

Grotesk Blaudruk Utjefteplan

Bewiis fan needsaak

- Oanlieding (idee).
- Underwerp, tema en sintraal idee fan it boek (konsept).
 - In konsept dat te algemien of breed is, of gjin unike ynfalshoeke hat, wurdt meastal net akseptearre.
 - Personaazjes, yntriizje, sjenre, foarm (byg. finjettebondel), toan en eventueel ynhâldsopjefte en wurdetal (ynhâld).
 - Wat makket it boek oars as alle oare; wêrom is it aktueel?
 - Wêrom moat it boek no skreaun wurde (timing)?
 - Wêrom is de skriuwer dejinge dy't dit boek skriuwe moat en net in oar?
 - Yn it gefal dat it unyk is, de uterlike foarm fan it boek: hoe komt it derút te sjen?
- Doel fan jo boek: wat wolle jo mei jo boek berikke (scope)?
 - Wêrom dit boek? Wêrom docht it derta? Hokker ferlet ferfollet it?
 - Besprek it boek altyd yn wurden fan lêzersferlet en maatskiplike needsaak.
- Doelmerk en doelpublyk fan it boek: wa is de lêzer? (doelgroep: leeftyd, man/frou, wittenskiptsgebiet, ynteresses fan de lêzer dy't jo foar eagen ha).
 - Spesifisearje de doelmerk eksakt, sels as it in saneamde niche is.
 - Wêrom wol de lêzer it boek lêze (motivaasje fan de doelgroep)?

Ekspertise en betrouberens

- De saakkundigens en kennis fan de skriuwer op it mêd fan it behannele tema moate oertsjûgjend wêze (betrouwensbrieven: eardere publikaasje(s), besprekken, tydskriftartikels, ensf.).
 - In ûndersyk nei komplekse ferskynsels moat dúdlik basearre wêze op stúdzje en net op eigen amateurûnderfining (fan 'hoe't ik myn swierrichheden oerwûn').

Marketing en ferkeap

- Meitsje it netwurk fan de skriuwer(s) ynsichtlik; elk boek hat al foar de publikaasje ferlet fan in platfoarm (auteursplatfoarm).
- Notearje de manieren sa't de doelgroep berikt wurde kin (boekpromoasje).
- Stel in *marketing plan* op (boekferkeap).

Ynvestearring

- Hoefolle mei it boekprojekt kostje yn tiid en jild (budzjet).

Stjoer it útjefteplan, likernôch twa A4-kes, nei de útjouwer mei it manuskript, it begeliedende brief en de CV(s).