Nederlandse uitgeverij AP/AWB lanceert multi-platformpublicatie Earned Attention wereldwijd

02-05-2013 13:47

Earned Attention is niet zomaar een boek, het is een multi-platformpublicatie
Earned Attention van auteur Klaas Weima is niet zomaar een boek. Het is zoals wij het noemen een multi-platformpublicatie. Het bestaat uit een papieren boek, een blog, een gratis iPhone-app, een iPad-app en social media accounts. Voor elk van deze publicatievormen is al vanaf het begin van het project nagedacht over hun specifieke kracht en toegevoegde waarde aan het geheel. Dit maakte het mogelijk om de kunst van het verhalen vertellen naar een hoger plan te tillen. Met als bonus dat dit verhaal nooit zal eindigen.

Het boek: de gedrukte versie van de tekst is je gids voor de reis naar verdiende aandacht voor jouw merk.
De blog (www.earnedattention.com): toont de laatste ontwikkelingen met betrekking tot het onderwerp verdiende aandacht en de visionairs uit het boek. Het is ook een plek waar de lezers kunnen reageren en discussiëren over aanverwante onderwerpen.
De iPhone-app: een gratis app waarmee je de oorspronkelijke (en volledige) interviews met de 50 visionairs kunt beluisteren. Om meer te weten te komen over elk van deze visionairs, kun je eenvoudig doorklikken naar hun social media profielen, websites en blogs. Nieuwe interviews worden automatisch aan de app toegevoegd zodra ze beschikbaar zijn.
De iPad-app: bevat alle bovenstaande mogelijkheden, en meer! Zoals bijvoorbeeld: geanimeerde infographics, honderden interactieve arceringen door het hele boek heen, de mogelijkheid om notities (Post-its) aan pagina's toe te voegen terwijl je leest, een interactieve appendix, een interactief overzicht van alle feiten uit het boek (en deelbaar via social media), een interactieve versie van de reisplanner, bladwijzers en de mogelijkheid om de auteur vanuit de app een vraag te stellen. En dit alles voor nog minder dan 20% van de prijs van het papieren boek!

Dankzij deze multi-platformaanpak krijgt de lezer toegang tot extra content met behulp van de methode die het beste bij hem past. Van gratis tot betaald, van fysiek tot digitaal. Al deze extra's zorgen ervoor dat het boek altijd actueel en volledig up-to-date blijft.
Bekijk deze video voor meer informatie over de multi-platformaanpak: http://vimeo.com/63895727.
Earned Attention won al de award voor de Beste Nederlandse Media App 2013 en was genomineerd voor een SpinAward en de PIM Literatuurprijs (beste marketingboek van 2012).

Waar gaat Earned Attention over?
De multi-platformpublicatie Earned Attention richt zich op marketeers en communicatieprofessionals. Het beschrijft een alternatieve manier om merken te bouwen in het digitale en sociale tijdperk: niet door enkel media-aandacht te kopen, maar door authentieke aandacht te genereren. Het platform bestaat uit een blog, een iPhone-app, een iPad-app en een boek, geschreven door Klaas Weima, oprichter van Energize (een interactief bureau dat merken helpt met het genereren van verdiende aandacht).
Aandacht is het meest zeldzame en waardevolle goed vandaag de dag. Earned Attention is een handleiding die je leert hoe merkproducten aandacht kunnen verdienen door relevante en boeiende content te creëren op verschillende platforms, in plaats van simpelweg advertentieruimte in te kopen. De lezer krijgt strategische inzichten van de geïnterviewde visionairs, de nieuwste communicatiemodellen, een handige 'Reisplanner' voor sociale merkactivatie en casestudies, waaronder: KLM, Hi, nijntje en Philips. De 50 visionairs in het boek zijn onder andere Guy Kawasaki, Tim O'Reilly en Philip Kotler. Joseph Jaffe heeft het voorwoord geschreven.

Bekijk het speciale videovoorwoord van Joseph Jaffe voor meer informatie over de inhoud van Earned

Attention: http://vimeo.com/63151523.