

Francesco Grandis

DA ZERO A DIECIMILA

GUIDA PRATICA
ALL'AUTOPUBBLICAZIONE



Francesco Grandis

**DA ZERO A
DIECIMILA**

**GUIDA PRATICA
ALL'AUTOPUBBLICAZIONE**

Copyright © 2016 Francesco Grandis
www.francescograndis.com

Editing testo a cura di Rita Cioce
www.ioscrivoitaliano.it
Email: info@ioscrivoitaliano.it

Copertina di Daniel Balzan

Prima edizione: novembre 2016

ISBN: 978-1539928614

*Che cosa ci avvicina alla divinità, se non la creazione?
Quando leggi vivi la vite di altri, si dice... ma quando
scrivi, le crei. Crei mondi, persone, storie, vite, eventi.
Potresti dire "luce, e luce fu" e non avresti usurpato la
parola di nessuno. Adoro scrivere, cazzo, e adoro il
brivido divino che mi accarezza la schiena ogni volta
che ci riesco come dico io.*

INTRODUZIONE

Nel marzo del 2015 vede la luce: “Sulla strada giusta”. È il titolo di un autore alla sua prima pubblicazione che, sedici mesi dopo, festeggia e supera la copia venduta numero 10000. Si tratta di un testo pubblicato senza l'aiuto di una casa editrice e distribuito solo online.

A prima vista il numero potrebbe non sembrare così eccezionale o meritevole di scriverci su, se confrontato con le cifre di vendita dei successi editoriali più famosi: libri che si trovano prima delle casse negli Autogrill o presentati da Fazio su Rai 3, e che probabilmente vendono lo stesso numero di copie in pochi giorni. In una prospettiva più ampia però, in un contesto in cui la maggior parte degli aspiranti scrittori passa più tempo ad inviare manoscritti alle case editrici che a scrivere, sono numeri che hanno destato qualche interesse.

Si dice, quasi per scherzo, che in Italia “si scrivono più libri di quanti se ne leggano”, ma va probabilmente evidenziato che in media una pubblicazione vende, nell'arco della sua intera esistenza, meno di 1000 copie. Sono, però, dati consultabili solo a pagamento.

È possibile farsi una idea generale consultando la sezione: cifre e numeri dell'editoria ([link #1](#), vedi sottostante nota sui link), sul sito dell'Associazione Italiana Editori, o leggendo questo interessante articolo: “Quanto durano i libri” ([link #2](#)).

Questo vuol dire che per ogni colosso “da Autogrill” che vende tantissimo, esistono migliaia di titoli che lasciano pochissime tracce del proprio passaggio.

Entrare in un mercato come questo, senza l'invito e l'aiuto di nessuno, piazzando più di 10000 copie, è stata, quindi, una piccola magia editoriale. Si tratta di un incantesimo ancora

più interessante agli occhi dei miei colleghi, esordienti o aspiranti tali, se consideriamo che mi ha permesso di guadagnare a sufficienza da mantenermi.

Per rispondere alle loro numerose domande ho redatto questo breve testo, che non va inteso come una guida onnicomprensiva all'autopubblicazione ma come un resoconto della mia felice esperienza editoriale: cosa ho fatto, perché, cosa ha funzionato e cosa avrei potuto evitare o fare meglio. Non "come si fa", ma "come ho fatto io". Tutta la mia esperienza si concentra sul solo libro che ho pubblicato finora. Questo non mi rende un esperto del settore ma solo qualcuno che ha ottenuto buoni risultati e da cui, forse, si può prendere ispirazione per fare altrettanto o meglio.

Per forza di cose nominerò "Sulla strada giusta" spesso in queste pagine. Vi prego di non considerarlo come un mero tentativo di promozione autoreferenziale. Si tratta dell'unico "caso di studio" che conosco, e proprio per non passare per l'esperto che non sono, devo limitarmi a parlare solo di ciò che so.

Prima di procedere, vi prego fin d'ora di escludere il termine "fortuna" dal nostro vocabolario comune. Ci sono tanti fattori che influenzano il successo o meno di un testo e uno di questi può anche essere la fortuna -non lo escludo- ma non credo sia il più importante. Soprattutto penso sia molto pericoloso, per chi si lancia in un'avventura editoriale o di qualunque altro tipo, ritenere che il suo successo dipenderà solo da una questione di fortuna o sfortuna. È un punto di vista che deresponsabilizza e ci impedisce di fare i passi giusti. Per ogni impresa è necessario prepararsi, studiare, lavorare sodo. Certo, ci saranno eventi fuori dal nostro controllo che possono favorirci o meno, ma il buon marinaio è colui che sa navigare con qualsiasi mare. Raggiungere il porto dev'essere questione di timone, non di venti.

Se c'è qualcosa che ho imparato da questa breve avventura editoriale quanto dalla vita, è che per riuscire in qualcosa, in qualsiasi cosa, bisogna dare tutto quello che si ha. Di più è impossibile, di meno sarebbe troppo poco. La fortuna può aiutare, ma farci affidamento è da pazzi.

Termino questa introduzione con due ulteriori premesse.

Premessa n°1: parlando di libri, è ovvio che grande parte del successo dipende dal contenuto e dal modo in cui è stato scritto. *The content is king* si dice nell'ambiente legato al web, e questo vale anche per l'editoria. "Sulla strada giusta" è un racconto di vita reale, pubblicato in un momento storico in cui sempre più persone sentivano l'esigenza di storie simili. Ha sicuramente avuto un ottimo tempismo. Sarebbe però sbagliato pensare che tutto il successo dipenda solo dal contenuto. Moltissimi casi editoriali recenti, famosi ma di certo non per la qualità dello scritto, sembrano darmi ragione.

Ci sono tantissime cose da fare e da valutare per accompagnare le nostre parole all'Olimpo della letteratura, o in un punto da cui si possa vedere almeno da lontano, ancor di più se abbiamo deciso di seguire la perigliosa strada dell'autopubblicazione.

In questa guida darò quindi per scontato che abbiate scritto un capolavoro, e mi concentrerò su tutto il resto, sperando di aiutarvi a muovere i primi passi per raggiungere il successo che meritate.

Premessa n°2: alcuni passaggi descritti in questa guida richiedono un certo grado di autonomia informatica. Non avevo intenzione di scrivere un manuale quindi non ho descritto tutto in dettaglio. Per gli argomenti più specifici ho inserito i link a risorse che vi potranno essere utili, ma do per buono che siate in grado di cavarvela davanti ad un computer e che se scrivo: "scaricare un file" o "aprire un blog", sappiate almeno di cosa sto parlando. Se così non fosse, il mio consiglio

è di farvi affiancare nella lettura dal più grande esperto di faccende informatiche: Google.

Bene, ora che navighiamo in acque comuni, possiamo cominciare.

Nota sui link

Per facilitare la consultazione delle risorse esterne, tutti i link contenuti nel testo sono sottolineati e corredati da un numero (indicato dal simbolo #). Per trovare i link corrispondenti, visitate la pagina seguente:

www.wanderingwil.com/da-zero-a-diecimila-link

Se richiesta, digitare la seguente password (tutto maiuscolo):

[non disponibile nell'estratto gratuito]

PRIMA DI SCRIVERE: LA PRE-PROMOZIONE

La mia avventura nel mondo delle parole non è iniziata il giorno in cui ho scritto le prime pagine de “Sulla strada giusta” ma molto prima. Già durante il mio giro del mondo nel 2009-2010 avevo aperto un piccolo blog. Si chiamava “Wandering an incredible life”, una licenza poetica che mi ero concesso per giocare sull’acronimo W. I. L.: il mio soprannome dal significato segreto. Era nato con l’idea di aggiornare familiari e amici sullo stato del viaggio che li preoccupava tanto, ma non nego che ci fosse la segreta speranza di essere notato.

Qualcuno in effetti mi notò, non si trattava di un agente editoriale o talent scout, ma commentò uno dei miei articoli scrivendo: “tu hai sbagliato mestiere, dovevi fare lo scrittore”. Per carità, anche le mie zie mi dicono sempre che sono bello come il sole, a dimostrazione del fatto che non si può sempre credere proprio a tutto, ma non sarebbe stata l’ultima volta che avrei letto un commento del genere. Un pensierino, lo confesso, ce lo feci.

Al ritorno scoprii che il blog aveva fatto girare il mio nome, e per alcuni mesi, dopo il mio rientro, venni riconosciuto da amici di amici come “quello che aveva fatto il giro del mondo”. La mia prima briciola di fama, si potrebbe dire.

Ho lasciato sepolta la scrittura pubblica per anni, per poi riprenderla nell’estate del 2013, mentre mi stavo preparando per l’avventura solitaria in Scandinavia a bordo della Wil Mobile. Per l’occasione avevo aperto una pagina Facebook, a cui diedi il nome di Wandering Wil, e per tutta la durata del viaggio scrissi post, mostrai foto e video. Non c’era un piano preciso in quello che stavo facendo, non avevo uno scopo in

mente, eppure da qualche parte dentro di me doveva esserci qualcosa di pronto ad emergere. So di aver pensato: “io intanto scrivo, non si sa mai...”. Quel “non si sa mai” era il modo di confessare, ma anche di nascondere a me stesso, un desiderio di cambiamento che non ero ancora pronto ad accettare.

La pagina ebbe un successo che considerai notevole, per le mie poche aspettative. Quasi alla conclusione del viaggio raggiunsi circa 500 contatti e tra questi erano molte le facce nuove. Non erano più solo amici e conoscenti, ma anche perfetti sconosciuti che si erano affezionati al mio viaggio e ai miei racconti. Forse fu questo, tra le altre cose, che fece scattare in me la scintilla. Seduto sulla panchina di un pontile, tra le bianche spiagge del sud della Svezia, nell'agosto 2013, decisi di mollare il mio lavoro di programmatore freelancer per dedicarmi alla seconda cosa che sapevo fare meglio: raccontare storie.

Fu una rivoluzione non da poco. Stavo rinunciando a qualsiasi entrata economica, proveniente da un lavoro che sapevo fare bene e che mi permetteva la libertà di viaggiare quando e come volevo, per dedicarmi ad un'attività di cui non conoscevo nulla. Mi sarei mantenuto con i miei risparmi fino al momento in cui avessi trovato un modo di far fruttare la nuova attività. Il bello delle rivoluzioni è che non devono apparire sensate, a prima vista.

Così, nel giro di un mese aprii il mio secondo blog, dandogli lo stesso nome della pagina Facebook, Wandering Wil, comprando il nome del dominio e uno spazio su internet (in gergo: *hosting*) relativamente economico.

I miei primi lettori furono ovviamente gli stessi di Facebook. Iniziai a pubblicare articoli parlando inizialmente di viaggi, sempre a modo mio, ma anche di vita, di scelte, di tempo, di felicità. Mi resi conto ben presto che erano questi

ultimi gli argomenti più cari a chi mi seguiva. Non era un caso: erano i più cari anche a me. Non avevo intenzione di diventare un travel blogger, di quelli da “le 10 cose da fare a Parigi”. Io volevo raccontare, condividere, emozionare, non consigliare o scrivere guide turistiche. Si dà il caso che questo mi riuscisse meglio quando non parlavo di viaggi, ma di vita, appunto.

Scrivendo articoli su blog e pubblicandoli su Facebook, pian piano i visitatori aumentarono, interessati alla mia esperienza e a quello che avevo da dire.

Ci misi un anno per capire che ero pronto a raccontare la mia storia, questa volta per davvero, tutta intera. Ero pronto per un libro tutto mio. Iniziai a scriverlo nell'aprile del 2014, e quando scrissi pubblicamente che forse –dico, forse– sarebbe arrivato il mio libro, qualcuno commentò: “era ora, cosa stavi aspettando?”

Questo, in sintesi, è il concetto di pre-promozione: avevo i lettori del mio libro prima ancora di averlo scritto, anzi, prima ancora di averlo immaginato.

A posteriori posso dire che è stato il modo migliore di avvicinarsi alla pubblicazione. I primi lettori, quelli che per tutta la stesura e l'editing del testo continuavano a commentare “allora, a che punto sei, quando arriva?” sono diventati lo “zoccolo duro”. Sono stati forse i lettori più importanti per una serie di ragioni: hanno creduto in me, spronandomi in questo modo ad arrivare alla fine del progetto; hanno finanziato la prima stampa del libro acquistandolo in prevendita; sono stati i primi a leggere il libro, a recensirlo e a consigliarlo.

Penso che per loro possa esserci stata anche una componente di orgoglio sia nell'aver partecipato attivamente alla realizzazione di un progetto in cui credevano, sia per aver letto un libro “prima di tutti”. Non so se un giorno sarò mai famoso, ma quei quasi 400 lettori potranno dire di aver letto

qualcosa di mio prima che lo diventassi. È come se ognuno di loro mi avesse scoperto, come un talent scout.

Certo, se il libro fosse stato scadente, tutto sarebbe morto lì, ma senza quei primi lettori forse non sarebbe mai iniziato quel primo passaparola positivo che mi ha portato, un anno dopo, a raggiungere le famose 10000 copie. Sono stati l'innescò dell'esplosione, e come tale sono stati fondamentali per il successo de "Sulla strada giusta".

Non avevo creato il blog allo scopo di attirarli, e su questo vorrei essere chiaro, non vorrei che si sentissero presi in giro. Ero in un periodo di passaggio della mia esistenza. In quel momento sentivo il bisogno di condividere la mia storia ma non avevo alcuna idea precisa sul mio futuro o su come mi sarei mantenuto. Speravo che il blog e la popolarità che ne sarebbe derivata mi avrebbero messo al centro di un turbine di idee e di energie diverse. Avrei parlato con persone, che mi avrebbero detto cose, aperto nuove porte, e indicato strade che avrei potuto percorrere. In quel momento ogni futuro mi era possibile: diventare giornalista, cronista in radio, viaggiatore professionista, blogger... o scrittore, perché no?

A posteriori posso dire che è stata un'intuizione vincente. Senza saperlo, stavo preparando le basi per lanciare il mio prodotto sul mercato. Pre-promozione, appunto.

Un libro può piacere come no, i lettori e i loro gusti sono fuori dal nostro controllo e abbiamo mezzi limitati per sedurli. Una cosa è certa, però: se nessuno sa che il libro esiste, nessuno lo comprerà. Possiamo anche aver scritto il capolavoro del nostro secolo, ma è essenziale che i potenziali lettori ne vengano a conoscenza, punto.

Si potrebbe ovviare all'assenza della pre-promozione con una campagna pubblicitaria a pagamento prima o dopo la pubblicazione, ma è difficile ottenere qualcosa di efficace e in poco tempo, soprattutto con un budget low-cost e senza

particolari competenze specifiche, come nel mio caso. Invece la combinazione di blog e social, due mezzi a disposizione di tutti e a costi quasi nulli, sono diventati un ottimo modo per farmi conoscere dalle persone che poi sarebbero diventate i miei primi sostenitori.

È stato un investimento in termini di tempo, più che di denaro, ma un consiglio che darei ad un aspirante scrittore è proprio questo: inizia a farti conoscere il prima possibile. Tratta i temi di cui ti occuperai, pubblica stralci di racconti, presenta i personaggi, fa qualsiasi cosa, ma fatti conoscere. Non facendo nulla, il rischio è quello di avere il tuo libro bello pronto, una voglia matta di farlo conoscere al mondo e finire, invece, per *bruciarlo*. Lo pubblichi ma, a parte parenti e una cerchia stretta di amici, nessuno sa che esiste. Organizzi una presentazione, ma non decolla. Inizi a perdere lo slancio e l'entusiasmo, e prima di deciderti a fare una campagna pubblicitaria seria, lo perdi del tutto. Dopo un anno qualche altro lettore si avvicinerà, lo vedrà su Amazon, leggerà "pubblicato l'anno scorso" e penserà "come mai ha solo due recensioni? Dev'essere un libro sfigato". Così il tuo capolavoro verrà perduto per sempre, dimenticato sugli scaffali virtuali del web.

Quanta promozione serve?

Non saprei dare indicazioni precise, ma non credo servano numeri immensi prima di lanciarsi nell'impresa editoriale. Qualche centinaio di lettori affezionati penso siano sufficienti. Per fare un confronto con la mia esperienza, il giorno in cui ho deciso di iniziare a scrivere il mio libro avevo circa 2000 fan su Facebook e meno di 10000 visite al mese sul mio blog.

Link utile

#3. [Come aprire un blog](#): è sufficiente inserire la propria mail per ricevere gratuitamente l'ebook.

Come gestire i social media

Il *social media manager* è la figura professionale di chi gestisce le comunicazioni sui social media, e questo fa capire quanto possa essere immenso e complicato questo argomento. Parlarne qui ci porterebbe fuori strada, e non è lo scopo di questa piccola guida.

Lascero solo i link a qualche risorsa utile, e un paio di consigli che mi sono serviti.

Quali social? Ogni social ha la sua funzione e il suo pubblico di riferimento. Potenzialmente potremmo decidere di essere presenti su tutti, ma questo dispererebbe tempo ed energie. Penso sia meglio concentrarsi su quei pochi che possiamo seguire bene, adeguati al pubblico di riferimento. Avevo iniziato gestendo Facebook, Twitter e Google+, ma ora seguo solo Facebook. I 140 caratteri di Twitter sono troppo pochi per un aspirante scrittore, e lo trovo utile solo per dare notizie in tempo reale (presentazioni, per esempio). Google+ mi sembra un po' deserto e non genera le interazioni di cui avrei bisogno.

Sperimentare! Il web ci permette di tastare il terreno prima di avanzare. Ho modificato molto il mio modo di esporre gli argomenti durante l'anno in cui ho solo scritto articoli sul blog e postato materiale su Facebook. Misurando il gradimento del pubblico, e ricordando sempre che a volte dipende anche da fattori imprevedibili, ho fatto esperimenti, cercando di capire cosa funzionasse e cosa no. A volte ho fatto anche sondaggi o chiesto direttamente pareri. Il blog e i social sono stati il mio banco di sperimentazione, non sono solo la mia vetrina.

Dare, dare, dare, chiedere. Questa è stata la filosofia di base che ho sempre seguito nell'uso del blog e dei social: quando pubblico qualcosa, sto sempre chiedendo a chi mi segue una parte del suo tempo e della sua attenzione.

“Dare” vuol dire usare quel tempo e quella attenzione per offrire al pubblico qualcosa di valore, che lo faccia sentire in qualche modo arricchito: per esempio pubblicare articoli interessanti o informazioni utili.

“Chiedere” vuol dire, invece, che è il pubblico a dare a me qualcosa di valore: per esempio può rispondere ad un sondaggio, leggere il messaggio in cui promuovo il mio libro, condividere l'articolo del mio blog.

Il confine tra cos'è “dare” e cos'è “chiedere” è difficile da determinare, e sicuramente cambia nel tempo. Se agli inizi l'invito alla lettura di un mio articolo era “chiedere”, oggi è diventato “dare”. Per un rapporto sano con il mio pubblico, però, ho sempre cercato di dare più di quanto chiedessi.

Link utili

- #4. [Scrittore emergente: come sfruttare il web per costruire la tua identità online](#)
- #5. [Consigli pratici per scrittori emergenti](#)

Fine dell'estratto gratuito

Per acquistare o informazioni

www.wanderingwil.com/da-zero-a-diecimila-guida-pratica-autopubblicazione/

INDICE

Introduzione	4
Nota sui link	7
Prima di scrivere: la pre-promozione	8
Quanta promozione serve?.....	12
Come gestire i social media e quali	13
Scrittura	15
Mille parole al giorno, sei giorni su sette.....	15
Pausa e prima revisione.....	16
La lettura di test	16
Casa editrice o autopubblicazione?	19
Editoria a pagamento	22
Editing.....	24
Consigli di scrittura (di Rita Cioce).....	26
Un trucchetto da ex-programmatori.....	31
Titolo.....	32
Il principio della mucca viola.....	32
Copertina.....	37
Quarta di copertina	39
Come distribuire?	41
Solo ebook	41
Librerie.....	42
Print-on-demand.....	43

La mia soluzione: Amazon Seller	45
Stampa	46
Il formato	47
La carta	48
Copertina	49
Rilegatura.....	50
Il calcolo del prezzo	50
Impaginazione.....	52
Il font, l'interlinea e la sezione aurea.....	52
Coerenza degli stili e pulizia	55
Pagine speciali	57
Conversione in PDF.....	57
Impaginazione dell'ebook.....	59
Questioni burocratiche.....	61
Tutela del copyright (diritto d'autore)	61
ISBN.....	64
Prevendita	68
Spedizione con la posta.....	70
Vendita e logistica Amazon	73
Rifornire il magazzino	74
Panoramica dei costi.....	76
Inserimento dell'ebook negli store	77
Store statunitensi.....	78
Protezione DRM.....	79
Estendere l'offerta: una brutta esperienza.....	79

Affiliazione su Amazon	83
Lancio ufficiale	85
I giorni e le notti prima	85
La pubblicazione	86
Tour di presentazione.....	88
Promozione	92
Passaparola	92
Recensioni.....	93
Interviste	95
Presentazioni	95
Post sponsorizzati	97
Sconti e promozioni	99
Questioni fiscali.....	100
Ricavi delle vendite e diritti d'autore	100
È necessario aprire la partita IVA?.....	100
Ma è davvero necessario?	101
Come gestire la vendita occasionale?	102
Conclusioni.....	103
Ringraziamenti	106