Een kijkje aan de andere kant van het hek

08-12-2015 15:19

Het grootste voordeel is natuurlijk dat ik alles waar ik mijn collega's regelmatig mee lastig val, nu zelf in de praktijk kan brengen. Ik kan namelijk niet claimen dat de auteur niet mee wil werken, haha.
Het begon al met het kiezen van een auteursnaam: ik wilde graag onder pseudoniem publiceren, omdat me dat lekker overzichtelijk leek: alsof je verbaal even een andere pet opzet. Handig voor als je verschillende rollen binnen hetzelfde vak wilt vervullen. Dat pseudoniem moest natuurlijk aansluiten bij het genre, maar het moest niet beperkend zijn (als je 'Hunter Dangerfield' als pseudoniem hebt dan verwacht je toch eerder een spionagethriller dan een boek over een moeilijke liefde), het moest goed liggen in Nederland en Vlaanderen en niet al te onuitspreekbaar zijn voor eventuele geïnteresseerde andere landen ('Brechtje Scheepsschraper' geeft vast problemen in het buitenland) én het moest geen rare ongewenste resultaten opleveren als je het in Google intikt. Het is Jackie van Laren geworden.
Een collega vertrouwde me grinnikend toe: 'ik heb nog nooit een auteur ontmoet die zijn auteursnaam SEO-proofde.'

Korte titels
Aansluitend daarop wilde ik korte titels, zodat die groot beletterd zouden kunnen worden, op zo'n manier dat het ook als het heel erg klein weergegeven zou worden op een beeldscherm, nog steeds leesbaar zou zijn. Ook de titels heb ik natuurlijk even getest bij Google en de grootse webshops, in combinatie met de auteursnaam. De boeken heten *Zin, Ziel* en *Lief*.

Vervolgens wilde ik graag een omslagontwerp dat grafisch was, alweer voor maximale herkenbaarheid online, ook onder minimale omstandigheden. Je ziet dit ook internationaal: steeds minder boeken hebben een omslag dat eventueel ook voor een filmposter door zou kunnen gaan, steeds meer is het een iconisch, eventueel grafisch, maar in ieder geval zeer herkenbaar beeld.

En natuurlijk heb ik me enthousiast met alle bijbehorende metadata bemoeid; alles om in ieder geval de online vindbaarheid zo goed mogelijk te maximaliseren.
Maar het belangrijkste is nog wel dat ik de hele vorm van het verhaal (een roman in drie delen, die allemaal kort na elkaar zijn verschenen) zo heb ingericht dat het optimaal is voor online: daar waar boekhandels soms maar matig gelukkig zijn met een serie (al snel te veel plankruimte voor hetzelfde; slecht voor de diversiteit in de winkel) is het voor online juist heerlijk: lezers vinden het fijn als ze ergens op kunnen doorklikken. En als ze iets proberen en het bevalt, dan vinden ze het nog fijner als er meer van verkrijgbaar is. Webshops hebben geen plankruimte, dus ook geen probleem.

En het lijkt te werken: ik test zelf regelmatig en merk dat de boeken goed vindbaar zijn online, en goed herkenbaar als ze ergens op een webpagina staan. Ook op het gebied van de verkoop mag ik al met al niet klagen: het is nooit eenvoudig een debuut te lanceren, zeker als de auteur een totale niemand is in plaats van een actrice of de zus van een topmodel. Het resultaat stelt niet teleur: een zachtjes maar gestaag doorlopende verkoop en een heleboel positieve en persoonlijke reacties van enthousiaste bloggers en lezers.

Ik ga nog maar eens een boek schrijven.