



Editora Senac ganha visibilidade global por meio da Pesquisa de Livros do Google

Sobre a Editora Senac

“O Google é, sem dúvida, o maior portal de pesquisa em todo o mundo. Portanto, agregar nosso conteúdo a ele é agregar novas oportunidades de negócios para a instituição.”

Marcus Vinicius Barili Alves
Gerente Editor,
Editora Senac
São Paulo



O Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, Senac, é uma instituição privada, sem fins lucrativos, comprometida com a cultura, a educação profissional e com o desenvolvimento do setor de comércio de bens e serviços do país. A Editora Senac, elemento essencial para o cumprimento dessa missão, publica livros científicos, técnicos, profissionalizantes, universitários e de interesse geral, dirigidos a um público exigente e interessado em aprimorar cada vez mais seus conhecimentos. Ao longo de seus onze anos de existência, o negócio editorial do Senac vem crescendo em torno de 10% ao ano, impulsionado pelos cerca de 70 novos títulos lançados a cada ano. “O catálogo atual resulta em aproximadamente meio milhão de exemplares comercializados anualmente nos diversos segmentos em que atuamos”, conta Marcus Vinicius Barili Alves, Gerente Editor.

Desafio

A Editora Senac já utilizava diversos métodos e ferramentas na promoção de seus produtos, tais como malas diretas de distribuição massificada e e-mail marketing dirigido a públicos-alvo segmentados e estratificados, além de divulgá-los internamente aos funcionários, docentes, prestadores de serviço e estudantes por meio de sua intranet.

À frente de uma editora jovem, em fase de acelerada expansão de catálogo, porém, o desafio constante de Marcus Vinicius e sua equipe de 35 funcionários é descobrir meios inovadores, eficientes e eficazes de aumentar a visibilidade de seus livros com vistas a impulsionar as vendas no varejo físico e virtual.

“O índice de conversão que observamos até agora é próximo do retorno obtido com malas diretas segmentadas, porém com um CPM (custo por mil) muito menor”

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

Tendo tomado conhecimento do programa de Pesquisa de Livros Google na Feira de Livros de Frankfurt em 2005, a Editora Senac afiliou-se no início de 2006. Até julho daquele ano, 100% dos títulos publicados até o final do ano anterior estavam no ar por meio do Google Livros. “Entendemos que o Google é um sistema de busca, uma mídia de massa, e, por essa razão, fazia todo sentido a nossa participação com a totalidade dos títulos em catálogo”, explica Marcus Vinicius.

Como a parcela do conteúdo de cada livro que pode ser visualizada é controlada, os editores entenderam que a exposição estimularia a compra do livro impresso integral pela rede varejista. Em um ano no programa, os 660 títulos incluídos inicialmente tiveram mais de 1,7 milhão de visualizações. “Isso, por si só, seguramente indica que nossa decisão pelo programa foi acertada”, comemora Marcus Vinicius. “É uma visibilidade extremamente alta, impossível de ser conseguida sem um pesado investimento em comunicação e marketing”, afirma.

Essas visualizações resultaram em quase 25 mil cliques de usuários do Google nos links para “Comprar este livro” que aparecem na lateral de cada página dos livros das editoras afiliadas no programa de parceiros da Pesquisa de Livros Google. Os links direcionam o usuário à página dedicada ao livro no site de um varejista online ou no da própria editora.

“O atendimento personalizado e muito atencioso por parte da equipe da Google também tem sido de especial importância para seguirmos no processo em situação confortável e de segurança”

**Marcus Vinicius
Barili Alves**
Gerente Editor,
Editora Senac
São Paulo

“O índice de conversão que observamos até agora é próximo do retorno obtido com malas diretas segmentadas, porém com um CPM (custo por mil) muito menor”, calcula Marcus Vinicius. Para ele, esse é mais um bom indicador de que a editora acertou na escolha da Google como parceiro. “O Google é, sem dúvida, o maior portal de pesquisa em todo o mundo. Portanto, agregar nosso conteúdo a ele é agregar novas oportunidades de negócios para a instituição”, avalia.

A participação no programa exigiu pouco da editora. “O investimento que fizemos foi baixo: somente o valor dos exemplares enviados à Google para digitalização”, explica Marcus Vinicius. Para ele, o aprendizado e os resultados obtidos até o momento já são bastante consideráveis e compensadores para os esforços e investimentos despendidos. “O atendimento personalizado e muito atencioso por parte da equipe da Google também tem sido de especial importância para seguirmos no processo em situação confortável e de segurança”, esclarece. A Editora Senac não só pretende permanecer no programa como já ampliou sua participação por meio do envio dos títulos que publicou em 2006 e da implementação da busca customizada – uma ferramenta disponibilizada gratuitamente para editoras com mais de 75% de seu catálogo no programa – no site da Editora Senac (www.editorasenacsp.com.br).

Embora aponte alguns desafios técnicos e operacionais a serem superados para que a parceria se torne ainda mais proveitosa, o editor ressalta a ausência de qualquer impacto negativo decorrente de sua participação. “Não tivemos nenhuma reclamação por parte dos nossos autores que, aliás, sentem-se bem com o projeto e entendem que essa participação é um esforço extra da editora na divulgação de seus títulos”, conta.

Além dos benefícios diretos de promoção e comercialização dos títulos, Marcus Vinicius acredita que o fato de constar no Google demonstra afinidade com os avanços tecnológicos de nossos tempos e reforça o conceito contemporâneo do Senac.

