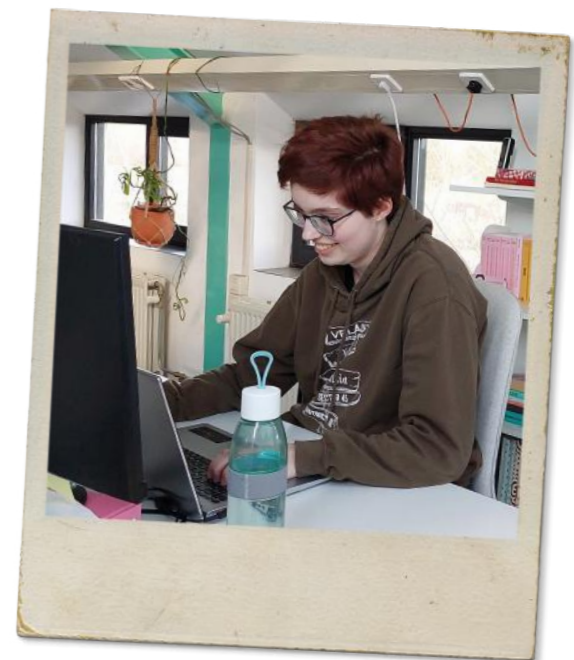
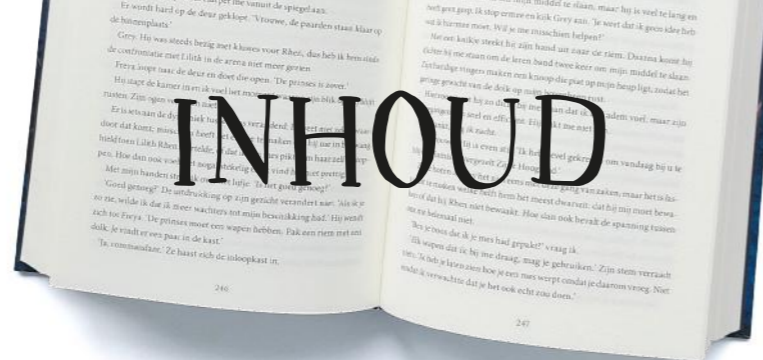




Blossom Books

stageverslag
Rieneke Speulman





Mijn liefde voor verhalen heb ik altijd in me gehad. Ik vertel ze graag in beeld, maar ben ook gek op het lezen ervan. Het allerliefste combineer ik mijn passie voor vormgeven met mijn lees-hobby.

Een aantal jaren geleden begon ik daarom een account op Instagram, waar ik posts kon delen en accounts van andere lezers kon vinden. Daar kwam ik uitgeverij Blossom Books tegen, die ik met veel plezier ben gaan volgen.

Ondertussen begon ik de opleiding Crossmedia aan het Grafisch Lyceum in Utrecht. Tijdens mijn opleiding groeide mijn Bookstagram. Ik won fotowedstrijden en mocht boeken recenseren. Stiekem droomde ik ervan om mijn afsluitende stage bij Blossom Books te mogen doen.

Toen ik op zoek moest gaan naar een stagebedrijf, trok ik meteen de stoute schoenen aan en stuurde mijn motivatie op. Ik kreeg al snel reactie terug; ze herkenden mij van Bookstagram en nodigden me uit op gesprek. Je zou kunnen zeggen dat ik mijn droomstage aan Instagram te danken heb.

In dit magazine-verslag neem ik je mee door mijn stageperiode. Wat is Blossom Books voor bedrijf? Wat waren mijn taken? En niet geheel onbelangrijk; wat heb ik geleerd?

Veel leesplezier!

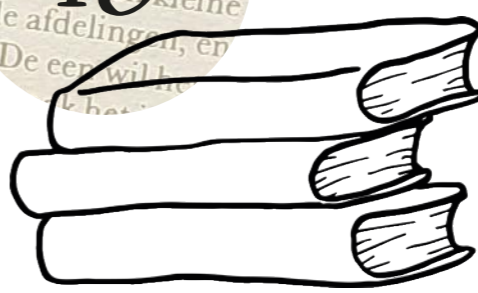
24

16

18

12

20



ACHTER DE SCHERMEN

- 4 Dit is Blossom Books**
Wat is het eigenlijk voor bedrijf?
- 8 Wie doet wat?**
Leer de medewerkers kennen!
- 12 Keep connected**
Het team blijft altijd met elkaar in contact.
- 18 Zo maak je een boek**
Ik leg je het proces stap voor stap uit.

MIJN WERK

- 6 Social media**
Alles over de Bookstagram!
- 10 Online promotie & POS**
Ik zette mijn vormgeefskills in om boeken te promoten.
- 16 Nieuwsbrieven & blogs**
Buiten mijn comfortzone, maar ook leuk; schrijven!
- 20 Schaduwoopdracht**
Ik mocht een boekomslag ontwerpen!

DE LEUKE EXTRA'S

- 14 Chat met Myrthe**
Ik vraag haar de hemd van het lijf over ondernemen in de boekenwereld en het uitgeverijvak.
- 24 Blijje boekenwurm**
De leuke voordelen van stagelopen bij een uitgeverij.
- 26 Stage review**
Dit is wat ik van mijn stage vond.



DIT IS BLOSSOM BOOKS

Blossom Books is een uitgeverij waar ze zich dagelijks bezighouden met het maken en verkopen van boeken. Het bedreven team werkt samen om elk boek tot een succes te maken. Dat doen ze door de beste manuscripten te kiezen om op de markt te brengen. De beste versie van het boek wordt gemaakt door de redactie. Daarna krijgt het een mooie vormgeving en gaan de marketeers druk in de weer om de boeken in de boekwinkels en bij de lezer te krijgen.

De doelgroep

Bij Blossom Books worden voornamelijk young adult boeken uitgegeven. Dit zijn boeken voor jongeren tussen de vijftien en achttien jaar. YA boeken vormen de tussenstap van jeugdboeken naar volwassen literatuur. In deze boeken sluiten de leeftijd van de personages, de verhalen en thema's aan bij de belevingswereld van jongeren. Binnen deze leeftijds categorie vallen alle mogelijke genres die je kunt bedenken; van fantasy en science-fiction tot liefdesverhalen en thrillers.

Hiernaast heeft Blossom Books het imprint BOLD. Dit is een onderdeel binnen de uitgeverij waarin ze zich richten op de iets oudere doelgroep, die vanaf twintig jaar. Binnen het imprint geeft Blossom Books non-fictie uit met belangrijke maatschappelijke thema's zoals feminisme en mentale gezondheid. Ook de agenda's van Structuurjunkie vallen onder de BOLD-categorie, evenals de uitstapjes naar kookboeken en invulboeken.



Missie

Bij Blossom Books geloven ze dat boeken een belangrijke rol spelen binnen de maatschappij. Uit onderzoek zijn een hoop voordelen gebleken van lezen. Zo vergroot je je woordenschat, taalgevoel, concentratie, creativiteit en je empathisch vermogen.

Heel mooi, maar jongeren lezen steeds minder. Daar wil Blossom Books wat aan doen. Ze bieden daarom een brede keuze in de verhalen die ze uitgeven. Dat doen ze met veel diverse genres, maar bijvoorbeeld ook door de keuze te bieden tussen boeken van Nederlandse oorsprong en de vertaling van buitenlandse bestsellers. Ook belangrijke, uiteenlopende thema's komen in de boeken aan bod. Denk hierbij aan personages met verschillende culturen, diversiteit in geaardheid en mentale gezondheid. Je kunt bij Blossom Books kiezen voor lange series waarin je je helemaal kunt verliezen, de shorties die speciaal zijn ontwikkeld voor jongeren die nog niet zo van lezen houden, en natuurlijk alles daartussen in. Bij Blossom Books hebben ze een boek voor iedereen, want iedereen kan van lezen gaan houden, zolang je maar het juiste boek vindt!

Lezen is een lifestyle!

Om de boeken bij de lezers te krijgen, zijn de marketeers dagelijks druk bezig. Het belangrijkste is dat jongeren ontdekken dat lezen leuk is. Daarom is Blossom Books actief op social media. Via Instagram, en sinds kort ook TikTok, bereiken ze hun doelgroep. Met challenges, winacties en leuke posts brengen ze jongeren weer aan het lezen. Online brengen ze het lezen van boeken niet als hobby, maar als een ware lifestyle. Dit zetten ze door in de non-book producten die ze via hun website verkopen. Alles is er te vinden om je liefde voor boeken met de wereld te delen. Van kussenslopen tot spaarpotjes en van portemonnees tot tasjes met quotes over boeken.

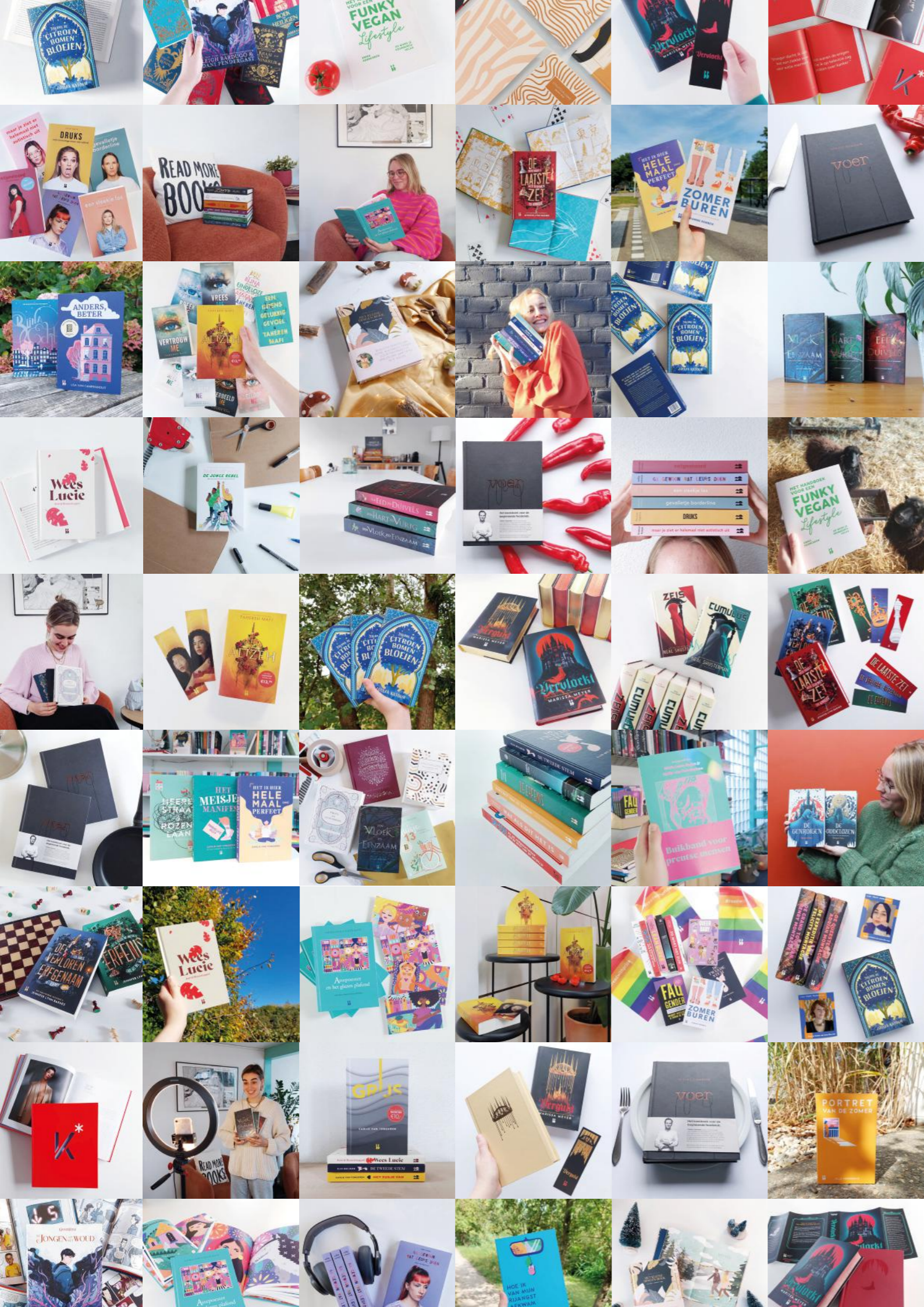
En dat werkt! Vijf jaar geleden zocht ik informatie over een boek dat ik in de bibliotheek had gezien. Ik vond het Instagram-account en besloot ze te volgen. Nog nooit heb ik zoveel gelezen als sinds ik actief werd op het platform. Beter zelfs, door mijn eigen posts en enthousiasme heb ik deze stage kunnen doen!

Wil je meer weten of Blossom Books volgen?

Ga naar blossombooks.nl of volg @blossombooks op Instagram:



social media



Blossom Books is zeer actief op sociale media. Omdat het bedrijf zich focust op een jonge doelgroep, weten ze daar hun klanten te vinden. Door frequent content te delen en leuke acties te organiseren, creëert Blossom Books een trouwe online gemeenschap. Ze spelen in op trends en zijn actief op verschillende platformen om zoveel mogelijk mensen te bereiken. Op sociale media laat Blossom Books vooral zien hoe leuk lezen is. Zo moedigen ze jongeren aan ook een boek op te pakken - en dan natuurlijk het liefst een van hun uitgeverij.

#Bookstagram

Al op de eerste stagedag mocht ik een reeks foto's maken voor Instagram. Van alle kanalen zijn ze daar het grootst en bereiken ze de meeste lezers. De boekenkant van Instagram wordt ook wel Bookstagram genoemd. Omdat ik met een eigen account al vijf jaar actief ben op Bookstagram, kreeg ik vanaf het begin veel vrijheid en vertrouwen. Al snel werd de pagina mijn verantwoordelijkheid.

Zo heb ik het aangepakt

Elke werkdag komt er een post online. Daarvoor maak ik de foto's, bewerk die na en schrijf ik het onderschrift. Ook beantwoord ik alle berichten die binnenkomen op het account en repost ik foto's en stories van volgers, auteurs en boekhandels in de stories van Blossom Books. De foto's zijn licht en hebben vaak een witte achtergrond. Zo vallen de boeken goed op en is het herkenbaar dat de foto's bij hetzelfde account horen. De kleuren geef ik een extra boost door ze na te bewerken in de app VSCO. Dit was voor mij een nieuwe app, en ik vind dat het prettig werkt.

Ik maak de foto's in bundels, zo heb ik voor twee weken meteen genoeg. Vervolgens zet ik ze in Buffer, een programma dat de posts op het geplande tijdstip automatisch online zet. Ik kende dit niet, het maakt posts delen veel makkelijker. De onderschriften, ook wel captions genoemd, houd ik kort en enthousiast. Vaak stel ik er een vraag in om zo interactie met volgers aan te moedigen. Ook zorg ik ervoor dat nieuwe boeken in de eerste twee á drie weken minimaal vijf keer langskomen. Deze extra aandacht zorgt ervoor dat de nieuwe boeken sneller worden herkend en lezers vanaf de release nieuwgierig zijn naar het boek.

Dit heb ik geleerd

Ik vond het fijn om de Instagram volledig zelf te mogen beheren. Het vertrouwen vanuit de uitgeverij zorgde ervoor dat ik ook vertrouwen kreeg in mezelf. Daarnaast is het een fijne taak om uit te voeren, omdat veel aspecten vanuit mijn hobby al bekend voor me waren. Wat ik ook leuk vond, is dat ik zelf acties mocht bedenken en organiseren. Winacties waarbij mensen foto's moesten maken, om zo bepaalde boeken meer in de spotlight te krijgen, bijvoorbeeld. Daarnaast mocht ik ook nieuwe dingen uitproberen. Voor de promotie bij het boek *Assepoester en het glazen plafond* heb ik GIF's gemaakt die iedereen in de stories kan gebruiken. Dit had ik nooit eerder gedaan en ik vond het erg leuk om uit te zoeken hoe dit moest. Ook voor Facebook heb ik uitingen gemaakt. Dat waren voornamelijk quote-afbeeldingen die pasten bij de nieuwe boeken. Mijn collega heeft deze gepost. Voor TikTok, dat pas net gelanceerd is, heb ik video's mogen opnemen met internationale auteurs. Filmpjes maken is niet mijn favoriete taak, maar deze vind ik erg leuk geworden!





WIE DOET WAT?



MYRTHE is de eigenaar en uitgeefdirecteur van Blossom Books. Ze bruist altijd van de ideeën en wilde plannen. Ze lijkt altijd wel aan het werk te zijn; van afspraken met auteurs en bedrijven tot spreken over uitgeven voor grote groepen mensen, en van stomme regelzaken tot het redigeren van haar volgende favoriete project. Ze is altijd druk om de uitgeverij draaiende te houden en te komen met een boek dat uniek is, maar stiekem vindt ze het heerlijk om zich te verliezen in het maken van kleurkeuzes. Aan Myrthe heb ik alles mogen vragen over ondernemen binnen de boekenwereld.

LINDA is aquirerend redacteur. Zij zorgt bij elk boek dat alles op rolletjes verloopt - en dat het wordt opgelost als wanneer dat niet het geval is. Ze maakt duidelijke plannen, regelt de freelancers die meewerken aan een boek, ze helpt de auteurs met het schrijven van de beste versie van hun verhaal en beslist mee over welke boeken er worden uitgegeven. Bij Linda moet je zijn als je ergens taaltechnisch niet uitkomt. Linda is de rust zelve en je mag haar altijd storen met een vraag. Ze heeft me meermaals met creatieve ideeën geholpen en voorbeelden laten zien waarna ik weer verder kon.



MAUREEN werkt als ondersteunend medewerker, maar ze doet zoveel verschillende dingen dat ik 'duizendpoot' een betere functieomschrijving vind. Ze zorgt ervoor dat alle bestellingen worden gedaan (van de boodschappen tot de relatiegeschenken), ze is verantwoordelijk voor de webshop (en stuurt daarvoor de inpakkers aan), maar ze doet ook redactietaken en is druk in de weer met allerlei geldzaken en andere regelingen. Maureen heeft me geleerd dat je ook ruimte mag geven aan je kwetsbare kanten en dat wanneer je aangeeft wat je nodig hebt, je collega's er zijn om je te helpen.

REMCO zorgt ervoor dat al het drukwerk aan de eisen voldoet als productiebegeleider. Hij weet alles over kleuren, marges en technische instellingen, zodat elk boek goed van de drukker komt. Hij zorgt ervoor dat elk omslag er tiptop uitziet en past oude bestanden aan totdat ze perfect zijn - hoe moeilijk dat soms ook is zonder werkbestand. Ook weet hij alles over papierprijzen, drukopties en offertes. Remco is degene naar wie ik altijd toe kon met mijn technische vragen over InDesign en Photoshop, waardoor ik veel heb geleerd over het aanleveren van drukwerk.



HANNAH is de online marketeer bij Blossom Books. Zij weet alles van verkoopcijfers, maakt analyses, regelt online advertenties, is eindverantwoordelijk voor alle social media en zorgt er met haar plannen voor dat er zoveel mogelijk boeken worden verkocht. Daarnaast is zij het aanspreekpunt en begeleider van de stagiair vormgeving & marketing (ik dus) en ze is geregeld op evenementen te vinden om auteurs te begeleiden. Met al mijn vragen kon ik bij Hannah terecht. Ze vraagt goed door, totdat we samen tot een oplossing komen. Ze heeft me geleerd dat ik minder streng mag zijn voor mezelf.

JUDITH is verantwoordelijk voor de PR & marketing. Ze zorgt ervoor dat auteurs bij radio of televisie-programma's mogen aanschuiven, zorgt dat alles goed verloopt tijdens evenementen en bedenkt samen met Hannah de tofste acties voor lezers en boekhandelaars. Van Judith kreeg ik de drukwerkopdrachten en met haar opbouwende feedback maakten we altijd iets waar zowel wij als de auteurs blij van werden. Als je zin hebt om even te kletsen kun je altijd bij Judith terecht. Ze is trouwens ook heel goed in je uithoren, waardoor je onverwachts een perfect cadeau krijgt met Kerst.



RIENEKE ging acht maanden aan de slag als vormgeving & marketing stagiair. De stagiair zorgt ervoor dat alle media-uitingen worden gemaakt die Hannah en Judith nodig hebben. Van POS-materiaal zoals boekenleggers en posters, tot een online pakketje bij elk nieuw boek. Ook gaat de stagiair aan de slag met social media, was Rieneke verantwoordelijk voor de Instagram-pagina en werden er blogs en nieuwsbrieven verzorgd. Verder kun je van alles doen en uitproberen waarin je binnen een uitgeverij in geïnteresseerd bent. En vooral heel veel vragen stellen over alles wat met uitgeven van boeken te maken heeft.

KOOSJE EN LUNA zijn onmisbaar bij Blossom Books voor hun mentale steun. De twee teckels zijn de beste maatjes. Samen in de mand, samen spelen, samen trucjes leren van Maureen en samen likken aan de enkels van de hardwerkende medewerkers. Luna, het hondje van Judith, is altijd in voor een spelletje en racet tijdens het uitlaten over het veld, waarna ze een duik neemt in de vijver. Koosje, de hondendochter van Myrthe, is kleiner dan haar vriendin, maar daardoor laat ze haar roeping als waakhond niet in de weg zitten. Ze houdt iedereen die het grindpad op komt nauwlettend in de gaten.



EN ALLE ANDEREN...

Boeken maken is ontzettend veel werk en kan het team niet alleen. Daarom komen de hulptroepen in actie! Het **ondersteunende team** van oproepkrachten zorgt ervoor dat alle pakketjes van de webshop worden ingepakt en dat het kantoor schoon blijft. Ook worden er Reels en TikToks gemaakt en helpen ze op evenementen. De **proeflezer** krijgt als eerste de ingezonden manuscripten binnen om te beoordelen en stuurt alleen de allerbeste door naar Myrthe en Linda. Ook werkt Blossom Books veel met **freelancers** voor het maken van de boeken. Er is een vormgever voor het omslag, een zetter die van het Word-document een boek maakt, een persklaarmaker die het boek inhoudelijk controleert, en een corrector die de taalfouten verbetert.

Voorbeelden bij *Wees Lucie*

Auteurspakketje

- × Instagram stories
- × Instagram posts
- × banners (e-mail, Facebook, Twitter)

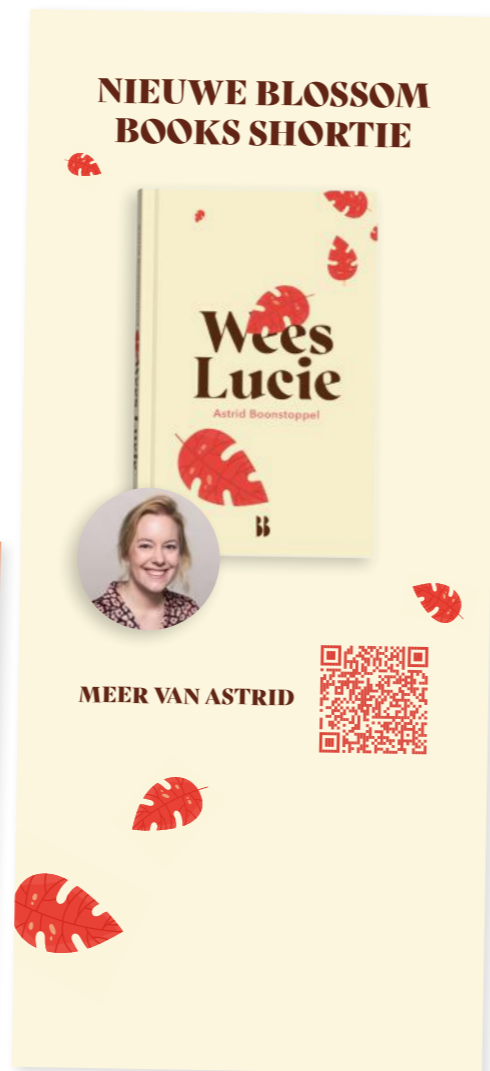


Quote afbeeldingen



POS materiaal

- × dubbelzijdige boekenlegger
- × roll-up banner



Digitale uitnodiging



Om de boeken bij de lezers te krijgen, moet er reclame worden gemaakt. En zoals ik op mijn opleiding heb geleerd, zorgt vooral mooi en duidelijk beeldmateriaal ervoor dat je een product goed kunt verkopen. Daarom heb ik me tijdens mijn stage voornamelijk beziggehouden met het vormgeven van dit promotiemateriaal, in opdracht van de twee marketeers. Bij deze opdrachten kon ik mijn crossmediale skills goed inzetten. Ik maakte materiaal bij elk boek en zorgde er telkens voor dat het zowel bij het boek aansloot, als bij de huisstijl van Blossom Books.

Online promotie

Van Hannah kreeg ik de opdrachten voor de online promotie. Bij elk nieuw boek maakte ik een auteurspakketje. Hierin zitten een e-mailbanner, een Facebook banner, een Twitter banner, een vierkante afbeelding en een story. Elk item is er twee keer, met de teksten 'vanaf ... in de boekhandel' en 'nu in de boekhandel'. Dit pakketje wordt naar elke auteur gestuurd, maar wordt ook ingezet voor de socials van Blossom Books. Per boek maakte ik daarnaast ook vijf quote-afbeeldingen. Die gebruikt Blossom Books op hun Facebook pagina, om lezers nieuwsgierig te maken naar het nieuwe boek.

Ik koos de quotes uit de eerste paar hoofdstukken en plaatste die op vierkante afbeeldingen. Naast deze standaard items, kwamen er soms nog extra dingen bij. Zoals extra online advertenties die Hannah wilde gebruiken, extra banners met andere teksten of een digitale uitnodiging voor een boeklancering. Elk van deze items heeft een vaste indeling, die bij elk boek terugkomt. Het logo en het boek staan op dezelfde plaats. De kleuren en lettertypes sluiten aan bij het boek. Op die manier is het altijd herkenbaar.

POS materiaal

POS is de afkorting voor *Point of Sale*. Al het materiaal dat hiervoor wordt gemaakt, heeft als doel de verkoop van een product te vergroten. In dit geval; zoveel mogelijk boeken verkopen. De opdrachten hiervoor kreeg ik van Judith. Zij schreef een korte briefing of vertelde mij mondeling wat ze voor ogen had. Het POS materiaal dat ik heb gemaakt is allemaal drukwerk.

Denk bijvoorbeeld aan boekenleggers en kaartjes die bij het boek passen, maar ik maakte ook stickervellen, posters, back-cards en schapkaarten voor in de boekhandel en flyers en roll-up banners voor op evenementen. Afhankelijk van Judiths briefing liet ik de items aansluiten bij de vormgeving van het boek of bedacht ik zelf iets passends.

Dit heb ik geleerd

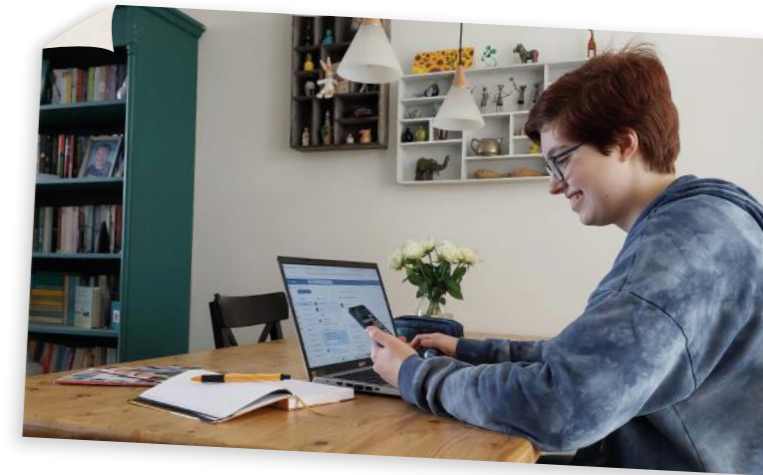
Deze promotie opdrachten kwamen het meest terug. Daardoor ontdekte ik dat ik de items steeds sneller af kon krijgen. Ook voor de opdrachten die wat meer vrijheid hadden en niet per sé bij het boek aan hoefden te sluiten, had ik steeds beter door wat Hannah en Judith mooi vonden en bij de uitstraling van Blossom Books paste. In het begin heb ik nog wat zitten klooiën met de afmetingen van de banners. Ik dacht dat ik ze goed aanmaakte en exporteerde, maar ze waren steeds niet in de goede maat. Dat heeft even geduurd, maar nadat ik een goede versie had en er voor mezelf een template van maakte, lukten alle banners daarna een stuk beter. Door het maken van al dit materiaal heb ik geleerd langdurig met een huisstijl te werken. Ik vond dit erg prettig, doordat het houvast geeft. Creatief zijn binnen bepaalde regels vond ik een leuke uitdaging. Ik kreeg steeds meer eigen ideeën die Hannah en Judith tof vonden om te gebruiken. Ook heb ik geleerd om naar duidelijkheid te vragen als ik de briefing niet goed begreep, ik heb om leren gaan met feedback en bij het POS materiaal heb ik een aantal handige dingen geleerd over het aanleveren van drukwerk. En het allermooiste is als de auteur laat weten dat die blij is met de ontwerpen.





We bellen!

Of appen of mailen. Wanneer je helemaal vastloopt of iets dringends nodig hebt van een collega, kun je diegene altijd even bellen, appen of mailen. Per persoon verschilt het via welke weg die het snelste reageert, en ook per onderwerp kijk je welk kanaal je het beste kunt gebruiken.

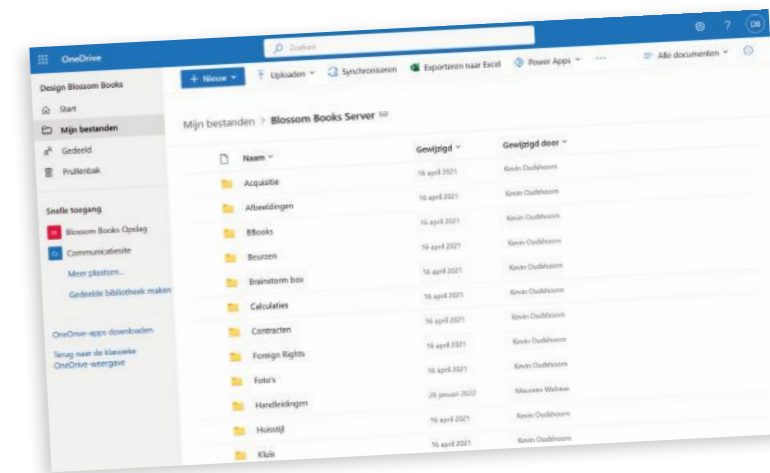


Dagstart

Elke dag om 9.30u wordt de dag gezamenlijk gestart. We kijken waar iedereen mee bezig is en of iemand wat nodig heeft van een ander. Dit is het perfecte moment om al je vragen te stellen, zodat je later een ander niet hoeft te storen. Wanneer je vanuit huis werkt, kun je via Skype aanhaken.

Server

Op de server is alles te vinden wat je nodig hebt. Op deze server staat in de mappen alles opgeslagen wat er bij Blossom Books komt kijken; van marketingmateriaal en adressen van influencers, tot drukklare bestanden en boekomslagen.



Middagwandeling

Rond half één in de middag is het tijd om de honden uit te laten. Dit doen we gezellig met het hele team. Dit is het halfuurtje om even bij te kletsen over privé zaken. Ook als de honden er niet zijn, wordt de wandeling niet overgeslagen. Daarna gaat iedereen met zijn lunch voor de computer weer aan het werk.

Food = life

Gezelligheid en eten gaan hand in hand, zo ook op het Blossom Books kantoor. Elke eerste maandag van de maand vind er de gezamenlijke lunch plaats. De eind-van-de-maand borrel is er op de donderdag. We kletsen dan over ons privéleven, welke boeken we lezen of spelen een spelletje.



CHAT MET...

Myrthe

Tijdens mijn stage bij Blossom Books was het mijn doel om erachter te komen wat ik graag zou willen doen na mijn opleiding. Daarom ging ik langs bij Myrthe. Zij is de uitgever en eigenaar van Blossom Books. Ze komt op mij over als een gedreven vrouw waarbij het ondernemen in haar bloed zit. Ze heeft een groot hart voor boeken en de manier waarop die bijdragen aan de maatschappij. Als er iemand is die ik alles kan vragen over haar ervaring over ondernemen in het boeken-vak om te ontdekken of dat iets is wat bij mij kan passen, dan is zij het wel.

Hey Myrthe, wat fijn dat ik mijn vragen op je af mag vuren!

Geen probleem! Dat is juist zo leuk aan het stage-lopen bij een uitgeverij, dan mag je er alles over vragen wat je wilt.

Nou, dan begin ik meteen maar met de eerste vraag. Wilde je altijd al uitgever worden?

Nee, niet per sé. Ik hield van taal en liep stage op de redactie-afdeling van uitgeverij Kluitman. Daar zette ik het imprint Blossom Books op. Omdat ik jong en gedreven was, mocht ik na mijn stage blijven. 😊

Even tussendoor; wat is een imprint?

O, dat is een soort afdeling binnen een uitgeverij. Het is een merknaam binnen het bedrijf. Blossom Books werd de afdeling voor boeken voor tienermeiden. Ik heb ook de naam bedacht. Blossom staat voor het opbloeien en ontpoppen van jezelf, net als meiden van die leeftijd. En natuurlijk sloten de bloemen aan bij de meisjes-doelgroep.

Maar nu geeft Blossom Books niet alleen maar meisjesboeken uit, toch? 🤔

Nee, dat klopt. Daar richtten we ons eerst op bij Kluitman. Toen mijn oude baas met pensioen ging en hij mij Blossom Books te koop aanbood, heb ik na veel uitzoekwerk besloten de sprong te wagen. Sinds 1 januari 2017 is Blossom Books zelfstandig en ben ik (mede)eigenaar.

Dus je bent begonnen als stagiair, toen kreeg je een baan, en nu ben je de baas van het bedrijf? 🤖

Ja, precies! Blossom Books is nu mijn eigen bedrijf, een zelfstandige uitgeverij.

Zag je jezelf altijd al als ondernemer?

Om eerlijk te zijn niet, nee. 😊 Hoewel mijn baas van de sportschool waar ik werkte vaak al tegen me zeiden dat ik ooit leidinggevende zou worden, of mijn eigen sportschool zou gaan beginnen. Ik vond dat altijd een gek idee.

Nou, een sportschool is het ook niet geworden...

Haha nee, inderdaad. Natuurlijk heb ik de bewuste keuze gemaakt om Blossom Books te kopen en voort te zetten, maar eigenlijk ben ik overal maar een beetje ingerold.

En bevalt dat je? Het ondernemen?

Ja, vaak wel. Ik mag zelf kiezen welke projecten ik leuk vind en wat ik met mijn bedrijf wil bereiken en uitstralen. Maar alles rondom het boekhouden en geldzaken is niet zo mijn ding, ik vind het vooral veel gedoe en heel saai. 😊

Dat begrijp ik wel. Het lijkt me wel heerlijk om zelf te kiezen waar je je voor inzet. Heb je misschien nog tips voor beginnende ondernemers?

O, jazeker. 😊 Wat ik eerder had willen weten, is dat als je onderneemt, dat niet betekent dat je alles ook zelf moet doen. Er zijn zat mensen om je heen die dingen al eerder hebben gedaan en die je kunnen helpen. Je moet ook nooit opgeven. Soms zit er een boek tussen dat heel veel tijd, energie en geld kost om te maken, maar dat niet zoveel oplevert als ik had gehoopt. Het is een kwestie van doorzetten, achter je keuzes blijven staan en risico's durven nemen.

Is er een boek of project wat een groot risico had en dat goed heeft uitgepakt?

Ja, absoluut! Het was best spannend toen ik ja zei tegen *Maar je ziet er helemaal niet autistisch* uit. Dit was een totaal ander boek dan dat we eerder hadden uitgegeven. Meer gericht op volwassen lezers en met best een specifiek onderwerp. Maar het was de beste keuze ooit. Het boek doet het onwijs goed en is zelfs het best verkochte boek dat we hebben uitgegeven. Er zijn meer dan 20.000 exemplaren verkocht, heeft al 9 drukken en stond in de bestseller 60. 🤖 Het boek deed het zó goed, dat we er een serie van hebben gemaakt. Elk boek in de *Hoofdzaken*-serie vertelt het persoonlijke verhaal van de auteur over diens neurodiversiteit of mentale gezondheid.

Dat klinkt heel mooi en waardevol!

Dank je! Dat vonden wij ook. Daarom hebben we nu ons eigen imprint, Blossom Books BOLD. Daarbinnen geven we onze non-fictie uit. Waaronder dus de *Hoofdzaken*-serie, maar ook boeken met thema's als feminisme, politiek en seksualiteit.

Wow, van een imprint naar een uitgeverij met een eigen imprint, gaaf! 🤖 Jullie geven steeds meer verschillende boeken uit. Wat ik me afvraag, is er een boek of project dat je graag nog eens zou willen proberen?

We hebben vrij recent *Voer* uitgebracht, ons eerste kookboek en die wordt erg goed ontvangen. Dat was echt één van mijn dromen. Invulboeken, agenda's, graphic novels, maatschappelijke pamfletten, de *Wereldklassiekers*, de leukste YA natuurlijk... wat hebben we niet? Ik mis nu niks specifiek, maar ik zeg nooit dat ik iets niet zou willen uitgeven, soms komt er iets langs dat me ineens aanspreekt.

Spannend, ik ben benieuwd! Ik houd jullie in elk geval in de gaten. Bedankt voor dit interview.

Geen probleem! En als je later nog iets wilt weten; je weet ons altijd te vinden hè. 😊



blogs & nieuwsbrieven

Blossom Books zet meerdere kanalen in om hun fans op de hoogte te houden van nieuwe boeken en leuke acties. Zo hebben ze ook een blog op hun website en delen ze maandelijks een lezersnieuwsbrief. Het schrijven daarvan behoort tot het takenpakket van de stagiair vormgeving/marketing. Ik schrijf in mijn vrije tijd vaker blogs en stukken tekst, dus ik vond het leuk om te ontdekken of ik dit ook op professioneel vlak vaker zou willen doen.

Blogs

Tijdens mijn stageperiode schreef ik tweeëntwintig blogs. Elke donderdag kwam er een online. De onderwerpen zijn verschillend, en als er niks bijzonders op de planning stond, mocht ik zelf een onderwerp aandragen. Aan het begin van een nieuwe maand schreef ik een blog met alle boeken die zouden verschijnen. Ook maakte ik een aantal keer een overzicht met boekhandels die boekenleggers hadden ontvangen, zodat lezers ze daar konden ophalen.

Verder gaf ik leestips voor bepaalde thema's, zoals Valentijn. De meest speciale en uitdagende blogs vond ik de interviews, waarbij ik de auteurs mocht mailen met mijn vragen. Bij elke blog ontwierp ik een passende afbeelding. Dat staat mooi op de homepagina en zet aan tot verder lezen van het artikel. De blogs werden altijd even nagelezen, maar op een paar typfoutjes na, werden ze vaak snel goedgekeurd.

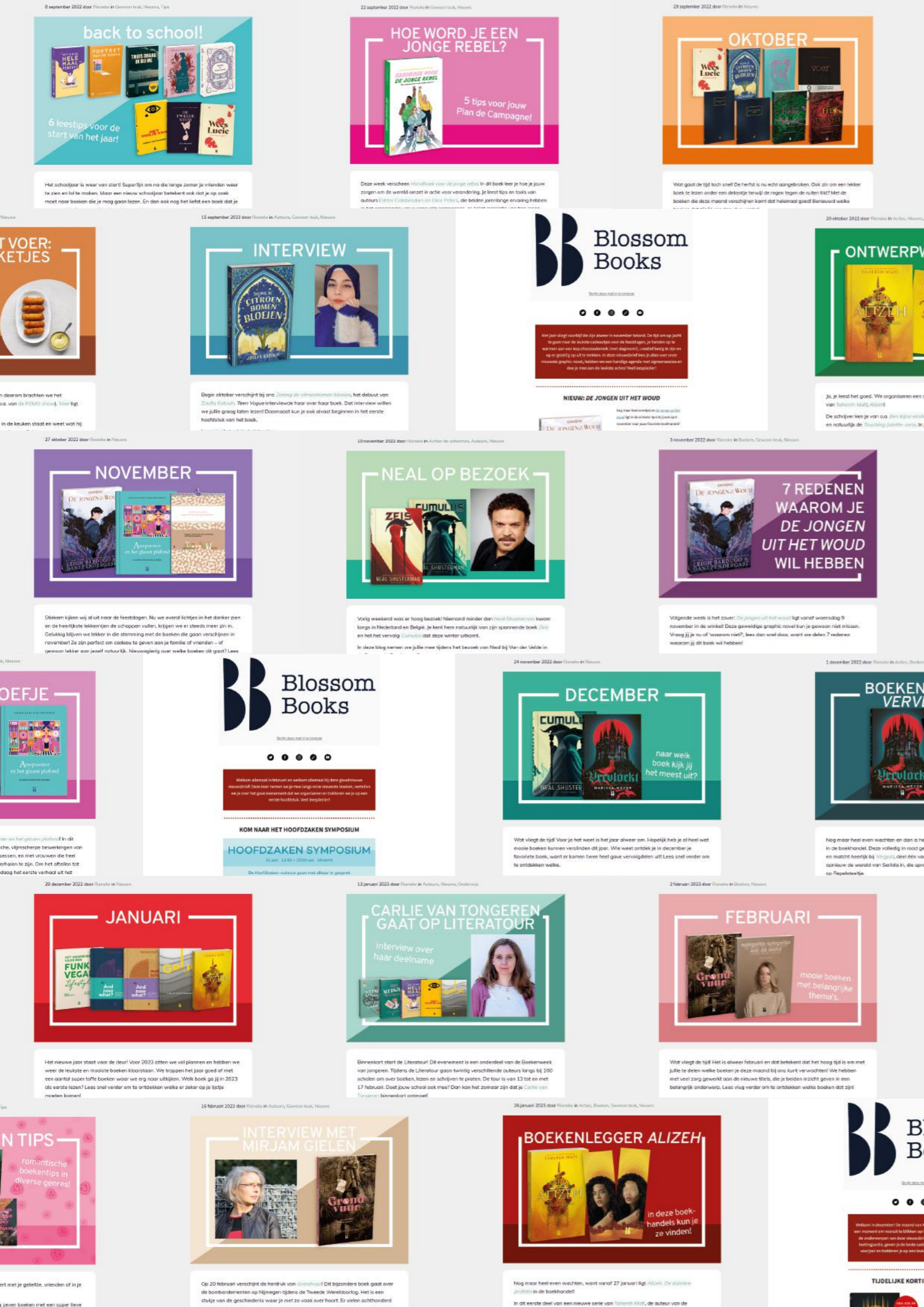
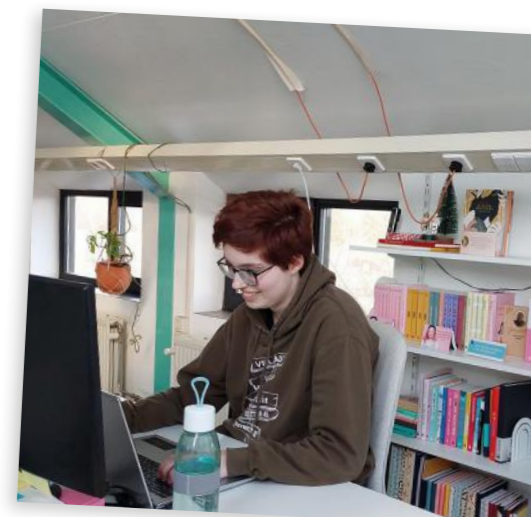
Nieuwsbrieven

De lezersnieuwsbrief verschijnt op de eerste woensdag van de maand. Voor deze nieuwsbrief kun je je inschrijven, zodat je 'm ontvangt in je mailbox. In de nieuwsbrief lees je alles over de nieuwste boeken, leukste acties en delen we vaak nieuwtjes als eerste en lees je exclusief alvast een eerste hoofdstuk. Het maken van de nieuwsbrief is altijd best een karweitje. Samen met het team worden de onderwerpen bedacht.

Vervolgens maak ik de nieuwsbrief op in het vaste template van Mailchimp. Ik vind het een fijn en duidelijk programma. Elk onderwerp krijgt een eigen blokje en bij elke afbeelding, titel en auteur link ik naar de bijhorende webpagina. Daarna bedenk ik een lekkere click-bait titel, zodat zoveel mogelijk abonnees de nieuwsbrief openen.

Dit heb ik geleerd

Wat ik ontzettend leuk vond om te ontdekken, is hoeveel plezier ik haal uit het schrijven van teksten voor marketingdoeleinden. Ik schreef al als hobby en kon mijn interesse hiervoor nu inzetten voor Blossom Books. Ik had na wat instructies snel door wat de bedoeling was qua stijl en inhoud van de blogs. Op soms wat typfoutjes na, krijg ik tijdens het nalezen voornamelijk complimenten in plaats van feedback. Blijkbaar vind ik het niet alleen leuk, ik kan het ook nog best aardig. Ik ben er dankzij de blogs wel achter gekomen dat het vertalen van teksten niet voor mij is weggelegd. Ik moest een interview vertalen vanuit het Engels. Taaltechnisch zaten er niet veel fouten in, maar het duurde lang en ik vond het niet zo leuk. Ook de nieuwsbrieven maken vond ik leuk, al kwam hier iets minder creativiteit bij kijken. Ik vind het vooral tof om de onderwerpen op Instagram langs te zien komen bij lezers, dan merk je echt dat ze de nieuwsbrief leuk vinden om te ontvangen. Dankzij deze opdrachten heb ik meer kunnen ontdekken wat ik leuk vind om te doen, naast de vormgeeftaken die ik vanuit mijn opleiding kende. De combinatie van beeld en tekst vind ik heel interessant, daar wil ik later meer mee doen.



ZO MAAK JE EEN BOEK

67

Als je een boek in de winkel koopt, betaal je al gauw twintig euro. Best een hoop geld voor een bundeltje papier. Waar betaal je eigenlijk precies voor? En wat komt er allemaal kijken bij het maken van een boek voordat die in de winkel ligt? Op mijn stage heb ik bij meerdere boeken het hele proces mogen volgen en ik leg je graag uit hoe het precies zit!

PRIJS BOEK	
PRODUCTIE	15%
MARKETING & VERKOOP	5%
DISTRIBUTIE & OPSLAG	3%
BTW	9%
ROYALTIES AUTEUR	10%
WINST BOEKHANDEL	48%
WINST UITGEVERIJ	10%

TOTAAL	100%



VIND EEN UITGEVER

Hoera! Je hebt een boek geschreven of je hebt een geweldig idee dat je met de wereld wil delen. Daarom ben je nu op zoek naar een uitgeverij die met jou het avontuur aan wilt gaan. Dat doe je door de uitgeverij te mailen en uit de grote stapel ingezonden werken gekozen te worden, een vet goede pitch in te sturen of misschien word je zelfs wel gevraagd door de uitgeverij om een boek te schrijven. Is het vinden van een uitgever gelukt? Super! Dan is het tijd voor de volgende stap.



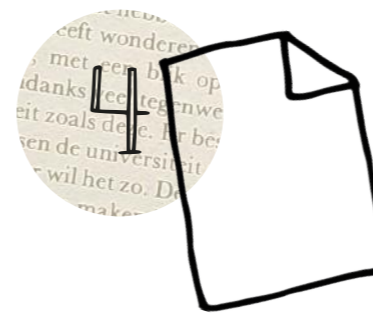
DE BESTE VERSIE VAN JE BOEK

Hoe geweldig je jouw boek ook vindt, er moet nog veel aan gebeuren voordat het in de winkels komt te liggen. Dat begint met de redactie. Jouw redacteur bij de uitgeverij begeleidt het hele proces en voorziet je boek van feedback. Samen tillen jullie de inhoud naar een hoger niveau. Daarna gaat de persklaarmaker aan de slag om alles nog eens helemaal na te lezen en te controleren, waarna de corrector alle taal- en typefoutjes uit je boek haalt.



JUDGE A BOOK BY IT'S COVER

Terwijl je bezig bent met de inhoud van je boek, wordt er een vormgever gekozen die het omslag van jouw boek gaat maken. Een boek verkoopt immers een stuk beter als het er netjes en professioneel uitziet. Samen met de redacteur bedenken je wat je wilt uitstralen met je boek. De vormgever maakt een omslag en samen met je redacteur geef je de vormgever feedback totdat het omslag perfect is!



EEN MOOI BINNENWERK

Naast een mooi omslag, wil je ook dat je boek lekker leest. Ondertussen is de inhoud helemaal klaar en gaat de zetter met je document aan de slag. Die plaatst de tekst in een fijn leesbaar lettertype in een drukbaar bestand. Zitten er extra's in je boek, zoals een briefje of een QR-code? Of wil je dat je hoofdstukken een illustratie krijgen? Dan zorgt de zetter ervoor dat dit mooi wordt vormgegeven.



VAN DOCUMENT NAAR BOEK

Alle benodigde bestanden voor je boek zijn klaar! Tijd om het naar de drukker te sturen. De uitgeverij kiest papiersoorten die goed bij je boek en doelgroep passen en laten je boek vervolgens drukken. Ook met een speciale afwerking met folie weet de drukkerij raad. Je boek rolt in groten getale van de band en wordt vervoerd naar het distributiecentrum.



OP NAAR DE LEZERS!

Tadaa, je boek is af! Maar hoe krijg je het bij zoveel mogelijk lezers? Daarvoor komt het marketingsteam van de uitgeverij in actie. Ze bedenken acties zodat zoveel mogelijk boekhandels het boek inkopen en maken je potentiële lezers nieuwsgierig naar je boek. Online acties, advertenties, mooi promotiemateriaal of misschien zelfs een televisie-interview; ze regelen het allemaal. Op naar een succesvol boek!

schaduwopdracht

Yes! Midden februari mocht ik de schaduwopdracht gaan doen. Hier had ik echt naar uitgekeken. Nu vraag je je waarschijnlijk af, 'wat is een schaduwopdracht?' Elke vormgeefstagiair bij Blossom Books mag tijdens de stage een boekomslag ontwerpen als oefening (het omslag wordt helaas niet echt gebruikt). Dit doe je tegelijkertijd met de freelance vormgever. Je krijgt precies dezelfde info en deadline, zodat je kunt leren hoe je dit het beste aan kunt pakken en je kunt laten zien wat je kan. Dit is een uitdagende opdracht die ook nog eens lekker staat op je portfolio. Ik neem je mee in mijn vormgeefproces van het omslag dat ik maakte bij *De laatste zomer*!

Briefing

Maureen verzorgt dit boek en van haar kreeg ik mijn briefing. In dit Word-document stond precies waar ze naar op zoek was voor het omslag. In een korte omschrijving vertelde ze waar het boek over gaat:

"*De laatste zomer* is een thriller over een verscheurde vriendengroep die nog één keer samenkomt. Een deel van de vrienden probeert een geheim te bewaren: er was een zomerhuis, een brand en een lijk – maar wie was waar verantwoordelijk voor?"

Ook kreeg ik de afmetingen en tekst aangeleverd, en gaf ze wat tips en ideeën mee voor het omslag. Zo stonden er foto's bij die het type huis goed lieten zien.

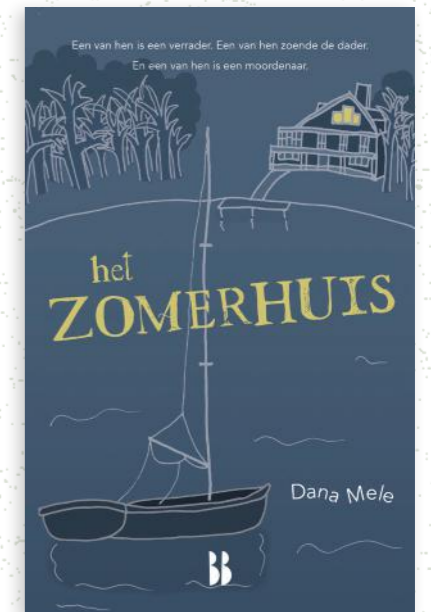
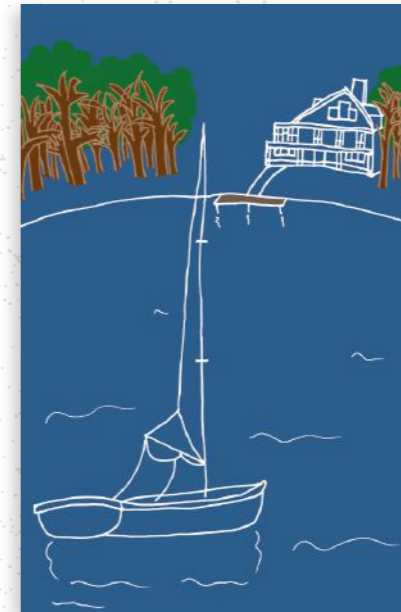


Schets en concept

Door de briefing begreep ik al snel dat het omslag een mysterieuze sfeer moest krijgen. Het meer, de boot en het huis zijn belangrijke elementen. Die wilde ik daarom terug laten komen in mijn ontwerp. Als eerste maakte ik een schets. Zo kon ik de compositie bepalen.

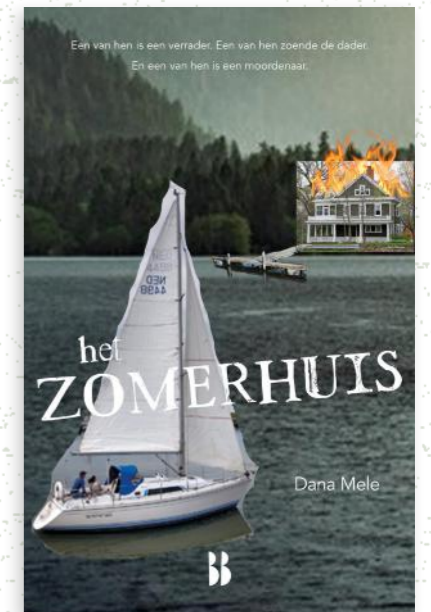


De schets scande ik in en bewerkte ik digitaal na. Ik begon met inkleuren, en kwam erachter dat mijn sfeer beter over zou komen wanneer ik minder verschillende kleuren zou gebruiken. Het blauw is donker, en de schakeringen zorgen ervoor dat je de diepte goed ziet. Het geel geeft het licht aan op de zolder, zoals in de briefing stond, en komt terug in de tekst. Ook koos ik alvast een lettertype dat de sfeer zou ondersteunen.



Uitwerking

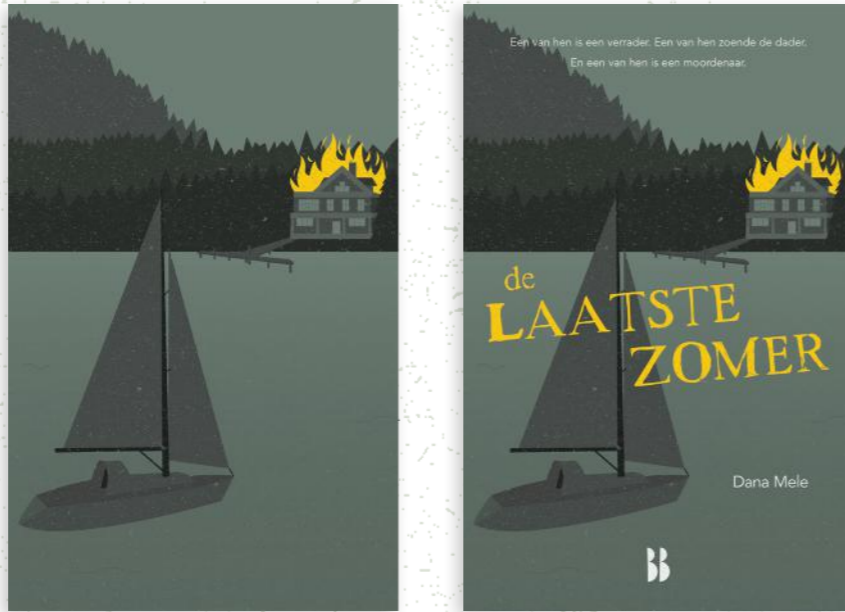
Mijn concept stuurde ik naar Maureen. Hier kreeg ik handige feedback op. Ze vond de elementen en de plaatsen daarvan goed gekozen, en ook het idee van de twee kleuren vond ze mooi. Wel was mijn boot niet luxe genoeg, vond ze het blauw wat te kil en liet ze weten dat het licht op zolder minder belangrijk was dan de brand in het verhaal. Naar aanleiding hiervan heb ik een nieuwe compositie gemaakt in Photoshop. Ik plakte ruw verschillende plaatjes bij elkaar. Nadat Maureen aangaf dat dit meer was wat ze bedoelde, ben ik de afbeelding digitaal gaan overtrekken in Illustrator.



De achtergrond gaf ik alvast een kleur. De andere elementen maakte ik in wit en grijs, zodat ik goed kon zien waar later de goede kleuren moesten komen. Het vuur tekenen was echt een uitdaging en ging niet meteen goed. Het leek eerder op een gigantische explosie van gesmolten kaas...



Daarom ben ik overnieuw begonnen met het vuur, dat toen veel beter lukte. Ik gaf alle elementen de juiste kleur en koos voor een korrelige overlay voor een extra creepy effect. Daarna plaatste ik de tekst en het logo erin. Ondertussen was de titel van het boek veranderd van *Het zomerhuis* naar *De laatste zomer*.



Maureen was het met me eens dat het omslag nu echt de goede kant op ging. Wel was het groen te flets en te grijs, en ook het vuur knalde er nog niet echt uit. Daar ging ik mee aan de slag. Ik maakte een nieuw kleurenpalet dat ik baseerde op een foto die ik precies de goede sfeer vond uitstralen.



Dit kleurenpalet paste ik toe en ook het geel werd een stuk dreigender. Naar aanleiding van Maureens feedback verplaatste ik het logo en de naam van de auteur. Over deze versie waren we allebei zeer tevreden.



Daarom ging ik door met het maken van de rest van het omslag. Omdat de achterflaptekst nog niet af is, heb ik het voor nu gedaan met tijdelijke tekst. Zo kan ik laten zien wat ik voor ogen heb. Ik vulde de vaste elementen in die door Blossom Books waren aangeleverd. Ik koos kleuren voor de themabalk die op elk van hun boeken staat, en vulde de logo's in met het overlay van het omslag, zodat het één geheel werd.



Resultaat

Natuurlijk plaatste ik mijn omslagontwerp in de 3D mockup die Blossom Books voor hun boeken gebruikt. Het lijkt nu net alsof mijn omslag écht op hun website staat. Ik vind het omslag erg goed gelukt. Ik heb kunnen oefenen met het werken in Illustrator, waarin ik leerde te werken met overlays, en leerde nieuwe mogelijkheden in InDesign. Ik vond het leuk om een groter project te kunnen doen en vond het fijn dat ik twee weken de tijd kreeg om me puur hierop te focussen.

Ben je benieuwd geworden naar *De laatste zomer* en hoe het officiële omslag van de freelance vormgever is geworden? Scan de QR code!



BLIJE BOEKENWURM

Ontwerpen in het wild

Ik wist natuurlijk dat mijn ontwerpen voor de uitgeverij ook echt gebruikt zouden worden. Maar toch is het heel tof om ze dan zomaar bij een boekhandel te zien! Of bijvoorbeeld op Instagram in een foto, of een berichtje te krijgen van een tevreden auteur waar je stiekem fan van bent...



Acties bedenken

Jarenlang genoot ik van de (online) acties van Blossom Books, en nu mocht ik er over meedenken! In brainstormrondjes werd altijd om mijn mening gevraagd, en winacties voor Instagram mocht ik vaak zelf bedenken, hoe leuk!

Boeken, boeken en nog meer boeken!

Als je net als ik gek bent op boeken, is een stage bij een uitgeverij echt geweldig. Je bent de hele dag bezig met boeken, bent erdoor omringd en mag ze in je vrije tijd lekker lezen. Daarnaast kreeg ik 40% werknemerskorting, dus ging ik geregeld met een boek naar huis. Dat resulteerde in deze stapel...



Een kijkje achter de schermen

Meekijken bij het proces van je favo uitgeverij en alle nieuwtjes over toffe acties en nieuwe boeken als eerste weten; welke boeken er wil dat nou niet? Tijdens mijn stage kon ik dit en ik heb er met volle teugen van genoten!



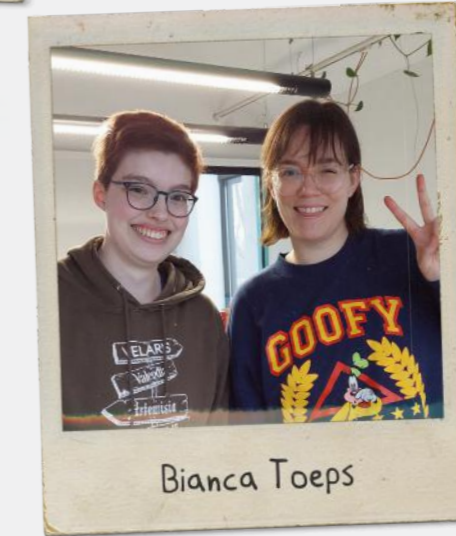
Elin Meijnen, Carlie van Tongeren, Astrid Boonstoppel, Cecile Korevaar



Zoulfa Katouh



Mackenzi Lee



Bianca Toeps



Billy en Lisanne bij het Grisha-evenement



Auteurs ontmoeten en mee naar evenementen

Nog een gaaf voordeel aan stagelopen bij een uitgeverij; je favoriete auteurs ontmoeten! Als een echte fan ging ik met ze op de foto en liet ik mijn boeken signeren. Tijdens de zomerborrel ontmoette ik een hele hoop schrijvers en maakte ik een selfie, andere auteurs kwamen naar kantoor om hun ideeën voor volgende boeken te bespreken én ik had het geluk dat ook twee internationale auteurs in Nederland kwamen voor evenementen. Ik ging mee naar het Grisha-evenement, waar ik mijn online vrienden eindelijk eens in het echt zag!

STAGE REVIEW

In de boekenwereld worden er talloze recensies geschreven. Ze zorgen ervoor dat een boek aandacht krijgt en beter verkoopt. Omdat deze vorm van terugblikken zo bekend is, pas ik 'm ook toe op mijn stageperiode. Net als bij mijn boekenreviews behandel ik de verschillende onderwerpen stuk voor stuk en geef ik ze een sterrenbeoordeling.



OMGEVING ★★★★★

Het kantoor van Blossom Books ligt aan het eind van een onverharde weg, midden in Vleuten. Het is omringd door een park vol natuur en voor je fiets kan er zomaar een fazant oversteken. Dit zorgt voor een fijne, rustige sfeer. Het kantoor zelf is helemaal open. Makkelijk om met elkaar in contact te blijven, maar soms wat afleidend omdat je iedereen altijd hoort.

COLLEGA'S ★★★★★

Iedereen die ik op kantoor heb leren kennen, is onwijs aardig. Alle medewerkers zijn kundig en staan open voor vragen. Zo kon ik van iedereen wat leren! Daarnaast zijn ze heel meedenkend wanneer je met iets zit. Samen zorgen ze voor een fijne, veilige sfeer op kantoor waarin iedereen zichzelf kan zijn.

WERKZAAMHEDEN ★★★★★

De hele dag dingen mogen ontwerpen om boeken te promoten vond ik heerlijk. De uitingen zijn uiteenlopend, wat zorgde voor een leuke, uitdagende afwisseling in taken. Soms vond ik de herhaling van opdrachten wat minder leuk, al begreep ik waarom het terugkwam. Ik kreeg veel creatieve vrijheid en mijn kennis werd gewaardeerd, dat vond ik erg fijn.

LEERDOELEN ★★★★★

Tijdens mijn stage heb ik kunnen proeven hoe het is om bij een uitgeverij te werken. Ik heb mijn vaardigheden kunnen uitbreiden en heb veel ervaring opgedaan. Ook kreeg ik de ruimte om te werken aan mijn persoonlijke leerdoelen, waardoor ik gegroeid ben als persoon. Ik durf meer open te zijn, duidelijker mijn grenzen aan te geven en heb mijn perfectionisme meer los kunnen laten. En ik heb ontdekt wat ik later wil gaan doen: werken bij een uitgeverij of een eigen bedrijfje in deze branche beginnen!

ALGEGELE ERVARING ★★★★★

Mijn stage was een leerzame én ontzettend leuke periode. Ik voelde me echt deel van het team. Ik raad Blossom Books als stagebedrijf daarom zeker aan!

x Rieneke

BEDANKT!

Copyright

illustraties blz. 7 Ely Ely Ilustración

foto's Myrthe, Linda, Maureen,

Hannah blz. 8-9 Tatjana Almulji

foto Myrthe blz. 15 Tatjana Almulji

foto wit huis blz. 20 colonialwilliamsburg.org

foto wit huis blz. 20 artfuliving.com

foto meer blz. 22 shutterstock.com

stock photo ID 419805022

Met dank aan

Myrthe Spiteri

Hannah van der Mark

Judith van Harten

Remco Jansen

Maureen Walrave

Linda van Scherrenburg

Marieke Speulman

Blossom Books stage

Rieneke Speulman

Stagedocent: Folkert Jan Boersma

Stagebegeleider: Hannah van der Mark

Stageperiode: 25-08-2022 - 14-04-2023

Inleverdatum: 31-03-2023



08-2022 - 04-2023