

**Promuovere il proprio libro on line**  
Il manuale dedicato a tutti gli scrittori indipendenti!

Stefano Calicchio

# **Mollo tutto e scrivo un libro!**

**Come promuovere il proprio  
libro on line**

**Le strategie per migliorare la visibilità ed  
aumentare le vendite  
degli scrittori indipendenti**

**Puoi scaricare la versione completa  
di questo manuale ad un prezzo imbattibile  
su [www.calmail.it](http://www.calmail.it)**

# Promuovere il proprio libro on line

Il manuale dedicato a tutti gli scrittori indipendenti!

## **Informazioni sul Copyright**

No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanicals, photocopyng, recording, scanning, or otherwise, except as permitted by the law of UE and USA.

Stefano Calicchio potrà concedere a pagamento l'autorizzazione a riprodurre una porzione non superiore a un quindicesimo del presente volume. Le richieste vanno inoltrate al seguente indirizzo e-mail: [calmail@hotmail.it](mailto:calmail@hotmail.it)

# Promuovere il proprio libro on line

Come migliorare la visibilità ed aumentare le vendite

---

**Autore:** Stefano Calicchio

**Copyright:** © 2007 Stefano Calicchio [Standard Copyright License](#)

**Lingua:** Italian

**Paese:** Italy

**Edizione:** 2 Edizione – Lulu

**Pages:** 144 b/w

Qualsiasi abuso sarà perseguito e punito secondi i termini di legge.

Aiutateci a difendere la qualità di questo libro, ed a sostenere future pubblicazioni. Per comunicare casi d'infrazione al diritto d'autore scrivete a [calmail@hotmail.it](mailto:calmail@hotmail.it)

## SOMMARIO

<b>SOMMARIO</b> .....	<b>5</b>
<b>PREMESSA</b> .....	<b>9</b>
<b>PERCHÉ UNA GUIDA SUL MARKETING E LE RELAZIONI PUBBLICHE?</b> .....	<b>11</b>
<b>QUAL È IL TUO PIANO DI MARKETING – COMUNICAZIONE?</b> .....	<b>13</b>
<b>QUANTITÀ O QUALITÀ?</b> .....	<b>15</b>
<b>LA SEGMENTAZIONE DI MERCATO DEI LETTORI</b> .....	<b>17</b>
<b>COME CREARE UN MONDO AL QUALE LE PERSONE DESIDERINO PARTECIPARE</b> .....	<b>18</b>
<b>LA NASCITA DEL MARKETING CULTURALE</b> .....	<b>20</b>
<b>BENVENUTI NEL MERCATO GLOBALE</b> .....	<b>22</b>
<b>PRIMA DI INIZIARE ANALIZZA LE TUE CAPACITÀ DI MARKETING</b> .....	<b>25</b>

**Promuovere il proprio libro on line**  
Come migliorare la visibilità ed aumentare le vendite

---

<b>COME SEGNALARE L'ESISTENZA DEL LIBRO AI PRINCIPALI MOTORI DI RICERCA.....</b>	<b>28</b>
<b>COME AVVANTAGGIARSI DEI FORUM .....</b>	<b>32</b>
<b>COME CREARE CONFERENZE DI PRESENTAZIONE ON-LINE .....</b>	<b>36</b>
<b>QUALI SITI CONTATTARE PER RECENSIRE UN LIBRO.....</b>	<b>39</b>
<b>COME CREARE UN SITO DI PRESENTAZIONE PER IL NOSTRO LIBRO.....</b>	<b>42</b>
<b>COME OTTENERE VISIBILITÀ TRAMITE LE SPONSORIZZAZIONI.....</b>	<b>49</b>
<b>COME TROVARE LE AGENZIE DI STAMPA ITALIANE DOVE INSERIRE I COMUNICATI STAMPA .....</b>	<b>53</b>
<b>COME PUBBLICARE DELLE AUTO – INTERVISTE SUL WEB .....</b>	<b>56</b>
<b>COME SFRUTTARE LE GUIDE ON LINE PER IL CONSUMATORE.....</b>	<b>58</b>
<b>COME SFRUTTARE IL POTERE DEI TESTIMONIALS .....</b>	<b>61</b>
<b>COME E DOVE PUBBLICARE ARTICOLI PROMOZIONALI.....</b>	<b>64</b>
<b>COME SFRUTTARE IL MARKETING VIRALE .....</b>	<b>66</b>
<b>COME SFRUTTARE LE STRATEGIE DELLA PERSUASIONE .....</b>	<b>69</b>

---

**Promuovere il proprio libro on line**  
Il manuale dedicato a tutti gli scrittori indipendenti!

<b>COME DIVERSIFICARE IL VOSTRO PRODOTTO .....</b>	<b>72</b>
<b>COME SFRUTTARE A VOSTRO FAVORE L'AGENDA SETTING .....</b>	<b>75</b>
<b>COME SFRUTTARE IL GIUSTO TIMING .....</b>	<b>77</b>
<b>COME UTILIZZARE IL POTERE DELLA SINERGIA .....</b>	<b>79</b>
<b>COME SCOPRIRE IL CICLO DI VITA DEL VOSTRO LIBRO</b>	<b>80</b>
<b>COME DETERMINARE IL GIUSTO PREZZO DEL VOSTRO LIBRO.....</b>	<b>82</b>
<b>COME COSTRUIRE IL PROPRIO PRESS KIT.....</b>	<b>85</b>
<b>COME FARSI NOTARE DALL'EDITORIA ON LINE .....</b>	<b>87</b>
<b>COME UTILIZZARE PROMOZIONI E SCONTI .....</b>	<b>90</b>
<b>COME FIDELIZZARE IL VOSTRO LETTORE.....</b>	<b>92</b>
<b>COME DIFFERENZIARE IL VOSTRO LIBRO DALLA MASSA .....</b>	<b>94</b>
<b>QUALCHE ULTIMO CONSIGLIO .....</b>	<b>96</b>
<b>CONCLUSIONI.....</b>	<b>97</b>
<b>GLOSSARIO DI MARKETING EDITORIALE.....</b>	<b>99</b>
<b>APPENDICE 1 .....</b>	<b>103</b>
<b>APPENDICE 2 .....</b>	<b>105</b>

# Promuovere il proprio libro on line

Come migliorare la visibilità ed aumentare le vendite

---

<b>APPENDICE 3 .....</b>	<b>119</b>
<b>BIBLIOGRAFIA ESSENZIALE .....</b>	<b>125</b>
<b>NOTE SULL'AUTORE .....</b>	<b>131</b>
<b>DICONO DI QUESTO LIBRO .....</b>	<b>133</b>



# Promuovere il proprio libro on line

## Il manuale dedicato a tutti gli scrittori indipendenti!

### Premessa

Dopo giorni e notti di lavoro, finalmente avete terminato il vostro libro! Avete sacrificato il vostro tempo, i vostri interessi, i vostri divertimenti ed affetti, ma questa fatica è ricompensata dal ritrovarvi il vostro piccolo capolavoro tra le mani.

Lo caricate sul sito internet di Lulu e finalmente è disponibile per la vendita. Mettete in moto il passaparola tra gli amici, effettuate il comunicato stampa sul sito di PRweb, sfruttate i mezzi pubblicitari offerti dalla centrale del marketing di Lulu, e poi?

Tutto si ferma!

Nel corso delle mie ricerche sull'opportunità di creare questo piccolo manuale, ho scoperto la necessità palpabile da parte degli autori di scoprire nuovi metodi per pubblicizzare il proprio lavoro. Questa necessità latente si rivelava addirittura da parte di alcuni che hanno pubblicato il proprio libro attraverso un editore tradizionale, che dovrebbe offrire di per se un sostegno promozionale alla pubblicazione.

In realtà anche nell'ambito dell'editoria tradizionale le migliori risorse vengono dedicate alle *cash cow*, le mucche da mungere, ovvero quei titoli che hanno maggiori opportunità di vendita sul mercato.

Questo significa che solo gli autori più fortunati hanno la possibilità di creare interesse attorno al loro libro?

## Promuovere il proprio libro on line

Come migliorare la visibilità ed aumentare le vendite

---

Assolutamente no! Questo testo nasce proprio per sfatare questo mito, ed è stato costruito per offrire risultati certi e per essere comprensibile ed applicabile da qualsiasi autore.

Spesso all'interno dei forum di Lulu si trovano messaggi come "non ho idea su come pubblicizzare il mio libro!", "come fare per farsi conoscere", "quali sono i migliori metodi di autopromozione?".

Questo testo ha lo scopo di risolvere questo genere di dubbi; chi lo scrive ha una laurea in Relazioni Pubbliche e Pubblicità, nella vita si occupa di marketing ed ha deciso di mettere a disposizione degli autori le proprie conoscenze ed i piccoli segreti che rendono possibile creare interessamento spontaneo verso il proprio prodotto.

## **Perché una guida sul marketing e le relazioni pubbliche?**

Creare interessamento verso un libro è un vero e proprio lavoro. Le case editrici tradizionali hanno interi staff di persone che lavorano ogni giorno a tempo pieno nella promozione delle pubblicazioni.

Spesso promuovere un libro in modo adeguato richiede maggior tempo (in ore lavoro) ed impegno che scriverlo. Questo è maggiormente valido per gli autori che pubblicano su Lulu, in quanto devono sviluppare da zero le competenze che caratterizzano un lavoro di relazioni pubbliche di stampo editoriale.

In questo senso, *Promuovere on line il proprio libro* ha la caratteristica di rendere estremamente semplice ed efficace il lavoro di promozione. Il libro presenta delle guide passo a passo per realizzare in modo semplice le attività proposte. Allo stesso tempo sono indicati gli indirizzi web più adeguati per eseguire ogni attività, in modo da far risparmiare all'autore il lavoro di ricerca, lasciandolo concentrare su ciò che più gli piace: scrivere!

Il primo segreto per ottenere interessamento intorno al proprio libro è la qualità del prodotto. Un libro poco interessante o scritto male difficilmente porterà molte soddisfazioni in termini di vendita.

## **Promuovere il proprio libro on line**

Come migliorare la visibilità ed aumentare le vendite

---

Allo stesso tempo un ottimo libro non è garanzia di successo commerciale. Perché lo diventi è necessaria un'attività promozionale adeguata; se avete rispettato il presupposto di aver scritto un ottimo libro e seguirete con attenzione il piano di comunicazione qui proposto, i risultati non tarderanno ad arrivare!

## **Qual è il tuo piano di marketing – comunicazione?**

Occupandomi di marketing e relazioni pubbliche in campo lavorativo mi capita spesso di ricevere domande da amici e conoscenti su come aumentare le proprie possibilità di vendita nei campi più disparati.

Spesso mi è capitato di spiegare come rendere più accattivante annunci pubblicitari, inserzioni su ebay o addirittura come realizzare attività di pubbliche relazioni per trovare mecenati in vista di viaggi e spedizioni esplorative.

In tutti questi casi la mia prima domanda è: **hai un piano?**

La risposta più frequente è stata: non ho mai pensato di doverlo fare.

Senza un piano di comunicazione non è possibile creare interessamento o goodwill verso alcunché. A volte, anche avendo un piano, non si viene a creare il giusto mix di partecipazione, perché questo non è strutturato in modo professionale. Significa vanificare tanto impegno in cambio di nulla.

# Promuovere il proprio libro on line

## Come migliorare la visibilità ed aumentare le vendite

### Il caso di studio: Il wall street journal on line

Il wall street journal è considerato il caso più eclatante di successo del marketing culturale on line. Raggiungendo oltre 250000 abbonati paganti ha soddisfatto migliaia di utenti, grazie alla qualità dei contenuti offerti ed alla validità delle informazioni.

Oltre ad essere una vera e propria miniera di notizie aggiornate ora dopo ora, il WSJ punta ad avanzate politiche di marketing on line, cercando di fidelizzare il cliente ed ottenendo costanti risultati nel rinnovo degli abbonamenti.

Nella società della iperspecializzazione in cui viviamo non è possibile pensare di saper fare tutto da soli. Questo manuale supplisce alla mancanza di esperienza degli autori nel campo delle relazioni pubbliche.

Ma la cosa più importante è che attraverso questo manuale gli autori entrano in possesso di un **piano di comunicazione e relazioni pubbliche adeguato al campo editoriale**.

In questo senso, anche se non si dispone di un team di esperti in comunicazione che lavorano per noi, si supplisce alla loro mancanza, ottenendo nel complesso risultati apprezzabili a costi bassissimi (i costi si misurano semplicemente in ore lavoro poiché ogni strategia di comunicazione presentata è applicabile senza dispendio economico).

## **Quantità o qualità?**

Ecco la domanda cruciale alla quale bisogna rispondere pensando al lavoro di comunicazione che intraprenderemo grazie al nostro piano.

E' più importante avere interessamento di quantità o qualità?

La pubblicità tradizionale mette il proprio focus sulla quantità. Acquistare una pagina di giornale o uno spazio televisivo e trasmettere un annuncio pubblicitario sul prodotto da vendere è la classica attività pubblicitaria.

In questo senso, più il pubblico di riferimento è vasto, più abbiamo la possibilità di trovare una persona che acquisterà il nostro libro. Questo genere di attività si rivela però molto costoso, in quanto per ogni vendita realizzata dovremo avere diverse migliaia di persone che leggono l'annuncio.

Le attività di relazioni pubbliche interagiscono in modo diverso con le persone, in quanto mirano ad attivare un **interessamento spontaneo** nei possibili acquirenti!

Valgono di più 2000 contatti di persone interessate all'argomento del vostro libro o 20000 contatti di persone completamente disinteressate a quello che avete scritto?

La pubblicità a pagamento ha anche il difetto di dover farsi spazio in un contesto sovraffollato di annunci e messaggi.

## Promuovere il proprio libro on line

Come migliorare la visibilità ed aumentare le vendite

---

L'ovvia risposta all'interrogativo che dà forma a questo paragrafo spiega perché le relazioni pubbliche sono il mezzo di promozione del terzo millennio, tanto che la maggior parte della comunicazione aziendale si sta spostando progressivamente su questa forma di comunicazione.

Lo stesso vale per gli autori di un libro; è molto più importante avere dei contatti di qualità verso la nostra vetrina virtuale di Lulu o il nostro storebook on-line piuttosto che avere una grande massa di contatti formata da gente non interessata.

Questo libro vi spiegherà passo dopo passo come creare interessamento spontaneo verso la vostra opera.

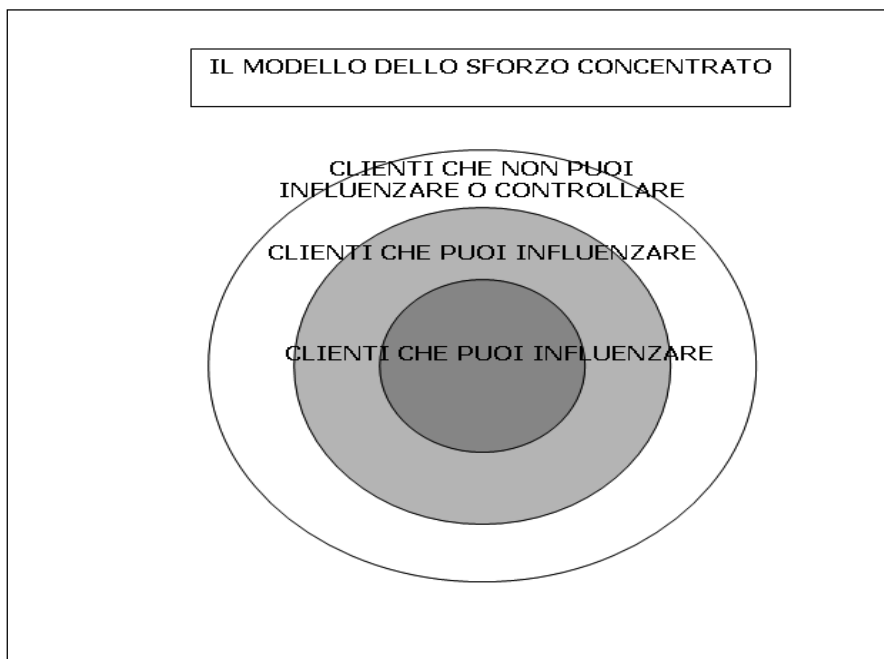


## La segmentazione di mercato dei lettori

A quali lettori siete interessati?

Se potesse scegliere i destinatari del vostro lavoro di comunicazione, scegliereste persone con gusti affini ai vostri o cerchereste di influenzare persone a caso?

La segmentazione di mercato risponde a queste domande. Si tratta di un processo che porta alla definizione di un mercato di acquirenti su cui concentrare i nostri obiettivi.



L'immagine che trovate in questa pagina vi sprona ad analizzare e scoprire il pubblico di riferimento verso il quale dovete indirizzare il vostro piano di comunicazione editoriale.

## **Come creare un mondo al quale le persone desiderino partecipare**

Lo scopo della nostra attività di comunicazione e relazioni pubbliche non è semplicemente vendere. Il nostro fine è creare un vero e proprio mondo intorno al nostro libro: un mondo al quale le persone desiderino partecipare.

Questo significa che i nostri sforzi sono devoti a **far succedere** qualcosa. Significa anche dar vita ad una vera e propria rete di relazioni, eventi, valori.

Questo libro presenta moltissimi strumenti che nel loro insieme presentano questo fine.

Quelli che seguono sono solo alcuni degli argomenti trattati:

- Come segnalare l'esistenza del nostro libro ai principali motori di ricerca
- Come avvantaggiarsi dei forum
- Creare conferenze di presentazione on-line
- Quali siti contattare per recensire il nostro libro
- Come creare un sito di presentazione per il nostro libro
- Come ottenere visibilità tramite sponsorizzazioni
- Come trovare le giuste agenzie di stampa italiane per presentare il nostro comunicato stampa

## **Promuovere il proprio libro on line**

**Il manuale dedicato a tutti gli scrittori indipendenti!**

Seguendo passo per passo i suggerimenti offerti in ognuna delle strategie proposte si arriverà a realizzare un vero e proprio contesto comunicativo, che porterà interessamento e goodwill verso la nostra opera.

## **La nascita del marketing culturale**

Il marketing culturale non è una moda del momento. E' una **disciplina scientifica** nata ben prima dell'invenzione di Internet. La grande esplosione della Rete ha però contribuito a questo campo di ricerca; si pensi ad esempio a siti come *Amazon*<sup>1</sup>, nati molto prima di una diffusione capillare di Internet, che basano il loro successo proprio sul campo editoriale. Analizzando la struttura stessa dei siti web ci rendiamo conto che per molti di essi non si tratta d'altro che di contenuti editoriali.

Nel settore artistico – editoriale si cominciò a parlare di marketing fin dal 1967. Il primo fu Philip Kotler (riconosciuto come il più grande esperto di marketing oggi esistente), che evidenziò subito come **anche le organizzazioni editoriali e culturali dovessero competere** per ottenere il loro vantaggio competitivo e portare a termine un numero sufficiente di vendite. Anch'esse dovevano affrontare il problema del marketing.

Il modello di marketing che solitamente viene seguito da un soggetto economico è quello tradizionale. Comporta la focalizzazione dell'attenzione sul mercato, per cui avremo uno schema del seguente tipo:

# Promuovere il proprio libro on line

Il manuale dedicato a tutti gli scrittori indipendenti!

## **Mercato → Azienda → Marketing Mix → Mercato**

Nel marketing culturale le cose sono diverse. Quale sarà l'elemento principale del vostro marketing? Essendo degli autori la risposta è **un libro**. Proprio per questo le imprese ed i soggetti culturali orientano la loro missione sul prodotto.

## **Libro → Mercato → Autore → Marketing Mix → Mercato**

Per cui possiamo affermare che nelle aziende tradizionali il marketing è orientato al mercato, mentre per noi autori e per tutte le aziende culturali l'approccio al marketing non può essere quello tradizionale. Il modello del marketing culturale si deve necessariamente adattare al prodotto (ovvero al nostro libro) e non semplicemente sulle preferenze del cliente.

### **Per saperne di più...**

In diverse ricerche è stato dimostrato come il marketing serva al mercato culturale anche più che a quello tradizionale. Molte analisi hanno rilevato che anche dove il processo di acquisto sia molto semplice esistono una serie di barriere informative che rendono complesso l'acquisto.

Nel caso di un libro, ad esempio, mancano con frequenza informazioni esaurienti sull'autore, sulla sua carriera e sulla genesi dello scritto.

(Web sites for cultural products: Marketing potential for US consumers - Authors: Lee S-E.; Littrell M.

Source: [Journal of Fashion Marketing and Management](#), Volume 7, Number 4, 2003, pp. 356-370(15)

Publisher: [Emerald Group Publishing Limited](#) )

---

<sup>1</sup> Riferimento: [www.amazon.com](http://www.amazon.com)

## **Benvenuti nel mercato globale**

Il sito [www.lulu.com](http://www.lulu.com) rappresenta un caso interessante di globalizzazione del mercato editoriale. Stiamo parlando di un mercato globale, dove diventa possibile pubblicare la propria opera in diverse lingue e venderla in ogni parte del mondo, restando comodamente seduti davanti al Pc di casa propria.

Questo genere di comodità è contraccambiato da una nuova concezione di vendita del libro. Attraverso Lulu si verifica un vero e proprio processo di accelerazione del mercato, sia perché pubblicare un nuovo libro è estremamente più veloce che farlo utilizzando una casa editrice tradizionale, sia perché numerosi fattori concorrono a questa peculiarità.

Vendere un libro attraverso internet significa:

- Ridurre le barriere spaziali
- Scambiarsi le informazioni sul libro più velocemente

Ma anche:

- Aumentare il numero di concorrenti
- Affrontare i veloci mutamenti di pensiero dei propri lettori.

## Promuovere il proprio libro on line

Il manuale dedicato a tutti gli scrittori indipendenti!

Un contesto del genere, dove i processi di vendita del proprio libro vengono elasticizzati in funzione di moltissime variabili, richiede:

- Maggior capacità di adattamento: *varietà*
- Maggiore attenzione: *apprendimento*
- Maggiore capacità di relazione: *velocità*
- Maggiore coerenza dell'offerta del proprio libro: *qualità*

Così, ad esempio, avere maggiore capacità di *varietà* significa prepararsi a dare risposte personalizzate ai propri lettori, cercando di coinvolgerli nella concezione del prodotto.

E' anche necessario attrezzarsi per *apprendere* all'esterno, così da sviluppare un adeguato marketing editoriale. Significa alzare le antenne verso i propri lettori per raccogliere informazioni. Lo si fa leggendo i forum e le recensioni che questi lasciano sul sito di vendita.

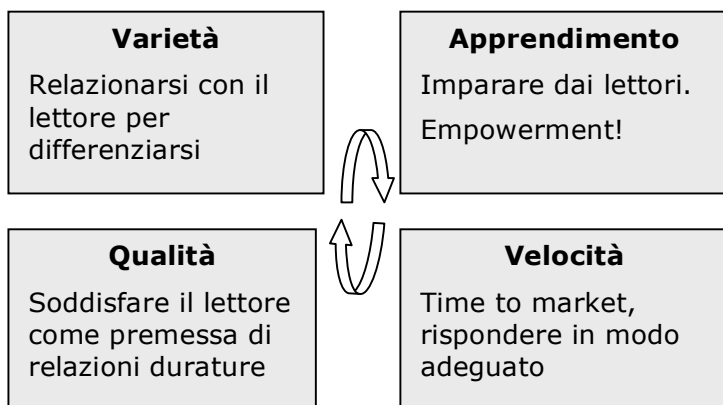
Guadagnare capacità di *relazione* significa riuscire a realizzare un giusto *time to market*, riducendo i tempi di risposta dell'autore ed acquistando maggiore flessibilità nel risolvere i dubbi del lettore.

# Promuovere il proprio libro on line

Come migliorare la visibilità ed aumentare le vendite

---

Per quanto riguarda lo sviluppo della *qualità* del proprio libro, non è questo il luogo adatto dove affrontare in modo esteso l'argomento. Basti sottolineare che senza qualità difficilmente si possono raggiungere risultati di vendita soddisfacente.





## **Prima di iniziare analizza le tue capacità di marketing**

Il breve questionario che segue ti accompagnerà all'interno del mondo del marketing editoriale, mettendo in mostra le abilità che già possiedi o che devi sviluppare in questo ambito. E' un vero e proprio riscaldamento, esattamente come fanno gli atleti prima di una importante competizione.

<b>Domanda</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
L'idea di pubblicizzare o vendere qualcosa ti appassiona?		
Hai mai letto libri di marketing?		
Hai mai letto articoli e/o notizie di marketing o vendita su internet?		
Hai mai pensato di pianificare il marketing dei tuoi libri?		
Hai passato tempo a studiare i tuoi principali concorrenti?		
Hai descritto chi può essere il tuo cliente potenziale?		
Hai un piano di marketing?		
Hai mai pensato di creare accordi strategici con comunità on-line?		
Sai come organizzare un evento di presentazione on – line del tuo libro?		

## Promuovere il proprio libro on line

Come migliorare la visibilità ed aumentare le vendite

Hai mai utilizzato dei comunicati stampa per pubblicizzare l'esistenza del tuo libro?		
Hai mai definito le aree critiche della tua strategia di marketing?		
Hai pianificato delle strategie per superare le criticità della tua strategia di marketing?		
Hai pianificato degli strumenti per entrare in contatto con i tuoi lettori e fidelizzarli?		
Conosci come influenzare i motori di ricerca in modo da far apparire il tuo libro qualora venisse ricercato da un lettore potenziale?		
Hai trovato i migliori siti dove recensire il tuo libro?		
Hai mai pensato di scrivere articoli promozionali?		
Hai pensato di contattare nella tua cerchia d'influenza un webmaster o una persona pratica di Html che ti aiuti nella realizzazione del tuo sito pubblicitario?		
Hai mai richiesto delle testimonianze sul tuo libro?		
Pensi che lo sviluppo di abilità di marketing siano importanti per emergere come autore?		
Hai mai pensato a strategie per differenziare il tuo libro?		
Hai mai pianificato degli obiettivi di vendita?		

## **Promuovere il proprio libro on line**

**Il manuale dedicato a tutti gli scrittori indipendenti!**

Non vi preoccupate se al momento riuscite a rispondere positivamente solo ad alcune di queste domande. L'invito è quello di leggere completamente questo testo e cominciare ad agire. Nel giro di pochi mesi sarete in grado di effettuare nuovamente il test, sorprendendovi dei risultati che sarete in grado di raggiungere.

## **Come segnalare l'esistenza del libro ai principali motori di ricerca**

Segnalare la nostra nuova creatura ai principali motori di ricerca è un passo fondamentale per aumentare sensibilmente le visite sul nostro negozio virtuale.

I motori di ricerca sono **la piazza virtuale dell'epoca moderna**; non esservi presenti può costare molto ad un autore in termini di costi e visibilità. Molti autori pensano che l'unico modo per apparire nei principali motori, come Google, msn o Yahoo, sia quello di pagare costose inserzioni pubblicitarie.

La notizia positiva è che se sapete **come fare**, far apparire il vostro libro in cima alle principali ricerche sull'argomento trattato non dovrebbe risultare un'operazione troppo complessa!

Vediamo come mettere in pratica tutto questo.

I principali passi da seguire sono i seguenti:

**CUT! (Per leggere la parte restante del testo puoi acquistare la versione completa di questo manuale su [www.calmail.it](http://www.calmail.it) ).**

Dato che avete acquistato questo libro, per voi questo genere d'operazione è resa ancora più semplice, in quanto potete disporre direttamente dei link per i migliori motori di ricerca.

## Promuovere il proprio libro on line

Il manuale dedicato a tutti gli scrittori indipendenti!

Non avete da fare altro che copiarli nella barra di Internet Explorer e aggiornare le caselle bianche con le informazioni di vostro interesse!

Ecco l'elenco dei link dove depositare il sito del vostro libro:

**CUT! (Per leggere la parte restante del testo puoi acquistare la versione completa di questo manuale su [www.calmail.it](http://www.calmail.it) ).**

Anche se apparire su questi motori di ricerca vi può già offrire ottime possibilità d'incrementare le visite sulla pagina del vostro libro, esistono centinaia di siti nei quali può essere utile fornire una segnalazione.

Per scoprirli non dovete far altro che **CUT! (Per leggere la parte restante del testo puoi acquistare la versione completa di questo manuale su [www.calmail.it](http://www.calmail.it) ).**

Infine, qualche parola sulle tempistiche di aggiornamento dei risultati di ricerca. Il fatto che voi segnaliate ai motori di ricerca l'indirizzo web del vostro libro non significa che questo verrà

## Promuovere il proprio libro on line

Come migliorare la visibilità ed aumentare le vendite

---

inserito automaticamente nella lista dei siti presenti. Dopo la segnalazione il motore di ricerca prende per se un tempo che può andare da qualche giorno a qualche mese, per analizzare la pagina e fare i giusti controlli di qualità.

Non vi preoccupate troppo quindi se non vedete immediatamente i risultati del vostro lavoro. La probabilità che il vostro sito venga quindi inserito è pressoché certa. Come tempistica, considerata il tempo medio di 15 giorni.

Di seguito, trovate una guida passo a passo per segnalare il vostro libro al motore di ricerca Google!

**CUT! (Per leggere la parte restante del testo puoi acquistare la versione completa di questo manuale su [www.calmail.it](http://www.calmail.it) ).**

**Promuovere il proprio libro on line**  
Il manuale dedicato a tutti gli scrittori indipendenti!

**E TU?**

**Cosa aspetti a guadagnare promuovendo il TUO  
libro online?**

**Non perdere altro tempo! Acquista SUBITO la  
TUA copia di questo manuale, ora disponibile ad  
un prezzo imbattibile su:**

**[WWW.CALMAIL.IT](http://WWW.CALMAIL.IT)**

**e comincia a guadagnare in modo diretto  
con le TUE opere!**