Marketing de AUDIOLIVRO

10 estratégias atualizadas para divulgar seu audiolivro



PromoEbooks

Sumário

Introdução 5
Antes de divulgar: onde seu audiolivro vai estar 7
Dica 1 · Redes sociais 10
Dica 2 · Podcasts 13
Dica 3 · Blogs, lives e entrevistas 15
Dica 4 · Funil de e-mail 17
Dica 5 · Incentive avaliações honestas 19
Dica 6 · Converse com o seu narrador 22
Dica 7 · Códigos promocionais 24
Dica 8 · Canais e sites de promoção 26
Dica 9 · Links em todo lugar 28
Dica 10 · Anúncios pagos 30
Plano de 30 dias 33
Glossário 35
Palavras finais 36
Fontes e recursos 37

Os números do sumário referem-se à edição completa.

Introdução

Seu livro ganhou voz. Agora é hora de fazer com que as pessoas certas o encontrem.

Parabéns por publicar o seu audiolivro! Não faz muito tempo, um autor dependia de uma editora para chegar ao público. Hoje, publicar está ao alcance de quem tem uma boa história, um bom conteúdo e disposição para aprender o caminho.

O audiolivro vive um momento especial no Brasil. Em 15 de outubro de 2026, o Spotify estreou seu serviço de audiolivros no país, com mais de 6 mil títulos em português e 12 horas mensais de escuta incluídas para assinantes elegíveis do Premium. Ele se soma a serviços que já atuam por aqui, como Audible, Storytel e Skeelo. Mais plataformas significam mais portas de entrada para ouvintes, mas também mais títulos disputando atenção.

Por isso, depois que o livro é narrado, revisado e publicado, existe uma segunda etapa tão importante quanto a primeira: **a divulgação**. As táticas são parecidas com as de livros digitais e impressos, com ajustes próprios do áudio: o ouvinte precisa *escutar* um pouco antes de decidir, e a voz do narrador faz parte do produto.

Este livro foi pensado para autores independentes, pequenas editoras e criadores de conteúdo que querem divulgar um audiolivro sem depender de fórmulas mágicas. Não é preciso ter experiência em marketing nem uma equipe: o objetivo é apresentar caminhos práticos, em linguagem simples, que podem ser adaptados ao seu gênero, ao seu público e ao seu orçamento.

Ao longo dos capítulos, você vai ver onde um audiolivro pode ser publicado e vendido no Brasil, como usar redes sociais, podcasts, blogs e lives, como montar uma lista de e-mails com respeito à LGPD, como pedir avaliações de forma honesta, como aproveitar o narrador na divulgação e como entender anúncios pagos sem desperdiçar dinheiro. Tudo sem confundir divulgação com vendas garantidas.

Como usar este livro

São dez estratégias independentes. Você não precisa aplicar todas ao mesmo tempo: escolha duas ou três, execute bem, meça o resultado e só então avance. No fim, há um plano de 30 dias para organizar a rotina e um glossário com os termos técnicos.

Ao longo do livro você vai encontrar três tipos de destaque: caixas azuis com ideias práticas, caixas douradas com atualizações de 2026 e modelos de texto prontos para adaptar, como mensagens de convite e e-mails de boas-vindas.

Plataformas, programas e preços mudam com frequência. Por isso, as informações foram conferidas em fontes públicas em 24/11/2026 e estão listadas ao final da edição completa. Confirme sempre as regras vigentes no site oficial de cada serviço antes de decidir ou de investir.

Vamos começar!

AMOSTRA GRATUITA · PromoEbooks

Dica 1 · Redes sociais

> *Seu ouvinte já está nas redes. Vá até ele, converse e convide para escutar.*

Hoje, as fronteiras entre vida pessoal e vendas nas redes são quase inexistentes: o público compra de quem conhece e acompanha. Isso é uma ótima notícia para autores independentes, porque a sua voz e a sua história viram diferenciais.

Um canal, um destino



Figura 2. Vários canais, um único destino: o link do seu audiolivro.

Passo a passo

1. **Escolha onde o seu público está.** Um livro de negócios costuma encontrar leitores no LinkedIn; romance e fantasia, no Instagram e em vídeos curtos. Não precisa estar em todas as redes: faça bem em duas ou três.
2. **Crie um perfil de autor** com foto, uma frase clara sobre o livro e o link de compra ou amostra na biografia. Use o mesmo nome e o mesmo visual em todas as redes.
3. **Use hashtags do seu gênero e do formato**, como #audiolivro, #audiobook e #bookstagram, combinadas com termos do tema do livro. Pesquise antes: veja o que quem tem público parecido com o seu está usando.
4. **Participe de grupos e comunidades de leitura** (Facebook, Telegram, WhatsApp), mas leia as regras de cada um antes de divulgar. Comente, ajude e converse: quem só aparece para postar link costuma ser ignorado.
5. **Mostre o áudio, não só a capa.** Corte um trecho curto da amostra e publique em vídeo, com a capa ou a legenda na tela. Quem escuta 30 segundos entende o que está comprando.

QUATRO IDEIAS DE CONTEÚDO PARA REPETIR TODA SEMANA

- Um trecho de 30 a 60 segundos da narração.
- Um bastidor da gravação: como foi escolher a voz, o ritmo ou uma cena difícil.
- Uma pergunta ao público relacionada ao tema do livro.
- O relato de um ouvinte real, **sempre com autorização** (nunca invente depoimentos).