

Autopublicar en Amazon aumenta la visibilidad de una empresa un 30%

El 55% de los lectores encuestados por IPSOS leen tanto en formato papel como digital, y el 78% no encuentra diferencia entre un libro autopublicado y uno publicado por una editorial: "Este cambio de paradigma abre la puerta al posicionamiento de marcas profesionales y personales al catálogo de títulos del lector español", ha analizado la fundadora de Triunfacontulibro.com

La COVID-19 ha supuesto una acelerada transformación digital en el ámbito de la empresa y un auge del comercio electrónico y, por ello, diferenciarse de la competencia ahora es mucho más difícil. Sin embargo, también los hábitos de lectura en la sociedad española están cambiando, aumentando hasta un 68,8% los lectores de libros en España y situando en el máximo histórico de 8 horas y 25 minutos semanales el tiempo de lectura. En este sentido, contar con un libro publicado y promocionado en Amazon como un superventas puede resultar un hecho diferencial para una empresa y aumentar su visibilidad, pues en la actualidad se promocionan en el gigante del e-commerce más de 9.000 pymes españolas.

“Publicar un libro te da sobre todo una cosa: credibilidad. Y si se mueve correctamente en las redes sociales pero sobre todo corporativas de una empresa como LinkedIn, y se promociona adecuadamente en Amazon, la visibilidad aumenta notablemente, en torno al 30%: dado que no todo el mundo es capaz de escribir un libro, tener uno publicado te diferencia de la competencia”, ha explicado Ana Nieto Churruca, CEO y fundadora de la plataforma Triunfacontulibro.com con la que ayuda a profesionales a escribir un libro con potencial de ventas en 60 días y promocionarlo en Amazon.

Respecto el tipo de libro que puede posicionarse como más vendido en Amazon, Nieto Churruca lo tiene claro: “Aquellos que resuelven un problema al lector, cubren una necesidad o muestran cómo alcanzar un beneficio. Es decir, libros prácticos para el día a día”, ha concretado.

Un caso de éxito

Sobre esto ha hablado Abel Marín, autor del libro ‘Protege tu Herencia’ y socio-abogado de uno de los principales bufetes del país, Marín & Mateo Abogados: “Me decidí a escribir el libro porque es algo que siempre había querido hacer, y elegí un tema muy recurrente en el bufete, las herencias”. En este sentido, lo que más ha ayudado al abogado es tener un guion y una estructura que seguir: “Porque sentarte delante de una hoja en blanco es el trauma de muchos autores, y el principal desafío”.

Por lo que respecta a la visibilidad, Marín ha explicado que el aumento de visibilidad y popularidad, sumados al crédito profesional que proporciona haber sido capaz de escribir y publicar un libro sobre una materia concreta, ha supuesto un doble efecto: “por un lado, aumentan los clientes que quieren ser atendidos por el autor del libro que han leído y, por otro, se generan sinergias profesionales”. “Ante el aumento de clientes, como el tiempo es finito, la única manera de gestionarlo es subiendo tarifas”, ha comentado, y ha matizado que espera que la facturación de su bufete aumente en torno al

20% desde la publicación de 'Protege tu Herencia'.

La digitalización y democratización de la lectura, en beneficio de esta estrategia

Los hábitos de lectura y de escritura en España están cambiando y esto es lo que demuestran los dos últimos estudios publicados: El Barómetro de Hábitos de Consumo del Ministerio de Cultura y Deporte, y el estudio de mercado efectuado por IPSOS, los cuales apuntan a una tendencia hacia la digitalización y la democratización de la lectura.

“El primer dato a destacar es que el 55% de los encuestados por IPSOS lee tanto en formato digital como en papel, lo cual apunta al perfil polivalente del lector”, ha indicado Nieto Churruca, apuntando que la incorporación a la lectura de las nuevas generaciones, más familiarizadas con el entorno digital, está fomentando el auge de este formato.

El segundo dato a remarcar es que el 78% de los lectores no encuentra diferencia entre las obras autopublicadas y las publicadas mediante una editorial: “Existe un cambio de paradigma, y es que el lector cada vez atiende más a recomendaciones de prescriptores, como podrían ser amigos o familiares, que no a las sugerencias marcadas por las editoriales en base al renombre de los autores, lo cual abre la puerta al posicionamiento de marcas personales y profesionales al catálogo de títulos del lector español”, ha indicado la CEO.

Royalties y algoritmos, los aliados en Amazon

Entre los principales motivos por los que Nieto Churruca aconseja autopublicar y promocionar una marca personal o profesional en Amazon, a parte de la visibilidad que ofrece la tienda de libros más grande del mundo, es el tema de los royalties: “Amazon paga más: ofrece hasta un 70% del porcentaje de venta, y el pago de éstos desde el segundo mes: si se publica con una editorial, puede pasar hasta un año”, ha explicado la empresaria.

El control de la obra respecto las ventas, el formato y el precio también puede resultar una estrategia para monetizar en Amazon, pues los autores pueden cambiar aspectos como la descripción, el subtítulo, la portada o la categoría de la publicación en base a las ventas: “La clave está en encontrar esa categoría con menor competencia y establecer una estrategia de precios que favorezca la venta, de manera que el algoritmo de Amazon nos beneficie”, ha analizado Nieto Churruca.

No obstante, la forma en que las editoriales buscan autores está cambiando y, ahora, es mucho más habitual que se fijen entre los best-sellers del gigante del e-commerce: “Esto da mucha capacidad de negociación al autor, pues es la editorial el que busca al autor y no al revés, con lo que podemos considerar Amazon como una estrategia donde potenciar tu marca a todos los niveles: personal y profesional”, ha concluido la fundadora de la plataforma.

Datos de contacto:

Ana Nieto Churruca, CEO y fundadora de Triunfacontulibro.com
667656269

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Literatura](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>