

Δημόσιες Βιβλιοθήκες και ψηφιακό μάρκετινγκ

Οι ιστοσελίδες και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
ως εργαλεία επικοινωνιακής στρατηγικής
των ελληνικών δημοσίων βιβλιοθηκών

Ντίνα Τρούτπεγλη
Δημόσια Κεντρική Βιβλιοθήκη Ελευθερούπολης
troutpegli@gmail.com



ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΦΑΡΟΙ
ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑΣ
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΩΝ ΤΗΣ
ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ ΓΝΩΣΗΣ



Σύγχρονες προκλήσεις για τις βιβλιοθήκες

- Μετατόπιση του κέντρου βάρους από το βιβλίο στην πληροφορία
- Νέες τεχνολογίες (διαδίκτυο, ευρυζωνικότητα, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, web εφαρμογές & mobile applications)
- Νέες γενιές χρηστών (Millennials & Generation Z) και διαχείριση του χάσματος μεταξύ digital natives vs digital immigrants
- Κρίσεις και κοινωνικά προβλήματα (περιβαλλοντική, οικονομική, υγειονομική, μετανάστευση) και το ψηφιακό χάσμα (digital divide) που αυτές επιφέρουν



Μάρκετινγκ στις βιβλιοθήκες

- Το μάρκετινγκ ως θέμα ταμπού σε δημόσιους φορείς και δη τις δημόσιες βιβλιοθήκες
- Οι βιβλιοθήκες λειτουργούν στο πλαίσιο ενός ανταγωνιστικού περιβάλλοντος και οφείλουν να νοηματοδοτήσουν εκ νέου τον ρόλο και τη σπουδαιότητά τους
- Το μάρκετινγκ των βιβλιοθηκών αφορά στη βελτίωση των υπηρεσιών τους ώστε να αποκτήσουν πρόσθετη αξία για τους χρήστες τους
 - Εντοπισμός αναγκών
 - Σχεδιασμός αποτελεσματικών υπηρεσιών
 - Στοχευμένη προώθηση



Ψηφιακό μάρκετινγκ

- Τα διαθέσιμα κανάλια επικοινωνίας καθιστούν την επικοινωνία πιο διαδραστική
- Το κοινό
 - από παθητικός καταναλωτής γίνεται ενεργός δημιουργός
 - είναι πολύ πιο διευρυμένο
- Η μαζική επικοινωνία αντικαθίσταται από την προσωποποιημένη και στοχευμένη πληροφόρηση
- Βασικά εργαλεία για τις δημόσιες βιβλιοθήκες είναι οι ιστοσελίδες και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
 - χαμηλό έως μηδενικό κόστος
 - εύκολα στη χρήση και απαιτούν πολύ λίγη προηγούμενη εκπαίδευση και εμπειρία



Ιστοσελίδες βιβλιοθηκών (1)

- Το δημόσιο πρόσωπο της βιβλιοθήκης στη διαδικτυακή κοινότητα
- Διακριτό παράρτημα της βιβλιοθήκης (digital branch)
- Επεκτείνει τα φυσικά και χρονικά όρια λειτουργίας της βιβλιοθήκης και την καθιστά ανοικτή και προσβάσιμη 24/7 από παντού
- Συχνά αποτελεί το πρώτο σημείο επίσκεψης των χρηστών πριν αυτοί επισκεφτούν τον φυσικό χώρο της βιβλιοθήκης. Για τους απομακρυσμένους χρήστες, ίσως αποτελεί τη μοναδική ευκαιρία επίσκεψης



Ιστοσελίδες Βιβλιοθηκών (2)

δομή και περιεχόμενο

- Βασικά στοιχεία δομής
 - Κεφαλίδα / Υποσέλιδο
 - Μενού πλοήγησης (ιδανικά 4-6)
 - Αρχική σελίδα
- Βασικά στοιχεία περιεχομένου
 - Διάκριση εφήμερου-στατικού περιεχομένου
 - Εξασφάλιση άμεσης ορατότητας βασικών πληροφοριών και υπηρεσιών (ωράριο, στοιχεία και τρόποι επικοινωνίας, OPAC)
 - Ανάδειξη των πλέον σημαντικών υπηρεσιών και πληροφοριών (Συλλογές, Υπηρεσίες, Εκδηλώσεις-Προγράμματα, Σχετικά με εμάς)
 - Κάλυψη αναγκών διαφορετικών ομάδων χρηστών
 - Δημιουργία ευνοϊκών συνθηκών αμφίδρομης επικοινωνίας
- Προσβασιμότητα, χρηστικότητα, SEO



Μέσα κοινωνικής δικτύωσης

στρατηγική περιεχομένου & καναλιών

- Ομοιομορφία στο προφίλ
- Ορθή αξιοποίηση και στον μέγιστο δυνατό βαθμό των ειδικών χαρακτηριστικών του κάθε μέσου (φωτογραφίες, βίντεο, links, #hashtags)
- Συχνότητα και συνέπεια στις αναρτήσεις
- Περιεχόμενο
 - Πρέπει να αφορά το κοινό και όχι τη βιβλιοθήκη
 - Εναρμονισμένο με την αποστολή της βιβλιοθήκης
 - Να ενεργοποιεί το κοινό και να ενθαρρύνει την παραγωγή περιεχομένου
 - Χρήση φιλικού τόνου (ανεπίσημο και χιουμοριστικό ύφος)
- Συνέργεια μεταξύ των διαφορετικών καναλιών επικοινωνίας
 - τεχνογνωσία της κάθε διαφορετικής πλατφόρμας
 - κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι χρήστες αλληλεπιδρούν με την κάθε πλατφόρμα



Έρευνα

• Ιστοσελίδες και προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης των 46 ελληνικών δημοσίων βιβλιοθηκών (Ιούνιος 2019)

• Ερευνητικά ερωτήματα:

1. Ποια είναι η παρουσία των ελληνικών δημοσίων βιβλιοθηκών στο Διαδίκτυο σε ό,τι αφορά τις ιστοσελίδες και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;
2. Οι ιστοσελίδες είναι λειτουργικές και φιλικές προς τον χρήστη;
3. Τι περιεχόμενο δημοσιεύεται στις ιστοσελίδες;
4. Γίνεται ορθή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης; Ποιο είναι το περιεχόμενο;
5. Υπάρχει συνέργεια μεταξύ των διαφορετικών καναλιών επικοινωνίας;



Μεθοδολογία έρευνας

- Ανάλυση περιεχομένου ως η πλέον πρόσφορη μέθοδος μελέτης της ανθρώπινης επικοινωνίας
- Μονάδες ανάλυσης και μονάδες παρατήρησης
 - 10 στάδιο: μ. ανάλυσης οι βιβλιοθήκες & μ. παρατήρησης οι ιστοσελίδες και τα προφίλ
 - 20 στάδιο: μ. ανάλυσης οι ιστοσελίδες και τα προφίλ & μ. παρατήρησης τα κριτήρια αξιολόγησης
- Κωδικοποίηση κριτηρίων
 - 73 κριτήρια αξιολόγησης για τις ιστοσελίδες
 - 29 κριτήρια αξιολόγησης για τα προφίλ στα κοινωνικά δίκτυα

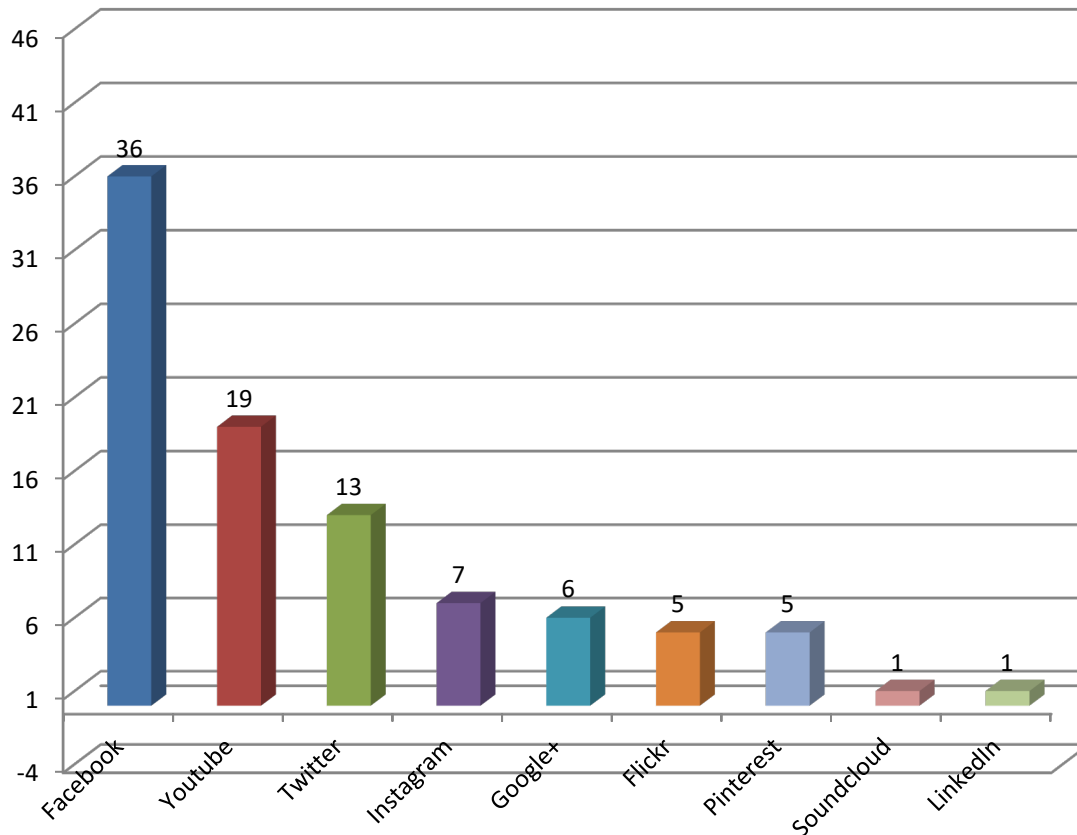


Διαδικτυακή παρουσία ελληνικών δημοσίων βιβλιοθηκών

Από τις 46 ελληνικές δημόσιες βιβλιοθήκες:

- 39 (85%) διατηρούν ιστοσελίδα
- 37 (80%) διατηρούν τουλάχιστον ένα προφίλ
 - ❖ 32% διατηρούν προφίλ σε 1 κδ
 - ❖ 24% διατηρούν προφίλ σε 2 κδ
 - ❖ 44% διατηρούν προφίλ σε 3-6 κδ
- 35 (76%) και ιστοσελίδα και προφίλ

Τα πιο δημοφιλή μέσα κοινωνικής δικτύωσης





Ιστοσελίδες σχεδιασμός & αρχική σελίδα

- 79% διαθέτουν κεφαλίδα, υποσέλιδο και μενού πλοήγησης
- 77% χρησιμοποιούν φιλική προς τον χρήστη ορολογία
- Κυριαρχούν οι φωτογραφίες, και ακολουθούν βίντεο, ηχογραφήσεις, εικονική περιήγηση
- 82% παρουσιάζουν γενικές πληροφορίες στην αρχική σελίδα
- 46% πλήρης καταγραφή της παρουσίας στα κοινωνικά δίκτυα
- 36% παρέχουν ολοκληρωμένη βασική πληροφόρηση (επικοινωνία, ωράριο, λογότυπο, ΟΡΑC)
- 8 % παρέχουν συνθήκες αποτελεσματικής πλοήγησης (αριθμός μενού, εφημερο/στατικό περιεχόμενο, navigation back, έκταση αρχικής σελίδας)
 - 21% η αρχική σελίδα είναι αναπτυγμένη ως blog



Ιστοσελίδες αξιολόγηση περιεχομένου

- ❑ Ενημερωμένο
 - 90% Νέα-Ανακοινώσεις
 - 36% Τελευταία ενημέρωση δύο μήνες πριν
- ❑ Βασικές πληροφορίες
 - 95% About us
 - 72% Διοίκηση-Προσωπικό
- ❑ Βασικές υπηρεσίες
 - 62% Πρόσβαση σε Η/Υ και Διαδίκτυο
 - 51% Εγγραφή μέλους
- ❑ Θεματική πύλη / Επιστημονική εξειδίκευση
 - 51% Πρόσβαση σε ψηφιακές συλλογές
 - 36% Πρόσβαση σε πηγές τοπικής βιβλιογραφίας
 - 33% Βοήθεια/FAQ/Ask The Librarian
 - 8% HEAL-Link & Διαδανεισμός



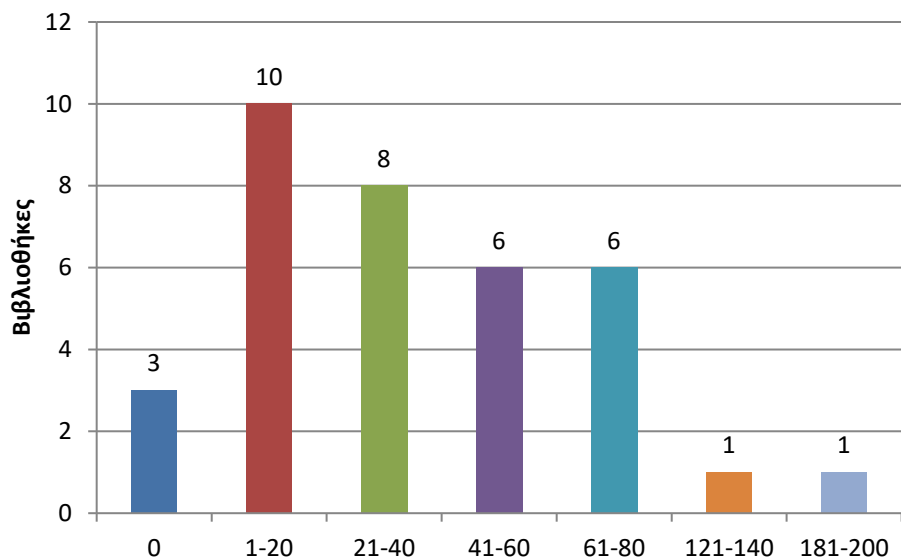
Ιστοσελίδες αξιολόγηση περιεχομένου

- ❑ Διαφορετικές ομάδες χρηστών
 - Μία βιβλιοθήκη με διακριτές ενότητες
- ❑ Αμφίδρομη επικοινωνία
 - 13% Ask The Librarian
 - 13% Newsletter
 - 5% Προτάσεις για αγορά βιβλίων
- ❑ Web 2.0
 - 18% RSS
 - 8% Blog
 - 5% Wiki
- ❑ Προσβασιμότητα
 - 3% Αλλαγή μεγέθους γραμματοσειράς
 - 0% Αλλαγή φωτεινότητας
 - 21% Αλλαγή γλώσσας

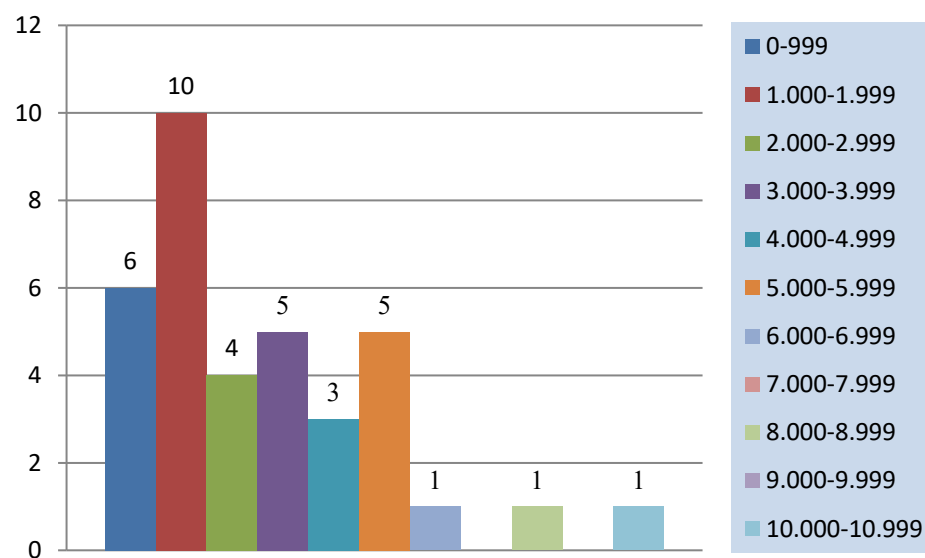
Facebook (1) (36 Βιβλιοθήκες)

- 75% Διατηρούν σελίδα (19% σελίδα και προφίλ, 3% ομάδα, 3% προφίλ)
- 31% Παρέχουν ολοκληρωμένη βασική πληροφόρηση (λογότυπο, επωνυμία, ωράριο, επικοινωνία, ιστοσελίδα)
- 81% Εκδηλώσεις – 100% Φωτογραφίες – 56% Βίντεο
- 26% link σε άλλα κανάλια επικοινωνίας
- 1 ανάρτηση κάθε 4 μέρες

Αριθμός αναρτήσεων από 1/1/2019 έως 31/5/2019



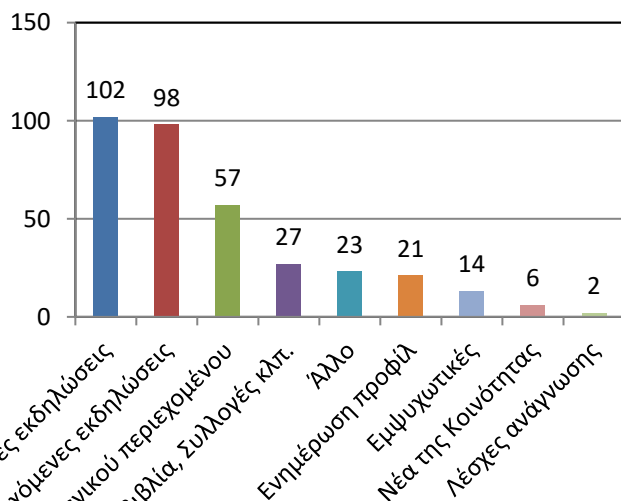
Βιβλιοθήκες και ακόλουθοι ανά χιλιάδα



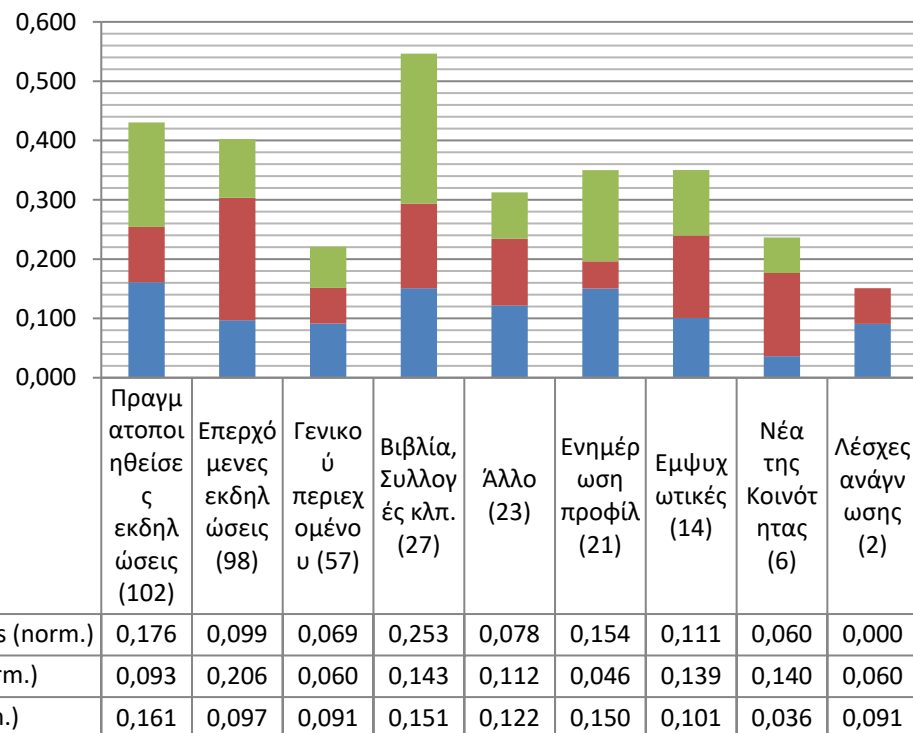


Facebook (2) (350 αναρτήσεις)

Αριθμός αναρτήσεων ανά κατηγορία



Σύγκριση τιμών απήχησης για όλους τους τύπους ανάρτησης
σωρευτικός πίνακας



- 8.506 like, 720 share, 126 comments
- 21% είχαν τουλάχιστον ένα σχόλιο που απαντήθηκε σε ποσοστό 14%
- Επίσημο ύφος στις επερχόμενες εκδηλώσεις / Ανεπίσημο στις πραγματοποιηθείσες και τις εμπυχωτικές



Twitter

(13 βιβλιοθήκες & 220 tweets)

- Καμία δεν παρέχει ολοκληρωμένη βασική πληροφόρηση (λογότυπο, επωνυμία, ωράριο, επικοινωνία, ιστοσελίδα)
- Μόνο 3 β. ανεβάζουν συστηματικά αρχεία πολυμέσων (6 β. κανένα & 4 β. έως 20)
- 1 tweet κάθε 8 μέρες
- 75% δημοσιεύουν αραιά ή έχουν σταματήσει τις δημοσιεύσεις
- Οι περισσότερες αναρτήσεις δεν αποτελούν ολοκληρωμένα επικοινωνιακά μηνύματα (αναπαραγωγή από άλλα κ.δ., μόνο links κλπ.)
- 81 like, 14 share, 13 comments

Τύπος ανάρτησης	Αριθμός αναρτήσεων ανά κατηγορία	Like	Share	Comments
Άλλο	66 (30%)	4	1	0
Επερχόμενες εκδηλώσεις	57 (26%)	18	9	13
Πραγματοποιηθείσες εκδηλώσεις	49 (22%)	45	1	0
Γενικού περιεχομένου	20 (9%)	6	0	0
Βιβλία, Συλλογές κλπ.	18 (8%)	7	1	0
Νέα της Κοινότητας	7 (3%)	0	0	0
Εμπυχωτικές	2 (1%)	1	2	0
Λέσχες ανάγνωσης	1 (0%)	0	0	0
Ενημέρωση προφίλ	0 (0%)	0	0	0
Σύνολα	220 (100%)	81	14	13



Instagram (5 Βιβλιοθήκες & 79 αναρτήσεις)

- Καμία δεν παρέχει ολοκληρωμένη βασική πληροφόρηση (λογότυπο, επωνυμία, ωράριο, επικοινωνία, ιστοσελίδα)
- Κυρίως χρήση φωτογραφιών και ελάχιστα βίντεο
- Μόνο 3 β. χρησιμοποιούν (#) hashtags
- 1 ανάρτηση κάθε 75 μέρες
- Η χρήση από την πλειονότητα των βιβλιοθηκών είναι σποραδική ή φαίνεται να έχει εγκαταλειφθεί.
- 1.257 like, 6 comments

Τύπος ανάρτησης	Αριθμός αναρτήσεων ανά κατηγορία	Like	Comments
Πραγματοποιηθείσες εκδηλώσεις	34 (46%)	643	2
Γενικού περιεχομένου	16 (22%)	209	0
Επερχόμενες εκδηλώσεις	12 (16%)	185	0
Βιβλία, Συλλογές κλπ.	11 (15%)	150	2
Εμπυχωτικές	5 (7%)	50	1
Άλλο	1 (1%)	20	1
Ενημέρωση προφίλ	0 (0%)	0	0
Νέα της Κοινότητας	0 (0%)	0	0
Λέσχες ανάγνωσης	0 (0%)	0	0
Σύνολα	79 (100%)	1.257	6



Συμπεράσματα

Οι ελληνικές δημόσιες βιβλιοθήκες:

- Διατηρούν ιστοσελίδες και προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Ιστοσελίδες
 - Μικρό ποσοστό πετυχημένου σχεδιασμού
 - Σε μεγάλο βαθμό ενημερωμένο περιεχόμενο αλλά ελλιπές σε ό,τι αφορά βασικές πληροφορίες, πρόσβαση στις συλλογές, επιστημονική εξειδίκευση, χρήση Web 2.0 εργαλείων
- Κοινωνικά δίκτυα
 - Δεν γίνεται ορθή χρήση των διαθέσιμων εργαλείων
 - Κακής ποιότητας αναρτήσεις που αφορούν κυρίως εκδηλώσεις
 - Μέτριας έντασης απήχηση χωρίς ιδιαίτερη αλληλεπίδραση
- Συνέργεια
 - Δυσκολία διαχείρισης πολλών καναλιών επικοινωνίας ταυτόχρονα
 - Δεν υπάρχει αναπτυγμένη στρατηγική καναλιών



Προτάσεις

Γενικά:

- Συνέπεια στη χρήση των βασικών αναγνωριστικών χαρακτηριστικών (λογότυπο, επωνυμία)
- Ορατότητα των πλέον βασικών πληροφοριών (διεύθυνση, επικοινωνία, ωράριο λειτουργίας)
- Ανάδειξη όλων των προσφερόμενων υπηρεσιών

Ιστοσελίδες

- Σαφής διάκριση εφήμερου και στατικού περιεχομένου
- Χρήση 4-6 μενού
- Εργαλεία προσβασιμότητας

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης

- Παρουσία σε όσα μέσα μπορεί να υποστηρίξει το διαθέσιμο προσωπικό
- Συχνή και συνεπής ανάρτηση περιεχομένου
- Περισσότερο περιεχόμενο που αφορά την ανάδειξη των συλλογών, τις εμπυχωτικές αναρτήσεις και τα νέα της κοινότητας
- Διαγωνισμοί και ψηφοφορίες

Στόχος

- Μεγαλύτερη και καλύτερης ποιότητας εμπλοκή των χρηστών
- Οι βιβλιοθήκες αναδεικνύουν την ανθρώπινή τους διάσταση, καταρρίπτουν στερεότυπα, γίνονται πιο φιλικές και εν τέλει συσφίγγουν τους δεσμούς τους με την κοινότητα



Σας ευχαριστώ!

Ντίνα Τρούπεγλη
Δημόσια Κεντρική Βιβλιοθήκη Ελευθερούπολης
troutpegli@gmail.com