

TAMMI

Voiko kirjailija
olla brändi?

Henkilöbrändin rakentaminen

Kuka? Mitä?
Miten? Miksi?

Mikä erottaa
sinut muista?

Minkälaisia
arvoja edustat?

Mikä on
päämääräsi?

Ketkä auttavat
sinua
saavuttamaan
päämääräsi?

Mitkä asiat
ovat sinun
erityisosaamistasi?

Miksi teet,
mitä teet?

YDIN

Lähtötilanne vuonna 2016

- Tuntematon uusi kirjailija, jonka nimi muistuttaa enemmän käännöskirjailijan nimeä
- Ei referenssejä alalta
- Trilleri / dekkari / jännitys erittäin kilpailtu genre

- + Sisältö vahvaa ja laadukasta
- + tekijällä ymmärrys markkinoinnista
- + avoin
- + kunnianhimoinen
- + sitoutunut (sarjan aloitus)

MAX SEECK

HAMMURABIN ENKELIT



SYKSYN HUIKEIN TRILLERI



TAMMI



“

**Fake it
until you
make it**

”

Branding Max Seeck

- Kuka on Max Seeck?
- Mitä hän tekee?
- Kenelle hän puhuu/ Kuka kuuntelee häntä?
KOHDERYHMÄT
- Mitä hän puhuu? Miksi?
- Mikä erottaa Maxin muista?
- Mikä on Maxin superpower?
- Mikä on Max Seeck brändin ydin, rakastumistekijä?
- Päämäärä?

Aloit

- Brändikartta: ydin, ihastumistekijät, miten puhutaan, kenelle puhutaan, missä ja miten näkyy, arvot, teot.
- Ennakkolukukappale tärkeille lukijoille, medialle, kauppojen sisäänostajille, vaikuttajille
- Isosti mediaan: lanseerausbileet, näkyvyys samaan aikaan kirjakaupoissa, mediassa, vaikuttajien somessa -> kiinnostuksen herättäminen tavallisissa lukijoissa KUKA ON MAX SEECK?
- Laatu kantaa, word of mouth liikkeelle -> täydellinen lanseeraus





Ole itseäsi **kuuluisampien** seurassa

Mieti myös näitä!



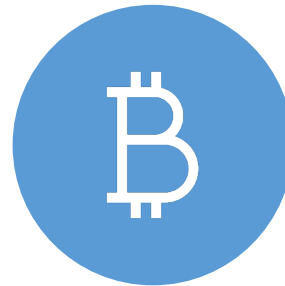
Henkilöbrändin on oltava totuudellinen!



Rakentaminen voi olla vaivaannuttavaa!



Be true to yourself – välitseksi on tarpeen, kun on saavutettu välietappeja



Kuinka paljon pitää antaa itsestään? Missä menee henkilökohtaisen raja?

MAXSEECK

RAJAT RIKKOVA
JÄNNITYSTÄ

Toinen kirja, toinen lanseeraus

- Kasvatetaan brändiä
- Fanit kiinnittyvät
- Oikeuksien myynti starttaa toden teolla, Elina Ahlbäck Agency iso vaihde päälle
- Lisää mediatunnettuutta
- Kaupoilla positiivinen myyntikokemus ensimmäisestä, toinen helpommin sisään



TAMMI

UNOHDA ARKI
HEITTÄYDY
SEIKKAILUUN



Trilogian päätös, kolmas vuosi

- Brändin kirkastaminen, tavoitteet, kuvat, kohderyhmät
- Oikeuksien myynti hyvässä kasvussa
- Myynti kasvaa tasaisesti, mutta trilogian kolmas osa osoittautuu hieman haasteelliseksi

MAX SEECK

HAADKSEN KUTSU



**"MAX SEECK HAASTAA
TOSISSAAN ILKKA REMESTÄ
VALTAKUNNAN JOHTAVANA
TOIMINTAJÄNNÄRIEN
TEKIJÄNÄ."**

KAUPPALEHTI

Uusi sarja – uusi lanseeraus

1. LUKU
MAX SEECKIN
ODOTETUSTA
UUTUUDESTA



KUUNTELE NYT

BookBeat

"MAX SEECK ONNISTUU
LUOMAAN UUTTA JA TUORETTA
JO VAKIINTUNEeseen
NORDIC NOIR -GENREEN."

ASCHEHOUG, NORJAN KUSTANTAMO





PARASTA MITÄ SUOMESSA TRILLERI- RINTAMALLA TEHDÄÄN

SUOMEN KUVALEHTI

27⁹⁵

OSTA

Muutu mielenkiintoiseksi
SUOMALAINEN
KIRJAKAUPPA





HAASTAJA JA MESTARI

REMES JA SEECK OVAT KOTIMAISEN
TRILLERIN KÄRKINIMET.

SUOMEN KUVALEHTI

Yksi tavoite **saavutettu**



Brändin **maailmanvalloitus**





Welbeck scoops Seeck's crime sensation in five-publisher auction

Published January 21, 2020 by Mark Chandler

Share    

Welbeck has won the five-publisher auction for Finnish crime writer Max Seeck's global sensation *The Witch Hunter* and its sequel.

Fiction publisher Jon Elek bought UK and Commonwealth rights, including audio, from Rhea Lyons at HG Literary on behalf of Elina Ahlback of the Elina Ahlback Agency in Helsinki.

There was a **clamour over the book** late last year and rights have been sold in 35 countries, with dramatic rights going to Greg Silverman at Stampede Ventures. Berkley, a division of PRH in the US, will publish alongside Welbeck in October 2020.

The novel is about a detective who is called to investigate an extraordinary murder—the wife of a famous writer seems to have been killed in a bizarre ritual. The synopsis continues: "As more ritual murders occur, it becomes obvious that the detective is after a serial killer, but the murders are not random—they follow a pattern taken from

A large, stylized red opening quotation mark.

The UK publisher Jon Elek at Welbeck said:
“Inevitably because it’s Finnish the comparisons will be made to **Larsson** and **Nesbo**, but to me it was also every inch an equal to the best of **Barbara Vine** or **Patricia Highsmith**. The commercial potential of this series can’t be overstated.”

A large, stylized purple closing quotation mark.

Mieti ensin miksi haluat brändätä itsesi.

Määrittele kuka olet ja kenelle puhut.

Ole tarpeeksi totuudellinen, kuorruttaa saa.

Mitkä ovat brändisi ihastumistekijät?

Mikä on supervoimasi / erityisosaamisesi?

Henkilö- brändäyksen ABC

Luo arvoa.
Mistä sinut muistetaan, huomataan, tunnetaan?
Sisältö ratkaisee.

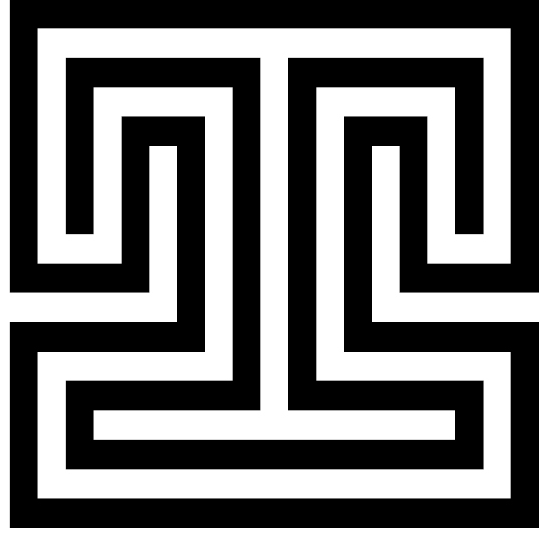
Etsi puolesta-puhujat.

Auta muita, saat itsekin apua.

Tarkista brändin asema säännöllisesti ja tee tarvittavat korjausliikkeet.

Mieti brändiäsi parin vuoden päähän, aseta päämäärä tarkasti.

Näy ja kuulu oikeissa kanavissa, tapahtumissa, mediassa.



TAMMI