



ESTUDO DE CASO DA PESQUISA DE LIVROS DO GOOGLE

# Springer vê vendas de fundo de catálogo recorde com a Pesquisa de Livros do Google

"A Pesquisa de Livros do Google é um dos mais simples e melhores veículos de marketing on-line"

**Paul Manning**

Vice-presidente,  
Venda de livros



## Sobre:

Fundada em 1842 em Heidelberg, Alemanha, a Springer representa atualmente 70 editoras científicas e técnicas em 20 escritórios no mundo inteiro. Uma das principais editoras mundiais de textos científicos e técnicos, a Springer produz mais de 5.000 novos livros a cada ano, e seu amplo catálogo contém mais de 40.000 títulos.

## Desafios:

Há bastante tempo a Springer se empenha em publicações e marketing online, portanto nunca teve dúvidas de que deveria aproveitar o mundo digital. Desde sua plataforma interativa online para livros e periódicos (SpringerLink) até os alertas e boletins personalizados por e-mail, a Springer se orgulha de ter sido uma das primeiras a adotar as novas tecnologias e métodos de marketing. Sendo assim, a editora se interessou pelos novos leitores que acreditava poder atingir através da Pesquisa de Livros do Google, com a qual os usuários podem pesquisar, encontrar e comprar livros em livrarias locais, livrarias on-line ou na própria editora.

"No início, tínhamos receio de pôr trechos de nossos livros na Pesquisa de Livros do Google. Achávamos que as pessoas poderiam ler e pronto", disse Paul Manning, vice-presidente, Venda de livros. "Mas percebemos que fazer parte da Pesquisa de Livros do Google não significava que os usuários pudessem ler o livro inteiro ou se apropriarem dele gratuitamente. Vimos um potencial para criar maior consciência sobre nossos livros. Esperávamos que as pessoas conhecessem o valor contido em nossos textos e os adquirissem."

"Nossas vendas de livros nos EUA alcançaram um recorde no ano passado. Acreditamos que isso se deve em parte a uma maior visibilidade on-line gerada por programas como a Pesquisa de Livros do Google".

## SOBRE A PESQUISA DE LIVROS DO GOOGLE

A Pesquisa de Livros do Google permite que editores promovam seus livros no Google. Digitalizamos o texto completo dos títulos de editores participantes, de modo que os usuários possam ver os livros que correspondam aos tópicos que estão procurando. Quando um usuário clica em um resultado de pesquisa que é um trecho de um livro, ele é levado a uma página hospedada no Google que exibe uma imagem digitalizada da página relevante do livro. Cada página contém ainda vários links "Comprar este livro", que permitem aos usuários adquirirem o livro de varejistas online. Os usuários também podem ver anúncios contextuais do Google AdWords nessas páginas. Os editores receberão uma parcela da receita gerada pelos anúncios que são exibidos junto a seu conteúdo.

Para obter mais informações, visite  
<http://livros.google.com.br/>

## Solução:

Inscrita em julho de 2004, a Springer foi uma das primeiras editoras a participar da Pesquisa de Livros do Google. "O fato da Google empregar pessoas familiarizadas com o mercado editorial na Pesquisa de Livros foi fundamental para nós. Pudemos conversar com pessoas que falam nossa língua e que compreendem nosso negócio", afirma Manning.

Até fevereiro de 2007, a Springer tinha aproximadamente 26.000 livros no programa. Qualquer editora, independente de tamanho, pode participar gratuitamente da Pesquisa de Livros do Google. "No início não sabíamos o que esperar. Mas depois que começamos a analisar os dados, ficamos impressionados ao perceber que as pessoas que visualizavam nosso conteúdo estavam distribuídas de maneira uniforme por todos os assuntos, independente da data de publicação", explica Manning.

Os livros da Springer já foram acessados até um milhão de vezes em um mês, e os acessos aos livros ocorreram proporcionalmente aos cliques no link "Comprar este livro". Em especial, os títulos em engenharia e informática são os que têm melhor desempenho; representam, respectivamente, 14% e 15% dos cliques no link "Comprar este livro".

"Qualquer recurso que possa fornecer maior visibilidade e melhor distribuição é bom tanto para os autores como para os editores".

**Paul Manning**

Vice-presidente,  
Venda de livros

O serviço foi especialmente útil para a estratégia de fundo de catálogo da Springer.

"As pessoas estão vendo livros de vinte anos atrás com a mesma frequência que se tivessem apenas um ano de publicação", continua Manning. Os livros da Springer publicados antes de 1996 representam 20% de todos os cliques que a empresa recebe em "Comprar este livro" na Pesquisa de Livros do Google.

De fato, alguns desses títulos mais antigos estão esgotados, mas sua visibilidade e popularidade na Pesquisa de Livros do Google fez a Springer pensar em reeditá-los. "Isso teve um efeito estratégico positivo, em termos de editar novamente esses títulos", diz Manning. "E também ajudou em nosso diálogo com os vendedores, ajudando-os a capitalizar sobre as tendências que estamos observando".

"Nossas vendas de livros nos EUA alcançaram um recorde no ano passado. Acreditamos que isso se deve em parte a uma maior visibilidade on-line, em programas como a Pesquisa de Livros do Google", afirma Manning. "Por exemplo, observando o aumento de vendas de nosso fundo de catálogo, uma das variáveis que mudou foi nossa participação na Pesquisa de Livros do Google".

Além disso, 26% dos usuários que clicam em "comprar este livro" selecionam o link para o site da Springer, promovendo um tráfego adicional à plataforma on-line da própria editora. Os links restantes levam os usuários a outras lojas on-line.

"A Pesquisa de Livros do Google é um dos mais simples e um dos melhores veículos de marketing on-line", concluiu Manning, que também a considera uma excelente ferramenta para os autores: "Qualquer recurso que possa fornecer maior visibilidade e melhor distribuição é bom tanto para os autores como para os editores".

Google™