



**GABRIEL
PENA-BALLESTÉ**

CREADOR DE LA STAR-UP VIVLIOS

PARTICIPA EN...
¿Qué hago para conseguir visibilidad?
17:30-18:30 horas

Gabriel Pena-Ballesté (Seròs, 1980) es poeta y emprendedor. Co-fundador y CEO de "VIVLIOS. Descubre. Lee. Recomienda.". En su formación destacan el Master in Digital Business (ESADE) en 2015 y Executive education in Brand and Communication Strategic Management (ESADE) en 2009. Ha publicado 'Inharmònics. 8 poètes actuals' (Ed. IEI), 'La revolució del bon gust' (Premio de poesía Màrius Torres), 'Ancoratges de baix cost. Premi de poesia Les Talúries' y 'Urbicidi', poemario incluido en el libro 'Trista Joia. Recopilación de obras premiadas en el certamen Joan Duch'.

"DE LOS CENTENARES DE MILES DE NUEVOS TÍTULOS QUE CADA AÑO SALEN AL MERCADO SOLO UN 1% DISPONE DE SUFICIENTE PRESUPUESTO PARA DARSE A CONOCER A TRAVÉS DE LOS CANALES DE PROMOCIÓN CONVENCIONALES"

A grandes rasgos, ¿qué es Vivlios? ¿Qué supone frente a otras plataformas especializadas en libros de la red?

De los centenares de miles de nuevos títulos que cada año salen al mercado solo un 1% dispone de suficiente presupuesto para darse a conocer a través de los canales de promoción convencionales (presencia en el escaparate de una librería, en un lineal determinado, en un anuncio en el periódico, una falca en la radio, en otros soportes publicitarios...). Vivlios también somos un canal de promoción de los libros, pero somos un canal online. Y esto aporta muchas ventajas: permite que nuestros clientes dispongan de una alta segmentación de lectores a costes bajos; campañas mucho más ambiciosas y económicas; minimizar el riesgo de la inversión en promoción, porque ofrecemos una estrategia de inversión por días (el cliente escoge cuántos días), de forma que puede ir gestionando campañas a corto plazo, sin necesidad de grandes inversio-

nes ni largoplacistas; aportamos métricas de resultados tanto a nivel cuantitativo y de esta forma nuestros clientes pueden evaluar la campaña y tomar decisiones a corto plazo para optimizar mejor los resultados; generamos afinidad entre los lectores y los títulos en promoción, es decir, nuestros clientes pueden interactuar con sus lectores de forma directa y abierta. Cada día más de dos millones de lectores en español van a ser público al alcance de nuestros clientes.

¿Qué saca el lector en claro y cómo? ¿Y el editor?

En Vivlios también tenemos una cara para el lector. Estamos preparando un espacio de novedades y noticias de interés relacionadas con el libro. Este espacio además va a contar con un catálogo de libros con decenas de miles de títulos. Estos títulos se presentarán en forma de ficha de libro que incluirá desde contenido de presentación (video, audio, reseña, info

del autor, comentarios y valoraciones de los propios lectores, etcétera) hasta libros relacionados. Además este nuevo espacio estará orientado a generar comunidad. Mediante procesos inteligentes de detección de gustos literarios propondremos, al lector, solo aquellos títulos que encajen con sus preferencias (aunque el lector siempre podrá navegar por todo el catálogo a través de otras herramientas). Y finalmente, los lectores podrán conocer y realizar "matchings" con libros, pero también con otros lectores con los que compartan afinidades literarias. El editor y también aquellos autores que se autoeditan (incluso aquellos autores que quieran lanzar una campaña de promoción al margen de su editorial) con Vivlios tendrán un espacio literario de referencia donde encontrar a sus lectores e interactuar con ellos.

¿Está enfocada sobre todo a autores independientes, que necesitan otros canales de promoción, o a todos?

Estamos enfocados a todos. Autores independientes también. Vivlios es un espacio de democratización de las oportunidades. Queremos que cualquier libro pueda llegar a conectar con su lector apropiado.

Tener visibilidad es uno de los grandes retos de los autores. ¿Algún consejo?

Claro que lo es. Si los lectores no te ven, no te van a leer. Y sí, un consejo: que se dirijan a los lectores sin miedo, como si fueran sus compañeros. Que usen dispositivos como el móvil para generar contenidos de fácil consumo, por ejemplo vídeos para lanzar mensajes directos y abiertos a la comunidad lectora. Que expliquen su experiencia de creación del libro. Que hablen de sus manías como lector y como escritor. Que hablen de sus libros favoritos. En definitiva, que sean naturales y espontáneos.