

# PLAN DE MARKETING DE LA BIBLIOTECA



Septiembre  
2010

➤ 2010 - 2013



# Objetivos principales

Buscamos que nuestras colecciones sean conocidas y utilizadas, que se conozcan los servicios que se prestan, que se divulguen las creaciones de nuestros investigadores, docentes y alumnos, que se reconozca la labor de los bibliotecarios y centros y se rentabilicen las inversiones realizadas, que se tenga en cuenta a la biblioteca en todos los campos en los que es competente y se la apoye, que sea reconocida entre sus iguales. Conocer nosotros mismos qué hacemos y qué tenemos e implicar al personal en esta tarea fundamental para dar visibilidad a la biblioteca (espacios, colecciones, infraestructuras y personas).

Lo concretamos en 7 apartados:

1. Dar publicidad de los objetivos y actividades de la Biblioteca.
2. Publicitar el Catálogo y otros recursos informativos.
3. Proporcionar visibilidad a las colecciones y los recursos adquiridos.
4. Potenciar el valor añadido de los servicios.
5. Conocer a los colectivos de usuarios y ayudarles en sus necesidades
6. Difundir las actividades de los diferentes centros y servicios
7. Formar al personal e implicarlo en las actividades de marketing

## Procedimiento

1. El servicio directamente implicado determina el alcance y las

características del producto en cuestión y, en su caso, solicita colaboración al Servicio de Apoyo a la Docencia e Investigación.

2. Se establece cuáles son los destinatarios principales y en su caso los secundarios
3. Se concreta por qué medios se va a dar difusión, procurando abarcar el mayor número de canales posibles (la web siempre será uno de ellos):

- ¿Hay algunos medios que sean más apropiados para llegar a los destinatarios principales?
- ¿Ha habido iniciativas similares en otras instituciones? Nos puede servir de pauta para saber qué hacer y qué no hacer
- ¿Hay algún congreso, seminario, jornada... relacionada con el tema en fechas próximas? Persona y/o cartel y/o trípticos...
- ¿Hay una actividad del personal docente e investigador relacionada o a la que acuda el grupo de destinatarios del producto? Persona y/o trípticos
- ¿Hay alguna actividad diferente programada por los bibliotecarios con los destinatarios? Persona
- ¿Los foros en los que intervienen nuestros bibliotecarios (grupos de trabajo, blogs...) están relacionados con la

cuestión? Correo-e, post en el blog...

- ¿Hay foros en los que sin participación computense la actividad sería bien acogida?
  - ¿Hay alguna institución externa que pueda estar especialmente interesada en lo que promocionamos? Teléfono, correo-e, trípticos...
  - ¿Es un momento en el que los destinatarios serán receptivos al mensaje? Los profesores tienen unas fechas con mayor acumulación de trabajo y en las que son opacos a cualquier tipo de información externa. Del mismo modo, los alumnos son más sensibles a determinados mensajes en unos momentos que en otros (en la época cercana a exámenes a todo lo que tenga que ver con la apertura de las bibliotecas).
4. Se responsabiliza a diferentes personas de la ejecución de cada una de las actividades.
  5. Se llevan a cabo las tareas programadas
  6. Se evalúa el impacto obtenido y se guarda registro del mismo.

## **ÁREAS PRIORITARIAS DE ACCIÓN DEL PLAN DE MARKETING**

**Las áreas de actuación preferente serán las establecidas en el plan estratégico de la BUC:**

- 1. Personas.**
- 2. Organización y calidad.**
- 3. Financiación e infraestructuras.**
- 4. Servicios.**
- 5. Biblioteca y sociedad.**
- 6. Colecciones.**
- 7. Patrimonio bibliográfico.**

# 1. Dar publicidad de los objetivos y actividades de la Biblioteca

**Responsable:** Servicio de Información y Apoyo a la Docencia e Investigación.

**Previsión:** 2010-2013.

- 1.1. Utilizar efemérides (Día del Libro, Feria del Libro...) y eventos periódicos (Madrid es Ciencia, Aula, Semana de la Ciencia, FESABID, Workshop de REBIUN, Jornadas CRAI, Congreso de la IFLA...) para promocionar la imagen de la Biblioteca.
- 1.2. Asistir a jornadas, congresos... con contribuciones directas o publicidad específica.
- 1.3. Acoger a bibliotecarios externos para que conozcan nuestra biblioteca y fomentar acogidas de bibliotecarios de la BUC en bibliotecas externas.
- 1.4. Establecer alianzas con otras bibliotecas (independientemente de consorcios o redes) e instituciones culturales para conseguir objetivos comunes.
- 1.5. Participar en proyectos de cooperación internacional e interinstitucional.
- 1.6. Utilizar sistemas multitudinarios de envío de información (SMS,

Twitter, listas de correo electrónico...).

- 1.7. Potenciar la visibilidad en redes sociales.
- 1.8. Dar a conocer la "Carta de servicios" entre los usuarios.
- 1.9. Crear un canal en Youtube donde se incluyan diferentes vídeos de la biblioteca y estrechar la relación con Complumedia.
- 1.10. Mantener y fortalecer la presencia de noticias relevantes en:
  - a. los canales de difusión de la UCM: Gabinete de Comunicación y Servicio de Información de la UCM (página de la UCM y canal de noticias) Tribuna Complutense, InfoRadio, etc.
  - b. prensa, radio y TV, tanto de pago como gratuitos.
- 1.11. Apoyar las visitas guiadas generales y específicas para grupos.



## 2. Publicitar el Catálogo y otros recursos informativos.

**Responsable:**

Servicio de Información y Apoyo a la Docencia e Investigación

**Previsión:** 2010-2013.

- 2.1. Revisar constantemente y actualizar la web, como elemento clave de promoción: visibilidad, repositorio de servicios y colecciones.
- 2.2. Realizar videotutoriales y guías que recojan los recursos y funcionalidades de los sistemas; así como las novedades que vayan apareciendo.
- 2.3. Integrar los dispositivos móviles con las opciones del catálogo: consulta, recepción de mensajes de móvil con renovaciones, reservas, retrasos, etc.
- 2.4. Utilizar códigos Bidi en carteles e información relacionada con la web.



### 3. Proporcionar visibilidad a las colecciones y los recursos adquiridos.

**Responsable:** Servicio de Información y Apoyo a la Docencia e Investigación.

**Previsión:** 2010-2013.

3.1. Mantener actualizadas las guías y los tutoriales sobre colecciones.

3.2. Crear guías especializadas para las asignaturas admitidas en Bolonia con enlace desde el Campus Virtual.

3.3. Realizar un mapa de las colecciones singulares de la Biblioteca.

3.4. Mantener una página web que integre un conjunto de recursos, noticias e información, que sirvan para poner en valor las colecciones generales, ampliar y actualizar el conocimiento de las mismas y de su uso, resaltar recursos, difundir novedades y cambios y apoyar la formación continua del personal de las bibliotecas de los centros.

3.5. Promocionar las colecciones digitales (Guerra civil, Dibujos de Bellas Artes, Rubén Darío...) en comunidades similares a Flickr.

3.6. Diseñar una guía de las colecciones de patrimonio bibliográfico y documental.

3.7. Crear un blog específico para dar a conocer obras digitalizadas que esté abierto a todas las bibliotecas. Podría alimentar alguna página del catálogo.



## 4. Potenciar el valor añadido de los servicios.

**Responsable:** Servicio de Información y Apoyo a la Docencia e Investigación.

**Previsión:** 2010-2013.

- 4.1. Establecer un PIADI (Punto de Información y Apoyo a la Docencia e Investigación) electrónico en el que se incluya información relevante sobre derechos de autor, índices de impacto y calidad de las revistas, publicación en acceso abierto, apoyo en el uso de las TIC...
- 4.2. Gestionar un espacio propio en el Campus virtual que sirva tanto como elemento de formación de los bibliotecarios como de medio para potenciar las competencias informacionales e informáticas de los usuarios.
- 4.3. Potenciar los elementos audiovisuales en la información, la promoción y la formación.
- 4.4. Gestionar, mantener y desarrollar un chat para contacto directo con usuario.
- 4.5. Crear un espacio donde publicar y/o almacenar los trabajos de fin de máster, e-prints, tesis...
- 4.6. Fomentar el archivo de la producción científica y docente.
- 4.7. Usar *Remedy* para cuestiones de información bibliográfica y general.
- 4.8. Actualizar y homogeneizar las guías, los vídeos y la cartelería de la Biblioteca y sus servicios.
- 4.9. Utilizar salvapantallas y/o escritorios comunes para todos los ordenadores de acceso público.



## 5. Conocer a los colectivos de usuarios y ayudarles en sus necesidades

**Responsable:** Servicio de Información y Apoyo a la Docencia e Investigación.

**Previsión:** 2010-2013.

- 5.1. Crear un observatorio que detecte las necesidades de los diferentes colectivos, permita adecuarse a ellas y crear los servicios y materiales oportunos que les den satisfacción.
- 5.2. Establecer calendarios de actividad del profesorado y de los alumnos para determinar los momentos más oportunos para difundir la información.
- 5.3. Analizar el comportamiento de los usuarios ante los recursos, los servicios...
- 5.4. Intentar adaptarse al lenguaje de los usuarios.
- 5.5. Establecer relaciones con asociaciones de alumnos.
- 5.6. Conseguir una base de datos con el personal de cada departamento para poder enviar información específica.
- 5.7. Buscar la creación de grupos de trabajo con profesores.
- 5.8. Crear un centro piloto que ayude a los profesores en la creación de páginas web o que les oriente a utilizar algunos de los diseños con que contamos en el gestor de contenidos.
- 5.9. Realizar concursos de ideas periódicos destinados a los alumnos, que fomenten su colaboración en diferentes ámbitos.



## 6. Proporcionar visibilidad y difundir las actividades de los diferentes centros y servicios.

**Responsable:** Servicio de Información y Apoyo a la Docencia e Investigación.

**Previsión:** 2010-2013.

- 6.1. Implantar un sistema que permita conocer qué se está haciendo en cada centro, coordinado por el Servicio de Información y Apoyo a la Docencia e Investigación.
- 6.2. Mantener la Semana de Bienvenida de acuerdo con el procedimiento establecido e ir incorporándole novedades (videojuego, sorteo de manuales, regalo de *pendrive* con información sobre servicios y recursos...).
- 6.3. Crear una agenda común de todas nuestras actividades que se incluiría en la página principal en una pestaña.
- 6.4. Difundir las iniciativas de los diferentes centros de la BUC.
- 6.5. Incentivar las acciones de "extensión cultural".
- 6.6. Diseñar, gestionar y publicitar exposiciones propias de la BUC; así como de las que se realizan en cooperación con otras instituciones fuera de la Universidad.
- 6.7. Potenciar las exposiciones virtuales.



## 7. Formar al personal e implicarlo en las actividades de marketing

**Responsable:** Servicio de Información y Apoyo a la Docencia e Investigación.

**Previsión:** 2010-2013.

reciben formación forman a sus compañeros).

- 7.1. Diseñar un procedimiento de acogida para el personal de nueva incorporación (bibliotecarios y becarios), incluyendo en sendas páginas web la información pertinente.
- 7.2. Publicitar los flujos de trabajo.
- 7.3. Usar *Remedy* para facilitar la gestión del trabajo diario.
- 7.4. Gestionar la formación continua; especialmente en herramientas TIC, en formación y en marketing.
- 7.5. Fomentar el conocimiento de nuestros propios compañeros.
- 7.6. Desarrollar páginas webs para comisiones técnicas, grupos de trabajo y servicios.
- 7.7. Establecer un procedimiento de formación en red o árbol (quienes

