

¿Marketing en la biblioteca?





Lic. Margarita Pobeá Reyes

BMN / Sala de lectura

Email: mpobeá@infomed.sld.cu

**¿Cómo formar
al personal
bibliotecario
para implicarlo
en las
actividades de
marketing en
estas
instituciones ?**

2018

Mercadotecnia.

(De *mercado* y *-tecnia*).

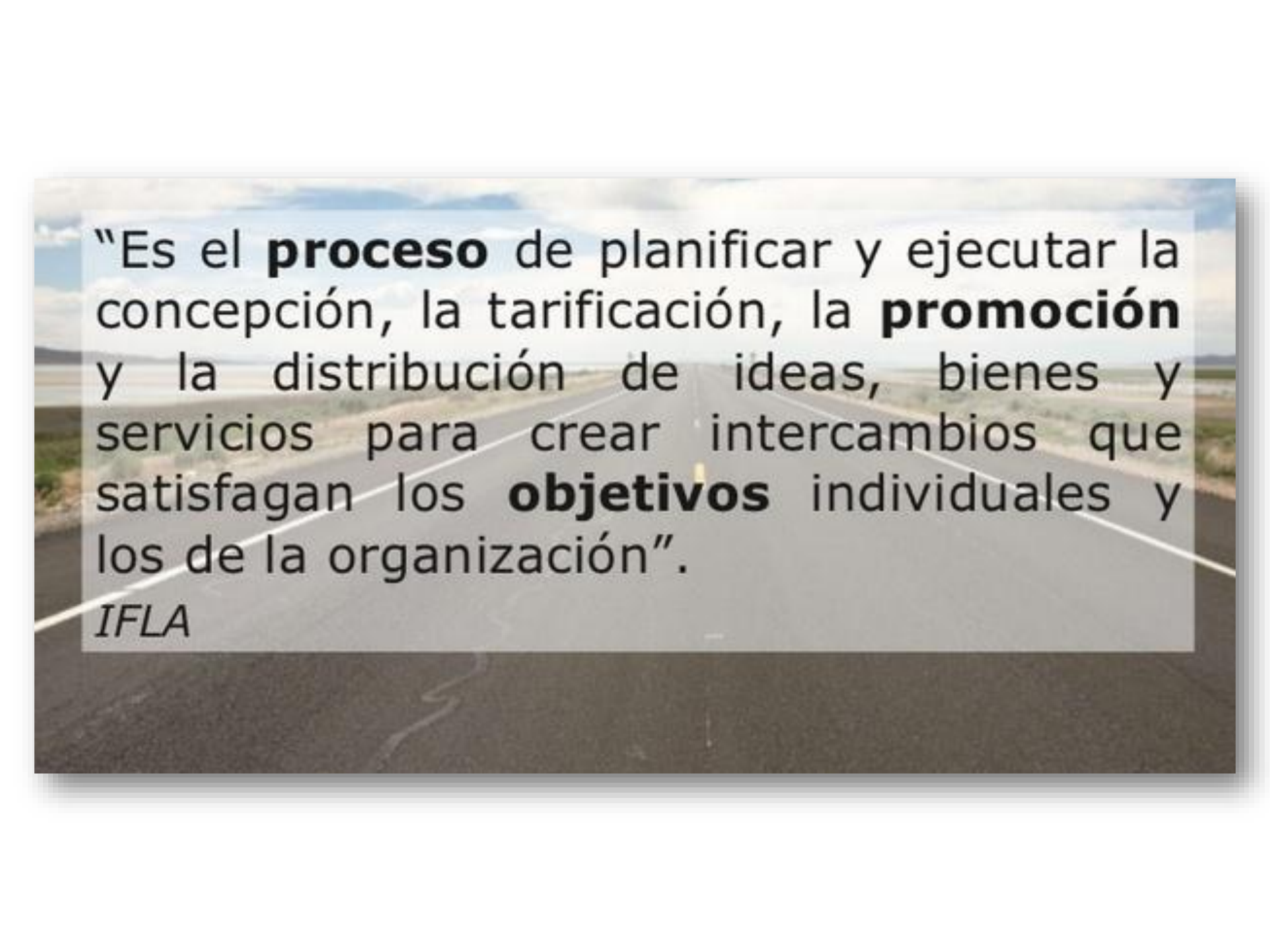
4. f. Conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda.
5. f. Estudio de los procedimientos y recursos tendentes a este fin.

Real Academia Española

Según Philip Kotler (Estadounidense, economista y especialista en mercadeo, elegido como Líder en Pensamiento de Marketing por American Marketing Association)

“El marketing es un **proceso social y administrativo**, es un proceso social porque intervienen grupo de personas que necesitan y desean ofrecer e intercambiar productos con la colectividad y es administrativo porque se necesita planificar, organizar e implementar las diferentes ideas para lograr el éxito de la empresa!”

La base o la función principal del marketing es determinar primero lo que las personas **quieren o desean** y, desenvolver la producción, es decir, **estudia las necesidades del consumidor** para después satisfacerla de forma eficiente.



“Es el **proceso** de planificar y ejecutar la concepción, la tarificación, la **promoción** y la distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los **objetivos** individuales y los de la organización”.

IFLA

Entonces, ¿por qué es tan necesario el marketing en una biblioteca que no busca resultados económicos favorables?

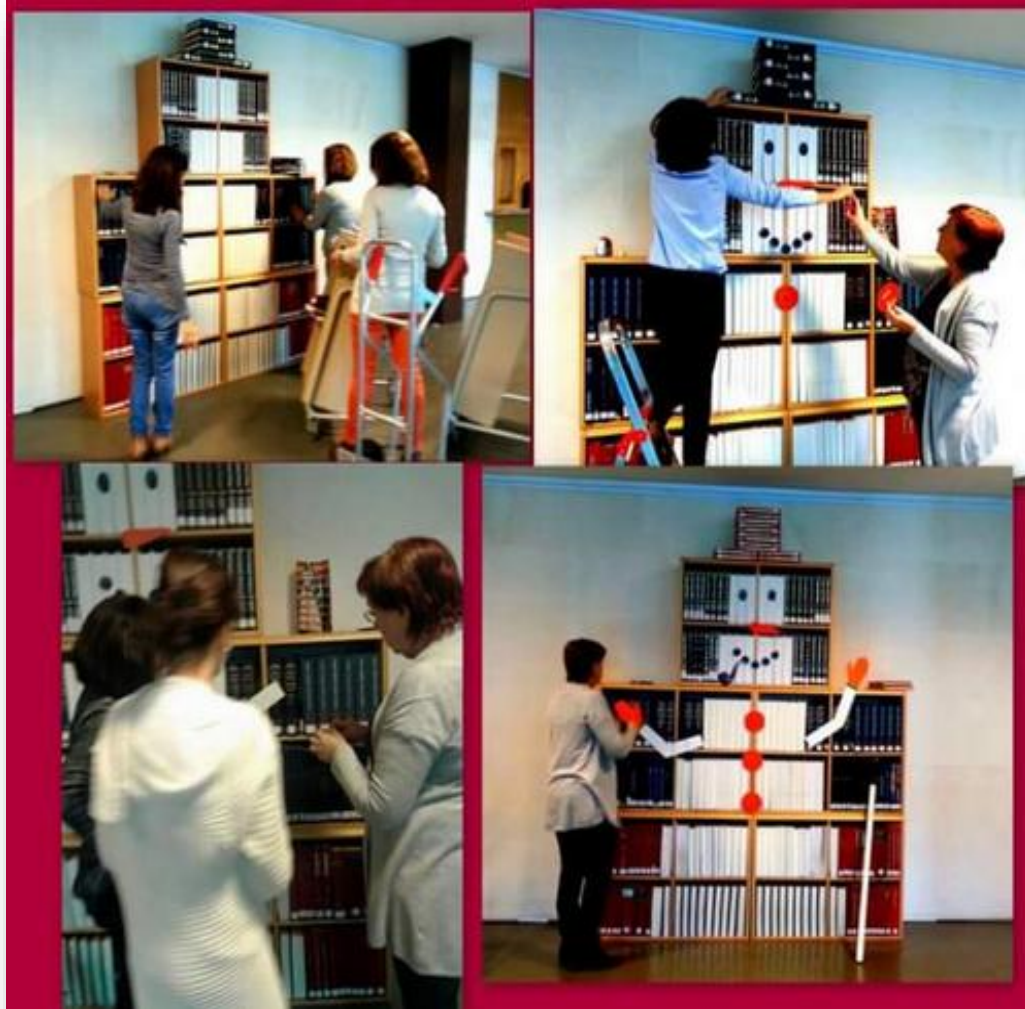


¿En qué otras facetas puede ayudar el marketing a una biblioteca?



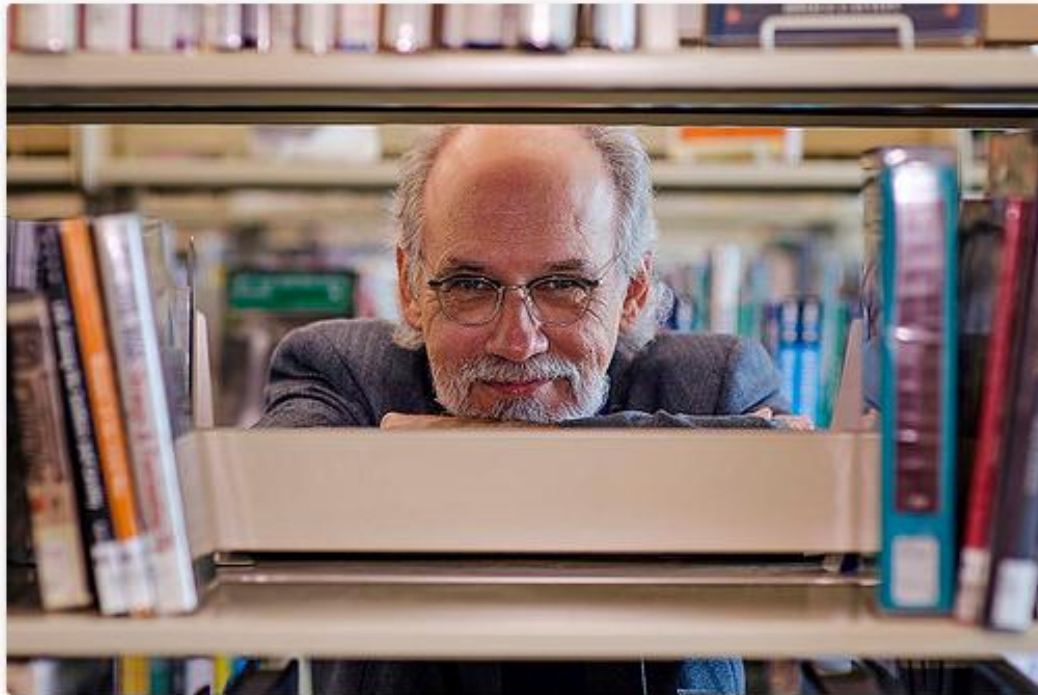
Al menos en **cinco ámbitos** claves:

1. Para **dar a conocer los servicios que ofrece** (préstamo, asesoría, dossieres, actividades culturales, jornadas, etc.).
2. Para **atraer a nuevos usuarios/lectores**, ya que algunas de las funciones que antes realizaban las bibliotecas ahora se pueden hacer utilizando sistemas en línea, con lo que el número de personas que visitan las bibliotecas ha descendido
3. Para **mantener a los usuarios con los que ya trabaja**. Para ello, se debe tener una política de información y seguimiento de los servicios que está prestando; y atender las quejas que aparecen en el buzón de sugerencias y las que llegan por otros medios y mostrar una imagen activa a través de jornadas, actividades, encuentros de lectura, clubs del libro, etcétera.



4. Para **dar a conocer la biblioteca a otros usuarios** que nunca la han visitado o que lo han hecho en muy pocas ocasiones. En el primer caso, participando en congresos y eventos del campo de la bibliotecología y organizando actos en otros campos para mostrar servicios nuevos que hasta entonces no había tenido esa biblioteca.

5. Y para comunicar bien todos los servicios y productos que tiene la biblioteca. Eso significará **darle un valor añadido a las tareas que cada día hace el bibliotecario y posibilitará que nuevos usuarios se acerquen a ella.**



Tenemos una biblioteca con libros de últimas ediciones (español, inglés), de autores con prestigio, Boletines bibliográficos con temas que inciden en la salud de la población cuyas fuentes están localizadas, pc con acceso a (bd en inglés y español) mediante Internet, horario y mobiliario adecuados, se brindan los servicios de mayor demanda (sala de lectura, navegación, bibliografía, referencia) el personal bibliotecario preparado o formado adecuadamente (el 80% por ciento son profesionales), **pero ..**

NADIE ASISTE!!

Por supuesto que se impone la pregunta siguiente:

¿Conocen los usuarios de estas bondades y privilegios?





Marketing para Bibliotecas

¿Cómo empezar?



Cada vez los usuarios utilizan menos la biblioteca, no porque se haga menos uso de los servicios que prestan las bibliotecas sino porque los bibliotecarios y los gobiernos no están dispuestos a asumir que **la biblioteca ya no es un edificio**. Transitar a la visión de la biblioteca como el resultado de lo que hacemos día a día los que trabajamos en ella, de los servicios que ofrecemos, de las personas que conectamos (más allá de los muros del edificio) es el primer paso para asumir los retos que implica el marketing para biblioteca.

Comencemos por 3 tareas fáciles y de bajos recursos para dar el salto y promover nuestros servicios:

1. Conocer e integrar a nuestro usuario
reconocer los hábitos y gustos de los mejores visitantes de nuestras bibliotecas
2. Llevar la biblioteca donde está mi usuario
Descubrir los espacios que naturalmente habita nuestro público es clave para comenzar con el marketing para biblioteca
3. Reconocer en el enemigo a un aliado
No quejarse porque Google va a acabar con las bibliotecas, o porque visitar Facebook , YouTube o páginas de videojuegos son las actividades preferidas por los usuarios que usan los servicios informáticos de la biblioteca.

Recordar que hace años que Google permite integrar catálogos de biblioteca a sus diversos motores de búsqueda.

También recientemente se ha visto la aparición de catálogos de la biblioteca en Facebook..Por lo tanto hay que incorporarse a **las redes sociales como aliadas que van a permitir promover los servicios y productos.**

Hay que usar las redes sociales para ofrecer servicios de interacción que permitan acceso a recursos en tiempo real que puedan resolver las necesidades de nuestros usuarios, incluyendo a los referencistas.

MARKETING

15 LIBROS GRATIS PDF

  @oyejuanjo



SITIOS SOBRE EL TEMA

<https://www.julianmarquina.es/bibliotecarios-que-caminan-solos-en-sus-bibliotecas/>

<https://www.julianmarquina.es/10-estrategias-de-marketing-para-dar-visibilidad-y-promocionar-la-biblioteca-publica/>

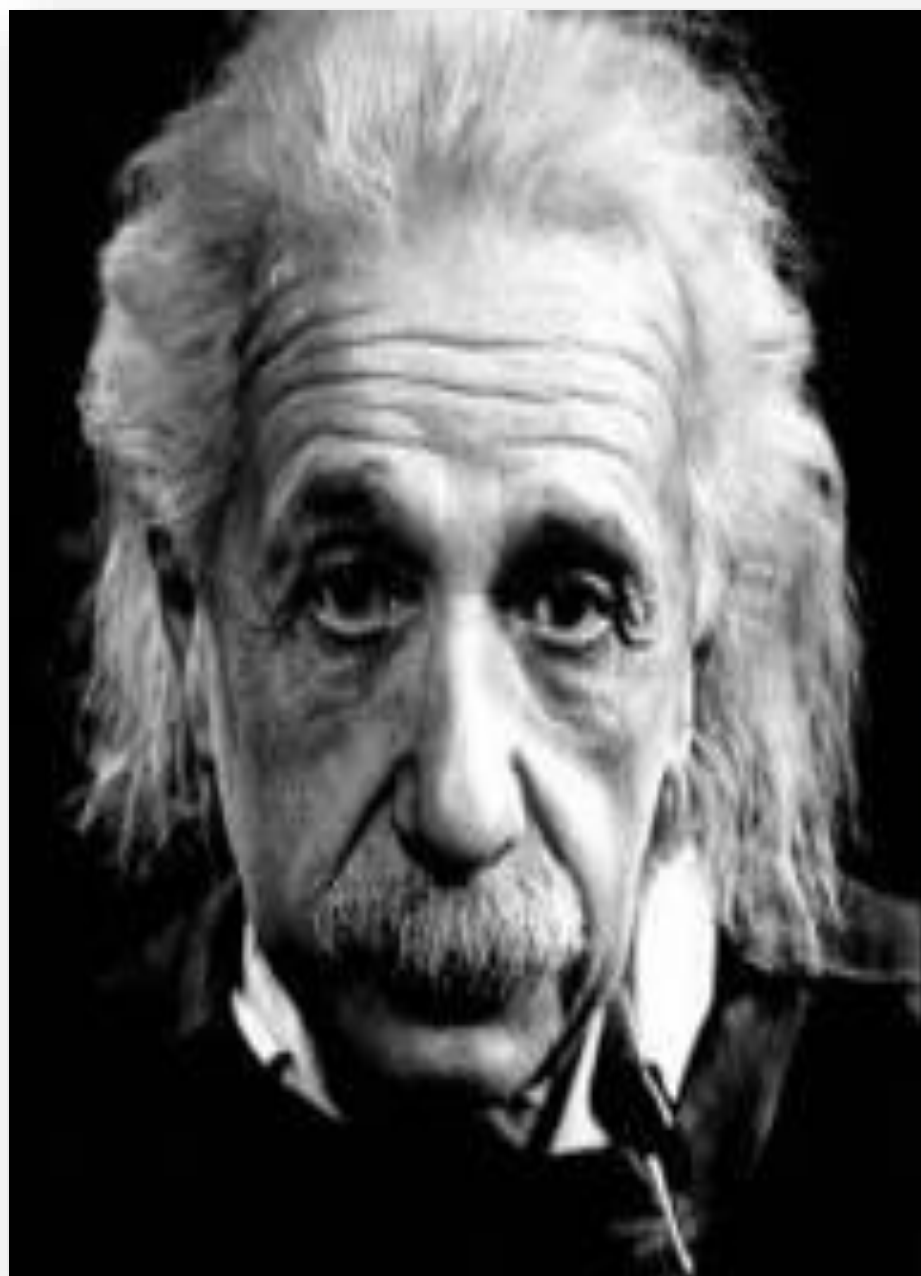
<http://biblioteca.ucm.es/intranet/doc6474.pdf>

<http://files.sld.cu/bmn/files/2016/04/Por-qu%C3%A9-no-tengo-usuarios-para-web.pdf>

<https://www.significados.com/marketing/>

[http://iibi.unam.mx/publicaciones/279/mercadotecnia%20y%20valores%20Como%20el%20marketing%20JUAN%20CARLOS%20MARCOS%20R
ECIO.html](http://iibi.unam.mx/publicaciones/279/mercadotecnia%20y%20valores%20Como%20el%20marketing%20JUAN%20CARLOS%20MARCOS%20R
ECIO.html)

<https://www.julianmarquina.es/competencias-bibliotecarias-ligadas-con-la-tecnologia-marketing-y-liderazgo/>



«En los momentos
de crisis, sólo la
imaginación es más
importante que el
conocimiento»