



Brill accroît la visibilité de son fonds éditorial et enregistre de nouvelles ventes grâce à Google Recherche de Livres

« La numérisation de tout notre fonds d'édition avec Google nous a aidés à mettre notre prestigieux catalogue de livres universitaires sur les bureaux de nos lecteurs cibles. Nos auteurs continueront à bénéficier de cette initiative qui permet de diffuser des informations sur leurs ouvrages à leurs collègues, et même au-delà, à la plus large audience possible »

Dr. Matthias Wahls

Directeur du Développement de Brill



BRILL

TOUT SUR GOOGLE RECHERCHE DE LIVRES

Google Recherche de Livres permet aux éditeurs de promouvoir leurs livres sur Google. Google numérise l'intégralité du texte des livres des éditeurs participants, et les utilisateurs de Google peuvent ainsi visualiser des livres correspondant à leur sujet de recherche. Lorsqu'un utilisateur clique sur le résultat d'une recherche de livres, il est dirigé vers une page web hébergée par Google, sur laquelle s'affiche l'image numérisée de la page pertinente du livre. Chaque page contient également plusieurs liens « Acheter ce livre », permettant aux internautes de l'acheter chez un commerçant en ligne. Les utilisateurs peuvent aussi voir s'afficher sur ces pages des publicités Google AdWords contextuellement ciblées. Les éditeurs reçoivent une partie des revenus générés par les publicités apparaissant sur leur contenu.

Pour plus de détails, rendez-vous sur le site

<http://livres.google.fr>

Fondé en 1683 à Leyde, aux Pays-Bas, Brill est une maison d'édition très réputée dans la communauté universitaire internationale. Brill est spécialisé dans des disciplines telles que l'Antiquité au Proche Orient et en Egypte, le Moyen-Orient et les études islamiques, les études asiatiques, l'histoire, les études bibliques et religieuses, les sciences sociales, les droits de l'homme et le droit public international, la science et la biologie. Brill gère et développe ainsi plusieurs marques d'éditeur, notamment Martinus Nijhoff (droit international), VSP (sciences), IDC (sources originales et documents rares sur microfiches, microfilms et Internet), et Hotei Publishing (arts visuels japonais).

L'enjeu

Avec des bureaux à Leyde et Boston, Brill est un éditeur d'envergure internationale. Sa stratégie et sa mission au service de ses auteurs visent à acquérir une bonne visibilité internationale – notamment pour son fonds d'édition et ses ouvrages « de niche ». Sur la plupart des marchés sur lesquels il est présent, les livres jouent encore un rôle considérable – sinon dominant – et les informations publiées dans ces livres demeurent pertinentes et valides à long terme.

La solution

Brill a rejoint Google Recherche de Livres en juillet 2005, et quelque 6 000 ouvrages de son fonds font partie de ce programme. A partir de l'automne 2006, toutes ses nouveautés figureront également dans Google Recherche de Livres. L'éditeur est pour l'instant très satisfait des résultats, et il fait état d'un « nombre élevé inattendu de visites » sur ses pages et de clics sur le lien « Acheter ce livre ».

« La numérisation de tout notre fonds d'édition avec Google nous a aidés à mettre notre prestigieux catalogue de livres universitaires sur les bureaux de nos lecteurs cibles. Nos auteurs continueront à bénéficier de cette initiative qui permet de diffuser des informations sur leurs ouvrages à leurs collègues, et même au-delà, à la plus large audience possible », affirme le Dr. Matthias Wahls, Directeur du Développement de Brill.

« Au bout d'un an seulement, les résultats de la participation de Brill au programme Google Recherche de Livres ont été remarquables du point de vue stratégique et ont largement dépassé nos attentes. »

Depuis que Brill a rejoint le programme, plus d'un demi-million de visiteurs se sont intéressés à ses ouvrages, et plus de trois millions de pages individuelles ont été consultées. Environ 5 % des visiteurs cliquent sur le lien « Acheter ce livre » – chiffre qui ne tient pas compte de ceux qui ont décidé d'aller consulter le livre en bibliothèque, de l'acheter hors ligne ou de le commander ultérieurement sur le site web de l'éditeur ou chez un autre commerçant en ligne. Si environ la moitié de l'audience du site de Brill était déjà générée par le moteur de recherche Google, Google Recherche de Livres a encore accru ce trafic, grâce au lien figurant toujours à côté de chaque livre.

A titre d'exemple, en 2005 et 2006, des titres déjà bien établis de Brill comme *The Encyclopedia of Islam*, 1ère Ed (1993), *Islamic Law and Finance* (1998), *The Nag Hammadi Library in English* (1996), et *le Kingdom of Kush* (1997), ont tous enregistré un grand nombre de clics « Acheter ce livre » et des ventes bien supérieures à celles des années précédentes.

« En 2005 et 2006, certains des titres déjà bien établis de Brill (...) ont enregistré un grand nombre de clics « Acheter ce livre » et des ventes bien supérieures à celles des années précédentes. »

Dr. Matthias Wahls
Directeur du Développement
de Brill

La réussite de sa collaboration avec Google Recherche de Livres a incité Brill à mettre, à partir de l'automne 2006, toutes ses nouveautés en ligne dès leur publication.

« Au bout d'un an seulement, les résultats de la participation de Brill au programme Google Recherche de Livres ont été remarquables du point de vue stratégique et ont largement dépassé nos attentes », affirme le Dr. Wahls.

