

Pon tu historia A TRABAJAR

Conviértete en un autor publicado.

Aumenta tu facturación, eleva tu número de clientes, cimenta tu marca personal, obtén autoridad en tu nicho y crea nuevos contenidos y estrategias de monetización a través de tu nuevo activo más poderoso: un libro publicado.

Presentado por:

Antonio Solís

ÍNDICE

De contenido

Hablemos	1
Lo que un libro puede lograr	2
Tu libro como estrategia	3
#1: Aumenta tu facturación	3
#2: Obtén autoridad en tu nicho	5
#3: Deja un legado	7
En conclusión	8
Esto podemos hacer por ti	9

Tu próximo CAPÍTULO

Como líder y pensador estratégico, seguro que te sientes cómodo cambiando de rumbo cuando y donde haga falta. Siempre estás abierto a ideas nuevas para que tu negocio siga creciendo. Y lo más probable es que seas un gran contador de historias, porque esa es una de las señas de identidad de los visionarios.

Entonces, ¿por qué todavía no has escrito un libro?.

Quizás crees que ver tu nombre en la portada es algo "lindo" pero no fundamental, en lugar de verlo como una estrategia clave para desarrollar tu negocio. O tal vez piensas que no te va a dar un retorno de inversión (ROI) que valga la pena.

Escribí este reporte para demostrarte lo contrario: que lanzar un libro de negocios puede ayudarte a ganar más pasta, convertirte en un referente y dejar un legado, ¡todo en uno!.

Espero inspirarte para que te animes a compartir lo que sabes con mucha más gente de esta forma. ¿qué mejor manera de explicar tu visión y lograr el impacto que viniste a buscar?. ¿Pare hacer que tu aporte llegue más allá de las cuatro paredes de tu empresa y para que otros aprovechen tu pasión?.

Si no aprovechas la oportunidad de escribir tu libro, nunca sabrás la diferencia tan potente que puedes marcar para cumplir un propósito mayor, profesional y personal. Lo más probable es que ya tengas un libro dentro de ti; solo que todavía no está en papel. ¡Vamos a cambiar eso!.

HABLEMOS

Mi nombre es Antonio Solís. Soy storyteller de negocios y ghostwriter profesional. He escrito, junto con mi equipo, más de un centenar de libros. Mis clientes incluyen políticos, CEOs, influencers y figuras del espectáculo, además de empresarios y proveedores de servicios profesionales. Formo parte de la editorial boutique **Almavía**, radicada en España.

Mi trabajo es guiar a líderes empresariales en el proceso de escritura y publicación de libros que ayudan a impulsar el conocimiento de su marca, generar más clientes potenciales, mostrar liderazgo intelectual y dejar un legado poderoso.

Este reporte no se distribuye de forma masiva. Si tú lo tienes, alguien de mi equipo te lo ha entregado directamente. Lo hacemos con profesionales que consideramos destacados y con quienes nos gustaría explorar la posibilidad de trabajar juntos. Solamente producimos unos pocos libros cada año, cada uno elaborado con la máxima calidad y buscando el mayor impacto. Todos nuestros autores son profesionales de primer nivel.

Si tienes la inquietud volverte un autor publicado, me encantaría conversar contigo acerca de tu proyecto específico. En el enlace de abajo puedes agendar una llamada. Antes, quizá debas contestar un pequeño cuestionario para conocer más acerca de ti.

Honestamente, espero que tomes la decisión. Ese libro que tienes en mente, nosotros podemos hacerlo realidad.

<https://calendly.com/ed-almavia/hablemosdetuproyecto>

ANTONIO SOLÍS

Esto es lo que publicar un libro
PUEDE LOGRAR

+94 %

Reconocimiento de marca

+96%

Número de clientes

+95 %

Solicitudes para conferencias

TU LIBRO COMO ESTRATEGIA

Un libro es un activo sumamente poderoso que puede tener un enorme impacto en tu desarrollo personal y profesional. Como objeto de negocio, representa una inversión que puede ser explotada de múltiples formas. Aquí te presento cuatro de ellas:

1. Para aumentar tu facturación
2. Para obtener autoridad en tu nicho
3. Para generar nuevas fuentes de ingreso
4. Para dejar un legado y ayudar a quien te suceda

“ Nuestro libro fue un factor muy importante para experimentar un aumento del 300% en nuestra facturación diaria. Lo sabemos porque esto ocurrió entre 1 y 3 meses después de la publicación de nuestro libro. ”

Gershon Mader, CEO y coautor de **The Power of Strategic Commitment** (AMACOM, 2009).

#1: AUMENTA TU FACTURACIÓN

Hace algunos años, **RainToday.com**, un importante recurso online para líderes y profesionales de varias industrias, publicó los resultados de un estudio titulado: **The Business Impact of Writing a Book: Data, Analysis and Lessons from Professional Service Providers Who Have Done It**.

De un grupo de 200 autores, la gran mayoría de los profesionales entrevistados dijeron haber experimentado algún tipo de influencia positiva en su negocio como resultado de la publicación de un libro.

Estos beneficios percibidos se presentan en la tabla de la derecha, directamente tomados de la fuente:

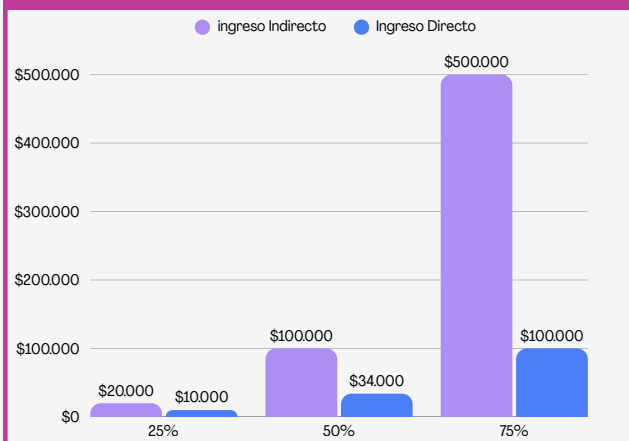
RainToday concluyó que:

BENEFICIOS DE PUBLICAR UN LIBRO

Mayor reconocimiento de marca	94%
Aumento de solicitudes de conferencias	95%
Aumento en número de clientes	96%
Aumento en número de leads	94%
Capacidad de aumentar los precios	87%
Aumento en calidad de la base de clientes	87%

"La gran mayoría de los autores que respondieron a nuestra encuesta percibieron un impacto positivo significativo en su negocio o práctica como resultado de la publicación de uno o varios libros. El 96% de los autores afirmó que el efecto general de publicar un libro de negocios tuvo un efecto 'Extremadamente Positivo' o 'Positivo'".

INGRESOS PERCIBIDOS POR PUBLICAR UN LIBRO



A la izquierda, obtenida del mismo estudio, verás una comparación de ingresos entre el dinero generado directamente por venta de libros y aquél generado de forma indirecta. Todo ello como resultado de atraer nuevas y jugosas oportunidades, como clientes de más alto nivel adquisitivo, citas para presentaciones o talleres derivados.

Ten en cuenta que, mientras que los ingresos indirectos suelen ser rápidos, las ventas de libros son más de "carrera larga", o sea, dinero que se acumula con el tiempo.

Ahora vamos a ver cómo tu libro puede ayudarte a facturar más, según varios autores-CEO que han expresado su opinión y que confirman lo que dice RainToday. Lo bueno es que ese retorno de inversión no depende de que te publique una gran editorial, ni de estar en todas las librerías, ni siquiera de las ventas reales del libro. Pero ojo, que disparar tus ingresos directamente no es la única forma en que un libro te ayuda a crecer.

“Hicimos una pequeña campaña cuando salió mi tercer libro sobre gestión de proyectos... Les envié una copia sabiendo que quizá 1 de cada 50 lo leería, pero los otros 49 se lo pasarían a otra persona. Eso dio un gran resultado. De los libros regalados, ganamos tres o cuatro proyectos por valor de cientos de miles de dólares.”

Roque Solís, Presidente y CEO
Solisystems

“Ofrezco talleres presenciales de entre 400 y 2,000 dólares y en el último, varias personas me dijeron que habían oído hablar de mí por primera vez al comprar mi libro en amazon.com.”

Richard Wilson, Presidente y CEO
Hedge Fund Group

“Considero mis libros como parte de una estrategia de convergencia global: los libros consiguen conferencias y las conferencias consiguen clientes.”

John Jantsch
Duct Tape Marketing

“Cuando uno de mis mejores vendedores está en contacto con quien vaya a marcar la diferencia en el avance de la venta, a menudo le dicen a ese cliente potencial: 'Aquí tiene un libro sobre gestión de proyectos escrito por nuestro CEO'. Es confianza en el ciclo de ventas. El libro ayuda a diferenciarnos.”

Wes Balakian, CEO
True Solutions

#2: OBTÉN AUTORIDAD EN TU NICHOS

Como ya sabrás, que te reconozcan como un referente es vital para que tu empresa crezca.

De los CEOs de marcas como Intel o Starbucks se espera que tengan un libro; por eso nombres como Jack Welch o Howard Schultz aparecen en tantas portadas.

Estos cracks sabían el valor de escribir sus propios libros (o de que un **GHOSTWRITER** lo hiciera por ellos) para cimentar su reputación.

Quizás convertirte en un líder de opinión no sea lo primero que se te viene a la cabeza al pensar en tu estrategia, pero ya has visto cómo esa credibilidad que te da un libro bien hecho impacta en tus números.

“ Señales comunes de liderazgo de opinión:

1. Ser autor de al menos un libro publicado
2. Ofrecer al menos una docena de conferencias al año (*Lo que ocurre como consecuencia de ser autor*).
3. Haber publicado al menos un artículo en la Harvard Business Review u otra revista de prestigio (*Hay muchas más probabilidades de esto para los autores*) ”

Fuente:

The Bloom Group

“ Se conoce como **líderes de opinión** a aquellas personas (o firmas) que son reconocidas entre sus pares por sus ideas innovadoras, quienes con confianza promueven dichas ideas; y quienes ganan un gran reconocimiento del mundo por su profundo conocimiento sobre su negocio, las necesidades de sus clientes y el mercado en el que operan. ”

Fuente:

How to Become a Thought Leader
(O'REILLY, 2012).

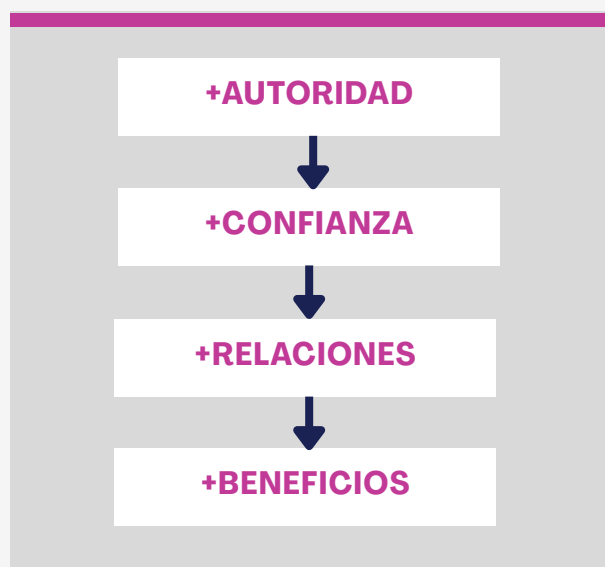
En muchos casos, armar un libro te ayuda a desarrollar esa autoridad de nicho, no es solo para que te conozcan más.

Escribir es "pensar con filtro". Una forma de pulir lo que piensas es ponerlo por escrito. La disciplina de crear un libro no solo profundiza tus ideas, sino que suele disparar conceptos nuevos e innovadores.

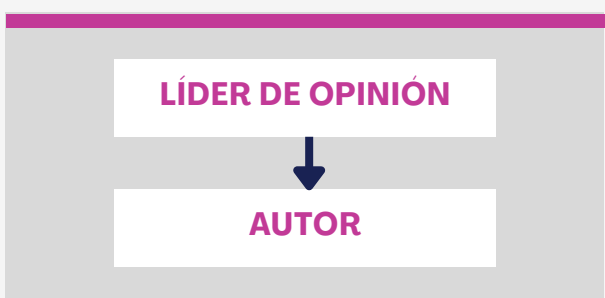
Por ejemplo, gente que participó en la encuesta de RainToday contó que sacó productos nuevos gracias a los contenidos desarrollados mientras escribían.

Meterte de lleno en ese nivel de pensamiento te ayuda a generar proyectos con más facilidad, lo que potencia tu marca y tu estatus de referente.

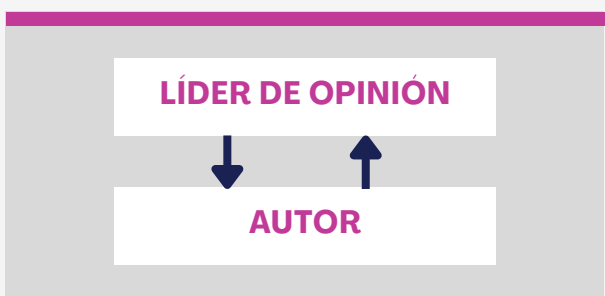
Como habrás notado en la definición citada anteriormente, "líder de opinión" no es algo que te autodenominas; es una autoridad que se te atribuye por terceros.



La mayoría de los aspirantes a autores creen erróneamente que primero hay que convertirse en un líder de opinión antes de escribir un libro:



En mi experiencia, la relación es realmente bidireccional:



En muchos casos, escribir un libro puede ayudar a desarrollar liderazgo intelectual, en lugar de ser simplemente un medio para que un líder intelectual se haga más conocido.

Escribir, como han señalado eminencias desde John Keats hasta Stephen King, es "pensamiento refinado". Una forma de refinar el pensamiento es plasmarlo por escrito.

La disciplina de desarrollar un libro bien escrito no solo ayuda a ampliar y profundizar el pensamiento, sino que a menudo conduce a ideas innovadoras.

Richard Wilson, director ejecutivo de **Hedge Found Group**, ha escrito nueve libros sobre marketing, captación de capital y propiedad de pequeñas empresas. Descubrió que:

“ La principal razón para escribir un libro es dominar tu nicho. Escribes un libro y puedes extraer 100 artículos, producir 20 vídeos y probablemente también crear varios libros blancos sólidos y detallados. Repite el proceso varias veces y, en tan solo unos años, puedes convertirte en un líder de opinión en tu sector. ”

Richard Wilson, CEO
Hedge Found Group

Sin embargo, para muchos líderes empresariales, escribir un libro está motivado más por el deseo de dejar algo significativo: un legado, nuestro tercer y último tema.

#3: DEJA UN LEGADO

El deseo de marcar la diferencia y dejar un mundo mejor es muy fuerte. Todos queremos que nuestras vidas tengan sentido y sean recordadas después de nuestra partida, incluso después de adquisiciones y jubilaciones. Escribir un libro puede ser un factor clave en la planificación de tu sucesión. También puede ser una forma importante de difundir tus ideas y comunicar tus valores a otras personas fuera de la organización.

Según Gershon Mader, socio fundador de **Quantum Performance**, con sede en Toronto:

“Escribir un libro es una forma poderosa y eficaz de capturar y comunicar historias de éxito: qué funcionó, cómo lo hicimos, lecciones aprendidas, todo lo cual podría ser invaluable para quien asuma su cargo e incluso podría convertirse en una parte estratégica de la planificación de sucesión.

Pero los beneficios no tienen por qué limitarse a tu propia empresa. Una vez publicado, tu libro puede convertirse en una herramienta de desarrollo ejecutivo. Muchos libros han tenido ese tipo de influencia en líderes empresariales. Tu libro podría convertirse en el medio por el cual compartes tu filosofía y formas de gestión y liderazgo que se extienden mucho más allá de tu propia organización.”



Aquí hay algo más a considerar: Dejar un legado y aumentar los ingresos no son mutuamente excluyentes.

Para ejemplificarlo, puedes dar un vistazo a estos exdirectores ejecutivos, quienes ahora cobran honorarios de cinco o seis cifras como conferencistas y consultores independientes:

Entonces: **Jeffrey Hollender**, CEO de Seventh Generation, Inc.

Ahora: “Autor, consultor, conferencista, activista y líder de opinión en responsabilidad corporativa, sustentabilidad y equidad social.”

Entonces: **Howard Putnam**, CEO de Aerolíneas Southwest and Braniff.

Ahora: “Autor, conferencista, consultor de negocios, mentor de liderazgo, cambio, servicio al cliente, transformación y ética.”

Entonces: **Paul Gilding**, CEO de Greenpeace International.

Ahora: “Autor, consultor, escritor, activista y abogado para la acción contra el cambio climático y sustentabilidad.”

EN CONCLUSIÓN

A lo largo de los años, probablemente hayas **comprado** muchos libros de negocios en busca de nuevas ideas que te ayuden a impulsar el crecimiento de tu empresa. Sin duda, ya estás invirtiendo dinero en publicidad, marketing y relaciones públicas para lograr resultados que incluyen una mayor visibilidad de marca.

¿Representan estas estrategias actuales un retorno de la inversión tan poderoso como escribir tu propio libro? ¿Generan estas estrategias ingresos a corto y largo plazo y mejoran tu reputación como líder de opinión? ¿Te ayudan a aportar ideas importantes a personas tanto dentro como fuera de tu organización? ¿Satisfacen tu necesidad de hacer la mayor contribución posible al mundo?

Lo más probable es que solo una fracción de los lectores de este documento actúe, lo que te ofrece una **considerable ventaja competitiva**.

Tú tendrás un libro y ellos no.

Como señaló Jim Collins en **Good to Great**, los líderes de Nivel 5 representan una combinación paradójica de humildad personal y voluntad profesional. Dado que escribir un libro que genere valor requiere ambas características, no sorprende que los nombres de líderes de Nivel 5 aparezcan en tantas portadas.

Cada año se publican comercialmente unos 11.000 libros de negocios.

Ninguno lleva tu nombre... todavía.

Juntos, podemos cambiar eso.

Hablemos.

ESTO PODEMOS HACER POR TI

Doblar tus ingresos

Ofrecemos una asesoría especializada en aumentar tu facturación

Enseñanza

Cursos en línea sobre escribir y vender tu libro

Acompañamiento

Asesoría uno a uno durante tu proceso de escritura

Revisión

Damos un vistazo profundo a tu libro, y te proporcionamos un informe detallado

Lectura Beta

Lectores externos leen el manuscrito para darte feedback

Diseño de portada

Diseñamos una cubierta (portada, contraportada y lomo) que sea atractiva y comercial.

Lanzamiento

Desarrollamos la estrategia preliminar y organizamos la publicación

Post lanzamiento

Manejamos la distribución y posterior difusión.

SOLO TIENES LA IDEA

Si solamente tienes la idea, te podemos brindar capacitación, acompañamiento o incluso servicio de escritura fantasma. Ya sea que quieras escribir tu libro por tu cuenta, o si decides confiar en nosotros para que lo escribamos por ti.

TIENES ALGO ESCRITO

Si ya tienes una parte de tu libro escrita, te ayudaremos a terminarlo con nuestro servicio de escritura fantasma, o bien podremos acompañarte en tu proceso de escritura para que al final tenga la calidad más alta posible.

TIENES EL LIBRO COMPLETO

Si tu libro ya está completo, contamos con una gran variedad de servicios para corregirlo, editarlo y pulirlo hasta que alcance su calidad máxima, de cara a su posterior publicación, por medio de nosotros o cualquier otra editorial.

HAS ESCRITO LIBROS ANTES

Si ya has escrito libros antes, podemos ayudarte a publicarlos organizando lanzamientos estratégicos para que alcancen su público objetivo, y dar un seguimiento posterior que asegure su posicionamiento en el mercado.

AGENDA UNA LLAMADA

<https://calendly.com/ed-almavia/hablemosdetuproyecto>

CONTACTO POR EMAIL

ANTONIO.ALMAVIAEDITORIAL@GMAIL.COM