

Zaprojektuj, zaplanuj, zrealizuj

budowanie strategii komunikacji
a tożsamość biblioteki akademickiej



Paulina Milewska

SERIO JESTEŚ
BIBLIOTEKARKĄ?

TAK

TO POWIEDZ GOŚ
PO BIBLIOTEKAŃSKU

SZANOWNI CZYTELNICY I SYMPATYCY NASZEJ KSIĄŻNICY!
INFORMUJEMY, IŻ W DNIU 1 LIPCA BIEŻĄCEGO ROKU
PODWOJE CZYTELNI GŁÓWNEJ POZOSTANĄ ZAMKNIĘTE
Z UWAGI NA PRZEPROWADZANE W TYM DNIU SKONTRUM.

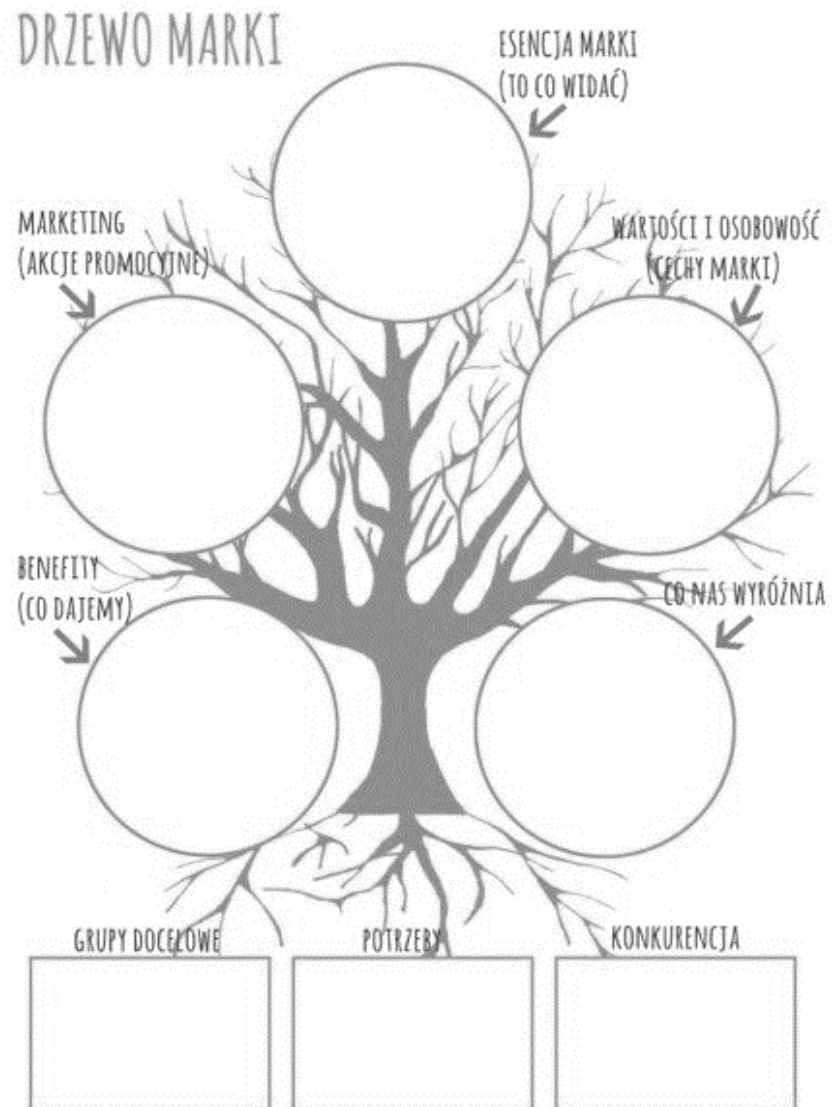
Tożsamość marki



Wizja

Jak chcemy, aby postrzegano naszą markę?

DRZEWO MARKI



Narzędzie

Drzewo marki



Wartości



- Wiedza
- Edukacja
- Rozwój nauki
- Rozwój osobisty
- Kariera
- Dobro studenta
- Tradycja
- Nowoczesność

Wyróżnik



- Bezpłatnie
- Jakość
- Wiarygodność

Korzyści



- Bezpłatne zasoby i usługi
- Oszczędność czasu i finansów
- Wzrost kompetencji, lepsze wyniki w nauce, lepszy start na rynku pracy
- Lepsze samopoczucie
- Wygodne miejsce do pracy, miła atmosfera, pomoc bibliotekarza

B

otoczenie
bliskie

otoczenie
dalekie

Narzędzie

Analiza

interesariuszy

Analiza otoczenia
biblioteki



Kim jest (płeć, wiek, status itp.)?
Czym się charakteryzuje?

Jakie są jej potrzeby?
Jakie ma oczekiwania?

Co robi?
Jakie ma cele?
Jaki jest jej styl życia?

Jakie ma problemy?
Jakie bariery mogą występować w kontakcie z nią?

Narzędzie

Analizowanie interesariuszy

Persony



Gdzie jest nasz użytkownik?

Co tam robi?

Jakie emocje mu towarzyszą?

Czy możemy go tam spotkać?

Czy to dobre miejsce do kontaktu?

Jak i co warto komunikować
w tym miejscu?

Narzędzie

Analizowanie
interesariuszy

Ścieżka klienta



Strategia komunikacji



Strategia komunikacji



Cel
Odbiorcy
Kod
Kanały
Harmonogram
Budżet (koszty)

Strategia komunikacji



Cel
Odbiorcy
Kod
Kanały
Harmonogram
Budżet (koszty)
ZESPÓŁ

Strategia komunikacji



””

Mówię, co wiem.

Wiem, co mówię!

chaos

inni

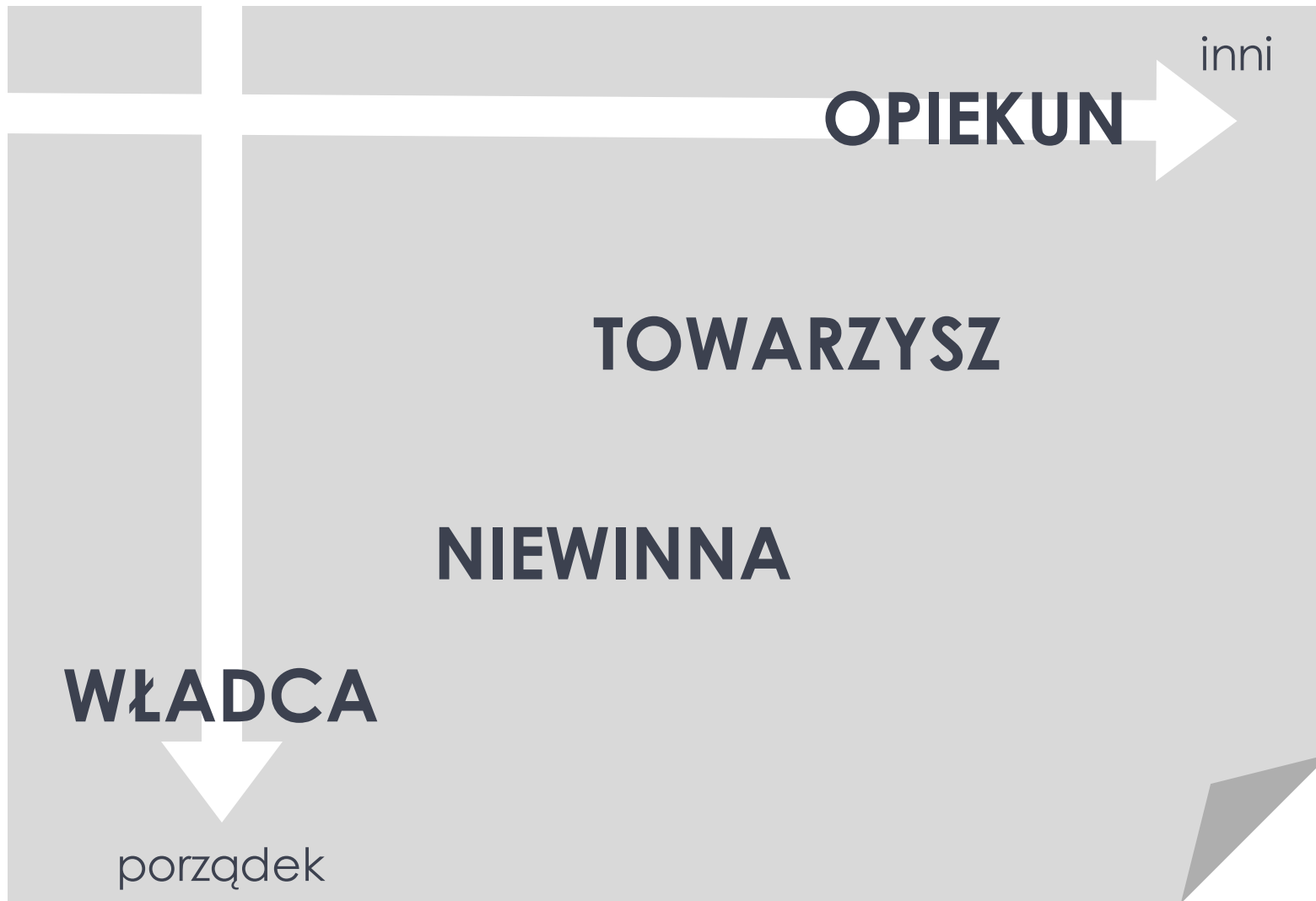
ja

porządek

Narzędzie

Archetypy marki





Narzędzie

Archetypy marki





Tematy
Kanały

TEMATY



Usługi
Zasoby
Informacje organizacyjne
Wydarzenia

Konkursy
Życie studenckie
Ze świata nauki



Tematy
Kanały
FORMATY

””

Rób więcej tego,
co działa.

**Rób mniej tego,
co nie działa.**

James Joyce Library



Fot. Ursula Byrne





James Joyce Library

Fot. Ursula Byrne



James Joyce Library



Fot. Ursula Byrne





Strefa Chillout

Centrum
Informacyjno-
Biblioteczne
UM w Łodzi





Dziękuję za uwagę

Paulina Milewska

paulina.milewska@umed.lodz.pl

facebook.com/MilewskaPaula • linkedin.com/in/MilewskaPaula

www.cib.umed.pl

