



Editora mais antiga do mundo permanece na vanguarda com a Pesquisa de Livros do Google

"A Google ouviu tudo o que dissemos e se mostra um excelente parceiro. Afinal, esta é uma verdadeira parceria que reúne nosso conhecimento em publicações acadêmicas e profissionais e o conhecimento da Google em conectar informações e pessoas."

Pete Shemilt

Diretor de vendas e marketing, Academic and Professional Books

Introdução

A Cambridge University Press foi fundada por uma carta régia concedida à Universidade de Cambridge pelo rei Henrique VIII em 1534. Ela é a mais antiga editora do mundo e funciona continuamente desde 1584. É também uma das maiores editoras acadêmicas e profissionais do mundo.

A finalidade da editora é expandir os objetivos da universidade, ou seja, promover o aprendizado, o conhecimento e a pesquisa. Para isso, ela publica mais de 1.200 títulos novos por ano nos segmentos acadêmico e profissional e tem mais de 24.000 livros impressos. Com escritórios em 30 países, a Cambridge University Press evoluiu e tornou-se uma editora verdadeiramente global da era moderna. Apesar de sua grande produção de títulos, todos os livros passam por um processo de rigorosa revisão acadêmica e pela aprovação do Press Syndicate (uma comissão de acadêmicos da universidade) antes de sua publicação.

A Cambridge University Press combina tradição e uma história de excelência a uma abordagem inovadora de publicação, adotando os avanços digitais e on-line do mercado. Um programa de impressão de tiragem reduzida garante que o maior número possível de títulos permaneça em catálogo e a Cambridge University Press desenvolveu uma forte presença on-line para promover o aumento das vendas.



"Temos certeza absoluta de que a Pesquisa de Livros do Google faz diferença para as vendas do fundo de catálogo... É o equivalente a poder andar ao redor de um carro, olhar sob o capô e chutar os pneus antes de tomar a decisão de compra."

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>

Desafio

A alta qualidade dos livros da Cambridge University Press é extremamente importante para a organização. Permitir que os consumidores acessem títulos de toda a lista em qualquer lugar é essencial para a continuidade das vendas. "A visibilidade é essencial para nossos livros, pois, na maioria das vezes, eles são especializados e direcionados a mercados específicos", explica Pete Shemilt, diretor de vendas e marketing do grupo Academic and Professional Books. "Nosso desafio de marketing é encontrar formas econômicas de alcançar o maior público possível para cada livro, motivando a compra ou recomendação dos livros. Para nós, o mais importante é fazer com que o público conheça todos os nossos livros: não apenas os lançamentos, mas também os títulos de fundo de catálogo."

Solução

Permitir a descoberta de títulos para gerar vendas foi o principal motivo por trás da decisão da Cambridge de participar da Pesquisa de Livros do Google. A editora ouviu falar do programa pela primeira vez na London Book Fair, em abril de 2004. Dentro de um mês, ela cadastrou quase todo o seu catálogo. "Queremos que todos os nossos livros possam ser comprados por todos aqueles que os procurarem. E a melhor maneira de fazer isso é através do Google", diz Pete Shemilt. "O Google ouviu tudo o que dissemos e se mostrou um excelente parceiro. Afinal, esta é uma verdadeira parceria, reunindo nosso conhecimento em publicações acadêmicas e profissionais e o conhecimento do Google em conectar informações e pessoas."

"Ocasionalmente, fazemos tentativas de burlar o sistema do Google, mas os limites de exibição sempre funcionam exatamente como devem funcionar."

Pete Shemilt

Diretor de vendas e marketing, Academic and Professional Books

"Desde que passamos a figurar na Pesquisa de Livros do Google, as vendas de títulos de catálogo aumentaram em todos os canais devido a diversos fatores positivos", diz Shemilt. Para explorar o efeito específico da Pesquisa de Livros do Google, a Cambridge University Press estudou as diferenças entre as vendas de 2003 e de 2006 para livros publicados antes de 2000. Ela descobriu que, nos EUA, as vendas dos livros do programa da Pesquisa de Livros do Google tiveram um aumento de 20% em relação aos livros fora do programa.

"Está claro que o mercado dos livros mais antigos está se fortalecendo", explica Shemilt. "Na Web, o conteúdo pode ser mantido em evidência por muito mais tempo. Isso nos dá a oportunidade de fazer com que produtos de alta qualidade, que antes eram difíceis de serem encontrados, fiquem visíveis para o consumidor. Isso traz benefícios consideráveis para nossos autores."

A Cambridge University Press está empenhada em usar todos os canais que aumentem a visibilidade de seus livros, mantendo-os seguros. A Internet provou ser uma ferramenta valiosa para isso. "Se milhões de pessoas procuram livros em seu site, como negar que isso esteja estimulando as vendas?"

É claro que nos preocupamos com a segurança, mas conversamos com a equipe do Google e eles nos tranquilizaram. Mesmo assim, ocasionalmente fazemos tentativas de burlar o sistema do Google, mas os limites de exibição sempre funcionam exatamente como devem funcionar", confessa Shemilt.

A Cambridge University Press mede o tráfego do seu próprio site por meio do Google Analytics. A equipe de marketing descobriu que a Pesquisa do Google na Web e a Pesquisa de Livros do Google são responsáveis por mais de 65% de todo o tráfego em seu site. Embora a maioria dos visitantes venha das principais páginas da Pesquisa do Google, um visitante da Pesquisa de Livros é mais valioso que o visitante comum do site da Cambridge University Press. Quando comparado a outros visitantes, um usuário proveniente da Pesquisa de Livros do Google normalmente visita mais páginas do site, tem o dobro de chances de comprar um livro e gasta 50% a mais por pedido.

"Temos certeza absoluta de que a Pesquisa de Livros do Google faz diferença para as vendas do fundo de catálogo", afirma Shemilt. "Também temos certeza de que as pessoas fazem pesquisas on-line e compram off-line. A Pesquisa de Livros do Google assegura aos consumidores que conteúdo da Cambridge University Press é relevante às suas necessidades. No ramo editorial, isso equivale a poder andar ao redor de um carro, olhar sob o capô e chutar os pneus antes de tomar a decisão de compra."

"O fato de a Pesquisa de Livros fornecer um link para o site da Cambridge e para uma seleção de lojas on-line também promove o impulso de agir, facilitando a compra", acrescenta Shemilt. "E, embora existam diversas outras variáveis, está claro que mais de 500.000 exibições de livros por mês causam um impacto positivo."

A Pesquisa de Livros também está afetando o programa digital de impressão de tiragem reduzida da Cambridge, permitindo que a editora mantenha mais livros disponíveis por mais tempo e traga de volta alguns livros fora de catálogo. "Para realizar nossa missão de promover o aprendizado, o conhecimento e a pesquisa, pretendemos manter, sempre que possível, a impressão dos livros mesmo após a redução das vendas. Possibilitar que esses livros sejam descobertos é essencial para viabilizar nosso objetivo."

A Pesquisa de Livros do Google é um componente essencial da estratégia de marketing da Cambridge University Press. "De todas as atividades de marketing em que estamos envolvidos, o marketing direto é a atividade mais importante. Estamos contando com o potencial da Pesquisa de Livros e da Pesquisa na Web para alcançar nossos públicos-alvo de maneira eficaz. A função do profissional de marketing tem sofrido mudanças na era digital. É essencial que a Cambridge University Press mantenha sua longa história de inovação e pioneirismo."

