

# SKAL JEG SKRIVE EN E-BOG?



Få svar på om du er klog nok, om e-bogen er det rette format for dig, og hvad en e-bog kan give dig og dit brand.

# INDLEDNING

Når du læser det her, tænker jeg, at det er fordi, du overvejer, om du skal skrive en faglig e-bog. Og for mig, som er e-bogs-entusiast, gør det mig rigtig glad. For e-bøger kan virkelig noget.

Men er det også noget for dig? Det ved kun du. Men jeg kan hjælpe dig med at gøre det tydeligere for dig, hvad du kan få ud af at skrive en e-bog, og hvor du skal starte. Det er målet med denne korte e-bog. I e-bogen her er der fokus på faglige e-bøger. Dvs. alle e-bøger, som ikke er skønlitterære.



Jeg elsker selv e-bøger af flere forskellige grunde. De vigtigste for mig er:

1. En e-bog er en **let tilgængelig** mulighed for at formidle et emne til din målgruppe samtidig med, at den har en stor tyngde. Man kan inkludere meget viden, uden at arbejdsmængden svarer til at skrive en hel bog.
2. En e-bog er **billig** at lave, fordi den ikke skal trykkes.
3. At være forfatter til en bog er for mange et **kvalitetsstempel**. Selvom du "kun" skriver en e-bog, får du alligevel en stor del af den ekspertstatus, det giver at være forfatter.

Jeg håber, at du, når du er kommet igennem denne korte e-bog, ved, om dit næste projekt skal være at skrive en e-bog. God læselyst.

*Janni Pilgaard, e-bogsforfatter og journalist*

# HVAD FÅR DU UD AF AT SKRIVE EN E-BOG

Motivationen for at skrive en e-bog kan være mange. Men ligegyldigt hvad din motivation er, kan du slet ikke komme uden om, at e-bogen vil give dig værdi. Ofte er grunden til, at man vælger at skrive en e-bog en af disse tre:

## **Du vil bruge e-bogen som en del af din markedsføring**

Med en e-bog kan du vise din målgruppe, hvem du er, hvad du står for, dine værdier og din viden. Ved at læse e-bogen lærer din målgruppe dig bedre at kende og får et positivt billede af dig, hvad enten det er din viden, din historie eller noget andet, du deler i bogen. Ofte benytter man e-bøger som "betaling" for tilmelding til et nyhedsbrev. Så slår du to fluer med et smæk. Flere tilmeldte til dit nyhedsbrev og brandingværdien af en god e-bog.

## **Du vil sælge e-bogen på linje med andre produkter**

Ofte tænker vi, at det er fysiske bøger, som kan sælges, men det kan lige så godt være e-bøger. Som jeg har skrevet i går, så er det lettere at skrive en e-bog end en fysisk bog både arbejdsmæssigt og økonomisk. Layoutmæssigt kan man tillade sig at lege mere, fordi man ikke skal betale for at få trykt bogen. Man kan også opdatere bogen med mellemrum, uden at det koster noget, hvis emnet er et, der forandrer sig over tid. Hvis en e-bog skal generere en indkomst skal den dog have en vis tyngde og længde.

## **Du har en vigtig historie eller budskab, du vil have ud**

Måske har du planer om at skrive en e-bog, fordi du har en historie med et budskab, du gerne vil dele, uden at det har kommercielle interesser. Alligevel vil du sandsynligvis efterfølgende opleve at blive inviteret til at holde oplæg om e-bogen og dit budskab, eller andre vil bede dig om at udtale dig om emnet. Og især hvis det er en personlig historie, du vil dele, vil du sandsynligvis også opleve, at flere vil følge dig på sociale medier, og på den måde ender din e-bog alligevel med at blive en form for markedsføring af dig og dit budskab.

## Lige meget hvordan du ønsker at bruge din e-bog, så får du disse fordele:

- Du får vist din målgruppe hvem du er, og hvad du kan
- Stor brandingværdi
- Mere tyngde end blogindlæg, opslag på sociale medier og hjemmeside
- Nemmere end at skrive og producere en rigtig bog
- Forfatter = ekspert. Det betyder, at en e-bog kan åbne for nye muligheder, flere kunder, nye typer opgaver og ikke mindst en højere pris for din ekspertise. (dog kræver det lidt mere end en 10 siders e-bog at blive opfattet som forfatter)



## Hvad er dit mål med at skrive en e-bog?

Nu har du læst alle mine gode argumenter for at skrive en e-bog, men hvad er egentlig dine egne mål og argumenter? Det er nemlig dem, som skal holde dig skarp og motiveret i dit e-bogsprojekt.

## HVAD VIL DU BRUGE DIN E-BOG TIL?

## HVAD HÅBER DU AT FÅ UD AF AT SKRIVE E-BOGEN?

# MIN E-BOGSHISTORIE

I 2013 skrev jeg en e-bog, som hed: "Guide til jul med et barn med autisme". Jeg gav den gratis væk, fordi det for mig dengang handlede om, at jeg havde en viden og et budskab, jeg gerne ville dele med andre.

Den første jul var der ca. 5.000, der downloadede bogen fra den blog, jeg havde dengang. Året efter i november og december var der yderligere 5.000, der downloadede den. Og da jeg i 2019 fjernede e-bogen, (fordi jeg syntes, den trængte til en opdatering), var den downloadet over 60.000 gange.

E-bogen gav mig en ekspertstatus på emnet, jeg blev inviteret til at holde oplæg og skrive artikler, og jeg fik betydeligt flere læsere på min blog. Og tænk så hvad jeg kunne have tjent, hvis jeg bare havde taget 10 kr. for den!

## Guide til jul - med et barn med autisme

af Janni Pilgaard



 **FLIK FLAK FAMILIE**  
*Familier med et handicappet barn*

# E-BOGSTYPER OG INDHOLD

Der er i princippet ingen grænser for, hvilket indhold du kan putte i en e-bog, og hvilken form det kan have. Det er faktisk kun din kreativitet, der sætter grænsen. Om den skal være lang og kompliceret eller kort og præcis, om den skal fyldes med billeder og illustrationer eller være stort set ren tekst er fuldstændig op til dig.

Når man ikke er erfaren bogskriver, er det dog lettest at vælge en form, hvor strukturen er let at holde. Du får derfor her tre forslag, som er forholdsvis nemme at gå til og oplagte for dig, som enten vil bruge e-bogen som markedsføring eller som et produkt til salg.

**Guiden:** En guide er en e-bog, der løser et problem for læseren eller viser læseren, hvordan man håndterer eller klarer en opgave eller en udfordring, som læseren har. En guide opbygges, så man kommer tættere og tættere på løsningen af det, man guider hen imod. Man kan faktisk tænke opbygningen som en bageopskrift, hvor man efter en række steps står med en færdig kage eller en løsning.

**Personlig historie:** Nogle gange er din personlige historie et vigtigt budskab i dit brand. Det kan f.eks. handle om dine egne erfaringer indenfor det, du hjælper med. En personlig historie kan skabe genkendelighed, tryghed og troværdighed og hjælpe læseren til at forstå sin egen situation. Den kan f.eks. opbygges kronologisk eller med udgangspunkt i relevante episoder, der har været skelsættende for dig i forhold til budskabet.

**Gode historier om brandet:** Ofte er det en god ide, at lade andre fortælle om dig og/eller din virksomhed. Det kunne f.eks. være historier om, hvordan du har hjulpet en kunde, eller hvad en eller flere kunder har opnået med din hjælp. Opbygningen kan f.eks. være en kronologisk kunderejse, eller det kan være en række interviews og historier fra dine kunder, der fortæller noget om det, du kan.



Og hvem skal så skrive hvilken type e-bog? Det er der ikke noget færdigt svar på. Alle kan faktisk skrive indenfor alle genrer. Se bare eksemplet her:

**E-bogsforfatter:** En coach, hvor målgruppen er stressramte kvinder. Hun kunne skrive:

**Guide:** Sådan finder du overskuddet igen efter stress

**Personlig historie:** Min rejse gennem stress

**Gode historier om brandet:** Tre kvinder fortæller om deres vej ud af stress (her inkluderes selvfølgelig, hvordan coachen har hjulpet på vejen)

Hvis det er en længere e-bog, du vil skrive, vil det ofte være en fordel at inkludere elementer fra flere typer e-bøger. Her kunne coachen f.eks. skrive sin guide, men inkludere sin egen historie og/eller andres. Eller skrive sin egen historie og samtidig guide i slutningen af hvert kapitel til, hvordan læseren kunne håndtere en lignende situation.

Nu er det så din tur til at tænke stort og kreativt:

**HVILKEN TYPE E-BOG HAR DU LYST TIL AT SKRIVE?**

**OG OM HVILKET EMNE?**



# ER DU STADIG I TVIVL?

En ting er at have lyst til at have sit navn på forsiden af en e-bog. Noget andet er at få den lavet. Og måske sidder du med en række spørgsmål, du mangler svar på. Lad mig her forsøge at svare på nogle af de spørgsmål, du kunne have.

## ***Er jeg klog nok til at skrive en bog?***

Hvis du ved mere end din målgruppe, så er du klog nok, eller hvis du har et budskab eller en historie, som andre kan lære noget af, så er du klog nok.

## ***Er jeg overhovedet i stand til at skrive og layoute en e-bog?***

Det tror jeg, at du er. Men måske har du brug for hjælp og guidning for at komme helt i mål. Og der har du mulighed for at få min hjælp.

## ***Var det måske bedre, at jeg brugte min tid på at lave et online kursus eller en video?***

Måske. Det ved kun du. Der findes mange kanaler og medier at formidle på. E-bogen er kun en af dem. Og måske skal du kombinere den med andre. F.eks. ved at bruge e-bogen som en workbook til et onlinekursus, som uddybning af pointer fra en video eller som markedsføring af en podcast.



Det vigtigste spørgsmål er:

Har du lyst til at sidde med en færdig e-bog med dit navn på forsiden?

For det er lysten og motivationen, der skal få dig i mål med din e-bog.



# KOM GODT I GANG

Hvis du er nået til, at du gerne vil skrive en e-bog, så er det jo bare ud over stepperne. Men hvor skal du starte? Først og fremmest vil jeg foreslå dig, at du får helt styr på:

- Hvem der skal læse e-bogen, så du kan målrette det, du skriver, til læseren.
- Hvilken type e-bog du vil skrive og hvilket problem/udfordring, den skal løse for læseren.
- E-bogens overordnede struktur. F.eks. med kapiteloverskrifter, så du sikrer, at den starter og slutter der, hvor du ønsker det.

## Få min hjælp

Har du brug for hjælp til at komme i mål med din e-bog, kan du enten købe dig til **personlig sparring** hos mig eller deltage i kurset **"Skriv din e-bog nu!**", hvor jeg gennem 3 uger guider dig hele vejen til din færdige e-bog.

[LÆS MERE OM KURSET HER.](#)

JEG VIL I HVERT FALD ØNSKE DIG RIGTIG MEGET  
HELD OG LYKKE MED DIT E-BOGSPROJEKT

Kom ud over stepperne

## SKRIV DIN E-BOG NU!

Strukturer, skriv, rediger og publicer

ONLINE  
KURSUS