



Si no eres un bestseller, debes lidiar con el marketing de tu libro.

Comunicación, 12/12/2018



“Si no eres un bestseller, debes lidiar con el marketing de tu libro”.

Esta es la premisa que incita a John Mantle a escribir

Marketing

(en

Twitter) para escritores, su ópera prima literaria. John Mantle lleva 5 años dedicándose a la gestión de redes sociales en distintas empresas y al estudio de la efectividad de cada una de ellas a la hora de promocionar un producto. Tras haber asesorado y comprobado por él mismo las ventajas que la plataforma de Twitter ofrece para llevar a cabo acciones de marketing, ha decidido escribir esta breve obra enfocada a escritores que se ocupan de su propia promoción. A continuación, le hacemos algunas preguntas:

• **John, mi primera pregunta tiene que ver con el enfoque. ¿Por qué has decidido hablar de marketing para escritores? ¿Por qué has elegido este sector de la población?**

A lo largo de los años que llevo metido en redes sociales y aconsejando a otros, llevo viendo que los escritores independientes son, casi siempre, el eslabón más débil de la cadena. Comienzan un proyecto con gran ilusión, e incluso tienen una obra que merece mucho la pena, y de pronto, con la novela en la calle, bien por medio de una editorial pequeña, o autoeditada en Amazon, se dan de bruces con el muro que forman todos los demás autores. En España, donde se publican alrededor de 80000 nuevos títulos al año, lo más complicado es destacar, y muchos autores muy válidos, con textos de gran calidad, fallan en la promoción, algo en lo que, aunque pueda parecer lo contrario, se pueden hacer muchas cosas con un bajo presupuesto y, aun así, lograr destacar.

• **¿Crees que tomar decisiones adecuadas en cuanto a marketing puede llevar a un escritor a convertirse en bestseller?**

Sin lugar a dudas. El éxito que convierte un texto brillante, o incluso uno más normalito, en un bestseller, no es tanto la calidad,

como lo que el autor haga con él, tanto si se lo publica una editorial, como si lo hace por su cuenta. En el primer caso, elegir la editorial adecuada para el texto puede marcar la diferencia, ya que una editorial con más posibilidades también podrá dedicar más (tiempo y dinero) al marketing. Aparte de que también hay muchos autores que cometen el error de pensar que la promoción es cosa de la editorial y que ellos no tienen que hacer nada. En los tiempos que corren (vuelvo a los 80000 títulos que decía antes) no concibo autores (salvo los más consagrados) que no sean activos en su propia promoción. Y en el caso de los autoeditados es algo básico, puesto que deben ser los primeros en hablar de sus libros. La otra gran decisión es cómo hablar de sus libros, para hacerlos atractivos y no sonar pesados.

· **¿Qué nos ofrece Twitter con respecto al resto de redes sociales?**

Twitter tiene mucho de inmediatez, y, si bien es cierto que se considera que la vida media de una publicación en la red es de aproximadamente cuatro o cinco segundos, bien explotada es una herramienta muy potente. Aparte de ser una red ya arraigada, su dinamismo hace que esté siempre viva. Como comento, siempre que se utilice bien. Esa fue una de las razones de que quisiera escribir este libro, para poner en evidencia los errores que mucha gente comete (y yo mismo cometía hace años) y que, con los conocimientos adecuados, es sencillo evitar.

· **Si un escritor nunca ha utilizado Twitter, ¿qué consejo le darías para empezar?**

Que sea activo. No hay nada peor que una cuenta de Twitter que se actualiza una vez por semana, o que se crea y nunca se llena de contenidos. Puede que alguien te siga porque ve algo en tu presentación en la red, o porque te conozca de algo, pero no tardará en dejar de hacerlo si ve que no aportas nada. Por otra parte, es imprescindible interactuar con el resto de la red. Como apunto en el libro, muchas veces se gana más visibilidad por recomendar a otras personas que por hablar de uno mismo. Si eres escritor de viajes, llena tus contenidos con temas relacionados con viajes, aunque no sean ni tus viajes ni tus libros. Y si escribes novela fantástica, no olvides hablar de las novelas similares que lees. Hay que desterrar esa idea de que si hablas de la novela de otro, te quitas ventas a ti mismo.

· **Hay muchos libros en el mercado que dan consejos de todo tipo. ¿En qué se diferencia el tuyo?**

En que se trata de casos prácticos, con poca retórica y mucha acción. Todo lo que comento está basado en experiencias propias y de otros, y en sus casos de éxito. No he buscado llenar páginas y páginas con cifras, algoritmos o conjeturas, sino ir al grano con un esquema del estilo "esto es lo que funciona, y así te lo cuento".

· **Espero que con este libro, al menos, nos allanes el camino. ¿Cómo has llegado a estas técnicas tan concretas de las que hablas en tu libro? ¿Ha habido mucho ensayo y error?**

Exacto, mucho ensayo y error, y mucho éxito después. He invertido tiempo y dinero (en ocasiones, bastante) en probar técnicas, aplicaciones, libros similares, etc. Al final de todo esto, he llegado a un sistema estable, que toda persona puede utilizar, que no te arruina, y con el que ves resultados, en forma de interacción de otros usuarios, seguidores, y ventas, desde el primer día. Esto no quiere decir que no surjan mejores opciones en el futuro, y en ese caso, estaré ahí para probarlas y ampliar el repertorio si es necesario.

· **¿Cuál crees que es la proyección de futuro de Twitter para los escritores? ¿Qué otros recursos podremos encontrar quizás en esta red social en el futuro?**

Como red consolidada que ya es Twitter, ahora todo depende del uso que cada escritor haga de su perfil y sus contenidos. Twitter no ha cambiado casi nada en los últimos años, salvo para volverse más restrictiva en algunos casos. Lo que sí ha evolucionado son las técnicas para interactuar con la red, que son precisamente la base de este libro: aplicaciones, webs y trucos que uno puede utilizar para facilitar el trabajo de promoción en Twitter y hacerse más visible. Pero, como ya he dicho, todo dependerá de cómo lo use cada uno. Como ya sabemos, un gran poder conlleva una gran responsabilidad, y, con este

libro, yo espero contribuir a enseñar cómo controlar dicho poder.

Esta es la primera entrevista que John Mantle ofrece en nuestro país, así pues, le agradecemos su tiempo y su consideración. Podéis encontrar *Marketing (en Twitter) para escritores* en la plataforma de Amazon en los dos formatos disponibles (digital y papel).