 'n geheel met 'n dramatiese klimaks en ontknoping.

By die meeste romans word 'n illustrasie van 'n spesifieke karakter(s) of 'n belangrike metafoor (in die storie) gebruik om die voorblad te versier. Uiteindelik is dit maar weer 'n kwessie van "judge a book by its cover". Hoewel dit onregverdig teenoor die manuskrip is, is die mens nou maar eenmaal geneig om iets op gesigwaarde aan te skaf. 'n Aantreklike buiteblad is dus van uiterste belang. Indien jy self iets kan ontwerp, kan jy dit steeds net vir 'n mening aan die uitgewer voorlê of die uitgewer kan dit in samewerking met jou, as die skrywer doen.

Nie Fiksie

Die Gratis boek vir jou webwerf

Moenie dink omdat jou e-boek nou gratis op jou webwerf aangebied word jy kan die buiteblad afskeep nie. Allermens. Die feit dat dit juis die lokaas vir verbruikers is om jou webwerf te besoek, is rede genoeg om daardie buiteblad net so aantreklik soos enige te-koop boek maak.

Die buiteblad behoort weereens die produk waaroor jy skryf te reflekteer. Indien dit bv. 'n boek is met wenke hoe om na jou huis om te sien, kan een van hierdie wenke fisies in 'n illustrasie op die buiteblad uitbeeld.

Onthou dat die mens van vandag in gejaagde tye leef. Almal van ons het lui geraak vir lees en 'n treffende illustrasie buite sal die potensiële leser onmiddellik vertel wat in die boek aangaan.

Onthou ook om op die buiteblad jou webadres te plaas vir maklike toegang indien die leser sou besluit om na jou webwerf terug te keer.

Die Selfhelp boek

Soos reeds voorheen gemeld, is die selfhelpboek uiters gesog by lesers. By die selfhelpboek is dit daarom ook baie belangrik om die buiteblad so interessant as moontlik te maak. Indien dit 'n resepteboek is, is 'n foto van een van die treffer disse altyd 'n wenner. 'n motiveringspreker se boek sal egter waarskynlik 'n foto of illustrasie van 'n baie suksesvolle persoon insluit. Indien jy 'n boek saamstel wat mense vertel om sekere probleme in die huis op te los, kan jy dalk een van hierdie oplossings op die voorblad uitbeeld.

Die Boek se titel

Die regte titel van 'n boek is net so belangrik as die visuele van die buiteblad

Reeds in die vorige eeu was daar 'n man met die naam van Emanuel Haldeman-Julius wat onomwonde bewys het net hoe belangrik 'n effektiewe titel is. Hierdie man het op sy eie 100 miljoen van sy sogenaamde blou boekies verkoop.

Wanneer daar nie meer as 10 000 van 'n boekie verkoop nie, het hy die boekie onttrek en die titel verander. Op die wyse het boekies met dieselfde inhoud, net 'n ander naam, se verkope meteens met tot 40 000 opgeskiet.

Haldeman-Julius het selfs 'n boek getitel "The first hundred million" oor hierdie verskynsel geskryf waarin hy die belangrikheid onderstreep van sekere woorde in 'n boek se titel om die boek beter te laat verkoop.

Juis in vandag se gejaagdheid het die titel van 'n boek ontsaglik belangrik geword. As jy 'n boek uitgee hoe om bv. meubels te maak, help dit nie jy noem dit: *Maak jou eie meubels nie*. Die titel kan eerder lui: *Maak jou meubels in 'n japtrap vir kwart van die prys*. Twee sleutel sinne wat onmiddellik die koper se oog sal vang is "in 'n japtrap" en "kwart van die prys". Indien jy bv. 'n boek skryf oor hoe om dinge self in-en-om-die-huis te doen, sal *Doen dit self in-en-om-die-huis* nie werklik werk nie, maar 'n titel soos: *Maklike oplossings in jou huis kan jou duisende spaar*.

Dit geld natuurlik nie slegs vir nie-fiksie nie, maar baie beslis ook vir enige ander boeke. Selfs - en ek sou byna sê veral - kinderboeke.

As jy bv. 'n kinder-boekie skryf oor 'n draak en jy noem die boek *Die draak en die prins*, gaan kinders dit moontlik aanskaaf, maar sou hulle nuuskierigheid nie baie meer geprikkel wees met *Die tower-draak en die dapper prins*. Dit dui mos onmiddellik op aksie in 'n sprankie mistiek toegedraai – juis waaroor kinders mal is.

Dieselfde by enige ander fiksie boek. AS jy 'n speurverhaal geskryf het en jy noem die boek bloot, *Die inbreker*, gaan mense maklik daarby verby kyk. Noem jy dit egter: *Die man met die sesde sintuig*, prikkel dit onmiddellik die nuuskierigheid en sal mense twee keer dink voor hulle dit los.

Gaan loer gerus maar in boekwinkels en biblioteke en kyk watter boek-titels maak jou nuuskierig genoeg om dit te wil lees. Jy sal verbaas wees.

Publikasie

Goed nou is jou manuskrip klaar, jy het ook 'n idee oor hoe jou buiteblad moet lyk. Jy het die nodige illustrasie(s) en 'n moontlike goeie titel. Indien jy sou belangstel dat www.e-Booksforyou.co.za dit publiseer, doen jy die volgende:

Jy e-pos jou manuskrip in Word-formaat. Jy e-pos die illustrasies in Jpeg-formaat. Indien jy 'n buiteblad reeds ontwerp het, stuur jy dit ook in Jpeg-formaat. Dan stuur jy saam met dit 'n inligtingsblad waarin jy uiteensit of jy die boek gratis aan die publiek wil aanbied, dit vir jou webwerf wil he, bloot vir familie en vriende of jy wil dit te koop aanbied. Epos adres is: ebooksfyou@gmail.com

Wanneer jy dit as 'n "te-koop" publikasie wil uitgee, sal die boek deur bogenoemde uitgewer dus gepubliseer word en daarna bemark word. Hierna sal dit op die webwerf aan kopers beskikbaar wees. Soos by enige uitgewer sal daar tantieme aan die skrywer uitbetaal word soos verkope vorder.

Om 'n boek uit te gee, sal egter vir jou 'n paar rand kos. Anders as by tradisionele uitgewers wat boeke streng keur en baie mense teleurstel deur nie hul boeke uit te gee nie, gee die e-boek skrywers inderwaarheid sy eie boek uit. Vanselfsprekend met die hulp van die uitgewer.

Die koste aan die proeflees, uitleg en opmaak van die boek self, is minimaal. Indien 'n buiteblad ontwerp moet word, kan dit effens duurder wees. Die totale kostes sal egter steeds baie bekostigbaar wees. Om bv. slegs 'n 100 papier-boeke van 150 bladsye elk uit te gee, kan maklik sowat R15,000 – R20,000 kos.

‘n e-boek waarvan jy egter derduisende kan verkoop, behoort slegs sowat tussen 2% - 4% van bogenoemde bedrag te beloop. Jou boek kan jou dus so min as R400 kos om gepubliseer te word, Indien jou boek egter teen R50 per boek verkoop, waarvan jy ‘n tantieme van R40 ontvang, hoef jy slegs 10 boeke te verkoop om jou uitgawes te dek.

Hou ook in gedagte dat jou boek op internet beskikbaar. Daar is dus miljoene mense wat potensiële leser/kopers is.

Uiteindelik hang dit bloot af van wat jy aan die lesers daarbuite bied. Of jy dit nou verkoop of gratis as lokmiddel op jou webwerf aanhou. indien die boek nie aantreklik lyk of met ‘n treffende titel spog nie, is die kans skraal dat die boek gaan verkoop.

Aan die anderkant bly dit uiters belangrik dat die inhoud van jou boek goed is. Fiksie of Nie-fiksie: daar moet werklik iets in wees wat mense in die toekoms weer na jou boeke sal laat terugkeer. Onthou daar is baie mense wat ook skryf en indien jou eerste boek nie suksesvol is nie, gaan dit maar sukkel om lesers te motiveer om enige van jou daaropvolgende boeke aan te skaf.

Na jy jou materiaal ingestuur het, neem dit ongeveer twee tot vier weke voor jy weer van die uitgewer hoor.

Belangrik om te onthou:

1. Maak doodseker waarom jy wil skryf. As dit fiksie is, wees seker oor jou storie(s). Ons almal weet dat alle stories reeds vertel is, maar daar kan altyd een of ander kinkel ingebou word, wat die storie “nuut” maak. Indien jy kinderboeke wil skryf, is treffende illustrasies altyd belangrik. Indien nie-fiksie, moet jy baie seker maak van jou feite asook of dit vir ander interessant of bruikbaar sal wees. Hier is dit altyd goed om maar ‘n bietjie navorsing te doen om te sien of daar al reeds iets soortgelyk gedoen is. Indien daar wel is, kan jy steeds aangaan, maar dan moet jy iets uniek byvoeg. Baie van ons kan ‘n koffietafel-tjie maak, maar nie almal kan een maak met ‘n glasblad waarin vissies swem nie.
2. Dink nou goed en lank oor die buiteblad. Gaan kyk na ander boeke se buiteblaaie en maak seker dat joune visueel tref en baie effektief is.
3. Baie belangrik: Kry ‘n treffer-titel vir jou boek wat die oog onmiddellik vang. ‘n Naam kan in baie gevalle ‘n voornemende leser laat koop of laat loop en daarteen besluit. Moenie net tevrede wees met ‘n titel wat die boek oppervlakkig opsom nie. Vat juis die essensie van die storie raak en maak dit deel van die boek se titel. En probeer dan om iets interessant of besonder in die naam in te bring.
4. Besluit dan wat is die doel van die boek. Is dit bloot vir familie en vriende, dalk vir jou webwerf, dalk slegs ‘n

gratis boek of gaan jy die kans waag en dit as te koop aan te bied?

5. Maak nou seker dat jy alle materiaal bymekaar het en stuur dit dan na die uitgewer.