



Széchenyi István Városi Könyvtár

Telefonszám: 99/511-250


Honlap: www.szivk.hu

E-mail cím: konyvtar@szivk.hu

A Széchenyi István Városi Könyvtár külső kommunikációs stratégiája 2.0

Készítette: Minőségirányítási Tanács

Jóváhagyta:


.....

Horváth Csaba
igazgató



Sopron, 2021. 06.01.

Tartalomjegyzék

<u>1. A külső kommunikációs stratégiánk célja, feladata.....</u>	<u>2</u>
<u>2. A külső kommunikációra vonatkozó eddigi adataink.....</u>	<u>2</u>
<u>3. A könyvtár külső kommunikációjának helyzetelemzése.....</u>	<u>4</u>
<u>4. Stratégiai célok, beavatkozási területek.....</u>	<u>5</u>
<u>5. A könyvtár külső kommunikációjának célcsoportjai.....</u>	<u>6</u>
<u>6. A külső kommunikációs stratégia eredményességének mérésére szolgáló mutatók.....</u>	<u>6</u>
<u>7. A Széchenyi István Városi Könyvtár külső kommunikációs stratégiája.....</u>	<u>6</u>

1. A külső kommunikációs stratégiánk célja, feladata

A könyvtárunk külső kommunikációs stratégiájának célja, hogy ismertebbé és elismertebbé tegyük célközönségünk számára kínálatunkat, pontos és jól elkülöníthető információkat adjunk át nekik, fontos részévé váljunk a város kulturális palettájának, valamint visszajelzések alapján nyitott, innovatív szemlélettel fejlesszük szolgáltatásainkat, tevékenységünket.

Könyvtárunk e stratégiájával szeretné elérni, hogy gyenge pontjaink felkutatásával és kijavításával a köztudat és közbeszéd proaktív részese legyünk Sopronban és környékén, mely a látogatói létszám növekedését hozhatja magával.

A modern technológia adta lehetőségekkel élve módunk van küldetésstudatunk, hasznosságunk, és folyamatos megújulási képességünk bemutatására.

2. A külső kommunikációra vonatkozó eddigi adataink

2016-ban több kérdőíves mérést is végeztünk a használóink és a partnereink körében. A használói kérdőív eredményeiből kiderült, hogy olvasóink számára a legdominánsabb szolgáltatás a kölcsönzés, vagyis a hagyományos könyvtári funkció, és a többi szolgáltatás népszerűsége messze elmarad ettől, mint például a honlapunk vagy a rendezvényeink látogatása, kevesen használják a számítógépes adatbázisainkat, nem funkcionálunk közösségi térként, kevés a helyben kutatás és tanulás. Megkérdeztük olvasóinkat mennyire elégedettek a könyvtárunkkal, és a válaszadók pozitívan értékelték a tájékoztatást a szolgáltatásainkról és az eligazító feliratokat, viszont a könyvtár külső és belső állapotával és a bútorzattal nem voltak megelégedve.

A megkérdezettek körében a kommunikációs csatornák közül első helyen az elektronikus levelezés áll, ezt követi a honlap és a könyvtárosok tájékoztatása. Kíváncsiak voltunk arra is, hogy az egyes csoportok milyen könyvtári funkciókat tartanak fontosnak. A fiatalok kiemelték a harmadik hely funkciót, a tanulók számára a szabadidő eltöltésének és a találkozások helyszíne a könyvtár. Az inaktívak ugyanakkor a hagyományos funkciókat és a rendezvényeket kedvelik leginkább. Valamennyi korcsoportban érdeklődést mutattak újszerű, formabontó programok iránt is, mint például a könyvtárak éjszakája és a filmklub.

A tanulók, vagyis a 14-25 éves korosztály körében végzett online kérdőív válaszaiból kiderült, hogy ebben a korcsoportban kevesen használják a Facebookot, mint kommunikációs csatornát. Inkább más közösségi oldalt látogatnak vagy a honlapunkon tájékozódnak. Mindenképp fontos, hogy ezeken a felületeken nekik megfelelő tartalmak is megjelenjenek. Meglepő észrevétel volt a tanulók részéről, hogy a friss beszerzéseinkkel nem voltak megelégedve, amit nem éreztünk megalapozottnak, ezért ezek prezentálására nagyobb hangsúlyt fektettünk.

2016-ban megkérdeztük a KSZR könyvtárakat is, mennyire elégedettek velünk. Az eredmények tanúsága szerint a kapcsolattartás leginkább e-mailen és telefonon zajlik, ezért nagyon fontos, hogy naprakész elérhetőségi adatokkal rendelkezünk. Ugyanakkor a KSZR könyvtárak szívesen tájékozódnak, informálódnak a honlapunkon is. A legnagyobb nehézséget az okozta számukra, hogy nem tudták melyik munkatársunk milyen területért felelős, ezért ennek kommunikálására nagyobb hangsúlyt fektettünk ezután.

A mérések által felmerült problémák jó részének megoldására már tettünk intézkedéseket. 2018-ban megismételtük a használói elégedettség mérést és a kapott eredmények tekintetében felülvizsgáltuk

azokat. Hasonlóan a két évvel korábbi eredményekhez az egyes csoportok informálódási szokásai között jelentős eltéréseket látunk. Az inaktívák számára az információ legfőbb forrása a könyvtáros, az aktívaké a plakátok, szóróanyagok, a tanulóké pedig könyvtárunk honlapja. Az összesített eredményeket tekintve maradt első helyen az e-mail, hírlevél, viszont a plakátok, szóróanyagok jelentősége sokat nőtt, különösen az aktívák és inaktívák számára. A Facebook, mint információforrás jelentősége minden csoportban sokat nőtt 2016-hoz képest, de leginkább a tanulók körében. A honlap visszaszorult két hellyel is, de a tanulók csoportjában még mindig ez a legfontosabb tájékoztató forrás. A könyvtárosok továbbra is a harmadik legfontosabb információforrások, bár a tanulók között jelentősen visszaszorult szerepük. A helyi újságok enyhén visszaszorultak, a helyi TV szerepe még tovább csökkent. Sajnálatosan nőtt azok aránya, akiknek egyáltalán nem jut tudomására a rendezvények híre, különösképpen a tanulók körében.

A könyvtárunkba látogató pedagógusok körében folyamatosan végeztünk elégedettség mérést interjúk formájában. A válaszokból 2019-ben összegzést készítettünk. A külső kommunikációnk szempontjából fontos kérdésünk az volt, hogy hogyan szerez információt a könyvtári rendezvényekről? A válaszoló pedagógusok többsége a honlapunkról informálódik, másod sorban a hírleveleink nyújtanak forrást, amit továbbítással egymás között is terjesztenek. Az e-mailek tehát körükben szintén nagyon fontos kommunikációs csatornák.

A rendezvények kiemelt fontosságú események az intézmény működésében. Ezért kerestük a lehetőségét annak, hogy megvizsgáljuk, mérjük a rendezvényeinken résztvevők elégedettségét. A legegyszerűbb lehetőségnek a „smile” figurák segítségével végezhető mérés tűnt. Kinyomtatunk három figurát: egy elégedetten mosolygót zöld színben, egy közömbös sárgát és egy mérges pirosat. A rendezvények látogatói a megfelelő fej kiválasztásával fejezhették ki véleményüket az adott rendezvényről. Kértük a látogatókat, hogy a távozás során szavazzanak az elégedettségükről. Az ötlet pozitív fogadtatásra talált, hiszen a résztvevők szívesen szavaztak. A mérés alapján a résztvevők elégedettek voltak az adott rendezvénnyel. Később bevezettük az érintőképernyős elégedettségmérést, melynek felülete könnyen kezelhető és lehetőséget ad az árnyaltabb mérésre, hiszen a rendezvényekkel kapcsolatban feltett konkrét kérdésekkel kapcsolatban fejezhetik ki véleményüket.

2020-ban mérést végeztünk a város lakosságának körében is. Megkérdeztük, hogy általában honnan tájékozódik a helyi eseményekről, tudnivalókról, illetve arra is kíváncsiak voltunk, hogy honnan szereznek tudomást a könyvtárunkban történő eseményekről? A helyi eseményekről történő tájékozódásban az interneté a vezető szerep, egyrészt a közösségi oldalaknak, másrészt a különböző weboldalaknak köszönhetően. Ezt követi a helyi média, de furcsa, hogy a nyomtatott sajtónak még mindig milyen fontos a szerepe a tévével szemben. A személyes kapcsolatoknak a jelentősége továbbra is fontos. A plakátot, szórólapot a válaszadók egyharmada említette meg tájékoztató forrásként. A könyvtárral kapcsolatban is hasonló a helyzet, az interneten tájékozódik ma már leginkább az emberek: a közösségi oldalról és a honlapról. A második fő forrás a személyes kapcsolatok: családtagok, könyvtárosok. A helyi média a harmadik helyen áll, ezen belül inkább az újság, mint a tévé közkedvelt. A plakát, szórólap szerepe kicsi, hasonlóan a hírlevéléhez.

2020 szeptemberében megkerestük a könyvtár meglévő és leendő partnereit, milyen szolgáltatásokat várnak el a könyvtártól, illetve a már együttműködő partnerek mivel bővítenék az eddig igénybe vett lehetőségeket. A partnerek széles körét céloztuk meg. Összesen 57 kérdőívet küldtünk ki, amelyeket interneten tölthettek ki, a Google űrlap által létrehozott kérdőíveken. Kevés számú kérdőív érkezett vissza, ennek ellenére a partnerek minden típusa képviseltette magát. Sajnos

a civil szervezeteket nem sikerült bevonni. A kapcsolattartás során tapasztalt rugalmasságot, kommunikációt, ügyintézést pozitívan értékelték. A könyvtárról alkotott vélemények mind pozitívak, kiemelik a kollégák szakértelmét, segítőkészségét, empátiáját. Többen is megemlítették a színes gyermekkönyvtári programokat, valamint azt, hogy a csoportoknak szervezett órák hozzájárulnak az olvasóvá neveléshez. Szükséges beavatkozásként kiemeltük, hogy a meglévő szolgáltatásokat jobban kell népszerűsíteni, továbbá néhány partnerrel együttműködési megállapodásra kell törekednünk, mert ők is nyitottak a kapcsolatra.

3. A könyvtár külső kommunikációjának helyzetelemzése

3-4 fős csoportokat alkotva megkérdeztük kollégáinkat, mi a véleményük könyvtárunk külső kommunikációjáról, melyek az erősségeink és min kellene javítanunk. A kapott válaszok összesítése 2018-ban elkészült, amelyet 2021-ben a MIT tagjaival felülvizsgáltunk és aktualizáltunk.

Erősségek	Gyengeségek
Erős személyes kapcsolati rendszer van a könyvtárosok és felhasználók között.	Nem megfelelő a könyvtár látogatók számára mutatott arca, pl. bútorzat, tisztaság, megközelíthetőség, miliő.
Vannak működő kapcsolataink más intézményekkel, pl. iskolákkal, óvodákkal.	Hiányoznak egyes arculati elemek, pl. feliratok, színvilág.
Van a kommunikációs területnek felelőse.	Esetleges, vagyis nem rendszeres a megjelenésünk a helyi sajtóban, médiában.
A közösségi médiában aktívan részt veszünk és már YouTube csatornával is rendelkezünk.	Nem használjuk ki megfelelően a meglévő médiakapcsolatainkat.
Egyre többen követnek minket a közösségi felületeinken (Facebook és Instagram), egyre interaktívabbak használói.	Hiányzik a nyitás a „falakon kívülre”, nincs kitelepülés, közös programok más intézményekkel, formabontó megjelenés a városban.
Rendelkezünk promóciós anyagokkal, pl. megújult könyvtári ismertető, szórólapok, plakátok.	Hiányosak a kapcsolataink a város más kulturális intézményeivel és civil szervezeteivel.
Rendelkezünk saját logóval, mint az egységes arculati elem alapja.	A honlapunk szerkezete nem elég átlátható, hiányosak egyes tartalmi részek, pl. „dokumentumaink”, idegen nyelvű változatok
Megfelelően működik a rendezvények népszerűsítése, reklámozása.	A Huntéka integrált könyvtári rendszerünk hiányos, pontatlan, pedig online mindenki számára elérhető.

Rendelkezünk összeállított és aktualizált partnerlistákkal.	Nem rendelkezünk rendszeres hírlevéllel az olvasók számára.
Jó a kapcsolat a beszállítóinkkal.	Eredményeinket nem tudjuk kellően hangsúlyosan kommunikálni, publikálni akár a sajtóban, akár a fenntartó felé.
A plakátok, szóróanyagok, ismertető külső megjelenése modernebb, figyelemfelhívóbb.	Könyvtárunk nincs kellőképpen a város lakosainak köztudatában, sokan nem ismerik intézményünket.
Könyvtári ismertető anyagok tartalma aktualizálva van.	Szakmai kapcsolataink nem elég erősek.
Dinamikusan fejlődik kapcsolatunk a fenntartóval.	

4. Stratégiai célok, beavatkozási területek

A helyzetelemzésünk eredményeinek megfelelően fogalmazzuk meg azokat a beavatkozási területeket, ahol szükségesek a korrekciók. A legfontosabb céljaink a következők:

4.1. A könyvtár váljon fontos tényezővé Sopron város kulturális életében, növelnünk kell kulturális jelentőségét, presztízsét. Ennek érdekében szükség van a következő beavatkozásokra:

- minél szélesebb körben kell ismertté tenni és népszerűsíteni a szolgáltatásainkat
- a használók és partnerek igényeinek folyamatos figyelésére, mérésére van szükség
- rendszeressé kell tennünk megjelenésünket a helyi médiában
- szakmai kapcsolatainkat erősítenünk kell más intézményekkel

4.2. A könyvtárunkról kialakult képet vonzóbbá kell tennünk. Ezért a következő lépésekre van szükség:

- hangsúlyosabban, egységes vizuális megjelenésre van szüksége könyvtárunknak arculati megújulás által a virtuális és fizikai felületeken, a hiányzó arculati elemeinket ki kell egészítenünk
- újszerű, formabontó, nagyobb hírértékű programokat kell szerveznünk
- egységesebbé kell tennünk az intézményi külső kommunikációt
- könyvtárunknak a közösségi lét és a közélet fontos színterévé kell válnia
- kétoldalú kapcsolatok erősítése a fenntartókkal

5. A könyvtár külső kommunikációjának célcsoportjai

Stratégiánk hatékony végrehajtása érdekében elengedhetetlen hogy pontosan körülhatároljuk azt a célközönséget, akik körében népszerűsíteni szeretnénk intézményünket és szolgáltatásainkat. Tapasztalatainkból és felmérésekből kiderült, hogy a gyerekek és a fiatal felnőttek „megszólítására” kell helyeznünk a hangsúlyt, hiszen ők lesznek a jövő olvasói. Számukra kell olyan könyvtárképet sugároznunk, amelyben a hagyományos könyvtári funkción túl modern szolgáltatásokat nyújtó közgyűjtemény vagyunk.

2016-óta rendelkezünk összeállított partnerlistákkal, melyek tartalmazzák a cég vagy intézmény nevét, a kapcsolattartó személyét, valamint a telefonos és elektronikus levelezési elérhetőséget. Fontosnak tartjuk, hogy ezeket a kapcsolatokat továbbra is fenntartsuk, az adatokat folyamatosan aktualizáljuk, illetve további kapcsolatokat is építünk, szélesítjük a megszólítandó célközönségünket.

6. A külső kommunikációs stratégia eredményességének mérésére szolgáló mutatók

- sajtómegjelenések száma a nyomtatott sajtóban és a médiában
- honlapunk látogatóinak száma
- Facebook követőink száma és az *interaktivitásuk*
- programjaink látogatóinak száma
- beiratkozott olvasóink létszáma
- a használói elégedettségmérés adatai
- napi látogatói létszámadatok
- programok látogatóinak elégedettségi mérése

7. A Széchenyi István Városi Könyvtár külső kommunikációs stratégiája

A kommunikációs stratégiánk alapján táblázatos kommunikációs tervet, és évente cselekvési tervet készítünk. *(Az elkészült dokumentumokat lásd a linkekre kattintva!)*

[Külső kommunikációs stratégia táblázata](#)

[Külső kommunikációs csoport cselekvési terve 2019](#)

[Külső kommunikációs csoport 2019. évi beszámolója](#)

[Külső kommunikációs csoport cselekvési terve 2020](#)

[Külső kommunikációs csoport 2020. évi beszámolója](#)

[Külső kommunikációs csoport cselekvési terve 2021](#)