**Vecka 42   
Baksidestext Dag 1-3  
Bokomslag Dag 3-5  
Välja titel Dag 6  
Författarporträtt Dag 7**

*“Judging books by their covers is seriously underrated,   
and any book nerd who claims never to have done it is probably lying.”*  
― Amy Smith

*En bild som visar text, inomhus, bok, skrivbord

Automatiskt genererad beskrivning* **Baksidetext**

Nu har det blivit dags för ännu en viktig del av bokskrivandet vars syfte är att få potentiella läsare att välja just din bok, nämligen baksidestexten. En läsare som skall välja en ny bok att läsa gör det på flera olika sätt, oavsett om de går omkring och kollar efter nya böcker i en fysisk affär eller scrollar runt på olika nätbokhandlares siter; de söker inom den genren de är intresserade av, eller efter författare som de redan läst och gillat, de kollar på böcker som de läst recensioner av eller fått tips om av personer i sin omgivning ELLER så fastnar deras blick på en bok med tilltalande omslag och spännande titel och så väljer de boken, vänder på den och läser baksidestexten!

Det är nu det avgörs om läsaren blir tillräckligt intresserad, intresserad nog att köpa boken och investera tid och pengar på din berättelse. Och det går snabbt, köparen läser ungefär fem sekunder av baksidestexten innan de bestämmer sig ifall detta är något för dem. Baksidestexten ska behandlas som en reklamtext för din bok eftersom den i många fall din sista kontaktyta med läsaren innan de fattar sitt beslut – läsa eller inte läsa. Det är också den texten som syns i bokkataloger, register och som tillsammans med titeln gör boken sökbar på nätet. Maximera chansen att din bok blir vald genom att lägga ordentligt med energi på att skriva en oemotståndlig baksidestext!

**Så vad är en bra baksidestext?** En bra baksidestext förmedlar essensen av berättelsen, dess sprängande punkter och en krok som gör läsaren nyfiken så att de vill fortsätta läsa (inspireras gärna av kursavsnittet Cliffhangers). Du behöver (snabbt! Kom ihåg: fem sekunder!) introducera protagonisten, etablera genren och skissa upp den övergripande konflikten utan att avslöja för mycket eller hinta om hur det kommer sluta. Inga spoilers! Du bör också skapa en stämning som stämmer överens med innehållet. Läsaren vill veta vad den får, sälj därför inte in något som du inte kommer leverera under den kommande läsningen. Den enskilt största uppgiften en baksidestext har är att göra läsaren nyfiken. Så nyfikna att de öppnar boken och läser första sidan eller direkt stoppar boken i shoppingvagnen.  
 **Tekniska tips:**

* Baksidetexten skrivs oftast i tredje person och presens oavsett övriga berättarperspektiv.
* Dina tidigare utgivna böcker bör lyftas.
* Samla in bokrecensioner innan boken släpps och lyft dessa, skicka ut manusexemplar till olika bokbloggare eller andra personer vars åsikt kan vara av värde – Se kursavsnitt för ”Marknadsföring”!
* Lämplig längd är ca 150 ord.

**Vanligt misstag: Glöm inte korrekturläsning!**

Det är lätt hänt att glömma av att även baksidestexten behöver korrekturläsas. Det är mycket att tänka på under ett bokprojekt och av förklarliga skäl så är manuset den text som får mest uppmärksamhet. Men alla texter som du som författare skriver som ”hör ihop” med det som skall bli din bok förtjänar samma noggranna språkgranskning, så be din korrekturläsare att läsa baksidestexten innan du skickar i väg hela paketet till tryckning, det är en riktig turnoff för köpare att läsa en baksidestext och upptäcka småfel i en så kort text …

**Vanligt misstag: Tråkigt …**

Har ni varit med om någon gång att ni läser en baksidestext som är så tråkig att klockorna stannar, fast ni VET att berättelsen i sig själv är bra? Baksidestexten är inte rätta platsen för att spela svår eller för att bygga upp stämning; en baksidestext skall väcka nyfikenhet hos läsaren!  
  
**Tips** Baksidetexten tillsammans med titeln och såklart recensioner eller artiklar kopplade till din bok är det som gör din bok sökbar på nätet. Internet använder olika algoritmer för att hjälpa den som söker efter något på internet att hitta rätt. Det är därför en idé att tänka på din målgrupp och när du skriver din baksidetext. Tänk dig in om du satt vid datorn och sökte efter en bok som din, vad skulle du skriva in i sökfältet? Kanske ”Bästa julromanen” eller ”Årets deckare” eller ”Kokbok med råkost”. Försök använda dessa ord att bädda in i din baksidetext för att öka chansen att dyka upp i olika sökningar.

**Uppgift:** Ta fram de material du har för första sidan, cliffhangern och pitchen. Använd dessa element för att fånga läsarens uppmärksamhet kan du bearbeta och återanvända när du skriver din baksidestext.

**Uppgift:** Läs och analysera baksidestexten på de fem senaste böckerna du köpte eller lånade på biblioteket och analysera vad det var som gjorde att du valde just de här böckerna och använd den insikten när du ska formulera din baksidetext. Det är mer spännande att analysera de av dina bokval som inte baserade sig på författare du redan läst tidigare utan böckerna av författare som du kanske inte kände till men valde just för att du fastnade för något när du läste baksidestexten.

**Uppgift:** Besök Adlibris, Goodreads och Amazon, läs sedan baksidestexterna på de böckerna som ligger i toppen av listan inom din genre. Hur har dessa författare gjort för att övertyga läsarna att välja deras bok? Lägg särskilt märke till kroken! Vad särskiljer deras berättelse från andra böcker i samma genre i topplistan? Jämför baksidestexterna i topplistan med varandra och analysera hur de skiljer sig åt och vilka gemensamma drag de har. Vilken typ av upplägg har dessa baksidestexter? Finns det särskilda formuleringar eller stilar som tilltalar läsaren extra mycket? Vad kan du lära dig av dessa författare?

**Uppgift:** Använd en ’tagline’ längst upp på baksidan för att fånga läsarens uppmärksamhet från första sekunden. En ’tagline’ är en kort mening som lockar läsaren att läsa boken. Ta fram minst fem förslag på en ’tagline’ för din berättelse som kan ligga längst upp på baksidan av boken och ”sväva” ovanför baksidestexten. Det finns olika sorters ’tagline’; det kan exempelvis vara en kort beskrivande mening, en fråga, en ’catchphrase’, ett citat från boken eller från en recension av boken.

**Uppgift:** Skriv din baksidetext!

**Uppgift**: Läs upp din baksidetext för några personer som inte vet något om boken. Dina lokala bibliotekarier kan vara ett bra alternativ. Be dem om råd och ta till dig det!   
  
**Tips:** Vill du ha stöd i att skriva din baksidetext kan du ta hjälp av någon av våra huslektörer. Det brukar kosta från 1000 kr och uppåt. Maila redaktionen@skrivcafe.se

**SÄRSKILDA UPPGIFTER FÖR OLIKA GENRER  
  
FACKBOK -** *Kokbok, trädgårdsbok, svampbok, skolbok, teknikbok, självhjälpsbok, riddare, biodling, snowboardåkning* Förmedla din kunskap, insikt eller intressen?

**Uppgift:** Kan du sammanfatta huvudämnet på ett kärnfullt sätt? Vilka höjdpunkter kan du lyfta fram för att locka läsare som redan är insatta i ämnet, vad kan tilltala dem? Vilka är de mest övertygande eller nyskapande idéer, perspektiv eller insikter som du presenterar i din bok? Vad är ditt unika perspektiv på ämnet?

**Bokomslag**

Bokomslaget är det första läsaren ser och ditt mål är att locka din målgrupp att köpa boken eller åtminstone ta fram den för att läsa baksidetexten.

**Saker att tänka på med ditt bokomslag:**

* Vilken är din målgrupp? Vad söker din målgrupp?
* Omslaget är din främsta reklampelare ge läsaren vad den vill ha och söker!
* Spela inte svårflörtad – Läsaren ska inte fatta omslaget efter att boken är läst.
* Omslaget ska säga vilken genre det är i allt ifrån bilder till typsnitt, textplacering och färgval. Detta bildspråk kommer du sedan använda även för din hemsida och annat reklammaterial.
* Omslaget ska spegla bokens innehåll.
* Omslaget måste vara professionellt med hög kvalité på bilder och utformning.
* Människor är känslostyrda – Använd det till din fördel! Vad vill du att din läsare ska känna när den ser bokomslaget? Värme och kärlek, sorg eller rädsla?

**Vad bör finnas med på bokomslaget?**Bilder, författarfoto, baksidetext, streckkod, ISBN-nummer, bilder, layout och design. Framsida, baksida, bokrygg och insidan av hårdpärmen.

**Uppgift:** Läs och analysera bokomslagen på de fem senaste böckerna du köpte eller lånade på biblioteket. Uppmärksamma både framsida, baksida och bokrygg. Analysera vad det var som gjorde att du valde just de här böckerna och använd den insikten när du ska forma bokomslaget. Det är mer spännande att analysera de av dina bokval som inte baserade sig på författare du redan läst tidigare utan böckerna av författare som du kanske inte kände till men valde just för att du fastnade för något när du såg framsidan.

**Uppgift:** Besök Adlibris, Goodreads och Amazon, titta på de böckerna som ligger i toppen av listan inom din genre. Hur har dessa författare gjort för att övertyga läsarna att välja deras bok? Vad särskiljer deras bokomslag från andra böcker i samma genre i topplistan? Jämför bokomslagen i topplistan med varandra och analysera hur de skiljer sig åt och vilka gemensamma drag de har. Hur är layout, fond, färger etcetera?  
  
**Uppgift:** Gå till biblioteket. Ta fram de fem böcker inom den genre du skriver och som du gillar mest utifrån omslaget. Ta hjälp av dessa när du skapar ditt omslag eller presenterar dina idéer för din formgivare/grafiker.

**Uppgift:** Skriv till [redaktionen@skrivcafe.se](mailto:redaktionen@skrivcafe.se) att du är redo att skapa ditt BoD-konto. Du kommer få en kod som du använder när du första gången loggar in på [www.bod.se](http://www.bod.se) och skapar ett konto. Där skapar du ditt bokomslag själv genom Easycover eller så väljer du till någon av de tjänster BoD erbjuder. Om design inte är din starka sida och du vill att din bok ska bli så bra den kan bli rekommenderas att du tar hjälp av en vän som har öga för design eller köper till hjälp från en grafiker och formgivare. Väljer du det senare alternativet är det bra om du gör en mood-board där du visar dina idéer och skriver ner dina tankar. Ta gärna med bilder på andra bokomslag som du tycker om. Ju tydligare du är i dina tankar desto lättare blir det för formgivaren att ge dig vad du vill ha. Du kan även köpa till illustrationer om du till exempel gör en barnbok.

<https://www.bod.se/forfattare/forfattartjanster/omslagsdesign.html>   
<https://www.bod.se/forfattare/forfattartjanster/illustrationer.html>  
  
**Tips på bildbanker för upphovsrätts- och royaltyfria bilder:** Här hittar du bilder, videor, illustrationer och musik som du kan använda för kommersiellt bruk utan att be om tillåtelse eller kreditera artisten. Dessa är perfekt om du vill använda en bild till ditt Easycover! *Dubbelkolla alltid websidan att dessa regler fortsatt gäller innan du använder bilderna.*[www.pexels.com](http://www.pexels.com)  
[www.pixabay.com](http://www.pixabay.com)  
[www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com)   
[www.piqsels.com](http://www.piqsels.com)

**Boktitel och Undertitel  
*Skönlitterärt och facklitteratur***

*“A good title tells what the book is about. A great title tells what the end destination is.   
A truly superb title is one that tells the end destination and also appeals to core human desires.”*   
*Buck Flogging*

**Läsarens köpresa:**  
Din potentiella läsare vill ha en upplevelse; försvinna i en värld av fantasy, mordgåtor eller romantik eller kanske lära sig något nytt. Läsaren går till en bokhandel eller söker online, blir rekommenderad en bok på en fest eller ser en annons, artikel eller recension. Läsaren går igenom bokhyllorna i bokhandeln eller på biblioteket eller söker på nätet eller scrollar igenom en lista av boktitlar i nätbokhandeln. Läsarens öga skannar snabbt av bokhyllan/listorna och läser titlar och undertitlar. På under en sekund har läsaren registrerat det den behöver veta för att vilja veta mer och skrollar sedan vidare. Titeln är därför din första säljpitch och den största bidragande faktorn till en hög försäljning! Välj därför med omsorg.

**13 snabba tips**

1. **Enkelt** Titeln bör vara såkort som möjligt utan att förlora sin betydelse, lätt att; läsa, uttala, förstå och komma ihåg, ge en känsla, vara unik och kunna uttalas i ett andetag.
2. **Målgrupp** Vilken är din målgrupp? Vilka förväntningar har dina läsare och hur lockar du dem?
3. **Handling** Läsaren vill veta vad han eller hon köper och du bör redan i titeln få fram vad boken handlar om utan att avslöja några hemligheter.
4. **Misstolkning** Kan titeln misstolkas? Genremässigt eller förväxlas med en annan bok?
5. **Resultatet** Vad får läsaren för upplevelse eller kunskap av att läsa denna bok/vad är målet för karaktären? Detta använder du framför allt till underrubriken*. ”Atomic Habits - An Easy & Proven Way to Build Good Habits & Break Bad Ones”* eller *”Harry Potter – The Sorceres Stone”*
6. **Kroken** Vad gör läsaren nyfiken att vilja veta mer? Ett mysterium? En ledtråd? Lämna potentiella läsare med frågor som gör att de måste läsa boken för att veta mer! Exempel: ”Rikaste mannen i Babylon”… Varför är han så rik? Hur gjorde han? Vem är han? Kan jag bli lika rik om jag lär mig det han kan?
7. **Effektfull** Tänk om *”Den rikaste mannen i Babylon”* i stället hette *”Alla lärdomar jag förmedlade under min resa till att bli rik.”* Hade den varit lika lockande?
8. **Tema** Spela med din genre. Är det en komik bör titeln vara skämtsam och är det en science fiction bör du anspela på det… *”Avatar”/”Starwars”*.
9. **Undvik poetiska titlar** Var hellre beskrivande. Din boktitel är till för din läsare och ingen annan (i alla fall om målet är att du vill sälja många böcker.)
10. **Liknelser/underbetydelse/symbolik** Varför inte ta något citat ur bibeln eller en bit av ett känt ordspråk som symboliserar något i din bok? Till exempel *”Eat that frog” (Känt uttryck som betyder att om det första du gör är att äta grodan så kommer allt annat smaka bättre senare)* eller *”How To Kill a Mockingbird” (Mockingbird är en fågel som härmar någon annan)*
11. **Fackböcker:** Människan har alltid lockats av sin egen utveckling, hur blir jag snyggare, rikare, smartare, mer hälsosam, lyckligare, får en bättre karriär, eller bättre relationer… ger du läsaren något av detta? Lyft det i sådant fall!
12. **Titel baserad på drivkraft:** Böcker baserade på interna konflikter (karaktären) har ofta titlar baserade på karaktären (The Great Gatsby), karaktärerna (Pretty Little Liars) eller en karaktärsbeskrivning (The pianist). Böcker baserad på externa konflikter (händelse) brukar ha händelserelaterade titlar (1984) (Titanic)
13. **SEO** handlar om att göra din boktitel och baksidetext så attraktiv som möjligt för sökmotorer som till exempel Google. Om sökmotorn anser din bok relevant kommer du högre upp i resultatet och hos bokhandlare såsom Amazon och Kindle. Att använda rätt ord i din titel, undertitel och baksidetext kan ge din bok en rejäl skjuts, öka din boks synlighet och sedan hamna i varukorgen. Vilka ord och fraser du bör inkludera kan du lära dig mer om nedan.

**Uppgift:** [www.nytimes.com/books/best-sellers/](http://www.nytimes.com/books/best-sellers/) Välj din genres topp 50. Notera återkommande ord, fraser, modeord, ämnesrelaterade ord, tidlösa ord och eventuellt undertitlar. Läs även tillhörande bokrecensioner och baksidetexter. Vad skiljer sig dessa från andra genres?   
  
**Uppgift:**   
1. Ställ klockan på 10 minuter - Tänk ut 50 olika nyckelord och fraser inom din genre.   
*Spara sedan alla nyckelord du hittat, dessa kommer du använda i din kommande marknadsföring.*  
2. Ställ klockan på 5 minuter - Kolla alla synonymer,  
3. Ställ klockan på 10 minuter - Skriv ner 15 titlar och eventuellt undertitlar baserad på dessa ord.  
4. Ställ klockan på 20 minuter – Skriv ner alla liknelser/underbetydelser/symboler du kan tänka  
5. Gå igenom alla ord, fraser och meningar i verktygen som finns i nästa stycke **”Olika verktyg”**  
6. Ställ klockan på 5 minuter - Välj de fem bästa kombinationerna.  
  
**Olika verktyg:**

**Google** *Keyword Planner –*<https://support.google.com/adwords/answer/6325025> Skapa ett gratiskonto och ta reda på hur många som söker på respektive ord för att avgöra vilket ord eller fras som kan tänkas vara mest effektfull i din kommande marknadsföring.   
**Amazon** *Autopopulate Search tool –* Föreslår ord och fraser baserade på ditt ämne.  
**Youtube** – Jämför ämnets resultaten och populariteten.  
  
**Uppgift:** Läs din titel snabbt 10 gånger i rad – känns det enkelt och behagligt eller är det svårt?

**Uppgift:** Få input.   
1. Fråga andra författare, lektörer och skrivargrupper – Listar de ut handlingen? Skulle de köpa den?  
2. Skicka ut en gratis enkät som till exempel SurveyMonkey.  
3. Analysera dina titlar på lulu.com  
4. Jämför din titel med andra på NYT bestseller list eller på Akademibokhandeln och Storytel. Vilken av dina titlar platsar bäst i toppistan, gå tillbaka till newt och jämförs. Skulle du välja den?

**Författarporträtt**  
I boken kan du välja att ha en presentation av dig som författare i både text och bild. Du kommer även använda detta i ett presskit för journalister.

**Presentationstext** Skriv i tredje person om du vill upplevas som en professionell och erfaren författare. Detta gör dig mer trovärdig och läsaren kommer förstå att detta är en bok av hög kvalité. Du kan också be någon skriva texten åt dig; en lektör eller en vän som känner till ditt författarskap, din stil, genre osv. Skippa inledningar som berättar om hur du redan från barnsben älskat att skriva. Skriv hellre någon anekdot om skrivande som sticker ut, skriv om dina böcker och vad som utmärker dem, vilken miljö som böckerna utspelar sig i och kopplingar till dig som författare.  **Bilder** Att ha några professionella bilder på dig kommer öka din trovärdighet som författare. Har du ingen budget för detta finns det stora möjligheter att ändå ta en bild som ser professionell ut med små eller nästan inga medel men en del kunskap. Du behöver minst en profilbild; det vill säga en närbild av ditt ansikte. Du behöver också en bild i en temainspirerad miljö och gärna både bilder från inom- och utomhusmiljö. Är du kreativ och har öga för detta kan du göra alla moment själv. Om inte ta hjälp av en fotokunnig vän eller en professionell fotostudio. Vill du få en utvärdering av din bild kan du maila [redaktionen@skrivcafe.se](mailto:redaktionen@skrivcafe.se) vi kommer alltid vara ärliga och vill att du ska nå så stora framgångar som möjligt med ditt kommande författarskap! Ta både närbilder och bilder med bakgrund, även bilder med bakgrund där du står till vänster och liknande där du står till höger.   
 ***Att ta ditt foto****Köp eller låna utrustning till en hemmastudio och avsätt minst en heldag för fotografering.*  
**Stativ** Om du inte är ett proffs gynnas du mycket av ett stativ för att kunna ta en riktigt skarp bild!  
  
**Ljussättning, lampor, ljusringar etc.** Att förstå ljusets påverkan på din bild kan avgöra om din bild blir fantastisk eller fruktansvärd! Se till att ta din bild i naturligt dagsljus en solig dag och befinn dig i ett rum med stora fönster. Testa snabbfota på olika platser i rummet för att se var du får bäst ljussättning. Om du saknar en bra plats hemma kan du söka dig till offentliga miljöer som till exempel ett museeum och kolla innan om det är okej att fota där.

**Kamera** Använd en mobil med bra kamera eller en systemkamera.

**Inställningar** Testa olika inställningar innan. Ställ tillexempel en stolen så långt ifrån en bokhyllan som möjligt och ställ in bilden på porträttläget så blir bokhyllan suddig i bakgrunden medan du blir skarp i förgrunden.

**Självutlösare** Ställ in din mobil på självutlösare eller köp en självutlösare för en hundralapp som du enkelt använder genom Bluetooth på telefonen.

**Redigering** Att justera färgbalansen ger ett mer professionellt uttryck. Om du följt alla råd men resultatet ändå inte blev som du önskar kan du alltid göra din bild svartvit. En bild som är halvproffsig ser alltid lite proffsigare ut i svartvitt. Redigera bilden i något bildredigeringsprogram.  
**Miljö** Är du en skräckförfattare och tar dina bilder på en äng full med rosor? Då kommer dina läsare bli förvirrade. Omgivning, kläder, smink, hår, färger och rekvisita bör alla spegla ditt tema. Är du osäker kan du alltid ta en klassisk författarbild framför en bokhylla i en snygg stol eller fåtölj.   
  
**Uppgift** Skriv ner 10 favoritförfattare inom den genre du skriver. Sök på deras hemsidor, deras förlag och kolla på deras böcker. Inspireras av presentationstexterna och porträttbilderna. Kommer du inte på några författare kan du gå in på New York Times bästsäljarlista eller något av följande förlag; Albert Bonnier, Natur och Kultur, RELX Group, Thomson Reuters, Pearson, Wiley, HarperCollins. Lägg märke till textinnehåll, stil, miljö, ljus och utsnitt på bilder.

**Uppgift** Skriv en kort och en lång presentation.

**Uppgift** Ställ upp kameran på lämplig höjd med hjälp av bord/stolar/böcker etc. låt en vän sitta modell för att du ska kunna kolla utsnitt. Var så nära det utsnitt du önskar. Har du för lång distans tvingas du klippa bilden mer än nödvändigt och då förlorar du också bildkvalité  
  
**Uppgift** Lägg in din författarpresentation tillsammans med din bild på Wikipedia.