



网络环境下图书馆服务营销的 研究与实现

王昕

上海交通大学图书馆



- 图书馆服务营销理念
 - 图书馆服务营销的成功案例
 - 上交大图书馆网络环境下的服务营销实践
-

- 第一、通过图书馆的培训宣传不断增加具有良好信息素养的读者；
- 第二、提高图书馆现有资源的利用率，使信息资源发挥最大的效益；
- 第三、提供图书馆核心竞争力，面对因特网技术的迅猛发展，引导读者合理利用图书馆资源，更好的科研教学服务。
 - 此外还能带来一些附加效应，例如获得来自校领导更多支持和锻炼馆员队伍。
- 营销计划适应不断变化的环境、更好地为图书馆的战略目标服务，仍是一项需要深入研究和思考的重要课题。



● 美国OhioLink营销项目

- 主要的执行手段和工具主要有服务目标群体的细分、各种针对性调查反馈以及评估改进。

● 新加坡图书馆服务营销项目

- 已经有相当数量的图书馆准备或已经借助各种网络相关技术实施服务营销。
-

- 通过网络媒体加强服务营销
- 建立学科博客支撑学科服务
- 优化主页结构和搜索性能
- 多角度、深层次揭示图书馆信息资源

- 利用Web2.0的黏性服务技术平台，可以大大激发读者对于图书馆信息资源的热情，引导和培养读者信息素养促进完善图书馆信息服务有助于完成服务营销的目标，让图书馆围绕读者需求构建的创新服务真正发挥实效。



谢谢！！





上海交通大學
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY
