

Draaiboek 4boeken

De formules van 4boeken	<ul style="list-style-type: none"> Het gaat om lokale auteurs. Daaronder verstaan we auteurs die in de betreffende plaats wonen of er geboren zijn of er hebben, en auteurs van boeken die over deze plaats gaan of zich afspelen in deze plaats. Naast auteurs die schrijven zijn ook makers van boeken met beelden (fotografie, kunst, stripverhalen etc.) welkom, evenals andere schrijvers zoals schrijvers van scenario's, songteksten, ghostwriters en vertalers. De uitgangspunten zijn: 'ieder verhaal verdient het om verteld te worden' en 'ieder boek is een goed boek in de handen van de juiste lezer'. We beoordelen of selecteren niet op (literaire) kwaliteit en laten alle auteurs in hun waarde. De onderdelen van het programma staan vast. Het feestelijke karakter staat vast, dus tickets inclusief verwennerij. Dat er tickets worden verkocht staat vast: niet alleen omdat het voor inkomsten zorgt, maar ook omdat je dan van tevoren in kunt schatten of er belangstelling is en of het evenement door kan gaan, en om bezoekers te trekken die werkelijk geïnteresseerd zijn en die ook echt komen als ze zich aanmelden. Bij gratis evenementen is het aandeel van mensen die niet op komen dagen veel groter.
Team samenstellen	<p>Stel een team samen met enkele mensen die gelijk gemotiveerd zijn en die intrinsieke motivatie hebben om iets te betekenen voor auteurs, boeken en lezers</p> <p>Zoek teamleden met groot lokaal netwerk en ervaring in organiseren</p> <p>Maak de groep niet te groot zodat beslissingen snel genomen kunnen worden</p> <p>Bepaal wie wat doet en geef de teamleden vrijheid in handelen op hun terrein</p> <p>Het is handig om een appgroepje te maken om dingen snel te kunnen kortsluiten.</p> <p>Overleg iedere 1 á 2 weken, zeker de eerste keer en in de ca. anderhalve maand voordat het evenement plaatsvindt.</p>
Online plek inrichten	<p>Richt een site of een andere online plek in als basis voor je communicatie.</p> <p>Hier plaats je nieuwe info als eerste en bouw je een historie op.</p> <p>De site 4boeken.nl biedt plaats aan alle 4boeken evenementen in Nederland.</p>
Social media inrichten	<p>Bepaal welke social media je wil inzetten voor het lokale 4boeken evenement.</p> <p>Op welke plaatsen tref je lezers en auteurs?</p> <p>Kies één hoofdkanaal. Eventueel kun je meerdere kanalen inzetten, en/of afspraken maken met al bestaande accounts om de berichten te delen.</p>
Maillijst nieuwsbrief inrichten	<p>Richt een eigen maillijst in voor je lokale 4boeken evenement, om belangstellenden te verzamelen en ook in de toekomst te informeren over de evenementen.</p> <p>Gebruik een online tool voor nieuwsbrieven zoals als MailChimp of Laposta om de adressen te verzamelen en de nieuwsbrieven te verzenden; daarmee voldoe je ook aan de AVG.</p>
Lokale auteurs inventariseren	<p>Bedenk een actie om namen van lokale auteurs te verzamelen. Stel de vraag bijvoorbeeld op Facebook en mobiliseer andere lokale boek-minnende partijen om namen te verzamelen. Op 4boeken.nl kunnen alle plaatsen een eigen lijst publiceren.</p>
Datum bepalen	<p>Stel de datum vast.</p>
Locatie reserveren	<p>Selecteer een locatie.</p> <p>Houd rekening met het aantal bezoekers. Met 12 auteurs in het programma die allemaal ca 3 bezoekers trekken, heb je ruimte nodig voor minstens 40-50 personen. Met goede marketing kunnen het er snel 70-90 worden of meer.</p>
Ticketsysteem inrichten	<p>Maak gebruik van de webshop van een van de teamleden of partners of van een tool zoals Eventbrite, zodat bezoekers online kunnen reserveren en betalen.</p> <p>Bepaal of je kaartverkoop aan de zaal ook toestaat en hoe je dat regelt: alleen contant of ook pinnen? Kun je gebruik maken van faciliteiten (wisselgeld, pinapparaat) van een van de teamleden of partners?</p>
Begroting maken	<p>Maak een begroting. Je kunt onze cijfers als basis gebruiken.</p> <p>4boeken is een evenement met culturele waarde, dat op zichzelf niet snel winstgevend zal zijn. Maak zo veel mogelijk gebruik van vrijwilligers, ticketverkoop, sponsoring, subsidie en bijdragen in natura.</p>
Partners benaderen	<p>Benader partijen die ook met boeken en auteurs te maken hebben met de vraag of ze partner willen worden. In ruil daarvoor kondigen ze het evenement ook aan via de eigen kanalen. Denk aan boekhandel, bibliotheek, dichtersgenootschap, schrijfcoach, schrijopleiding, uitgeverij, drukkerij, presentatiecoach.</p>
Drukwerk maken	<p>Bepaal of je drukwerk in wil zetten zoals flyers, posters en visitekaartjes.</p> <p>Zorg voor tekst en ontwerp.</p> <p>Vraag offertes aan voor het drukwerk of zoek sponsoring door een lokale partij.</p>

<p>Auteurs benaderen presentaties</p>	<p>Benader vier heel verschillende auteurs en boeken voor de vier presentaties. De variatie zorgt voor een aantrekkelijk programma, diversiteit en inclusie. Denk bijvoorbeeld aan: voor volwassenen en kinderen, leeftijd van de auteur, recent verschenen of al wat langer geleden, bekend en onbekend, fictie en non-fictie, beeld en tekst.</p> <p>Zorg ook voor variatie in de vorm van de presentaties: met en zonder PowerPoint, voorlezen, vertellen of Q&A met de lezers, geïnterviewd worden door bv een deskundige of een andere auteur, een opdracht waarbij het publiek iets moet doen.</p>
<p>Auteurs uitnodigen voor pitches</p>	<p>Open de inschrijving voor de boekenpitches. Auteurs kunnen zichzelf aanmelden voor een pitch, de toekenning van de plaatsen geschiedt op volgorde van aanmelden. Je kunt natuurlijk ook auteurs gericht vragen om te komen pitchen. De pitchende auteurs moeten wel een entreekaart kopen.</p>
<p>Artiest optreden benaderen</p>	<p>Benader iemand die een kort optreden kan verzorgen (podiumkunst) als verrassing in het programma. Denk aan een lokale acteur, muziekgroep, spoken word artiest, singer-songwriter, improvisatietheater, cabaret, stand-up comedy. Fijn als er een link is met de inhoud van het programma.</p>
<p>Benodigde materialen inventariseren</p>	<p>Tafels, voor ontvangst / registratie, voor catering en verkoop van boeken door alle deelnemende lokale auteurs: gewone tafels en statafels.</p> <p>Stoelen voor het publiek.</p> <p>Toiletten.</p> <p>Feestelijke versiering in thema 'boeken'</p> <p>Geluidsinstallatie</p> <p>Beamer, laptop</p> <p>Fotografie, video</p> <p>Podium</p> <p>Verlichting</p> <p>Bewegwijzering</p>
<p>Datum bepalen volgende editie</p>	<p>Zorg dat deze datum bekend is op het moment dat de huidige editie plaatsvindt. Zo kun je aanwezig al attenderen op en warm maken voor de eerstvolgende bijeenkomst. Ook mensen die nu helaas niet kunnen, kun je meteen doorverwijzen naar de volgende keer.</p>
<p>Catering invullen</p>	<p>Schakel je een cateraar in of doe je dingen zelf?</p> <p>Stel een feestelijk aanbod samen. Iets lekkers bij de koffie, hapjes bij de borrel.</p> <p>Zelf verkopen we tickets inclusief koffie/thee/sapje en hapjes. Duurdere drankjes zoals frisdrank, bier en alcoholisch moeten wel zelf worden afgerekend.</p>
<p>Perslijst maken</p>	<p>Breng alle lokale en regionale media in kaart, zowel de kranten die gedrukt worden (print) zoals huis-aan-huis advertentieweekbladen als online nieuwsvoorzieningen ('in de buurt'). Sommige redacties kun je mailen, bij andere media moet je een online formulier invullen.</p>
<p>Aansluiting bij bestaande initiatieven</p>	<p>Breng (andere) verbindende lokale initiatieven in kaart en kijk waar combinaties mogelijk zijn. Bijvoorbeeld een platform voor <i>local community building</i> of een site waar lokale culturele initiatieven worden gepresenteerd.</p>
<p>Plan de publiciteit en acties</p>	<p>Het is verstandig om ruim op tijd te beginnen aan het allereerste evenement, bijvoorbeeld drie maanden van tevoren. Vanaf acht weken voor het evenement zal er wat intensiever gewerkt, gepubliceerd en overlegd (eens per 1 á 2 weken) moeten worden.</p> <p>Globale planning:</p> <p>8 weken tevoren: Eerste ronde publiciteit, start kaartverkoop</p> <p>4 weken tevoren: Tweede ronde publiciteit, locatie bezoeken</p> <p>1 week van tevoren: Last minute aankondigingen</p> <p>week 0: Evenement vindt plaats, geniet ervan!</p> <p>1 week erna: Feedback van de auteurs, terugblik via social media & nieuwsbrief</p> <p>2 weken erna: Evalueren met team</p> <p>3 weken erna: Start organisatie volgende editie</p>