چگونه کاربران بیشتری به کتابخانه جذب کنیم؟

استفاده از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی برای جذب بیشتر کاربران به کتابخانه

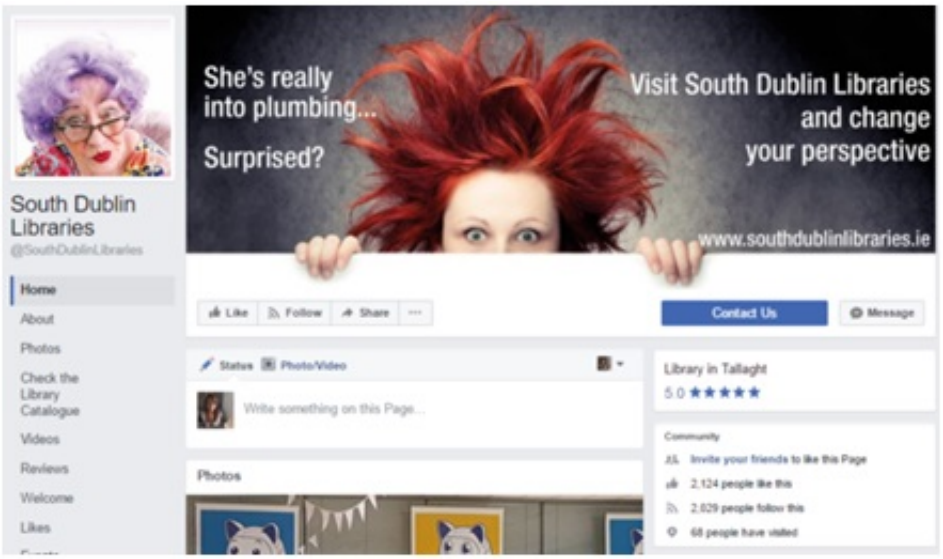
کتابخانه‌ها مجموعه‌ای از وقایع جالب و خلاق ارائه می‌کنند، اما در بسیاری از اوقات افراد چند روز پس از وقوعشان مطلع می‌شوند. چندی از مطالعات و تحقیقات کتابخانه‌ای از جمله یک مورد که توسط[مرکز تحقیقات پیو](#)[1] و اخیراً بیشتر توسط [اعتماد کارنگی بریتانیا](#)[2] انجام شده نشان می‌دهد که بسیاری از شهروندان از خدمات و برنامه کتابخانه آگاه نیستند. ممکن است چندین دلیل برای این موضوع وجود داشته باشد، اما مهم‌ترین دلیل عدم حضور کتابخانه در جامعه محلی است.

ایجاد یک طرح بازاریابی ساده و تمرکز بر چند ابزار آنلاین بهترین راه برای بهبود حضور کتابخانه در جامعه و آگاه ساختن مردم از موجودیت خود است. در این مورد تردیدهای زیادی وجود دارد اما همان‌طور که گروه تیلور و فرانسیس[3] در نشریه وایت پیپر[4] خودشان توضیح می‌دهد، [-طرح‌های رسانه‌های اجتماعی یک کتابخانه تنها زمانی به اندازه پژوهش هایشان موفق خواهد بود که از رسانه‌های اجتماعی در گروه‌های کاربران کتابخانه‌شان استفاده کنند.](#)

برای مثال، آیا موقعیت جغرافیایی، سن و مشخصات قومی کاربران کتابخانه با کسانی که به‌صورت منظم از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، مطابقت دارد؟ در اینجا پیش نمایشی از مهم‌ترین ابزارهای رسانه‌های اجتماعی که یک کتابخانه می‌تواند برای حضورش در جامعه استفاده کند ارائه شده است.

1. فیس بوک

فقط با استفاده از فیس بوک به‌عنوان تنها کانال ارتباطی آنلاین، شما می‌توانید به تعداد گسترده‌ای از شهروندان با موضوعات و محتوای مناسب برای هر یک از آن‌ها دست پیدا کنید. علت این است که فیس بوک یکی از شبکه‌های اجتماعی است که بیشتر از بقیه مورد استفاده قرار می‌گیرد و افراد در تمام طول روز از طریق تلفن و یا کامپیوتر خود به آن متصل می‌شود. به این ترتیب، کاربران می‌توانند به اخبار سایت کتابخانه و حوادث در تمام روز متصل باقی بمانند در حالی که هیچ پولی برای مواد تبلیغاتی پرداخت نمی‌کنید. برد-برد، درست است؟ در اینجا شما می‌توانید یک[وبینار توضیحی](#) با ۱۵ ایده در بهبود صفحه فیس بوک کتابخانه خود را پیدا کنید.



صفحه فیس بوک کتابخانه‌های دوبلین جنوبی

2. اینستاگرام/ توییتر

تمامی حقوق برای مجله کتابدار 2.0 محفوظ است. نقل مطالب مجله تنها با ذکر منبع و نام نویسنده مجاز است.

با عکس گرفتن از فعالیت‌ها و حوادث روزانه‌ای که در کتابخانه اتفاق می‌افتند و به اشتراک گذاشتن آن‌ها در اینستاگرام، شما برخی از دیدگاه‌ها و بینش‌های پشت‌صحنه نسبت به جهان کتابخانه را برای کاربران فراهم می‌سازید و علایقشان را افزایش می‌دهید.

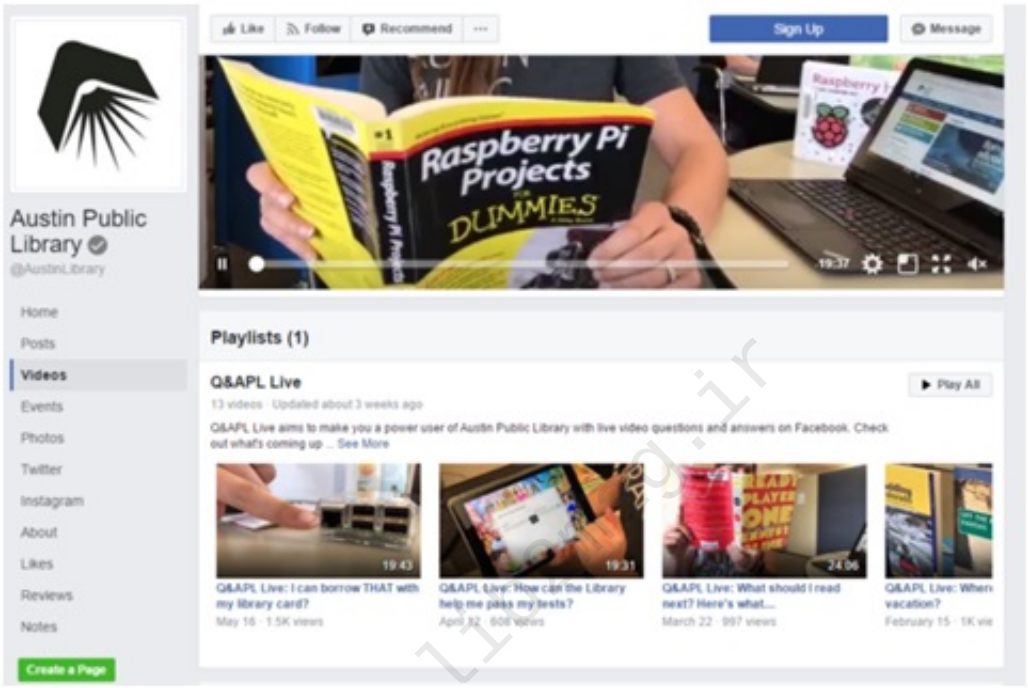
همچنین، شما می‌توانید از اینستاگرام و یا توییتر به منظور تأکید بر جنبه انسانی کتابخانه استفاده کنید که مردم از طریق همه این تبلیغات آنلاین متراکم شده، هوای تازه تنفس خواهند کرد.

حساب توییتر کتابخانه‌های DLR

3. اشتراک‌گذاری فیلم‌ها

اگر شما یک دستگاه تلفن همراه داشته باشید، به راحتی می‌توانید وقایع جاری در کتابخانه را به طور زنده پخش کنید. کتابخانه عمومی بوستون[۵] در اوایل سال ۲۰۱۴ کاربران خود را مورد بررسی قرار داد و متوجه شد که امکان به اشتراک‌گذاری فیلم‌ها یکی از خدمات پُر درخواست بود. بنابراین، به اشتراک‌گذاری فیلم این روزها یک تمایل واقعی است به دلیل اینکه فیس بوک این کارکرد را اضافه کرده است. با این حال، فیلم‌ها می‌توانند از طریق وب‌سایت و یا هر پلت فرم دیگری که کاربرانتان بیشتر آنجا فعال هستند به اشتراک گذاشته شوند. این یک مزیت واقعی برای کتابخانه است که به میان جامعه آنلاین کشیده شود و آن‌ها را از حوادثی که در آن لحظه خاص در کتابخانه در حال وقوع هستند، آگاه کند.

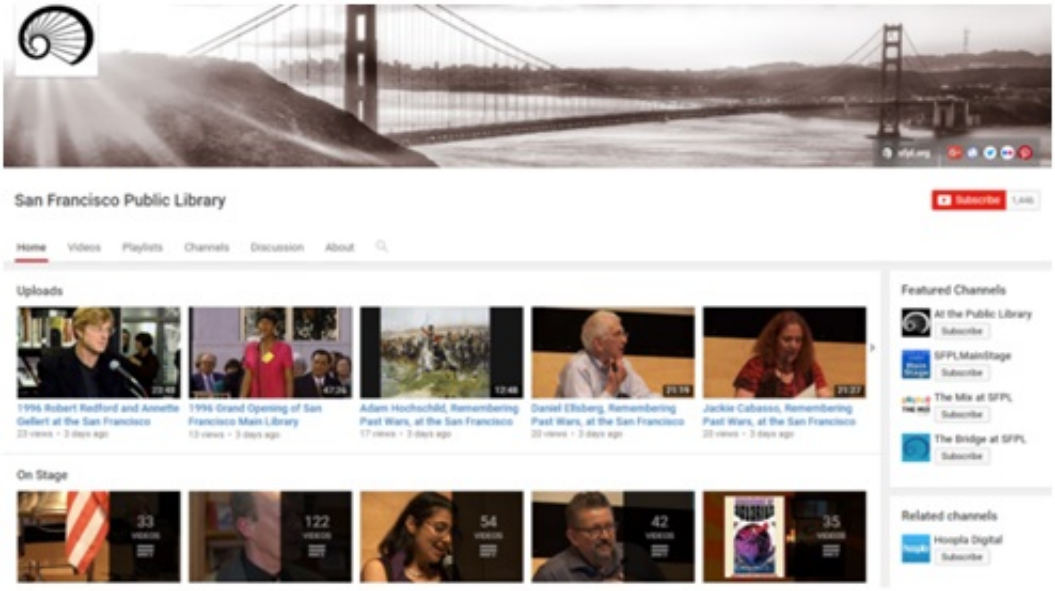
تمامی حقوق برای مجله کتابدار 2.0 محفوظ است. نقل مطالب مجله تنها با ذکر منبع و نام نویسنده مجاز است.



بخش زنده (فیلمها) فیس بوک کتابخانه عمومی اوستین

4. یوتیوب

ویدئوها با تسلط بر فعالیت‌های آنلاین کاربران در حال رشد هستند. ۷۸ درصد از مردم هر هفته فیلم‌های آنلاین را تماشا می‌کنند، و ۵۵ درصد هر روز به صورت آنلاین فیلم مشاهده می‌کنند. در واقع، یک استراتژی ویدئویی نیاز به کار زیادی دارد اما اتفاقات زیادی در کتابخانه در حال وقوع هستند، پس چرا آن‌ها را فیلم‌برداری نمی‌کنید و برای مخاطبان برای تماشای بعدی به اشتراک نمی‌گذارید؟ بیاییدکانال یوتیوب کتابخانه سان فرانسیسکو را مثال بزنیم. این کتابخانه همه‌چیز، از شروع داستان گرفته تا خواندن بر روی صحنه و همچنین فیلم‌های کوتاه تاریخی از کتابخانه را در این کانال به اشتراک می‌گذارند.

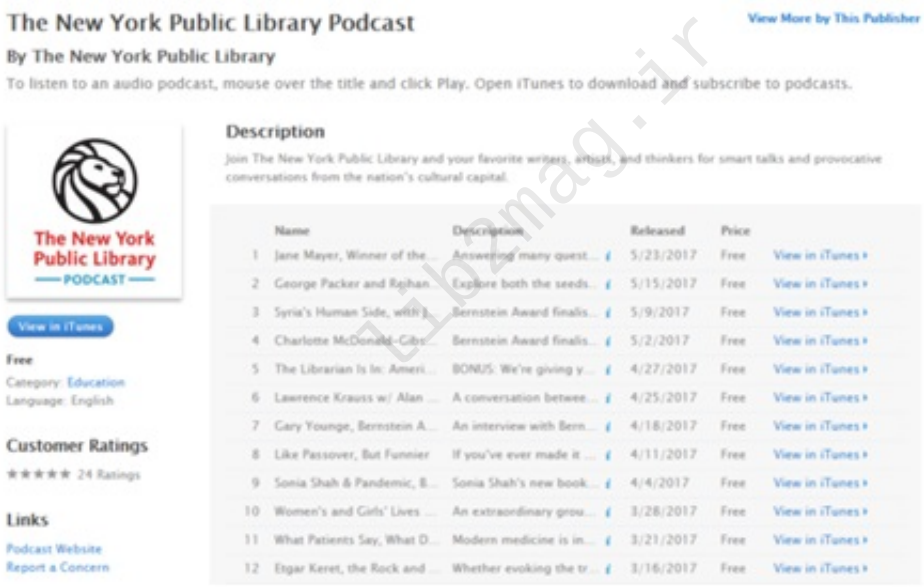


کانال یوتیوب کتابخانه عمومی سان‌فرانسیسکو

5. پادکست‌ها

تمامی حقوق برای مجله کتابدار 2.0 محفوظ است. نقل مطالب مجله تنها با ذکر منبع و نام نویسنده مجاز است.

پادکست‌ها سابقاً کمتر به‌عنوان یک ابزار رایج برای بالا بردن آگاهی از تمام خدمات کتابخانه‌ها مورد استفاده قرار می‌گرفتند، اما هنوز هم از نمونه‌های موفق هستند. فقط با توزیع صوتی رایگان با محتوای آموزشی و منحصربه‌فرد، شما می‌توانید بسیاری از کاربران را به نفع خود جذب کنید. شما از طریق یک رسانه منفرد و مشخص می‌توانید موضوعات متنوع و جالب را جمع‌آوری و به طور گسترده‌ای به رسمیت بشناسید. به‌عنوان مثال، آیتونهای پادکست کتابخانه عمومی نیویورک[۶] و یا صفحه ساوندکلاود[۷]، نویسندگان، هنرمندان و متفکران را به منظور گفتگوهای هوشمند و مکالمات چالشی از پایتخت فرهنگی کشور جمع می‌کنند. به همان شکل، شما به راحتی می‌توانید باشگاه کتاب و یا یک باشگاه شنیداری پادکست ایجاد کنید، حتی برای افرادی که همیشه در حال انجام کاری هستند و هیچ‌وقت برای خواندن وقت ندارند.



صفحه پادکست کتابخانه عمومی نیویورک

6. وبلاگ نویسی

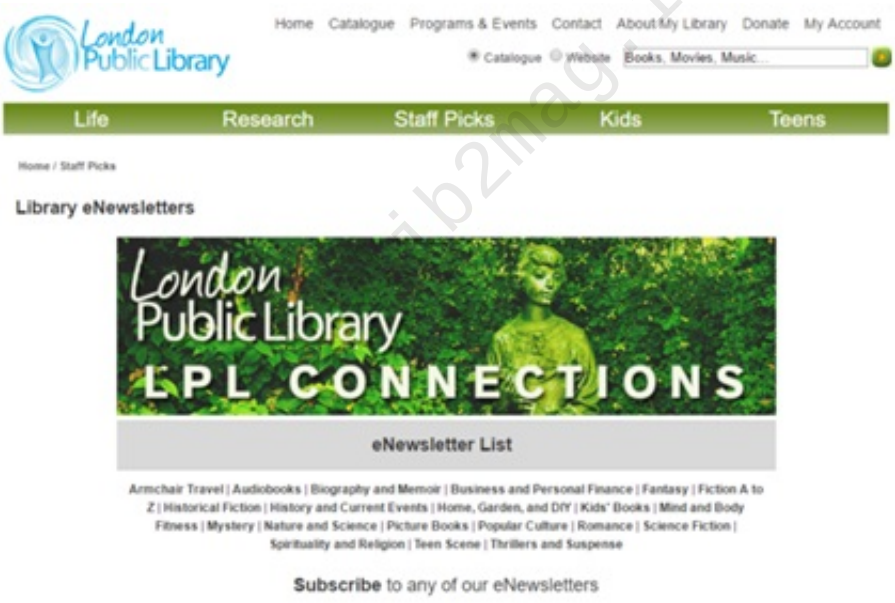
از آنجا که شما تمام این رویدادهای برگزار شده در کتابخانه را به صورت مستند دارید و افراد در حال معرفی و ارائه مطالب مختلف جالب برای کاربران کتابخانه هستند، چرا این آموخته‌ها را در یک پست وبلاگ منتقل نمی‌کنید و آن‌ها را در دسترس طیف گسترده‌تری از مخاطبان قرار نمی‌دهید؟ به این ترتیب، شما می‌توانید علاقه‌مندی خوانندگان‌تان را به حوادث آینده افزایش دهید و محتوای آموزشی که افراد واقعاً به آن‌ها علاقه‌مند هستند را ارائه کنید. همچنین، هر پست وبلاگ یک منبع محتوایی است که می‌تواند به راحتی در فیس بوک یا توییتر پخش شود و به این ترتیب شما به مخاطب اجازه می‌دهید به طرفداران کتابخانه ملحق شود و آن را ترویج دهد، با تشویق پیروان جدید.

تمامی حقوق برای مجله کتابدار 2.0 محفوظ است. نقل مطالب مجله تنها با ذکر منبع و نام نویسنده مجاز است.

صفحه وبلاگ کتابخانه عمومی نیویورک

7. خبرنامه

افراد همیشه مشغول هستند، اگر رویدادها را به آن‌ها یادآور نشوید به راحتی فراموش می‌کنند؛ بنابراین، شما می‌توانید به افراد این امکان را بدهید تا برای دریافت هشدارهای ایمیل برای فعالیت‌های کتابخانه‌ای مورد علاقه‌شان گزینه مورد نظر را انتخاب کنند و حتی برای وقایع کوچک. گزینه‌ای برای اضافه کردن آن‌ها به تقویم‌شان مزیت واقعی است. به‌عنوان مثال،کتابخانه عمومی لندن در مورد موضوعات مختلف به منظور آگاهی‌رسانی جاری به کاربران در مورد آخرین اخبار کتابخانه، برنامه‌های آینده در کتابخانه و همچنین جدیدترین عناوین کتاب ایمیل می‌فرستد.

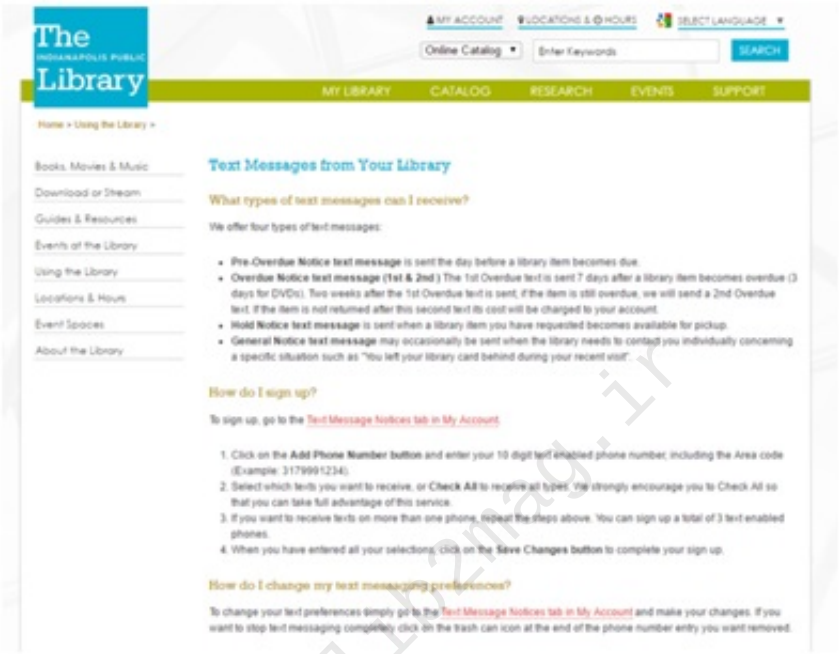


خبرنامه‌های کتابخانه عمومی لندن

8. نرم‌افزار پیام‌رسانی

بله ممکن است یک روش بحث برانگیزی از برقراری ارتباط با کاربران باشد. به دلیل اینکه همه پیام‌ها خصوصی هستند اما با یک برنامه پیام‌رسانی؛ شما می‌توانید بیشتر با کاربران ارتباط شخصی ایجاد کنید و شاید حتی بیشتر به سؤالات شخصی پاسخ دهید. بسیاری از کتابخانه‌ها با استفاده از اس.ام.اس (موارد مشابه) برای اهداف مختلف،-از جمله اطلاع رسانی برای موارد موجود برای انتخاب، یادآوری موعد مقرر، اطلاعات در مورد در دسترس بودن مواد کتابخانه، ارائه شماره‌های تماس و مکان، و ... شروع به کار کرده‌اند.

تمامی حقوق برای مجله کتابدار 2.0 محفوظ است. نقل مطالب مجله تنها با ذکر منبع و نام نویسنده مجاز است.



Text Messages at The Indianapolis Public Library

این‌ها فقط تعداد کمی از ابزارهایی هستند که شما می‌توانید برای تقویت حضور آنلاین‌تان و جذب کاربران بیشتر استفاده کنید. برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد پیگیری مراحل بازاریابی در کتابخانه‌تان، نشریه تیلور و فرانسیس در استفاده از رسانه‌های اجتماعی را بخوانید.

و فراموش نکنید که مهم‌ترین جوانب، درک مشتریان خود و به همان اندازه آگاهی نسبت به نیازهایشان و ایجاد یک طرح بازاریابی و تداوم آن است.

پانویس:
. Pew Research Center[۱]
. Carnegie UK Trust[۲]
. Taylor and Francis Group[۳]
. whitepaper[۴]
. BPL: Boston Public Library[۵]
. The New York Public Library Podcast iTunes[۶]
. Soundcloud Page[۷]

منبع:
این نوشته ترجمه مطلبی با این عنوان است: Use these social media tools to attract more patrons to the library

مترجم:سمیه پروین

مشخصات استناددهی به این مقاله

نویسنده(ها):	سمیه پروین
عنوان مقاله:	چگونه کاربران بیشتری به کتابخانه جذب کنیم؟
عنوان مجله:	کتابدار ۲.۰ –(عنوان لاتین: i-Kit□bd□r 2.0)
دوره مجله(Vol):	۳
شماره مجله(Issue):	۲

تمامی حقوق برای مجله کتابدار 2.0 محفوظ است. نقل مطالب مجله تنها با ذکر منبع و نام نویسنده مجاز است.

مشخصات استناددهی به این مقاله

سال(Year): ۱۳۹۶
شناسه دیجیتال(DOI):
لینک کوتاه: http://lib2mag.ir/8458

lib2mag.ir

تمامی حقوق برای مجله کتابدار 2.0 محفوظ است. نقل مطالب مجله تنها با ذکر منبع و نام نویسنده مجاز است.