

Förverkliga din bokdröm



KRISTINA SVENSSON
JOANNA BJÖRKQVIST

KS Förlag

INNEHÅLL

Innehåll
Förverkliga din bokdröm
Egenutgivarna
7 skäl att ge ut själv
Dina kärnläsare
Välja genre
Välja perspektiv

MARKNADSFÖRA

Du och din bok
Personligt varumärke
Webbsajt – din plattform
Proffsigt foto på dig
Sociala medier
Lockande titel
Säljande baksidestext
Presentation av dig
Snygg framsida
Debutantporträtt
Pressmeddelanden
Annonser

SKRIVA KLART

Sätt upp en deadline
Skaffa kollegor
Lektor & redaktör
Korrekturläsning
Tacksida

GE UT

Göra själv eller anlita?
Starta eget förlag
Namnge ditt förlag
Affärsmodell & upplaga
ISBN
Blurb
Ge ut ljudbok
Ge ut e-bok
Band & format
Sätta inlagan
Tryckfärdigt bokomslag
Beställ provtryck
Pliktexemplar

SÄLJA

- Bästsäljare
- Releasefest
- Sätta priser
- Bokrondellen
- Sälja via nätbokhandeln
- Centrala inköp
- Sälja till lokala butiker
- Sälja till BTJ
- Sälja direkt till läsare
- Giveaways & kampanjer
- Signeringar
- Föreläsningar
- Bokmässan
- Recensioner
- Distribution & lagring

EFTER DEBUTEN

- Postutgivningsdepression
- Skriva en serie böcker
- Utveckla ditt förlag
- Ekonomi i ditt skrivande
- Tack
- Intervjuer

FÖRVERKLIGA DIN BOKDRÖM

Vad kul att just du håller vår bok *Förverkliga din bokdröm* i din hand. Vi hoppas att den ska ge dig kunskapen och inspirationen att förverkliga din egen dröm om en bok.

Vi som skrivit boken är journalisten Joanna Björkqvist och vetenskapskommunikatören Kristina Svensson som båda gett ut våra debutböcker på egen hand. Joanna debuterade med romanen *Nära dig* i december 2011 och Kristina med *Jakten på den perfekta puben* året innan.

Längs vägen gjorde vi delvis olika val och vi berättar i den här boken vilka, varför och vad vi tycker om dem i efterhand. Allt för att förenkla din spännande resa till en färdig bok.

Joanna förklarar varför hon tryckte en inbunden bok, hur hon lärde sig vikten av kartonger och hur en pyspunka kan kännas i bokutgivningssammanhang. Kristina berättar om det perfekta formatet, hur hennes baksidestext blev en kontaktannons och finessen med blindtest.

Vår ambition är att *Förverkliga din bokdröm* ska innehålla allt det vi själva saknade och även sådant som vi inte visste att vi borde leta efter innan vi debuterade.

Vi har samlat handfasta råd kring att marknadsföra, skriva klart, ge ut och sälja din bok. Matnyttiga faktaavsnitt varvas genomgående med kortare och längre intervjuer med många författarkollegor, som gett ut sina böcker på egen hand. Alla delar generöst med sig av sina erfarenheter – för din skull.

Låt passionen för skrivandet och våra tips inspirera dig att göra som vi; ge ut din bok.

Kan vi, så kan du.

Joanna Björkqvist & Kristina Svensson

EGENUTGIVARNA

Vi som skrivit den här boken är inte bara författare som gett ut våra debutböcker själva utan vi är också två av initiativtagarna till föreningen Egenutgivarna.

Mycket av informationen i den här boken kommer från diskussioner med våra kollegor i föreningen. Flera av dessa är också intervjuade och delar med sig av sina berättelser.

Så här beskriver vi i föreningen oss själva på vår webbsajt:

Drömmer du om att skriva en bok? Du är inte ensam! Fler och fler ger ut sin egen bok. Det är inte svårt, men det kan vara ensamt. Speciellt att marknadsföra och nå ut med boken. Vi är övertygade om att det är en styrka att göra detta tillsammans. Om en person pratar om en bok försvinner det lätt i bruset, men om hundra personer talar om hundra böcker hörs det bättre.

Därför startade vi föreningen Egenutgivarna, som är en intresseorganisation för alla som vill marknadsföra, läsa och prata om sina och andras böcker samt utbyta erfarenheter med kollegor. Vi välkomnar alla som vill vara med i föreningen oavsett om man gett ut femton böcker, funderar på att börja skriva på sin första eller enbart vill stödja en bredare bokmarknad.

Ledorden för Egenutgivarna är att alla får vara med, att vi gör saker tillsammans och att vi delar med oss.

Välkommen som medlem.

7 SKÄL ATT GE UT SJÄLV

1) Bättre lägga energi på att ge ut boken än på att jaga förlag.

Svenskar är ett skrivande folk. Samtidigt är det tufft att bli antagen av ett stort förlag. De största förlagen får in många manus varje dag samtidigt som de ger ut en debutant kanske vartannat år.

Bättre att lägga energi, tid och pengar på att ge ut boken själv och vara säker på att få hålla din alldeles egen bok i handen, än att slösa krut på att skicka pappersbuntar kors och tvärs över landet till förlag där de ändå med stor sannolikhet hamnar i pappersåtervinningen.

Är det så att du ändå helst vill bli utgiven av ett etablerat förlag är dörren på inget sätt stängd för att du gett ut boken själv först, snarare tvärtom. Säljer du många böcker på egen hand visar du för presumtiva förlag att din bok har läsare, något som lockar vinstdrivande företag. Att ge ut själv ökar alltså dina möjligheter att bli antagen och att förhandla fram bra villkor med ett stort förlag.

Även om ditt eget förlag bara skulle ge ut en enda bok i tio exemplar kan du stolt säga att du gjorde det. Du gav ut en bok. Vi lovar att det är roligare än att samla på refuseringsbrev.

2) Du får boken precis som du vill ha den.

Oavsett om du gör allt själv eller lejer ut vartenda steg i utgivningsprocessen till proffs så är det du, och bara du, som har sista ordet. Ingen kräver att du ska byta namn på din huvudperson eller skriva om boken från kärleksroman till deckare. Du bestämmer allt själv och kan få din bok precis som du vill. Med hårda pärmar, mjuka pärmar, chockrosa, trekantig eller vad du vill – du bestämmer.

3) Boken kommer ut snabbare.

Du kan i teorin ge ut boken på en kväll (i betydelsen göra den tillgänglig för beställningar), men i praktiken tar det givetvis längre tid. Du kan dock lätt få ut din bok snabbare än vad de traditionella förlagens långa ledtider tillåter. Fördelarna med det är att din entusiasm för boken är intakt och innehållet aktuellt.

4) Behåll hela vinsten själv.

Om boken ges ut av ett stort förlag får du bara en liten del av eventuell vinst, för en pocketbok kanske någon enstaka krona per bok. Ger du ut boken på eget förlag är hela vinsten din.

5) Du får vara del av en växande rörelse.

I USA talas det mer och mer om independent, eller indie, authors. Den svenska motsvarigheten blir oberoende författare, vilket lätt för tankarna till självständighet, framåtanda och styrka. Genom den ökade egenutgivningen och e-böckernas framfart förändras bokbranschen för alltid. Var med i den nya folkörelsen att skriva och ge ut böcker.

6) Din bok får obegränsad livslängd.

Hos de stora förlagen är livslängden på en bok i allmänhet 18 månader. Ger du ut boken själv väljer du hur länge den ska vara tillgänglig för köp.

7) Det finns inga bra skäl till att inte ge ut din bok.

Ska man hårdra det så är den enda skillnaden på böcker utgivna av författaren och av stora förlag vem som tagit den ekonomiska risken.

Allt annat som ibland tas upp som skillnader, bland annat korrekturläsning, bokomslag eller försäljning till bokhandlare kan du lära dig eller betala experter att göra åt dig.

Det tar tid och mycket energi att ge ut en bok. Men att stanna halvvägs och samla bokmanus i byrålådan – hur kul är det?

Kristina – gav ut sin bok utan kostnad

Jag hade filat på debutboken i många år. Efter en massa väntan och tre refuseringar ville jag ha ett avslut. Det har en annan klang att säga ”jag har gett ut en bok” än ”jag har skrivit på ett manus i flera år”.

Jag sålde hela första upplagan till självkostnadspris innan räkningen från tryckeriet ens kommit. På så sätt förverkligade jag min dröm utan att lägga ut en enda krona.

Joanna – tog kommandot på skutan

Jag förstod inte att det manus jag skickade in till de stora etablerade förlagen var nästan 900 sidor långt, omräknat till romansidor. När jag insåg detta och fick standardrefuseringar från samtliga förlag tog jag fram min machete och skar hårt i texten. Den nya versionen är fullständigt omarbetad och endast skelettet av själva grundhistorien fanns kvar. Redan tidigt bestämde jag mig för att ta kommandot över skeppet och bli min egen kapten på skutan.

Jag skulle ge ut boken själv och så blev det.

Petra Jankov Picha – akut behov av boken

När Petra Jankov Picha skrev boken *Att flaskmata* gjorde hon det för att det inte fanns någon skriftlig information att få för föräldrar som av någon anledning ville mata sina bebisar med flaska istället för att amma. Inte ens en liten broschyr i ämnet hittade hon och då bestämde hon sig för att sätta ihop något eget. Hon ville göra ett informationsblad utan pekpinnar, där det inte någonstans står att amning är det bästa.

Som journalist är hon van vid att ägna timmar åt research och det gjorde hon även här. Informationsbladet växte och växte och efter två månaders research hade hon material till en hel bok. I första hand ser hon boken som en faktabok där man får praktiska

tips kring flaskmatning, men det är också en debattbok och det tycker hon är viktigt.

”Många flaskmatande föräldrar upplever sig ifrågasatta och blir ofta påhoppade för att de flaskmatar. Det finns flera exempel på hur vårdpersonal kränkt föräldrar som vill flaskmata”, säger Petra Jankov Picha.

I boken kan man läsa om både för- och nackdelar med flaskmatning och de som tycker att det är svårt att försvara flaskmatning får råd och tips. Hon reder också ut en del forskningsfrågor som om bröstmjölken verkligen är bättre eller inte. Hon är också noga med att påpeka att det är ett fritt val idag att inte amma sitt barn.

”Det kanske är konstigt att man måste skriva ut det, men många föräldrar vet inte att modersmjölksersättning finns i vanliga matbutiker, utan tror att det är något som en läkare måste skriva ut.”

Den typen av information gjorde att hon kände att det fanns ett akut behov av en bok som denna och det blev viktigt för henne att få ut den så fort som möjligt. Hon förhandlade med ett par förlag, men när det ena förlaget till slut sa nej, bestämde hon sig för att ge ut den själv. Dagen innan det var dags att skicka manuset till tryckeriet hörde det andra förlaget av sig, men i slutänden kände hon en lättnad över att förlagen drog sig ur. Annars hade hela processen börjat om på nytt, den här gången med redaktör och bearbetning och då hade utgivningen försenats rejält.

Petra Jankov Picha fick mycket hjälp med språket av en språkvårdare på en myndighet och texterna faktagranskades av två läkare och två barnmorskor med specialistinriktningar. Redigeringen av materialet gjorde hon helt själv.

Eftersom boken har en debatterande ton skrev hon en debattartikel som publicerades i Aftonbladet. Det var ett effektivt sätt att få uppmärksamhet för boken och dagen efter hörde

Sveriges Televisions nyhetsprogram Aktuellt av sig och gjorde ett inslag. Flera medier hakade på och fortfarande dyker boken upp lite här och var i olika föräldratidningar och andra medier.

”Jag tror att min bok har ett tacksamt ämne. Det är kontroversiellt och alltid aktuellt.”

Eftersom *Att flaskmata* är en faktabok behöver den uppdateras utifrån nya rekommendationer och nya forskningsrön. Efter sex månader och två omtryckningar ändrades en hel del av rekommendationerna för flaskmatning och alla ersättningsföretag tvingades ändra sina produkter på grund av ett EU-direktiv. Det betydde att Petra Jankov Picha fick skriva om stora delar av boken. För att de som inte har den senaste upplagan ändå ska kunna ta del av omskrivningarna har hon lagt ut allt hon ändrat på sin webbsajt.

”Det finns hur mycket som helst att skriva om ämnet och på webbsajten skriver jag om nyheter inom flaskmatning. På så sätt håller jag alltid boken aktuell och uppdaterad.”

DINA KÄRNLÄSARE

Varför skriver du och vem skriver du för? Du kanske svarar att du tänker skriva en bok för alla, men det är inte den bästa vägen att gå. Det är dyrt med en reklamkampanj som ska nå ”alla” och dessutom finns det i princip inga böcker som riktar sig till tvååringar, ingenjörer och fiolspelare samtidigt. Här är några exempel på olika typer av författare, deras drivkrafter och kärnläsare.

Överlevaren

Du har en historia du brinner för att berätta. Kanske vet du hur det var att växa upp i missbrukarfamilj, drabbas av bipolär sjukdom eller förlora din kärlek i en katastrof.

Mycket bra bokidé! Skrivandet blir ett steg i bearbetningen för dig och din bok blir viktig för dem som har liknande upplevelser och känner igen sig i din historia.

Kärnläsare: dina vänner, andra som varit med om liknande upplevelser samt människor som är intresserade av andras liv.

Konsulten

Du är konsult och vill skaffa dig en konkurrensfördel genom att skriva en fackbok inom ditt område. Det kan handla om din syn på ledarskap, ett ekologiskt hållbart samhälle eller om att ge ut böcker på egen hand.

Strålande idé! En konsult i mängden förvandlas till den omtalade experten genom att skriva en bok om sitt område och som expert ökar dina chanser till uppdrag. Även om boken inte skulle ta sig till topplistorerna, kan konsult- och föreläsararvodet höjas rejält med en bok i bagaget.

Kärnläsare: kollegor, existerande och potentiella kunder samt personer som vill lära sig mer om området. Vissa böcker kan bli aktuella som kurslitteratur.

Romanläsaren

Du älskar att läsa romaner, har alltid skrivit och drömmer om att se ditt namn i tryck på en bok.

Utmärkt utgångspunkt! Drömmar ska förverkligas, tycker vi. Det finns lika många olika kärnläsare som det finns typer av romaner. Ett vanligt sätt att ge en roman fler kärnläsare är att ge den lokal anknytning och låta den utspela sig i en miljö du känner väl till eller en känd turistort. Om du väljer denna väg, passa på att skriva in referenser till den lokala mataffären och ditt favoritkafé i handlingen om det passar. På så sätt får du givna platser att arrangera signeringar på och kanske vill de också sälja din bok.

Kärnläsare: dina vänner, alla som bor på platsen där romanen utspelar sig och de som gillar den typ av roman du väljer att skriva.

Experten

Du har ett specialintresse som slädhundar, bogserbåtar eller stickade julgranskulor och vill berätta om det.

En toppenidé! Du har ämneskunskaperna och antagligen kontakterna också. Kanske är du med i en förening, ett forum på internet eller vet var personer med samma intresse umgås. Det innebär att du har bra marknadsförings- och försäljningskanaler.

Kärnläsare: i första hand de som har samma intresse eller är med i samma förening. I andra hand alla som gillar udda böcker.

Globetrottern

Du ger dig av på en långresa, bestiger Mount Everest eller cyklar tvärs över någon kontinent och skriver dagbok.

Väldigt spännande idé! Anteckna alla fakta du kommer över och berätta hur du upplever olika händelser. Ta många bilder, både på vardagsprylar och klassiska turistvyer.

Kärnläsare: dina vänner och personer som ska resa till samma plats eller som redan varit där.

Kärnläsarna är de du lättast når ut till

Med ovanstående exempel vill vi visa att det kan finnas olika anledningar till att skriva en bok och att alla böcker har sina kärnläsare. De är den grupp eller grupper av läsare du har lättast att nå ut till och först ska sälja in din bok hos. Kanske är dina kärnläsare enbart den närmaste familjen, men det betyder inte att din bok är mindre värd.

Det finns flera skäl till varför det kan vara klokt att tänka på vilka dina kärnläsare är och hur du ska nå dem, medan du skriver boken. Dels kan vilka du riktar dig till ha betydelse för hur du utformar boken rent innehållsmässigt och språkligt för att tilltala din tänkta målgrupp. Dels kan det vara värt att anpassa boken för att göra det lättare för dig att nå ut till dina kärnläsare.

Att ha kärnläsarna i åtanke när du skriver boken betyder inte att din bok inte kan bli en bok som ”alla” läser, en internationell bästsäljare med Hollywood-kontrakt, men någonstans behöver du börja. Har du sedan tur sätts snöbollen i rullning och din bok blir en ”snackis” som alla hört talas om och vill läsa.

Joanna – 30–50 år och mamma

Tanken när jag skrev *Nära dig* var att få läsarna att känna igen sig i min huvudkaraktär Saga Allerlov och därmed känna sig lite mindre ensamma och annorlunda. Min övertygelse är att de flesta kvinnor går igenom ungefär samma saker i olika skeden av livet och jag ville ge den vanliga kvinnan en röst.

Genom denna tanke var mina kärnläsare helt givna. Min typiska kärnläsare är mellan 30 och 50 år och mamma. Hon kan lätt relatera till paralleller jag drar i boken rent tidsmässigt och är hon mamma har hon själv fått barn och säkert upplevt den stora påverkan detta haft på hennes liv. Andra kärnläsare är kvinnor i

alla åldrar, för de är, även om de inte själva blivit mammor på det ena eller andra sättet, ändå både kvinnor och döttrar och har eller har haft en mamma. Några läsare har också föreslagit att nyblivna pappor bör läsa boken för att lättare kunna förstå vad deras partner går igenom, men dem ser jag mer som bonusläsare än som kärnläsare.

Jag tror att kärnläsarna, eller målgruppen du skriver för, är viktig att ha i åtanke hela tiden, för då flyter skrivandet på ungefär som ett samtal. För att ett samtal ska fungera väl behöver du veta vem du talar med.

Kristina – skrev bok till sig själv

När jag började skriva på min debutbok tänkte jag mer på varför jag ville skriva en bok och hur den skulle användas, än på vem som skulle läsa den och hur jag skulle nå dessa. Jag hade fyllt 30 och bestämt mig för att sluta prata om att skriva en bok och göra det istället. En annan drivkraft var att fly korta och uselt betalda projektanställningar i kulturbranschen. Jag kände mig utsliten av att hela tiden sälja in mig själv till nya projekt. Igen och igen. Det spelade ingen roll hur duktig jag var, för så länge det var min egen tid jag sålde, till kunder med låg betalningsvilja, så skulle jag alltid tjäna dåligt. Varje timme jag sålde in skulle ju jag också leverera. Jag tänkte att ifall jag hade en vara att sälja istället kanske det skulle vara lika slitsamt i början, men någonstans skulle försäljningen ta fart och pengarna börja rulla in.

Jag skrev *Jakten på den perfekta puben* till en pressad akademiker i karriären; ambitiös, stressad och ständigt på språng till nästa möte på jakt efter ännu ett karriärsteg att ta. Boken skulle därför vara underhållande, inte kräva något av läsaren och vara lätt att göra en paus i.

Jag hade stenkoll på hur jag tänkte att boken skulle användas: som sällskap på tjänsteresan och för att höja humöret efter tuffa möten. Mellan det att jag började skriva och skrev klart gjorde jag

nämligen ett karriärbyte och byte museihatten mot storföretagskostymen. Det var till människor som levde den senare livsstilen jag skrev boken.

Det var inget fel att definiera hur boken ska användas, men det är ännu bättre att definiera sina kärnläsare tydligare. Mitt pågående bokprojekt *Strövtåg runt Antibes* tänker jag ska vara den perfekta presenten till alla som gillar Sydfrankrike. Exempelvis till grannen, man eller kvinna, som fyller 50 och alltid har uppskattat livets goda.

Kärnläsare till Förverkliga din bokdröm

När vi startade föreningen Egenutgivarna märkte vi en stor efterfrågan på information. Hur gör man? Hur ska jag få ut min bok utan att ruinera mig? Vilka misstag ska jag akta mig för? Frågorna till föreningen var många och att besvara dem var roligt, men det tog också mycket tid.

Vi insåg att vi gemensamt har samlat på oss rätt mycket erfarenhet, som vi gärna delar med oss av. Vi vet inte allt och det kommer ständigt nyheter, men vi bestämde oss för att möta efterfrågan genom att samla grunderna i en bok. Tillsammans med andra erfarna egenutgivare får boken en bredd som behövs, inspirerar och peppar.

Vi visste alltså redan innan vi började skriva att vi har en tydlig målgrupp för boken. Alla som drömmer om en egen bok.

Jonas Söderström – bred it-konsult

Jonas Söderström, som gav ut boken *Jävla skitsystem!* 2010, skrev sin bok medan han arbetade som konsult. Han kom in i många organisationer och kunde se hur dåliga verktyg de hade inom it-området. Dessa skapade onödigt merarbete och kognitiv belastning för dem som arbetade där.

”Samtidigt såg vi i samhället i stort att stress och psykisk påfrestning ökade dramatiskt, utan att någon kunde ge en bra förklaring. För mig var det tydligt att dåliga it-system var en faktor som man helt enkelt bortsett från av flera skäl. Ett var kanske den allmänna it-eufori som spreds i och med dotcom-bubblan”, förklarar Jonas Söderström.

Han skrev till en början flera artiklar om sina upptäckter och slutsatser på internet, men tyckte att det var som om folk inte förstod och det var då han bestämde sig för att skriva en bok istället. Under sju år arbetade han på boken och höll samtidigt en hel del föreläsningar under tiden. Det innebar att materialet och tankarna finputsades under flera år tack vare de många föreläsningarna.

Boken har gett honom en utmärkt plattform att stå på som konsult.

”Jag var inte alls förberedd på den prestige som fortfarande ligger i det fysiska objektet en bok. Plötsligt presenterades jag som författare, trots att jag författat teser i många år innan dess, fast på nätet eller i tidningar. Egentligen är det ju löjligt att det fungerar så.”

Jonas Söderström är tveksam till om han fått några ekonomiska fördelar som konsult av att han skrivit en bok och menar att it-konsultbranschen var välbetald redan innan. Istället händer det tvärtom, att intresserade vill boka honom för en gratisföreläsning med motiveringen att han kanske kan sälja sina böcker samtidigt och tjäna pengarna på det. Det kan vara åt andra hållet också och då vill de ha böckerna gratis, för att det säkert kan ge honom reklam för föreläsningar framöver.

Som regel säljer han dock inte särskilt många böcker i samband med föreläsningarna utan det stannar vid en handfull. Däremot ser han ofta en liten puckel dagen eller dagarna efter ett framträdande och säljer då ytterligare några böcker.

Jonas Söderström tror att det är bra ur föreläsningssynpunkt att ha skrivit en fackbok istället för en skönlitterär roman, även om också somliga skönlitterära författare föreläser.

”Jag har haft fördelen att it-system finns inom alla sektorer av samhället. Jag har pratat på mässor och konferenser om allt ifrån sjukvård och lastbilstransporter till elförsörjning och universitetsutbildning. Sedan boken kom ut har jag gjort ett femtiotal framträdanden.”

Jonas Söderströms bok finns även som e-bok och han valde att göra en sådan för att han ville lära sig tekniken, proceduren och logiken kring e-böcker. Försäljningsmässigt blev det ingen succé, utan den har bara sålts i några tiotal exemplar. Däremot har den lånats flera hundra gånger på biblioteken runt om i landet. Själv läser han mestadels skönlitteratur i e-boksformatet.

”Det intressanta är att jag för ett par år sedan definitivt trodde att det skulle bli fackböcker och inte skönlitteratur som jag i framtiden skulle läsa som e-böcker, men så blev det inte alls. Det blev faktiskt precis tvärtom.”

För att nå ut med sin bok, särskilt om det handlar om en fackbok, tycker han att man absolut ska ha en blogg där man fyller på med material, uppdaterar, anknuter till debatter som pågår i samhället, ger länkar och liknande. I traditionella medier kan man skriva artiklar, inlägg och debattartiklar med någon sorts utgångspunkt från boken. Om man dessutom är aktiv på sociala medier kan man bygga en stark plattform kring den.

”Pappersboken *Jävla skitsystem!* är med sina 4 000 sålda exemplar Sveriges genom tiderna mest sålda print on demand-bok, alla kategorier”, avslöjar Jonas Söderström.

Han hoppas kunna följa upp sin storsäljare med boken *Älskade, underbara system*, men innan dess har han en annan bok på gång och den planeras komma under hösten 2012. Temat för den är bloggar och den handlar om den svenska blogghistorien. Just

bloggar finns med i *Jävla skitsystem!* som ett exempel på hur enkla, bra, kraftfulla och behagliga system faktiskt kan vara att använda.

”De fungerar ju dessutom! Kanske blir boken om bloggans historia i Sverige startpunkten för den om de älskade systemen.”

Detta var ett smakprov ur *Förverkliga din bokdröm*.

Boken är 240 sidor och säljs på [Adlibris](#), [Bokus](#) och på bokens webbsajt dinbokdrom.se.

På bokens webbsajt finns även extra material och länkar till alla medverkande.