



Elsevier Buchmarketing & Vertrieb

Erfolgreiche Bücher sind im Gespräch. Und Bücher, über die man spricht, sind erfolgreich. Dieser Prämisse folgend, ist es wichtig, dass wir gemeinsam für eine virale Verbreitung sorgen.

Im Folgenden finden Sie diese Themen:

[Die Marke Elsevier](#)

[Das leistet Elsevier im Handel / auf Kongressen für Ihr Buch](#)

[Das leistet Elsevier im direkten Kundenkontakt für Ihr Buch](#)

[Sie möchten selbst aktiv die Werbetrommel rühren?](#)

[Sie möchten Ihr Buch selbst aktiv verkaufen?](#)

Die Marke Elsevier

Elsevier ist das weltweit größte Unternehmen für Wissenschafts- und Gesundheitsinformationen und steht seit über zwei Jahrhunderten im Dienst der globalen Forschungsgemeinschaft. Wir beliefern weltweit akademische und staatliche Einrichtungen, die weltweit führenden forschungs- und entwicklungsintensiven Unternehmen sowie Gesundheitseinrichtungen in über 180 Ländern und Regionen.

Wir begleiten Studierende und Auszubildende in den Gebieten Medizin, Pflege, Gesundheitsfachberufe, Heilpraktikerausbildung und Rettungsdienst – vom ersten Ausbildungstag bis hin zur Praxis. Wir verstehen uns als verlässlicher Partner – egal, ob es um gedruckte Bücher oder eines unsere verschiedenen Online-Plattformen geht.

Elsevier ist gut vernetzt. Im DACH-Raum stehen wir in ständigem Kontakt zu Dozierenden, Bibliothekarinnen und Bibliothekare, Fachschaften der Medizin, Student-Ambassadors, (die vor Ort die eine oder andere Aufgabe für uns übernehmen), Pflege-, Physio-, Rettungsdienst- und Heilpraktikerschulen.



Neben unseren Büchern und E-Books bietet Elsevier auch eine Vielzahl elektronischer Lösungen an. Beispiele dafür sind:

ClinicalKey Student / ClinicalKey Student für die Pflegeausbildung: das sind interaktive Lernplattformen, die Zugriff auf alle relevanten Lehrbücher für das Medizinstudium/die Pflegeausbildung beinhalten. Für Studierende und Auszubildende zum Lernen, für Dozierende und Lehrerinnen und Lehrer zum Vorbereiten ihres Unterrichts.

ClinicalKey: liefert schnell valide Antworten auf klinische Fragen und bietet Zugriff auf Originalliteratur im Volltext auf Englisch und auf Deutsch, auf Leitlinien, Videos, Abbildungen, usw. in mehr als 40 Fachrichtungen.

Facharztwissen in ClinicalKey: kombiniert maßgeschneiderte Inhalte für die Facharztweiterbildung mit einer individualisierbaren Lernplattform und unterstützt Assistenzärztinnen und -ärzte so in ihrer Weiterbildung und bei ihrer Vorbereitung auf die Facharztprüfung.

Mehr über die digitalen Lösungen von Elsevier finden Sie auch auf: <https://www.elsevier.com/de-de/health>



Das leistet Elsevier im Handel / auf Kongressen für Ihr Buch

Zu Beginn möchten wir Ihnen gern zeigen, was Elsevier durch die Kolleginnen und Kollegen aus dem Vertrieb und dem Marketing alles unternimmt, um Ihr Buch im Handel und auf Kongressen zu präsentieren und zu vermarkten.

Sichtbarkeit im Handel

Unser Vertriebsteam betreut aktiv mehr als 1.000 Handelskunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Unsere Handelspartner sind dabei vor allem der stationäre Buchhandel, der Versand- und der Online-Buchhandel, aber auch Industriefirmen wie z.B. Anbieter von Medizinzubehör oder Schulen. Dabei sorgen wir in persönlichen Gesprächen für eine bestmögliche Platzierung der Bücher im Handel und eine möglichst hohe Präsenz in deren Marketingmaterialien.

Weil Buchhändlerinnen und Buchhändler vorrangig Neuerscheinungen bewerben, präsentieren unsere Kundenbetreuerinnen und -betreuer die neuen Buchtitel regelmäßig vor Ort.



Handelsmarketing (Stationärer und Versand-Buchhandel)

Die Kolleginnen und Kollegen aus dem Verkaufsteam werden durch unser Marketingteam mit Materialien für unsere Vertriebspartner unterstützt:

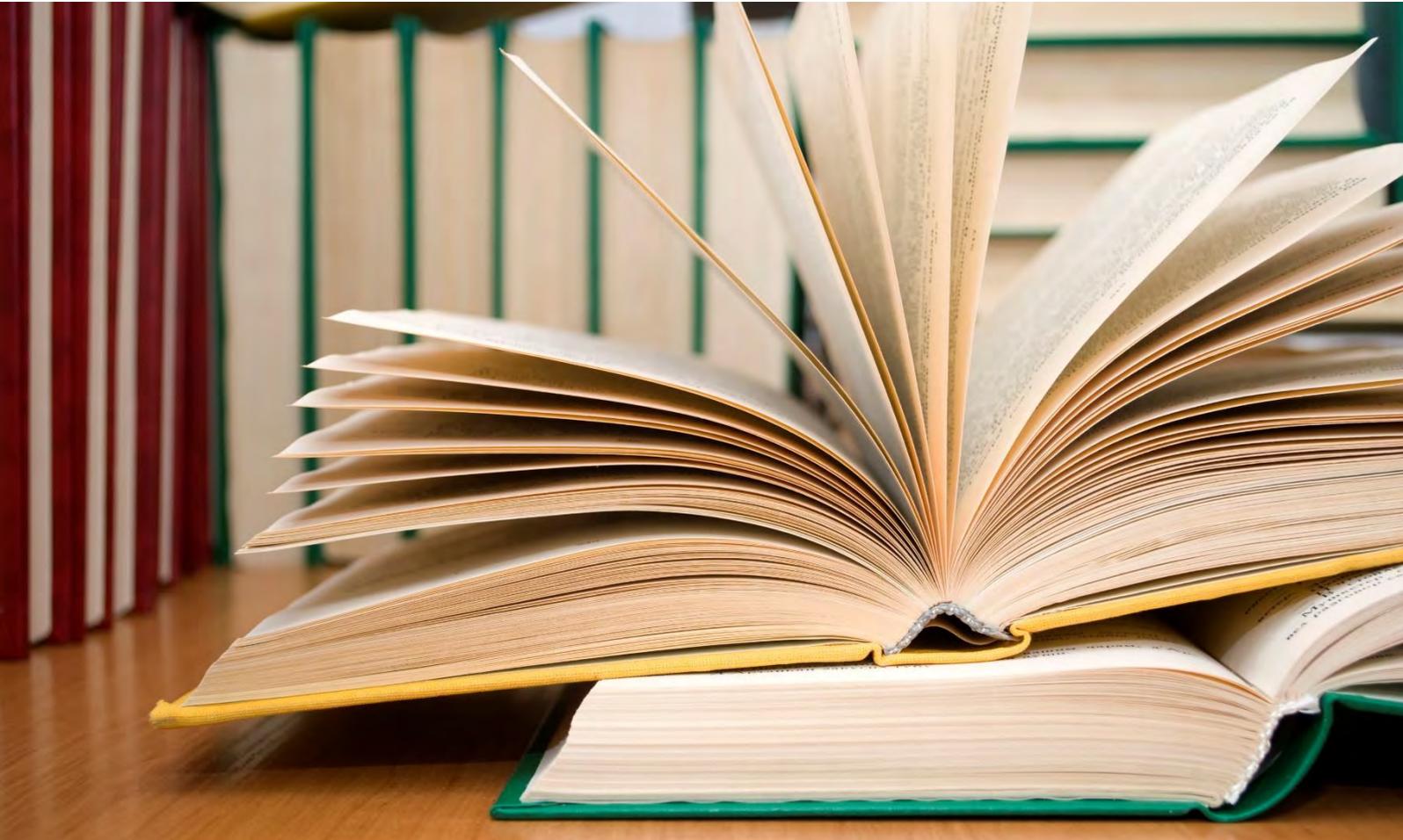
- Ankündigung neuer Bücher in unserem monatlichen Vertriebs-Newsletter an die breite Buchhandelslandschaft.
- Darstellung aller neuen Titel in Wort und Bild in der gedruckten und digitalen Quartalsvorschau „Novus“. (Auflage von mehreren 1.000 Ex.).
- Weitergabe aller relevanten Informationen zu einem Buch an die sogenannten Barsortimente (Buchgroßhändler) und an alle Buchhandlungen über die Buchhandels-Plattform „Verzeichnis lieferbarer Bücher (VLB-tix).

Mailingaktionen unserer Buchhändler*innen

Der Buchhandel verschickt jedes Jahr zahlreiche E- und Print-Mailings zu unterschiedlichen Themen an seine Kunden. So ist sichergestellt, dass auch über diesen Kanal auf Neuerscheinungen aufmerksam gemacht wird und die Kundinnen und Kunden direkt bestellen können. Elsevier unterstützt den Buchhandel mit den entsprechenden Informationen und Materialien.

Bibliotheken

Unsere Kundenbetreuer und Kundenbetreuerinnen präsentieren das Elsevier-Produktportfolio nicht nur im Handel, sondern auch in ausgewählten Bibliotheken aus Forschung und Lehre.



Das leistet Elsevier im direkten Kundenkontakt für Ihr Buch

Elsevier macht Ihr Buch über verschiedene Kanäle auch direkt bei den Kundinnen und Kunden bekannt und vertreibt es über den Elsevier Webshop.

Direkt-Vertrieb

In unserem **Elsevier-Webshop** shop.elsevier.de kann sich jeder eine Übersicht über unser einzelnen Programmbereiche verschaffen und die Bücher direkt und (innerhalb Deutschlands) ohne Versandkosten kaufen.

- **Produktseite** für jeden lieferbaren Titel mit allen relevanten Informationen rund ums Buch.
- Zu ausgewählten Titeln gibt manuell erstellte **Leseproben**, die auf der Produktseite des Buches erscheinen und auch dem Buchhandel für deren eigenen Websites zur Verfügung gestellt werden.
- Zu einzelnen Titeln erstellen wir auch kurze Produktvideos. Sie schicken wir dem Buchhandel zum Einbinden in deren Website und platzieren sie auf unserer Webshop-Seite.
- **Themen-Werbebanner** auf shop.elsevier.de oder bei anderen Internetseiten mit Link zu ausgewählten Büchern oder Produktportfolios.

Direkt-Marketing

Bei der direkten Ansprache der Kundinnen und Kunden gehen wir unterschiedlichen Wege:

- **Monatliche Mailings**, um neue Titel anzukündigen und auf Neuerscheinungen hinzuweisen
- **Themen-Newsletter** für die einzelnen Zielgruppen (z.T. Versandmengen von bis zu 20.000 Adressaten)



- **Versand von Rezensionsexemplaren** an relevante Fachmedien/ Redaktionen und von Belegexemplaren an die Deutsche Nationalbibliothek (DNB).
- Regelmäßige Social-Media-Aktionen via **Instagram/ Facebook** für die Bereiche Medizinstudium und Pflegeausbildung inklusive Vorstellung für die meisten Neuerscheinungen.
- Social-Media-Aktionen (Instagram / Facebook) für Medizin und Gesundheitsfachberufe sind im Aufbau
- Je nach Thema, Buchtitel und Zielgruppe nach Möglichkeit Platzierung eines Buchtitels in **Werbebeilagen z. B.** der Deutschen Medizinischen Wochenzeitschrift oder in E-Mail- und Post-Mailings unserer Buchhandelspartner.



Präsenz auf Kongressen

Auf großen Kongressen wie z.B. dem Deutschen Pflergetag, dem Kongress der Deutschen Gesellschaft für Innere Medizin (DGIM) oder dem Kongress der Deutschen Gesellschaft für Psychiatrie und Psychotherapie, Psychosomatik und Nervenheilkunde (DGPPN) sind wir mit einem **eigenen Stand** vertreten.

Auf vielen weiteren nationalen und internationalen Kongressen werden unsere Bücher durch **Kongress-Buchhändler*innen** präsentiert. Elsevier unterstützt hier ausgewählte Händlerinnen und Händler finanziell und sorgt durch Produktempfehlungslisten dafür, dass alle relevanten Titel für die Zielgruppe sichtbar sind und direkt vor Ort gekauft werden können.

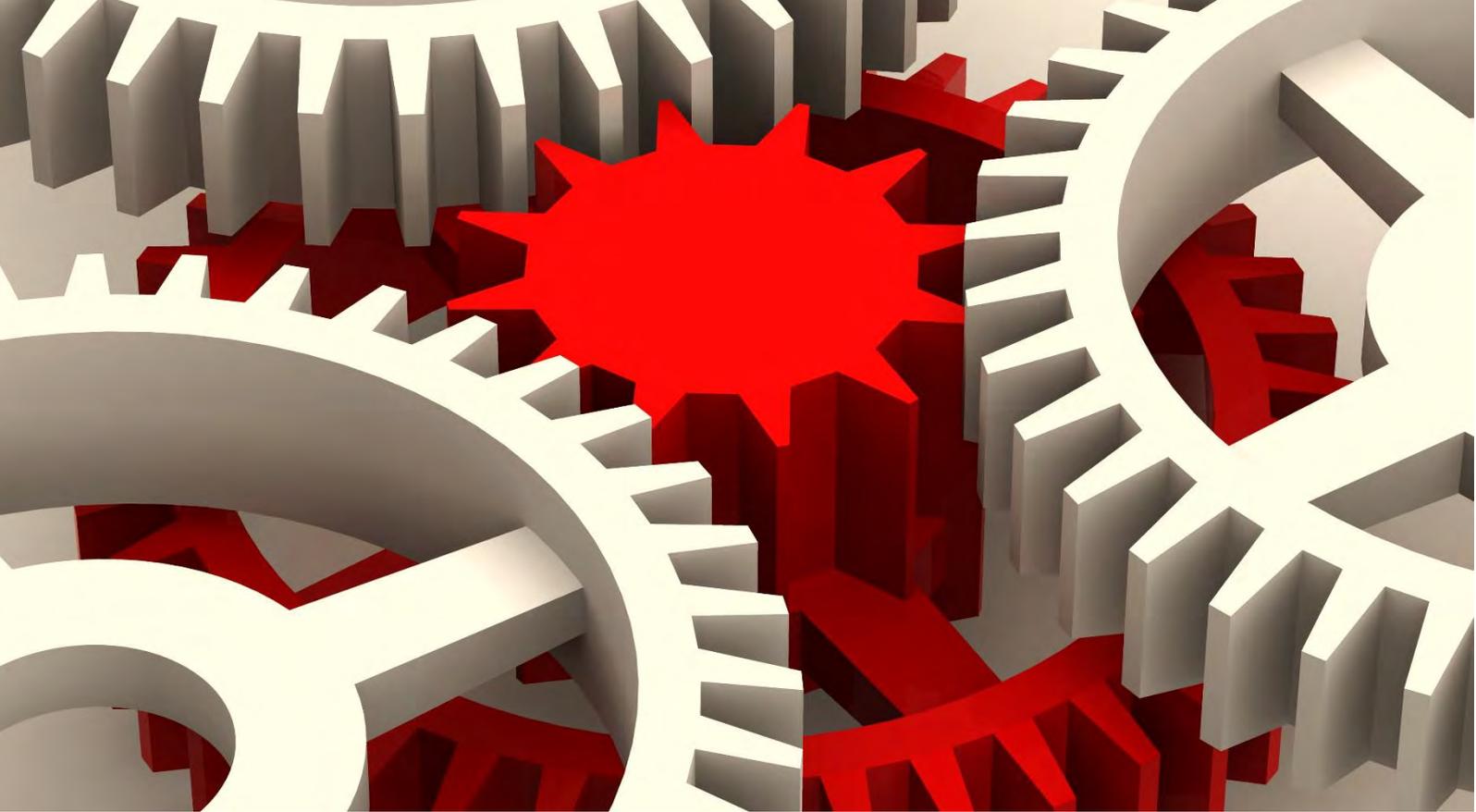
Zur Auslage auf Kongressen, Messen und anderen Veranstaltungen produzieren wir **Produktflyer** und **Broschüren**. Je nach Titel und Möglichkeiten stellen wir auch Plakate oder Gewinnspiel-Flyer zur Verfügung.



Dozentenmarketing

Lehrenden bietet Elsevier die Möglichkeit, Lehrbücher für die Pflege-, Heilpraktiker*innen- und Physiotherapie-Ausbildung und das Medizinstudium als Prüfexemplare zu bestellen. So haben sie die Gelegenheit zu prüfen, ob sich ein Buch zum Einsatz in Ihrem Unterricht bzw. Ihrer Vorlesung eignet. Die Lehrenden können ein digitales Prüfexemplar über unser Inspection-Copy-Tool anfordern.

Darüber hinaus stellen unsere ASM (Academic Success Manager) unsere Bücher und Online-Produkte an Medizinischen Universitäten und Pflegeschulen vor.



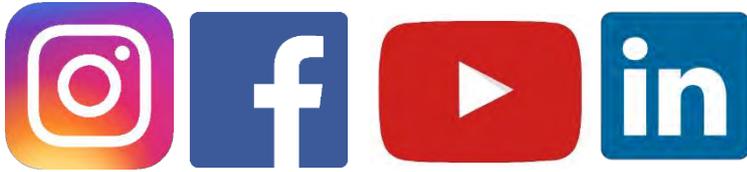
Suchmaschinen-Marketing

Die Auffindbarkeit Ihres Titels über Suchmaschinen hängt von vielen Faktoren ab. Um hier auf möglichst gute Ergebnisse zu kommen, setzt Elsevier unterschiedliche Methoden ein:

- **SEO** – Search Engine Optimization: Mithilfe der Suchmaschinenoptimierung verbessern wir die Auffindbarkeit Ihres Buches sowohl bei den klassischen Suchmaschinen (Google, Yahoo etc.) als auch bei vielen Produktsuchmaschinen (Amazon, Bibliotheken etc.). Hierfür optimieren wir z.B. unsere Website aus technischer Sicht oder sorgen für suchmaschinen-relevante Inhalte oder Schlagworte, die direkt mit Ihrem Buch verknüpft werden.
- **SEA** – Search Engine Advertising: Neben der Suchmaschinenoptimierung für kostenlose Ergebnisse in Suchmaschinen bewerben wir einzelne Titel auch aktiv über Google AdWords. Hierfür nutzen wir nicht nur Textanzeigen, sondern auch Product Listing Ads/Produktanzeigen (Google Shopping). So wurden im vergangenen Jahr hunderttausende Nutzer erreicht und in den Elsevier-Shop gelotst.
- **Amazon-Advertising:** ausgewählte Neuheiten und Bestseller werden über die verschiedenen Werbeformen Sponsored Brands, Sponsored Products und Product Display Ad beworben. Darüber hinaus gibt es „Amazon-Brand-Stores“ für die Bereiche Medizinstudium, Pflege, Rettungsdienst und Heilpraktiker*innen. Hierbei geht es weniger um das einzelne Buch als vielmehr um einzelne Fachgebiete. Für ausgewählte Titel werden auch sog. A+-Seiten kreiert, die bei der jeweiligen Amazon-Produktdetailseite stehen.

Elsevier auf Social-Media-Kanälen

Folgen Sie uns auf unseren Social-Media-Kanälen. Teilen Sie unsere Beiträge und verlinken Sie unseren Kanal – für bessere Sichtbarkeit.



- Instagram und Facebook → @elsevier.pflegeausbildung
- Instagram und Facebook → @elsevier.medizinstudium
- Facebook (im Aufbau) → @elsevier.dach (Medizin und Gesundheit)
- Auf dem deutschsprachigen **YouTube-Kanal** stehen unterschiedliche Videos zur Verfügung. Wenn das eine oder andere Video auch für Ihre Kontakte interessant ist, verlinken Sie gerne. [Das ist unser YouTube-Kanal.](#)
- LinkedIn (International) → [Elsevier Health Education](#)



Sie möchten selbst aktiv die Werbetrommel rühren?

Elsevier hat viele Möglichkeiten, Ihren Titel optimal im Markt zu platzieren und für Ihre Zielgruppe sichtbar zu machen – von der Unterstützung bei der zielgruppen-spezifischen Konzepterstellung bis hin zur Präsentation im Buchhandel oder bei Amazon. Hier bringen wir unsere Expertise und unser Branchennetzwerk mit an den Tisch.

Mit Ihrer Unterstützung können wir gemeinsam einen Schritt weiter gehen. Sie sind der Experte auf Ihrem Fachgebiet, niemand kennt die Zielgruppe so gut wie Sie selbst und verfügt innerhalb dieser über eine ausgezeichnete Vernetzung.

Hier sind einige Ideen, wie Sie dazu beitragen können, Ihr Buch bekannt zu machen.



Nutzen Sie Ihr Netzwerk für ehrliche Rückmeldungen

Wenn ein Buch erschienen ist, möchte man Rückmeldungen dazu haben. Jedes Feedback ist hilfreich für die Weiterentwicklung des Titels.

Eine der häufigsten Arten der Rückmeldung sind **Rezensionen**. Jede Rezension steigert die Bekanntheit Ihres Buches. Egal, ob in einer Fachzeitschrift (z.B. Ärzteblatt), Online-Plattformen (z.B. Fachschaftsseiten) oder innerhalb des Online-Handels (allen voran Amazon), jede Rezension hat einen sehr großen Einfluss auf die Sichtbarkeit Ihres Buches in den Suchergebnissen (Google, Amazon) und erhöht somit letztendlich die Kaufwahrscheinlichkeit.

Elsevier verschickt nach Erscheinen eines Buches Rezensionsexemplare. Wenn Sie uns Ihre wichtigsten Kontakte nennen, verschicken wir auch gern ein Rezensionsexemplar an diese.

📧 E-Mail Rezensionen: Presse@elsevier.com



Pflegen Sie Ihr Autorenprofil auf „Amazon Author Central“

Sind Sie ein Autor?



Helfen Sie uns Ihre Autorensseite zu verbessern. Sie können uns Daten zu Ihrer Bibliografie, Bilder von sich oder Ihre Biografie schicken.

➤ [Erfahren Sie mehr darüber](#)

Neben dem stationären Buchhandel ist Amazon ein weiterer, wichtiger Verkaufskanal für Ihr Buch. Amazon bietet die Möglichkeit eine eigene Autorensseite einzurichten. Über [Amazon Author Central](#) können Sie mehr LeserInnen erreichen und Ihr Buch vorstellen. Die Einrichtung eines Autorenprofils bewirkt auch, dass Ihr Buch durch Suchprogramme wie „Search Inside the Book“ und Kindle gefunden werden kann. So kann man Ihr Buch durchblättern, sich einen Eindruck verschaffen und es ggf. kaufen.

Elsevier sorgt dafür, dass Ihr Buch im Amazon-Katalog erscheint. Dadurch sind Sie berechtigt, „Amazon Author Central“ beizutreten und zu nutzen. Sie können Ihrem persönlichen Profil ein Foto und eine Biografie hinzufügen und einen Blog nutzen, um mit Ihren Leserinnen und Lesern in Kontakt zu treten.

Für die Anmeldung können Sie Ihr Amazon-Kundenkonto nutzen. Falls Sie gern Ihr Buchmarketing von Ihrem privaten Amazon-Konto trennen möchten, sollten Sie sich ein separates Kundenkonto dafür anzulegen.

🔗 <https://authorcentral.amazon.de/>

Eine kurze Anleitung (engl.) wie Sie ihr Amazon Central Profil erstellen können, finden Sie z.B. [hier](#).

Sie suchen ein Beispiel? Unser Autor Paul Yannick Windisch hat sein Autorenprofil optimal gepflegt. Sie finden es [hier](#).

Hinweis: Beitrags-Autor*innen von Herausgeber geführten Werken haben diese Möglichkeit leider nicht. Die Möglichkeit auf Amazon ein Autorenprofil zu erstellen und es mit dem Buch zu verknüpfen haben Sie nur, wenn Sie bei Amazon bzw. auf dem Cover als Autorin oder Autor genannt werden.



Machen Sie Ihr Buch sichtbar

Es gibt auch viele Gelegenheiten, Ihren Titel eher „nebenbei“ bekannt zu machen. Hier finden Sie ein paar Vorschläge, wie Sie auf Ihren Titel hinweisen könnten.

Bitte prüfen Sie vorab, ob diese Vorschläge an Ihrer Institution/ in Ihrem Unternehmen möglich und erlaubt sind.

Fügen Sie einen **Link zur Produktseite und/ oder das Buchcover** ein:

- Homepage Ihrer Klinik/ Praxis
- private Homepage
- Wikipedia-Profil
- LinkedIn/Xing-Profil
- am Ende von thematisch passenden Vorträgen

Nutzen Sie Ihre **Social-Media-Kanäle**

- Geben Sie die Neuerscheinung Ihres Buches auf Ihren privaten Social-Media-Profilen bekannt und verlinken Sie direkt zur Produktseite in unserem Webshop shop.elsevier.de.
- Schreiben Sie einen Blogbeitrag zu Ihrem Thema und verlinken Sie ihn mit dem Buch.
- Schreiben Sie Gastbeiträge innerhalb von thematisch passenden Blogs und steigern Sie so die Bekanntheit Ihres Buches oder geben spannende Einblicke in Ihr Buch.



Richten Sie sich einen Google-Alert ein

Wird Ihr Name oder Ihr Buch irgendwo erwähnt, bekommen Sie eine Nachricht, so dass Sie Feedback und Rezensionen stets im Blick haben. Zudem haben Sie die Möglichkeit, dem Schreiber für positive Äußerungen zu danken und ihn zu bitten, ggf. auf Ihr Buch zu verlinken.

Sie möchten Ihr Buch selbst aktiv verkaufen?

Unter bestimmten Voraussetzungen können Sie auch als Autorin oder Autor Ihr Buch selbst verkaufen. Je nachdem, wie aktiv Sie in Ihrem Netzwerk sind und wie umfangreich Ihr Kontakt zu der Zielgruppe Ihres Werkes ist, könnte das für Sie eine interessante Variante sein.

Zu Fragen rund um den Weiterverkauf wenden Sie sich bitte an unseren Vertriebskollegen Max Heilmayr. E-Mail: m.heilmayr@elsevier.com

Es gibt also eine Fülle von Möglichkeiten, wie Sie selbst für Ihr Buch aktiv werden können. Probieren Sie einfach das aus, was Ihnen am besten liegt und was Sie zeitlich investieren können und möchten.

Die AGBs der Elsevier Verlags GmbH finden Sie unter: <https://www.elsevier.de/agb/>

Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit Ihnen Ihr Buch zu vermarkten und danken Ihnen schon jetzt für Ihr Engagement und Ihre Bereitschaft, mit uns zusammenzuarbeiten.

Herzliche Grüße

Ihre Elsevier GmbH

