

Marketing de los servicios y recursos-e del CRAI de la UB



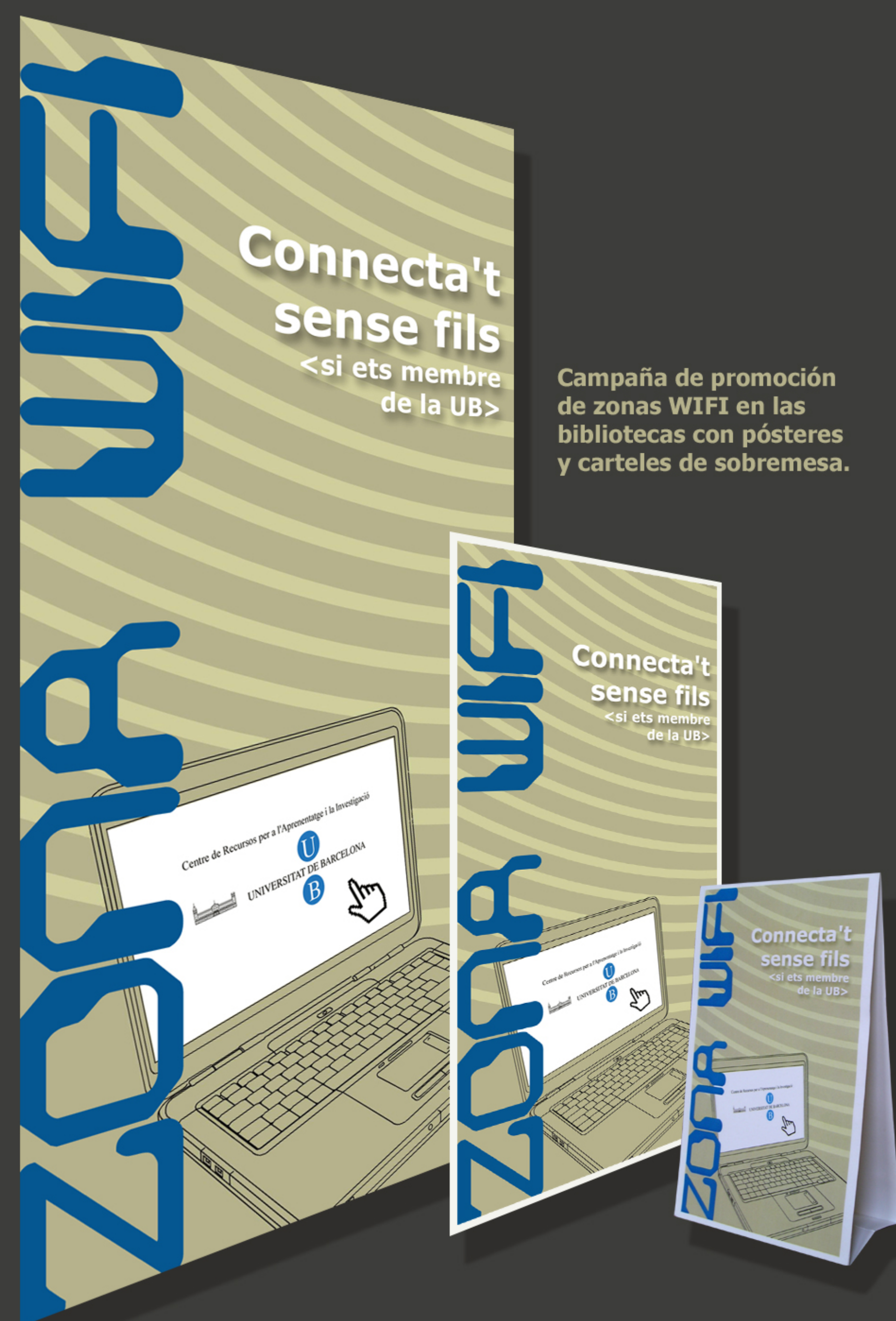
Josep Coll, Isabel Magdaleno, Laura Miró
 Grupo de Trabajo de Difusión de Servicios
 Unidad de Proyectos
 CRAI de la Universitat de Barcelona



Difusión del Servicio PaB 24x7 (servicio de información y referencia digital) con mini-puntos de libro y carteles de sobremesa.

En el contexto de la biblioteca electrónica han surgido multitud de servicios, tales como los de referencia virtual, acceso a los recursos electrónicos, apoyo a la docencia, o las facilidades en línea para servicios tradicionales como el de préstamo.

Esto ha derivado en la necesidad de promover y optimizar el uso de nuestra biblioteca digital, así como difundir el conjunto de recursos de información de las bibliotecas y unidades del CRAI de la UB a través de diversas campañas de marketing.



Campaña de promoción de zonas WIFI en las bibliotecas con pósters y carteles de sobremesa.



Promoción de la consulta de los documentos en versión electrónica a través de un modelo estándar de etiqueta.



Promoción general de la imagen de la Biblioteca con el lanzamiento de tres productos: una guía general que enfatiza los servicios electrónicos, un punto de libro con los teléfonos de las bibliotecas y una bolsa de papel para contener los documentos que los usuarios se llevan en préstamo.

METODOLOGÍA

El grupo de trabajo de Difusión de Servicios se formó en Octubre del 2004 y su primera función fue homogeneizar las distintas actuaciones de cada biblioteca y lograr un uso normalizado de la imagen corporativa de la UB. Desde sus inicios, el grupo está formado por diez profesionales de distintas bibliotecas y coordinado por la Unidad de Proyectos del CRAI de la UB.

El grupo se reúne de forma periódica para evaluar las diferentes propuestas sobre productos y campañas a realizar, presentadas por sus integrantes o procedentes de las diferentes bibliotecas y unidades.

Las propuestas son debatidas hasta alcanzar un consenso que permita establecer una línea de actuación.

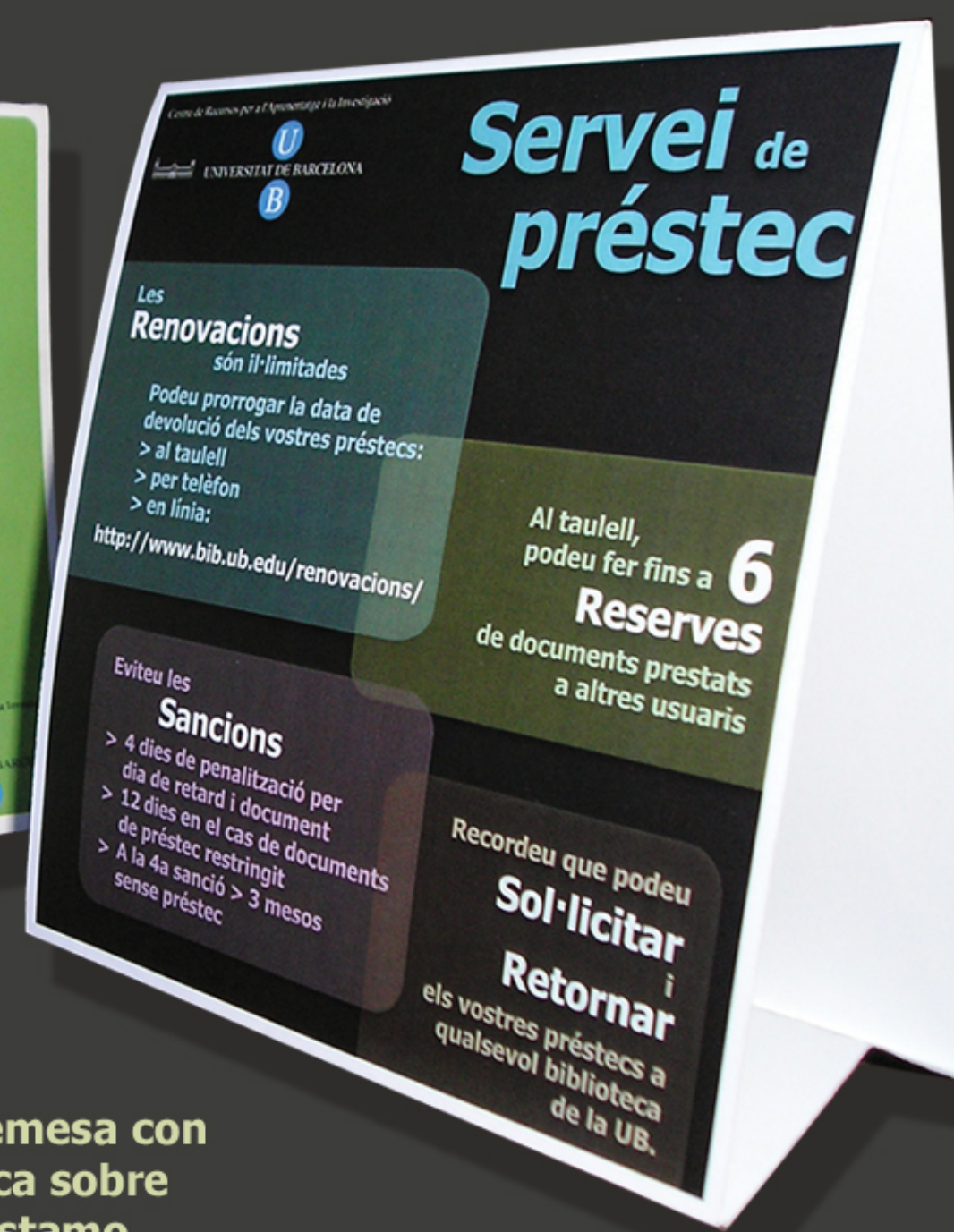
Para ello, se plantean diferentes preguntas:

- ¿Qué queremos resaltar del servicio o producto?
- ¿A qué segmento de nuestros usuarios irá dirigida la campaña?
- ¿Qué particularidades de este colectivo nos condicionan?
- ¿Cómo vamos a hacerlo? ¿Qué presupuesto tenemos?
- ¿Cuáles son los productos que vamos a elaborar? ¿Cuál será su diseño?

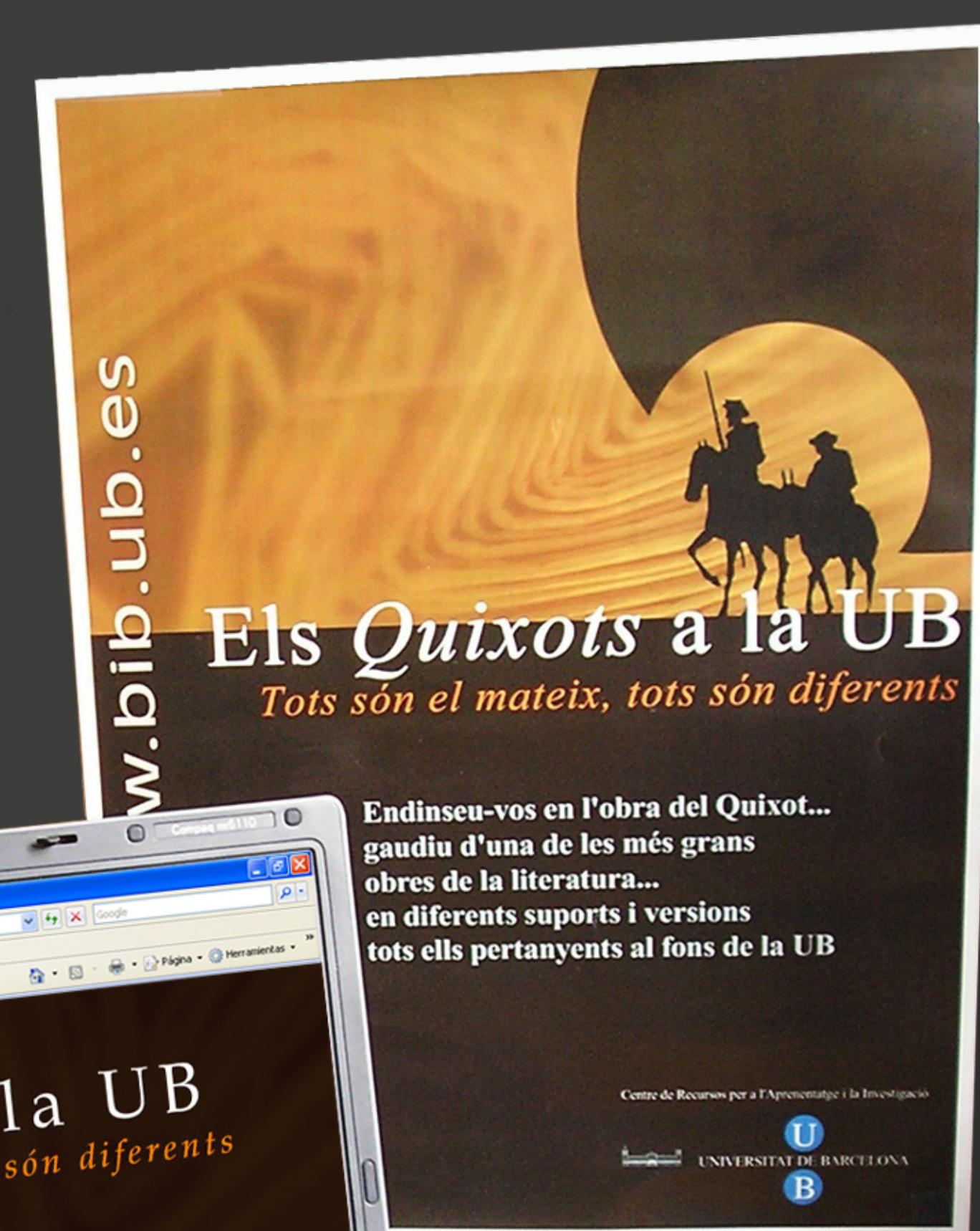
Finalmente se propone un calendario para el inicio y fin de la campaña, así como las posibles pautas de evaluación de resultados. Una vez resueltas estas cuestiones, se inicia la elaboración de diseños por parte de los miembros del grupo. Para que las campañas de promoción se lleven a cabo han de contar con la aprobación de la Dirección del CRAI.



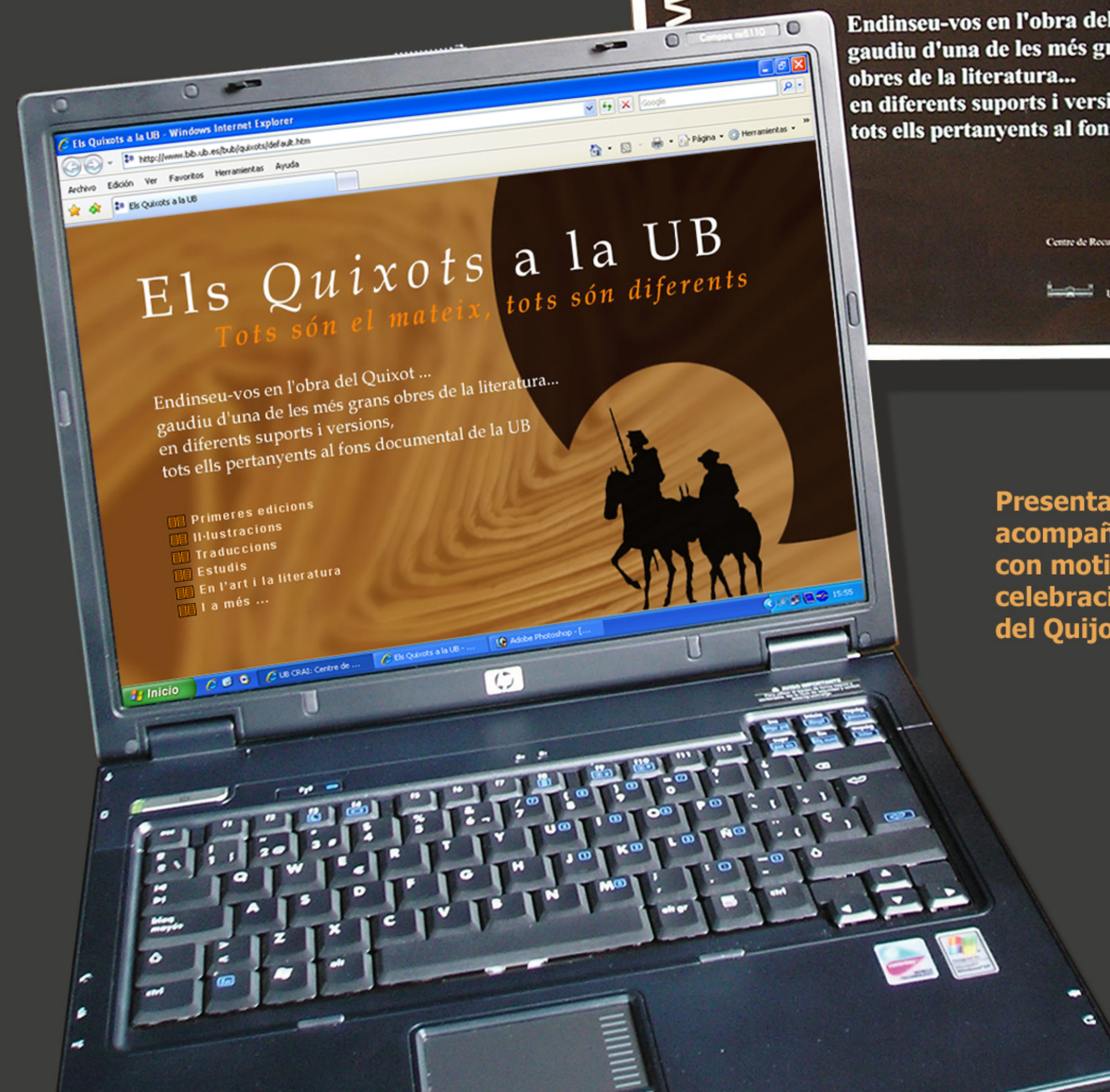
Campaña de promoción de los Puntos de apoyo a la docencia a través de un folleto informativo y de pósters distribuidos en las bibliotecas.



Carteles de sobremesa con información básica sobre el servicio de préstamo.



Endinseu-vos en l'obra del Quixot... gaudiu d'una de les més grans obres de la literatura... en diferents suports i versions tots ells pertanyents al fons de la UB



Presentación multimedia acompañada de pósters con motivo de la celebración del año del Quijote.

CONCLUSIONES:

Las campañas de promoción llevadas a cabo han comportado un incremento generalizado en el uso de todos los servicios electrónicos que ofrecen las bibliotecas y unidades del CRAI de la UB.

Asimismo se ha observado un aumento de la presencia de estas unidades de información en el marco de la propia universidad.

Podríamos destacar, como resultado de nuestra labor de difusión, el incremento de las renovaciones de préstamos en línea, así como del uso del Servicio de información y referencia digital PaB 24x7 y del Servicio de apoyo a la docencia.

Los datos obtenidos hasta el momento ponen de manifiesto la efectividad de las campañas emprendidas y la necesidad de invertir más esfuerzos e imaginación en el diseño de nuevas estrategias de difusión.

Actualmente se está trabajando en la realización de encuestas de satisfacción, de las cuales esperamos obtener nuevos datos para seguir promocionando con éxito nuestros productos.