

Power to the publisher!

04-10-2011 07:46

Uiteindelijk zullen uitgevers toch echt gedwongen zijn het merendeel van hun aandacht op digitale producten te richten. En hoewel iedere uitgever dat eigenlijk wel weet is er nog immer veel weerzin tegen. Begrijpelijk, want nog los van het verdwijnen van een product dat velen van ons zeer lief is, het gedrukte boek of tijdschrift, komen we in een volledig nieuwe Umwelt terecht waar de uitgeverij haar positie allerminst zeker is op twee voorname punten.

1. De inhoudelijke functie; de markt fragmenteert omdat het steeds eenvoudiger wordt een contentproduct te maken. De consument krijgt daardoor niet alleen een veelvoud aan keuzemogelijkheden, het aantal leveranciers van contentproducten neemt ook explosief toe (van self-publishers tot zoiets ordinairs als softwaregiganten als Facebook).

2. De handelsfunctie; het vermarkten van de content wordt steeds lastiger gemaakt en voor een belangrijk deel door factoren van buitenaf. Want mastodonten als Apple, Google en Amazon zijn hard bezig de uitgever het virtuele gras voor de voeten wegmaaien en incasseren grote delen van de omzet alsof het niets is.

Uiteraard bedreigt dit de actuele en toekomstige positie van de uitgeverij. Om deze situatie het hoofd te bieden moet de uitgever onafhankelijk van andere partijen zijn strategie bepalen en een eigen aanwezigheid in al dat geweld realiseren. Met punt 1, de inhoudelijke functie, komt het uiteindelijk wel goed, want de goede uitgever kent nu eenmaal zijn gelijke niet in de samenstelling van goede content. Specialiseren is daarbij wel verstandig, je kunt nu eenmaal niet alles weten, maar echt goed is echt goed en wordt uiteindelijk ook als zodanig herkend. De echte uitdaging zit 'm in punt 2, want hoe goed de inhoud ook is, het is de gerealiseerde afzet die bepaald of we verder komen. En om die te verbeteren heb ik een tweetal suggesties in dit mobiele en extreem social(e) tijdperk.

Neem de verkoop van uw digitale content zelf ter hand

Trek allereerst de verkoop van uw content naar uzelf toe en laat u niet de wet voorschrijven door mastodonten, hun concurrenten en allerlei tussenpersonen om uw content bij de lezer te krijgen... , ze romen allemaal uw rendement af. En dat kan, met html5 en mobiel internet kunt u (de verspreiding van) uw content volledig beheersen. In html5 kan content op alle belangrijke devices geraadpleegd worden (iPhone én iPad, Android en in principe zelfs op Kindle) zonder tussenkomst van de partijen achter die hardware én zonder die lui commissie te moeten betalen, volstreekte vrijheid en maximaal rendement voor de uitgever dus. Bovendien is html5 de basis voor ePub3 (de opvolger van het huidige ePub die in 2012 of 2013 gemeengoed zal worden) en kan het evengoed de basis zijn voor native apps in iOS (Apple), Android of Mobipocket (Amazon), opnieuw optimale vrijheid.

Maak social media echt persoonlijk

En ten tweede, maak volop gebruik van de mogelijkheden van social media maar bedenk dat social media werkt bij de gratie van persoonlijk en direct contact. Dus maak nou niet één twitteraccount om alles over de uitgeverij het luchtruim in te schieten, maar maak twitter- (of facebook-, of hyves- of wat-dan-ook-) accounts aan speciaal voor één titel, één auteur of maximaal één fondsonderdeel. En leg het beheer niet bij één medewerker (of, nog erger, één student) maar verdeel die accounts over alle medewerkers, zodat die allemaal een pleegkind hebben waar ze op kunnen focussen (en trots op kan zijn). Alleen met zo'n persoonlijke aanpak kun je verwachten dat je een werkelijke band met de doelgroep opbouwt.

Florissant toekomstperspectief

Indien het de uitgeefindustrie lukt om zich te beperken tot haar kernactiviteiten en de uitvoering daarvan in eigen beheer te houden, overleeft de uitgeefindustrie niet alleen, dan heeft ze zelfs een uitzonderlijk florissant toekomstperspectief. Want die eerder genoemde mastodonten (en hun concurrenten) hebben goede content nodig voor hun apparaten en systemen, en zonder uitgevers geen kwaliteitsvolle content op die apparaten, in die zoekmachines en in die winkel.

En wie levert de beste content? Juist, ik bedoel maar, "POWER TO THE PUBLISHER"!!!

David Huijzer