

AMAZON KDP

101

**NAJCZĘŚCIEJ
ZADAWANYCH
PYTAŃ**

ODPOWIEDZI GRATIS!

Kilka słów wstępu

Drogi Czytelniku!

Napisałem tego ebooka z potrzeby - Waszej i mojej skądinąd.

Napisałem ja (słowo w słowo), a nie sztuczna inteligencja.

Odkąd zacząłem zajmować się Amazonem KDP w 2019 r. i dzielić się wiedzą w tym zakresie pytań przeróżnej maści i jeszcze bardziej różnego kalibru zebrałem co niemiara. Postanowiłem to wykorzystać i w jednym miejscu odpowiedzieć na nie wszystkie. Tak powstał ten ebook.

Jest odpowiedzią na Wasze pytania. Na pytania, które pojawiały się najczęściej pod moimi filmami na YouTube, w komentarzach na webinarach, pod reklamami w mediach społecznościowych i w końcu w wiadomościach, które wysyłacie do mnie e-mailowo.

Żywię głęboką nadzieję, że na każde pytanie odpowiedziałem wystarczająco dokładnie i zrozumiale. Nie chodziło mi tutaj o wyciąganiu na siłę ilości stron w tym ebooku, ale o przekazanie mojej wiedzy i punktu widzenia w przystępny dla każdego sposób. Starłem się nie nadużywać branżowego sloganu, ale jeśli

napotkasz niezrozumiałe dla siebie słowo - daj mi znać, a natychmiast je wytłumaczę.
Owocnego wchłaniania.

P.S. Pisząc tego ebooka musiałem zdecydować się na jakąś formę zwrotu do czytelnika, żeby nie było to bezosobowe. Zdecydowałem, że będę zwracał się w formie męskoosobowej, bo tak przychodzi mi to odruchowo. Mam nadzieję, że piękniejszą część czytelników nie będzie mi miała tego za złe.

Marcin

Kilka słów wstępu	1
1. Co to jest Amazon KDP?	5
2. Kto może sprzedawać na Amazon KDP?	9
3. Ile kosztuje rejestracja na Amazon KDP?	11
4. Ile kosztuje utrzymanie konta na Amazon KDP?	12
5. Ile kosztuje opublikowanie produktu na Amazon KDP?	12
6. Czy trzeba mieć firmę, żeby działać na Amazon KDP?	13
7. Jak rozliczać się z przychodów z Amazon KDP?	13
8. Czy muszę posiadać konto walutowe?	14
9. Czy mogę zarejestrować się na Amazon KDP nie mając ukończonych 18 lat?	15
10. Czy muszę znać język angielski?	15
11. Czy można publikować w języku polskim?	16
12. Czy jest jakiś limit publikacji, które mogę wydać na Amazon KDP?	17
13. Czy trzeba się w jakiś sposób kwalifikować do Amazon KDP?	18
14. Jaką prowizję otrzymuje autor ze sprzedaży swojej książki na Amazon KDP?	19
15. Czy wydając na Amazon KDDP swoją książkę jednocześnie przekazuje Amazonowi prawa autorskie do niej?	22
16. Czy nie jest już za późno na wejście na Amazon KDP?	23
17. Jakie produkty sprzedaje się na Amazon KDP?	24
18. Ile czasu potrzebuję, żeby zarobić pierwsze pieniądze?	26
19. Ile czasu dziennie muszę poświęcać na Amazon KDP?	28
20. Na jakich rynkach mogę sprzedawać?	28
21. Czy mogę wykorzystać jedno wnętrze do wielokrotnej publikacji zmieniając jedynie okładkę?	30
22. Czy mogę na KDP publikować plakaty, kalendarze ścienne, nadruki na koszulki, kubki itd?	32
23. Jakie są opcje druku na Amazon KDP?	33
24. Co, jeśli klient zwróci mój produkt?	34
25. Kiedy Amazon wypłaca prowizję?	34
26. Jak opublikować książkę na Amazon KDP?	35
27. Czy opublikowanie książki na Amazon KDP jest darmowe?	39
28. Jakie są wymagania dotyczące formatu pliku wnętrza i okładki na Amazon KDP?	39
29. Czy muszę mieć numer ISBN, żeby opublikować książkę na Amazon KDP?	40
30. W jakich językach mogę publikować książki na Amazon KDP?	40
31. Czy moja książka może mieć wielu autorów?	41
32. Jak długo trwa proces publikacji książki na Amazon KDP?	41
33. Czy mogę opublikować książkę papierową i ebooka jednocześnie?	42
34. Jakie są opcje dotyczące cen książek na Amazon KDP?	43
35. Czy mogę samodzielnie zaprojektować okładkę do swojej książki na Amazon KDP?	44
36. Czy mogę edytować książkę po jej opublikowaniu na Amazon KDP?	44
37. Czy mogę wycofać swoją publikację w dowolnym momencie?	45
38. Jakie są następne kroki po opublikowaniu książki na Amazon KDP?	46
39. Jak założyć konto na Amazon KDP?	50
40. Jaką ustawić cenę mojej książki na Amazon KDP?	51

40. Jak długo trwa proces publikacji książki na Amazon KDP?	55
41. Czy mogę sprzedawać swoją książkę na Amazon KDP na całym świecie?	56
43. Jakie są najlepsze praktyki dotyczące opisu na Amazon KDP?	57
44. Czy mogę publikować książki z ilustracjami na Amazon KDP?	60
45. Czy mogę działać na KDP, jeśli mieszkam poza USA?	60
46. Jak Amazon wypłaca pieniądze?	61
47. Czy na Amazon KDP mogę publikować książki interaktywne?	62
48. 5 istotnych różnic między publikowaniem na KDP, a self-publishingiem?	63
49. Czy muszę mieć numer ISBN do publikacji na Amazon KDP?	66
50. Co to są produkty "low content book"?	66
51. Co to jest numer ISBN?	68
52. Skąd mam wziąć numer ISBN?	68
53. Co to jest numer ASIN?	69
54. Po co numer ASIN, skoro jest ISBN?	70
54. Co to jest BAN?	70
55. Najczęstsze przyczyny BANA na Amazon KDP.	71
56. Czy istnieją specjalne wymagania co do jakości obrazów w książkach?	74
57. Czy Amazon KDP oferuje wsparcie techniczne dla autorów?	75
59. Jak sprawdzić statystyki sprzedaży mojej książki na Amazonie?	80
60. Czy mogę edytować moją książkę po jej opublikowaniu?	81
61. Czy Amazon KDP oferuje narzędzia marketingowe dla autorów?	82
62. Czy Amazon oferuje usługi redakcyjne i korekty?	82
63. Czy mogę usunąć swoją książkę z Amazon po jej opublikowaniu?	83
65. Czy Amazon KDP umożliwia publikację audiobooków?	84
66. Co zrobić, jeśli moja książka nie jest widoczna w sklepie?	84
67. Czy muszę być profesjonalnym autorem, aby publikować na Amazon KDP?	86
68. Czy można wykorzystywać sztuczną inteligencję do tworzenia produktów na Amazon KDP?	87
69. Jak wyliczyć koszt wydruku mojej książki?	88
70. Czy muszę płacić podatek od sprzedaży na KDP w Polsce?	88
71. Dlaczego na formularzu 1042-S mam 0\$ zarobku, skoro była sprzedaż w grudniu ubiegłego roku?	89
72. Czy mogę zamówić swoją książkę przed publikacją?	90
73. Czy na moje produkty na Amazon jest jakaś gwarancja?	90
74. Ile kategorii mogę przypisać do jednego produktu?	91
75. Czy muszę publikować po swoim imieniu i nazwiskiem?	91
76. Czy mogę publikować te same wnętrza pod różnymi nazwami autora?	92
77. Czy tytuły i podtytuły produktów mogą być takie same w moich produktach?	95
78. Co to jest A+ Content?	96
79. Co to jest opcja LOOK INSIDE?	96
80. Jak ustalić cenę książki?	97
81. Czy opinie są ważne i jak zdobywać je pozyskać?	99
82. Jakie są sposoby na marketing poza Amazonem?	102
83. Ile znaków mogę użyć w polu tytułu i podtytułu?	103

84. Czy w polu "tytuł" musi znaleźć się wszystko to, co mieści się na okładce?	104
85. Jakie są najczęściej wykorzystywane rozmiary książek?	105
86. Co to jest BLEED i NO BLEED?	106
87. Co to jest rozszerzona dystrybucja?	108
88. Co to jest domena publiczna?	110
89. Ile stron musi mieć moja książka?	111
90. Jeśli mam jedno zdjęcie we wnętrzu i chcę, żeby było ono kolorowe, to co mam zaznaczyć w opcjach druku?	112
92. Co to jest BSR i co na niego wpływa?	113
94. Dlaczego ranking BSR się tak mocno waha?	116
93. Czy są jakieś wytyczne odnośnie używanych czcionek?	117
94. Co to jest "Large Print" i kiedy go stosować?	118
95. Dlaczego po publikacji widzę białe linie na okładce i wnętrzu?	121
96. CMYK, a RGB - różnice?	122
97. Czy mój produkt muszę publikować na każdy rynek osobno?	125
98. Czy moja książka może być w 2 formach jednocześnie?	127
99. Dlaczego ludzie mają kupować kolorowanki na Amazonie, skoro mogą je wydrukować za darmo z internetu?	128
101. Co to jest nisza?	130

1. Co to jest Amazon KDP?

Amazon ogólnie to największy sklep internetowy na świecie założony w 1998 roku przez dziś jednego z najbogatszych ludzi chodzących po tej planecie (Jeffa Bezosa) . Wszystko, o czym pomyślisz prawdopodobnie na Amazonie już jest sprzedawane. Ale Amazon na początku był księgarnią internetową. Od tego zaczynał Jeff Bezos (założyciel Amazona) i taki był ogólny zamysł na tą platformę - miała być księgarnią internetową.

Z czasem dopiero asortyment oferowanych produktów zaczął się powiększać. I tak dziś na Amazon możesz znaleźć dosłownie wszystko. W 2007 roku Amazon udostępnił platformę KDP (Kindle Direct Publishing). To platforma, przez którą wydaje się książki różnego rodzaju. A ściślej rzecz ujmując produkty w formie książki. Elektronicznej (ebook) lub papierowej w miękkiej lub twardej oprawie. Kolorowej lub czarno białej.

Oczywiście mówiąc książki nie mam na myśli wyłącznie obszernych książek z dużą zawartością treści jakie znamy powszechnie. Nie musisz być autorem, by wydawać produkty w formie książki na KDP. Nie w tym rzecz.

Na KDP możesz publikować takie produkty codziennego użytku jak zeszyty, planery, dzienniki, kalendarze, kolorowanki, gry jak

sudoku, krzyżówki, wykreślanki. Produkty zarówno dla Ciebie jak i dla dorosłych. Tak naprawdę ogranicza Cię jedynie wyobraźnia.

Rzecz jasna, jeśli jesteś już autorem książki, poradnika itd, to wydanie jej na Amazon KDP będzie dla Ciebie świetnym, bezkosztowym rozwiązaniem.

Raz wydając produkt na Amazon KDP jest on dostępny w sprzedaży na całym świecie na takich bogatych rynkach jak USA, Kanada, Wielka Brytania, Niemcy, Japonia, Szwecja itd, a także Polska.

O czym jeszcze należy tutaj wspomnieć?

O tym, że KDP to platforma druku na żądanie.

Na czym polega druk na żądanie?

Na tym, że druk Twojej książki odbywa się dopiero w momencie zamówienia przez klienta.

Kto to drukuje?

Oczywiście nie Ty. Do Ciebie należy jedynie przygotowanie produktu w plikach PDF (wewnątrz i okładka) i przesłanie do Amazona przez prosty, intuicyjny formularz.

Kiedy Amazon zatwierdzi Twoją publikację staje się ona dostępna w sprzedaży.

Co się dzieje w momencie zakupu przez klienta?

1. Amazon drukuje Twój produkt.
2. Pakuje go w kartonik.
3. Wysyła do klienta.

Ciebie poza stworzeniem produktu i jego opublikowanie nic więcej nie interesuje. Drukiem, pakowaniem, wysyłką i całą obsługą klienta zajmuje się właśnie Amazon.

Ty widzisz sprzedaż na swoim koncie KDP i uzyskane dzięki nim tantiemy. Więc raz opublikowany produkt może dla Ciebie zarabiać codziennie przez wiele wiele lat.

Podsumowując.

Amazon KDP to zupełnie bezkosztowa platforma sprzedażowa taka jak Allegro, OLX itd. Z tym, że skupia się na wąskiej grupie produktów jaką są produkty w formie książki drukowane na żądanie lub ebooki.

Dlaczego bezkosztowa?

Rejestracja na KDP jest bezpłatna. Nie płacisz też nic a nic za utrzymanie konta. Nie drukuje się żadnej stanu magazynowego, więc nie płacisz za magazyn, nie płacisz z góry za wydruk. Więc nie ponosisz żadnych kosztów. Dzielisz się jedynie swoim zyskiem z Amazonem. Amazon “zakłada” za Ciebie wszystkie koszty związane z drukiem, wysyłką i obsługą klienta, a potem wypłaca Ci 60% prowizji od sprzedaży.

Więc tak, czy siak - bardzo dużo przyznaj. Zwłaszcza, że prowizja ta jest od ceny, którą ustalasz sam.

2. Kto może sprzedawać na Amazon KDP?

Każdy. Z uwagi na to, że jest to biznes zupełnie bezkosztowy - rozpocząć go może każdy. W zasadzie od zaraz.

Nie potrzebujesz kapitału na start, nie potrzebujesz mieć żadnej działalności gospodarczej zarejestrowanej, nie musisz mieć nawet konta walutowego. Mimo, że Amazon to platforma zagraniczna, to nie musisz nawet znać języka obcego. Jedynym wymogiem jest to, by mieć ukończone 18 lat.

Jest to świetna platforma dla:

- a) **Autorów**, którzy piszą i publikują książki. Mogą oni skorzystać z Amazon KDP, aby sprzedawać swoje e-booki w formie Kindle lub wersje papierowe drukowane na żądanie. Mogą to być zarówno profesjonalni pisarze, jak i amatorzy, którzy po prostu chcą podzielić się swoimi historiami.
- b) **Blogerów**. Jeśli jesteś blogerem i masz treści, które chciałbyś przekształcić w e-booki, Amazon KDP może być dla Ciebie. Możesz skompilować swoje najlepsze posty blogowe lub stworzyć nową treść i opublikować ją jako e-book.
- c) **Specjalistów**. Jeśli jesteś ekspertem w danej dziedzinie, na przykład w obszarze zdrowia, finansów lub samorozwoju, możesz napisać i opublikować książkę, aby podzielić się swoją wiedzą z innymi.
- d) **Nauczycieli**. Jeśli jesteś nauczycielem lub trenerem i masz materiały dydaktyczne takie jak podręczniki, ćwiczenia czy poradniki, możesz opublikować je jako na Amazon KDP. W ten sposób będziesz mógł dotrzeć do szerszej grupy uczniów i zarabiać na własnych materiałach edukacyjnych.

Ale przede wszystkim...

e) **Każdego “Kowalskiego”**. Jeśli jesteś osobą, która chce zacząć coś robić po pracy dodatkowo. Coś, co nie będzie wiązało Cię sztywno czasowo. Coś bez wkładu własnego w formie środków finansowych. Coś, gdzie wkładem własnym będzie poświęcony czas. Amazon KDP będzie dla Ciebie świetnym starterem w biznesie online. Gwarantuje Ci, że jesteś w stanie nauczyć się zarabiać na Amazon KDP nawet jeśli dopiero w tym momencie czytając tego ebooka dowiadujesz się o takiej możliwości.

Dlaczego uważam, że każdy jest w stanie na tej platformie sprzedawać?

Bo mam solidne podstawy, by tak twierdzić w postaci przykładów moich klientów, którzy o Amazonie KDP przed stycznością ze mną nigdy nie słyszeli, zajmują się na co dzień zupełnie czymś innym, a po pewnym czasie z KDP mają drugą wypłatę lub jej wielokrotność.

Wyobraź sobie, że na przykład Józek, który jest operatorem koparki na co dzień zarabia na KDP dużo więcej niż w swojej pracy.

Aby podjąć się zarabiania na Amazon KDP nie potrzebujesz być grafikiem, ani pisarzem. Takich osób na KDP jest znikomy procent. Zdecydowana większość to zwykłe osoby jak Ty, czy ja, które szukają sposobu na rozpoczęcie własnego biznesu online po pracy.

3. Ile kosztuje rejestracja na Amazon KDP?

5 minut Twojego czasu. Rejestracja na KDP jest bezpłatna dla każdego. Zajmuje ona około 5 minut, więc jeśli znasz swoją stawkę godzinową, to możesz policzyć jej dokładny koszt dzieląc ją przez 12.

Na KDP nie ma żadnej kwalifikacji. To wypełnienie formularza rejestracyjnego takiego, jaki znasz z wielu innych stron, gdzie podajesz swoje dane.

4. Ile kosztuje utrzymanie konta na Amazon KDP?

Nic. Założenie konta i jego utrzymanie jest bezpłatne. Nie płacisz żadnej miesięcznej opłaty jak w przypadku Amazon FBA.

5. Ile kosztuje opublikowanie produktu na Amazon KDP?

0 zł. Co więcej. Nie zapłacisz ani grosza za opublikowanie dowolnej ilości produktów. Dlaczego? Bo Amazon nie ponosi kosztów tej publikacji. Nie zajmujesz miejsca magazynowego.

Dopóki produkt się nie sprzeda, to nie generuje kosztów w postaci wydruku, kosztu opakowania i wysyłki. Więc do momentu zamówienia produktu przez klienta jest on jedynie wersją cyfrową. Materializuje się dopiero po zamówieniu. Wtedy też powstają koszty, ale jak wiesz - Ty ich nie płacisz. Amazon odciąga je sobie w postaci prowizji za sprzedaż.

6. Czy trzeba mieć firmę, żeby działać na Amazon KDP?

Nie. Co więcej - nawet jeśli masz firmę, to na KDP możesz zarejestrować się jako osoba fizyczna chyba, że Twoja firma ma przychody z tytułu praw autorskich, jesteś wydawnictwem itd.

Wtedy prawdopodobnie będziesz musieć przychody z KDP podciągnąć pod działalność firmy. Ale w każdym takim przypadku na KDP rejestrujesz się jako osoba prywatna / fizyczna i rozliczasz się raz w roku z uzyskanych tantiem.

7. Jak rozliczać się z przychodów z Amazon KDP?

Pod koniec marca każdego roku Amazon wysyła Ci dokument rozliczeniowy (ichniejszy PIT). Ten dokument niesiesz do biura księgowego, w którym rozliczasz co roku swój PIT i prosisz, żeby uwzględnili te przychody w rozliczeniu podatkowym na dany rok. Tyle.

Jest to bardzo częste pytanie: “Jak rozliczać się z KDP”, na które również często odpowiadam:

“Zajmij się tym, żeby mieć z czego się rozliczyć, a samo rozliczanie zostaw odpowiednim osobom, które się na tym znają”.

8. Czy muszę posiadać konto walutowe?

Nie. Amazon KDP od 2022 roku umożliwia nam Polakom podpięcie konto w złotych do wypłat. Więc jeśli masz konto w banku, to nie musisz zakładać nowego, walutowego.

Niemniej warto. Dlaczego?

Z prostej przyczyny. Przewalutowania. Na KDP jako Polak zarabiasz w EURO i w tej walucie Amazon wysyła pieniądze na konto. Oczywiście jeśli będziesz mieć podpięte konto w złotych, to EURO zostanie na złotówki przeliczone i przewalutowane, co wiąże się z pewnymi kosztami. A nie warto, ponieważ w każdym banku możesz konto walutowe w euro założyć zupełnie bezpłatnie i to bez wychodzenia z domu - przez Twoją bankowość elektroniczną w kilka minut.

Dzięki temu zaoszczędzisz w perspektywie dłuższego czasu całkiem pokaźną kwotę, która rozeszła się właśnie na transakcje, które wymagałyby przewalutowania.

Ze swojej strony polecam konto na Revolut. Czyli internetowe konto multi walutowe. Również bezpłatne - co warto zaznaczyć.

9. Czy mogę zarejestrować się na Amazon KDP nie mając ukończonych 18 lat?

Niestety nie. Konto na KDP musi być założone na osobę pełnoletnią. Niemniej znam przypadki moich klientów - rodziców, którzy założyli konto na KDP na siebie, a w rzeczywistości na tym koncie publikują ich niepełnoletnie jeszcze dzieci.

Więc jeśli nie jesteś osobą pełnoletnią, to zwyczajnie poproś mamę, tatę, babcię, dziadka o założenie konta na ich dane.

10. Czy muszę znać język angielski?

Znajomość, choćby podstawowa oczywiście pomaga, ale nie jest w żadnym stopniu wymagana.

Po pierwsze - przeglądarka Google Chrome tłumaczy automatycznie wszystkie strony na język polski.

Po drugie - Amazon KDP jest już na rynku polskim, więc możesz skupić się w 100% na tym rynku i nie mieć nic wspólnego z językami obcymi.

A po trzecie - jeśli nie znasz języków obcych, a chcesz stworzyć produkt na przykład po angielsku, to Chat GPT (sztuczna

inteligencja) zrobi większość tej pracy za Ciebie jeśli chodzi o tłumaczenie tekstu i zrobi to nadzwyczaj dobrze.

Więc wobec powyższego brak znajomości języka obcego nie jest wymagana.

11. Czy można publikować w języku polskim?

Owszem. W 2022 roku Amazon KDP wszedł na polski rynek i mamy możliwość wydawania produktów w naszym ojczystym języku.

Czy warto?

Oczywiście. Weź pod uwagę to, że język polski znają w zasadzie tylko polacy. Nieliczni obcokrajowcy posługują się nim na co dzień.

Co nam to daje?

Ogromną przewagę. Ten rynek został otworzony dla nas - Polaków. My tu będziemy dominować każdą niszę. My będziemy pionierami. Do nas należy "zasiedlenie" Amazon.pl. Należy, a wręcz trzeba z tego skorzystać.

Z Amazonem w Polsce jest na dzień dzisiejszy tak jak z Bitcoinem w 2013 roku. Mało kto go znał, a jeśli ktoś znał, to nie wierzył w jego wzrost. A już na pewno nie takie, jakie późniejsza historia pokazała i pokazuje nadal. Tak samo będzie z Amazonem KDP w Polsce. Każdy chciałby cofnąć czas do 2013 roku i kupić sobie kilka BTC. Za 10 lat ludzie będą tak mówili o Amazon.pl i co najlepsze ... spora ich część dalej nie wejdzie w ten rynek, bo będzie uważać, że czas na to był 10 lat temu, a dziś już jest za późno. Znasz to skądś, prawda?

12. Czy jest jakiś limit publikacji, które mogę wydać na Amazon KDP?

Nie ma takiego limitu. Możesz wydać dowolną ilość produktów na Amazon KDP i zawsze będzie to bezpłatne. Nie powinno być to dla Ciebie jednak powodem do wydawania jak najwięcej w jak najkrótszym czasie. Taka taktyka nie ma sensu i nie przekłada się na wyniki. Skup się na jakości. Jedynym limitem jest ilość publikacji dziennych, która jest ograniczona do 3. Niemniej ta ilość nie ma Cię zachęcać do tego, by w pierwszym miesiącu działalności na Amazon KDP wydać 100 pozycji. Kiedyś nie było tego limitu i faktycznie ze strony Amazona w dziale książek zrobił się zwyczajny skład makulatury. Dziś jest to ograniczone - i dobrze! Bo dzięki temu autorzy skupiają się bardziej na jakości, a

nie ilości publikowanych produktów, do czego Ciebie również stanowczo zachęcam.

13. Czy trzeba się w jakiś sposób kwalifikować do Amazon KDP?

Na KDP zarejestrować może się każdy dosłownie w kilka minut. **Nie ma żadnej kwalifikacji**, rekrutacji itd. Wystarczy mieć ukończone 18 lat, wypełnić formularz rejestracji i za kilka chwil masz aktywne konto na Amazon KDP i jeszcze tego samego dnia możesz opublikować swój pierwszy produkt na tej platformie.

14. Jaką prowizję otrzymuje autor ze sprzedaży swojej książki na Amazon KDP?

W przypadku książek papierowych prowizja wynosi **60% od ceny pomniejszonej o koszt wydruku**. Dokładną prowizję możesz łatwo obliczyć wykorzystując w tym celu dedykowany przez Amazona kalkulator. Wystarczy, że podasz kilka podstawowych

danych takich jak rozmiar książki, ilość stron, rodzaj druku, a kalkulator pokaże Ci jaka będzie cena wydruku i Twoja prowizja.

Tutaj masz link do tego kalkulatora:

https://kdp.amazon.com/en_US/help/topic/GSQF43YAMUPFTMS

P

A tak wygląda sam kalkulator. Wystarczy wprowadzić podstawowe dane jak:

- rodzaj oprawy (miękka, czy twarda),
- rodzaj wnętrza (kolor wydruku oraz stron),
- rozmiar wnętrza,
- rynek, na którym chcemy sprawdzić cenę,
- liczba stron wnętrza (stron, a nie kartek!),
- cena na Amazon.

Printing Costs and Royalty Calculator

BETA

Book Type
Paperback

Interior Type
Black & white interior with white paper

Trim Size Measurement Unit
in

Trim Size
5 x 8 in

Marketplace
Amazon.com

Page Count
0

List Price
0

Submit

Po kliknięciu **SUBMIT** ukaze nam się koszt druku, minimalna cena, jaką możemy wybrać dla tego produktu oraz zarobek, jaki będzie dla nas generować sprzedaż jednej sztuki tej książki.

Marketplace ⓘ	List Price ⓘ	Royalty Rate	Minimum List Price ⓘ	Printing Cost ⓘ	Estimated Royalty ⓘ
Amazon.com	10,00 \$	60%	3,83 \$	2,30 \$	3,70 \$
Amazon.co.uk	7,89 £	60%	3,22 £	1,93 £	2,80 £
Amazon.de	9,24 €	60%	3,42 €	2,05 €	3,49 €
Amazon.fr	9,24 €	60%	3,42 €	2,05 €	3,49 €
Amazon.es	9,24 €	60%	3,42 €	2,05 €	3,49 €
Amazon.it	9,24 €	60%	3,42 €	2,05 €	3,49 €
Amazon.nl	9,24 €	60%	3,42 €	2,05 €	3,49 €
Amazon.pl	39,82 zł	60%	15,97 zł	9,58 zł	14,31 zł
Amazon.se	103,26 kr	60%	38,07 kr	22,84 kr	39,12 kr
Amazon.co.jp	1505 ¥	60%	703 ¥	422 ¥	481 ¥
Amazon.ca	13,51 \$	60%	4,98 \$	2,99 \$	5,12 \$
Amazon.com.au	15,24 \$	60%	7,90 \$	4,74 \$	4,40 \$

Ogólny wzór wygląda tak:

(Stawka tantiem x cena katalogowa) – koszty druku = Twoje wynagrodzenie

Na przykład cena katalogowa wynosi 10 USD. Twoja książka to 50-stronicowa kolorowanka w miękkiej oprawie, z czarnym tuszem, sprzedawana na rynku amerykańskim:

$(0,60 \times 10 \text{ USD}) - 2,84 \text{ USD} = 3,16 \text{ USD}$

W przypadku e-booków mamy dwie stawki zależne od wagi Twojego pliku. Te stawki to **35% lub 70%** tantiem. I co ważne - opcja 75% tantiem nie zawsze jest najkorzystniejsza!

15. Czy wydając na Amazon KDDP swoją książkę jednocześnie przekazuje Amazonowi prawa autorskie do niej?

Absolutnie nie. Ty jesteś autorem i Ty masz do swojej książki pełne prawa autorskie. Amazon tylko udostępnia swoją platformę, żebyś mógł ją tam sprzedać i pobiera za to prowizję. Sytuacja win-win.

Swoją książkę możesz sprzedawać również poza Amazonem poza dwoma wyjątkami:

1. **Twoja książka w formie ebooka jest w programie KDP Select.** Wtedy w zamian za pewne profity deklarujesz, że jedynym kanałem dystrybucji tego ebooka będzie Amazon. Ale spokojnie - w każdej chwili można z programu KDP Select zrezygnować.
2. **Korzystasz z darmowego numeru ISBN,** który przydziela Amazon. Wtedy nie możesz swojej książki w wersji papierowej sprzedawać poza Amazonem z tym numerem

ISBN. Jeśli jednak korzystasz z własnego numeru ISBN, to oczywiście takich ograniczeń nie ma.

Skąd masz wziąć własny numer ISBN?

Prosta sprawa. Z Biblioteki Narodowej. Możesz mieć zupełnie za darmo paczkę dowolnej ilości numerów ISBN. W USA taki numer kosztuje 150\$. Ty jako Polak masz do nich bezpłatny dostęp.

Link do Biblioteki Narodowej: <https://www.e-isbn.pl/IsbnWeb/>

16. Czy nie jest już za późno na wejście na Amazon KDP?

Pytanie, które przewija się co roku tak naprawdę. Kiedy ja zaczynałem na KDP też sobie zadawałem to pytanie. Potem słyszałem je od swoich kursantów, czy widzów na YouTube. Rok później też otrzymuje to pytanie na maila. I będę je otrzymywał wciąż i wciąż. Bo jest mnóstwo osób, które tylko gadają, rozważają, analizują, ale nie działają.

Dlaczego nie działają?

Bo zawsze szukają sobie wymówek i usprawiedliwienia dla swojego lenistwa.

To proste powiedzieć sobie: *“Na KDP jest już za późno, więc nie wchodzę”*. Masz świetne usprawiedliwienie sam przed sobą dzięki temu. Ale minie rok i zobaczysz, że innym się udało. Pomyślisz *“mieli szczęście”* albo *“wstrzelili się w dobrym momencie”*.

Więc odpowiadając na pytanie, czy nie jest już za późno odpowiem przytaczając chińskie przysłowie:

“Najlepszy czas, aby zasadzić drzewo, był 20 lat temu. Drugi najlepszy czas jest teraz.”

17. Jakie produkty sprzedaje się na Amazon KDP?

Żeby zobrazować Ci odpowiedź na to pytanie, to polecam zetknąć się z nimi twarzą w twarz.

Czyli wchodzisz na Amazon.com, wybierasz dział BOOKS. I szperasz, grzebieasz, klikasz. Zobaczysz dziesiątki tysięcy różnych produktów w formie książek drukowanych na żądanie, które Ty też możesz stworzyć i umieścić w sprzedaży na Amazon.

Oczywiście te produkty będą bardzo różne. Zaczynając od prostych produktów, które potrafi stworzyć moja 8 letnia córka jak zeszyty w linię, kratkę, pięciolinię, przez notatniki, dzienniki, planery różnego rodzaju, czy chociażby krzyżówki ,sudoku, wykreślanki wyrazowe, labirynty, notatniki, szkicowniki itd.

Są też oczywiście produkty bardziej wymagające jak różnego rodzaju książeczki edukacyjne dla dzieci i dorosłych, które zawierają wiele różnych aktywności, zadań, rozwiązań. Kolorowanki (bardziej i mniej skomplikowane).

Są też typowe ilustrowane bajki dla dzieci, książeczki uczące pisania lub rysowania, czy wycinania po śladzie, zgadywanki, komiksy, rysowanie po numerach.

A kończąc na książkach, jakie kojarzą nam się z definicji słowa książka. Czyli poradniki różnego rodzaju na określony temat i ogólnie pojęta beletrystyka. Czyli to, co czytamy na co dzień dla rozrywki.

Więc jak widzisz przekrój produktów, jakie możesz publikować na KDP jest ogromny. Właściwie nie masz żadnych ograniczeń oprócz własnej wyobraźni.

18. Ile czasu potrzebuję, żeby zarobić pierwsze pieniądze?

Na to pytanie odpowiem pytaniem.

Ile czasu zajmie mi przebiegnięcie maratonu?

Nie jesteś w stanie odpowiedzieć mi na to pytanie. Wiesz dlaczego? Bo nie wiesz, czy biegam. Nie wiesz nawet, czy mam nogi, a jeśli tak, to czy obie. A może jeżdże na wózku?

A jeśli mam nogi i biegam, to w jakim tempie będę biegł? I czy w ogóle będzie mi się chciało biec szybko? A może przejdę sobie spacerkiem te 43 km?

Postawiłbyś na mnie choćby jednego dolara? Jeśli tak - to jesteś hazardzistą. Bo nie masz zielonego pojęcia o moich umiejętnościach w bieganiu maratonów. Nie wiesz nic, nie masz żadnych danych, a jednak obstawiasz?

Tak samo ja nie znam Ciebie. Nie wiem, czy nawet po otrzymaniu dokładnej instrukcji krok po kroku pt. “*Jak zarobić pierwsze 1000\$ na KDP*” w ogóle do niej zajrzysz. O ile taka by istniała oczywiście.

A jeśli nawet zajrzysz, to nie wiem czy przeczytasz. A jeśli przeczytasz, to nie wiem, czy ją wdrożysz. A jeśli wdrożysz, to nie wiem kiedy i w jakim tempie. Itd.

KDP to prawdziwy biznes, a nie loteria. W żadnym biznesie nie masz gwarancji, że zarobisz cokolwiek. Dlatego tak niewiele osób biznes prowadzi. Ludzie nauczeni otrzymywać szybką gratyfikację za swoją pracę nie odnajdą się w biznesie.

W biznesie nie otrzymujesz stałej pensji co miesiąc i (jak wiele osób myśli) wielokrotnie wyższej na dzień dobry od tej z etatu. Tu trzeba potrafić odłożyć gratyfikację na później. **Czekaj, nie oczekuj** i pracuj. To, co zasiejesz, to zbierzesz. Nie ma innej możliwości. Z ziarna kukurydzy nie wyrośnie poziomka. I na odwrót.

19. Ile czasu dziennie muszę poświęcać na Amazon KDP?

Ważniejsze od tego ile czasu poświęcasz dziennie jest to, żeby faktycznie robić to codziennie. Więc nie ma sensu, żebyś się zmuszał do pracy po 5-6 godzin dziennie, jeśli dobrze wiesz, że będzie to dla Ciebie bardzo trudne, wymagające wielu wyrzeczeń.

W takim trybie bardzo szybko się wypalisz i przestaniesz to robić. Zachęcam do tego, by tą poprzeczkę postawić sobie nieco niżej, ale by była dla Ciebie osiągalna każdego dnia.

Bo systematyczność jest tu najważniejsza. Lepiej moim zdaniem pracować 1 godzinę dziennie, ale każdego dnia, aniżeli 2 razy w miesiącu po 15 godzin.

Godzina dziennie da Ci 365 dni w roku spędzonych na KDP. Jak myślisz - ile można zrobić przez 365 godzin?

Bardzo wiele osób przecenia to, co jest w stanie zrobić w ciągu godziny, ale nie docenia tego ile jest w stanie zrobić w ciągu roku.

20. Na jakich rynkach mogę sprzedawać?

I to jest piękno tego biznesu. Bo raz opublikowany produkt jest dostępny do kupienia **na całym świecie**. W każdym kraju, w którym Amazon prowadzi sprzedaż. A jak się można domyślać z racji tego, że jest to największy sklep internetowy na naszym globie - jest tych krajów sporo.

I tak wymieniamy po kolei: USA, Kanada, Niemcy, Australia, Wielka Brytania, Hiszpania, Francja, Włochy, Polska, Szwecja, Japonia, Brazylia, Meksyk, Indie.

Tworzysz produkt raz, publikujesz i w kilka chwil jest dostępny dla każdego człowieka chodzącego po tej Ziemi. Za darmo! Nie do opisania jest uczucie, kiedy widzisz, że ktoś z drugiego końca świata kupił właśnie Twoją kolorowankę / notatnik / planner. To dopiero daje poczucie niesamowitych możliwości biznesu online.

Oczywiście decydując się na publikację w danym języku (np. Polskim) domyślnie celujesz w Polaków. Publikując treści po niemiecku, celujesz w Niemców itd. Ale to nie oznacza, że Amerykanin nie będzie mógł kupić od Ciebie produktu po niemiecku, czy po polsku wykorzystując ich rodzimą platformę sygnowaną rozszerzeniem .com. Bo owszem - będzie mógł.

Publikując na KDP sprzedajesz na najbogatszych rynkach na świecie, zarabiasz w euro.

Często dostaję pytanie *“Jak to jest możliwe, że ktoś w USA kupuje kolorowankę za 8\$, kiedy może ją wydrukować sobie z internetu”*.

No tak - może. Ale tam jest zupełnie inny mental, inne przyzwyczajenia ludzi. Amerykanie mają podpięte karty kredytowe pod Amazona, kupują jednym kliknięciem i od

Amazona są uzależnieni. Dużo łatwiej i szybciej jest im wpisać frazę w Amazona “ Coloring Book” i jednym kliknięciem załatwić zakupy, które dotrą do niego tego samego dnia, aniżeli poświęcić X czasu na znalezienie darmowych stron do kolorowania i ich wydrukowanie.

Więc owszem - na Amazonie sprzedają się i zeszyty i kolorowanki i inne proste produkty, za które my nie zapłacimy tyle, co płacą na zachodzie. Ale płacą. I nie ma co nad tym dyskutować. Liczby mówią same za siebie. Na to pytanie konkretniej jeszcze odpowiem w dalszej części tego ebooka.

21. Czy mogę wykorzystać jedno wnętrze do wielokrotnej publikacji zmieniając jedynie okładkę?

I tak, i nie. Nie możesz stworzyć 10 okładek do jednego wnętrza kolorowanki, ale możesz to zrobić dla produktu typu zeszyt, notatnik.

Dlaczego?

Z prostej przyczyny. Priorytetem Amazona od zawsze są dobre wrażenia klienta. Postaw się na miejscu tego klienta. Kupujesz

kolorowankę swojemu dziecku. Podoba mu się. Pokolorowało już całą, więc chcesz mu kupić kolejną. Odnajdujesz swój poprzedni zakup, przeglądasz inne produkty tego samego sprzedawcy i widzisz “inne” (wydawać by się mogło po okładce” kolorowanki. Więc kupujesz.

Kolorowanka została dostarczona do Ciebie. Dajesz ją swojemu dziecku. Rozpakowujesz ją, a okazuje się, że jest identyczna jak ta, którą wczoraj skończyło kolorować. Co czujesz?

Kupując drugą kolorowankę oczekujesz, że będzie inna - to normalne.

Inaczej jest w przypadku produktów niskiej zawartości treści lub nie mającej jej wcale. Tak jak wyżej wspomniane zeszyty w linie na przykład. Czy kupując zeszyt w linie oczekujesz, że wewnątrz będzie inne niż w linie? Czy kupując kolejny oczekujesz, że wewnątrz będzie się różnić od tego, który już zapisałeś?

NIE. Tego rodzaju produkty kupuje się wyłącznie dla okładki. Tobie podoba się taka, komuś innemu inna. Chłopcy wolą zeszyty w auta, dziewczynki w lalki. Itd. Kwestia indywidualnych upodobań.

To jest duża różnica.

Więc podsumowując - możesz wykorzystywać to samo wnętrze do kilku okładek pod warunkiem, że ma to sens. Że są to produkty no/low content.

22. Czy mogę na KDP publikować plakaty, kalendarze ściennie, nadruki na koszulki, kubki itd?

Nie. KDP skupia się na produktach w formie książki (drukowane lub cyfrowe). I tylko w tym obszarze możemy się poruszać, jeśli chodzi o asortyment produktów.

23. Jakie są opcje druku na Amazon KDP?

Możemy drukować w kolorze lub na czarno biał. I tutaj mówimy tylko o wnętrzu.

Decydując się na wnętrze w kolorze oczywiście należy zdawać sobie sprawę z tego, że druk będzie droższy. Ma to swoje uzasadnienie w produktach szczególnie dla dzieci, gdzie druk kolorowy jest zwyczajnie dla takich dzieci bardziej atrakcyjny wizualnie. Nie można natomiast przesadzić z ilością stron takiej

książki, ponieważ po przekroczeniu pewnego pułapu (zależnego od niszy) nie będziemy w stanie konkurować na poziomie ceny z produktami, które nie zostały opublikowane.

Druk kolorowy dzieli się na dwa rodzaje: STANDARD i PREMIUM. Ten drugi jest oczywiście droższy, ale w większości przypadków będziesz korzystać z druku STANDARD. Druk PREMIUM jest przeznaczony raczej do szczegółowych ilustracji, a nie do grafiki, którą posługujesz się tworząc produkty na KDP (w większości przypadków).

Okładka może być kolorowa lub czarno biała - jak chcesz. Nie wpływa to na cenę wydruku.

24. Co, jeśli klient zwróci mój produkt?

Zwyczajnie Amazon nie wypłaci Ci za tą transakcję prowizji i tyle. Jeśli zwrot nie wynikał z Twojej winy, a był spowodowany błędem po stronie Amazona - na przykład uszkodzona przesyłka - wówczas warto interweniować w tej sprawie i prosić Amazona o przydzielenie należnych Ci tantiem.

Ty oczywiście takim zwrotem się nie zajmujesz. To po stronie Amazona jest obsługa klienta. Ty z nim nie masz w zasadzie żadnej styczności.

25. Kiedy Amazon wypłaca prowizję?

Wypłata następuje **60 dni po wygenerowaniu sprzedaży**. Czyli przykładowo - jeśli sprzedaż miała miejsce w styczniu, to otrzymasz wypłatę od Amazona końcem marca.

Zwykle jest to początek czwartego tygodnia każdego miesiąca. Więc na pierwszą wypłatę będziesz musiał poczekać, ale po 2 miesiącach sprzedaży Twoje tantiemy będą wypłacane już co miesiąc, bo te okresy się między sobą zaczyną zazębiać.

26. Jak opublikować książkę na Amazon KDP?

Publikacja sama w sobie odbywa się przez intuicyjny formularz interaktywny, który należy wypełnić odpowiednimi danymi. Dane oznaczone gwiazdką nie są obowiązkowe, acz zalecane przeze mnie.

- a) **Tytuł** - wiadoma sprawa. Taki tytuł musi również znaleźć się na przedniej stronie Twojej okładki lub jej grzbiecie. To jest

wymóg Amazona. Oczywiście na tejże okładce możesz zawrzeć o wiele więcej treści niż sam tytuł, ale ten musi się tam znaleźć obligatoryjnie. Tytuł to są jednocześnie najważniejsze słowa kluczowe, pod którymi potencjalny klient może odszukać Twój produkt.

b) **Podtytuł*** - To tak naprawdę skrócony opis Twojego produktu. Ważne, żeby również zawierał słowa kluczowe, bo jest to miejsce drugie pod względem “ważności” tychże słów w kontekście indeksowania Twojego produktu. Niemniej to nie mogą być same słowa kluczowe wymienione po przecinku. Muszą zostać wplecione w logiczne sformułowania / zdania opisujące produkt.

c) **Nazwa autora lub autorów**, jeśli jest ich więcej. Tutaj możesz również uwzględnić inne osoby, które chcą być wymienione jako współautorzy, a które brały udział w tworzeniu Twojego projektu na przykład jako grafik, korektor, tłumacz itd. Co ważne - nazwa autora to nie musi być Twoje imię i nazwisko. Możesz stosować pseudonimy i do tego bardzo mocno zachęcam. Co jeszcze warto podkreślić to to, że nazw autora w obrębie swojego jednego konta na KDP możesz mieć nieskończenie wiele. Czyli każdy produkt w zasadzie możesz opublikować pod inną nazwą autora, jeśli jest to logicznie uzasadnione oczywiście.

d) **Kategorie**. Oczywiście Twój produkt musi być jakiegś umieszczony, by ułatwić jego odnalezienie. Ważne, aby były

one odpowiednie do Twojej publikacji. Takich kategorii możesz wybrać 3.

- e) **Czy Twój produkt jest przeznaczony dla osób poniżej 18 roku życia?** Jeśli nie, wówczas musisz zaznaczyć odpowiedni checkbox. Takich produktów nie można reklamować reklamą PPC na Amazon.
- f) **Czy Twoja książka jest pisana czcionką większą niż 16 punktów?** Jeśli tak, to zaznaczasz drugi checkbox “LARGE PRINT”. Tego typu publikacje zwykle są przeznaczone dla osób starszych, niedowidzących lub też małych dzieci.
- g) **Czy Twój produkt jest niskiej zawartości treści?** Co to znaczy? Przykładem takich produktów jest zwykły notatnik / zeszyt, w którym wewnątrz składa się z określonej ilości takich samych stron. Tego rodzaju produkty kupuje się zwykle dla okładki, a nie dla wnętrza. Więc jeśli wydajesz tego rodzaju produkt, to zaznaczasz trzeci checkbox “LOW CONTENT BOOK”.
- h) **Numer ISBN.** To międzynarodowy numer identyfikacyjny Twojej książki. Taki dowód osobisty. Amazon przydziela takie numery za darmo. Korzystając z tej opcji jednak masz prawo do sprzedaży swoich produktów wyłącznie na platformie Amazon. Ale możesz też nabyć własny numer ISBN za.... darmo również. Jeśli jesteś obywatelem Polski, to dowolną liczbę numerów ISBN możesz pobrać ze strony Biblioteki Narodowej (e-isbn.pl). Wtedy swoją książkę możesz sprzedawać zarówno na Amazonie jak i poza nim. P.S. Wyżej

wspomniane produkty LOW CONTENT nie wymagają numeru ISBN do publikacji.

- i) **Data publikacji.** Jeśli chcesz, aby Twój produkt został opublikowany z opóźnieniem - masz możliwość to ustawić właśnie na tym etapie. Tak samo jeśli Twoja książka już była opublikowana kiedyś - możesz ustawić tą datę tutaj. Natomiast jeśli jest to pierwsza publikacja i chcesz, aby była dostępna w sprzedaży na Amazon jak najszybciej - wówczas nie wypełniasz tego pola.
- j) **Określenie parametrów Twojej książki.** Tutaj wpisujesz rozmiar jej wnętrza, określasz rodzaj druku (kolorowy, czy czarno biały), wybierasz rodzaj okładki (matowa lub błyszcząca) i określasz, czy Twoje wnętrze jest ze spadem (marginesami), czy też nie.
- k) **Plik wnętrza.** Wgrywasz ze swojego dysku wcześniej przygotowany plik wnętrza w formacie PDF DO DRUKU (w przypadku ebooka to pliki MOBI, EPUB, KPF, DOC, DOCX).
- l) **Plik okładki.** Tak samo jak w przypadku pliku wnętrza. Wgrywasz z dysku wcześniej przygotowany plik okładki w formacie PDF DO DRUKU.
- m) **Domena publiczna.** Jeśli publikujesz treści z domeny publicznej, to teraz jest miejsce na to, by to zaznaczyć w Twoim formularzu publikacji. Jeśli nie - zostawiasz ten checkbox pusty.
- n) **Cena.** Ustalamy cenę swojego produktu na każdy z rynków. Masz tu pełną dowolność. Oczywiście cena nie może być

niższa niż koszty wydruku, które znasz przed publikacją.
Natomiast jej górna granica wynosi 1200 zł.

I to wszystkie dane., które potrzebne Ci są do procesu publikacji na Amazon KDP. Teraz wystarczy kliknąć **OPUBLIKUJ** i Twój produkt do 72 godzin regulaminowo (w rzeczywistości może to trwać dłużej) będzie dostępny w sprzedaży na Amazonie na całym świecie.

Jeśli natomiast w trakcie procesu weryfikacji pojawią się jakieś błędy, które będzie należało przez publikacją poprawić - zostaniesz o tym powiadomiony mailowo.

27. Czy opublikowanie książki na Amazon KDP jest darmowe?

Tak, w 100%. Nie płacisz nic za publikację, utrzymywanie książki na Amazonie itd. Dopiero w momencie sprzedaży dzielisz się z Amazonem prowizją. Więc nie inwestujesz w to wszystko ani grosza niezależnie od ilości publikacji.

28. Jakie są wymagania dotyczące formatu pliku wnętrza i okładki na Amazon KDP?

Tutaj musimy rozróżnić rodzaj produktu, bo formaty dla ebooka i wersji papierowej są inne.

Dla wersji papierowej zachęcam, aby plik zarówno wnętrza jak i okładki przesyłać w formacie **PDF DO DRUKU**.

W przypadku e-booka mamy pewną dowolność, bo tych akceptowanych formatów jest więcej, jeśli chodzi o wnętrze. Mamy do wyboru: MOBI, EPUB, KPF, DOC, DOCX. Natomiast okładkę przesyłamy w pliku JPG.

29. Czy muszę mieć numer ISBN, żeby opublikować książkę na Amazon KDP?

W przypadku produktów LOW CONTENT (np. zeszyt w linie) numer ISBN nie jest wymagany.

W przypadku innych produktów (o większej zawartości treści) numer ISBN musisz mieć.

30. W jakich językach mogę publikować książki na Amazon KDP?

Żeby nie wymieniać ich tu po kolei mogę powiedzieć śmiało, że właściwie we wszystkich. **W tym w języku Polskim.** Niemniej publikacja w niektórych językach może ograniczać rodzaj produktu.

31. Czy moja książka może mieć wielu autorów?

Jest to bardzo powszechne. Wielu publikujących na Amazon KDP wspiera się podwykonawcami. Na przykład:

- drugi autor,
- korektor,
- grafik,
- tłumacz,
- ilustrator itp.

Wszystkie te osoby, jeśli były zaangażowane w tworzenie Twojej książki (i chcesz lub one chcą zostać ujęte jako jej współautorzy) muszą zostać prawidłowo oznaczeni w procesie publikacji.

Pamiętaj, że nazwy autora oraz współautorów po publikacji nie można zmienić. Więc ważne jest, aby je wpisać bezbłędnie.

32. Jak długo trwa proces publikacji książki na Amazon KDP?

Jeśli masz już wszystkie dane, które są potrzebne do publikacji (te dane wymieniałem w pytaniu numer 26), to sam proces wypełnienia formularze publikacji trwa kilka minut. Po przesłaniu takiego formularza do Amazona ma on do 72 godzin czasu na to, żeby zatwierdzić lub odrzucić Twoją publikację. To jest praktyka. W teorii wygląda to różnie. Czasami taki proces zatwierdzania trwa powyżej 3 dni, a czasami kilka godzin.

33. Czy mogę opublikować książkę papierową i ebooka jednocześnie?

Owszem. I jeśli Twoja książka papierowa spełnia również wymagania ku temu, by stać się ebookiem, to jak najbardziej polecam z takiej możliwości skorzystać.

Dlaczego mówię tu o pewnych wymaganiach?

Bo wiele osób próbuje z zeszytu zrobić ebooka, co jest działaniem bezsensownym - umówmy się. Ale wszelkie książki z treścią, które nie służą wypełnieniu ich wnętrza na przykład kredką (z kolorowanki też nie polecam robić e-booków) mogą takimi się stać.

Co nam to daje?

Większą szansę na sprzedaż. Jedni wolą książki papierowe, inni wersje elektroniczne tych książek. Więc dajemy klientowi wybór.

Wchodząc na listing naszego produktu widzi do wyboru różne opcję . Wersja papierowa z miękką okładką, wersją papierowa z twardą okładką oraz e-book.

Możemy też dzięki platformie ACX podłączyć również audiobooka. Wtedy mamy aż 4 różne formaty tej samej książki do wyboru.

34. Jakie są opcje dotyczące cen książek na Amazon KDP?

Cenę ustala publikujący, czyli Ty. Dolna granica jest uzależniona od kosztów druku i zawsze jest określona podczas publikacji.

Ustawiając cenę na poziomie tej granicy nie zarabiamy nic. Dopiero kwoty powyżej przynoszą autorowi zysk. Górna granica z kolei wynosi 250\$ lub 1200 zł. Więc sufit jest bardzo wysoko.

35. Czy mogę samodzielnie zaprojektować okładkę do swojej książki na Amazon KDP?

Oczywiście. I nie wymaga to ukończenia studiów graficznych, czy kursów z tym związanych.

Taką okładkę możesz zrobić samodzielnie w bardzo prostym, darmowym, intuicyjnym programie online po polsku w dodatku - Canva.com. Wystarczy kilka godzin zabawy (bo inaczej tego ująć nie można), żeby opanować to narzędzie w stopniu umożliwiającym Ci stworzenie dowolnej okładki do Twojego produktu.

36. Czy mogę edytować książkę po jej opublikowaniu na Amazon KDP?

Owszem. Możesz podmienić nawet całe wnętrze, czy okładkę na zupełnie inne. Pamiętać należy jednak o tym, że wiąże się to z ponowną weryfikacją Twojego projektu. Dopóki nowy projekt nie

zostanie zweryfikowany, dopóty Twoja książka będzie sprzedawana ze starym wnętrzem, czy okładką. Ale w dalszym ciągu będzie w tej sprzedaży dostępna. Podmiana wnętrza, okładki, ingerencja w cenę produktu, zmiana słów kluczowych i kategorii odbywa się płynnie, w locie bym powiedział i nie wpływa na “resetowanie” się produktu ani wypadanie z algorytmów.

37. Czy mogę wycofać swoją publikację w dowolnym momencie?

Oczywiście, że tak. To jest Twój produkt i Ty o tym decydujesz. Musisz jednak pamiętać, że Amazon ma prawo wydrukować sobie na zapas i zastrzega sobie prawo do sprzedaży Twojej książki do jego wyczerpania nawet po jej wycofaniu przez Ciebie ze sprzedaży.

Niemniej są to sytuacje, które dotyczą książek sprzedających się regularnie. Nowe publikacje są drukowane wyłącznie na żądanie.

38. Jakie są następne kroki po opublikowaniu książki na Amazon KDP?

Należy zająć się jej pozycjonowaniem i promocją. A jedno wynika z drugiego. A dokładniej rzecz ujmując - pozycjonowanie wynika z promocji. Czyli nie zostawiamy książki samopas po publikacji i liczymy na szczęście, że ktoś ją zauważy i kupi.

Naszym celem jest sprzedaż. A ta nastąpi wtedy, kiedy nasz produkt będzie wypozycjonowany jak najwyżej na jak największą ilość słów kluczowych jemu odpowiadających.

Załóżmy, że szukasz kolorowanki dla swojego dziecka. Wpisujesz w wyszukiwarkę (jakąkolwiek) frazę “*kolorowanka dla dzieci*”. Wyświetlą Ci się wyniki takiego wyszukiwania i jestem w 99% przekonany, że wybierzesz coś z pierwszej strony, a najprawdopodobniej z pierwszej jej połowy. Racja?

Dlaczego tak się dzieje?

Ponieważ algorytmu pokazują Ci wyniki wyszukiwania najbardziej dopasowane do Twojego wyszukiwania biorąc pod uwagę dane historyczne. Czyli dostajesz na tacy wyłożone produkty, które statystycznie sprzedają się najlepiej po wpisaniu frazy

“kolorowanka dla dzieci”. Więc jest olbrzymie prawdopodobieństwo, że Ty również je kupisz. I tak to działa.

Dlatego ma zależeć Ci przede wszystkim na tym, żeby po publikacji Twój produkt trafił na pierwsze strony wyników wyszukiwania. Oczywiście to nie zadzieje się od razu. To jest proces, ale konieczny do notowania regularnej sprzedaży.

W jaki sposób możesz promować swoje produkty?

Oczywiście pierwszym, co przychodzi do głowy jest **reklama PPC na Amazonie**. Czyli mówisz Amazonowi na jakie słowa kluczowe chcesz reklamować ten produkt i określasz ile jesteś w stanie zapłacić za jedno kliknięcie w Twój produkt po wpisaniu danej frazy kluczowej.

I to jest pierwszy sposób - najbardziej popularny, bo i najprostszy. Jest skuteczny, szybki, ale wymaga nakładów finansowych. Przynajmniej na początku, na tak zwany launch (wdrożenie) produktu. To trwa kilka tygodni i musimy liczyć się z tym, że kampania nie będzie rentowna od razu.

Dlaczego?

Bo na początku testujemy, sprawdzamy jakie słowa kluczowe konwertują, po jakich słowach produkt jest klikany i kupowany. I wyłaniamy te relewantne słowa przez jakiś czas, by potem skupić się tylko na nich i im poświęcać całość budżetu reklamowego.

Potem oczywiście reklama zaczyna zarabiać. Czyli zyski ze sprzedaży są większe od wydatków na reklamę. To jest wynikiem procesu optymalizacji takiej reklamy, czyli podejmowania działań mających na celu ograniczenie wydatków przy zmaksymalizowaniu zysków.

Ile wydawać na reklamę PPC w takim razie?

Jak najwięcej! Oczywiście, jeśli Twój ROAS (zwrot z tej inwestycji) wynosi przynajmniej 2. Bo inwestujesz w reklamę 100 zł, a wyciągasz 200 zł, to nie chcesz inwestować 200 zł, by zarobić więcej? Oczywiście, że tak. To jest już etap skalowania reklam, czyli maksymalizowanie wydatków przy zachowaniu zwrotu z inwestycji na poziomie minimum dwukrotnym.

Drugim, skutecznym sposobem na promocję swoich produktów jest **budowanie wokół nich marki / brandu.**

Dziś masz tyle darmowych możliwości, by to zrobić, że aż prosi się, by to skrzętnie wykorzystać. Oczywiście darmowe metody mają to do siebie, że wymagają czasu, aby przyniosły oczekiwany efekt. Ale nikt Cię nie goni przecież, a KDP jak każdy biznes jest raczej maratonom, aniżeli sprintem.

Co więc możesz zrobić w tej kwestii?

- a) Możesz **założyć własną stronę internetową** i tam pokazywać swoje produkty pozycjonując ją przez SEO, a chętne osoby odsyłać linkiem do zakupu na Amazon. Taką stronę możesz dziś zrobić nawet w bezpłatnej Canvie, czy chociażby na Wix.com. Jeśli już masz za sobą tworzenie stron www, to oczywiście polecam WordPressa.
- b) Możesz otworzyć tematyczny **kanal na Youtube** i tam promować swoje produkty organicznie.
- c) Możesz nagrywać **filmy promocyjne** o krótkim formacie na **TikToka**.
- d) Możesz stworzyć **fanpage na Facebooku** i budować tam społeczność wokół Twoich produktów.
- e) Możesz wykorzystać **reklamy Meta, Google, czy TikTok** i docierać do klientów spoza Amazona znacznie szybciej.
- f) Możesz na swoim profilu na Facebooku wrzucić linki do Twojego sklepu lub bezpośrednio do Amazona, a następnie **przeniknąć do grup tematycznych na Facebooku** i tam pomagać ludziom. Oni sami z ciekawości będą wchodzić na

Twój profil sprawdzając kim Ty jesteś, że tak dużo wiesz w danym temacie.

Jak widzisz metod na dotarcie do potencjalnego klienta jest bardzo dużo. Oczywiście nie musisz wykorzystywać ich wszystkich, ale jakkolwiek z podanych wyżej taktyk launchu Twojego produktu warto byłoby wdrożyć zaraz po jego opublikowaniu.

39. Jak założyć konto na Amazon KDP?

Wystarczy, że wejdiesz na www.kdp.amazon.com, klikniesz żółty przycisk SIGN UP. Rejestracja jest bardzo prosta. Analogiczna do wszelkich innych portali, więc na pewno sobie poradzisz bez żadnych problemów. Całość nie powinna zająć Ci dłużej niż 5 minut. Po tym czasie Twoje konto jest aktywne i możesz zacząć publikować pierwsze produkty na Amazon.

Uwaga! Na Amazon KDP konto możesz mieć tylko jedno na swoje dane. Zakładając konto z podanego wyżej linka masz dostęp do każdego z rynków Amazona. Nie rejestrujesz się osobno na każdy z rynków. Zakładasz konto na www.kdp.amazon.com . **Tylko i wyłącznie.**

40. Jaką ustawić cenę mojej książki na Amazon KDP?

Odpowiedź brzmi - **to zależy**. Generalnie zależy nam na tym, by sprzedawać jak najdrożej. Ale nie zawsze się da. Wiele zależy od rodzaju produktu.

Ja osobiście jestem zwolennikiem droższych produktów. Oczywiście za wyższą cenę musi też iść odpowiednio wysoka wartość samego produktu - co chyba zrozumiałe. Im wyższa cena, tym większe możliwości.

Wyższa marża = możliwość popełnienia większej ilości błędów w reklamowaniu produktu.

Wówczas reklama zwyczajnie tych błędów wybacza więcej.

Założmy, że Twoja marża na produkcie wynosi 0,5\$, a koszt kliknięcia w reklamę wynosi 0,1\$. Wystarczy, że reklama zostanie kliknięta 5 razy i nie wygeneruje zakupu, a Ty w tym momencie już do niej dopłacasz.

A teraz przyjrzyjmy się sytuacji, kiedy Twoja marża wynosi 5\$. Wtedy możesz pozwolić sobie na aż 50 kliknięć, by przepalić całą

marżę. Czyli 50 osób zobaczy ofertę Twojego produktu. Szansa na to, że z 50 kliknięć będziesz mieć 5 sprzedaży jest dużo większa niż szansa na choćby jedną sprzedaż z 5 kliknięć.

Widzisz różnicę?

Rzecz jasna nie na wszystkich produktach jesteś w stanie wyciągnąć taką marżę. To znaczy możesz ustawić cenę zwykłego zeszytu na poziomie 250\$...Bo możesz.

Pytanie jaki ma to sens?

Wyższe marże oczywiście są na produktach bardziej złożonych / skomplikowanych w stworzeniu / bardziej pracochłonnych. Takie produkty wymagają większych umiejętności, często fachowej wiedzy lub źródła takiej wiedzy i dużo większej ilości czasu potrzebnego na ich stworzenie.

To są produkty średniej i wysokiej zawartości treści. Produkty te najczęściej rozwiązują jakieś problemy swojej grupy docelowej. Im większy problem rozwiązują, tym cena ma mniejsze znaczenie. To mogą być poradniki różnego rodzaju, książki kucharskie, książeczki z różnymi aktywnościami, zagadkami, łamigłówkami itd. Generalnie tam się dzieje. Dużo się dzieje.

Pamiętaj, że im prostszy w wykonaniu produkt tym więcej osób potrafi go zrobić, a za tym też idzie większy tłum / konkurencja.

Natomiast oczywiste jest to, że jeśli uczysz się jeździć konno, to nie zaczynasz od galopu. I tutaj jest podobnie. Prawdopodobnie zaczniesz właśnie od takich prostych i niskomarżowych produktów, aby rozeznać się w temacie, zobaczyć jak to wszystko działa itd. I to jest jak najbardziej ok.

Dlaczego w przypadku tego rodzaju produktów ceną nie zawojujemy?

Ceny produktów low content w niszy są zwykle bardzo do siebie zbliżone. Jedynym rodzajem wyróżnika jaki się tu stosuje i który ewentualnie powoduje wyższą cenę jednego produktu od drugiego jest ilość stron. Przykładowo planner na rok będzie droższy od takiego na 6 miesięcy, bo koszt jego druku jest wyższy (z założenia).

Więc bardzo trudno tu o wyróżnik, który pozwoliłby nam zasadnie wywindować cenę na przykład o 100% wyższą od konkurencji. Te produkty kupuje się tak naprawdę okładką.

Więc jaką cenę ustawić dla swojego prostego notatnika w linię?

Taką, żeby mieć przynajmniej 1,5 - 2\$ marży na każdym z rynków niezależnie od ilości stron jakie zawrzesz. Taka marża pozwoli Ci już nawet na rentowną reklamę PPC przy dobrej optymalizacji.

Jest jeszcze jedna metoda, którą możesz próbować wykorzystywać. Pisałem o tym, że chcemy sprzedawać jak najdrożej zawsze. Ale jak sprawdzić ile to jest konkretnie?

Zobacz - **podnosisz cenę stale** (co tydzień na przykład o 0,2\$) i obserwujesz co się dzieje. Jeśli sprzedaż się utrzymuje na takim samym poziomie, to podnosisz tą cenę dalej. Jeśli spada - wracasz do poprzedniej ceny. W ten sposób znajdujesz swój **szklany sufit**. Widzisz ile maksymalnie klienci są w stanie zapłacić za Twój produkt.

Taki test trwa trochę czasu, ale warto go zrobić. Dzięki niemu sprzedajesz najdrożej jak się da i nie masz takiego poczucia, że nie wykorzystujesz całego potencjału swojego produktu.

40. Jak długo trwa proces publikacji książki na Amazon KDP?

Według deklaracji Amazona ten czas wynosi **do 72 godzin** od momentu przesłania książki do zatwierdzenia. W praktyce jednak często mija się to z prawdą i ten czas jest wydłużony. Ale nie zawsze. Z drugiej strony zdarza się, że publikacja jest zatwierdzana w kilka godzin nawet. Więc nie ma reguły.

Na pewno dłużej są weryfikowane produkty pochodzące z nowych kont. Więc jeśli dopiero założyłeś konto na KDP i opublikowałeś swój pierwszy produkt - uzbrój się w cierpliwość.

Nie warto pisać do Amazona po upływie tych 72 godzin, jeśli jeszcze Twój produkt jest w weryfikacji z prośbą o wyjaśnienie dlaczego jeszcze książka nie jest zatwierdzona. Nie ma sensu. Poczekaj cierpliwie. Sprawdzaj też skrzynkę mailową (SPAM włącznie).

Jeśli Twój produkt wskoczy w status DRAFT (szkic) to znaczy, że masz coś do poprawy i Amazon Cię o tym poinformował mailowo, bądź to niebawem zrobi.

41. Czy mogę sprzedawać swoją książkę na Amazon KDP na całym świecie?

Oczywiście. Publikując raz jest ona dostępna w sprzedaży na wszystkich rynkach Amazona, ale nie dla każdego będzie ona domyślnie widoczna.

Język, w którym wydajesz **determinuje rynek** (odbiorców). Czyli jeśli wydajesz po polsku, to określasz grupę docelową na Polaków.

A ściślej rzecz ujmując na osoby, które mają konto na Amazonie i preferencje językowe na tym koncie mają ustawione na język polski. Polak mieszkający w USA również będzie mógł kupić Twoją książkę, jeśli będzie jej wyszukiwać po polsku.

Wobec tego, jeśli chcesz docierać do szerokiej grupy odbiorców, to warto wydać tę samą książkę w różnych językach.

42. Jak monitorować sprzedaż mojej książki na Amazon KDP?

Każdą zaistniałą sprzedaż zobaczysz w swoich raportach sprzedażowych **na swoim koncie KDP w zakładce REPORTS**. Możesz tam zobaczyć historię sprzedaży pojedynczego tytułu jak i ogólny raport ze sprzedaży.

Pamiętaj, że raporty mogą być opóźnione i analizując je warto wziąć pod uwagę szerszy zakres dat. Czyli raczej tydzień niż 2 dni.

To samo ma się do raportów reklam PPC. Znam wiele przypadków osób, które wyłączyły swoje reklamy po 2-3 dniach, bo nie widziały sprzedaży w raporcie (przekonani, że reklama nie działa). Po czym okazuje się, że kolejnego dnia te sprzedaże w raportach się pojawiły, więc reklama jednak działała, ale sprzedaż została zaraportowana z opóźnieniem.

43. Jakie są najlepsze praktyki dotyczące opisu na Amazon KDP?

Przede wszystkim opis **ma opowiadać o Twoim produkcie jak najprecyzyjniej**. To bardzo istotne, a wiele osób bagatelizuje opis sądząc, że nie bierze on udziału w poprawnym wyświetlaniu

produktu na Amazonie. Bierze i ma ogromny wpływ na wiele aspektów.

Opisem “mówisz” algorytmowi jaki masz produkt, o czym on jest, dla kogo jest, co zawiera itd. Jest to szczególnie ważne później, kiedy włączasz reklamę automatyczną, która to właśnie z Twojego listingu czerpie informację o Twoim produkcie (nie bierze tego z powietrza).

Nieprawidłowo zrobiony listing skutkuje tym, że reklama automatyczna będzie wyświetlała się na nieodpowiednich (często nie związanych z Twoim produktem) słowach kluczowych.

Co każdy opis powinien zawierać?

- a) **Hook**. Czyli zaczepienie uwagi. Pierwsze zdanie, które spowoduje, że potencjalny klient będzie chciał przeczytać całość. To ma go zaintrygować, zaciekawić, zszokować. Możesz użyć kontrowersji, czy zagadki.
- b) **Korzyści**. Cechy Twojego produktu w przełożeniu na korzyści dla klienta. Nie piszesz, że Twoja kolorowanka ma grube kontury i tyle. Piszesz, że ma grube kontury, dzięki czemu Twojemu maluszkowi będzie pokolorować nie wyjeżdżając za linię. Chodzi o pokazanie korzyści dla klienta, a nie samych cech produktu. Nie pisz, że Twoja książeczka z zagadkami jest rozmiaru 5x5 cala. Napisz, że zmieści się w kieszeni

spodni, więc możesz ją zabrać na biwak, wycieczkę w góry, czy do pociągu.

- c) **Wyróżnienie.** Czyli czym Twój produkt wyróżnia się na tle konkurencji. Co ma innego, lepszego, a czego z kolei nie zawiera, co przeszkadzało klientom Twojej konkurencji. Na przykład u konkurencji czytasz, że problemem jest przebijanie kolorów podczas kolorowania na drugą stronę i przez to element do pokolorowania na odwrocie już pokolorowanego jest nieużyteczny. A Ty w swojej kolorowance elementy do pokolorowania umieścisz co drugą stronę. Dzięki temu problem z przebijaniem np. flamastra na drugą kolorowanekę nie istnieje.
- d) **CTA.** Czyli wezwanie do działania. Warto na końcu opisu umieścić zachęcenie do podjęcia działania - w tym przypadku oczywiście do zakupu produktu.

W opisie masz do dyspozycji aż **4 000 znaków**. Więc nie musisz się zbytnio ograniczać.

44. Czy mogę publikować książki z ilustracjami na Amazon KDP?

Oczywiście. To od Ciebie zależy co umieścisz we wnętrzu swojej książki. Masz tu pełną dowolność. Ważne, by były to ilustracje, do których masz prawa autorskie.

45. Czy mogę działać na KDP, jeśli mieszkam poza USA?

Naturalnie! Amazon jest platformą globalną. Nie ma znaczenia gdzie mieszkasz. Każdy może zarejestrować się na www.kdp.amazon.com i zacząć działać jeszcze tego samego dnia.

Pamiętaj, że sprzedaż na Amazon nie odbywa się tylko na rynku USA. Owszem - to jest największy z rynków Amazona. Jest to również najbogatszy rynek. Ale zarazem najbardziej konkurencyjny.

Warto skupić swoją uwagę na naszym podwórku. Rynek polski, niemiecki, francuski, włoski, szwedzki, hiszpański, czy brytyjski - tu konkurencji jest dużo mniej, a zarobki naprawdę wysokie.

46. Jak Amazon wypłaca pieniądze?

Na Twoje konto w banku. Możesz mieć podpięte konto walutowe EUR (zalecam) lub zwykłe, którego używasz na co dzień w złotych. Dlaczego zachęcam jednak, by mieć to konto walutowe?

Przede wszystkim dlatego, że nie tracisz przy wypłacie na przewalutowaniu, a czasami są to spore kwoty. Konto walutowe w zasadzie w każdym banku możesz założyć przez internet bez żadnych opłat. Więc nic nie stoi na przeszkodzie, by to zrobić. Kwestia kilku minut tak naprawdę.

Poza tym **lepiej jest dostawać wypłatę w silniejszej walucie**, a EURO niewątpliwie taką jest w relacji do złotówki.

Zarobione tantiemy będziesz otrzymywać raz w miesiącu. Zwykle w czwartym tygodniu miesiąca. Ale... pieniądze zarobione w styczniu otrzymasz dopiero w marcu. Te zarobione w lutym dostaniesz w kwietniu, a te w marcu zobaczysz dopiero w maju. Ma to swoje uzasadnienie w tym, że **Amazon oferuje 30 dniową gwarancję**. Klient ma prawo zwrotu bez podania przyczyny do 30 dni od momentu zakupu. Jest to swojego rodzaju zabezpieczenie Amazona.

W związku z tym pieniądze zarobione w listopadzie i grudniu będą na Twoim koncie dopiero w kolejnym roku.

Co to oznacza?

Ano to, że z tych przychodów rozliczysz się dopiero za rok w marcu.

47. Czy na Amazon KDP mogę publikować książki interaktywne?

Nie. Na Amazon KDP możemy publikować tylko książki papierowe lub ebooki. Książki interaktywne to książeczki, które zawierają różnego rodzaju przyciski, śpiewają, opowiadają, reagują na dotyk. Na Amazon KDP nie możesz takich produktów tworzyć. Po prostu nie ma takiej możliwości.

Warto tutaj zaznaczyć również, że używanie takich sformułowań jak “interaktywna książeczka” publikując na KDP jest niedozwolone, bo wprowadza klienta w błąd. Praktykowanie tego nieodłącznie wiąże się z problemami z kontem.

48. 5 istotnych różnic między publikowaniem na KDP, a self-publishingiem?

a) Nakład

SP: Musisz zapewnić odpowiedniej wielkości nakład. Może to być przykładowo 1000 sztuk. Więc z góry musisz zapłacić za wydruk 1000 sztuk swojej książki nie mając pewności, czy ten nakład się sprzeda.

KDP: Brak nakładu. Nie generujesz stanów magazynowych i nie płacisz za wydruk książki dopóki, dopóty nie zostanie ona zamówiona przez klienta. Nie ponosisz wobec tego żadnych kosztów na start.

b) Ryzyko

SP: Ponosisz duże ryzyko związane z tym, że wydrukowany nakład po prostu się nie sprzeda w takiej ilości i takim czasie, jaki został przez Ciebie założony, a Ty zostaniesz z setkami własnych książek, które gdzieś trzeba przechowywać (magazyn pobiera opłaty za powierzchnię magazynową). Istnieje ryzyko, że zainwestowane w nakład środki będą zwracać Ci się przez bardzo długi czas (o ile w ogóle się zwrócą) zanim odetniesz swój kupon (swoją marżę).

KDP: Nie ryzykujesz utraty żadnych pieniędzy, bo nie inwestujesz z góry w wydruk określonej ilości sztuk. Wydruk następuje w momencie zakupu, a Ty z Amazonem dzielisz się prowizją z już dokonanej sprzedaży. Więc zarabiasz od razu od sprzedaży pierwszej sztuki. Jeśli Twoje książki nie będą się sprzedawać, to nic nie tracisz. Po prostu nie zarabiasz. I tyle.

c) Próg wejścia

SP: Wymagany określonej wielkości nakład od samego początku, co wiąże się z koniecznością inwestycji rzędu kilkudziesięciu tysięcy złotych.

KDP: Rejestracja bezpłatna. Publikacja dowolnej ilości produktów bezpłatna. Brak nakładów. Brak kosztów związanych z publikacją.

d) Skala trudności działania

SP: Musisz znaleźć drukarnie, magazyn, centrum wysyłki. Trzeba podpisać umowy, załatwić mnóstwo formalności po drodze.

KDP: Wszystko powyższe masz w jednym miejscu. Zarówno drukiem, pakowaniem, wysyłką i obsługą klienta w szerokim tego słowa znaczeniu zajmuje się Amazon.

e) Dostęp do klienteli

SP: Sam musisz zadbać o to, by dotrzeć do klientów. Jeśli nie masz zbudowanej wokół siebie / swojej marki społeczności, która byłaby gotowa od Ciebie kupić od razu, to musisz do takiej społeczności dotrzeć. A to wiąże się z ponoszeniem kosztów reklamowych i nie gwarantuje powodzenia.

KDP: Masz dostęp do setek milionów lojalnych klientów, którzy na co dzień kupują na Amazonie, mają podpięte tam swoje karty kredytowe i decyzje zakupowe podejmują znacznie szybciej. Amazon daje Ci do dyspozycji bazę swoich klientów z całego świata, więc ich grono masz zagwarantowane.

49. Czy muszę mieć numer ISBN do publikacji na Amazon KDP?

Nie w każdym przypadku numer ISBN jest wymagany. Od 2023 roku produkty o niskiej zawartości treści (tzw. *“low content book”*) nie muszą mieć nadanego numeru ISBN. Nie muszą, ale mogą mieć. Pozostałe produkty w formie książki muszą ten numer posiadać.

50. Co to są produkty “low content book”?

Według definicji Amazona do produktów low content zaliczamy wszystkie **książeczki o minimalnej zawartości wewnątrz lub jej braku.**

Książki o niskiej zawartości są zazwyczaj powtarzalne i przeznaczone do wypełnienia przez użytkownika. Nie obejmuje to zeszytów ćwiczeń, takich jak książeczki z łamigłówkami lub kolorowanki, które zazwyczaj nie zawierają powtarzających się treści na każdej stronie.

Przykłady?

- zeszyty w linię, kratkę, pięciolinie,
- notatniki,
- kalendarze,
- plannery,
- notatniki,
- szkicowniki,
- dzienniki,
- itp.

W uproszczeniu rzecz ujmując. **Wszystkie te produkty mają wnętrza składające się z powielonej X razy tej samej strony.**

Na przykład szkicownik, który ma 100 stron, na których znajduje się jedynie numer strony lub ramka wokół.

Produktami “low content” nie są na przykład kolorowanki, ponieważ ich zawartość jest zróżnicowana (czyt. na każdej stronie jest inna).

51. Co to jest numer ISBN?

Numer ISBN (**I**nternational **S**tandard **B**ook **N**umber) jest takim **międzynarodowym PESELEM** naszej książki. Składa się z 13 cyfr, po których można zdefiniować wydawcę książki, jej tytuł i edycję / wydanie (jeśli takie występuje). Każda książka ma swój niepowtarzalny numer ISBN tak samo jak każdy człowiek ma niepowtarzalny numer PESEL.

52. Skąd mam wziąć numer ISBN?

Masz tutaj dwie opcje.

- a) amazonowy numer ISBN,**
- b) własny numer ISBN.**

Podczas publikacji Amazon nadaje Ci zupełnie za darmo numer ISBN Twojej książki. I jeśli nie planujesz jej sprzedać nigdzie indziej jak tylko na AMazonie - jest to rewelacyjna opcja i warto z tego korzystać.

Natomiast jeśli chcesz sprzedawać swoje książki poza Amazonem (na przykład we własnym sklepie online lub w innym serwisie

druku na żądanie), to wówczas musisz posiadać własny numer ISBN.

Taki numer ISBN w USA kosztuje około 500\$ (drogo!). Ale... mam dobrą wiadomość. Ty możesz mieć taki numer zupełnie za darmo. I to dowolną ich ilość.

Numery ISBN dla Polaków udostępnia nam nasza Biblioteka Narodowa za darmo. Wystarczy wejść na stronę e-isbn.pl i pobrać sobie dowolną pulę numerów ISBN (10, 100 lub 1000) i wykorzystywać je podczas publikacji na Amazon KDP.

53. Co to jest numer ASIN?

ASIN (**A** **m** **a** **z** **o** **n** **I** **d** **e** **n** **t** **i** **f** **i** **c** **a** **t** **i** **o** **n** **u** **m** **e** **r**) to taki ISBN tylko, że w świecie amazonowym. Nie wykorzystywany nigdzie indziej. Każdy produkt wydany przez KDP posiada numer ASIN nadany po publikacji. Jest to wizytówka danego produktu, dzięki której może on zostać zidentyfikowany.

54. Po co numer ASIN, skoro jest ISBN?

ISBN jest numerem identyfikacyjnym dla książek. ASIN jest przydzielany dla każdego produktu sprzedawanego na Amazon (książkom również).

Więc książki mają zarówno ASIN jak i ISBN (z drobnymi wyjątkami w postaci książek o niskiej zawartości treści).

54. Co to jest BAN?

Potocznie nazywana **blokada konta**.

Amazon bardzo dba o pozytywne wrażenia swoich klientów i pilnuje, aby sprzedawcy na ich platformie nie budzili wśród klientów wrażeń negatywnych.

Dla Amazona klient jest złotem. Pamiętaj, że publikując na KDP klient nie kupuje od Ciebie, a od Amazona. Od platformy, którą darzy zaufaniem. Jeśli Ty nawalisz - obrywa za to reputacja Amazona. A na to sobie nie mogą pozwolić.

Amazon znany jest z tego, że nie “cacka” się nawet ze sprzedającymi, którzy przynoszą im ogromne pieniądze. **Jeśli łamią regulamin nagminnie - dostają BANA i zakaz wstępu na ich platformę.** Tak - ban często wiąże się z tym, że dożywotnio zostajemy zablokowani i tracimy możliwość sprzedaży na Amazon.

Czyli ban = blokada / zawieszenie konta.

Taką blokadę często poprzedza upomnienie i zawieszenie konta na jakiś czas. Więc jeśli takowe otrzymamy, to trzeba się już mocno pilnować.

55. Najczęstsze przyczyny BANA na Amazon KDP.

Gdybym miał wymienić jedną ogólną przyczynę, to podałbym **niewiedzę**. Z niej wynikają wszelkie przyczyny blokady konta.

Amazon KDP nie jest trudnym biznesem, ale też nie jest to łatwe i samo się nie robi. Wszystkie jego zalety w postaci bezpłatnej rejestracji, braku aplikacji (każdy może się zarejestrować), braku konieczności inwestycji w towar, braku pobierania opłat

miesięcznych itd mogą być też wadami dla wielu osób. I niestety często takimi się okazują.

Spora część osób decyduje się na publikację na Amazon KDP na własną rękę. Uważają, że nie potrzebna jest im wiedza. Nie potrzebują kursu, bo to przecież takie proste, że tylko “idiota sobie nie poradzi”.

Więc nie czytając regulaminu platformy (**o zgrozo!**), nie korzystając z wiedzy osób, które na KDP działają (**bo po co!**) rejestrują się, publikują pierwszy produkt i następuje szybka weryfikacja w postaci e-maila od Amazona informującego, że konto zostało zablokowane ze względu na I tutaj podają powód. Przygoda się kończy zanim się zdążyła na dobre rozpocząć.

Więc najczęstszym powodem jest niewiedza, która przekłada się na popełnianie takich podstawowych błędów jak:

- a) powielanie słów kluczowych w obrębie tytułu i podtytułu,
- b) używanie słów objętych znakiem towarowym,
- c) wpisywanie fizycznych właściwości książki w pole podtytułu,
- d) spam słowami kluczowymi w opisie produktu,
- e) wybór kategorii i słów kluczowych nie związanych z produktem,
- f) publikacja produktów z niezróżnicowanymi metadanymi,
- g) kupowanie / fałszowanie opinii,

h) itd.

Musisz pamiętać, że świeże konto na Amazon KDP jest na świeczniku przez długi czas. To tak jakbyś jako dziecko przeprowadził się z rodzicami do nowego miasta i poszedł do nowej szkoły nie znając tam nikogo. Każdy się Tobie przygląda. Weryfikuje. Poznają Cię.

Jeśli swój pierwszy dzień zaczniesz od bójki na korytarzu i wyzywania innych dzieci, to możesz być pewien, że trudno będzie zostać Ci zaakceptowanym. Zarówno przez dzieci jak i personel.

Tak samo tutaj. Jeśli publikujesz swoje pierwsze produkty, to muszą one być zrobione nienagannie. Zgodnie z regulaminem. Muszą być czyste jak krew dziewicy.

Istnieje coś takiego jak **jakość konta**. Za każdy produkt opublikowany bez zastrzeżeń otrzymujesz punkty. Za każdy błąd te punkty są Ci zabierane (jest to niewidoczne dla Ciebie, ale widoczne dla algorytmu).

Jeśli już na początku swojej przygody startujesz z pułapem ujemnym, to nie ma się co dziwić, że dostajesz bana z miejsca. Musisz dbać o swoje konto i jego bezpieczeństwo, poprawność publikacji.

Doświadczenie pokazuje, że dużo trudniej jest zostać zablokowanym mając konto z długą historią, masą opublikowanych bezproblemowo produktów, które się sprzedają i zbierają pozytywne opinie niż mając konto świeże, na którym pierwszy opublikowany produkt nadaje się wyłącznie do kosza.

Bo kto chciałby się kumpłować z kimś, kto od pierwszej sekundy Waszej znajomości Cię nie szanuje?

56. Czy istnieją specjalne wymagania co do jakości obrazów w książkach?

Tak. Używane obrazy powinny być spłaszczone, mieć rozdzielczość przynajmniej 300 dpi (punktów na cal) i ich rozmiar nie może być zmieniony po ich wstawieniu. Lepiej nie stosować techniki kopiuj - wklej, a zwyczajnie wstawiać do pliku wnętrza.

Jak obliczyć DPI?

Przykładowo. Liczba pixeli Twojego obrazka to 1200 x 1800, a rozmiar to 4 x cala. To oznacza, że ten obrazek ma rozdzielczość 300 DPI.

$$1200 / 4 = 300$$

i

$$1800 / 6 = 300.$$

57. Czy Amazon KDP oferuje wsparcie techniczne dla autorów?

Tak. Po zarejestrowaniu na platformę Kindle Direct Publishing mamy dostęp do supportu z poziomu panel pomocy, który składa się z dwóch części.

- a) **Zakładki CONTACT US**, gdzie możemy wybrać sobie temat rozmowy / problemu, który chcemy rozwiązać. Taki kontakt z supportem jest możliwy na 2 sposoby: telefoniczny lub e-mailowy. W zależności od rodzaju problemu sami możemy określić rodzaj preferowanego kontaktu.
- b) **Panelu HELP TOPICS**, gdzie znajdziemy mnóstwo artykułów oraz filmów wideo wyjaśniających dane zagadnienie. O ile artykuły możemy przetłumaczyć na język polski bezproblemowo, o tyle materiały wideo są dostępne jedynie w języku angielskim.

58. Jakie są zasady dotyczące praw autorskich na Amazon KDP?

Tu należy poruszyć dwie kwestie.

- 1. Prawa autorskie do projektu.**
- 2. Znaki towarowe.**

Ad. 1

Oczywiście przypomnienie o tym, że publikować możemy tylko to, do czego mamy prawa autorskie przypominać chyba nie trzeba. Bo to tak samo jak bym przypominał każdemu, że nie można kraść batoników ze sklepu. Sprawa oczywista. Nie możemy ściągnąć sobie czyjejś pracy i podpisać się pod nią swoim nazwiskiem i na niej zarabiać. To zwykła kradzież.

Owszem jest wiele stron, które mogą nam ułatwić, tudzież przyspieszyć tworzenie własnych produktów oferując w swoim abonamencie grafiki do użytku komercyjnego, czcionki, czy całe wnętrza nawet. Każdy taki serwis ma swój regulamin i licencje, na podstawie której można wykorzystywać jego zasoby. Należy się przede wszystkim z takową dokładnie zapoznać.

Publikując na Amazon KDP pod każdym projektem podpisujesz się słowami “Mam do tego pełne prawa autorskie”. Czytaj - od nikogo tego nie ukradłem, stworzyłem to. To jest moje. Oczywiście możesz bazować na pewnych gotowych elementach. Po to istnieją takie strony jak Canva, czy Creative Fabrica, żeby z nich można było korzystać. Ale wszystko w ramach licencji.

Przykład.

Masz wykupioną subskrypcję na Creative Fabrica. Pobierasz sobie w ramach tej subskrypcji jakąś grafikę. Następnie tą grafikę umieszczasz na innym podobnym serwisie i sprzedajesz jako swoją?

Możesz to zrobić?

Oczywiście, że nie, bo nie jest ona Twoja.

To samo będzie dotyczyć gotowych wnętrz, które również znajdziesz na Creative Fabrica. Czy one są Twoje? Czy możesz na nich zarabiać sprzedając je w takiej formie, w jakiej je pobrałeś? Nie!

Możesz bazować na tym wnętrzu. Możesz je wykorzystać, zmienić, urozmaicić. Może ono stanowić jakąś część Twojego projektu, ale nie całość, bo **to złodziejstwo.**

Jeśli przykładowo pobierzesz takie wnętrze, dodasz do niego wiele elementów, dodatkowe strony, może zmienisz ich kolejność, dorzucisz tło, napis, zmienisz kolory - wtedy możemy mówić o Twoim projekcie.

Mam nadzieję, że tym przykładem dałem Ci do zrozumienia co znaczy mieć prawa autorskie do czegoś.

Ad.2

Znaki towarowe to elementy, które są zastrzeżone do użytku przez właściciela takiego znaku w określonym zakresie.

Na przykład firma Disney. Na Amazonie zobaczysz mnóstwo kolorowanek z postaciami Disney'a, które sprzedają się rewelacyjnie.

W takim razie wystarczy zrobić taką kolorówkę, prawda? Otóż nie możesz tego zrobić. Nie masz prawa ani do marki Disney (chyba, że się mylę - wówczas przyjmij moje serdeczne przeprosiny i jeszcze większe gratulacje) ani do używania jej własności intelektualnej, którą są chociażby postaci z ich bajek. **NIE MASZ TAKIEGO PRAWA.** Jest to niebezpieczne, grozi odpowiedzialnością karną i potężnymi grzywnami.

Tak samo nie możesz przepisać Harrego Pottera i go sprzedawać na KDP. Nie możesz, bo to nie jest Twoje.

Znaki towarowe mogą być słowne, graficzne, ogólne, czy łączzone. Każdy znak towarowy ma określony zakres jakim jest objęty wg odpowiedniej klasyfikacji. W Europie jest to **klasyfikacja wiedeńska.**

Każdy raczej wie nawet nie sprawdzając tego nigdzie, że nie wolno mu używać słów “Disney”, ani “Harry Potter”. Ale nie zawsze wszystko jest to tak oczywiste.

Często znakami towarowymi są objęte słowa, zwroty co do których nie mielibyśmy nawet o to podejrzeń. Dlatego budując swój listing należy zwracać szczególną uwagę na słowa, jakich używamy i sprawdzić je pod kątem TM (Trademark) na przykład na takiej stronie jak: <https://www.tmdn.org/tmview/#/tmview>

Jeśli po wpisaniu w wyszukiwarkę TMVIEW jakiegoś słowa kluczowego pojawią Ci się wyniki wyszukiwania ze statusem **AKTYWNY - odpuść użycie tego słowa.**

Oczywiście nie każdy znak towarowy będzie dotyczył produktów drukowanych, ale dla własnego bezpieczeństwa odpuść. To da Ci

pewność, że w przyszłości nikt nie będzie rościł od Ciebie zadośćuczynienia za używanie jego znaku towarowego, a Twoje konto na KDP będzie w 100% bezpieczne.

59. Jak sprawdzić statystyki sprzedaży mojej książki na Amazonie?

Kiedy Twoja książka się sprzeda, to taką sprzedaż widzisz w swoich raportach na koncie KDP. Po zalogowaniu przechodzisz do zakładki **REPORTS** i tam widzisz dokładnie ile sztuk i jakiej pozycji się sprzedało danego dnia oraz jakie jest Twoje wynagrodzenie za tą sprzedaż.

Musisz natomiast wziąć poprawkę na to, że te raporty są opóźnione w czasie. Więc sprzedaż z dnia dzisiejszego w raportach może pojawić Ci się nawet do 48 godzin.

60. Czy mogę edytować moją książkę po jej opublikowaniu?

W szerokim zakresie tak. To, co możesz zmienić po opublikowaniu produktu to:

- a) opis,
- b) okładka,
- c) wnętrze,
- d) cena,
- e) kategorie.

To, czego nie możesz zmienić:

- a) tytuł,
- b) podtytuł,
- c) nazwa autora,
- d) opcje druku.

Więc nawet jeśli po publikacji okaże się, że we wnętrzu masz jakieś literówki, błędy itd - nie martw się. Możesz to poprawić bez żadnych konsekwencji nie zdejmując nawet produktu ze sklepu Amazona. To samo dotyczy okładki.

61. Czy Amazon KDP oferuje narzędzia marketingowe dla autorów?

Tak. Na swoim koncie KDP znajdziesz zakładkę **MARKETING**. Tam znajduje się dostęp do ich systemu reklamowego “*Amazon Advertising*”. Jest to typowa reklama Pay Per Click, czyli płacisz za kliknięcie w reklamę, a nie za jej wyświetlenie.

62. Czy Amazon oferuje usługi redakcji i korekty?

Nie. Musisz sam o to zadbać, jeśli chcesz publikować książki z treścią. Oczywiście polecam Ci w tym zakresie wykorzystać sztuczną inteligencję. Chat GPT bardzo dobrze sobie z tym poradzi.

Jeśli wolisz korzystać z usług ludzkich - zajrzyj na UpWork.com. Tam znajdziesz native speakerów w wielu językach, którzy zrobią dla Ciebie taką korektę i redakcję po rozsądnej cenie.

63. Czy mogę usunąć swoją książkę z Amazon po jej opublikowaniu?

Oczywiście! W dowolnym momencie. W swoim panelu wydawcy przy każdym produkcie wystarczy kliknąć te 3 kropki i wybrać opcję “unpublish”. Po 24 godzinach nie powinna już być dostępna w sprzedaży na Amazon, a Ty nie powinieneś móc odnaleźć jej wpisując w wyszukiwarce Amazona jej numer ASIN.

64. Dlaczego odpublikowane książki z KDP dalej są dostępne w sprzedaży?

Wynika to z zastrzeżenia w regulaminie jakie Amazon zawiera. Jeżeli usuniemy książkę ze sprzedaży na Amazon, a ten wydrukował X sztuk na zapas, to dopóki te produkty nie zostaną sprzedane, dopóty będą dostępne w sprzedaży na Amazonie.

Czasami Amazon drukuje jakąś liczbę sztuk z wyprzedzeniem (na przykład jeśli sprzedaż danego produktu jest regularna i przewidywalna). I zastrzega sobie prawo do sprzedaży

wydrukowanych produktów nawet po odpublikowaniu ich przez autora. Oczywiście za każdą taką sprzedaż otrzymasz swoje royalty.

65. Czy Amazon KDP umożliwia publikację audiobooków?

Bezpośrednio nie, ale pośrednio już tak. W tym celu Amazon ma osobny serwis o nazwie ACX (www.acx.com). Serwis ten oferuje Ci lektorów, którzy przeczytają Twoją książkę. Następnie powstałego w ten sposób audiobooka możesz dołączyć jako dodatkową opcję na stronie sprzedażowej Twojego produktu.

66. Co zrobić, jeśli moja książka nie jest widoczna w sklepie?

Zanim zaczniesz doszukiwać się przyczyn niemożności odnalezienia swojej książki na Amazon sprawdź:

- Czy od opublikowania **minęły przynajmniej 24 godziny**.
Produkt nie jest widoczny od razu po opublikowaniu.

- Czy swoje poszukiwania prowadzisz w trybie **“incognito”** wyszukiwarki.
- Czy sprawdzasz **na właściwej stronie** Amazona? Jeśli produkt jest wydany w języku polskim, to sprawdzaj na Amazon.pl.
- Czy masz wybrany **adres dostawy na adres kraju, w którym sprawdzasz** dostępność produktu. Na przykład jeśli sprawdzasz dostępność na Amazon.pl, to wpisz adres polskiej miejscowości. Np. 59-700 dla Bolesławca. Wtedy Amazon pokaże Ci te produkty, które jest w stanie wysłać do Bolesławca. To bardzo ważne.

Jeśli wszystkie te punkty są sprawdzone i nadal nie możesz znaleźć swojego produktu na Amazonie po słowach kluczowych i / lub kategoriach, to prawdopodobnie problem leży tam. Czyli w nieodpowiednim ich doborze przez co Amazon narzucił na produkt tzw. **“shadow ban”**. Jest to działanie mające na celu chronić pozytywne wrażenia klienta z korzystania z ich platformy.

Jeżeli do swojego listingu wybrałeś słowa kluczowe lub kategorie, które nie odpowiadają Twojemu produktowi, to Amazon nie będzie go wyświetlał po takim wyszukiwaniu, żeby nie wprowadzać klientów w błąd.

Dlatego bardzo istotne jest na etapie budowania listingu, aby wybrać jak najbardziej adekwatne słowa kluczowe oraz kategorie.

67. Czy muszę być profesjonalnym autorem, aby publikować na Amazon KDP?

Nie, nie musisz. Nie musisz mieć żadnego portfolio. Nie musisz mieć napisanych książek. Wiele osób przeraża samo sformułowanie: “sprzedaż własnych książek”.

Ale tak naprawdę tu nie chodzi o książki jakie my znamy z definicji. Chodzi bardziej o produkty drukowane w formie książki.

Czy myślisz o książce, jeśli wymieniam takie produkty jak **kolorowanki, zeszyty, dzienniki, planery?** No właśnie... a to takie produkty w większości będziesz publikować na Amazon KDP.

Do stworzenia kolorowanki nie potrzebujesz zdolności literackich. Potrzebujesz nabyć umiejętności wyszukiwania niszy (czyli zapotrzebowania na tego rodzaju produkty) i to zapotrzebowanie spełnić tworząc takie produkty.

68. Czy można wykorzystywać sztuczną inteligencję do tworzenia produktów na Amazon KDP?

Tak. Amazon oficjalnie zezwala na wykorzystywanie sztucznej inteligencji do publikacji produktów na KDP. Ale... trzeba się do tego wyraźnie przyznać. Jeśli korzystałeś w procesie tworzenia produktu ze sztucznej inteligencji (wygenerowałeś tekst, grafikę, czy nawet tłumaczyłeś coś w "Google Tłumacz"), to musisz w procesie publikacji zaznaczyć odpowiedni "checkbox".

Amazon rozróżnia tutaj dwa przypadki:

- a) **Treści wygenerowane** przez sztuczną inteligencję - tekst, obraz lub tłumaczenie utworzone za pomocą narzędzia opartego o AI.
- b) **Treści wspomagane** sztuczną inteligencją - utworzone przez Ciebie, ale poprawione, edytowane, ulepszane przez narzędzia oparte na AI.

69. Jak wyliczyć koszt wydruku mojej książki?

Koszt druku zależy od tego, z którego sklepu Amazon (strony internetowej) zamówiono Twoją książkę. Zależy to również od liczby stron i rodzaju atramentu. Rozmiar przycięcia, ustawienia spadu i wykończenie okładki nie mają wpływu na koszt druku.

Koszt druku możesz szybko obliczyć korzystając z darmowego dedykowanego kalkulatora:

https://kdp.amazon.com/en_US/royalty-calculator

70. Czy muszę płacić podatek od sprzedaży na KDP w Polsce?

Oczywiście. Podatek u źródła w USA jest odprowadzany automatycznie bez Twojego jakiegokolwiek udziału. Więc tym się zupełnie nie musisz przejmować. To dzieje się samo.

Na konto otrzymujesz wynagrodzenie już pomniejszone o ten podatek 10%. Polska i USA mają między sobą umowę o unikaniu podwójnego opodatkowania.

Więc jeśli w USA został odprowadzony podatek 10%, to w Polsce odprowadza się tylko różnicę (czyli na ten moment ok. 2%).

Robisz to raz w roku dołączając do swojego rocznego zeznania podatkowego (PIT) dokument od Amazona, który otrzymasz pocztą (1042-S) oraz potwierdzenia przelewów z innych rynków niż USA. I to tyle.

Pewnie i tak nie rozliczasz swojego PIT samemu, tylko robi to księgowa / księgowy. Więc tym się zupełnie Tak wygląda to rozliczenie w Polsce.

71. Dlaczego na formularzu 1042-S mam 0\$ zarobku, skoro była sprzedaż w grudniu ubiegłego roku?

Jest to związane z tym, że **Amazon wypłaca należne royalty z 60 dniowym opóźnieniem**. Więc pieniądze zarobione w grudniu trafią na Twoje konto dopiero w lutym, a więc w kolejnym już roku.

Z tego wniosek, że sprzedaż na przykład z grudnia 2024 rozliczasz dopiero w roku 2026.

72. Czy mogę zamówić swoją książkę przed publikacją?

Tak, oczywiście. Do tego służą kopie próbne, które mają znak wodny i nie są przeznaczone do odsprzedaży. Kopie próbne nie mają numeru ISBN. Dużym plusem jest to, że zamawiając kopie próbne płacisz jedynie koszt wydruku.

73. Czy na moje produkty na Amazon jest jakaś gwarancja?

Owszem - 30 dniowa. Dlatego też wynagrodzenie za sprzedaż Twojej książki jest przesunięte w czasie. Klient ma 30 dni na zwrot bez podania przyczyny. Po upływie 30 dni od dostarczenia towaru taki zwrot nie zostanie zrealizowany.

74. Ile kategorii mogę przypisać do jednego produktu?

Podczas publikacji możesz przypisać **3 kategorie do swojej książki**. Zwróć uwagę, by były one odpowiednie dla Twojego produktu. Jeśli będą nieadekwatne, to Twój produkt nie będzie wyświetlany w tych kategoriach, żeby nie powodować negatywnych wrażeń klientów platformy Amazon.

Jeśli nie wiesz, czy dana kategoria jest adekwatna - wejdź w nią i sprawdź, czy znajdują się tam produkty podobne do Twojego. Jeśli tak - śmiało możesz taką kategorię wybrać. Taka sama zasada dotyczy wyboru słów kluczowych.

75. Czy muszę publikować po swoim imieniem i nazwiskiem?

Nie musisz. Na Amazon KDP bardzo powszechną praktyką jest stosowanie pseudonimów. I ja również zalecam z tego korzystać.

Wykorzystanie pseudonimów ma wiele plusów:

- a) **Pseudonim może kojarzyć się z produktami, które oferujesz.** Dzięki temu łatwiej wpada w ucho i jest bardziej

zapamiętywalny od imienia i nazwiska (zwłaszcza polskiego imienia i nazwiska dla obcokrajowców).

- b) **Dzięki pseudonimom możesz na jednym koncie KDP mieć wielu autorów różnych treści.** Czyli na przykład tworzysz planery różnego rodzaju pod pseudonimem “A”, a kolorowanki pod pseudonimem “B”. To sprawia, że Twoje konto autora nie wygląda jak sklep “Wszystko za 5 zł”. Jeśli dany autor jest ukierunkowany na jedną konkretną niszę, to budzi to zaufanie i wygląda profesjonalnie. Więc jeśli chcesz publikować wiele różnych treści, to warto je rozdzielić właśnie innymi nazwami autora.

76. Czy mogę publikować te same wnętrza pod różnymi nazwami autora?

Absolutnie nie. Amazon w takiej sytuacji uzna to za plagiat / kradzież. Nie będzie dochodził tego, czy tych dwóch autorów de facto dotyczy jednej osoby - Ciebie.

Tutaj znowu na piedestał brane są odczucia klientów. Takie działania mają krótkie nogi i są częstą podstawą blokowania kont na Amazon KDP. Wyobraź sobie, że wchodzisz na Amazona jako klient. Kupujesz prezent dla swojego syna na gwiazdkę. Wybrałeś jedną kolorowankę, drugą, trzecią, piątą i dziesiątą od różnych (w Twoim mniemaniu) autorów / sprzedawców.

Syn uradowany rozpakowuje prezent, widzi 10 różnych kolorowanek. Otwiera każdą i okazuje się, że są identyczne.

Co robisz?

Zwracasz produkt i czujesz się oszukany.

Oczywiście to sytuacja pewnie bardzo rzadka, ale teoretycznie możliwa. Więc nie zachęcam Cię na praktykowania takich działań. To samo dotyczy publikacji tych samym wewnątrz z różnymi jedynie okładkami (co jest bardzo częstą praktyką) w obrębie tego samego autora.

UWAGA: Wyjątkiem są produkty o niskiej zawartości treści.

Na przykład planery, czy notatniki, które kupuje się głównie okładką. Wówczas w obrębie tego samego autora dane wewnątrz może być powielone ze zmienioną okładką. Na przykład planer na siłownie dla mężczyzn i kobiet. Natomiast tutaj też bym uważał i nie przesadzał z ilością takich kopii, bo to nie wygląda dobrze.

Czyli zróżnicowanie pod względem płci - ok. Ale już nie wchodzić w to głębiej i nie publikuj 50 takich planerów dla mężczyzn z różnymi kolorami okładek i 50 dla kobiet. To już jest gruba przesada i bezsens.

Wielu publikujących błędnie zakłada, że skoro napracowali się nad wnętrzem jakiejś książeczki, to teraz opublikują ją wielokrotnie zmieniając jedynie okładkę (często tylko kolory na tej okładce) i dadzą tym samym klientowi wybór. To jest błąd, bo sprzedajesz ciągle ten sam produkt. A nieświadomy klient nie wie, że wewnątrz (mimo innej okładki) jest niezróżnicowane.

Taka praktyka jest możliwa, kiedy sprzedajemy nasze książki w modelu FBA. Wówczas możemy utworzyć wiele kreacji tego samego produktu, a klient będąc na stronie naszego produktu może sobie wybrać tę, która mu najbardziej odpowiada (na przykład kolorystycznie). Ale wówczas wie, że ma do czynienia z tym samym produktem, ale różnym opakowaniem (np. dla chłopca niebieska okładka, a dla dziewczynki różowa).

Na KDP nie możemy tego w ten sposób rozróżnić i chcąc opublikować “drugą wersję” tego samego produktu zmieniając jego okładkę tworzymy tak naprawdę kolejny produkt z osobnym numerem ISBN, nowym numerem ASIN, który w żaden sposób nie jest połączony z tym pierwotnym jako jego kreacja. Dlatego takie działania w przypadku Amazona KDP wprowadzają klientów w błąd i jest to praktyka niedozwolona.

77. Czy tytuły i podtytuły produktów mogą być takie same w moich produktach?

Nie. I dbaj o to ze szczególną starannością. Jeśli publikujesz 2 takie same planery na siłownię (z różnymi okładkami), to zadbaj o zróżnicowanie słów kluczowych użytych w jednym jak i drugim podtytule. To daje obopólne korzyści.

Przede wszystkim Amazon się nie przyczepi, że nie różnicujesz produktów, a po drugie indeksujesz się na większą ilość słów kluczowych i tym samym zwiększasz szansę zauważenia jednego, czy drugiego Twojego planera na Amazon.

Zwróć uwagę, że jeśli jeden planer przyciągnie wzrok Twojego klienta, to zobaczy on również pozostałe Twoje produkty, czy to w A+ Content, gdzie możesz je powiązać, czy w profilu Twojego autora. Więc im więcej słów kluczowych będzie prowadzić do Twoich produktów, tym większa jest szansa, że zostaną zauważone.

Dlatego tak bardzo ważnym procesem przed publikacją produktu jest **znalezienie jak największej ilości słów kluczowych**, z których następnie budujesz swój listing (tytuł, podtytuł, opis, 7

boxów). Im więcej ich znajdziesz na początku, tym większe pole manewru masz.

78. Co to jest A+ Content?

Jest to **graficzna forma przedstawienia opisu** na Amazon KDP.

Niegdyś na KDP możliwy był tylko opis tekstowy. Kiedy zaimplementowano A+Content możemy w opisie umieszczać zdjęcia, grafiki, odnośniki do innych naszych produktów. Dzięki temu jesteśmy w stanie lepiej i precyzyjniej pokazać klientowi to, co uważamy za istotne w naszym produkcie.

Jest to bardzo atrakcyjny wizualnie opis, z którego wręcz musisz korzystać.

79. Co to jest opcja LOOK INSIDE?

Po opublikowaniu Twojego produktu pojawi się ona na stronie sprzedażowej. Wyjątkiem są produkty o niskiej zawartości treści (low - content), które nie mają opcji LOOK INSIDE.

Opcja LOOK INSIDE pozwala podejrzeć wnętrze produktu.

Wadą stosowania tylko tej opcji (bez A + Content) niewątpliwie jest to, że nie mamy wpływu na to jakie strony zostaną pokazane w LOOK INSIDE. **Pokazywane są tam strony losowe.** W przypadku książki drukowanej jest to domyślnie 20% wnętrza, a w przypadku e-booka 10%.

Dobłą wiadomością jest to, że możesz zdecydować jaki procent wnętrza chcesz pokazać w LOOK INSIDE. W przypadku książek drukowanych maksymalny poziom to 80%, a jeśli chodzi o ebooki jest to procent 40.

80. Jak ustalić cenę książki?

Amazon narzuca jedynie cenę minimalną książki, która pokrywa koszty obsługi zależną oczywiście od parametrów książki oraz maksymalną, która wynosi sztywno 1200 zł.

Jakie są strategie do ustalania ceny?

- a) **Cena minimalna.** Nie będziesz uzyskiwać żadnych tantiem = wychodzisz na “zero”. Jest to często stosowana metoda, żeby załapać pierwsze sprzedaże, które nie mają na celu

zrobienia z nas KDP-owych milionerów w tydzień, ale pokazania naszego produktu jak najszerszemu gronu odbiorców. W przypadku stosowania tej ceny do ewentualnej reklamy będziemy oczywiście dopłacać, czyli pozyskiwać klientów na stracie. Ale nikt nie mówi, że jest to złe - na początek!

- b) **Cena średnia w niszy.** Pojawia się jakieś royalty, ale nie niezbyt wysokie. Jest to strategia stosowana najczęściej przez nowe osoby publikujące na KDP. Dobrze zoptymalizowana reklama (co wymaga czasu) może nawet przynosić jakieś zwroty z inwestycji, ale będzie o to ciężko, bo przy niskiej marży na produkcie reklama nie wybacza wiele błędów.
- c) **Wysoka cena.** Nie ukrywam - moja ulubiona metoda pozycjonowania produktu. Wolę być kojarzony z najwyższymi cenami na rynku, niż z najniższymi.. Nasza marża jest duża, więc zarabiamy więcej. Reklama PPC daje lepsze zwroty i pozwala na popełnienie większej ilości błędów po drodze. Oczywiście ta metoda nie będzie sprawdzała się w przypadku każdego produktu. Polecam ją stosować przy produktach, gdzie pole do wyróżnienia się jest duże i wyższa cena będzie miała swoje uzasadnienie. Np. książeczki z aktywnościami, poradniki.

Oczywiście cena naszego produktu nie jest ustawiana na sztywno. Zawsze możesz ją zmienić, w dowolnym momencie. I jest to coś, z

czego zalecam korzystać i testować. Pamiętaj, że chcemy sprzedawać jak najdrożej.

A jaka to będzie cena?

Nie wiem. Musisz “zapytać” rynek. Czyli stale podnoś swoją cenę i sprawdzaj gdzie pojawi się tzw. “szklany sufit”, czyli opór przed zakupem. Wtedy wiesz, że poprzednia cena, była maksymalną, jaką możesz zastosować dla swojego produktu. Wysokość cena w każdym wypadku należy testować i przyjąć najwyższą, przy której była zadowalająca nas konwersja.

81. Czy opinie są ważne i jak zdobywać je pozyskać?

Opinie są bardzo istotnym elementem. Wpływają one na wiarygodność i często są elementem decydującym przy wyborze produktu. Klient mają do wyboru produkt z opiniami i bez wybierze ten z (pod warunkiem oczywiście, że są raczej przychylne).

Opinie na Amazon bezpośrednio przekładają się na zwiększoną sprzedaż i co do tego nie mam najmniejszych wątpliwości. Ale ich zdobycie wcale nie jest łatwe i nie dzieje się szybko.

Powszechną praktyką jest kupowanie opinii, ale ja nie zalecam Ci tego robić, bo zwykle ma to krótkie nogi. Takie opinie też jeśli nie są poparte zakupem będą opiniami niezweryfikowanymi, czyli mniej ważnymi po prostu.

Muszę tu nadmienić, że opinie zweryfikowane to takie, które wynikają z zakupu danej książki na Amazon. Opinię niezweryfikowaną może wystawić każdy, kto na Amazon wydał przynajmniej 50\$, a nie koniecznie zakupił dany produkt.

Z drugiej strony **opinie organiczne pojawiają się dość rzadko** i prędzej będzie ona negatywna niż pozytywna (bo nie wiedzieć czemu jakoś tak ludzie wolą swój czas poświęcić na krytykę niż pochwałę).

Więc szczególnie pierwsze opinie będą miały duży wpływ na dalsze losy Twojego produktu. **Jeśli Twoją pierwszą opinią będzie opinia negatywna, to z dalszej sprzedaży nici.** To chyba jasne. Więc przed publikacją dokładnie sprawdź swój produkt. Czy nie ma w nim rażących byków, czy jest ładnie wypozycjonowane wewnątrz, czy nic nie zostanie ucięte itd.

Warto samemu zadbać po publikacji o opinie.

Pochwal się znajomym swoją książką i zachęć ich do jej kupna (możesz nawet zaoferować zwrot pieniędzy za zakup). Po zakupie mogą wystawić Ci opinię.

WAŻNE! Niech to nie będzie deszcz opinii dzień po publikacji produktu, bo zapewne zostaną one odrzucone w większości, a Ty dostaniesz maila, w którym Amazon zarzuci Ci manipulowanie / kupowanie opinii. Jeśli już ktoś kupi Twój produkt, to poproś, by wystawił opinię za jakiś czas (tydzień / miesiąc). Sam możesz nawet napisać treść takiej opinii i zaznaczyć w niej te elementy, które są dla Ciebie ważne, by zostały unaocznione.

Bardzo często zależeć Ci będzie na tym, żeby pokazać Twoją przewagę nad konkurencją. Więc taka opinia może pokazywać te elementy, w których Twój produkt się pozytywnie wyróżnia na tle innych.

Ten sposób zdobywania opinii jest najbardziej bezpieczny i wiarygodny. Dzięki temu od razu zyskujesz sprzedaż, co jest bardzo ważne dla algorytmu i jego postrzegania Twojego produktu pod kątem atrakcyjności dla klienta.

A po drugie natychmiast w zasadzie budujesz tego dowód w postaci pozytywnych opinii.

Kiedy będziesz mieć ich już kilka (dosłownie kilka) i będą one pozytywne, to:

- a) Jest duże prawdopodobieństwo, że **produkt zacznie się sprzedawać organicznie**, bo został już “przetestowany” przez innych. Więc kupując go klient nie czuje ryzyka bycia królikiem doświadczalnym,
- a) Jest dużo większa szansa, że **kolejne opinie będą pozytywne**, bo tak działa efekt tłumu zwłaszcza, że te zdobyte od znajomych pokazały dokładnie w czym Twój produkt jest lepszy od innych w danej niszy.
- b) **Koło zamachowe się samo nakręca**. Kolejne opinie budują coraz większy dowód społeczny, a ten przyciąga kolejnych klientów, którzy zostawiają opinię itd.

82. Jakie są sposoby na marketing poza Amazonem?

Jest ich mnóstwo. Najlepsze moim zdaniem to:

- własna strona www i pozycjonowanie SEO,
- fanpage w mediach społecznościowych,
- udzielanie się w grupach tematycznych,

- kanał na YouTube, czy TikTok,
- własny sklep internetowy,
- płatna reklama na Facebooku, YouTube, TikToku, Instagramie.

Należy pamiętać, że Amazon cały czas szuka nowych klientów i każdy taki klient doprowadzony z zewnątrz jest dla Amazona bardzo cenny. Mówi się o tym, że klient przyprowadzony z zewnątrz dla algorytmu jest cenniejszy od tego pozyskanego przez reklamę na Amazonie, więc warto to robić.

83. Ile znaków mogę użyć w polu tytułu i podtytułu?

Najpierw należy wspomnieć, że maksymalnie **oba te pola mogą składać się łącznie z 200 znaków.**

Jeśli Twój tytuł i podtytuł będą miały więcej niż 200 znaków, Twoja książka nie będzie wyświetlana w wynikach wyszukiwania na Amazon, czyli otrzymasz tzw. “shadow bana”. To ważne, a wiele osób o tym zapomina.

Co oznacza, że mam do dyspozycji w tych dwóch polach 200 znaków?

To, że jeśli Twój tytuł składa się z 50 znaków, to na podtytuł zostało Ci tych znaków 150.

84. Czy w polu “tytuł” musi znaleźć się wszystko to, co mieści się na okładce?

Nie. Jest na odwrót. To, co znajduje się w polu “tytuł” musi znaleźć się na okładce. A dokładniej rzecz ujmując na jej przedniej części lub grzbiecie (o ile książka ma więcej niż 79 stron).

Przykład:

Twój tytuł to: *“Kolorowanka”*

To oznacza, że na Twojej okładce **MUSI znaleźć się słowo “kolorowanka”**. Ale oczywiście **nie MUSI być to tylko słowo “kolorowanka”**.

Może być coś jeszcze, ale to “coś jeszcze” nie musi zostać wpisane w pole “tytuł”. Mam nadzieję, że to jasne.

85. Jakie są najczęściej wykorzystywane rozmiary książek?

Na Amazon KDP mamy pełną dowolność w wyborze rozmiaru wnętrza naszego produktu. Jednak najczęściej stosowane rozmiary w USA to:

- 6 x 9 cala (planery, kalendarze, notesy)
- 8,5 x 11 cala (kolorowanki, książeczki edukacyjne)
- 8,5 x 8,5 cala (bajki, wycinanki).

Oczywiście nie jest to regułą, ale te rozmiary górują w USA i od takich proponuję zacząć projektowanie swoich pierwszych książek na KDP.

Tak jak wspomniałem mamy możliwość docięcia naszego wnętrza do dowolnych rozmiarów niestandardowych, ale to wiąże się na przykład z tym, że nasz produkt nie będzie mógł być dystrybuowany w rozszerzonej dystrybucji).

86. Co to jest BLEED i NO BLEED?

BLEED to po prostu spad drukarski. Taki naddatek od góry, dołu i zewnętrznej krawędzi (dokładnie 0,125 cala, czyli 3,2mm), który zostaje ucięty w procesie składania książki. Stosuje się go wtedy, kiedy obrazy, ilustracje lub grafiki mają sięgać aż do samej krawędzi strony.

Finalny rozmiar Twojego wnętrza się zatem nie zmienia. Jest on większy tylko podczas projektowania, bo zawiera wyżej wspomniany naddatek, który jest ucinany.

Jeśli Twój projekt nie zawiera elementów rozciągniętych do krawędzi strony, nie musisz stosować bleed'u.

Przykład:

- Tworzysz bajkę dla dzieci o rozmiarze 8,5 x 8,5 cala.
- Chcesz, żeby tło było rozciągnięte do samej krawędzi kartki.
- Dodajesz zatem do szerokości 0,125 cala. A do wysokości 0,250 cala (bo od góry 0,125 + od dołu 0,125 = 0,250). Więc projekt ma rozmiar 8,125 (bo 8,5 + 0,125) x 8,750 (bo 8,5 + 0,250).

Rozciągasz sobie tło w tym projekcie na cały obszar roboczy (do samego końca). Podczas składu te naddatki zostaną przycięte, a

Twoje wnętrze będzie miało wyjściowy rozmiar 8,5 x 8,5 cala. Oł
cała filozofia.

UWAGA: Nawet jeśli tylko jedna strona w Twoim wnętrzu wymaga
spadu, to musisz go zastosować do całości projektu!

**NO BLEED to odwrotność bleed'u, czyli projekt bez spadu
drukarskiego.**

Jeśli nie masz w projekcie elementów takich jak grafika, zdjęcia,
ilustracje, które rozciągnięte są do końca kartki - wtedy możesz
użyć opcji NO BLEED. Przy tej opcji stosuje się odpowiednie
marginesy poza które nie można wyjechać treścią (napisem,
grafiką etc).

Wielkość tych marginesów zależy od liczby stron Twojego wnętrza
i wynosi ona tyle, co w tabeli poniżej:

Liczba stron	Marginesy wewnętrzne (rynnowe)	Marginesy zewnętrzne (bez spadów)	Marginesy zewnętrzne (ze spadem)
24 do 150 stron	0.375 cala (9,6 mm)	co najmniej 0.25 cala (6,4 mm)	co najmniej 0.375 cala (9,6 mm)
151 do 300 stron	0.5 cala (12,7 mm)	co najmniej 0.25 cala (6,4 mm)	co najmniej 0.375 cala (9,6 mm)
301 do 500 stron	0.625 cala (15,9 mm)	co najmniej 0.25 cala (6,4 mm)	co najmniej 0.375 cala (9,6 mm)
501 do 700 stron	0.75 cala (19,1 mm)	co najmniej 0.25 cala (6,4 mm)	co najmniej 0.375 cala (9,6 mm)
701 do 828 stron	0.875 cala (22,3 mm)	co najmniej 0.25 cala (6,4 mm)	co najmniej 0.375 cala (9,6 mm)

Mowa tu o wnętrzu. A co jeśli chodzi o okładki?

Wszystkie okładki na KDP są domyślnie ze spadem (z bleedem).

Więc rozmiar jaki sobie obliczysz w tym kalkulatorze:

<https://kdp.amazon.com/cover-calculator> będzie już rozmiarem, który ma w sobie potrzebny naddatek do ucięcia (bleed). Do rozmiarów tych już nic nie musisz dodawać.

Importujesz sobie szablon okładki i na nim bezpośrednio pracujesz. Oczywiście tekstem wyjechać poza linię cięcia nie możesz, bo zostanie on ucięty. A to raczej niepożądane.

87. Co to jest rozszerzona dystrybucja?

Spełniając odpowiednie warunki możesz swoją książkę papierową udostępnić w tak zwanej właśnie rozszerzonej dystrybucji. Czyli **wychodzisz ze sprzedażą takowej poza Amazon**. A gdzie jeszcze będzie ona dostępna do kupienia?

W księgarniach i bibliotekach.

Aby udostępnić książkę w rozszerzonej dystrybucji musi ona być dostępna na Amazon.com lub Amazon.co.uk.

Jakie wymogi musi spełniać książka?

- a) Musi posiadać numer ISBN.
- b) Nie może być z domeny publicznej.
- c) Nie może być to książka “low content”.
- d) Nie może być to książka dla dorosłych (dotyczy Wielkiej Brytanii)
- e) Nie może zawierać błędów językowych.
- f) Nie może to być książka, która została znacznie zmieniona w stosunku do wersji pierwotnej, aby nie dezorientować czytelnika.
- g) Nie może to być książka, której wnętrzu wymaga “dużej koncentracji atramentu”.
- h) Nie może być w języku hebrajskim, jidysz oraz japońskim
- i) Musi mieć rozmiar standardowy. Wszystkie rozmiary dostępne dla rozszerzonej dystrybucji i ich wytyczne co do parametrów druku znajdziesz w tabeli poniżej:

Rozmiar wykończenia	Czarny atrament i biały papier	Czarny tusz i kremowy papier	Wysokiej jakości kolorowy atrament i biały papier	Standardowy kolorowy atrament i biały papier
12,7 x 20,32 cm (5 cali x 8 cali)	Tak	Tak	NIE	Tak
12,85 x 19,84 cm (5,06 cala x 7,81 cala)	Tak	NIE	NIE	Tak
13,34 x 20,32 cm (5,25 cala x 8 cali)	Tak	Tak	NIE	Tak
13,97 x 21,59 cm (5,5 cala x 8,5 cala)	Tak	Tak	Tak	Tak
6 cali x 9 cali (15,24 x 22,86 cm)	Tak	Tak	Tak	Tak
6,14 x 9,21 cala (15,6 x 23,39 cm)	Tak	NIE	Tak	Tak
16,99 x 24,4 cm (6,69 x 9,61 cala)	Tak	NIE	NIE	Tak
7 cali x 10 cali (17,78 x 25,4 cm)	Tak	NIE	Tak	Tak
18,9 x 24,61 cm (7,44 cala x 9,69 cala)	Tak	NIE	NIE	Tak
19,05 x 23,5 cm (7,5 x 9,25 cala)	Tak	NIE	NIE	Tak
8 cali x 10 cali (20,32 x 25,4 cm)	Tak	NIE	Tak	Tak
20,96 x 15,24 cm (8,25 x 6 cali)	NIE	NIE	NIE	NIE
20,96 x 27,94 cm (8,25 x 11 cali)	NIE	NIE	NIE	NIE
20,96 x 20,96 cm (8,25 cala x 8,25 cala)	NIE	NIE	NIE	NIE
21,59 x 21,59 cm (8,5 x 8,5 cala)	NIE	NIE	Tak	Tak
8,5 x 11 cali (21,59 x 27,94 cm)	Tak	NIE	Tak	Tak

A jakie są tantiemy za sprzedaż książki w rozszerzonej dystrybucji?

Tutaj stawka jest niższa i wynosi **40% ceny pomniejszonej o koszt druku, podatki i potrącenie u źródła**. Więc sumarycznie otrzymujemy znacznie mniej niż przy sprzedaży na Amazon. Ale plus jest taki, że jedno drugiego wcale nie wyklucza i warto korzystać z tej opcji, jeśli możemy. Bo “mieć, a nie mieć”...?

88. Co to jest domena publiczna?

Książka znajdująca się w tzw. “domenie publicznej” **nie jest JUŻ objęta prawami autorskimi**, bo zwyczajnie one wygasły. Taka książka może wówczas być sprzedawana przez każdego bez potrzeby uzyskiwania zgody pierwotnego autora.

Zwykle książki trafiają do domeny publicznej po 70 latach od śmierci autora. Wyjątkiem jest na przykład Francja, gdzie ten okres wynosi 100 lat. Wobec tego “*Mały Książę*” (którego autor jest francuzem) we Francji jeszcze nie jest w domenie publicznej, a w Polsce na przykład już tak.

Na KDP możesz publikować treści z domeny publicznej, aczkolwiek jest to temat dość trudny, ponieważ aby z tego

skorzystać musisz dotrzeć do pierwotnej wersji danego dzieła. Amazon może poprosić Cię o przedstawienie dowodu, że przesłane treści należą do domeny publicznej, a Ty taki niezbity dowód musisz przedstawić.

Więc teren raczej grząski dla początkujących, ale dla bardziej doświadczonych publikujących może okazać się bardzo dochodowy.

89. Ile stron musi mieć moja książka?

Książki w miękkiej oprawie:

- druk czarny, papier biały —> 24 - 828 stron
- druk czarny, papier kremowy —> 24 - 776 stron
- druk kolorowy standard, papier biały —> 72 - 600 stron
- druk kolorowy premium, papier biały —> 24 - 828 stron

Książki w twardej oprawie od 75 - 550 stron.

Książka w broszurowej oprawie				
Rozmiar wykończenia	Czarny atrament i biały papier	Czarny tusz i kremowy papier	Standardowy kolorowy atrament i biały papier	Wysokiej jakości kolorowy atrament i biały papier
12,7 x 20,32 cm (5 cali x 8 cali)	24 - 828	24 - 776	72 - 600	24 - 828
12,85 x 19,84 cm (5,06 cala x 7,81 cala)	24 - 828	24 - 776	72 - 600	24 - 828
13,34 x 20,32 cm (5,25 cala x 8 cali)	24 - 828	24 - 776	72 - 600	24 - 828
13,97 x 21,59 cm (5,5 cala x 8,5 cala)	24 - 828	24 - 776	72 - 600	24 - 828
6 cali x 9 cali (15,24 x 22,86 cm)	24 - 828	24 - 776	72 - 600	24 - 828
Duże rozmiary wykończenia				
6,14 x 9,21 cala (15,6 x 23,39 cm)	24 - 828	24 - 776	72 - 600	24 - 828
16,99 x 24,41 cm (6,69 x 9,61 cala)	24 - 828	24 - 776	72 - 600	24 - 828
7 cali x 10 cali (17,78 x 25,4 cm)	24 - 828	24 - 776	72 - 600	24 - 828
18,9 x 24,61 cm (7,44 x 9,69 cala)	24 - 828	24 - 776	72 - 600	24 - 828
19,05 x 23,5 cm (7,5 x 9,25 cala)	24 - 828	24 - 776	72 - 600	24 - 828
8 cali x 10 cali (20,32 x 25,4 cm)	24 - 828	24 - 776	72 - 600	24 - 828
20,96 x 15,24 cm (8,25 x 6 cali)	24 - 800	24 - 750	72 - 600	24 - 800
20,96 x 20,96 cm (8,25 cala x 8,25 cala)	24 - 800	24 - 750	72 - 600	24 - 800
21,59 x 21,59 cm (8,5 x 8,5 cala)	24 - 590	24 - 550	72 - 600	24 - 590
8,5 x 11 cali (21,59 x 27,94 cm)	24 - 590	24 - 550	72 - 600	24 - 590
8,27" x 11,69" (21 x 29,7 cm)	24 - 780	24 - 730	Niedostępne	24 - 590
Twarda okładka				
Rozmiar wykończenia	Czarny atrament i biały papier	Czarny tusz i kremowy papier	Standardowy kolorowy atrament i biały papier	Wysokiej jakości kolorowy atrament i biały papier
13,97 x 21,59 cm (5,5 cala x 8,5 cala)	75 - 550	75 - 550	Niedostępne	75 - 550
6 cali x 9 cali (15,24 x 22,86 cm)	75 - 550	75 - 550	Niedostępne	75 - 550
Duże rozmiary wykończenia				
6,14 x 9,21 cala (15,6 x 23,39 cm)	75 - 550	75 - 550	Niedostępne	75 - 550
7 cali x 10 cali (17,78 x 25,4 cm)	75 - 550	75 - 550	Niedostępne	75 - 550
20,96 x 27,94 cm (8,25 x 11 cali)	75 - 550	75 - 550	Niedostępne	75 - 550

90. Jeśli mam jedno zdjęcie we wnętrzu i chcę, żeby było ono kolorowe, to co mam zaznaczyć w opcjach druku?

Jeśli chcesz, żeby było ono kolorowe, to musisz zastosować druk kolorowy do całości projektu. Nie da się wybrać pojedynczych stron do druku w kolorze, a reszty w czarno białym tuszu. Albo tak albo tak.

Więc jeśli masz jakieś pojedyncze elementy w kolorze w swoim wnętrzu, a zdecydowana większość jest czarno - biała, to zastanów się, czy naprawdę te kilka elementów MUSI być kolorowe po wydruku.

Druk kolorowy jest dużo droższy od czarno - białego i wybór takiej opcji, kiedy nie jest to zupełnie konieczne może powodować, że cena naszego produktu będzie niekonkurencyjna w niszy i ciężko będzie nam o przyzwoitą marżę.

Oczywiście są produkty, które mają wiele elementów kolorowych. Szczególnie książki dla dzieci (**bajki, książki z aktywnościami**). Wtedy warto rozważyć druk kolorowy na pewno, ale ograniczyć na przykład ilość stron w takim produkcie.

92. Co to jest BSR i co na niego wpływa?

BSR (**Best Seller Rank**) to ranking produktów w danych kategoriach na Amazon.

Na przykład produkt w kategorii “książki” o rankingu BSR = 1 to bestseller w kategorii “książki”. Czyli najlepiej sprzedająca się książka na całym Amazonie.

Więc im niższy (bliższy jedynek) masz ranking BSR, tym lepiej się Twój produkt sprzedaje.

Żeby to dobrze zrozumieć podam przykład.

Produkt A ma BSR 1 000. Produkt B ma BSR 2 000.

Sprzedaż produktu A jest lepsza, bo jego BSR jest bliżej 1 (jedynek).

Każda podkategoria ma swój ranking. Czyli mamy BESTSELLERA w kategorii KSIAŻKI. Ale na kategorię KSIAŻKI składa się wiele podkategorii.

Każda z tych podkategorii ma również swojego BESTSELLERA, czyli produkt najlepiej sprzedający się w danej kategorii.

Im kategoria bardziej zawężona, tym wyższy BSR będzie potrzebny, aby zdobyć łatkę BESTSELLERA (*Czytaj: tym niższa sprzedaż będzie wymagana, aby zostać numerem 1 danej kategorii*).

Ranking BSR jest aktualizowany co godzinę, ale aby zobaczyć tę zmianę w detalach swojego produktu może minąć nawet 48 godzin.

Od czego zależy BSR?

Od aktywności Twojej książki na Amazon.

Co to znaczy?

Czy jest kilkana, czy jest dodawana do koszyka, czy jest kupowana.

Ale co ciekawe - nie tylko od aktywności Twojego produktu, ale również od stosunku aktywności innych produktów w tej kategorii do Twojego produktu.

Czyli Twój BSR może maleć nawet, jeśli sprzedaż utrzymuje się cały czas na tym samym poziomie jeśli inne książki w tej kategorii będą miały niższą sprzedaż. I odwrotnie - jeśli inne książki będą miały wyższą sprzedaż, a Twoja będzie ciągle taka sama, to mimo, że sprzedaż jest to ranking BSR będzie rósł (czyli oddalał się od 1).

Ważne! *Każdy format (ebook, oprawa miękka i twarda) mają osobne rankingi BSR.*

94. Dlaczego ranking BSR się tak mocno waha?

Ponieważ **BSR bazuje na aktualnej i historycznej aktywności Twojej książki**. Jeśli Twoja książka została opublikowana rok temu i ma regularną sprzedaż, to wahania jej BSR będą nieznaczne. Czyli na przykład sprzedaż 1 sztuki nie spowoduje drastycznego spadku BSR. On nastąpi, ale będzie delikatny.

Co innego nowo wydane produkty. W przypadku nowych publikacji sprzedaż nawet 1 sztuki potrafi dźwignąć BSR o kilkaset tysięcy punktów.

Im dłuższe życie produktu na Amazon, tym wahania (amplituda) wykresu BSR jest mniejsza.

Młodsze produkty przy każdej sprzedaży zachowują się jak zrywka foliowa na wietrze. Raz lecą wysoko nad drzewami, a raz szurają po bagnie. **Kluczem do ustabilizowania BSR na dobrym poziomie jego regularna, ciągła sprzedaż**. Regularność jest tutaj bardzo istotna.

Na algorytm lepiej będzie działać sprzedaż jednej sztuki dziennie niż sprzedaż 30 sztuk raz w miesiącu.

93. Czy są jakieś wytyczne odnośnie używanych czcionek?

Owszem są, ale tu bardziej chodzi o to, by zadbać o czytelność Twojego tekstu, aniżeli o to, żeby amazon narzucał konkretne czcionki, których możesz użyć.

Raczej są to sprawdzone w boju sugestie, które możesz, ale nie musisz wziąć pod uwagę.

Wymóg jest jeden. **Minimalny rozmiar czcionki to 7 punktów.**

Sugerowane czcionki do tekstu w każdym języku prócz japońskiego:

- Arial
- Times New Roman
- Centaur
- Garamond
- Hightower Text
- Palatino Linotype

Sugerowane czcionki do tekstu w języku japońskim:

- MS Mincho
- Yu Mincho
- Meiryo
- Yu gotyk
- MS Gothic

94. Co to jest “Large Print” i kiedy go stosować?

Large Print oznacza, że Twoja **czcionka jest wysokości przynajmniej 18 punktów**. Taka książka jest traktowana jako książka z dużym drukiem. Są one przeznaczone dla tych, którzy mają trudności z czytaniem czcionki o standardowym rozmiarze.

Żeby poinformować o tym Amazona należy podczas publikacji zaznaczyć odpowiedni checkbox przy wprowadzaniu danych publikacji.

Jeśli Twoja czcionka nie ma więcej niż 18 punktów zaznaczenie tej opcji powoduje wprowadzanie w błąd klienta, czego Amazon bardzo nie lubi, więc nie polecam sprawdzać na własnej skórze.

Czy książki z dużą czcionką są tylko dla seniorów?

Nie. Z książek drukowanych dużym drukiem mogą z łatwością korzystać wszyscy, którzy mają wadę wzroku lub inną wadę wzroku.

Oto lista grup, które mogą skorzystać z książek drukowanych dużym drukiem:

- **Osoby niedowidzące.** Oczywiście osoby niewidome stanowią większość osób, o których będziemy tutaj mówić. Może to obejmować osoby starsze, ale również każdą osobę ze słabym wzrokiem.
- **Dyslektycy.** Wiele książek drukowanych dużym drukiem jest adresowanych do dzieci i młodzieży z dysleksją lub innymi trudnościami w uczeniu się, które utrudniają czytanie tekstu w standardowym formacie.
- **Odpoczywający.** Ludzie po prostu lubią czytać, gdy są zmęczeni. Może to być świetny sposób na odprężenie się pod koniec dnia, ale mały rozmiar czcionki może w tym

przeszkodzić. Duże rozmiary czcionek zmniejszają zmęczenie oczu.

- **Podróżujący.** Czytelnicy, którzy spędzają dużo czasu w autobusach, pociągach lub na tylnym siedzeniu samochodu. To kolejna grupa, która może docenić duże czcionki. Większy krój pisma jest łatwiejszy do zauważenia w ruchu.
- **Niecierpliwi czytelnicy.** Czy kiedykolwiek przeglądałeś książkę, bo na każdej stronie było mniej słów i miałeś wrażenie, że robisz duże postępy? Niecierpliwi czytelnicy potrzebują poczucia postępu, a duże czcionki mogą w tym pomóc.

Poniżej wymienię przydatne zasady przy tworzeniu książek Large Print:

- Użyj czcionki 18-punktowej.
- Użyj czcionki bezszeryfowej.
- Trzymaj się linii o wysokości 1,5 lub wyższej.
- Rozdzielaj akapity zamiast je wcinać.
- Użyj niewyrównanego tekstu (tzn. nie wyjustowanego).
- Tytuły i nagłówki również powinny być pisane większą czcionką i wyrównane do lewej strony.
- Pozycje wypunktowane powinny być ujęte w podwójną spację
- Używaj wyłącznie czarnego tekstu.
- Użyj pogrubienia, aby podkreślić tekst zamiast kursywy.

Podsumowując, istnieje wielu odbiorców książek drukowanych dużym drukiem, więc zdecydowanie nie należy ignorować tych grup odbiorców.

95. Dlaczego po publikacji widzę białe linie na okładce i wewnątrz?

Jest to spowodowane pobraniem nie spłaszczonego pliku PDF.

To to jest spłaszczanie?

Założmy, że projektujesz okładkę. Nakładasz na nią różne grafiki, tło, napisy. I to wszystko nachodzi na siebie w jakimś stopniu. Tworzą się kolejne warstwy tego projektu. Tło na spodzie, napis na wierzchu, a między nimi różne elementy graficzne.

Spłaszczanie powoduje, że wszystkie te elementy stają się jednością (są jedną warstwą zamiast kilku). Nie zostają pojedynczymi elementami. Nie ma między nimi granicy, obrysu, który może być widoczny przy nie spłaszczeniu finalnego pliku okładki.

Jeśli korzystasz z Canvy, to przy pobieraniu pliku PDF masz do zaznaczenia checkbox “spłaszczanie”. Nie zapominaj o tym.

Więc białe linie widoczne w finalnym projekcie to po prostu poszczególne warstwy projektu, które na siebie nachodzą.

96. CMYK, a RGB - różnice?

Ogólnie rzecz biorąc płaszczyzna RGB służy do wyświetlania na ekranach elektronicznych, a CMYK do drukowania. Ale wszystkie pliki RGB muszą ostatecznie zostać przekonwertowane na CMYK, aby można je było wydrukować.

Co to jest RGB?

RGB (**Red**, **Green**, **Blue**) - czerwony, zielony, niebieski i jest płaszczyzną kolorów dla wszystkich ekranów .

Więc RGB to system kolorów, który wykorzystuje światło emitowane z ekranu. Czysta czerń - brak światła. Czysta biel - wszystkie 3 kolory są połączone z pełną intensywnością.

Co to jest jasność kolorów?

Każdy kolor ma poziom jasności od 0 do 255.

Więc istnieje 256 poziomów każdego z trzech kolorów (czerwonego, zielonego i niebieskiego), które można łączyć ze sobą w celu utworzenia innego koloru. Więc summa summarum mamy w płaszczyźnie RGB ponad 16 000 000 możliwych kolorów.

Na przykład wartość **RGB dla koloru czarnego**, to:

R: 0, G: 0, B: 0 - 0 %. światła czerwonego, 0 %. światła zielonego i 0 %. światła niebieskiego. Całkowity brak światła skutkuje czernią.

Aby stworzyć **kolor biały**, trzeba wprowadzić wartości:

R: 255, G: 255, B: 255 - jest to najwyższa możliwa wartość każdego koloru, co oznacza, że czerwone, zielone i niebieskie światła są w 100%. jasne co daje światło białe.

Jak działa RGB?

Ekran, na którym czytasz tego ebooka, składa się z setek pikseli. Te piksele łączą się, aby wyświetlać słowa i obrazy, które widzisz. Wszystko, co jest zaprojektowane na ekran powinno być zaprojektowane w trybie RGB (np. ebook). Ekrany wyświetlają obrazy z setkami pikseli. Każdy z tych pikseli, ma trzy subpiksele: światło czerwone, zielone i niebieskie. One świecą z różną intensywnością w zależności od koloru, jaki ostatecznie wyświetla piksel, aby uzyskać wynik na czarnym monitorze.

Co to jest CMYK?

CMYK jest również płaszczyzną kolorów, ale używany do drukowania. Tusze w drukarce mieszają się ze sobą tworząc paletę kolorów. Są one oparte na CMYK, w którym barwy podstawowe to cyjan, magenta i żółty.

W świecie druku, CMYK jest również znany jako „proces 4-kolorowy”. Ze względu na przezroczystość tuszy, pełna kombinacja C+M+Y nie jest wystarczająco ciemna. Czarny tusz jest używany dla czwartego koloru oznaczanego literą „K” (lub „BK”). CMYK wykorzystuje kolory subtraktywne, a nie addytywne.

Wartości CMYK są mierzone w procentach. Aby kolor CMYK był **biały**, należy wprowadzić do programu, w którym projektujesz wartości:

C: 100%, M: 100%, Y: 100%, K: 100% -w przeciwieństwie do RGB ustawienie CMY na 0 proc. i K na 100 proc., nie stworzy najciemniejszej możliwej czerni.

Aby stworzyć „**prawdziwą**” **czern**, należy wprowadzić następujące wartości:

C: 75%, M: 68%, Y: 67%, K: 90% - nazywa się to „głęboką czernią” lub „czernią Photoshopa” i jest znacznie bardziej czystą czernią, ponieważ pochłania najwięcej światła.

Jak działa CMYK?

Wykorzystuje półtony, czyli małe kropki, które tworzą złudzenie optyczne. Z bliska dobrze widać wzory takich półtonów. Wystarczy przyjrzeć się jakiemuś drukowanemu przedmiotowi (np. gazeta, czy książka). Dlatego CMYK może stworzyć mnóstwo kolorów wykorzystując jedynie 4 kolory bazowe.

97. Czy mój produkt muszę publikować na każdy rynek osobno?

Nie. Wystarczy raz. Każdy produkt opublikowany na KDP będzie dostępny na każdym z rynków, na jakim działa Amazon KDP. Niemniej to Ty oczywiście decydujesz który rynek będzie tym głównym / docelowym. Jak? Ano poprzez wybór języka, w jakim publikujesz.

Wiadomym jest, że jeśli tworzysz po polsku, to raczej nie dla Niemców i na odwrót. Niemcy szukają po niemiecku, Polacy po polsku, a Hiszpanie po hiszpańsku - zazwyczaj. **Ale ciężko jest sprzedać lód Eskimosom.**

Więc samym językiem definiujesz swoją grupę docelową. Oczywiście Polacy nie mieszkają tylko w Polsce. Nasza Polonia również będzie Twoją grupą docelową w USA, UK, czy DE, ale procentowo to będzie mniejszość. I raczej jako “dodatek / bonus” do sprzedaży głównej.

Niszy szukasz na konkretnym rynku i dla konkretnego rynku tworzysz produkt. Więc z góry zakładasz do kogo go kierujesz. Jeśli chcesz docierać do innych rynków tym samym produktem, to wystarczy, że go przetłumaczysz i opublikujesz ponownie wybierając stosowny język podczas publikacji. I mimo to, że będzie to ten sam produkt, to dla Amazona jest to nowa książka, z nowym numerem ASIN - osobny byt.

Oczywiście polecam to robić wyłącznie, jeśli zbadaleś niszę na rynku, na którym chcesz opublikować ten produkt. Nie ma sensu tłumaczyć produktu na 10 języków, jeśli nie wiemy, czy na danym rynku w ogóle jest na takowy zapotrzebowanie.

Więc dywersyfikacja owszem - jestem na tak! Ale jedynie wtedy, kiedy jest poparta badaniem rynku. Wtedy takie działanie ma sens i uzasadnienie. Znów - to nie jest loteria. Musisz świadomie podejmować pewne działania.

98. Czy moja książka może być w 2 formach jednocześnie?

Oczywiście. Możesz mieć jedną książkę w 3, a nawet w 4 formach, jeśli jest to książka “do czytania”. Twoja książka może być dostępna w:

- wersji papierowej z miękką okładką,
- wersji papierowej z twardą okładką,
- wersji elektronicznej jako ebook,
- wersji elektronicznej jako audiobook (z wykorzystaniem serwisu ACX).

I to wszystko może znajdować się jako pole wyboru na jednym listingu (czyli jednym ogłoszeniu Twojego produktu).

Aby tak się stało **musisz zachować pewien warunek**. Wszystkie te formy publikuje się osobno i mają one własne numery ASIN, ale trzeba zachować spójność metadanych.

Co to znaczy?

Tytuł, podtytuł, nazwa autora muszą być takie same w każdej wersji. Jeśli będą się różniły, wówczas Amazon potraktuje je jako

osobne produkty i nie będą one widoczne jako “kafelki” do wyboru na jednym listingu.

99. Dlaczego ludzie mają kupować kolorowanki na Amazonie, skoro mogą je wydrukować za darmo z internetu?

No właśnie! Coś tu jest nie tak... prawda? Tylko ostatni idiota kupuje kolorowankę za 10\$, jeśli może ją wydrukować.

Odpowiedzmy pytaniem na pytanie...

Dlaczego kupujemy masło w sklepie, skoro możemy je zrobić w domu?

Po co jemy w restauracji, skoro możemy gotować sami?

Czemu kupujemy wodę w butelkach, jeśli mamy ją w kranie?

Książki, które czytamy przecież są też często w formie znacznie tańszego od papierowej wersji ebooka , a jednak ludzie kupują papierowe, a nie drukują sobie ebooków na domowych drukarkach (przynajmniej ja takich osób nie znam).

Ludzie dziś coraz bardziej cenią sobie swój czas i coraz chętniej wolą wydać pieniądze, niż poświęcić czas.

100. Co to jest seria i jakie produkty mogą ją stanowić?

Seria jak sama nazwa wskazuje to **kilka produktów, które są ze sobą w jakiś sposób powiązane treścią.**

Czyli jeden produkt jest kontynuacją drugiego, jego uzupełnieniem etc.

Przykładem serii są książki o przygodach Harrego Pottera.

Przykładem jest trylogia Sienkiewicza. Przykładem są też podręczniki do nauki np. matematyki dla klas 1,2 i 3. To jest seria i tego rodzaju produkty można i warto w serię łączyć.

Jakich produktów nie możemy połączyć w serię?

Ogólnie pojętych low content, czyli zeszytów, notatników, dzienników oraz książek z domeny publicznej.

Jeśli masz pomysł na serię, to nie musisz mieć ukończonych wszystkich książek w tej serii, żeby taką stworzyć. Już pierwsza książka może być w serii. Każde kolejne będą do niej prostu dodawane i będą tę serię uzupełniały.

Serię mogą stanowić zarówno produkty drukowane z miękką i twardą oprawą oraz ebooki. Oczywiście jest pełna dowolność jeśli chodzi o dodawania i usuwanie produktów z serii - możesz to zrobić w każdym momencie.

101. Co to jest nisza?

Czyli pytanie, które doprowadza do szału każdego. A odpowiedź jest prozaiczna. **Nisza to produkty, których chce rynek**, na które jest zapotrzebowanie. Według słownikowej definicji *niszą jest jakaś część rynku (kawałek tortu), którego potrzeby nie zostały zaspokojone.*

Więc jeśli widzisz potrzebę rynku (popyt), a nie widzisz produktów, które je zaspokajają lub zaspokajają tylko po części, to znajdujesz tu miejsce na swój produkt. Przemyślany pod potrzeby rynku, spełniający tego rynku oczekiwania - i to jest właśnie nisza.

Niszy się nie wymyśla. Nisza jest podpowiedzią rynku odnośnie jego oczekiwań. Jeśli będziesz słuchać rynku, to będziesz otrzymywać gotowe pomysły na produkty. Kropka.

Przykład? Proszę bardzo.

Widzisz, że bardzo często krzyżówki są drukowane małą czcionką. Zdecydowana większość klientów na tego rodzaju produkty to osoby w średnim wieku lub starsze, których wzrok może nie być już sokoli. Czytasz opinie, komentarze pod tymi produktami i zauważasz, że faktycznie rozmiar czcionki jest częstą obiekcją.

Co robisz?

Tworzysz produkt LARGE PRINT, wyraźnie zaznaczasz to w opisie, pokazuje w A+ Content dokładnie jak wyglądają Twoje czcionki. I gwarantuje Ci, że zgarniasz tym samym dużą część tego krzyżówkowego rynku / tortu dla siebie, bo stworzyłeś produkt na ich potrzeby. Zniszowałeś się. Czyli znalazłeś lukę w niszy krzyżówek i ją uzupełniłeś. Proste? Niby tak.

Samo poszukiwanie niszy jest procesem często długim, trudnym i żmudnym. Ale warto, bo to jest Twoje 20%, które zgodnie z zasadą Pareto przyniesie Ci 80% rezultatów.

Możesz owszem publikować na oślep i liczyć na to, że trafisz z produktem w rynek. Ale takie działanie również zajmuje czas, skupiasz się na ilości, a nie na jakości, a w rezultacie Pareto Ci pokazuje, że tylko 20% tych produktów daje Ci 80% sprzedaży.

A często ten stosunek jest bliżej 5/95. Czyli tylko 5 produktów ze 100 sprzedaje się w miarę regularnie. Pozostałe 95 po prostu jest.

Jest niezauważalne. Tak jakby w ogóle nie istniały. A przypomnij sobie ile czasu i / lub pieniędzy poświęciłeś na ich stworzenie.

Publikacja na KDP tak jak każdy inny biznes to nie jest loteria.

Tu nie ma miejsce na uda się / nie uda się. To nie jest strzelnica.

Nie chodzi o publikacje byle czego i liczenie na “złoty strzał”. To się nie wydarzy. To jest podejście hazardzisty: *“Następnym produktem się odkuję”*.

Wiele osób podchodzi w ten właśnie sposób, ale jest to spowodowane tym, że nie czują ryzyka. Nie tracą nic (prócz zmarnowanego czasu) jeśli opublikują 100 produktów i one się nie będą sprzedawać. Nie tracą nic, bo KDP jest bezpłatne, publikacja jest bezpłatna, Canva jest bezpłatna, utrzymanie konta na KDP nic nie kosztuje. Więc nie czujesz na plecach presji.

Odwróćmy więc sytuację. Czy te osoby postępowałyby w ten sposób, gdyby za każdą publikację musiałyby zapłacić na przykład 100 zł? **Wątpię.**

Nie mówię, że jestem za takim rozwiązaniem, ale uważam, że wówczas nie byłoby problemu z zaśmiecaniem Amazona bezwartościowymi produktami robionymi na kolanie, na kacu w niedzielne popołudnie.

Na Amazon FBA nie ma tego problemu na przykład. Tam jeśli nie poświęcisz odpowiedniej ilości czasu na znalezienie i dogłębne przeanalizowanie niszy, to kosztuje Cię to często kilkanaście - kilkadziesiąt tysięcy złotych i zostajesz z towarem, którego nikt nie chce kupować, a za którego magazynowanie musisz płacić. Czułbyś presję? I to jaką!

Wiem, co mówię, bo mój pierwszy produkt na FBA był totalną klapą i **utopiłem prawie 30 000 zł** (pożyczonych z resztą). Więc nieszanowanie procesu szukania i analizy niszy jest nieszanowaniem siebie, swojego czasu i swoich pieniędzy. Powiedziałbym, że ciężkim, biznesowym grzechem. **Idź i nie grzesz więcej.** Z tym Cię zostawiam na pokutę :) Puk, puk, puk...

Przed stworzeniem produktu ZAWSZE zadaj sobie to jedno pytanie: *“Dlaczego ktoś miałby kupić właśnie mój produkt?”*. **Twoim zadaniem jest znalezienie jak najwięcej tych “dlaczego”** przed stworzeniem produktu. Musisz wiedzieć dokładnie czym będzie się wyróżniał, jaką wartość będzie dawał, w czym będzie lepszy od innych.

Pamiętaj!

Nie wchodź w nisze, w których musisz konkurować ceną, żeby sprzedawać. Uwierz mi - nie chcesz tego. To zawsze prowadzi do katastrofy. Szukaj nisz, w których możesz konkurować jakością.

Tam cena przestaje mieć znaczenie, a liczy się rozwiązanie czyjegoś problemu.

Nie wchodź też w nisze, w których nie ma konkurencji. Oho!

Kontrowersja wleciała...

Tak, napisałem to z pełną świadomością. Jeśli w niszy nie ma konkurencji, to na 99% nie ma tam pieniędzy (czyli nie ma zapotrzebowania na takie produkty; nikt ich nie szuka) i na 1% znalazłeś złotego graala (czego Ci serdecznie życzę). Niemniej zastanów się co będzie zdarzać się częściej.

Dużo lepiej jest mieć dla siebie mały kawałek wielkiego tortu niż wielki kawałek małego.

Zauważ, że jeśli jest konkurencja, która na dodatek się reklamuje w danej niszy, to o czymś to świadczy. No przecież nikt nie wywala pieniędzy w reklamę (zwłaszcza długofalowo), jeśli to nie przynosi korzyści (czyli jeśli się nie zwraca - przynajmniej!).

Poza tym jeśli jest konkurencja, to z marszu masz też feedback od rynku. Wiesz co podoba się klientom w tych produktach, a co nie. Musisz teraz to wyłapać, zanotować, zastosować.

Jeśli podejdziesz do tego rzetelnie, poważnie i na pytanie

“Dlaczego ktoś miałby kupić mój właśnie produkt?” odpowiesz z pewnością: *“Bo dałem im to, czego potrzebują”*, to **gwarantuje Ci**,

że będziesz sprzedawał nawet w najbardziej konkurencyjnych niszach.

Marcin Mudrak

Przebrnąłeś... Gratuluje!

Mam nadzieję, że uzbroiłem Cię w wiedzę, której potrzebowałeś i jeśli:

- a) działasz na Amazon KDP, to sporo kwestii spornych, zagadkowych, tajemniczych do tej pory zostało jednoznacznie wyjaśnione i doprecyzowane,
- b) zastanawiasz się, czy w to wejść, to udzieliłem Ci wystarczającej wiedzy i zachęciłem, by spróbować.

Dziękuję Ci za poświęcony czas. Zapewne powstanie jeszcze nie jeden taki ebook, bo zbieram kolejne pytania. Jeśli takowe masz i chciałbyś, żebym odpowiedzi na nie zawarł w kolejnej części - śmiało napisz do mnie na marcin@skutecznywsieci.pl . Będę wdzięczny również za słowa recenzji tego ebooka.

Acha - byłbym zapomniał!

Poniżej wysyłam linki do stron, które były wymieniane w treści tego ebooka.

Przydatne linki:

1. Biblioteka Narodowa (pobranie paczki ISBN):
<https://www.e-isbn.pl/IsbnWeb/>
2. Revolut (internetowe konto wielowalutowe):
<https://www.revolut.com/pl-PL/>
3. Kalkulator zysków:
https://kdp.amazon.com/en_US/royalty-calculator
4. Gdzie stworzyć stronę www: www.wix.com,
www.wordpress.org, www.canva.com
5. Kindle Direct Publishing (KDP): www.kdp.amazon.com
6. Sprawdzenia Trademarków:
<https://www.tmdn.org/tmview/#/tmview>
7. Freelancerzy: UpWork.com, Fiverr.com
8. ChatGPT: <https://chat.openai.com/>
9. Publikacja audiobooków: www.acx.com

Wszystkiego dobrego!

Marcin Mudrak

Kopiowanie, przetwarzanie, rozpowszechnianie tych materiałów w całości lub w części bez zgody autora jest zabronione.