

**Александр Сергеевич Белановский, Роман Михайлович  
Масленников**  
**Бестселлер на миллион. Как написать, издать и раскрутить  
ваш бестселлер**



*«Бестселлер на миллион. Как написать, издать и раскрутить ваш бестселлер / Роман Масленников»:  
Авторское; Москва; 2016*

## Аннотация

*Написать свою книгу – это шаг, это вежа, это поступок. В принципе, потом можно больше и не работать. Свою миссию вы, считайте, уже выполнили.*

*Но дальше встают следующие вопросы: где издать, как издать, сколько платить, кому платить. И можно ли на этом заработать? Да, можно. И нужно. От 30 000 до 500 000 рублей. Примеры – в книге.*

*Я сам издал 5 книг в разных деловых издательствах с гонораром, 2 книги вышли за деньги спонсоров, больше полусотни книг вышли в электронном виде, не считая аудио-книг. И при каждом издании, как своих книг, так и книг клиентов я получил большое удовольствие. Да, были ошибки, «грабли». И вы обо всем прочтете. Уверен, процесс издания Вашего бестселлера будет максимально комфортным.*

*Писал эту книгу честно, как для себя, без воды. Вот некоторые отзывы:*

*«Книга читается на одном дыхании – слог легкий, информация – четкая, понятная, структурированная. Реально мотивирует. Много живых примеров – хорошо. Очень много полезных ссылок на статьи, книги, видео – очень хорошо. Удивило, что автор раскрывает все секреты, не утаив ничего. Это максимально подробная, «пошаговая» инструкция. Смотрим в книгу, видим пункт – делаем. Инструкция составлена, в том числе, и с учетом возможных ошибок, которые допускал автор в начале своей писательской карьеры. Соответственно, в книге все рекомендации даны уже без «граблей», (на которые наступают).*

*Единственное, что может помешать после прочтения книги «Бестселлер на миллион» написать свою – это лень. Но и здесь автор предлагает решение». (Татьяна Зикункова, главный эксперт отдела PR в министерстве инвестиций и инноваций Московской области).*

*«Я сейчас как раз обдумываю замысел новой книги, а сверить свои мысли с мыслями Романа было очень интересно. Текст можно еще стилистически и организационно выстраивать и дорабатывать редакторским напильником, но уже и в этом виде в нем есть широкий спектр внятных и циничных советов, которые имеет смысл обдумать любому начинающему автору перед началом написания своего труда. Книга не про литературное мастерство, не про высокую миссию „инженера человеческих душ“, а про то, как проще и эффективнее выполнить проект по написанию бизнес-книги, если вы до этого работали стилистом или бухгалтером. Этот текст вполне может укрепить вашу уверенность в своем писательском проекте, предложит набор приемов в помощь. Не идеально, но текст не для тех, кто хочет создать книгу "на все времена». (Владимир Громов, ОАО «Волжская ТГК»).*

*«Дело в том, что предложенный текст – вряд ли можно назвать просто книгой. Точнее он показывает, что книга может быть очень гибким явлением и написать ее можно по-разному.*

*Итак, скорее я напишу про текст Романа Масленникова, который часто не просто буквы, но и ссылки на другие тексты/вебинары и т.д. И этот навигатор лайфхаков может помочь самым разным авторам – ленивым, чрезмерно дотошным, неуверенным и наоборот уже написавшим ни одну книгу (утверждаю это как автор небольшой книжной полочки, правда, в соавторстве).*

*Кроме множества ссылок и демонстрации самой этой «книгой» того, что в ней рекомендуется (сначала продай книгу и свяжи себя обещаниями по ее написанию, используй те тексты, которые уже есть), для меня важной показалась простая идея. Включите написание книги в множество других проектов – продвижения себя или организации, нетворкинг, обучение или ведение блога». (Президент Ассоциации корпоративного коллекторства, генеральный директор в Центр развития коллекторства).*

Если вы после прочтения этой книги не напишете свою, то я не знаю, в чем дело: наверное, у вас нет ни извилин, ни головы. Или вы житель планеты галактики Бескнижья. Но в этом случае вы от своей книги никуда не денетесь. Поддержка каждого нового автора идет в

## Роман Масленников Бестселлер на Миллион. Как написать, издать и раскрутить ваш бестселлер

✓ Пошаговое руководство по созданию вашей первой книги за 30 дней и получению прибыли

✓ Пошаговое руководство для начинающего писателя по заработку до 500 000 на своей первой книге

*Книга о том, как написать книгу и получить от этого удовольствие и деньги*

### ОТЗЫВЫ

Выражаю огромные слова благодарности Роману Масленникову и Александру Белановскому за организованный и проведенный тренинг, посвященный написанию книги. Мне всегда хотелось написать свою книгу, НО казалось, что это трудный, нудный и долгий процесс... На самом деле, на практике оказалось все намного проще и даже весело... Когда за дело берутся профессионалы, знающие ответ на вопрос: Как ученика привести и точки "А" в точку "Б" с результатом – написанная и опубликованная книга, то все болячки растворяются... Я очень благодарна судьбе, что в моей жизни встретились такие профессионалы – это Роман Масленников и Александр Белановский. Друзья, расслабьтесь, доверьтесь и, не раздумывая, начинайте писать свою книгу под их руководством, НО халявы не будет – писать и пахать будете вы) И уже после того, как ваша книга будет размещена на ведущих книжных сайтах, наступает такая гордость за себя!

Рекомендую проходить обучения у профессионалов – тогда будет результат!

**Ирина Иванова-Garderob, стилист, г. Калининград**

<http://vgarderoberg.org/>

Приветствую Вас дамы и господа! С вами Филипп Литвиненко, и в этом видео я хочу дать отзыв о тренинге «Бестселлер на Миллион», который я проходил у Романа Масленникова и Александра Белановского.

Сразу же скажу, что мой отзыв сильно запоздалый. Прошел почти месяц, и я специально дождался пока моя книга выйдет уже официально на Озоне и на ЛитРесе, и я уже получил сейчас очень много отзывов уже о своей книге.

Мне пишут ВКонтакте, мне пишут в Фейсбуке, и это очень приятно, когда ты написал книгу и не просто ее где-нибудь ее выложил – у себя на сайте где-нибудь еще в долгий в ящик, как говорят, – а когда ты ее выложил, когда она пошла, и ее пропустили в официальные ресурсы. Всеми признанные ресурсы, такие как Озон, ЛитРес и многие другие, и вот это самое главное, я считаю, потому что о том, как написать книгу, есть много информации, а о том, как быстро вывести ее в свет – нет!

Я проходил много разных тренингов о том, как писать книги, но только в этом тренинге, у Александра Белановского и Романа Масленникова (огромное вам спасибо!), были выполнены обещания. Вы сделали даже больше, чем я предполагал. С вашим тренингом, действительно, можно свою книгу не только написать, а вывести ее действительно в крутые официальные источники.

Мне сейчас намного легче находить партнеров, почему-то стало намного легче, свободнее и увереннее проводить вебинары, я почему-то начал ставить большие суммы, большие чеки на свои услуги на свои коучинги и на свои тренинги, и почему-то их покупают.

Эта книга мне дала какое-то чувство экспертности. Вот когда ваша книга выходит на каком-то реально классном ресурсе, и вам люди начинают писать и говорить, что «слушай вот

прочитал твою книгу, и вот прямо супер», то что-то меняется у тебя глубоко в голове, и ты чувствуешь себя по-другому, начинаешь как-то по другому действовать, и это ощущается другими людьми. Люди хотят за тобой идти еще сильнее, и я не думал, что просто написание книги даст такой эффект!

Я делал это чтобы поднять свою внешнюю экспертность, но я не думал, что она так затронет и какие-то мои личностные качества.

Хочу еще добавить и поблагодарить отдельно Александра Белановского за его мотивацию, потому что без твоей мотивации и без такого тренинга я бы писал книгу год. Спасибо Роману Масленникову ты выдавал фишки, эти секретные способы и технологии, как сделать так, чтобы твоя книга прошла в Озон, ЛитРесс и во многие другие Интернет официальные ресурсы.

У меня есть одна книга, которая у меня на сайте лежит да пылится. Это классная книга, но о ней никто не знает, потому что мало книгу просто написать, нужно ее еще вывести в люди. И вот Роману Масленникову за это огромное спасибо!

Потому что Роман знает, как это сделать, и без него бы этого не получилось!

Поэтому все, кто хочет, кто решил, кто давно хотел, мечтает написать свою книгу и вывести ее в люди, стать автором, стать читаемым автором, обязательно вписывайтесь в тренинг! Обязательно его пройдите. Я вот сейчас задумал написать вторую книгу и снова хочу пройти, потому что я знаю, что в следующем потоке будут еще более крутые фишки, и все еще будет намного круче, поэтому рекомендую.

Огромная благодарность Роману и Александру, до встречи в следующем потоке!

От всей души выражаю огромную благодарность Роману Масленникову за его постоянную профессиональную поддержку, терпение и веру в мои идеи. Роман дал и сделал намного больше, чем я мог ожидать. Спасибо тебе, Роман! Уверен, что ты своей деятельностью перевернешь привычные представления о книгоиздании и писательстве!

***Филипп Литвиненко, основатель международного образовательного проекта «GENESIS» (<http://www.itcgenesis.ru>), автор книг и видеокурсов, автор блога <http://filipplitvinenko.ru>, Россия-Украина***

Книга читается на одном дыхании – слог легкий, информация – четкая, понятная, структурированная. Много живых примеров – хорошо. Очень много полезных ссылок на статьи, книги, видео – очень хорошо. Удивило, что автор раскрывает все секреты, не утаив ничего. Это максимально подробная, «пошаговая» инструкция. Смотрим в книгу, видим пункт – делаем. Инструкция составлена в том числе и с учетом возможных ошибок, которые допускал автор в начале своей писательской карьеры. Соответственно, в книге все рекомендации даны уже без «граблей» (на которые наступают). Единственное, что помешает после прочтения книги «...ФИНАЛЬНОЕ НАЗВАНИЕ...» написать свою – это лень. Но и здесь автор предлагает решение)))

**С уважением, Татьяна Зикункова**

**Главный эксперт отдела PR Министерство инвестиций и инноваций Московской области**

Название такое – издание и раскрутка вашей новой книги.

Как поднимает настроение эта книга. Как в хорошем детективе события и участники этих событий быстро сменяют друг друга – всем правит нужный и разумный темп. Как поется в популярной песне – «Ритм это волшебное...» и все потому, что это стихия творческого процесса! Ну вот, как то так, да.

По всей видимости, те хлопоты и проблемы, что возникают у многочисленных авторов после того, как они закончили свой очередной труд повисают виде вопросов, наподобие: ну как я все это буду издавать? А автор этого ценного для многих источника информации, немного напоминающего диссертацию и в достоверности многоходовых схем и формул которого не приходится сомневаться, что доказано солидным числом его собственных изданных книг, нам объясняет основную идею такого подвижничества тем, что хочет, чтобы в стране больше читали, и он абсолютно прав!

Поскольку печатное слово дорогого стоит, традиционно к нему относятся с уважением. Так к книге тянутся все читающие граждане в уютных и некомфортных ситуациях в поисках совета, например. И как Иктин, Фидий и Витрувий в архитектуре, Роман создает свою стройную систему упрощения и ускорения процесса, посредством которого это печатное слово наиболее быстрым способом отыщет дорогу к умам и сердцам. Я знаю Романа лично и доверяю ему как себе. Пишите, пусть скрипит перо. Еще лучше сказано в старинной английской поговорке: Кто ничего не ищет – ничего не находит.

**Ольга Сементковская**

Прочитал книгу Романа Масленникова «Как написать, издать и раскрутить бестселлер». Получил рукопись из первых рук, от автора, в электронном виде, еще до издания книги и широкого распространения. Уже приятно. Я сам уже написал две книги, и сейчас пишу третью. Так что вопрос актуальный и книга Романа попала ко мне очень вовремя.

Итак, первое, что сразу же сразило наповал – это необычная и непривычная стилистика написания. Это мало похоже на "книгу". Скорее живой разговор с читателем через текст. Благодаря этому процесс чтения идет легко, материал очень хорошо воспринимается. Сама книга о том, как писать книги, но основной упор сделан именно на практическое и осознанное использование книги в качестве инструмента, либо в качестве самостоятельного товара для продажи. Роман приводит примеры того, как на одной единственной книге можно даже и неплохие деньги зарабатывать. Это уже интересно, т. к. многие хотят написать книгу именно для того, чтобы потом ее продавать.

Второе, что вызвало немало симпатии к автору – это легкость, с которой Роман делится всевозможными ссылками на те или иные материалы, источники, имена. Это щедро и это подкупает.

Третье: масса реальных примеров из жизни. Не громких, не планетарного масштаба. Но тем проще все это примерить к себе и поверить, что у тебя тоже все получится. Пара имен, которые в книге пиарятся, лично моего доверия не заслужили, и отношение к ним либо скептическое, либо резко негативное.

Но сути дела это не меняет, Роман дает фишки и это важнее. Так что смотрите сами, чему верить, что будет правдой для вас. Лично для меня фактом является то, что сам Роман написал уже несколько книг, о которых я узнал (и которые приобрел) много лет назад. А значит может научить, что-то посоветовать, имеет право. Да и объясняет хорошо, прямо таки на пальцах. Кто быстро схватывает суть, идею, тот оценит.

И главное – действуйте. Путь осилит идущий. Книгу напишет пишущий. Хотя бы что-то, хотя бы иногда, на компьютере, в блоге, в соцсетях. Но у кого нет такой потребности – о чем-то рассказать, чем-то поделиться, научить, быть полезным в конце концов, то наверное и книгу писать таким людям не за чем. В этом случае ни Роман Масленников, ни Стивен Кинг, ни даже Чичваркин с Тиньковым помочь не смогут.

© **Дмитрий Животягин, руководитель [www.24contact.ru](http://www.24contact.ru), брендинг на основе опросов [www.pervomesto.ru](http://www.pervomesto.ru)**

Книга о том, как написать книгу...

Каждому, не имеющему ученую степень, написать свою книгу довольно трудно. А может смешно. Но хотя бы высшее иметь нужно. Дипломы сами писали?...

Вокруг кипят нелестные отзывы, что такие люди не напишут ничего хорошего. А сама я, решив, что журналистика мне не будет чужда, наслушалась от родной тети-москвички, кандидата наук, обидных слов «Таких писак как ты – целая Москва. Кому твоя писанина нужна...» Махнула рукой, и улыбнулась, не обижайся, мол, крошка. Возможно она была права, но я все-таки сунулась в журналистику. Не та я Соломатина-профи, что в Коммерсанте работает. Не бросила я это дело не потому что увлеклась областью пиара, нет. Ею я интересовалась и раньше. Просто поняла, смежная отрасль – нужен опыт. Образование позволяет и хорошо, гены тоже. Успела даже поработать в крупном СМИ у очень уважаемого мной профессионала, Который так и сказал, надо много читать. Очень много. В запой. А вам тем более..

Как-то в декретном отпуске решила подработать, Роман Масленников предложил помочь ему написать книгу для клиента. Вокруг казались подвохи, подставы, что смысл моих слов хотят исказить и так далее, ну все как и раньше. Сказала, все, что думаю. Книга вышла, а работа закончилась. В создании следующих книг я уже участия не принимала. И тут Роман Масленников говорит «А пиши сама!». Слабо? Мне и раньше так говорили, – слабо.

Каждый образованный человек умеет писать. А уж свои мысли нас учат излагать еще в садике. В садике не была, но, признаюсь, в возрасте моей дочери, годовалого пупса, я уже рассказывала сказку про Красную Шапочку в двух словах: «Тук-тук, то тамс, Сю-вок. Бабу ам, сапу ам, сех тю-тю». Смешно, но так и было. Все мы с детства равны перед русским языком. Недавно дочке исполнился год и два. Забила в Ютубе ее возраст и посмотрела, что говорят детки. Знаете, очень многие вполне прилично излагают свои мысли. Моя дочь – не исключение. А я то думала супер-ролик выложить, старалась мама.

Так вот, о книге Романа Масленникова. Что бросается в глаза. Это психологическая готовность писать после прочтения. Далее Роман по-рыцарски дарит доспехи. Как защитить себя на этом рынке, какими инструментами нужно обладать. И самое, пожалуй, важное, это работа с содержанием. Структура, система, идеи. Кандидат философских наук, Роман Масленников, рассказывает как ПРОСТО можно сделать ПРОСТОРным поле для написания книги, бери любую тему и пиши. Ты не профи, но имеешь опыт? Пожалуйста. Никакого плагиата делать не пропагандирует, только о том, как донести свои мысли, свои темы и свой опыт. От простого к сложному. Нарезь бумажные полосочки и диктуй по шпаргалкам хоть по дороге на работу.

У каждого из нас имеется жизненный опыт, профессиональный, личный, неважно. И какая разница, о чем написать? Главное донести людям тот уникальный опыт, которого нет ни у кого. 35 часов уложить на диктофон. Ну или настрочить на клавиатуре. За две недели, управитесь, утверждает Роман. Кто-то посмеется, и скажет, эх, как непрофессионально, а кто-то купит книгу, скачает, прочтет, вдохновится, напишет. Скачиваний будет за миллион. Информация распространяется с бешеной скоростью. Сколько Роман заработает на этой книге, остается только догадываться.

Вы сейчас подумаете, а, ну его, прочитаю его 100 страниц за пару часов... Не получится. Я, например, буду читать еще месяц. Не удивляйтесь, в его книге столько полезных ссылок, упоминаний книг и выдержек, что хватит гения в себе открыть, если задаться целью. Ну если не гения открыть, то себя показать, визитную карточку сделать или мильончик заработать, 500 тысяч. точно, с легкой руки Романа Масленникова. Если иметь опыт, конечно, то есть быть профи.... И решительным. Советы открытые – потому что от PR-профессионала. Роман знает простую истину, если он будет открытым, он будет развиваться, – это то, за что я уважаю его советы.

### **Ольга Соломатина**

Мне сильно повезло ознакомиться с книгой Романа Масленникова «Название» еще до издания! Могу с уверенностью утверждать, новая книга Романа – прекрасный рабочий инструмент для тех, кто пишет или планирует написать свое произведение! Я недавно написал свою первую книгу, так что работа Романа оказалось, как говорится «ко столу». Особенно много полезного можно почерпнуть по продвижению и заработку на книге. Я уже прочитал несколько книг и статей на этот счет и могу сказать, что данная книга содержит максимальное количество полезной информации, включая ссылки на готовые бизнес – инструменты, такие как пример PR– план, сайты компаний, где можно самостоятельно выгодно издать свое произведение и много еще вкусного и полезного!

Роман, не забудь напомнить, когда книга появится на полках, с удовольствием куплю!

**Макаров Владимир Коммерческий директор компании Гиперболоид Автор книги «ТВОЙ ПУТЬ. Как найти свое предназначение за 21 день»**

Январские PR-чтения. Мои опыты (не) литературной критики

Принял участие в конкурсе, который объявил на своей странице Роман Масленников – яркий пиарщик, автор легких (в хорошем смысле) и увлекательных книг о PR и продвижении

всего и вся. Его новую книгу (пока без названия) я прочитал – на одном дыхании. И – согласно правилам – предлагаю свой вариант названия: «Книга на Миллион. Как написать, издать и раскрутить ваш бестселлер». Тут тебе и заголовок, и подзаголовок. Это – первое. Ну а второе – рецензия, как и обещал...

Роман Масленников пишет легко. И так же читается. Заумных книг по/про PR много; я сам грустил вместе со студентами, когда приходилось (иногда) на занятиях их разбирать. Самый печальный для меня ответ – на вопрос: «Что вы посоветуете прочесть по такой-то теме?». Действительно, зачастую (по ряду новых направлений в нашей любимой профессии) ничего полезного нет. Масленников определяет свои книги как «волшебные пинки»; в наше время клипового сознания – это самое то. Быстро прочитал, легко усвоил – побежал исполнять) Если, конечно, понял, что тебе это нужно. Впрочем, вдохновлять Масленников умеет – и тональностью повествования, и общим эмоциональным настроем. Мотивирующий писатель – это очень современно и актуально, особенно в «век высоких информационных скоростей» (мое определение, ставлю копирайт). Новое сочинение Романа – о том, как написать/издать/раскрутить книгу. Весьма актуально. «Правда ли, что каждый журналист мечтает написать роман?»; эта цитата из Довлатова верна и спустя сорок лет, ну разве что «роман» заменим скромно на «книгу». И да, некоторые его советы даже меня побудили задуматься и начать мучительно искать «окна» в своем рабочем графике, чтобы загрузить себя еще больше... Чего же еще желать от прочитанной книги?..

**Александр Малькевич**

Я был очень заинтересованным читателем новой книги Романа Масленникова о том, как написать и продать бизнес-книгу. Я сейчас как раз обдумываю замысел новой книги, а сверить свои мысли с мыслями Романа было очень интересно. Что могу сказать по сути? Текст можно еще стилистически и организационно улучшать редакторским напильником, но уже и в этом виде в книжке есть широкий спектр хороших и циничных советов, которые имеет смысл обдумать любому начинающему автору перед началом написания своего труда. Книга не про литературное мастерство, не про высокую миссию «инженера человеческих душ», а про то, как проще и эффективнее выполнить проект по написанию бизнес-книги, если вы до этого работали стилистом или бухгалтером. Есть советы о том, как, например, увеличить шансы на прибыль от своего текста, как организовать процесс писания и т. д. Методичка от Масленникова укрепит вашу уверенность в своем писательском проекте, предложит набор организационных приемов в помощь. Есть повторы, но в целом всё очень кратко и экономно по отношению ко времени читателя. Основная часть – это транскрипт вебинара, поэтому остается ощущение живого общения.

**Громов Владимир**

Книга о том как написать книгу. Чудно звучит, но это так.

Если быть точнее, о том как написать, издать и раскрутить свою книгу.

Думаю, многим будет это интересно. Специалистам, работающим в любой сфере, работающим хорошо и долго, всегда есть что сказать миру. Пусть скажут. А новичкам поможет книга Романа Масленникова. Для меня в ней больше всего проявился мотивационный эффект – книгу пишу, пишу и пишу уже года полтора(а хочу написать лет 10).

У Романа всё выглядит достаточно просто, что, куда и как. Люблю такие вот кейсовые варианты, где автор рассказывает, как он делал что-то, какие ошибки допускал и какие фишки придумал в процессе набивания шишек.

Помимо мотивации, в книге есть ещё кое-что полезное: – список книг, которые стоит прочитать будущему автору собственного бестселлера – список стилей книг, которые могут использовать как минимум те, у кого нет явного видения своей книги – список вариантов, как можно заработать на своей книге – список вариантов, где и как можно издать книгу... Ну и куча всяких других полезностей. Что я уже получил после прочтения: 1. Заряд ускорения или "волшебный пендель". Есть свои отрывки написанного текста, теперь есть и понимание, что дальше с ним делать 2. Список книг, которые имеет смысл прочитать независимо от написания книги.

Надеюсь, в ближайшее время допишу и издам свою

**Сергей Вишняков**

Спасибо Роман Масленников возможность прочитать книгу «Как написать, издать и раскрутить ваш бестселлер» до её выхода.

Роман, спасибо!

Обычно у меня такие результаты только в ходе прохождения какого либо тренинга, но вы сделали своё дело – я начала действовать! Причём с первых же страниц вашей книги: 1. Я зарегистрировалась на краудфандинговой платформе и начала создавать проект для сбора средств на издание своей первой книги! 2. Придумала название для второй и способ её издания 3. И у меня родился проект, о котором ещё вчера и мысли не было! Тонкий юмор и желание помочь своим читателям с первых же строк бросается в глаза. Книга будет полезна тем, кто уже в теме написания своей книги (вы обязательно откроете для себя что то новенькое) и бесценна для начинающих, потому что в ней прописаны все необходимые шаги и открыты все секреты. Просто бери и делай!

**Елена Примачёва**

Возможно, кто – то из вас думает/готовится/уже пишет свою первую книгу. (Или вторую.) В минувшие выходные мне удалось ознакомиться с книгой, которую я готова рекомендовать, авторства Романа Масленникова

Книга читается на одном дыхании – слог легкий, информация – четкая, понятная, структурированная. Реально мотивирует.

Много живых примеров – хорошо. Очень много полезных ссылок на статьи, книги, видео – очень хорошо. Удивило, что автор раскрывает все секреты, не утаив ничего. Это максимально подробная, «пошаговая» инструкция. Смотрим в книгу, видим пункт – делаем. Инструкция составлена в том числе и с учетом возможных ошибок, которые допускал автор в начале своей писательской карьеры. Соответственно, в книге все рекомендации даны уже без «граблей» (на которые наступают). Единственное, что может помешать после прочтения книги "Бестселлер на миллион" написать свою – это лень. Но и здесь автор предлагает решение))) Вобщем, я вдохновлена! Ждите бестселлер!)))

**Татьяна Зикункова**

Роман Масленников написал замечательную книгу-инструкцию как написать свою книгу, я думаю каждому необходимо её прочитать.

**Предприниматель, строитель, экономист**

**Александр Веренько**

Очень часто люди имеют мечту и она остается мечтой до конца жизни, не превращаясь во что-то конкретное. У многих это мечта написать и выпустить книгу. Вот вы сидите себе и думаете: «Эх, хорошо было бы написать книгу. И чтобы она вышла в каком-то солидном издательстве. И я сразу стану таким крутым, меня будут девушки любить и клиенты будут считать гуру, потому что раз книжку написал и выпустил, то точно гуру».

Но кроме этого вы ничего не делаете, потому что как писать книгу вы не знаете. О чем могли бы написать еще более менее представляете, но с какого конца к этой работе подойти не понимаете.

И если никаких усилий не предпринимать, то и через 10 и через 15 лет вы также будете по-маноловски рассуждать, как было бы классно стать писателем.

Но в любом деле есть своя технология и если с ней ознакомиться, то даже такое, на первый взгляд неподъемное дело, как написание книги предстает не таким уж пугающим алгоритмом несложных последовательных действий.

Я как автор нескольких книг это отлично знаю. Но где взять такой алгоритм? Кто поделится инструкцией? Когда я писал первую книгу 8 лет назад со мной никто не делился. Всё приходилось изобретать самому и шишки набивать самостоятельно.

Не любят у нас писатели делиться секретами мастерства. Боятся конкуренции, видимо. Но

есть счастливые исключения. Вот на днях Роман Масленников прислал мне на рецензию свою новую книгу «Как написать и издать свой бестселлер» и попросил поделиться впечатлением.

Делюсь.

Книжка коротенькая – всего 50 страниц, но это не минус, а скорее плюс. Это именно инструкция, которая ответит на очень многие вопросы начинающих авторов, но при этом не перегрузит их лишней информацией. В книге нет воды, всё по делу. К тому же книга нашпигована ссылками на другие интересные материалы по теме, так что если вам нужно больше информации – вы её найдете.

Роман сам прошел весь тернистый путь начинающего автора, обивал пороги издательств с первой книгой, получал отказы, экспериментировал с контентом, так что знает о чем пишет.

И что немаловажно, пишет не только о том, как написать книгу, но и о том, как пристроить ее в издательство. И что не менее важно – как ее продвигать. Об этом тоже многие авторы не думают, считая, что их работа заканчивается в то момент, когда они ставят последнюю точку в рукописи.

Это далеко не так. Книгой надо заниматься, про книгу надо рассказывать, книгу надо двигать и это проблема скорее автора, чем издательства. Хорошие издательства помогают автору продвигать книгу. Но некоторые даже очень известные и уважаемые издатели стараются переложить всю работу (и расходы) по этой части на авторов. Я сам в итоге поменял издательство, где выпускаю свои книги во многом по этой причине.

В общем Роман Масленников серьезно облегчил жизнь для многих начинающих писателей и тех, кто только задумывается о необходимости написать и выпустить книгу. Да и мне, несмотря на то, что я давно уже издаюсь как автор, несколько идей из книги показались весьма любопытными и полезными. К сожалению, отвезти себе эту инструкцию на машине времени в 2008 год я не могу, но когда в этом – 2016-ом году у меня выйдет в издательстве «Питер» очередная моя книга про копирайтинг, я применю пару фишек для её продвижения, которые подсмотрел у Романа.

Так что рекомендую обратить на это пособие пристальное внимание, если вы по-прежнему откладываете написание первых глав своего будущего бестселлера до лучших времен. Прочтаете за пару часов, но полезных фишек надергаете на пол-тетрадки не меньше.

**Тимур Асланов**

Кажется, я становлюсь фанатом Романа Масленникова. Во-первых, он реально шарит в пиаре. Во-вторых, видно, что практик – дает только реальные советы, которые проверены на живых людях и которые легко повторить в домашних условиях. В-третьих, он очень системный. Все разложено по полочкам – вот это делать в понедельник, вот это во вторник, и в пятницу вы получите такой-то результат.

Его новая книга "Бестселлер на миллион" (название рабочее) – это пошаговая инструкция по тому, как написать, издать и монетизировать книгу. На самом деле у нас множество книг о том, как написать книгу. И вот появилась первая книга о том, что делать с написанной книгой дальше, как ее продвигать и как на ней зарабатывать (гонорар заработком не считается).

Книга небольшая, я ее прочитал за полчаса, пока ждал жену в кафе. Но самая большая ценность ее в том, что это мета-текст, она битком набита ссылками на дополнительные материалы, которые можно скачать и проработать.

Вот именно это и нужно сделать с этой книгой – не просто ее прочитать, а взять и проработать по пунктам. Именно это я и собираюсь сделать вот с этой своей книгой:

<http://www.ozon.ru/context/detail/id/35146311/...>

Посмотрим, что из этого получится.

И, конечно, я не пропущу ни одной новой книги Романа Масленникова. Чувак свое дело знает.

**Александр Молчанов**

Роман Масленников любезно предоставил мне возможность почитать его очередную книгу с условным названием «Бестселлер на миллион». Прочитал одним махом. Скажу как автор статей и книг следующее, если бы я прочитал её раньше, то написал бы уже несколько

десятков книг и сотню статей. Я работал методом проб и ошибок. На себе опробовал в своё время все три предлагаемых Романом варианта. Через издательство я выпустил книги «Сучий бизнес» и «Сто программ для бизнеса», путём привлечения спонсоров – книгу «Моя работа», самиздатом я напечатал книгу для моих родственников про своего отца. Читал книгу Романа и вспоминал как сам работал. Всё очень знакомо и узнаваемо. Про «хочу вот так же». Толчком для написания книги «Моя работа» стала книга Джо Витале «Гипнотические тексты», а за образец взял книгу Михаила Умарова «РРописные истины». Как Роман описывает, так я и делал – взял и принёс в типографию как образец для просчёта. Попросил, чтобы всё посчитали точно так, как в оригинале – отделка обложки – ламинация и УФ-лак, плотность бумаги на обложке и в блоке, формат, даже объём сделал в ноль – 192 страницы. Потом стал искать спонсоров. Вопрос о целевой аудитории – самый главный вообще в маркетинге. Тут категория товара роли не играет. Книги, навоз или гвозди – абсолютно по-барabanу, что продавать, главное кому, где, за какой период времени и по какой цене. Про «инсайты, лезущие в голову» – прямо в точку. У меня такое было когда писал сценарии для мультфильмов. Вроде бы начал разрабатывать одну идею, потом пошло-поехало. Мозг реально начинает генерить идеи и в результате выдаёт то, о чём даже и не мог подумать в начале работы. Вместо 7 я написал 40! И по поводу конспектов – в яблочко! Я так писал свою первую статью в профильный журнал, что-то «я знал на 5+», а вот то, что мне пришлось быстро прокачать, я до сих пор помню. Обложился я тогда деловой литературой основательно – «прокачался» по-полной, зато статья хорошая получилась для того времени. Абсолютно точно могу поддержать Романа в том, что «ваш литературный редактор должен быть обязательно с филологическим образованием». Если кому нужен – есть отличный. Могу порекомендовать. По поводу «косноязычного человека и классной книжки» у меня есть анекдот. Встречаются два приятеля: – Прочитал твою последнюю книгу. Понравилась. Вижу ты сменил стиль. – Просто поменял редактора. Про «продающие названия» – всё отлично работает и это самый верный путь к успеху не только при написании книги, но и на YouTube. Тяжёлый труд – на плечи машин! Могу ещё чуток дополнить – дополнительно эти названия проверить в Google тренде. Надо видеть на перспективу. Про спонсоров и про рекламную компанию – это очень важно. Я не до конца этот момент отработал со своей книгой. Очень резко сократил и время продажи и время разогрева. Если бы я тогда прочитал книгу Романа, то сделал бы более долговременную и эффективную рекламную стратегию. Но... на тот момент Роман её даже не начинал писать. Заключение. Вам всем очень крупно повезло, что в отличие от меня, идущего наобум своей дорогой проб и разочарований, у вас есть чёткий алгоритм для работы. Надо просто его взять и применить. Всем успехов и продуктивного чтения.

### **Игорь Тулин, автор курса YouTube для ризлтора**

Мой хороший знакомый Роман Масленников написал “Книгу на миллион”. В прямом смысле этого слова. Если после прочтения этого полезного списка вы такую не напишете – это будет по меньшей мере странно. Роман помог мне преодолеть страхи и замотивировал, наконец, продолжить работу над книгой, которую я пишу уже 5 лет. Уверена, что он поможет и вам.

### **Дарья Ваулина, CEO&founder anglomania.ru**

С удовольствием пишу отзыв на прочитанную Полезную книгу. Я бы назвал ее так: «Как за 30 дней написать свою 1 книгу бестселлер на 1 000 000?!»

Роман Масленников написал в соавторстве с Александром Белом книгу-подсказку практических шагов по написанию своей первой книги.

Практичность советов просто зашкаливает!

Весь процесс от написания книги до ее раскрутки дается по шагам.

Просто БЕРИ И ДЕЛАЙ!

Особенно интересно, что тут же приводятся примеры которые мотивируют и добавляют силы в успех написания своей 1 книги.

У меня самого давно созревает желание перенести в книгу свои приемы, успехи и истории по нетворкингу и коммуникациям.

После прочтения книги многое стало понятно КАК надо писать книгу!

**Юрий Копылов**

«Первая книга на миллион» Романа Масленникова и мои впечатления от короткого знакомства. Настоящая бизнес-книга как чашка хорошего кофе. Минимум воды, максимум тонуса и аромата. Без сахара и сливок. Предельная концентрация того, что нужно здесь и сейчас для написания первой книги на миллион. И пожалуй, это самый удачный вариант импортозамещения. Есть ссылка на мировые бестселлеры действительно мотивирующих авторов (перечитаю-ка труды Джо Витале). Книга компактная – остаются силы и тонус для работы над своим произведением. Роман Масленников не дает 100 % гарантий, а предлагает необходимые инструменты. И рабочий набор – ссылки на действующие ресурсы, яркие примеры, формулы, советы по раскрутке и т. д.

Особо впечатлительным не рекомендую читать перед сном с четверга на пятницу – полночи уйдет на работу над книгой, вторую половину будете смотреть вещий сон о том, как все получилось.

**Елена Иванова, человек эпохи Мастерславля**

Прочла книгу Романа Масленникова «Бестселлер на миллион». Признаюсь, она меня заинтересовала сразу – видимо, как выпускника Литературного института. Говорят, что мечты юности вечны. Одно из мечтаний студента Литинститута – написать и издать книгу. А лучше две. Потому что после второй уже можно вступить в Союз Писателей. А раньше этот Союз был очень даже хорош. Да и какой ты писатель без Союза, а раз не писатель – зачем учился? Вот, примерно так. И поэтому, когда у меня появилась возможность прочесть книгу Романа – я сразу же ею воспользовалась. Не то чтобы я планирую прямо вот сесть и написать книгу. Нет, прямо сразу не планирую. И вот тут – те самые первые грабли, которые встречаются на тропе к великому произведению. Когда ты хочешь сделать что-то «когда-нибудь», в лучшем случае шансы это сделать – следующая жизнь. У Романа об этом тоже есть, я помню. Может, и не у Романа – но в его книге точно. А писать я хотела о книге, кстати. Потому что очень она мне понравилась. Как говорили в нашем институте «все жанры хороши, кроме скучного». И его книга прекрасна! Во-первых – очень хороший, легкий язык (простите, но я всегда в первую очередь оцениваю именно язык, которым написана книга). Во-вторых – она очень маленькая. И, как ни странно, при этом очень информативна. Как это, спросите вы? А вот так. Роман построил свою книгу по принципу матрешки, вложив в нее ссылки на статьи, выступления и другие материалы по теме. И вы можете спокойно смотреть именно то, что вам нужно, т. к. книга небольшая вы легко сможете найти нужные материалы. И, в-третьих, самое главное. Самое главное, что книга ЗАРЯЖАЕТ и СНИМАЕТ СТРАХ. Заряжает желанием сесть и написать уже книгу. Снимая при этом страх, что это сложно, долго и непонятно как. После этой книги все понятно. А если непонятно – писатель явно не ваша профессия. Спасибо, Olga Issa

Сразу хочу поблагодарить Романа за уникальную возможность ознакомиться с содержимым этой книги. Прочитал буквально на одном дыхании.

Что значит для каждого из нас книга, какие возникают с этим термином ассоциации в голове?

Для кого то это роман, для кого то историческое приключение или фэнтези, но обязательно найдутся такие читатели, для кого книга это инструмент бизнеса, инструмент раскрутки вашей экспертности, способ привлечения вашей целевой аудитории.

Но хотите ли вы оставаться только читателем? Может пора уже перейти на новый уровень и стать писателем, стать автором своей собственной книги? Вы хотите увидеть на обложке собственной книги свою фамилию, а саму книгу лицезреть в электронных издательствах или на книжных полках магазинов? Вы хотите почувствовать момент славы вперемешку с адреналином от создания своей первой собственной книги? Уверен да! Только глупый человек откажет себе в таком удовольствии.

Но возникают такие вопросы, как: – я не умею писать – у меня путаются мысли – я не могу придумать тему для книги – у меня нет на это время – меня сковывает страх и так далее и

тому подобное...

И вот тут приходит на помощь (нет, ни Мистер Пропер) книга – инструкция, книга – пошаговое руководство Романа Масленникова и Александра Белановского «Бестселлер на миллион» – Как написать, издать и раскрутить вашу книгу.

Роман дает четкий пошаговый план по написанию книги, он делится секретными фишками, как всю путаницу в голове изложить на бумаге, шаг за шагом, не теряя своих мыслей и деталей, плавно переходя от одной главы к другой, третьей и так далее до самого эпилога.

Авторы рассказывают свои реальные истории и истории успехов своих учеников. Как они сами становились на путь писателей, как совершали ошибки, как пожинали лавры после достижения успехов, как год за годом оттачивали свое мастерство.

Все в нашей жизни, так или иначе, происходит впервые, что часто приводит нас к страху неизвестного. И вот тут Роман делится секретными секретами, как преодолеть свой страх. Ведь нет ничего проще, чем, что то взять и сделать, в том числе и написать свою книгу.

Но и это еще не все. Написать книгу – это только пол дела, ее надо еще издать, продвигать, а может даже и заработать. И об этом Роман в своей книге «Бестселлер на миллион» позаботился. Он дает четкое руководство по этим темам. Следуя его инструкциям, вы гарантированно сможете издать свою книгу либо в бумажном переплете, либо в электронном виде.

Книга содержит огромное количество ссылок на полезные ресурсы, технические инструменты, которые обязательно вам помогут в написании книги и значительно сократят время. Да-да, вы готовы написать свою книгу, скажем, за три недели? Сомневаетесь? Вот и я сомневался, пока сам однажды попал на тренинг Романа и Александра «Бестселлер за неделю». Где в марте 2015 года я зафиналил этот тренинг, написал и издал на ЛитРесе, благодаря этим ГУРУ, свою первую собственную книгу «История одной бороды»

<http://www.litres.ru/vladimir-klepac.../istoriya-odnoy-borody/>

Друзья, «Бестселлер на миллион» – это не просто книга, это реальное пошаговое руководство по написанию книг, это МЕГА инструкция, где каждое слово имеет значение. Прочитал – применил.

Пишите, творите, издавайте!!!

**С уважением, Владимир Клепачёв.**

«Помните, что каждая книга – это персональное приглашение стать вашим клиентом».

Эта книга для вас, если вы прокрастинатор в области написания своей книги:

1. Эксперт в своей теме и до сих пор мечтаете издать свою собственную книгу
2. Вы пишете статьи или ведете блог и думаете когда-нибудь написать свою книгу
3. Вы знаете, что лучшие клиенты приходят именно через книги и хотите написать и раскрутить свою собственную книгу

Книга удобная для быстрого прочтения и внедрения. Она построена по принципу пошагового алгоритма (чек-листа) с подробным описанием того, что нужно делать, чтобы, в конечном счете, ваша фамилия была на обложке собственной книги.

Представьте, вы держите в руках свою первую книгу, настоящую, напечатанную. Вот вы открываете ее и чувствуете запах типографской краски, перелистываете еще неподатливые страницы... И все это не за годы, а за месяцы, а иногда и за недели. Как это возможно? Об этом вы узнаете в книге мастера взрывного PR и эксперта написания бестселлеров Романа Масленникова.

«Парабеллум – Шумахер в мире бизнес-писательства. Андрей Парабеллум – бизнес-тренер, папа Инфобизнеса и признанный мастер в написании книг, успешный автор, Борис Акунин в мире бизнес-литературы. Это тот человек, который может за один трансатлантический перелет зафиналить четыре книги! К нему как минимум, стоит прислушаться».

И не секрет, что миллионы на своей книге вы не заработаете, но как говорит сам Андрей Парабеллум, книги – это самый лучший Frontend для ваших клиентов, ведь Backend будут именно ваши дорогие услуги.

Поэтому, возьмите и напишите, наконец-таки свою первую собственную книгу. Просто

напишите по схеме, предложенной Романом, и вы увидите, что это не так уж сложно.

В книге подробно изложены:

1. «формулы названий книг»: «101 совет...», «...от А до Я...», «Сборник статей...» и многие другие
2. схемы наполнения контентом: от написания статей до проведения online-марафонов,
3. варианты издания: от самиздата, издания со спонсором до сотрудничества с крупным издательством
4. способы продвижения вашей книги: от известных до быстрых и самых продвинутых

Книга оживает с примерами. Роман рассказывает не только об известных авторах, но и приводит в пример тех авторов, которые, как и мы с вами, долго сомневались «а получится ли у них своя книга». Полезные сайты, ссылки на видео и текстовые файлы... Все это есть в новой книге «Бестселлер на Миллион» Романа Масленникова.

А показательным примером «живой» книги служит наличие полной сценарной вебинара Романа Масленникова и Александра Белановского «Бестселлер на Миллион». С примерами, историями и ответами на вопросы.

Итак, перед вами не просто книга, это МЕГА-полезный «волшебный пендель» для всех procrastinators, желающих вот уже который год выпустить в свет свою первую настоящую КНИГУ! Хотите известности? Пишите книгу. Хотите заработать миллион? Пишите книгу!

KEEP CALM...AND WRITE YOUR BOOK!

© Анастасия Булычева [www.detskiimagazin.com](http://www.detskiimagazin.com)

Roman Maslennikov предложил ознакомиться со своей новой книгой «Как написать бестселлер» до ее выхода в свет и дать свой отзыв. Сперва думал, что у меня на прочтение уйдет дня 3–4, загрузка сейчас большая. Но книгу прочитал махом – за 1 день. У нее 2 фишки: Первая – это замечательный волшебный пендель тем, у кого есть идеи, но нет энергии их реализовать в какой-то инфопродукт. Вторая – это детальное пошаговое руководство как сделать книгу: создать идею, наполнить содержанием, опубликовать. Вот всегда перед началом любого нового дела есть пугающая неизвестность, которая останавливает. А что будет, если...? Книга Романа эту пугающую неизвестность рассеивает в пух и прах. Я даже прямо по ходу чтения понял несколько тем, которые сам мог бы описать в виде небольшой книги. Благодарю за чудесный продукт, Роман!

P.S. В книге нашел несколько упоминаний других любопытных книг – теперь на них переключился)

**Евгений Скрынник**

«Бестселлер на миллион» Так называется книга Роман Масленников, которая, собственно, пока и не книга еще, рукопись. И которую я прочла одной из первых, чтобы написать рецензию на нее.

Это могла бы быть самая короткая рецензия на книгу Романа) Потому что она могла бы состоять всего из пары предложений.

1. Если вы хоть когда-нибудь задумывались о том, что вам хочется написать (неважно – "художку" или "нон-фикшн", неважно – о любви или о тяжелой промышленности) – вам книга Р. Масленникова просто необходима. 2. Эта рецензия будет такой короткой, потому что я сейчас очень занята – я начала-таки писать СВОЮ книгу.)

Но т.к. я стараюсь быть человеком обязательным, и обещала рецензию, а не два предложения, изложу то же самое более развернуто.

Да, это именно та книга, которая "дает волшебный пендель" каждому, кто планировал изложить что-либо на бумаге. Волшебный эффект заметен после прочтения 5 первых страниц. Именно это обещает автор, и именно и получает читатель. Тот случай, когда все ожидания – оправдываются. Во всяком случае, так произошло со мной. Возможно, семена упали на подготовленную почву, ибо я задумывалась о своей книге уже давно...Но задумываться и сделать – это разные вещи. Всегда есть соблазн отложить на "когда-нибудь потом". Но после прочтения этой работы Романа откладывать далее – просто неприлично) Неудобно как-то) Перед самим собой, в первую очередь.

Второй несомненный плюс – абсолютная открытость автора. Совершенно откровенно о том, что обычно преподносится как "очень большой секрет": ссылки, советы, рекомендации, расширивки бесед с экспертами. Автор не скрывает ничего, это удивляет и подкупает одновременно. На поиски этой информации у вас ушли бы недели и месяцы. Здесь – все собрано и разложено "по полочкам" – бери и пользуйся.

Отдельного "спасибо" заслуживают советы по работе с издательствами, по продвижению своего детища. Мало написать, надо понимать, что со своей книгой следует делать дальше. Роман Масленников и здесь не скрывает ничего от читателя.

В общем, думаю, число начинающих авторов в ближайшее время резко скакнет вверх) Проверим через некоторое время в книжных магазинах?

**Инна Кабанова**

## Предисловие

Крутой заголовок у книги, правда? Звучит заманчиво. Сергей Турко<sup>1</sup>, главный редактор издательства «Альпина Паблишер» за 2 года научил<sup>2</sup>. А еще множество текстов, примеров, учеников, клиентов...

Давайте сразу и начистоту: полмиллиона на своей книге заработают не все. Кто-то заработает 30 000 рублей. Кто-то – ничего. А кто-то и свои кровные потратит. Это нормально.

Моя главная задача заключается в том, чтобы вы свою книгу все-таки начали и закончили. Хорошо, если опубликуете. В электронном виде это несложно, за 2 недели управитесь. Ну, а если раскрутите, то вот они – живые деньги.

Помните, что каждая книга – это персональное приглашение стать вашим клиентом. Насколько вы вложите в продвижение каждого экземпляра, настолько у вас и прибавится клиентов. И денег.

## История на миллион

Вот моя история. Однажды я увидел рецензию на одну книгу по супер-специализированной теме – GR. Не знаю, умышленно или нет<sup>3</sup>, но она была размещена в блоге очень уважаемого мной человека. Далее я книгу купил<sup>4</sup>. Связался с автором. Заключил с ним договор, а впоследствии партнерское соглашение. Суммы, заработанные автором книги со мной на проектах, а также наш совокупный доход давно превысили шестизначные числа. Это при том, что на тот момент у автора книги было распродано не более трети тиража. То есть, настоящие заработки у него еще впереди!

## История на 10 000 долларов (по старому курсу)

И еще прочитайте историю создания книги Романа Саблина – очень вдохновляет<sup>5</sup>. Он

<sup>1</sup> Как назвать книгу: 16 полезных правил <https://snob.ru/profile/26703/blog/57395>

<sup>2</sup> Как назвать книгу: двадцать одно правило <https://medium.com/@SergeyTurko/%D0%BA%D0%B0%D0%BA-%D0%BD%D0%B7%D0%B2%D0%B0%D1%82%D1%8C-%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D1%83-%D0%B4%D0%B2%D0%B0%D0%B4%D1%86%D0%B0%D1%82%D1%8C-%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%BE-%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%BB%D0%BE-ea72688f943e#.9jueqybor>

<sup>3</sup> Большой маленький секрет настоящего PR-специалиста <https://www.facebook.com/roman.pr.maslennikov/posts/10208394345921073?pnref=story>

<sup>4</sup> Речь о книге Сергея Сушинского, Лоббирование от «А» до «Я» <http://www.ozon.ru/context/detail/id/28706179/>

<sup>5</sup> [https://boomstarter.ru/projects/sablin/kniga\\_zelyonyy\\_drayver\\_24\\_chasa\\_ekologichnoy\\_zhizni](https://boomstarter.ru/projects/sablin/kniga_zelyonyy_drayver_24_chasa_ekologichnoy_zhizni)

заработал 330 000 рублей<sup>6</sup>. Вот ключевые моменты:

*«Для меня книга – мечта с детства. И тем более такая практичная и полезная для людей, как «Зеленый драйвер». При старте проекта мы с Екатериной Ворониной из «Зеленой книги» запустили во Вселенную запрос на 333 000 рублей, и он сработал. И еще я молился, просил Бога поддержать мое начинание».*

*«Я писал всем своим 100 знакомым журналистам, пишущим на социальную и экотематику в большие СМИ. Некоторые, как, например, «Российские лесные вести», «Домашний ребенок», разместили сразу. Остальным нужна была книга для прочтения. А поскольку она еще редактируется, то одну из глав «Зеленое потребление – новое качество жизни» я смог разослать только за 5 дней до конца сбора. Здесь подключился Телеканал «Дождь» с публикацией на сайте, за что им большая благодарность».*

*«У меня есть большое количество контактов в профильных медиа и сообществах. И когда я обращался за поддержкой, мне шли навстречу».*

Вдохновились? А теперь – к делу!

## Три раздела для самых быстрых

Эта книга небольшая, так задумано специально. Как волшебный пинок! Прочитали – сделали – получили результат.

Сейчас будут три раздела для самых активных. Если вы быстро схватываете, вам будет достаточно уже этих пяти страниц, чтобы совершить прорыв, возможно, самый значимый в жизни: взять и написать свою книгу. Или дописать уже, наконец.

Это бомбовая подборка материалов по написанию ваших первых книг. Напомню, что книга – это 100 % определенная веха в вашей карьере.

Она не решит всех ваших бизнес-задач и не повысит самооценку до уровня «Бог». Но она серьезно приблизит вас к успеху. Это факт. Как сказал мой клиент: «Если ты не профи, то и книга тебе не поможет». И вообще ничего не поможет. Но если ты профи, то книга – это стандарт. Не быть у вас ее просто не может. Как и визитки. У вас нет визитки? Ок, книга компенсирует эту маленькую оплошность.

Развенчание мифов, что написание книги – это долго, нереально трудно, издаваемо, никому не интересно и не выгодно, и вообще, книга – это космос, только для академиков и только на пенсии, – ждет вас далее. *Спойлер: все не так, а ровно наоборот:)*

Книга – это быстро, легко, выгодно, эффективно. **И написать одну книгу в своей жизни вы точно сможете**, это гарантированно. Михаил Веллер вам подтвердит. Он говорил про художественную книгу, а бизнес-книга – это в 10 раз легче.

Но написать – это одно. Сделали. Ура. Круто.

Теперь **важно книгу еще издать**. Есть 3 способа – самиздат, спонсоры, издательство – относительно бюджетных, бесплатных и вообще плюсовых. Они оставят вас с прибылью. Видео по этому поводу ниже.

И, наконец, ваша книга вышла, даже в мощном издательстве – ок, класс. Поздравляю! Теперь следующая задача – **раскрутка книги**.

Без раскрутки ваша книга пропылится на полках, и издательство после этого больше не захочет с вами работать. А если на свои деньги вы книгу издавали, то вам убыток тоже не понравится. Поэтому обязательно раскручивайте вашу книгу. Итак, а теперь информация по порядку.

## Методичка писателя

Если вы до сих пор прокрастинируете, срочно знакомьтесь со следующими произведениями, которые лично мне очень помогли в написании как сотни бизнес-книг, так и

---

<sup>6</sup> <https://boomstarter.ru/blog/74>

пары художественных:

✓ Михаил Веллер, «Слово и судьба», «Слово и профессия» – для уверенности и глубокого понимания профессионализма писателя. Еще лет 30 назад писать было сложнее, но писали же!

✓ Стивен Кинг, «Как писать книги» – личная история великого писателя плюс дельные практические советы.

✓ Джо Витале, «Гипнотические тексты» – мотивационный заряд писательства по мощности равный килотонной бомбе.

✓ Нора Галь, «Слово живое и мертво» – об отношении к написанному и грамотности, от человека, который дышал грамотностью и стилем русского языка.

## Парабеллум – Шумахер в мире бизнес-литературы

Вот упрощенная методика написания книг имени Андрея Парабеллума <http://pr-maslennikov.livejournal.com/508179.html>

А это – его же расширенная методика: <http://pr-maslennikov.livejournal.com/482354.html>

Андрей Парабеллум – бизнес-тренер, папа Инфобизнеса и признанный мастер в написании книг, успешный автор, Борис Акунин в мире бизнес-литературы. Это тот человек, который может за один трансатлантический перелет зафиналить четыре книги! К нему, как минимум, стоит прислушаться.

### Следуй за Парабеллумом

#### Фишки по написанию книги в определенных стилях

Посмотрите на формулы названий книг:

1. 101–257 советов по... (вашей теме)
2. «Что-то»... на 100%
3. Вся правда о...(вашей теме)... («Макай перо в правду» (с) Веллер)
4. «Ваша тема»... от А до Я
5. Азбука...«вашей темы»
6. Бизнес-роман
7. Сборник статей

Узнаете бестселлеры?

**101 совет** по тому, по другому, по третьему?<sup>7</sup> 200 с чем-то советов по налогообложению написал директор аудиторской компании. Сколько знал – все изложил. Один совет – одно предложение. Если вы хотя бы 2 года в своей теме, неужели не наберете 100 советов? Ну, хотя бы 77? А 55? Тоже сойдет! Мы недавно для школы YaYaDance придумывали 100 советов по растяжке. Какая может быть растяжка: для детей, для беременных, для пожилых, для мужчин и женщин, растяжка в отпуске, растяжка на работе, растяжка для «качков», растяжка для профессионалов. И это только сходу! 100 советов бьете на 10 блоков – вот уже по 10 советов на узкую тему, считайте, что книга сама напишется.

**Вся правда о ...** ресторанах, откатах, налогообложении, моде и стиле, вся правда о неправде.

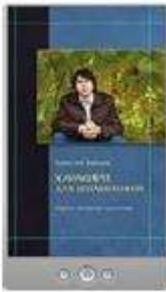
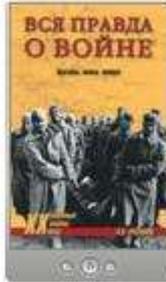
---

<sup>7</sup> <http://www.litres.ru/serii-knig/101-sovet-alpina-publisherz/>

www.litres.ru/pages/biblio\_search/?q=вся+правда

**ЛитРес:** один клик до книги

вся правда

	<a href="#">Вся правда</a> Татьяна Веденская ★★★★★ 24,95 руб. <a href="#">Отложить</a>		<a href="#">Вся правда, вся ложь</a> Татьяна Полякова ★★★★★ 79,90 руб. <a href="#">Отложить</a>		<a href="#">Вся правда о нас</a> Макс Фрай ★★★★★ 176 руб. <a href="#">Отложить</a>
	<a href="#">Вся правда о Джеки</a> Элен Кэнди ★★★★★ недоступно		<a href="#">Вся правда о Гамлете</a> Алексей Зайцев ★★★★★ недоступно		<a href="#">Вся правда о женском оргазме</a> Александр Полев ★★★★★ 109 руб. <a href="#">Отложить</a>
	<a href="#">Вся правда о последнем ...</a> Геннадий Прашкевич ★★★★★ недоступно		<a href="#">Вся правда о лекарствах...</a> Бен Голдакр ★★★★★ 199 руб. <a href="#">Отложить</a>		<a href="#">Вся правда о войне. Причины...</a> Александр Русаков ★★★★★ недоступно
	<a href="#">Вся правда о неправде...</a> Дэн Ариели ★★★★★ 299 руб. <a href="#">Отложить</a>		<a href="#">Вся правда об ИКЕА. Что...</a> Юхан Стенебу ★★★★★ недоступно		<a href="#">Вся правда о личной силе...</a> Роман Масленников... ★★★★★ 288 руб. <a href="#">Отложить</a>

**Персонал от А до Я** . Принцип написания таков: вы раскрываете всю тему настолько, насколько ее знаете. От простого к сложному. Далее отдаете аудио в расшифровку – книга готова. Но об этом позже.

**Азбука инвестирования** . Допустим, вы предприниматель. И вам надоело новым сотрудникам объяснять по 100 раз одно и то же. У меня в пиар-агентстве так было. Я записал все свои лекции на аудио – получились аудио-уроки. Их также расшифровали – получилась книга «Пиарщик на прокачку». Теперь я ее даю прочитать новым людям. Без ее прочтения даже не утруждаю себя разговорами на профессиональные темы. Профит – выигрыш времени.

**Бизнес-роман** . Пишется быстрее всего как автобиография. Далее важный момент. Вашу писанину никто читать не будет. Вы никому не интересны. Это аксиома. А вот ваши выводы из

каждой главы прочтут из вежливости: кратко, по делу, нечто практичное. Именно этим и объясняется, на мой взгляд, успех книги «45 татуировок менеджера».

**Сборник статей.** Тоже может быть электронной книгой. Сколько статей вы написали за вашу карьеру? Ноль? А, ну, тогда нам с вами не по пути. Пока не прослушаете экспресс-курс по личному пиару и брендингу<sup>8</sup>. Там в третьей части, «Активности», есть блок советов по написанию продающих статей. Когда написали, опубликовали – компонуете их в одну книгу и издаете. У меня таким образом вышли довольно популярные книги «Конкретный PR». Обе части пользуются спросом.

**И записи из блога** также запросто превращаются в хорошую электронную книгу. Вы не ведете блог? Ни в ЖЖ, ни на «Эхе Москвы», ни на «Снобе»? Давай, до свидания.

Завели? Годик отвели? По одной записи в неделю минимум. Добавили вступление и заключение, что-то подредактировали – все, книга готова. Халява? Так вообще-то делают и Артемий Лебедев, и Дмитрий «Гоблин» Пучков. А вы чем хуже?

Одно время я думал, смотря на этот залежалый товар у уличных книжных торговцев: «Кто это вторичное дерьмо будет покупать?» Это же уже все читали! Это, в конце концов, есть в Интернете. А потом – бац! – и купил несколько книг «Бизнес и Жизнь» от Андрея Парабеллума. Читал с удовольствием! Несмотря на то, что это были «просто записи из блога». Потом издал такую книгу сам.

Следуйте за Парабеллумом! Вы меня понимаете:) И чем раньше, тем лучше для вас и вашего кошелька.

### **Бомбовое содержание**

На тренинге «Бестселлер на миллион» мы с Александром Белановским заставили будущих писателей применить каждый из этих жанров и записать их под одну обложку. Такие книги нельзя не прочитать!

## **Издание вашей книги**

### **Сначала продай, потом пиши**

Написали книгу, а сил на издание не осталось? Тогда в спокойной обстановке посмотрите видео с мастер-класса вместе со Светланой Грачевой «Зверкой». Там рассказано о новом для меня способе написания и издания книги: «Сначала продай – потом пиши». И об олдскульном, по старинке: «Написал – и проталкиваешь».

А также о моем личном опыте издания первой книги по бизнесу, ставшей впоследствии бестселлером «СуперФирма: от Тинькова до Чичваркина» в крупном издательстве, без связей и без денег. Мне и гонорар заплатили, вот подробности: <http://pr-maslennikov.livejournal.com/660834.html>

Общий смысл такой: когда вы написали книгу, то тащите ее в самое крупное издательство, которое только есть. Я начинал по скромности, с мелких, и потерял два года. «Эксмо» в итоге издало. Надо было сразу туда идти. И вы теперь это знаете.

Крупных издательств в России немного: Эксмо, Манн-Иванов-Фербер, Альпина Паблицер, Питер, Феникс (Ростов-на-Дону) и Олма. Остальные меньше, но можно и туда сунуться, если зубры откажут.

### **Еще одна мотивашка**

Видео с открытого мастер-класса с Александром Белановским, где мы мотивируем на то, что нужно писать книги во что бы то ни стало. И о первых шагах в этом направлении: <http://www.youtube.com/watch?v=xdkwEwcPTI4&list=UUJrspjSqzMRNfpdhiEL2Bw>

Можно прослушивать фоном, даже на быстрой перемотке – информация все равно

---

<sup>8</sup> <http://www.litres.ru/serii-knig/ekspres-kurs-po-lichnomu-breningu-i-piaru/>

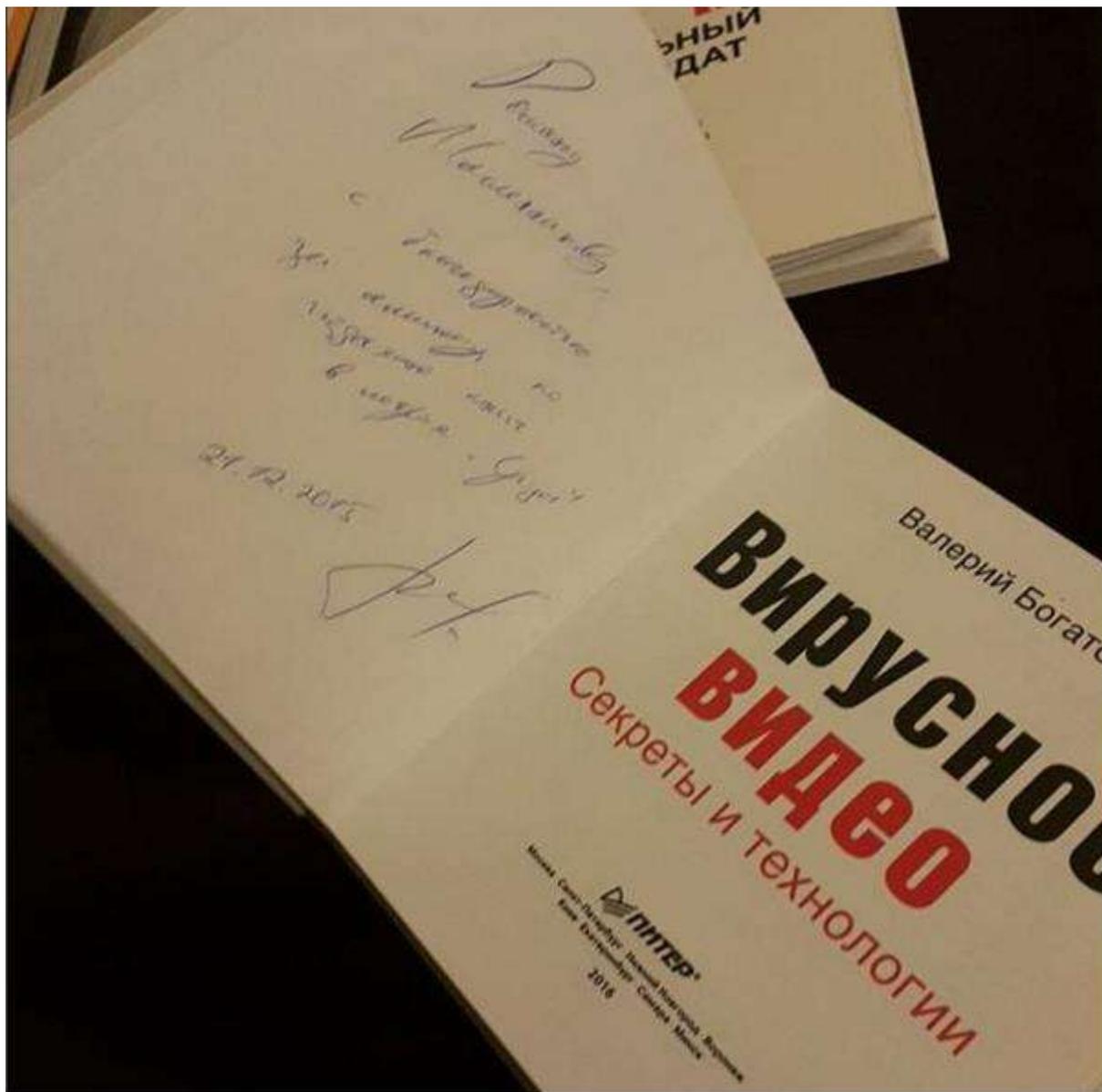
Александр Сергеевич Белановский, Роман Михайлович Масленников: «Бестселлер на миллион. Как написать, издать и раскрутить ваш бестселлер»

«осядет» в ваш мозг, и зерно рано или поздно прорастет. Вот сейчас вы читаете эту книгу. Не знаю, как она к вам попала – на торрентах нашли, за «Спасибо» Сбербанка купили или друг прислал. Вам вообще книга не нужна. Но все, вирус делает свое дело. Вы про свою вообще не задумывались. А теперь все, неизбежность – через год-другой напишете. Спорим?

### Культовый мастер-класс

По итогам этого выступления ко мне подошел спустя год Валерий Богатов и поблагодарил. Он послушал мастер-класс и сам издал, а затем успешно раскрутил книгу о вирусном видео<sup>9</sup>.

Вот автор благодарит меня личной подписью:



Запись выступления на Мастер-группе Московского представительства Инфобизнес2.ру, где я за 3 часа рассказал и про написание, и про издание, и про раскрутку книги: <http://www.youtube.com/watch?v=8TsF89JFi1Y&list=UUJrspjSqzMRNfpdhilEL2Bw>

<sup>9</sup> Вирусное видео. Секреты и технологии – <http://www.ozon.ru/context/detail/id/33395714/>

## Как заработать на книге?

*Да, на издании своей книги можно зарабатывать. Большие деньги. Больше, чем стандартный гонорар (от 10 до 50 тыс. руб.) Как же это делается?*

**Вот все фишки издания книги с прибылью:**

1. Самиздат

2. В издательстве (заявка автора+PR-план)

3. Издание со спонсором, как kniga.mts.ru

4. Издание кандидатских и докторских

диссертаций: <https://www.lap-publishing.com/?locale=ru>

Подробности по ссылке:

<http://www.youtube.com/watch?v=8TsF89JFi1Y&list=UUJrspjSqzMRNfpdhilEL2Bw>

Когда его послушал один мой знакомый начинающий писатель, он сказал так: «Если бы я знал про эти фишки, мне не пришлось бы заключать кабальный договор с издательством, согласно которому я должен выкупить свои книги в случае низкого спроса». Так делать не надо. Это ваше право.

**Вот краткое содержание способов издания вашей книги:**

**Самиздат.** Печатаете книгу в количестве 50 шт. по 100 рублей за экземпляр. Продаете по цене 500 – 1000 руб. за 1 книгу. Профит! Я печатал свои книги в типографии «Наука» (<http://tnauka.ru/>) в Москве на Смоленке и тут: <http://www.n-print.ru/>. Вы можете печатать там, где вас устроят цены и сроки.

В издательстве вам заплатят немного, поэтому лучше взять гонорар книжками по закупочной цене. Теми же прямыми продажами вы заработаете гораздо больше гонорара.

### Фишка «Какую заявку рассмотрят быстрее»

Чтобы у вас взяли книгу в издательстве, обязательно прикладывайте к заявке пиар-план раскрутки книги. Пример заявки автора можно найти на сайте любого издательства в рубрике «Авторам»<sup>10</sup>. А пример пиар-плана я высылаю по запросу.

В ваших же интересах, чтобы пиар-план был воплощен в жизнь. Если вы поняли, о чем я.

### Издание книги со спонсором

Спонсоры у книг бывают следующих видов:

**Частные спонсоры**. Одна моя знакомая, лайф-коуч, загадала, что хочет издать книгу о путешествиях. Запрос во Вселенную, все дела. И тут на частной вечеринке мужчина-у-которого-все-есть спросил, чего же она хочет от жизни? Она сказала, что жаждет издать книгу. Он сказал, чтобы в понедельник позвонила его секретарше. Та позвонила – выписали 200 000 рублей. Книга издана.

**Краудфандинг**<sup>11</sup>. Большинство подобных проектов финансируется сами же авторами – для пиара на крупной площадке. Это нормально. Однако тема продолжает существовать. Значит, это кому-то нужно.

Вот какими площадками вы можете воспользоваться для сбора денег с населения:

✓ <https://planeta.ru>

<sup>10</sup> Вот моя заявка на книгу «Тотальный пиар» в «Альпину» <https://yadi.sk/i/i9YhfTQkhqvfvf>

<sup>11</sup> **Краудфандинг** (народное финансирование, от англ. crowd funding, crowd – «толпа», funding – «финансирование») – это коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций

✓ <https://crowdpublic.ru> – чисто книжная тема + игры

✓ <https://boomstarter.ru> – самый раскрученный сервис

В общем, их много. Почитайте обзор на эту тему<sup>12</sup>, посмотрите специализированный портал <http://crowdsourcing.ru/> и изучите опыт успешных проектов на каждом из ресурсов.

Я издал две книги со спонсором. Один выдал 100 тысяч, другой – полмиллиона. Могли дать и больше, ограничения задавал я сам. Вот какой опыт я извлек:

1. Книга должна быть очень узкоспециализированной. У меня одна книга была про пиар для диджеев, другая – про пиар для аудиторов.

2. Когда понятна аудитория книги, подумайте, кому эта аудитория интересна еще, кроме вас? Диджеи – производителям диджейского оборудования, аудиторы – СРО. Обычно, интересных набирается немного – от 10 до 50, если брать крупных. А брать надо только крупных.

3. Всем массированно звоните – пиарщикам, маркетологам, бренд-менеджерам и, наконец, генеральным директорам. Последних можно найти в Фейсбуке или Линкедине. Лучше это делать в первой половине дня, в начале недели. Мозги свободны, время с утра есть.

4. Кому интересно – обещаете выслать презентацию и назначаете встречу.

5. Подумайте, где тусуется целевая аудитория книги. Диджеи – на диджейском портале. Аудиторы – на Клерке. ру. Что это будет в вашем случае? Повторяю, рассматривайте только крупняк.

6. Спрашивайте, может ли профильный портал быть информационным спонсором вашей книги? Скорее всего, да. Книга – бесплатная. Для портала – это новый формат и контент.

7. Составляете презентацию, где пишете, что может предоставить ваш информационный спонсор. Какой охват, какое количество публикаций, и так далее.

8. Отправляете презентацию спонсорам, являетесь на встречу.

9. Портал может потребовать денег за «размещение рекламы» на обложке вашей книги от вашего спонсора. Я бы не давал. Но можно это сделать, как крайний вариант. Все равно вы заработаете больше в разы.

10. Грамотно отчитайтесь спонсору.

## Раскрутка вашей книги

Материалов на эту тему очень мало. Все почему-то шифруются. Боятся, что выведают все секреты? Я ничего не скрываю. Чем больше авторов узнают про грамотную раскрутку своих книг – тем больше в России будут читать в принципе.

1. 19 способов раскрутки книги, личный опыт и российская специфика: <http://www.litres.ru/roman-maslennikov/superkniga-kak-raskrutit-vashu-knigu-19-rabota-uschih-priemov/>

2. Статья на Составе часть 1 об этом же самом: <http://www.sostav.ru/columns/trandinmarketing/2011/0006/>

3. Статья на Составе часть 2, продолжение про раскрутку книг: <http://www.sostav.ru/columns/trandinmarketing/2011/0007/>

Чтобы не перегружать книгу излишней информацией, копирастить здесь статьи не буду. Знаете, какое дело? Неважно, где вас «зацепит» мысль отложить эту книгу и приняться за свою. Но, по опыту, пусть это будут разные площадки – ЛитРес, Состав, Ютуб.

**Новейшие фишки раскрутки книги**, кроме упомянутых в книге «СуперКнига: Как раскрутить вашу книгу? 19 работающих приемов»:

1) 10 % на благотворительность. Заявляете об этом чуть ли ни на обложке книги. Так сделал Тим Феррис. Мы так сделали с книгой про группу «Мальчишник», заявив отчисления музыкальному детскому дому в Мытищах.

2) Организация имитации запрета книги или, если повезет, сам запрет.

<sup>12</sup> <http://rusbase.com/news/kraudfanding-v-rossii/>

3) Сэмплинг – раздаете книги направо и налево, но строго представителям целевой группы. Фотографируете с обложкой в руках. Постите к себе в соцсети, Инстаграм. И звезд заставляете это делать. Согласятся, куда денутся! Работает: <http://promodj.com/kniga/foto/405255#foto2497647>

Вячеслав Семенчук так делает с книгой про личный бренд. Алекс Лесли. Да много, кто.

4) Экспресс-автограф-сессия. Проводится в книжном вместе с небольшим выступлением. Вот где надо проводить встречи с читателями: книжный дом «Москва» на Тверской или Волхонке, «Московский дом книги» на Новом Арбате, «Библиглобус», «Молодая Гвардия» на Полянке.

5) Отзывы заранее + предисловие. Выписываете 100 людей, которых вы бы хотели видеть рецензентами своей книги. Пишите всем письмо примерно такого содержания:

*XXX, приветствую! Сейчас переиздаю книгу – «Наконец-то знаменит» – про личный бренд.*

*Просьба личная к вам такая будет: в довольно сжатый срок подготовить ваше предисловие. Это примерно 500-1000 знаков с пробелами. Или отзыв – до 100 знаков. Возможно, он попадет на обложку книги.*

*В подписи к отзыву вам рекомендуется написать все ваши регалии и адрес вашего сайта. Как бы реклама. Я не против.*

*Книга будет издана в эл. виде на ЛитРесе, а летом – в печатном виде, возможно Эксмо.*

*Буду ждать ваш ответ до 19 мая, (можно раньше). Очень-очень.*

*А вот и сама книга + обложка. Заранее спасибо!*

*Книга: ...ссылка*

*С уважением, Роман*

Далее их же благодарите по выходу книги. Дарите ее в электронном виде или печатном, каком не жалко. Слухи идут.

За одну ночь я отправил 59 запросов на отзывы-предисловия. В основном через фейсбук и почту. К утру было 5. Потом к сроку еще 10. И позже срока – 15! Все пригодились!

**ПОЛЕЗНЫЕ САЙТЫ** 4-часовой вебинар про издание+раскрутку+написание вашей первой книги. – запись можно купить <http://7531.ru/book-best/kastomarafon/> (расшифровка и все дополнительные материалы у меня есть, высылаются по запросу). Цена **990** руб. Просто полезный сайт для начинающих и профессиональных авторов не только по бизнесу, но и в художке: [http://www.avtoram.com/kak\\_zapisat\\_audioknigu\\_v\\_domashnih\\_usloviyah](http://www.avtoram.com/kak_zapisat_audioknigu_v_domashnih_usloviyah)

## Как издать электронную книгу. Ликбез

Поступает много вопросов, как издать книгу в электронном виде?

Расскажу личный опыт. В целом – проблем вообще нет, смотрите:

1. Есть Проза. ру и Стихи. ру. Но тут вы ничего не получите в плане денег, 99 %.

2. Есть ридеро <https://ridero.ru>, в течение месяца опубликовали мою книгу на Амазоне. Раньше был подобный сервис Буквика, но, по-моему, они свернулись.

3. Если у вас научная литература, вам нужен Ламберт-паблишинг ([lap-publishing.com](http://lap-publishing.com)). Платят в евро.

4. Самый крутой вариант, на мой взгляд, ЛитРес. ру ([www.litres.ru](http://www.litres.ru)). Сейчас там правила таковы: сначала у вас должна выйти печатная книга, а потом уже вы имеете право публиковать ее в электронном виде.

### Что от вас потребуется при публикации электронной книги?

Написать текст в Ворде, нарисовать обложку в качестве по формату, написать синопсис (о чем и для кого книга, плюс отзывы можно, если вы этим озаботились). Назначить цену. И еще поставить возрастное ограничение.

Все это отправляется по адресу обратной связи на ЛитРес. В ответ приходит договор, все подробно заполняете, отправляете на адрес руководителя правового издательского отдела. Я года 3 или даже больше с одной девушкой там общаюсь. Контакты тут не покажу, персональные

данные. Попробуйте попросить у меня в личке. ЛитРес, чем хорош: ваша книжка автоматом попадает на Озон, а там можно отзывы писать, пиарить, в общем уважуха как автору.

Затем происходит обмен физическими экземплярами договоров. И все, дальше можете хоть каждый месяц книгу новую там публиковать.

Кто-то мне говорил, что не получается издаться на ЛитРесе, якобы там сказали, что "у вас нет печатной книги". Не знаю, не знаю. Но в любом случае, выход такой: вам нужно издаться в соавторстве, с тем, кто там уже опубликовался. Например, со мной или с кем-то другим знакомым писателем, кто уже есть на ЛитРесе.

В этом случае весь доход от книги идет к вашему соавтору, старшему, скажем так. На его аккаунт. Но у вас появляется своя страничка на ЛитРесе. ЛитРес. ру/имя... Далее вы уже пишете: «Вот я у вас же уже есть!» И на вторую книгу заключается договор уже с вами. И деньги идут вам. Цены произвольные. Разумные, чтобы покупали. Никто не отменял пред-продаж, рецензирования, промо раздач и раскрутки книги. Об этом я писал ранее.

*Еще можно опубликоваться самостоятельно на Амазоне, без проблем и договорных заморочек, но только на английском языке пока. У меня есть там одна книга, не скажу, что супер-пупер продается, больше для имиджа: [http://www.amazon.com/How-Start-Your-PR-Agency-Russia-ebook/dp/B0090NFN2S/ref=sr\\_1\\_1?ie=UTF8&qid=1436817904&sr=8-1&keywords=roman+maslennikov](http://www.amazon.com/How-Start-Your-PR-Agency-Russia-ebook/dp/B0090NFN2S/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1436817904&sr=8-1&keywords=roman+maslennikov)*

## Как издать печатную книгу в первый раз

Электронная книга, пусть и на Озоне, это все-таки не то, что книга в печатном виде.

Не буду тут рассказывать, как самому делать ISBN (международный стандартный книжный номер), самиздат и прочее. Хотя самиздат очень выгоден! Даже без ISBN. Собственно, рассказывать нечего: сами печатаете книгу и продаете на своих семинарах, встречах, выездных мероприятиях.

Важно издать книгу в нормальном деловом издательстве: **Эксмо**, **МИФ**, **Альпина Паблицер**, **АСТ** (вошло в состав Эксмо), вторая Альпина, Питер, Феникс, Добрая книга. Жирным отметил те, где у меня выходили книги (в Альпине и Эксмо по 2 раза), поэтому расскажу на этом опыте.

1. Во-первых, не ходите по мелким издательствам, как я 2 года. Сразу идите в крупняк.

2. Не платите за издание книги. Если вам не срочно-срочно нужен имидж человека с официально изданной книгой. Цена вопроса тысяч 100 плюс-минус. Плюс вас могут в договоре заставить выкупить весь тираж, если он не распродался через сеть.

Поэтому, если решились издавать печатную книгу за деньги, читайте и правьте договор.

3. Заявку автора нужно заполнять полностью. У каждого издательства она своя, смотрите на сайтах. Но в общем виде, у меня заявка автора выглядела так <https://yadi.sk/i/i9YhfTQkhqvvf>

4. К заявке автора лучше присовокуплять PR-план, это произвольное четкое сочинение на тему «Как вы будете раскручивать вашу книгу». Что придумали, то и пишете. Потом будете делать, не думайте. Пример пиар-плана <https://yadi.sk/i/oy5xXjZchqvk9> + можно еще приложить вашу пресс-справку, например, <https://yadi.sk/d/VEtKZCjwMzs53>

5. Желательно хоть как-то установить личный контакт с редакцией: где-то пересечься, написать в Фейсбук, встретиться глазами, поймать в редакции. Но не как маньяк, а типа случайно. Личное знакомство – хоть опосредованное, через кого-то, но лучше личное – важно.

6. Книга ваша перед выходом в печатном виде может быть опубликована и в электронном. Потом скажут «надо снять», снимите, никаких проблем. Мы так с моим клиентом написали книгу на бизнес-юридическую тематику, она месяца 3 висела на ЛитРесе, ее покупали, качали. А потом я ее предложил в Альпину, и там она вышла через полгода. С ЛитРеса убрали, потом повесили там версию, которая вышла в печати.

Вот, собственно, и все. Все вопросы, считаю, что закрыл. Во всяком случае, мне бы этого точно хватило, если бы я писал, издавал и раскручивал свою первую книгу.

### Вопросы? В кассу!

Если у вас остались вопросы, уточнения, то советую вступить в клуб «Пиариум» и задать

мне бесплатно и публично все имеющиеся у вас вопросы. Членство платное.

Еще вариант получить бесплатную частную консультацию, приобрести напечатанную книгу «Наконец-то знаменит».

И, наконец, последний шанс все понять. Перед вами ниже расшифровка нашего с Александром Белановским тренинга по написанию и раскрутке книги.

## Белановский и Масленников жгут

*Полная стенограмма вебинара, который предварял тренинг «Бестселлер на Миллион»*

**Александр Белановский (А. Б.):** Давайте о сегодняшнем плане действий. Роман, я, наверное, тогда начну. Как мы вчера и говорили, чтобы потом не прерывать тебя, потому что у тебя большая, серьезная, целостная концепция, у меня все немного попроще. Я начну и далее передаю слово Роману, и Роман уже впоследствии вместе с вами продолжит про свои концепции.

Переходим к основной теме нашего разговора – к книгописанию. Весь вопрос книгонаписания начинается с понимания цели, «зачем вам это надо». Роман мне открыл глаза, что можно не только писать книги, не только повышать свою экспертность, но и деньги зарабатывать. До этого я думал, что целей написания книг может быть не так уж и много. Первое – вопрос вашей экспертности. Второе – стать «Богом», как мы с вами это называли: вопрос уважения, почета, славы... Третье, как оказалось, вопрос денег. Четвертое – вопрос саморазвития, личностный рост.

Давайте мы с вами сначала чуть-чуть поговорим про цели. В зависимости от того, какая у вас цель, вы будете подбирать, вы будете изучать, вы будете расти в какой-то профессиональной или художественной области. Если вам нужно повысить свою экспертность, то ваша книга должна нести очень большой процент (больше 80 %) полезного контента. Это если вы собираетесь книгой повысить свою экспертность.

Здесь сразу возникает определенная сложность. Исходя из этого, скорее всего, ваша книга будет довольно скучной. Книгу, в которой только одни полезности, читать довольно сложно. Мозг не успевает засунуть в себя такое количество информации.

Зато ее отлично воспримут эксперты – те, у кого голова квадратная (не круглая, как у всех), к ним в голову вот эта информация отлично влезает, у них осядет, и они будут готовы подтвердить всему миру, что вы являетесь экспертом.

Вторая цель – стать «Богом», чтобы все вокруг прочитали вашу книгу, тыкали в вас пальцем и говорили: «Вы крутой!». В этой книге, хотите вы или нет, но полезного контента должно быть менее 50 %, и более 50 % должно быть эмоций. В этом случае ваша книга читается легко, ваша книга интересна, у вас много отзывов. Но в этом случае эксперты говорят, что вы лох. Потому что вы написали говнокнигу, потому что в ней 50 % воды.

Про эмоции мы еще с вами поговорим, как их включать в книгу и откуда они берутся.

Книга для денег. Целевой аудиторией такой книги являются эксперты, здесь простолюдины, а здесь является тот, кто платит деньги. И фактически в данном случае мы должны угадать, чтобы эту книгу взяли в оборот инвесторы, чтобы мы попали в их струю, чтобы благодаря этой книге они могли каким-то образом раскрутить свое имя, увеличить продажи, показать миру, что они такие крутые...

В этой книге все будет очень сильно зависеть непосредственно от заказчика. Процент полезного контента, процент эмоций здесь очень сильно зависят от переговоров, которые вы ведете. Фактически здесь вы пишете на заказ. Не то, что вам говорят «что, про что и как», а написать книгу и полностью готовую ее втюхать инвесторам, мне кажется, значительно сложнее, чем написать скелет, втюхать инвесторам и докрутить до того, чтобы инвесторы были счастливы и бегали, всем говорили, что у них теперь есть классная книга.

Последний момент: когда вы пишете книгу для своего развития, для своего роста, чтобы вы стали более экспертными, чтобы вы со своей стороны получили максимум дивидендов от труда, максимум удовольствия от труда.

Это может быть любая книга из этих. Но вот здесь я хочу, чтобы вы для себя запомнили

и сделали пометку, что если вот эта цель вот здесь (заказчик – это я), здесь вы эту книгу должны продать самому себе. Вы должны соизмерять себя и покупателей.

**Роман Масленников (Р. М.):** Сложные вещи вы говорите, Александр. Я не успеваю за вашими мыслями.

**А. Б.:** Я сейчас это поясню.

**Р. М.:** Я бы сказал проще. Ваша цель определяется просто. В данном случае – написание книги. Поймите, что в данный момент важнее – себя показать или денег заработать (грубо говоря). Там это уже может подразделяться на разные вещи. Если вы хотите себя показать, вы не задумываетесь о том, как вам эту книгу продать. Если вы хотите денег заработать, тогда здесь нужно сначала исследовать аудиторию. Здесь две глобальные развилки.

**А. Б.:** В какой-то мере, да. Вопрос о развилке, это как раз вопрос ошибки многих. Она заключается в том, что когда мы с вами начинаем делать книгу, тренинг, продукт, услугу и так далее, большинство людей оценивают это все с точки зрения двух параметров.

1-ый параметр. Это меня прет. Это мне нравится. Это то, что приносит мне удовольствие.

2-ой параметр. Я в этом что-то понимаю, у меня есть какие-то результаты. Я могу написать книгу.

Есть еще один параметр, которые многие не учитывают. Параметр называется «востребовано» или «нужно сегодня». Если вы хотите себя в чем-то прокачать, то не забывайте о вопросе востребованности вашего труда. Потому что если вы сегодня напишете офигенно крутую книгу по подводному вязанию, вы там рассмотрите все нержавеющие спицы, которые только могут быть, вы рассмотрите все варианты резиновых перчаток, в которых надо вязать, вы рассмотрите все варианты узоров для той шерсти, которая не размокает в соленой воде, вы приведете кучу примеров людей, которые вяжут целыми сутками под водой, – один хрен, ваш мегабестселлер без этого этапа будет никому не нужен. Вы сами мега прокачаетесь в этом вопросе.

Есть огромное количество людей, которые пытаются продавать, отдавать свои знания другим людям в темах, которые никому не нужны. Они просто не нужны. Но люди думают, что «если меня это прет, если у меня в этом есть результаты, значит, все остальные должны купить».

Когда вы решаете написать свою книгу, которая будет связана с вашим развитием, с вашим личностным ростом, помните, что вы должны учитывать, что это должно быть востребовано аудиторией. Хоть какой-то. Пусть это будет аудитория диджеев, как у Романа. Пусть это будут диджеи, но мы можем с вами описать этих диджеев. Пусть это будут пенсионеры, но мы можем описать этих пенсионеров. Пусть это будет востребовано просто для вязальщиц (не надо для подводных).

Таких людей очень много. Я сразу хочу вас предостеречь: если вы решили написать сценарий, я пишу для себя, я вкладываюсь туда со всей энергией, я отдаю в эту книгу всю свою страсть, всю мою любовь к какому-то делу, помните, что сначала нужно понять: оно кому-то кроме вас нужно?

Я вам дам простой тест, который только может быть. Возьмите свой телефон, возьмите в телефоне первых 100 человек, которые у вас есть. По статистике у одного человека в среднем в районе 120 более или менее постоянных контактов. Мы с вами регулярно за счет соцсетей в течение месяца общаемся примерно со 100–120 людьми. Отправьте всем подряд смс, маме, сыну, учительнице, дочери, врачу, «Вам интересна книга по подводному вязанию?». И посмотрите, сколько «Да» в ответ придет. Это маленький тест, если вы думаете, что это для всех.

Если вы знаете диджеев, зайдите на сайт диджеев и напишите «Кому интересна книга «Как пропиариться диджею?»» Если вы пишете для шахматистов, зайдите на сайты шахматистов и напишите: «Кому интересна книга «Как стать великим шахматистом?». «101 способ стать великим шахматистом на Эльбрусе», «10 ошибок игры в шахматы на Эльбрусе», «Забыли кислородную маску, а дети умерли».

Следующее, что мы разберем – вопрос о целевой аудитории. Нужно составить портрет вашей целевой аудитории, на кого в конечном итоге это рассчитано. Если это инвестор, вы должны здесь прописать инвестора. Если это диджей, вы должны описать диджея. Если это

пенсионер, вы должны описать пенсионера...

Когда мы описали портрет целевой аудитории, далее мы выясняем проблемы, связанные с темой нашей книги. Поняв проблемы, поняв, что мы умеем, мы кое-как определяемся с тематикой нашей книги.

Сразу хочу вам сказать, что многие этот анализ не делают и в принципе они попадают в струю. Если вы хорошо разбираетесь в том, как хорошо кролики размножаются в неволе, вы можете написать замечательную книгу «101 проблема размножения кроликов в неволе». Скорее всего, будет какая-то целевая аудитория для этой книги.

Если мы с вами начали говорить по полной программе, то я вам говорю по полной программе: из портрета целевой аудитории вытекают проблемы этой аудитории, и из этого вытекает тема.

Итак, мы с вами выбрали тему. Теперь я расскажу авторскую методику. Она может быть где-то спорная, но работает на 100 %. Мы с вами выбрали тему, на которую мы будем писать книгу. Напишите какие-то примеры ваших тем.

*«Женщина на миллион»*

*«Стиль на миллион»*

*«Продажи на миллион»*

*И другие.*

**А. Б.:** Прекрасно, просто замечательно. Сейчас мы с вами все вместе будем генерить идею на счет «Женщины на миллион». Вы берете много листов А4. Дальше вы эти листы А4 разделяете через каждые 2 см. Потом ручкой в каждой строчке я начинаю писать одну мысль, связанную с темой «Женщина на миллион».

Мы сейчас все вместе думаем, что вам приходит в голову, как сделать «Женщину на миллион». Думаем, а когда я скажу «можно», пишем. Пока я пишу первое, что мне пришло в голову: внешний вид одежды на миллион, как одеваться на миллион.

Второе, косметика, уход за телом на миллион (косметология, различные украшения, штукатурка на лице и так дальше). Как мы должны выглядеть, а не одежда.

Третье, это образ жизни (лайфстайл) на миллион. Какие-то действия, которые всем показывают, что она на миллион.

Четвертое, откуда она взяла миллион? Она могла его заработать сама, какие-то вопросы заработка, бизнеса.

Пятое, это ей может дать муж. Нашла себе такого мужа (сожителя), который ей каждый раз дает по миллиону. Это муж (сожитель), лох. Как развести мужика на то, чтобы он вам дал миллион?

Шестое, круг общения. Если это женщина на миллион, у нее должен быть и круг общения на миллион.

Вот теперь пишите ваши идеи, которые приходят вам в голову. В каждую строчку мы вписываем по одной мысли, что вам приходит в голову по теме «Женщина на миллион».

*Любовники.* Любовники есть.

*Муж – лох. Сожитель – лох.* Может быть несколько любовников. Сосать с разных людей – хорошая идея, мне нравится идея. Генерируем, чтобы вы поняли идею.

*Образование.* Отлично. Даже если она приехала из деревни Чернушка на реке Лохушка, тем не менее, она должна показать, что она учиться в высшем учебном заведении.

*Подача себя.* Размыто. Давайте более простые вещи. Образ мыслей – это мировоззрение на миллион.

*Тайные желания.* Отлично! Тайны женщины на миллион – прекрасно!

*Цели.* Отлично!

*Статус в обществе.* Это написали уже.

*Место жительства. Тачка.* Это материальные ценности, социальные доказательства, что я на миллион. Отлично.

*Окружение.* Окружение мы уже писали – круг общения.

*Уверенность.* Уверенность – не для миллионерши. Прекрасно. Еще.

*Увлечение, хобби.* Прекрасно. Обязательно должна быть говнюшная собачка, я их называю дрожалочками, с которой она ходит на руках, а это говнище трясется и на всех

тявкает. Это хобби, какие-то увлечения – собачка-говнодрожалочка.

*Секс на миллион.* Напишем «секс на миллион». Жена приезжает из Сочи в новой норковой шубе. Муж спрашивает: «Где шубу взяла?». Она говорит: «Я собой торговала на пляже». «Ты что, старая, я за тебя больше 20 копеек не дал бы». «А я и не брала».

*Характер.* Отлично. Характер на миллион.

Смотрите, таких пунктов вы должны написать 100. На одном листочке помещается 20. У вас должно быть 5 листов, исписанных всем, что вам приходит в голову на вашу тему.

Мы с вами написали 5 листов. Дальше мы берем ножницы и разрезаем. Получилось 100 лапшичек. Для того чтобы вы полностью погрузились, вошли в тему, и из вас начали фонтанировать просто инсайты, фонтанировать идеи, чтобы вы начали быть максимально оперативным, советую делать на бумажечках, а не на компьютере. Вы их трогаете, информация идет в мозг. Вы их каждый раз читаете, вы каждый раз смотрите на них. И когда вы их перебираете, вы погружаетесь в обстановку.

Затем вы эти бумажечки раскладываете по группам. Внешний вид, косметика, здоровье – это у нас первая.

Здоровый образ жизни (лайфстайл) – вторая.

Круг общения – нет. Цели – нет. Хобби, увлечение – это второе, к лайфстайлу. Социальные доказательства – это второе, к лайфстайлу. Тайны – нет. Мировоззрение – нет. Образование – нет. Несколько любовников – нет.

Муж лох – это третье. Несколько любовников – это третье. Круг общения – это третье. И может быть четвертое – бизнес. Заработок – четвертое. Цели – это четвертое. Секс – это третье.

Мы всю информацию раскладываем по кучкам. Пока мы не анализируем, а выполняем тупую механическую работу. У нас получается несколько кучек, предположим, пять. Здесь – окружение, личные отношения. Здесь – бизнес и деньги. Здесь – здоровье. Здесь – лайфстайл. Здесь – образование, мышление, тайны и так далее.

Я забыл сказать: когда вы будете писать эти бумажечки, то вы заткнетесь где-то на 48 – 52-ой. У вас мысль закончится вообще наглухо. Вам будет казаться, что больше придумать ничего нельзя.

Вы для этого просто перестаете думать об этом до завтра. У нас работает метод Скарлетт «Мы подумаем об этом завтра». Завтра утром вы встали, позавтракали и вот эти бумажечки сложили и прямо взяли и засунули себе в карман. Приехали на работу, достали и еще раз пересмотрели. Вы увидите, что завтра вы придумаете еще 10 тем, послезавтра – еще 10. Возможно, кто-то вам что-то подскажет, спросите.

Когда вы разложили на кучки, у вас начнут приходить инсайты – озарения. У вас начнут добавляться темы. Это все на уровне кучек. Вы добавляете бумажечки. На это обычно уходит 2–3 дня.

В конечном итоге вы иссякли генерировать идеи, как женщине стать миллионером. Вы перестали соображать на другие темы. Вы целыми днями ходите и думаете, как же эта дура стала миллионером, если она такая тупая? Может быть, ей еще что-то сделать? Броситься под машину миллионеру и так далее.

В конечном итоге вы придумали все, что могли придумать. Все это уже разложено по кучкам. И только теперь мы с вами открываем компьютер и пишем:

1. Здоровье. Пока без заголовков начинаем выписывать в компьютер все, что мы придумали по этой теме.

2. Окружение, личные отношения. И переписываем в компьютер.

Когда вы будете переписывать в компьютер, самое смешное – вам опять полезут инсайты. Вы опять что-то будете еще добавлять, потому что вы два дня только об это и думаете, вы с этими бумажками спать ложитесь. Кто-то говорил, что мой способ простой. Это непросто. К вам опять приходит инсайт, и у вас в итоге получается шесть больших блоков, написанных в компьютере.

Только теперь мы включаем мозги, только теперь мы включаем голову. До этого мы все, что лезет в голову на заданную тему, сюда записываем. И дальше все мысли, которые у нас с вами есть, мы делим на 3 категории.

1 категория. «Знаю на 5+».

2 категория. «Знаю на 3».

3 категория. «Не знаю».

4 категория. «Не хочу знать».

Женщина-миллионер! Но «101 способ натрахать себе миллион» – я не хочу этого знать. Когда я перехожу в вопрос личных отношений, и как подсказывал нам кто-то, что нужно натрахать себе миллион – вот это я не хочу знать. Я не буду это использовать в своей книге, это не нужная информация. Мы вычеркиваем эту информацию. Для нашей книги это не подходит, мы не полезем в эту тему.

У нас остается 3 категории:

1. Я что-то знаю на 5+.

2. Я что-то знаю на 3.

3. Я чего-то не знаю.

Абсолютно неважно, в каких пропорциях. Дальше мы с вами те, которые знаем на 5+, не трогаем пока вообще. Мы отдельно выписываем те, которые знаем на 3, отдельно выписываем те, которые не знаем.

Дальше те, которые знаем на 3, мы мощными прыжками бежим в ближайший книжный и покупаем минимум 10 книг на эту тему. Дальше мы берем самую толстую книгу, ее читаем и конспектируем, читаем и конспектируем, читаем и конспектируем.

Потом мы берем книгу потоньше – читаем, и вдруг вы увидите... Первую книгу вы прочтете на 100 % и законспектируете. Хотя если вы что-то уже знаете, тогда вы прочтете ее процентов на 70. Вторую книгу вы прочтете только 40 %, а 60 % пролистаете. Потому что 60 % были в первой книге. Третью книгу вы прочтете в лучшем случае на 15 %, четвертую – на 5 %, пятую – на 3–5% и десятую в лучшем случае 1–2%. Практически это метод скорочтения. Это можно сделать буквально за 2–3 дня.

У вас получается конспект того, что думают на эти темы, которые вы знаете на троечку, мировые умы. Исходя из этого, вы резко прокачиваете свою экспертность на эту тему. У вас получается какой-то конспект – мешанина из всех книг. Вы берете темы, в которых плохо разбираетесь и, исходя из этого конспекта (вот здесь очень важный момент, прошу вас этот момент учитывать), вы берете то, что вам нужно знать из того, что вы знаете на троечку, и начинаете это дело пропускать через свой личный собственный опыт или опыт своих друзей, знакомых, окружения и так далее.

Как ни странно, вы почти любой информации найдете подтверждение в своей собственной жизни, если вы связаны с этой темой. Книжки как бы вам указывают, где вы с этим сталкивались в жизни. Этот момент очень важный. Мы не занимаемся тем, что мы перепеваем чужие книжки.

С одной стороны нет уникальной информации, что любой самый заумский писатель что-то откуда-то взял, какие-то идеи, какие-то мысли, какие-то примеры...

С другой стороны, мы должны пропустить это через себя, через свою жизнь, чтобы это был уникальный контент. Мы это пропускаем через себя, через свое окружение, через свой мир. Мы находим подтверждения, доказательства. Кстати, какая-то информация пойдет вам в пику, и вы скажете: «Я с этим не согласен». Отлично, прекрасно, она вам не нужна. Вы берете только то, что подтверждается вашей собственной личной жизнью, что вы пропустили через себя, через свое мировоззрение. И вы закрываете вопрос троечки с плюсом.

Теперь у нас остается не закрытым вопрос слова «не знаю». Тема есть, но я ее не знаю. К сожалению, с ней пропустить через себя книжки плохо получается. Согласны? Если меня сейчас Роман попросит написать книгу «Как раскрутиться диджею», я процентов 15–20 думаю, что я накаю общих вещей, но конкретного контента я не знаю. И даже если я его прочту, то у меня нет ни одного диджея в округе.

У меня и голос, и слух идеальные – их нет. У меня проблемы со слухом. Когда я пою, деревья вянут и зима настает на улице. Вот с диджеями, чтобы я там ни прочитал во всех книгах про диджеев, это будет пересказ чужого, это не будет мое.

Исходя из этого, мы здесь с вами получаем два варианта развития события.

Первый вариант развития события. Он простой, это соавтор. Я вспоминаю, что у меня есть

отличный друг Роман Масленников. Я ему звоню: «Рома, ты давно хотел написать книгу «Как диджею выступать на подводной лодке». Я все знаю про подводную лодку, но ничего не знаю про диджеев. Ты можешь мне помочь написать блог про диджеев?». Роман говорит: «Не вопрос, если ты мне дашь билет на подводную лодку». Мы с ним договариваемся, и я нахожу соавтора.

С соавтором работаем по той же схеме. С ним садимся, но за них все делаем мы.

Второй путь. Он более сложный, но более прикольный – это прожить, внедрить в жизнь. Это более долго. Вы, наверняка, много раз читали, что многие писатели перед тем как написать какой-то конкретный роман уезжают в страну. Например, автор «Ангелов и демонов» Дэн Браун куда-то уезжает, изучает миллионы всяких подробностей, приглашает к себе кучу экспертов, с ними живет, разговаривает...

Это надо прожить. Это дольше, но тогда книга будет круче. Быстрее найти соавтора.

Первый блок мы пока не трогали. Второй блок мы знаем, но не до конца. Мы резко его прокачали за 2–3 дня. Третий блок: быстро нашли соавтора, не быстро – придется просто прожить или прожить с кем-то рядом. Я никогда не стану диджеем, но я могу на месяц-полтора пристроиться к какому-то диджею и прожить с ним это время.

У нас с вами вырисовываются определенные блоки книги, в которых есть ГЛАВЫ. В каждой ГЛАВЕ есть какие-то ПОДГЛАВЫ, которые мы уже знаем, в которых мы уверены в себе.

Дальше мы начинаем выбирать один из вариантов, как это все превратить в оглавление. В оглавление это все превращается довольно просто. Вы пишете название какой-то главы «Здоровье. Красота» и дальше начинаете выписывать по какой-то логической цепочке. У женщин с логикой проблемы, и в соревновании по женской логике обычно побеждает генератор случайных мыслей.

Постарайтесь придерживаться хотя бы какой-то логики. Давайте мы попробуем придерживаться логики «от голого к одетому». Сначала физические упражнения (занятия телом), потом процедуры и косметология, потом белье, костюмы, бижутерия, украшательство. Дальше – верхняя одежда, обувь.

Выстраиваем какую-то логическую цепочку. У нас есть глава «Здоровье. Красота», как мы управляем своим телом, как мы мажемся вонючками, какое белье мы надеваем, какие трусы (красные), какая у нас одежда.

Одежда, бижутерия, украшательство, обувь – все это есть. Но выглядит это не очень презентабельно. С точки зрения заголовков оно как-то хреновенько выглядит. Оно у нас получилось не продающее.

Учиться писать правильные продающие заголовки – целая наука, и вряд ли вы сможете это сделать быстро. Поэтому если вы берете женскую тему, заходите на сайт [kosmopolit.ru](http://kosmopolit.ru), смотрите заголовки, которые уже были придуманы.

Категорически нельзя воровать чужое на 100 %, но моделировать можно. Берете заголовок, который касается красоты и здоровья, они бывают очень прикольные. Если хотите – придумайте сами. «Красота и здоровье на миллион без вложений», «Как не вложив ни копейки, стать самой красивой и здоровой», «Как ни разу не видя тренажер, поедая все подряд, мучное, жирное и ни копейки никуда не вложив, стать самой красивой». Я вам советую изучать чужие заголовки и моделировать.

У нас с вами получился блок и основные темы этого блока.

Дальше мы идем двумя путями. Первый путь называется «Ленин в Шушенском». Вы от всех запираетесь, уезжаете куда-нибудь, берете с собой ноутбук или компьютер, или пишущую машину и бумагу, или перо и чернильницу, закрываетесь от всего мира и начинаете писать. Темы у вас есть, и вы пишете, пока «рука бойца колоть устала».

Второй вариант – это Лев Толстой, он жил в Льве Толстом (так сейчас называется). У Льва Толстого была жена, он ей диктовал, она писала. Этот вариант использовался даже тогда, давно. Вы сами выбираете вариант, как вы хотите: хотите перышком и чернильницей, хотите – через кого-то.

Вы берете диктофон или включаете запись на компьютере. Вы собираете вебинарчик. Если вы такой махровый законченный интроверт, возьмите диктофон и выключите свет.

Начинаете рассказывать все, что вы знаете на эти подтемы: про тело, про косметику, про белье, про одежду, про верхнюю одежду, про аксессуары, про обувь. Рассказываете до тех пор, пока у вас уже нечего будет рассказать. Рассказываете до тех пор, пока у вас мысль не закончилась. Рассказываете до тех пор, пока вы уже не знаете, как за уши что-то притащить. Вы рассказываете все, что только можете рассказать на эту тему. Тем более что вы эту тему уже должны знать на 5+.

Далее вы берете эту запись и отдаете ее какому-то райтеру. Обычно это стоит около 30–50 рублей за 1 минуту расшифровки. Час вашего разговора будет стоить около двух тысяч рублей. Я вам советую сразу отдавать копирайтеру, чтобы из записи сразу делали что-то читаемое. В итоге вы получаете хоть как-то чуть-чуть откопированный текст.

Вы получаете текст, и дальше вы опять уходите в подводный режим, тратите на это день, полтора. Вы все это вычитываете, правите, исправляете, где копирайтер вас неправильно понял, и так далее.

Давайте вернемся к началу. Сначала мы ставим какую-то цель, зачем нам эта книга, для кого мы ее пишем. Потом мы должны понять целевую аудиторию, кто будет ее читать. Исходя из целевой аудитории, мы выявляем проблему, которую она должна закрыть. После этого мы генерируем общее название и начинаем фигачить все темы, которые приходят к нам в голову, для того чтобы решить эту проблему.

Дальше, мы откидываем информацию, которую не будем использовать и остальную информацию делим на 3 блока: которую мы полностью знаем сами, в которой нам надо быстро прокачаться и которую нам надо прожить.

Далее мы составляем полное оглавление. По оглавлению мы ручками или голосом надиктовываем и записываем. Фактически у нас с вами появляется классная, качественная, готовая книга.

Теперь из моего опыта. 200 страниц полноценного текста в конечном итоге – это нормальный размер, который принимает издательство, который они еще и перережут. Это около 25–35 часов разговоров.

По времени, если мне надо быстро, то делаю несколько кастомарафонов и еще несколько глав надиктовываю отдельно. Фактически у меня на процесс подготовки главы может уйти неделя-полторы. И весь материал есть. Если мне быстро не надо, я могу сделать большой тренинг. Тогда контент более интересен, более качественный (я к каждому уроку готовлюсь). И тогда у меня на это уходит месяц-полтора. На написание еще уходит около месяца. Дальше уже все зависит от издательства.

Я передаю слово величайшему джину Роману Масленникову, который расскажет нам свои секреты написания, плюс расскажет нам с вами, как ее продвигать, как ее продавать...

**Р. М.:** Всем привет, друзья. Для начала я хотел бы у вас спросить, какую сферу вы представляете, кто вы, и на какую тему будет ваша книжка. Может быть, уже знаете название, «10 ошибок» или «100 процентов», или «От А до Я», или кто-то художественный бестселлер пишет.

Пока вы представляетесь, расскажу про три способа написания книги, которые вчера я вам озвучивал, и сегодня я немножко дополню. Если коротко говорить о плане сегодняшнего занятия, то мы рассмотрим 3 блока: как книжку написать, как ее издать и приемы раскрутки книжки. Без этих трех важных элементов книжка не дойдет до вашего читателя. Вы ее написали, но она в столе, нигде никогда не издана.

Она не будет работать ни на кого. Книжка издана, лежит у вас на полке или находится у вас в руках, вы ее видите, вам приятно, но она не работает. Вам начинает звонить издательство: «Ты нам так классно расписал свою книжку, а почему она не продается?» Ты начинаешь вертеться как уж на сковородке, и, в конечном итоге, можно дойти до такой стадии, когда издательство говорит: «Выкупай свои книжки».

Желательно до такой ситуации не доводить еще до начала заключения контракта с издательством. У меня на мастер-группе московского представительства, когда я там выступал, был клиент (мой партнер), у него недавно вышла книжка узкоспециализированная. Он ко мне потом подошел и сказал: «Если бы я слушал твой мастер-класс раньше, то мне не пришлось бы

с моим издательством заключать кабальный договор. Я книжку написал, издал, и в договоре написано: «Если книжка не продается за полгода, то я обязан буду выкупить ее обратно».

Такие договоры ни в коем случае нельзя заключать. Покажите знакомому с этой темой юристу, чтобы он всю кабальщину вычеркнул. Никогда не соглашайтесь на такие условия.

Сразу скажу, что многие из вас, может быть, уже в такой ситуации находятся, когда у них пачка книг, они смотрят на нее и не знают, что с ними делать. Многие из вас, надеюсь, как тот мой партнер в стадии чтения книги, которая вам пришла бонусом к этому касту марафона. Называется она «СуперКнига. 19 способов раскрутки вашей книги». Если вы внимательно прочтете, то перед вами не будет стоять проблема раскрутки.

Сегодня я вам поведаю новейшие способы раскрутки книги, которые буквально апробированы и сейчас в данный момент апробируются и доказывают высочайшую эффективность. Все остальные вы прочтете в «19 способах».

Сегодня будет еще один сюрприз. Я вам подготовил сборник статей, сборник ссылок, где можно почитать бесплатно все материалы по написанию книжек.

*Ошибки при внедрении IT-системы.*

*Миллионер за час.*

*Руководство к действию.* Отлично. Уточните, миллионер долларový или евроový.

*Бизнес в Германии от А до Я.*

*Путеводитель грудного вскармливания.*

*Туризм.* Туризм интересно, в какой области.

*Копирайтер. 10 проблем бизнес сайтов.*

*Отношение родителей и детей.* Достаточно прикольно.

*Здоровье.*

Отлично, все понятно.

Я сейчас расскажу 7 способов написания книжки. Вчера вы услышали три. Сейчас я их расширю и дополню. Надеюсь, что хотя бы один после сегодняшнего мастер-класса у вас сработает, и вы доведете его до конца. А через полгода напишите и во всех семи жанрах.

«101 совет» вчера мы разбирали, 10 блоков по 10 советов. Вы берете вашу тему и нарежете на мелкие кусочки. Я нарезал на персональный пиар, черный пиар, пиар в Интернете, пиар в печатных СМИ, пиар ваших публичных выступлений и так далее.

Ваша тема нарезается на 10 разных кусочков. Возьмем тему «Психология». Эта тема тоже режется на социальную психология, личную психологию, психологию HR...

Например, тема «Новая IT-система» нарезается на «как начать», «как продолжить», «как внедрить», «как это сделать так, чтобы сотрудники внедрились это в IT-систему», «как сделать, чтобы руководитель принял»...

Туризм нарезается на 10 советов: «Как спланировать ваше путешествие», «Как сделать ваше путешествие безопасным», «Как закончить путешествие», «Как распланировать бюджет путешествия»...

По всем этим темам я сам прошелся. Я написал книжку «101 совет и не 1».

Следующий способ «Вся правда о...», его культивирует писатель Михаил Веллер, автор выражения «Макай свое перо в правду». Лучшая книжка та, которая будет написана на реальном живом материале и вскроет какие-то тайные ходы, тонкости, секреты, может быть, разоблачит кого-то. И соответственно, чем сенсационнее будет материал, тем книжка будет интереснее.

Он приводит такой пример. К нему на консультацию пришел бизнесмен, бывший директор овощебазы и говорит:

– Михаил, хочу стать писателем. Подскажи, что делать.

– А ты вообще писать умеешь?

– Нет, не умею.

– Что ты умеешь делать? Что ты знаешь в этой жизни? Михаил ему задает конкретный вопрос.

– Я 30 лет работал директором овощебазы.

– Отлично, про это и напиши книжку.

– А что писать?

– Опиши все, как было.

Директор овощебазы написал книжку про все откаты, про все кумовство, перевесы, обвесы, про протухшие продукты. Такое классное разоблачение, журналистский памфлет, только в книжке. По этой книжке посадили несколько директоров овощебаз в СССР. Они читали книжку, увидели, как работала эта система. Стали гоняться за директором овощебазы, но он успел уехать в Израиль. Получил большой гонорар, потому что книжка стала бестселлером. Выдали гонорар, сказали: «Ты крутой писатель. Пиши еще».

Он на эти деньги эмигрировал в Израиль. Правоохранительные органы его так и не нашли. Зато книжка реально стала хитом. Это иллюстрация выражения «Макай перо в правду».

Я не предлагаю вам вскрывать все разоблачения. Но если вы решитесь на это, то это потенциально будет супер бестселлер. Запомните формулу «Вся правда о...». Чем будет правдивее она написана, тем лучше. Не бойтесь, что что-то такое произойдет. Вы же работаете по Интернету, вас не достанут, ребята. Зато у вас будет куча благодарных читателей и клиентов.

Сразу посоветую вам 2 книжки по писательству от Михаила Веллера. Он там рекомендует, как писать художественные книги. Этот способ с докруткой я сегодня дам. Очень важные книжки «Слово и судьба» и «Слово и профессия». Я взахлеб читал эти два труда от Михаила Веллера. Мне посоветовал это прочитать мой любимый писатель Андрей Рубанов. «Сажайте и вырастет» – это его авантюрный роман, он написал о том, как он сидел в тюрьме всю правду, это тоже стало бестселлером. Потом он еще написал 10 книг, и я решил с ним встретиться.

Я брал интервью у Андрея Рубанова. Это тоже в моей книжке «157 интервью с директорами PR-агентств» есть, и там бонусом даются интервью с интересными людьми. Он мне говорит: «Прочитай Веллера. Ты что, не читал?». Обратите внимание на две книжки Веллера «Слово и судьба» и «Слово и профессия».

Следующая формула «от А до Я». Вы встречали множество таких книжек, в том числе Александр Белановский «Персонал от А до Я», «Пиар от А до Я», «Продажи от А до Я».

Самый простой способ написания такой книги – включить диктофон или Ютуб и просто выдать вообще все, что вы знаете по этой теме. Этот формат называется «марафонский семинар», 5-10 часов уходит на то, чтобы изложить все, что вы знаете по этой теме. Пишите себе план того, что вы будете излагать. Все, что вы знаете по туризму, по психологии, по отношениям матери и ребенка, просто нажимаете «record» и начинаете излагать.

Когда я услышал про этот способ, я уточнял, может что-то придержать на «сладкое». Может все не рассказывать? Великий учитель Андрей «Дартвейдерович» Парабеллум посоветовал: «На «сладкое» – нет. Излагай все, что знаешь».

Меньше шести часов я не советую такие вещи проводить. Реально и материала будет мало, не наберется на книжку. Поэтому настройтесь на шестичасовое говорение, запаситесь теплой водой без газа и начинайте наговаривать по плану все, что вы знаете по этой книжке. В итоге получается достаточно неплохой по объему материал для книжки «От А до Я».

Дальше возникает вопрос: кто будет читать мой надиктованный бред? Литературный редактор сделает из этого конфетку. Литературный редактор не обязательно должен быть какой-то сверхгениальный. Я нашел своего редактора на обычном сайте [frilans.ru](http://frilans.ru). После нескольких собеседований я понял, что это вменяемый человек. Она все мои 15 книг редактировала. Не только мои, но и моих клиентов.

Когда вы выбираете редактора, сразу дайте ему тестовое задание. Если вас устраивает результат, вы с ним продолжаете работать.

Не советую брать редакторов-самоучек. Они всегда опираются на свою интуицию, а русский язык – ноль интуиции, жесткие литературные правила. Литературный редактор лучше с филологическим образованием.

Запланируйте себе наговорить по вашей теме не менее 5 часов. У меня есть еще один пример, когда человек очень косноязычный, но книжка нереально классная. Там круто поработала редактор.

Наберите в интернете «Евгений Гильбо», посмотрите любые его видеоролики. Человек реально крутой, бывший советник вице-премьера нашей страны. Говорит реально отвратно, нужно привыкнуть, чтобы слушать его в прямом эфире. У него есть книжка «Постиндустриальный переход», сделанная на основе его выступлений, круто написанная. Вы читаете и видите, что ничего лишнего, ноль воды.

Я перенял его стиль и в таком стиле написал книжку «СуперДиджей». Я за основу брал статьи, правдивые, честные вещи. Редактор поработала круто.

Следующий способ: «Что-то на 100 %». Друзья, вы берете, и вашу тему делаете на 100 %. «Пиар на 100 %», «Маркетинг на 100 %», «Продажи на 100 %». Я вам советую правдивую книжку, если чувствуете, что правда зашкаливает, назвать «На 100 процентов» – это рабочая формула. Если вы чувствуете, что эта формула не подходит, тогда пускай это будет не формулой. «101 совет», «Вся правда о...», «От А до Я» и «На 100 процентов».

Еще один способ – сборник статей. У нас по такому принципу вышло 2 книжки: «Суперконсалтинг», другая «Суперконсалтинг 2». Статьи мы писали в течение трех лет. Это были «Вестники», «PR в аудите и бухгалтерских услугах».

В каждом «Вестнике» мы разбирали одну животрепещущую проблему. Например, «Дизайн аудиторской компании». Мы самостоятельно не писали статью, а брали экспертов по этой теме и делали по ним опрос: «Как вы думаете, каким должен быть дизайн в аудиторской компании». Мы подключали очень крутых экспертов, включая компании BBDO и Y&R, все охотно отвечали на вопросы. Получалась хорошая статья.

Следующий «Вестник» был посвящен продажам аудиторских услуг. Здесь мы опросили лучших специалистов по продажам, которые работают в отделах развития аудиторских фирм. Все они дали обратную связь.

Мы запаковали, получился хороший «Вестник». Их мы накопили за 3 года порядка 15. Потом еще раз подредактировали, упаковали под одну обложку, от простого к сложному. Потом под каждой статьей написали выжимку, что еще почитать по этой теме. Дали один золотой совет, который касается дизайна, продаж или еще чего-то.

Получилась интересная книжка. Издатели называют «книжка, интересная на пролист». Если вы берете такую книжечку и вот так ее листаете, видите картинку, вставку, цитату, выжимку, ссылку к чему-то. Книга многоформатная, не просто текст. Мы любим читать книжку с картинками, какими бы взрослыми мы ни были людьми.

Если вы не Харуки Мураками, не Виктор Пелевин, то просто текстом вы не зацепите. Какая-то мультиформатность должна быть внутри. Вот этими полезными ссылочками внутри статьи мы обеспечили другой чуть-чуть формат подачи, и глаз цеплялся за эту книжку. Люди соответственно ее прочитывали. Кому-то было интересно по продажам советы узнать, кому-то было интересно получить дополнительную литературу по фирменному стилю. В целом книжка была растащена вот этими маленькими вниманием и стала своего рода бестселлером в этой маленькой области.

Принцип упорядочивания статей – от простого к сложному. Если эта книжка – сборник статей, начинаем с простых вещей и заканчиваем мощным грузилом, экзистенцией, философией и в таком духе. Добавляем ссылки, источники, цитаты и в конце каждой главы выжимки. Тогда это будет интересно читать.

Маленькая хитрость. Когда вы подаете вашу книжку как сборник статей, и эти статьи написаны не вами, а экспертами, то у этих экспертов, пока вы готовите книжку к изданию, могут смениться должности. Например, на момент выхода книги в Интернет-компания «Декарт» сменился какой-то директор по продажам, компания стала называться по-другому. Поэтому чтобы вам не переделывать все, вы делаете сноску, желательно в самом начале: «Все названия компаний, должности и имена людей приведены на момент подготовки книги». И вот эта строчка уберегает вас от кучи острых стрел, когда надо поправлять должности, названия компаний и так далее.

Сборник статей. Вы собираете под одну обложку все статьи, которые были у вас написаны по этой теме. Это могут быть посты из вашего блога. Так делал Дмитрий Пучков. Он взял посты по какой-то теме и запихал под одну обложку, издали эту книжку в Питерском издательстве «Крылов и партнеры». Человек звездный, люди все его знают, поэтому книжка

враз разошлась.

Пакуйте все лучшие статьи. В блоге можно посмотреть, какие статьи чаще всего комментируют, и их добавить в первую очередь в эту книжку. Если это электронная книжка, объем может быть нереально большой (до 1000 страниц). Если книга будет печататься, оптимальный объем интервью, сборников статей и т. д. – 200 страниц А4 12 шрифтом. Это нормальный объем для печатной книжки.

Следующий важный момент. Вам необходимо сделать заголовки ваших статей цепляющими. Нельзя буквально копировать из вашего блога. Лучше переделать название каждой статьи. Множество людей, 70 %, начинают читать книжки с оглавления. Раньше оглавление было в конце, сейчас оглавления стали переносить в начало. Потому что человек понимает, если оглавление ему интересно, он будет читать дальше. Более того, из оглавления может быть понятно, что вы хотите в этой книжке сказать.

Я недавно читал книжку Дэна Кеннеди «Как заработать миллионы на своих идеях». Я уже из оглавления нарыл для себя кучу разных фишек. Я уже фанат Дэна Кеннеди как писателя. Я не знаю, как он лично общается, но одно только оглавление дает мне кучу новых знаний. Поэтому для каждой вашей статьи, написанной из блога, берете и переделываете заголовок на заманушно-продающий.

Заголовок может состоять из двух частей. Первая может быть заманушно-продающей, а вторая – расшифровкой того, о чем будет идти речь. Получается, что вы сначала привлекаете внимание и тут же рассказываете суть. Читатель будет сражен наповал, когда все это узнает.

Продающие названия статей делать просто. Смотрите по Вордстату вашу тему и самые популярные вещи ставьте в заголовки.

Вторая часть заголовка – попробуйте не покривить душой и в одном предложении сказать суть того, что вы пишете в статье. Я думаю, если вы в бизнесе, в информационном бизнесе, в маркетинге, вы точно сможете сформулировать ясно и четко цель в одном предложении.

Я рассказывал про способ «10 проблем ваших клиентов». Решение проблемы – опросить ваших клиентов. Я дам вам ссылку на пост, как вот эти 10 проблем разложить в книгу. Почитайте внимательно советы от Андрея «Дартвейдеровича» Парабеллума, и вам этого реально хватит за глаза.

Из моего личного опыта, 10 проблем моих клиентов – сначала упорядочиваю самые горячие проблемы, в конце какие-то экзотические проблемы (кто-то читает проблемы с конца, видит там экзотику и потом читает все остальное). Во втором блоке вы даете 10 решений каждой из проблем. Здесь вы еще больше в этом решении рассказываете о том, к каким убыткам эта проблема может привести, и тут же даете мягкое решение проблемы.

Третий блок книжки в стиле «10 проблем ваших клиентов» это то, что можно сделать прямо сейчас. Представьте, что на вашей книжке написано «Скорая медицинская помощь» по вашей теме – по психологии, по IT-безопасности, по отношению матери и ребенка.

Например, «Как за 10 минут создать безопасный доступ в интернет?» Нужно пересохранить пароли, заменить прямо сейчас все пароли на более сложные, подключить фаерволл. Это быстрые рецепты, и человек вам будет реально за них благодарен. Если это проблема матери с ребенком – вы даете рекомендацию, как быстро урегулировать конфликт.

Когда клиент увидел себя в вашей книжке (в этих проблемах), когда он увидел, что вы предлагаете ему решение и когда он увидел быстрые рецепты – клиент навеки ваш. Рано или поздно он вам позвонит либо прямо сегодня, либо через год. Но он обязательно позвонит, потому что вы для него всю правду вскрыли.

Я вспомнил интересный кейс, про который рассказывал Дмитрий Ланц на московском представительстве. Книжка называлась «Как вас обманывают при строительстве памятников на могилы». Эта отрасль для многих дикая, но такая проблема есть. Бедных людей, у которых горе, а их еще и накалывают, когда они устанавливают на могилу памятник.

Клиент, прочитав книжку про могилы, ведет себя следующим образом: идет по всем фирмам в городе, которые делают памятники, сверяется с книжкой, как же его обманывают, и возвращается с этой книжкой к тем людям, которые всю эту правду открыли. У него уже априори мысль «Вот эти люди меня точно не обманут». Книжка бомбовая. Если вы напишете

такую книжку, будете на коне.

Самое клевое, когда написанная вами книжка меняет вашу жизнь, когда идет крутая обратная связь от клиентов, от конкурентов, от рынка. Это крутые ощущение. Вы не поверите, сколько книг лежит на полках, которым недостает вот этой обратной эмоциональной связи. А если ее нет, то нет и жизни за пределами книги.

Если вы увлекаетесь политическим PR-ом, возможно, вы слышали про книжку «Уши машут ослом». Книга актуальна и по сей день. Ее авторы – люди из компании «Бакстер-групп». Сейчас это люди, которые занимают высшие посты в нашем государстве. Тогда они были простыми политконсультантами и написали книжку о том, какие бывают политические консультанты. Бывают политические консультанты типа «мальчики из Гарварда» – у них плюсы в том, что они умно говорят, а минусы, что практики у них нет.

Вторая категория политических консультантов – это просто от замороженные волчары, которые только и знают, что чернить черным пиаром, другого ничего они не знают. К ним можно обращаться, если вы сам волчара. Есть политические консультанты – КВН-щики, они зажигательные чуваки, у них такие-то плюсы, такие-то минусы.

Разобрано порядка 20 типажей бизнес консультантов. Более того, в этой книжке разобрана типология заказчиков политических консультантов. Есть заказчики красные директора, которые сидят на своем стуле своей каменной жопой и говорят: «Сейчас мы попаримся в баньке, и весь электорат будет наш (попаримся в баньке с каким-нибудь другим генералом, который приведет нам других солдат, и они сделают нам выборы). Есть заказчики бизнесмены: «Сейчас всех проплатим, и весь электорат будет наш».

И так они проходятся по всем типам заказчиков в жестком стиле без прикрас. Они выпустили эту книжку, и реально был фурор. Если у них до этой книжки одновременно велось 5 избирательных кампаний по стране, то после выхода книжки таких кампаний стало 50-150 одновременно в работе. Люди вскрыли все, что можно вскрыть. По идее просто должно быть обрушение рынка, и на них должны были поставить крест.

Нет, заказчики ведут себя совершенно по-другому. «Они же написали про меня, это же я. Все, ок, я бегу к ним, потому что они меня понимают». Это реально было круто. Реально книжка фурорная, она до сих пор бестселлер среди политических консультантов. Кто увлекается такими крутыми политтехнологиями, PR-технологиями, советую эти типологии заказчиков и типологии PR-консультантов почитать, ознакомиться.

Может быть, вы на своем рынке изобретете что-то свое. Типология психологов – отлично все ложится. Типология айтишников – отлично все ложится. Если вы про заказчиков начнете писать, то вы здесь можете дать реально отдохнуть вашему мозгу и написать все, что вы думаете про ваших клиентов и ваших антиклиентов. В итоге к вам придут хорошие здравомыслящие люди, которые понимают критику, вас и не придут туполобые, которые думают «Что это они на меня бочку накатили. Ну их на фиг». Посмотрите эту книгу, и пусть она тоже будет для вас хорошим образцом.

Это мы говорим о 10 проблемах.

Следующий блок по написанию книги, заключительный, как еще можно написать вашу книжку. Это художественная книжка плюс бизнес вкрапления. Если вы творческий человек, если вы чувствуете в себе потенциал творца, 100 % в вас зреет книжка, замысел художественного произведения. Хватит ему зреть – изливайте его на бумагу, как есть. Пусть это будет автобиография, приключение какого-то героя – берете и изливаете на бумагу все, что думаете.

Александр давал совет: обязательно пользуйтесь бумажными носителями, когда пишете книжку. Я за собой заметил тенденцию: когда я пишу что-то художественное, не относящееся к бизнесу, у меня почему-то ручка и бумага.

Но если я пишу что-то по бизнесу – всегда компьютер, Google Docs, которые открываются с любого компьютера в любой стране мира. Бизнес книги у меня легко структурируются в электронном виде.

Изливаете всю душу по художественной тематике. При этом держите в голове формулу Аристотеля. Он законодатель эпистолярного жанра. Его формула звучит так: Завязка. Кульминация. Развязка.

Вначале идет подготовка к сюжету. Потом вы нагнетаете драму, приводите главного героя к состоянию «Блин!». Дальше точка кипения 100о: тут его рвут на части клиенты, тут конкуренты, тут у него банкротство, тут у него прибыль. Все, деваться некуда. Это у него высшая точка кипения – кульминация.

После этого наступает развязка, как он разрулил свои проблемы. «Родился, вырос, женился» или «Пришел, на работу устроился, сделал план, ушел с работы».

**А. Б.:** Самая простая история – это история Золушки. Я быстро ее разберу, и вы увидите, что это один из простых вариантов создания книги, которой пользуется весь мир и которая работает на 100 %. Ее все знают, по ней все работают, по ней снимаются фильмы, сериалы. Фишка заключается в том, что она продолжает работать, работать и работать.

Если хотите написать книгу или часть книги, чтобы это захватывало вашу аудиторию, то ситуация такая. Есть график эмоций. История Золушки начинается с того, что ситуация была нейтральная. Жила-была Золушка, жил-был папа, жила-была мама, и все было хорошо. Дальше случается какая-то проблема.

Я расскажу на примере сериала. Любая серия начинается с нейтральности: есть полицейский, есть его жена, дочка, он спокойно ходит на работу, все течет своим чередом. Вдруг откуда ни возьмись, случается проблема: в аварии погибает его жена. Все переходит в нагнетание отрицательных эмоций: у него депрессия, жена в коме, потом она умирает. Еще появляется маньяк, который охотится за его ребенком. Он даже ребенка ранит, его приходится прятать в подвале или еще где-то. В какой-то момент появляется какой-то внешний человек (напарник, друг, какой-то агент), и они начинают выяснять, что это все было не случайно. Здесь была какая-то проблема, и начинают выходить на след маньяка.

Далее они его вычисляют, дела идут лучше, ребенку уже лучше, его можно вытянуть из подвала, они уже сами начинают охотиться за маньяком. Дальше все уже выходит в плюс. Они сидят с пулеметом, прибежало два отряда ОМОНа, собака с милицией пришла. Все нормально. В момент, когда они уже должны его поймать, фильм должен закончиться, но обязательно происходит, что этот гамнюк убегает, и он еще и ранит главного героя. У главного героя теперь дырка в плече, в ноге, металлическая пластина под черепом задета и так далее.

Кажется, что все потеряно. Но маньяк оказывается полным идиотом, сам присылает письмо: «Жду вас на пустыре. Приходите ночью, один». Они приходят с собакой и милицией и маньяка убивают.

В фильмах, если мы с вами берем киноиндустрию, на главную линию накладывается еще несколько сюжетных линий про каких-то других героев. Но общая картина понятна, какие закономерности в истории Золушки: умерла мама, появилась мачеха, у мачехи есть мерзкие гадкие дочери. Золушку загнобили. Пришла фея, и Золушка отдала на аутсорсинг разгребание соли, риса. Потом фея подарила ей еще что-то. Потом Золушка поехала на бал. Потом пробило 12 часов. Золушка написала смс фее: «Сижу в тыкве с крысами». Потом все получилось хорошо – Золушку нашли.

Здесь прослеживается закономерность. Начинается все с нейтрального. Дальше все уходит вниз, дальше все поднимается вверх (становится хорошо). Обязательно еще одно падение. Обязательно в конечном итоге мы идем вверх.

Вы можете раскрутить сюжет вашей книги по этой технике. Это может быть сюжет вашей истории. У нас сейчас будет тренинг «Оратор на миллион», мы будем разбирать историю Колобка, историю Золушки, историю «Через тернии к звездам». На этой истории вы можете рассказать, как вы стали экспертом в каком-то деле. По этой технологии вы можете рассказать историю своего клиента, историю своего ученика. Если вы рассказываете по этой схеме, это всегда интересно и всегда вызывает желание с вами сотрудничать, потому что вы прошли через этот путь.

Если вы рассказываете «было хорошо, стало плохо» – это никому не интересно. Ваша задача прогнать человека по нескольким эмоциям. Подробно мы будем разбирать в Москве на «Ораторе на миллион» все продающие истории, как их встраивать в речи, в книги, и как благодаря этим историям увеличивать продажи в 5-10 раз.

**Р. М.:** Когда вы пишете историю Золушки, не забывайте в конец каждой главы вставлять какой-то бизнес совет. Это может быть вывод, кто-то этот совет может только и прочтет. Тогда

книжка будет иметь практический смысл. И вы выговоритесь, и полезно будет для бизнеса.

Мне очень понравились книжки, написанные крайне захватывающе у Евгения Сивкова – «Аудитор» и «Консультант». Человек в своей фирме занимается бухгалтером и аудитом. В каждой этой книжке был описан случай, как они проводили аудит завода, как проводили бухгалтерский аудит какой-то фирмы, как они отбивались от наездов налоговой инспекции.

Я подозреваю, что делал это не сам автор, а были специальные люди. Но это не важно. Главное, в каждой главе идет совет: «НДС считается так-то», и дальше приводится диалог бухгалтеров по этой проблеме. Смотрится ненавязчиво.

Советую вам хотя бы ознакомиться с этими профессионально написанными книжками в стиле бизнес-романа. Я их прочел, когда мы глубоко погружались в тему продвижения аудиторских фирм. Для меня было жизненно необходимо их прочитать, и я понял: «Это же оscarовские шедевры!»

Кому ближе пиаровские вещи, информационные войны, маркетинг, реклама, продвижение, раскрутка – можете обратить внимание на две моих книги «Труд во имя» и «Самый умный или Бойцы невидимого фронта». Они все есть на ЛитРесе. Кому интересна эта тематика, посмотрите.

Вы можете посмотреть книжки Андрея «Дартвейдеровича» Парабеллума. У него тоже есть два бизнес-романа. Но я их не читал, потому что не дошли руки. Подозреваю, что там все интересно, все написано по формулам.

Мы разобрали 5–7 вариантов написания вашей книжки: «101 совет», «Вся правда о...», «От А до Я», «На 100 процентов», «Сборник статей», «10 проблем» и «Художественная плюс бизнесовая». Такие есть 7 способов написания вашей книжки.

Еще раз запомните принципы: «Макай перо в правду» и «Не бойся высказаться по полной программе. Все пойдет в плюс».

Самую свою первую книжку «Суперфирма» я писал примерно год-полтора. Книжку «101 совет» я написал в отпуске, будучи в Италии, за две недели. Каждую ночь добавлял по одной главе. Приехал в Москву, подредактировал и отправил в издательство.

Важный момент – дать кому-то посмотреть книжку до выхода, редактору или вашим каким-то любимым клиентам или даже родственникам. Все мои первые книжки редактировала жена, давала советы. Это я у многих встречаю. У Кристофера Бакли, у Тима Ферриса, у всех к первым книжкам руку приложили родственники. Это не случайно. Родственники вам скажут любую критику прямо в лицо, если у вас не брак по расчету. Если вам скажут: «Надо доработать», посидите ночку и доделайте.

Написанию книжки не надо посвящать годы. Даю вам установку: месяц каждые выходные посвящайте вашей книжке и чтобы через месяц книжка была готова. Покажете мне, я вам дал свою обратную связь. О раскрутке книжки мы поговорим в третьем блоке.

Сейчас у нас крайне интересный блок: **как издавать вашу книжку**. Я озвучил три глобальных способа написания вашей книжки:

1. Самиздат.
2. Издание книжки при помощи спонсоров.
3. Издание книжки в издательстве.

С самиздатом, думаю, никаких проблем быть не должно. Здесь запомните главный момент. Там, где вы будете печатать вашу книжку, желательно заранее взять требования к макету вашего издания. У каждого издательства могут быть разные требования: выносы, отступы, шивка, прошивка... Вы эти требования даете вашему дизайнеру, и он все делает по техническим требованиям.

Можно упростить этот можно. Нужно найти издательство, которое само готовит книжку к печати. По цене это не намного дороже. Выпустить 50 книг – это 10 000 рублей, подготовить их к изданию – 2 000 – 5 000 рублей. Итого 15 000 рублей за 50 книжек.

Я в конечном итоге начал делать проще. Я прихожу в типографию, говорю: «Вот книжка. У нее твердая обложка. Такой переплет. Хочу также. Сделайте мне, пожалуйста, предложение». Они сами вам все посчитают.

Я печатал книжку «Суперконсалтинг» в издательстве «Наука». Заранее сказал: «Мне нужно вот так. Если будет не так, вы ответите». Они мне напечатали не так. В итоге первый

тираж я бесплатно забрал себе.

Я это рассказываю не для того, чтобы нагреть издательство, а чтобы упростить себе процесс печатания книги. «Хочу вот так же», и они вам делают.

Самиздат в любом случае это плюс. Всегда это прибыльное дело. На ваших тренингах, в вашем офисе всегда ее можно в рознице продать. Стоимость книги по определению всегда больше, чем стоимость печати.

Но помните, что вы пишете книжку в самиздате не для того, чтобы заработать конкретно на книжке. Вы делаете книжку для того, чтобы по этой книжке к вам пришли клиенты. Это первая ступень двухшаговых продаж. Даже если вы не заработаете на самиздате, вышли в ноль, то клиентов следует по ней ожидать. Если клиенты по книжке не пришли хотя бы 1 из 50 в течение трех месяцев, считайте, что вы что-то где-то не доработали. Либо вы рассказали слишком много воды, избыток очевидности, либо держите клиента за дурака и даете ему не всю правду.

Книжка – самое то место, где нужно полностью выкладываться. Клиент должен понять: «Вот честный чувак (честная девушка) выложил». Если у вас по самиздату из 50-ти книг в течение трех месяцев 0 клиентов – добавляйте в книжку правды. Таков мой совет.

Второй способ: книжка издается в издательстве. Вам кроме заключения договора и предоставления книжки в PDF вообще ничего не нужно, чтобы выпустить книжку на ЛитРесе.

Вы еще никто, вас нигде нет. Будьте уверены на 150 %, что, если книжка написана нормальным человеческим языком без ошибок, что у нее есть вменяемая обложка, и она от 3 страниц, то с вероятностью 99 % у вас ее возьмут на ЛитРесе.

Многие друзья, которым я давал этот совет, писали в службу обратной связи ЛитРеса – книжка доходила до адресата.

Второй ресурс, в котором можно издать не электронную книжку, (ЛитРес – глобальный дистрибьютор электронных книг) – «Буквика». Это модное достаточно направление print-on-demand (печать книжки по запросу). Вы можете туда отправить им по нужному формату вашу книжку. Вам даже могут предложить конструктор обложек. Вы сможете в этом сервисе подобрать себе обложку и загрузить туда книжку.

И в ЛитРесе и в «Буквике» вы самолично определяете, сколько ваша книжка будет стоить, и сколько вам будет поступать денег каждый квартал за каждую проданную книжку. Вы указываете свои счета и получаете такой пассивный доход.

Вы не должны смотреть на книжку как на источник дохода, если вы не Виктор Пелевин и не Дарья Донцова. Помните, что книжка – шаг навстречу вашему клиенту. А рубли, копейки, пару тысяч в месяц просто будут приятным бонусом. И это без денежных вложений вообще с вашей стороны.

На «Буквику» загрузили книжку, можете сами себе купить, и вам пришлют готовую напечатанную книжку. Книжку там не печатают, пока нет заказчика или оплаты. Она висит просто в электронном виде.

**Вопрос:** *Какие могут быть проблемы, если книга была издана в самиздате, в ЛитРесе, а потом приходишь в издательство «Манн-Иванов-Фербер», и что потом дальше происходит?*

У меня был такой свежий случай. Мы с клиентом (с моим адвокатом) написали книжку. Ее первым местом издания был ЛитРес. Она там висела с июля, полгода. С осени начался переговорный процесс с деловым издательством. Был заключен договор, выплачен гонорар. К декабрю книжка дошла до той стадии, что ее уже начали печатать. Буквально позавчера мне адвокат звонит и говорит: «А можно убрать книжку с ЛитРеса? А то мне издательство говорит, что не очень...» Я пишу на ЛитРес: «Уберите книжку, потому что...». Вечером приходит ответ: «Книга убрана». Адвокат мне отвечает: «Большое спасибо». Нет проблем.

**Вопрос:** *Писать каждую ночь – это возможно?*

Конечно, возможно. Я, например, перед сном бегаю. И когда я прибегаю и еще размят, дописываю книжку.

Сейчас самое интересное – про спонсоров. У меня была такая история. Мы отдыхали с друзьями в Удомле (город в Тверской области), где неподалеку находится АЭС. Мы сидим, ловим рыбу, пьем чай и варим уху. Обсуждаем, какие у кого есть цели в жизни. Кто-то хотел квартиру, машину, дачу. Кто-то говорит: «Хочу любовницу Мерлин Монро».

Дошла очередь до меня, я говорю: «Естественно, я хочу квартиру в Москве». У меня есть друг Владимир, он закончил МВА и ко всему подходит конкретно: «Сколько тебе нужно денег на квартиру?» «Не задумывался». Он говорит: «Задумайся прямо сейчас». Мы пришли к тому, что на первый взнос мне нужно 500 000 рублей.

Где же их взять? И когда у меня эта цифра в голове появилась, я сказал: «Ребята, мне нужен тайм-аут. Я поеду, прогоню на велосипеде кружочек по лесу. Я вам обещаю, что когда вернусь, скажу, где я возьму эти деньги». Я поехал на велосипеде, двигательная активность, цель есть, мозг работает. Я приезжаю и думаю: «Так у меня же сейчас как раз дописывается книга про диджеев, под которую я могу кого-то привлечь. Может, эта тема будет интересна не только моим диджеям, которым я рассказывал, как им раскручиваться. Может быть, она будет интересна молодежным брендам, которые тоже интересуются такой продвинутой музыкальной аудиторией как диджей». Методом перебора я нашел таких спонсоров брендов двадцать на мозговом штурме, кому в принципе могли бы быть интересны: а) диджей, б) молодежь, в) продвинутые всякие бренды.

Я просто сел на телефон и начал звонить этим спонсорам, которым, как мне кажется, была бы интересна вот эта книжка. В процессе таких звонков человек шокируется: какая-то книга, какие-то диджей, ребята, вы о чем? Где-то на 5 звонке человек мне говорит: «Слушай, дружище, ты все классно придумал, книжка для диджеев – прикольно. Но мне с этого какая выгода? Как будет пиариться мой бренд на страницах этой книжки? Какая-то рекламная кампания или PR-кампания вокруг этой книжки будет или нет? Или что ты мне предлагаешь, логотип на обложку поставить? Мне это не интересно. Иди, доделывай свое спонсорское предложение».

И тут я понял: к книжке должна обязательно прилагаться какая-то рекламная кампания, которая будет рекламной кампанией вот этого самого бренда, где центральным звеном будет выступать книга. Спонсору не интересны ни ваша книга, ни ваша компетенция, ни супер-контент, ни вся правда о какой-то сфере, ни «100 процентов», ни «От А до Я».

Спонсору нужна рекламная кампания вокруг вашей книжки. А центральным звеном вашей рекламной кампании (методом перебора я набрел на формулу информационного спонсора) как раз таки и будет главный портал по вашей тематике, внутри которого и обеспечивается вся рекламная кампания.

Еще раз. Вот ваша книга. К ней прилагается рекламная кампания. К этой рекламной кампании прилагается какой-то глобальный информационный партнер, в рамках которого и будет осуществляться эта рекламная кампания.

В этой рекламной кампании звучит следующее. Какой-то бренд представляет книгу, которую на этом портале можно скачать бесплатно. А спонсор платит вам за то, что вы договорились с информационным партнером о том, что книжка будет полезным материалом для пользователей всего этого портала. Пользователи данного портала получают прекрасный контент в виде книги, а спонсор получает рекламную капанию. А вы в этой схеме получаете деньги за то, что все это спродюсировали.

В моем случае таких проектов по этой формуле было два, сейчас готовится третий. Первый проект – книжка «Супердиджей». Вы можете посмотреть на сайте [kniga.promodj.ru](http://kniga.promodj.ru), кем и как был проспонсирован этот проект. У книжки больше 10 000 скачиваний, 1 000 печатаний тиража и куча благодарных отзывов от диджеев. Я когда читал эти отзывы, у меня слеза наворачивались. Книжка была бесплатной, диджей получали кучу консалтинговой и фишечной информации.

«Спасибо, что дали шанс мальчику из Сургута выйти на большую сцену» – отзывы супер. Они были получены за счет того, что крупный портал выступил информационным спонсором этого издания.

Вторая книжка по этой формуле «Суперконсалтинг» – как раскручивать аудиторские компании. Главным информационным партнером выступил портал Клерк. ру. Это все про бухгалтерию. Проспонсировала эту книжку по той же самой схеме Московская аудиторская палата, один из главных спонсоров.

Все получили все, что хотели: аудиторская палата получила засветку на профессиональную аудиторию, портал получил контент, а пользователи портала получили

прикольный материал для скачивания, для прокачки своих интересных навыков.

Сейчас мы готовим книжку о личном пиаре. Она уже издана и называется «Наконец-то знаменит». Она еще нигде не выпущена, есть только у ряда моих клиентов, которые не поленились, заглянули к нам в Московский офис и здесь ее приобрели. В Интернете ее еще нигде нет. В данный момент книжка самиздат. Сейчас мы ведем переговоры с порталом «Сплетник», с порталом «Хелло», кто первый согласится. Также ведем переговоры со спонсорами, которые проспонсируют эту историю будущих звезд. Здесь напрашиваются в спонсоры ораторские фирмы, клубы стилистов, парикмахерские ассоциации модные.

Проект в стадии подготовки. Я уверен, что он получится. Книжка о личном пиаре плюс звездный портал плюс спонсоры, которым интересна аудитория будущих звезд. Цену на спонсорские пакеты вы можете называть любую.

Есть тонкий нюанс. Главное заразить своим пылким интересом и контентом информационного партнера, чтобы деньги, которые будут положены от спонсора ушли вам, а не информационному партнеру. Ваша задача – так зажечь клиента в виде информационного партнера, чтобы он понял: «Публикуй свою книгу. Нам без разницы, какие там будут спонсоры».

Вторым шагом будет спонсирование спонсором, которого вы нашли, каких-то рекламных активностей уже в следующем этапе, где вас может и не быть. У меня так и получилось с порталом PROMODJ. Первые спонсорские деньги получил я, а за второй контракт, который провели, я получил ноль. Ну, там я и книжку не пиарил, ничего не делал. Моя задача была свести рекламодателей и площадку. А на первом этапе этого действия мне разрешили выложить книжку, провести рекламную кампанию для этого спонсора.

Это нюансы. До этого можно не доводить. Просто начните использовать вот эту формулу: рекламная кампания – генеральный информационный партнер – крутой контент для вашего специализированного портала.

Вам домашнее задание: найдите портал, который является информационным лидером в вашей области.

**Вопрос:** *Если в случае спонсорства просто разместить логотип компании на обложке, то, как это презентовать перед спонсором?*

Просто разместить логотип на обложке – не вариант. Должны быть какие-то активности: рассылка пресс-релиза, построение презентации, какой-то конкурс с читателями. Посмотрите, как это было сделано в случае с книжкой «Супердиджей», и, я думаю, какие-то моменты можно экстраполировать на свою книжку. Здесь ничего не жалко, берите, пожалуйста, формулы известны.

## Прочитал и ничего не понял

Если вам все понятно, но не ясно, кто это все делать пошагово – советую обратить внимание на наш с Александром Белановским тренинг «Бестселлер на Миллион». Его можно найти на просторах Интернета, а если не найдете вдруг – пишите мне в социальных сетях. Я скажу цену (вашего неумения гуглить:).

Найти меня очень просто – я самый известный Роман Масленников из всех Романов Масленниковых:)

## Ничего сам делать не хочу

Допустим, вы уяснили себе весь алгоритм создания, публикации и раскрутки книги. Но поняли, что «как-то это очень долго»... Тогда советую вам нанять «чужие руки». Для этого можно обратиться к профессиональным райтерам, интервьюерам, издателям, литературным агентам, маркетологам и пиарщикам. В разных лицах. А можно попробовать обратиться в «одно окно» – к людям-орекестрам, которые уже знают, как это делается быстро и качественно.

Дорого, конечно.

**Пишите в ВК – Андрею Парабеллуму, Александру Белановскому или мне, Роману Масленникову. Чем сможем – поможем!**

Любой каприз за ваши деньги.

В крайнем случае, я кого-либо вам посоветую.

12-дневный онлайн-тренинг в записи по написанию своей книги – допинаем до результата! Вы гарантированно напишите свою первую книгу. Цена: 4 900 руб. По поводу покупки пишите в личные сообщения ВК или ФБ, или скайп prmaslennikov. Вот результаты некоторых учеников:

<http://pda.litres.ru/natalya-regen/> БЕСТСЕЛЛЕР! <http://pda.litres.ru/filipp-litvinenko/>  
<http://www.litres.ru/evgeniy-smolokurov/direkt-marketing-kak-razvit-biznes-s-minimalnymi-zatratami/>  
<http://www.litres.ru/vladimir-klepachev/istoriya-odnoy-borody/>  
<http://www.litres.ru/andrey-potapov-2/> <http://www.litres.ru/larisa-dzhumaylo/>  
<http://www.litres.ru/gulvi-niklasson/>  
<http://www.litres.ru/larisa-konstantinova/ukroschenie-stroptivogo-nehochuhi/>  
<http://www.litres.ru/kirill-baklanov/kratkiy-kurs-ukroscheniya-bankirov-burokratov-i-kollektorov/>  
<http://www.litres.ru/irina-ivanova-garderob/stil-na-million-ot-shanel-do-putina-sekrety-ot-pravilnogo-garderoba/>  
<http://www.litres.ru/roman-maslennikov/tatyana-gordeeva/kak-nayti-i-ocenit-kandidata-prostye-resheniya-dlya-neprofessionalov/>  
<http://www.litres.ru/elena-alyakina/aromat-uspeha-aromat-vliyaniya-sozday-svoy-instrument-upravleniya-zhiznu/>