

Александр Мартаков



7 причин
начать писать
свою книгу

Александр Мартаков
7 причин начать
писать свою книгу
Серия «Пишем книгу», книга 1

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=68445820
SelfPub; 2023*

Аннотация

Каждый человек может поделиться опытом и рассказать интересные истории из своей жизни. А если говорить про эксперта, то это становится осознанной необходимостью. Можно вести соцсети и вещать в телеграм-канале, но книга была и остается отличным инструментом для прокачки личного бренда. В этой мини-книге мы с вами обсудим 7 причин начать писать свою книгу, которые актуальны для каждого эксперта. Согласны?!

Содержание

Предисловие	4
Глава 1. Переосмыслить события из своей жизни	7
Глава 2. Подтвердить свою экспертность	10
Глава 3. Прокачать личный бренд	13
Глава 4. Поделиться уникальным опытом	17
Глава 5. Почувствовать себя героем – «я смог»	20
Глава 6. Получить признание	23
Глава 7. Трудно держать в себе	26
Заключение	28
Об авторе	30
Как меня найти	33

Александр Мартаков

7 причин начать писать свою книгу

Предисловие

Рад вас приветствовать на страницах этой мини-книги, дорогие читатели!

На этот раз мы с вами поговорим о том, какие причины могут подтолкнуть вас принять сильное решение и начать писать свою книгу. Конечно, их гораздо больше, чем 7, но это тема отдельной полноценной книги, а не небольшой подборки коротких эссе.

О том, что такое эссе и кому оно надо мы поговорим на страницах мини-книги «[Эссе: первые шаги к своей книге](#)», с которой вы можете познакомиться на все том же Литресе. А сейчас у нас совсем другая, больше философская и мотивационная тема, но именно подготовка к первому выступлению на одном интересном нетворкинге с тематикой, связанной именно с книгами, а не маркетингом или консалтингом/наставничеством, заставила меня задуматься о том, почему я сам все-таки начал писать?..

Помню, как летом прошлого 2021 года, общаясь с ребя-

тами в саратовском офисе Лайк Центра (тогда он еще был), где я выступал в роли наставника-куратора, мы в шутку поспорили о том, успею я дописать книгу «[Анализ конкурентов](#)» за 1 или 1.5 месяца, уже точно не помню сроки, или нет. Ценой слова поставил «уход из саратовского Лайка с роли наставника-куратора». Книгу я даже не начал писать тогда, были другие, более важные задачи, да и из Лайка по ряду причин ушел (как-то не хотелось официально трудоустроиться там), но только с этой роли, продолжив общаться с ребятами. Как раз тогда мы с Николаем Голокозовым запустили бизнес-клуб «Бадди», о чем можно почитать более подробно в «[Истории клуба Бадди](#)».

Вернемся к нашим «баранам», т.е. книгам. Фактически, первую книгу я дописал в «новогодние каникулы», потом была написана парочка эссе для упрощения ее продвижения, а уже в феврале я занялся книгой «[Выбор ниши](#)»... но очень долго тянул с ней, дописывая основную часть уже летом, в июне-июле. Так уж получилось, ничего тут не поделаешь. И, кстати, уже упоминавшийся ранее нетворкинг «Путь Героя», который проводила прекрасная Ольга Белоус, был очень серьезным триггером для меня, чтобы вернуться к клавиатуре (а хотелось сказать «к перу и чернилам») и продолжить писать более активно.

Кстати, сейчас я придумал челлендж «30 за 30» сам для себя, чтобы существенно увеличить продуктивность в написании эссе и книг, скоро расскажу подробности в соцсетях и,

конечно, своем телеграм-канале. Ссылки в разделе «Об авторе» в конце этой мини-книги, присоединяйтесь и давайте дружить и развиваться вместе.

Ну а теперь перейдем непосредственно к тем 7 причинам, о которых я рассказывал в своем выступлении. А, вы в комментариях и отзывах напишите, что из них откликается именно вам, хорошо?!

Глава 1. Переосмыслить события из своей жизни

Почему именно этот пункт я указываю первым? Не подумайте, это далеко не основная причина, по которой стоит начинать писать книги. По большому счету, пока я всерьез не занялся написанием «Анализа конкурентов», даже и мыслей не было о том, что захочется что-то переосмыслить...

Тем не менее, структуру и, частично, текст этой книги я менял раза 3 точно за те полтора месяца (даже меньше), что работал над ней. Сначала все было проще и лаконичнее, могла бы получиться небольшая мини-книга, однако, этого было мало, хотелось хотя бы страниц на 100, по мнению «Литрес», конечно.

Пришлось начать вспоминать первый опыт аудита сайтов и соцсетей – одно из направлений, которым я занимался в прошлом. Это, конечно, не совсем анализ конкурентов, но часть данного интересного процесса. Однако, для «первых шагов» это было слишком сложно, как показали опросы и общение с клиентами и просто знакомыми предпринимателями, в т.ч. начинающими.

В то время я уже менее активно общался со студентами Лайк Центра, но вспоминая прошлый опыт понял: недостаточно рассказать только о том, что нужно узнать у конку-

ренгов-владельцев бизнеса, останется слишком много неясных вопросов. Именно поэтому материал получился очень простым и достаточно подробным, причем как по основной теме, так и по ряду сопутствующих, имеющих отношение непосредственно к подготовке и проведению встречи с конкурентами. За это меня «ругали» более опытные предприниматели, в отзывах можно увидеть некоторое количество негатива и недоумения, но для новичков это прям «маст хэв», настоящее руководство к действию.

Кто-то писал в отзывах, что самое интересное в этой книге – истории предпринимателей. Как вы, надеюсь, понимаете, у меня найдется не одна сотня историй, которые можно было бы рассказать «при случае». Так вот, для этой книги я целенаправленно подбирал и, в большинстве случаев, сам писал истории «со слов» ребят, а уже потом отправлял им текст «на согласование». И все ради нужных акцентов, а не только для того, чтобы развлечь или увеличить объем книги.

Еще больше я «покопался в себе», когда писал «Выбор ниши». В этой книге «красной нитью» идет моя история, а уже потом полезный контент и истории подруг и друзей предпринимателей (и не только), которые захотели поделиться, почему они выбрали ту или иную нишу для бизнеса, а кто-то – дело всей своей жизни.

Еще одно «переосмысление» было, когда мы с Николаем писали «Историю клуба Бадди». Анализ событий, решений и практики позволил понять, что имело бы смысл изменить,

что – улучшить, а что – поставить «на паузу», особенно с учетом текущей нестабильной ситуации. Хотя, именно сейчас большинству предпринимателей как никогда нужны поддержка и сильное окружение.

Даже сейчас, когда я пишу эти строки, понимаю, что за прошедший почти год, как я начал публиковаться на «Литрес», было сделано не так уж и много. И, если честно, очень многое можно было бы изменить. Но время не терпит сослагательного наклонения, поэтому вместо дальнейшей рефлексии или размышлений о «смысле жизни» лучше заняться активной работой над собой и новыми публикациями, которые многие из вас на самом деле ждут.

А если начать писать истории про попаданцев – художественную литературу, позволяющую творчески переосмысливать происходящее?! Я вот недавно начал писать [«Хроники Макса» во ВКонтакте](#), в рамках марафона от Кэпа и «Шторма». Скоро доберусь и до него, там можно будет дать себе больше «вольницы», чем в нонфикшн, согласны?!

Глава 2. Подтвердить свою экспертность

Собственно говоря, книга на тему анализа конкурентов изначально писалась для того, чтобы подтвердить свою экспертность в данном направлении без «танцев с бубнами» или диагностик, а просто предложив ознакомиться с материалами, сделать базовые вещи, попробовать познакомиться и пообщаться с конкурентами, получить о них и, желательно, от них определенную информацию о бизнесе, а уже потом переходить к консультации по этой тематике.

Однако, как показывает практика, большинство предпринимателей просто «забывает» на анализ конкурентов, делегирует эту задачу ассистенту или нанимает стороннего специалиста, в идеале – профильного маркетолога или компанию Кати Вороновой, например, которая специализируется в данной сфере. И тогда, если наняты профи, можно получить действительно качественную и полезную информацию, а также рекомендации по внедрению в жизнь и бизнес.

Честно говоря, у меня было всего 2-3 клиента, которые реально внедрили хотя бы 50% из данных им рекомендаций на горизонте 1-2 лет (из тех, у кого я интересовался данным вопросом). Многие просто заказывали услугу по требованию руководства, после чего отчет шел «на полку», а маркетолог

был доволен тем, что выполнил один из пунктов крі на текущий месяц.

Дико звучит?! Увы, это правда жизни. Когда владелец бизнеса или топ-менеджмент не понимают, что мир изменился и им нужно что-то делать, чтобы остаться хотя бы на прежнем уровне – «бежать из всех сил», как говорит Игорь Рызов, то комментарии излишни. Возможно, они бы «услышали» мэтров маркетинга, того же Игоря Манна, но платить за консультации топам большинство владельцев микро- и малого бизнеса просто не готовы. Да и не факт, что это поможет «услышать», а не просто «слушать».

Вернемся назад к теме – подтверждению экспертности. Естественно, что после выхода книги я начал более активно продавать консультации по анализу конкурентов, такое подтверждение вполне себе работало. Но до реализации одной из идей – наставничество или менторство по анализу конкурентов, т.е. изучение и обсуждение результатов в рамках серии консультаций, а не разового общения, так и не дошло.

Хотя сейчас я понимаю, что просто работал не с той целевой аудиторией, им это было не нужно. Да и на консультациях я давал более чем достаточно советов, идей и рекомендаций, не дозировал их «на следующий раз». С точки зрения бизнеса – это, конечно, ошибка. Но, тем не менее, это интересный опыт, которым я сейчас делюсь с вами, дорогие читатели, немного забегая вперед.

Дальше можно было развивать это же направление – па-

ру эссе я написал вскоре после завершения работы над книгой – или заняться чем-то другим. А, поскольку, опыт у меня не только в анализе конкурентов, но и массе других интересных направлений предпринимательства и маркетинга, то я просто решил пойти дальше. Конечно, подтверждая экспертность новыми публикациями. Так вышло еще 2 книги и 7 эссе и мини-книг, даже 1 художественный рассказ «затесался» в эту компашку. Маловато! Поэтому дальше будет больше, подпишитесь и наблюдайте, а лучше – читайте, анализируйте, тестируйте гипотезы, спорьте, применяйте и т.д. Только не «стойте на месте» – эпоха «застоя» закончилась с Леонидом Ильичем, сейчас явно не до этого. Согласны?!

Глава 3. Прокачать личный бренд

В современном мире без личного бренда никуда. Если, конечно, вы хотите стать признанным экспертом, крутым бизнесменом или публичной персоной. А, может быть, найдете себя в политической сфере, кто знает?!

Каждый студент с уверенностью скажет, что публикация статьи в солидном журнале, лучше всего из списка ВАК, даст солидный и жирный + не только к карме, но и к славе в научном сообществе. Для аспиранта речь идет уже о десятке статей, а лучше – монографии, а доктору наук и профессору без пары-тройки монографий просто не обойтись. Думаете, остальной мир чем-то отличается?!

Долгое время основную роль играли СМИ и рекомендации «ответственных товарищей», назовем это так. А потом появились социальные сети и... мир изменился, в очередной раз. Сегодня можно прокачать личный бренд фактически самостоятельно, если уделять этому процессу достаточно много сил, времени, энергии и различных ресурсов. Придется изучать нюансы работы соцсетей, заниматься съемкой, монтажом, составлением описаний и т.д., изучать конкурентов, составлять контент-план и график взаимных мероприятий, эфиров и даже репостов, всего и не упомнишь. Часть из «этого безобразия» я рассказывал в книге «[Взаимопиар в соцсетях](#)», но далеко не все, конечно, ведь мы были ограни-

чены заявленной темой.

Раньше встречали по одежке, а сейчас в первую очередь изучают соцсети на предмет... Да много чего, это тема для отдельного разговора, кстати, нужно будет написать эссе по этому вопросу. Поэтому будьте готовы, что перед согласием на встречу с вами собеседник (или его ассистент) изучат ваши соцсети, сделают определенные выводы и будут строить беседу учитывая и это тоже.

В какой-то мере может помочь решение «не вести соцсети вообще». Но такой суровый подход подойдет только государственным служащим, если они не хотят «отчитываться за каждый репост или лайк». А вот всем остальным, представителям частного бизнеса, экспертам и специалистам разного рода просто не обойтись без присутствия в различных «социалках». Как говорится, это «не только ценный мех», но и место для общения, поиска контактов, клиентов и партнеров. Так как обойтись без активного присутствия там, где ваша целевая аудитория?!

Мы еще будем много говорить о том, как прокачать личный бренд теми или иными способами, но за пределами данной мини-книжки. А здесь я хочу рассказать о том, как изменилось отношение ко мне после публикации 1-2-3 книг и далее. Это довольно любопытный опыт.

Сначала мне казалось, что книга по анализу конкурентов должна настолько «зайти» всем потенциальным предпринимателям и их знакомым (а таковых у меня в «зоне покры-

тия» не одна тысяча), что пару сотен, а то и тысяч продаж – дело пары месяцев. Но прошел почти год, а такого количества продаж нету. И это вполне логично, ведь в маркетинг и рекламу в контексте реализации книг усилия практически не направлялись, этот процесс только начинается.

В самом начале я просил подписаться на меня в «Литрес» друзей и знакомых, набирая первые 200 подписчиков. Это получилось сделать довольно легко. А вот покупать книгу практически никто из них не стал, т.к. это или «пройденный этап», или просто «не их тема», если говорить о друзьях и знакомых из найма.

Зато обо мне вспомнили и начали говорить, поздравлять не только ребята из текущего круга общения, но и одноклассники, однокурсники, бывшие коллеги, с которыми я много лет не общался. Очень интересный опыт, который рекомендую пережить каждому.

Самое интересное, что у некоторых людей интерес вызвала не столько сама тематика книги, сколько факт ее написания и издания – пусть и на платформе «Литрес.Самиздат», а не через какое-то издательство типа «МИФ» или «Альпина». Тем не менее, +100 к карме, славе и личному бренду получаешь сходу. А еще +200 дается, когда издаешь книгу любым тиражом, даже самым маленьким. Например, я напечатал всего 20 экземпляров, но внимание привлек, как будто их было 200.

Как только вы напишите и издадите книгу, жизнь поде-

лится на «до» и «после», поверьте. Это уже не просто соц-сети, где вы можете писать любые «простынки» текста, а серьезный след в истории. Можно в библиотеки разослать, например, подарить или продать какое-то количество экземпляров (я про бумажную версию, конечно), да и просто разыгрывать их среди клиентов и партнеров, подписчиков, знакомых и незнакомых людей.

Например, приходите на мероприятие, «засветили» книгу, а потом рраз и подарили кому-то из участников или организатору встречи. И получили неплохой охват и среди тех, кто был в офлайне, и в соцсетях, ведь обязательно найдутся те, кто расскажет об этом – причем совершенно за смешные деньги (если говорить только о стоимости печати подаренного экземпляра). Понимаете, о чем я?!

Глава 4. Поделиться уникальным опытом

У каждого из нас есть свой, прожитый, уникальный опыт. Его нет только у младенцев, а также тех, кто живет в «тепличных» условиях, просто ничего не делая. Да и тут будет опыт ничегонеделанья в режиме 24/7, тоже весьма интересный на практике. Но я не об этом.

Поскольку эта мини-книга в большей степени адресована предпринимателям и экспертам, то у них-то точно найдется, чем именно поделиться с широкой аудиторией, начиная с успехов и заканчивая факапами, что не менее интересно. Многие из вас ведут свои соцсети, где рассказывают самые разные истории. Эссе, мини-книга или полноценная книга позволят аккумулировать эти истории «в одном флаконе», вывести их подачу на новый уровень.

Посмотрите на ведущих игроков рынка. Очень многие из них уже написали книги, поделились историями успеха и неудач, рассказали о том, какой интересный путь был пройден за время развития их компаний, с какими людьми они столкнулись, какие вопросы решали в процессе. Это интересно, увлекательно, порой похоже на динамичный детектив, а то и триллер, у вас по-разному.

Если Вы уже начали консультировать по тем или иным во-

просам, связанным с экспертизой, то наверняка понимаете, о чем я сейчас говорю. Это офигенное ощущение, когда тебя начинают не просто слушать, но и слышать, а потом применять на практике и получать отличные результаты. Как только появляется первая «история успеха», даже просто «история теста гипотезы», пусть и не супер удачная, то можно с уверенностью говорить о том, что Вы повлияли на жизнь еще одного человека, причем в положительном ключе, ведь он перестал быть равнодушным.

Многие могут возразить: мы и так рассказываем много всего в соцсетях, зачем писать?! Во-первых, это несколько другая ЦА, ведь вашу публикацию могут увидеть те, кто никогда не видел Вас в соцсетях. Во-вторых, далеко не все будут читать серию постов в запрещенной соцсети или ВКонтакте, чтобы получше узнать о вас. Особенно «холодные» контакты. А если эссе или книга «зацепит», то Вы не просто «купите доверие», но и вызовете жгучий интерес: а что еще интересного рассказывает этот парень/девушка?

Например, у меня уже охвачены тематики: [анализ конкурентов](#), соцсети и личный бренд, [ассистент и делегирование](#), выбор ниши и т.д., а с этой мини-книги мы начинаем говорить о писательском мастерстве в направлении нон-фикшн. Про художественную литературу пока молчу, здесь опыт ограничивается 1 опубликованным рассказом «[Однажды в День У](#)» и 3-4 «заготовками» для романов, написанными в ВКонтакте за время участия в марафонах. Но все еще

вперед, в планах есть художка, причем самых ближайших – «Хроники Макса» скоро выйдут на суд широкого круга читателей.

Кстати, есть еще одно интересное направление – бизнес-роман, которое я также планирую освоить в самое ближайшее время. Кто хочет заняться этим вместе со мной – координаты для связи есть в конце книги, раздел «Об авторе».

Так что, друзья, Вы готовы начать делиться своим уникальным опытом не только в рилсах и сторис, но и через «Слово написанное». Помните, что «рукописи не горят»?!

Глава 5. Почувствовать себя героем – «я смог»

Страх – вот основная проблема, которая мешает начать практически любое дело. Поиск работы, знакомство с девушкой или парнем, новый маршрут для прогулки, даже новый ресторан – все это может вызывать страх. И если поиски чего-то нового могут увенчаться успехом, т.к. помимо страхов есть еще и любопытство, то с каким-то новым делом, да еще не имеющим прямого отношения к вашей основной деятельности, все гораздо сложнее.

Конечно, со страхом начать что-то делать можно бороться, это решаемый вопрос. Но это не единственная причина, по которой вы до сих пор еще не маститый писатель и автор серии бестселлеров. Ведь еще остается лень, а заодно с ней – отсутствие цели и расстановка приоритетов. Даже у меня не всегда высший приоритет относится к написанию каких-либо материалов, будь то мини-книга, эссе или полноценная книга, а ведь уже есть опыт и понимание, что и когда нужно делать. Что уж тут говорить о тех, кто только начинает, делает первые шаги на пути создания своего шедевра. Всегда найдутся более важные дела, чем сочинение очередной главы или эссе (сам вот сейчас подумывал пойти подремать вместо того, чтобы дописать, наконец, эту мини-книгу и от-

править ее на модерацию).

Конечно, не обойтись без «синдрома самозванца», ведь всегда найдется более крутой эксперт в том или ином деле, после которого «нечего больше сказать». Понятно, что это отговорки, но сколько я сам их слышал, пока писал первые 2 книги. А вот после 3-й уже как-то меньше стали говорить о том, что я – не профессор в ВШЭ, например, поэтому «нечего тут других учить». Тем не менее, консалтинг и наставничество никто не отменял, этими направлениями я занимаюсь, помогаю предпринимателям зарабатывать больше, так почему не «нести Слово» не только в формате живой встречи или видеоконференции, но и на страницах книги?!

Точно не помню, но я «тянул котэ за хвост» 3-4 месяца, пока не занялся написанием «Анализа конкурентов». Да и вторую книгу – «Выбор ниши» – начал перед самой СВО, 18 февраля 2022, а дописывал уже летом, в июне-июле. Дальше пошло легче, проще, быстрее, несмотря на серьезные перерывы и не особо динамичный формат работы в начале осени. Тем не менее, «я смог»! А это означает, что и вы сможете, нужно только принять осознанное решение, поставить цель со сроками и начать действовать, хотя бы лежать в нужном направлении (для начала).

Я помню это ощущение, когда не просто вел мастер-класс по анализу конкурентов в офлайне, но и презентовал свою книгу, пусть в электронном формате (сначала). Действительно чувствуешь себя героем, очень необычное ощущение. По-

том оно повторилось с новыми красками и эмоциями, когда пришел первый мини-тираж этой книги. Ах, этот запах бумаги и типографской краски...

Готовы к получению новых эмоций?! Тогда давайте писать книги, это будет интересно! Поверьте, я уже знаю, проверил на собственном опыте. Это действительно того стоит!

Глава 6. Получить признание

Знаете, друзья, отношение окружающих действительно меняется, когда начинаешь писать регулярно и публиковать те или иные работы. Когда я написал первую книгу – меня поздравляли многие ребята, как я уже говорил. И это было не только текущее окружение, но и самые разные люди, включая не очень знакомых и вообще незнакомых, но из числа «тусовки авторов Самиздата на Литрес», например.

Ощущение необычное, интересное, крайне приятное... но... Как только ты «тормозишь», т.е. не занимаешься плотно следующей книгой или мини-книгой, то про тебя начинают постепенно забывать. Возможно, дело в том, что это была книга из тематики нонфикшн, с определенным и довольно узким кругом потенциальной целевой аудитории. И это не говоря о том, что приходится «конкурировать» за внимание с огромным количеством бизнесовых и маркетинговых курсов и тренингов, на которых также говорят про анализ конкурентов.

Тем не менее, представление на различных мероприятиях, в чатах и т.д. сразу меняется: добавилось «писатель, автор книги...», даже когда она была всего одна, ну и парочка небольших эссе на ту же тему. И все равно люди относятся совершенно по-другому, с большим вниманием и уважением, как бы подчеркивается экспертность и повышается уро-

вень доверия. Даже если они не читали эту самую книгу, даже в глаза ее не видели. А уж те, кому она понравилась, начинают активно рекламировать, всячески подчеркивая полезность.

Когда мы готовились к «Пути Героя», организатор нетворкинга Ольга предложила мне сменить позиционирование с маркетинга и наставничества по бизнесу, а таких ребят сейчас немало, на наставника экспертов, которые хотят написать свою книгу, благо сам являюсь кейсом своего продукта. И, в принципе, это дало определенный отклик, но было лето, «включилась лень», причем не столько у меня, сколько у девушек, которые хотели поработать в этом направлении, но решили «полежать на пляже, головой в нужную сторону».

Сейчас, когда в копилке уже 3 книги и 9 мини-книг, эссе и рассказов (эта – 10-я), уверенности стало намного больше. Уже не стесняюсь называть себя «писатель» помимо всего прочего, даже какая-то вальяжность появилась в мыслях, когда пишу эти строки. Вот только «где там мой бестселлер»? Пора серьезно заняться продажами, много и громко говорить о себе в социальных сетях. Все-таки тематика нон-фикшн – это не «художка», здесь на одном любопытстве потенциальных читателей не так просто «выехать». Но я стараюсь, эксперимент продолжается. Да и про «художку» есть некоторые мысли и планы, будем посмотреть...

А вы готовы получить признание как автор интересней-

шей книги по коучингу, мастерству становления «изобильной женщиной», дизайну человека, эмоциональным продажам, секретам продаж на маркетплейсах или даже дизайну интерьера и подбору штор по фото?! Этот список можно продолжать очень долго, ниш и специализаций только у тех, кто интересовался возможностью поработать над книгой в моей мастер-группе, несколько десятков, а всего их сотни и тысячи. Так что, дорогие эксперты, займемся делом?!

Глава 7. Трудно держать в себе

Когда я заканчивал работу над книгой «Взаимопиар в соцсетях», то одним из экспериментов была площадка «Яндекс.Кью», эффективность которой для развития личного бренда эксперта вызывала у меня определенные вопросы. Помимо получения «шилдика эксперта», мне было интересно мнение других участников «стоит ли писать книги по маркетингу». Мнение большинства было о том, что это «удел гуру» и «все слишком быстро меняется», поэтому затея такая себе в плане эффективности. Это было одной из причин перехода в сторону эссе и мини-книг, ведь их быстрее прочитать тем, кто ищет ответ на конкретный вопрос, они же короче. А мне, как автору, проще и быстрее их написать, да и обновить, если что.

Основная идея этой главы, конечно, не в переходе к эссе и мини-книгам, как более востребованному формату в целях экономии времени. Один из экспертов, Андрей Калмыков, сказал буквально следующее: «если уже трудно что-то держать в себе – тоже можно книгу написать». А ведь так и есть, мне на самом деле трудно держать в себе, хочется донести те или иные идеи, мысли и опыт до потенциальных читателей, знакомых и не очень. Конечно, можно сделать это и в другом формате, но мне как-то больше импонирует «Слово написанное».

Чтобы не держать в себе, я начал писать серию про ассистента и делегирование, а потом перешел к текущей тематике – «пишем книгу», чтобы поделиться с вами мыслями и опытом относительно того, как и почему стоит принять сильное решение и начать писать хотя бы эссе, а потом мини-книгу и/или полноценную, «толстую» книгу. Не держите в себе, ведь вам наверняка есть чем поделиться с близкими и дальними. А книга позволит упростить задачи «знакомство» и «получение доверия» от тех, кто еще не является вашим клиентом, но вполне может захотеть. Да, это «игра вдолгую», хотя очень многое зависит от направления деятельности, вашей активности и других факторов, влияющих на раскрутку книги.

Кстати, по «дизайну человека» я – Генератор 2/4, поэтому «фонтан» идей «искрит» и переливается, просто так «не заткнешь». Да и зачем?! Если вы тоже буквально фонтанируете идеями, мыслями и переживаниями, которыми хотите поделиться с другими не только в соцсетях или телеграм-канале, то начинайте писать, это того стоит. А я могу помочь вам с этим, если захотите поработать в мастер-группе или индивидуально. Не одной же Катерине Уколовой дарить книги за подписку, не так ли?!

Заключение

Вот и все, друзья, мини-книга «7 причин начать писать свою книгу» подошла к концу. Надеюсь, что вам было интересно порассуждать вместе со мной на эту тему, причем с акцентом на формат нонфикшн. Здесь свои правила игры, нюансы и особенности, это далеко не художественная литература. Пока не знаю, что писать проще, т.к. с художкой нет большого опыта, он только нарабатывается, причем не в первом приоритете.

Хочу еще раз подчеркнуть – это 7 причин, которые были актуальны для меня самого. На самом деле их сотня, а, может быть, и больше. Исследование этой темы продолжается, более подробная книга, в которой будет рассмотрено намного большее их количество, есть в контент-плане, но не в самое ближайшее время. Пока ограничимся форматом эссе и коротких мини-книг, в рамках которых рассмотрим вполне конкретные вопросы.

Очень надеюсь на вашу обратную связь, дорогие читатели! Мне это действительно важно, поэтому пишите на «Литрес» в отзывах или в комментариях в телеграм-канале (чаще), соцсетях или в личку, как вам удобнее. С удовольствием пообщаюсь с вами на эту и другие темы, пишите.

Благодарю вас за внимание! И давайте продолжим, следующая мини-книга в этой серии – [«Эссе: первые шаги к своей](#)

[книге»](#). Обсудим?!

Об авторе

Давайте знакомиться!

Я, Александр Мартаков – предприниматель, бизнес-наставник, маркетолог, писатель. Окончил физический факультет СГУ в 2005 г. Работал в найме IT-специалистом (фактически системным администратором), потом специалистом по информационной безопасности, после чего решил сменить сферу деятельности, причем кардинально.

С 2011 года занимаюсь интернет-маркетингом и консалтингом, а именно:

- консультирую бизнес по составлению маркетинговых стратегий;
- консультирую бизнес по анализу конкурентов;
- наставник предпринимателей;
- наставник экспертов, которые хотят стать писателями;
- сооснователь бизнес-клуба «Бадди»;
- основатель «Клуба экспертов-писателей»;
- в 2022 г. выпустил свою первую книгу «Анализ конкурентов: первые шаги» (доступна на Литрес в электронном и аудиоформатах);
- в 2022 г. выпустил 2-ю книгу «Выбор ниши» (доступна на Литрес в электронном формате);
- в 2022 г. выпустил 3-ю книгу «Взаимопиар в соцсетях» (доступна на Литрес в электронном формате);

- в 2022 г. начал писать серию мини-книг «Ассистент», посвященную делегированию (доступны на Литрес в электронном формате);
- в 2022 г. выпустил мини-книгу «История клуба Бадди» (доступна на Литрес в электронном виде);
- в 2022 г. начал писать серию мини-книг и эссе «Пишем книгу», первую из них вы сейчас читаете (доступны на Литрес в электронном виде).

Важными этапами в моей карьере были:

- создание сайтов;
- SEO-продвижение;
- настройка контекстной рекламы;
- развитие YouTube-каналов для бизнеса;
- исследование различных каналов трафика;
- вывод офлайн бизнеса в онлайн, региональных производителей на международный рынок;
- кураторство в быстроразвивающемся образовательном центре;
- создание бизнес-клуба **БАДДИ** (с партнером Николаем Голокозовым), в рамках которого мы показываем через свой опыт, как **делать хороший бизнес** (ДХБ);
- завершение первой книги «Анализ конкурентов: первые шаги»;
- запуск проекта «Бадди Гарден» – «детского сада» для начинающих предпринимателей, только запускающих свой бизнес или делающих первые шаги на этом интересном пути;

– запуск проекта «Клуб экспертов-писателей» – для экспертов, которые готовы и хотят написать свою первую книгу, поделиться опытом и найти новых читателей, поклонников, клиентов и друзей;

– разработка и запуск первой бизнес-игры «Восточный базар», прокачивающей навыки коммуникации и умение торговаться.

В моей копилке наставника, помимо прочего, 5 кейсов предпринимателей с выходом на доход $\times 2$ (и более) или 100К + с 0.

Считаю, что каждый эксперт должен написать свою книгу, чтобы:

- она стала бестселлером;
- оставить след в истории;
- прокачать личный бренд;
- структурировать мысли;
- и т.д.

Как меня найти

Литрес: <https://www.litres.ru/aleksandr-martakov/> – советую подписаться на новинки, будет много интересного.

Канал в Телеграм: <https://t.me/marketingandbooks>

ВКонтакте: <https://vk.com/martakovas>

Tenchat: <https://tenchat.ru/martakovas>

Книжный Клуб: <https://vk.com/masbooksclub> – площадка для общения по тематике книг, жду там всех читателей.

Деятельность в Лайк Центре (для тех, кто в теме)

Участник курса «Скорость-12» (зам. лидера) – август-октябрь 2020 г.;

Связной/куратор/старший куратор (с С13 по С21);

Хранитель в наставничестве (с С13 по С21);

Мастер МсА (с декабря 2020 года);

Мастер на Марафоне Инвестиций (1 и 3 потоки);

Мастер Сообщества (с апреля 2021 г.);

Мастер «Миллиарда с Аязом» (со старта проекта в 2021 г.);

Лидер «Концентрата 9», топ-лидер и зам. капитана на КЦ 10, капитан КЦ 11;

Администратор лидерства на КЦ 44-50.

В оформлении обложки использовано изображение с сайта <https://pixabay.com/> по лицензии CC0.