

E-BOGEN OM E-BOGEN

Hvorfor alle bør lave en e-bog

**COR
TEKST** VI TEKSTER
DIN TANKE

KOLOFON

E-bogen om e-bogen

© Cortekst, 2021

Tekst: Marie Hvidberg

Layout & Opsætning: [NIBER](#)

Alle rettigheder forbeholdes. Enhver kopiering af indholdet af denne bog eller dele heraf er kun tilladt med Corteksts skriftlige tilladelse ifølge gældende dansk lov om ophavsret.

INDHOLDS- FORTEGNELSE

Indledning

Det perfekte content

S. 4

Kap. 1

Hvad er en e-bog

Leadgenerering

S. 5

Kap. 2

Hvorfor skrive en e-bog?

S. 7

Kap. 3

Hvordan skriver og laver du en e-bog?

S. 12

Kap. 4

Tjen penge på din e-bog

- direkte og indirekte

S. 14

Kap. 5

Case: makeitmedia om e-bøger

S. 15

Sæt i gang!

S. 17

INDLEDNING

DET PERFEKTE CONTENT



Marie Hvidberg

MEDSTIFTER OG
TEKSTFORFATTER

Kan det næsten blive mere meta end det her? En e-bog om e-bøger? Nej, det kan det vist ikke. Men om ikke andet, så er der brug for en e-bog om at skrive e-bøger. Jeg lavede en lille Google-søgning, men jeg fandt kun enkle guides og korte skrivelser om e-bøger – det er en fejl! For e-bøger kan virkelig noget og især i den sammenhæng, som jeg vil skrive om her.

Jeg er tekstforfatter og ghostwriter, og jeg har efterhånden vejledt og lavet en god håndfuld af e-bøger til forskellige virksomheder, der gerne vil dele ud af deres viden. Selvfølgelig sætter de mig ikke til at skrive en e-bog for deres blå øjnes skyld – de gør det, fordi content er vigtigt, og e-bøger er content på den helt markante måde.

I den her e-bog vil jeg introducere dig for e-bogen som medie og som content, vise dig, hvorfor du skal sætte dig ned og skrive din egen e-bog, og præsentere dig for en guide over, hvordan du skriver og laver en e-bog. Til sidst vil jeg komme nærmere ind på, hvordan du kan tjene penge på en e-bog – direkte såvel som indirekte.

Jeg gør opmærksom på, at den her e-bog handler om e-bøger i forretningsmæssig brug – og ikke som fiktion eller den store fagbog. Disse er typisk lavet i både fysisk og digitalt format, mens denne type e-bøger er en helt anden snak.

Værsgo!

COR
TEKST VI TEKSTER
DIN TANKE

HVAD ER EN E-BOG?

KAPITEL 1

En e-bog er content, det er markedsføringsmateriale, det er en leadgenerator, det er et produkt, og det er videndeling. Du er sikkert stødt på e-bøger mange steder og om hvad som helst, og inden for den seneste tid er det blevet virkelig populært for iværksættere og større virksomheder at lave små e-bøger, hvor de deler (noget) af deres viden med dig som læser.

E-bogen har fået et kæmpe marked i verden, siden nogle af de første e-bøger kom til i midten af 90'erne og rigtig fik fart i 00'erne. Dog er det først de seneste par år, vi rigtig har set en fremgang i e-bøger, der er lavet af folk selv, som ikke har et forlag bag sig - her kan fx nævnes en lang række af bureauer og iværksættere, der har fundet ud af, hvor stor værdi e-bøger kan skabe - for det handler om at dele viden, og dét skaber værdi. Hvis du fx har en virksomhed, der laver online markedsføring, ved du helt sikkert allerede, hvor stor en værdi en e-bog kan skabe.



HVAD ER EN E-BOG?

Hvis du har en webshop, der sælger børnetøj, er det ikke sikkert, du ved det store om e-bøger, eller hvorfor du helt sikkert også skal lave dig en e-bog. Det vil jeg alt sammen komme ind på senere.

Men forestil dig, at du sidder på Instagram, Facebook eller Pinterest og leder efter inspiration til din virksomhed. Én ting er at google dig frem til blogs og hjemmesider, der giver dig små bidder af kagen rundt omkring, eller flakke rundt på forskellige profiler på Instagram. En helt anden ting er at finde en e-bog, der giver dig al den viden og inspiration, du har brug for - på én gang og samme sted vel at mærke.

E-bogen er tit kort, præcis og uden for megen slinger i valsen. Den typiske e-bog, som bliver brugt i et forretningsøjemed, er på 20-50 sider, og den bruger ikke stort og fancy sprog, men taler til sin læser i øjenhøjde. Det er genren, der gør, at e-bogen er nem at læse og hurtig at komme igennem.

Når man downloader en e-bog, som altså ikke er fiktion eller en stor fagbog, har man en forventning om, at den er overskuelig at komme igennem. Derfor er der også rigtig mange, der sætter deres e-bog op med mange billeder, tabeller og statistikker.

Med e-bøger er det vigtigt, at man husker på sin målgruppe. De vil højst sandsynligt ikke have tid eller overskud til at læse en 100 siders lang e-bog om e-bøger, vel?

HVORFOR SKAL DU SKRIVE EN E-BOG?

KAPITEL 2

Der kan være rigtig mange gode grunde til at lave en e-bog, som kan skabe værdi for dig selv og for andre. Som sagt er en e-bog content, som er noget af det vigtigste at have styr på, hvis du driver en virksomhed.

Forleden så jeg en video fra Mickey Weis, hvor han taler om, at content er en af de fire vigtigste ting, man skal i gang med, når man starter en virksomhed.

Her kunne e-bogen fint gå ind under.

DU SKAL LAVE EN E-BOG, FORDI ...

Du genererer hurtigt mange leads



En af de bedste måder at få leads på er at give din e-bog væk for en e-mail-adresse. Alle vil gerne have noget gratis, og især hvis de får noget ud af det såsom en rigtig god og inspirerende e-bog.



Du skaber opmærksomhed på dig selv og dine kompetencer

Når du skriver en e-bog om det, du er allerbedst til, gør du opmærksom på dig selv og dine kompetencer, som måske ikke ellers rigtig kommer ud til din målgruppe.

DU SKAL LAVE EN E-BOG, FORDI ...



Du deler viden, som skaber værdi for læserne

Videndeling er noget af det mest værdiskabende lige for tiden. Ved at dele ud af al din viden skaber du værdi for dem, der læser det – nye som nuværende kunder. Du viser, at du ikke er bange for at dele fra dig, og det gør dig virkelig likeable, og folk handler med dem, de godt kan li’.



Du kan meget hurtigt skabe hype og interesse

Ved at skrive din egen e-bog inden for din branche kan du hurtigt skabe en masse hype om dig selv og din forretning. Lav research på, om der findes en e-bog inden for dit felt – hvis der ikke gør, kan du være den første. Hype og interesse allerede der!



Du fastholder dine nuværende kunder

Du har sikkert mange kunder i forvejen, som elsker det, du laver for dem. Om det så er en service eller et produkt. Men har de måske glemt dig i farten og nyhedsstrømmen? Fasthold dine nuværende kunder med en god e-bog om det, de godt kan li’ ved din forretning.



Du inspirerer og viser, at du ved, hvad der rører sig inden for din branche lige nu

Du kan med fordel dele trends og nyheder om det, der rør sig i din branche, i din e-bog. Har du fx en tech-virksomhed, kunne din e-bog handle om det nyeste i tech-branchen i 2021.

En e-bog skal skabe værdi for læserne, og derfor er det vigtigt, at du finder noget af værdi at skrive om. Det går ikke, at folk får en e-bog, hvor indholdet mere bare er en sludder for en sludder, end den reelt indeholder værdi. Lav noget research eller måske en spørgerunde på sociale medier om, hvad dine følgere og kunder kunne tænke sig at læse om.

HVORDAN SKRIVER OG LAVER DU EN E-BOG?

KAPITEL 3

Jeg kan jo sagtens komme her og sige, at alle burde skrive og lave en e-bog, men det er lettere sagt end gjort. Det er det meste jo. Men faktisk er det ikke så svært, og jeg kommer med en lille guide her, der kan få dig godt fra start.

Idéfasen

Når du har sat dig for at lave en e-bog, er det næste at finde ud af, hvad du skal skrive om; det, jeg kalder idéfasen.

Det første, du skal tænke over, er, hvad du skal bruge din e-bog til. Har du en virksomhed, skal du selvfølgelig

skrive om noget af det, du laver, og lave e-bogen for at få et eller andet ud af det, fx leads. Hvis du ikke har en virksomhed, kan du lave en gammeldags brainstorm over, hvilke kompetencer eller viden du har, du kan dele ud af.

Vælg det emne, du selv synes er mest spændende! Alternativt kan du spørge dine følgere på sociale medier, dine nu-

værende kunder og dine samarbejdspartnere, hvad de helst ville vide noget om.

Værdi og problem

Det næste, du skal tænke over, når du skriver en e-bog, er, hvilken værdi du giver, eller hvilket problem du løser for læseren. Det er svært at få succes med en e-bog, hvis den drukner i mængden af "ligealdigheder".

Har du en virksomhed, der fx sælger konsulenttydelser om loyalitetsskabelse eller kreativitet på arbejdspladsen,

så ved du allerede, hvilke problemer du

løser for dine kunder
- skriv en e-bog om det!



HVORDAN SKRIVER OG LAVER DU EN E-BOG?

Research



Uanset hvad man skal skrive om, kræver det research. Sæt dig godt ind i sagerne, før du begynder at skrive. Det gør hele processen meget nemmere, hvis du fra starten af ved, hvad du skal skrive. Det kan godt være, du arbejder med emnet til hverdag, men det kan tit hjælpe at lave lidt research alligevel. Få lige genopfrisket dine facts og sæt dig ind i emnet.

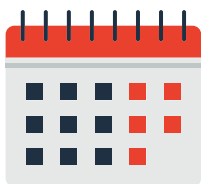
Planlæg

Selvom din e-bog ikke nødvendigvis bliver særlig lang, er det en rigtig god idé at planlægge lidt og lave en synopsis over dit projekt. Hvis du tænker, e-bogen skal være 20 sider og have ca. 6 kapitler, så lav en kort synopsis over, hvad hvert kapitel skal indeholde.

Det skaber virkelig meget ro at have

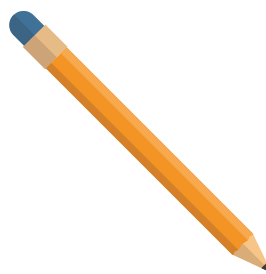
lavet lidt forarbejde, før du går igang.

På den måde sikrer du også, at du ikke mister den røde tråd i processen.



Skriv!

Næste skridt på rejsen er at skrive. Tag det stille og roligt, så du ikke stresser for meget igennem det og laver for mange fejl. Skriv bare i Word eller Pages til at starte med. Der er ingen grund til at bruge avancerede programmer, for du skal alligevel konvertere det hele bagefter.



Tænk på din målgruppe, når du skriver. Hvis du skriver en e-bog til en teknisk avanceret branche, som ved, hvad du snakker om, kan

du sagtens bruge fagtermer. Hvis du skriver om noget teknisk avanceret til en målgruppe, der ikke i forvejen ved, hvad du snakker om, så brug et helt almindeligt sprog. Hvis du bruger et for svært sprog, kan det hurtigt virke, som om du taler ned til folk eller er bedrevidende, selvom det ikke har været din mening.

E-bøger er som regel meget lavpraktiske og taler til sin læser i et læsevenligt sprog.

HVORDAN SKRIVER OG LAVER DU EN E-BOG?

Korrektur, korrektur, korrektur!

Det skærer mig i mit sprognørd-hjerte, når jeg læser en e-bog fuld af fejl. Det er så irriterende, og det får forfatteren til at fremstå uprofessionel.

Hvis du ikke selv er en ørn til at fange slåfejl, stavfejl og kommafejl, så få hjælp til det. Det koster ikke det hvide ud af øjnene, og det er så ærgerligt, hvis de eneste tilbagemeldinger, du får, er: fejl, fejl, fejl.



Lav en lækker forside

Forsiden på din e-bog er det første, folk ser. Du behøver ikke være grafiker for at lave noget lækkert, men tænk over, hvad du gerne vil repræsentere. Tag evt. et flot billede til din forside eller lav noget flot med skrifttype og baggrund. Hvis du ikke selv tør kaste dig ud i forsiden, så



findes der også små hacks til det. Du kan fx bruge Fivver eller oDesk, hvor du kan få noget til små penge. Hvis du vil kaste lidt ekstra efter forsiden, så hyr en dygtig grafiker. Vi kan bl.a. nævne Blikfang.nu eller GrafikJuice, som begge er utroligt dygtige og til at betale.

Konvertér din e-bog

Der er flere forskellige formater, du kan konvertere din e-bog til. Den letteste løsning er selvfølgelig PDF, som alle kender og kan bruge. Hvis du vælger PDF, så husk for guds skyld at lave filen skrivebeskyttet. Det betyder, at folk ikke kan kopiere din e-bog.



HVORDAN SKRIVER OG LAVER DU EN E-BOG?

Du kan med fordel indsætte billeder, illustrationer, links og statistikker i din e-bog, hvis det giver mening for dig og din branche - eller bruge emojis. Mht. links skal du være opmærksom på, at linksne kan "dø", når du konverterer dit Word-dokument til andre formater, fx PDF. Hvis det er tilfældet for dig, så brug programmer til at konvertere, fx FreePDFconvert.com eller lignende.

Du kan faktisk også sætte en video ind i din e-bog, men det er lidt komplekst. Du kan google dig til en masse guides om videoer i Word- og PDF-filer, samt hvordan du får linket til videoen til at redirecte til din hjemmeside, så du får læserne derind.

Den letteste metode er at tage et screendump af videoen, fx fra YouTube, og sætte billedet ind i dit dokument.



HVORDAN SKRIVER OG LAVER DU EN E-BOG?

Herefter tilføjer du et **hyperlink** til dit billede, hvor du indsætter URL'en til videoen. Når dine læsere så trykker på billedet, åbner de videoen i YouTube. Det er en super let løsning.



TJEN PENGE PÅ DIN E-BOG - DIREKTE OG INDIREKTE KAPITEL 4

Når du har lavet din e-bog, er der forskellige måder, hvor du kan tjene penge på den. Det er ikke quick cash, men det kan blive til en rigtig god forretning, hvis du har lidt tålmodighed.

Hvis du vil lave **"direkte" penge** på din e-bog, skal du selvfølgelig sælge den. Hvis du er lidt kendt i din branche, kan du sikkert godt tage lidt penge for din e-bog, hvis den deler en masse god viden, der skaber værdi for læseren.

For at booste interessen for din e-bog kan du dele nogle af kapitlerne gratis ud til dine kunder og følgere på sociale medier. Har du mange subscribers på dit nyhedsbrev, kan du sagtens sende dem et kapitel eller to som en appetitvækker. Hvis de allerede har læst et par kapitler, og interessen er sået, er de mere tilbøjelige til at købe hele e-bogen. Her findes der en masse platforme, fx Publizon, hvor du meget nemt kan sætte din e-bog til salg for et overkommeligt beløb eller procent af salget.

Noget af det, som e-bøger gør allerbedst, er at generere leads til dig. Lav en kampagne på sociale medier – sponsoreret eller organisk – og få folk til at downloade e-bogen. Ganske kvit og frit mod deres e-mail (og/eller telefonnummer, navn og firma). På den måde kan du kontakte dem med e-bogen i fokus, men med tanke på et fremtidigt salg. Det tager tid, men det kræver ikke særlig meget af dig, og det betaler sig i kraft af leads, som du aldrig kan få for mange af!

MAKEITMEDIA OM E-BØGER

KAPITEL 5

Hvordan social media-bureauet makeitmedia bruger e-bøger

Vi har spurgt social media-bureauet makeitmedia om deres brug af e-bøger. Emil Jørgensen, som er head of strategy og partner, siger sådan her:

"Vi bruger ofte e-bøger hos makeitmedia til forskellige ting. E-bøger kan f.eks. være et helt essentielt led i marketingstrategien i forhold til vores kunder. I marketingstrategien fungerer en e-bog rigtig godt, når den er i samspil med kampagnemålsætningen om leadgenerering på Facebook. Her kan e-bogen være nyttig i forhold til at fungere som "tricker" - det vil sige, at e-bogen kan være med til at indsamle potentielle kunders e-mailadresser, som du kan anvende i din egen e-mailmarketing.

Når en potentiel kunde udfylder leadformularen på Facebook, får den potentielle kunde tilsendt e-bogen til sin e-mailadresse. Kunden giver samtidig også sit samtykke og accept til at modtage nyheder og tilbud fra virksomheden. Udover denne positive afledte effekt kan e-bogen også bidrage til, at du bliver opfattet som thought-leader.

MAKEITMEDIA OM E-BØGER

Thought-leader er et led i din content marketingstrategi, hvorpå du kan vinde potentielle kunders tillid. Ved at være aktiv og besvare din målgruppes spørgsmål og derved bytte din viden for at få deres tillid vil du opleve, at de spørger.

*Som thought-leader kan du også nudge en potentiel kunde til at bevæge sig længere ned ad salgstragten, og her kan e-bogen også være en helt afgørende brik. Du er f.eks. i gang med at sælge et komplekst produkt eller ydelse, hvor der er mange touchpoint at hente, inden købet finder sted, og her kan **e-bogen være udfaldet**, der gør, at den potentielle kunde går fra at være en potentiel kunde til en aktuel kunde. **E-bogen kan herved være en helt afgørende brik i salgsprocessen.***

Emil Jørgensen

PARTNER, HEAD OF STRATEGY

MAKEITMEDIA



| SÆT I GANG!



Jeg håber, du har fået en masse brugbar viden om e-bøger og ikke mindst er blevet overbevist om, hvorfor du skal få lavet dig en e-bog. Du får ikke blot en e-bog, du får content til virkelig mange platforme og kampagner. Du kan splitte bogen op i mindre dele og bruge det som blogindlæg og nyhedsbreve, du kan lave video og content til sociale medier. Den vigtigste pointe er, at du skaber sindssygt meget værdi for dig selv og dine kunder ved at lave en god e-bog.

Skulle du have svært ved at få gang i skriveriet, hjælper jeg dig selvfølgelig gerne med dit projekt. Besøg også meget gerne vores sociale medier på Facebook og LinkedIn samt vores hjemmeside og tilmeld dig vores nyhedsbrev, hvor jeg lover, der kommer flere gode e-bøger og guides til alt fra content til creative writing.

www.corstekst.dk

TEKSTBUREAU MED SPECIALE

I KVALITETSCONTENT

INFO@CORTEKST.DK

23 27 11 86 / 22 16 38 15