

Facilité d'utilisation et large diffusion : grâce à Google Recherche de Livres, la maison d'édition Hueber accroît la notoriété et la disponibilité de ses titres.



« En nous associant à Google Recherche de Livres, nous espérons faire connaître nos titres auprès d'un plus large public, ce dont profitera naturellement aussi le commerce traditionnel. »

Sylvia Tobias

Directrice marketing, Hueber

Hueber Freude an Sprachen

TOUT SUR GOOGLE RECHERCHE DE LIVRES

Google Recherche de Livres permet aux maisons d'édition de faire connaître leurs livres sur Google. Google recherche le texte tout entier des titres de ses partenaires éditeurs afin d'afficher pour ses utilisateurs les livres dont le titre correspond aux mots-clés de la recherche. Lorsqu'un utilisateur clique sur un résultat de sa recherche, il accède à une page Internet hébergée par Google qui affiche un extrait scanné de la page la plus pertinente tirée du livre. Chaque page comporte en outre plusieurs liens grâce auxquels l'utilisateur peut acheter le titre par le biais d'un service de vente en ligne. Des messages publicitaires contextuels Google AdWords peuvent également être apparaître sur ces pages. Les éditeurs perçoivent alors un pourcentage du chiffre d'affaires généré par les messages publicitaires affichés à côté de leurs contenus

Pour tout renseignement complémentaire :
<http://livres.google.fr>

L'éditeur

Avec plus de 4 000 titres à son catalogue, Hueber compte en Allemagne parmi les premières maisons d'édition spécialisées dans les ouvrages pédagogiques pour le milieu scolaire et universitaire et la formation adulte et professionnelle.

Numéro un mondial dans le domaine de l'allemand langue étrangère, Hueber propose également depuis une bonne dizaine d'années une offre multimédia dans le domaine de l'autoformation (sur support papier, audio, vidéo, CD-ROM et en ligne) et ce dans une trentaine de langues étrangères.

Fondée en 1921, la maison mise sur l'aspect innovant et la grande qualité de ses produits ainsi que sur le service clientèle. Cette entreprise familiale de taille moyenne est aujourd'hui dirigée par Michaela Hueber, troisième du nom, et emploie 155 collaborateurs à travers l'Europe, dont 40 pour son propre service de livraisons.

Le défi

La maison Hueber se sert de différents outils marketing taillés sur mesure pour les divers segments de sa clientèle. S'agissant de commercialiser le matériel pédagogique institutionnel à destination des organismes de formation, écoles et universités, l'entreprise mise avant tout sur la proximité avec le client et le service sur site. L'accent est mis sur la force de vente mobile, comme l'explique Sylvia Tobias, directrice distribution et marketing : « Notre force de vente spécialement formée assure le conseil à la clientèle, c'est-à-dire aux spécialistes de la pédagogie en milieu scolaire, universitaire et autres structures de formation, sur site, ce qui permet un suivi ciblé et complet ainsi qu'une prise en charge personnalisée. »

« De bout en bout, notre expérience est globalement très positive. Nous avons pu accroître notre chiffre d'affaires ainsi que la fréquentation de notre site. »

En plus du conseil personnalisé par la force de vente et des nombreux ateliers, séminaires et formations, la maison Hueber mise tout particulièrement sur le marketing en ligne, qui depuis longtemps fait partie intégrante de toutes les activités de marketing de l'entreprise. Comme le souligne Sylvia Tobias : « Cela fait une éternité que le e-marketing joue pour nous un rôle de tout premier plan. » C'est ainsi qu'en plus des mailings papier traditionnels, les principaux moyens de fidélisation de la clientèle sont le mailing par courrier électronique, le site Internet et les bulletins d'information.

C'est tout particulièrement dans le domaine de l'autoformation, dans lequel Hueber s'illustre depuis dix ans, que le marketing en ligne joue un rôle essentiel. En s'associant à Google Recherche de Livres, la principale préoccupation de la maison d'édition était donc d'accroître la notoriété, mais aussi la disponibilité de ses titres. La recherche de livres sur <http://books.google.de> s'est avérée la méthode idéale pour améliorer la visibilité de son catalogue et attirer de nouveaux visiteurs vers son propre site. « En nous associant à Google Recherche de Livres, nous espérons faire connaître nos titres auprès d'un plus large public, ce dont profitera naturellement aussi le commerce traditionnel », affirme Sylvia Tobias.

« Google Recherche de Livres s'est avéré constituer un outil extrêmement satisfaisant, que nous n'utilisons pas de façon isolée mais considérons plutôt comme une partie intégrante de nos activités de marketing. »

Sylvia Tobias

Directrice marketing, Hueber

La solution

C'est à l'occasion des Journées des libraires de Berlin, durant l'été 2005, que Sylvia Tobias a fait la connaissance du directeur de la version allemande de Google Recherche de Livres, Jens Redmer. Après une discussion approfondie sur le service, la directrice distribution et marketing de Hueber a compris que Google Recherche de Livres représentait un outil de marketing complémentaire très prometteur.

Sylvia Tobias comptait sur Google Recherche de Livres pour améliorer la notoriété, mais aussi – et surtout – la disponibilité des ouvrages de Hueber. Et de fait, non content d'avoir stimulé les ventes, Google Recherche de Livres a également permis d'augmenter la fréquentation de la page Internet de l'éditeur en langues étrangères ainsi que son chiffre d'affaires. Sylvia Tobias précise pourtant que tel n'était pas l'objectif principal : « Quand nous avons décidé de nous associer à Google Recherche de Livres, notre but était avant tout d'accroître la notoriété et la disponibilité de nos titres. Ce service est absolument idéal dans le domaine de l'autoformation en particulier. »

Le catalogue de Hueber compte plus de 4 000 titres, et l'offre de l'éditeur dans le domaine du développement personnel s'étoffe continuellement grâce aux produits d'éditeurs partenaires, tels que MacMillan, Thomson et Express Publishing. Une grande partie du catalogue de Hueber est déjà disponible par le biais de Google Recherche de Livres et Sylvia Tobias prévoit d'y ajouter les titres restants.

Après un an et demi de collaboration entre Hueber et Google Recherche de Livres, le bilan que tire Sylvia Tobias est excellent : « C'est une expérience globalement très positive. Nous avons accru aussi bien notre chiffre d'affaires que la fréquentation du site. » Dans le domaine de l'autoformation, l'une des priorités de Hueber, la notoriété des titres répertoriés s'est nettement améliorée tandis que l'éditeur atteignait un taux de croissance de son chiffre d'affaires à deux chiffres.

« Google Recherche de Livres s'est avéré un outil extrêmement satisfaisant, que nous n'utilisons pas de façon isolée mais comme une partie intégrante de nos activités de marketing. Pour nous, Google Recherche de Livres a vraiment fait ses preuves en tant qu'outil de marketing complémentaire hautement efficace. » Sylvia Tobias insiste particulièrement sur le rôle croissant que joue Internet dans le domaine de l'édition : « Avec la multiplication du nombre d'internautes, les activités de marketing en ligne sont de plus en plus importantes. Elles sont même devenues incontournables, et pas seulement dans le domaine du livre. »

L'experte en marketing de Hueber apprécie également la simplicité du processus : « Nous n'avons fait qu'envoyer les livres à Google et ne nous sommes occupés de rien d'autre. Cela ne nous a coûté ni effort, ni temps ! Large diffusion et facilité d'utilisation : nous allons sans aucun doute mettre tous nos principaux titres à disposition sur Google à l'avenir ! »

