

Marketing v podnikové knihovně

Zkušenosti z praxe



Inforum 2007, Prague

Tereza Šedivcová

Marketing skrz spokojené uživatele

- obecně: velké množství informací
- efektivní marketingová metoda?

**oslovit potenciální
uživatele přes stávající**



být partnerem
stávajícím uživatelům

Obsah prezentace

Knihovna ČSOB



znát uživatele

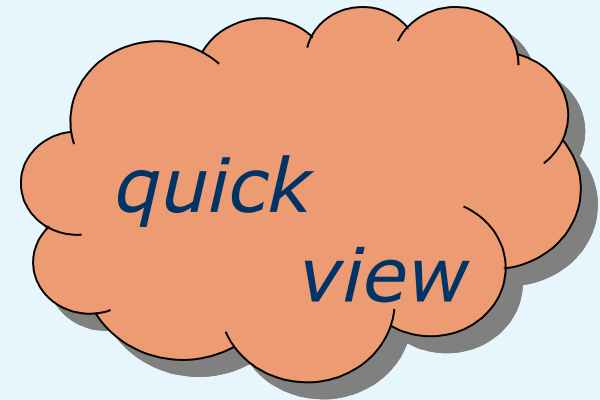


marketingový mix



knihovna jako partner uživatelů



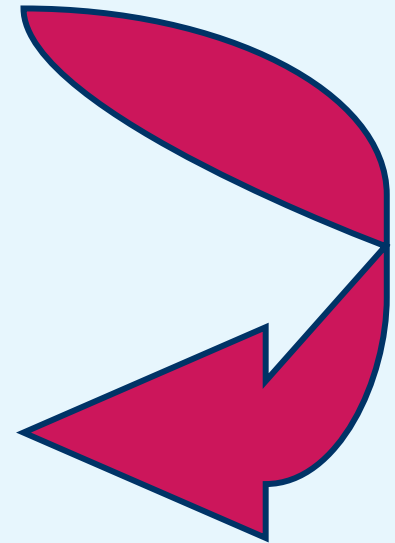


- komerční banka
- 8.000 zaměstnanců = potenciálních uživatelů
- informační servis zahrnující knihovnu
- webové stránky včetně on-line katalogu

Znát své uživatele

- unikátní uživatelé/potřeby
- pull marketing
- vysněný produkt/služba
- segmentace uživatelů

**„obecný uživatel“
neexistuje**



Marketingový mix

- letáky
- články v podnikovém časopise



-
- školení (potencionálních) uživatelů
 - CRM, CEM

Marketingový mix II

- CRM – customer relationship marketing



*řekni mi,
zapomenu, ukaž
mi, budu si
pamatovat, zahrň
mne, porozumím*

- CEM - customer experience marketing

Elektronické kanály - web

web knihovny jako
médium

komunikační
médium

na prezentace

jako zdroj
informací

Oblasti, ve kterých lze vystupovat pro uživatele jako partner

- pomoc v orientaci na trhu s inf. zdroji
- novinky o zdrojích
- pomoc ve zpřístupňování databází
- pomoc při hledání specializovaných dat
- informace o nových člancích



Získání nových uživatelů

spokojení stávající
uživatelé jsou schopni
přitáhnout nové uživatele



Nějaké dotazy?

Děkuji za pozornost

Tereza Šedivcová

ČSOB

tel. 775 171 109, mail: tsedivcova@csob.cz



Dobrý den. Nevšímejte si mne, prosím. Jen se dívám, co se děje...

