



E學習專欄 ■ 書香園地 ■ 師生園地 ■ 交流園地 ■ 活動報導 ■ 館務動態 ■ 目次 ■ 回首頁

# 師生園地

第三十一期 (109.10)

圖資處圖書服務組 鍾淑娟

## 「圖書館創意行銷及品牌營造研習班」學習心得

- 109學年度第1學期 電影欣賞公告
- 「圖書館創意行銷及品牌營造研習班」學習心得
- 「數位人文、地方深耕」研習心得報告
- 新世代解剖學軟體的教學心得
- 擔任zspace 講師的觀察與收穫
- 工讀的收穫與成長
- 平行時空的多岔路口，圖書館工讀這條路
- 四年一瞬，大學最美人生風景
- 來自一位工讀生的追憶
- 圖書館工讀血淚史

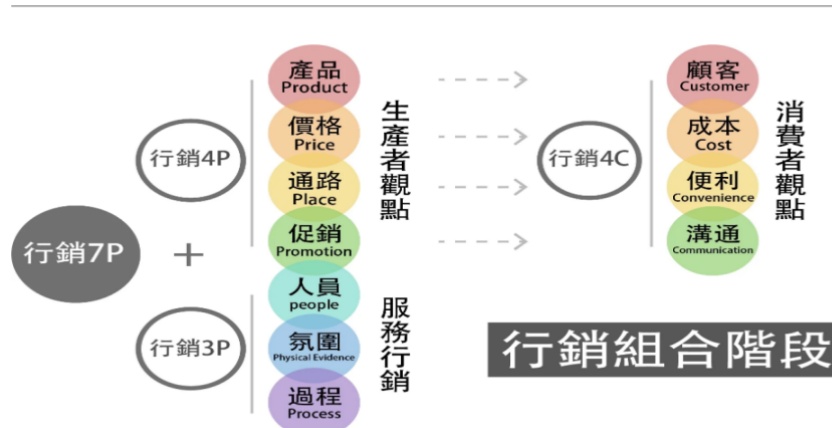
此次參與中國圖書館學會舉辦的「圖書館創意行銷與品牌營造」研習課程，內容涵蓋了行銷的理論基礎、行銷策略、行銷對象調查與分析、品牌管理以及文創商品等等，同時藉由公部門、大學圖書館及獨立書店的行銷實例分享，傳達圖書館的創意服務引起讀者共鳴，讓讀者愛上圖書館、充分利用資源與服務。

隨著資訊與通訊科技的快速發展，不僅改變了現代行銷的思維與作法，對於具備資訊服務高敏銳度的圖書館員也造成了極大的衝擊，因此課程中安排了好幾堂行銷理論課程，從管理學的角度談行銷及規劃的理論和技巧，希望協助館員快速了解再進而思考如何將之應用到圖書館及資訊服務中。

在行銷策略規劃階段，了解STP理論-Segmentation (市場區隔)，如以地理、人口、心理或行為做區隔，依據區隔的客群滿足其需求；Targeting (目標市場選擇)，也就是選擇受眾；?Positioning (市場定位)，找出顧客的真實需求。簡而言之，行銷的概念是在從事一件說服的工作，以顧客而非產品為導向，重視「消費者研究」及「市場調查」，並以「市場區隔」為手段，選擇目標市場，這是行銷人的重要功課。

進入行銷策略規劃階段，是市場行銷非常重要的一環，傳統行銷係以生產者觀點為考量，隨著消費者意識抬頭，演進以消費者觀點滿足其需求的現代行銷C4，應用行銷4P、行銷7P和行銷4C的概念研訂行銷組合。值得注意的近年興起的社會行銷導向，圖書館也要將兼顧讀者、機構利益和社會大眾利益導入行銷概念中。

### 行銷4P、行銷7P和行銷4C

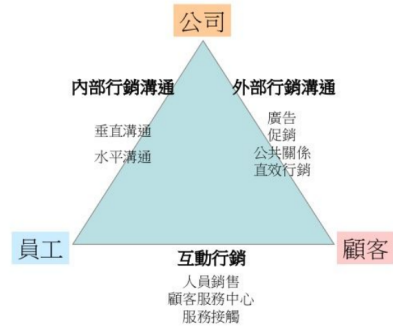


服務具有「無形性」-無法從外觀判斷品質，故得將抽象的服務具體化；「同時性」-如同時服務給更多讀者、加速服務速度、更多服務提供者等；「變異性」-服務品質標準控制和困難，可藉在職訓練、標準化服務流程和績效評估、讀者滿意度等加以改善；「易消滅性」-需求變動大時易產生供需失衡，如尖峰與離峰時段人力

管理等四項特性，而最好的服務是將無法觸及的東西變成有形的服務，讓讀者感受到或參與體驗。

### 服務金三角 (service triangle)

服務的金三角可了解讀者對服務品質的滿意與否的主要影響面向，包括服務組織(學校、公司)、接觸人員(員工、圖書館工作人員)和顧客(讀者)，且分為內部行銷、外部行銷及互動行銷。



行銷的最終目的在滿足讀者的需求，並為其創造更大的價值，例如誠品書局的經營理念認為人是環境的主體，空間是閱讀的一環，美是人性的追求，體貼是服務的根本，舒適是良好互動的開始，賣品味、人文氣息、閱讀品質、豐富的新書、兼具知性和感性；生活南西店創造了全新的消費體驗，強調台灣在地選品，也連結國際視野，而信義店則營造為生活與晝夜閱讀的博物館，成功突破傳統書局的刻板印象和成為獨特品牌，並成為台北都市意象的代表之一，呼應了上列的社會行銷導向。又如明明賣的都是咖啡，為何星巴克還能在全全球獨佔鰲頭呢？正是由於星巴克的精神-營造出和自家、職場都不一樣的『第三個去處』，一個讓人放鬆和享受開朗愉快氣氛的喝咖啡的地方。近年來品牌營造部份也涵蓋了文創商品的開發與設計，以大學而言，建立團隊聘請專業設計師，研擬管理與銷售策略，並與校內大型活動結合行銷商品。

就本校而言，內部行銷可與校內其他單位合作，例如圖書館委員提供建議、因應課程需求協助師生充分利用館藏資源、與通識中心合作推展藝文與寫作相關講座及非課程活動、與教師成長中心協同辦理講座或教育訓練、與學生社團合作舉辦活動；外部行銷可透過異業結盟方式舉辦閱讀相關活動，例如獨立書店的推廣閱讀成功案例等，目標在於讓圖書館與學校整體環境達到共存、共享與共好。

我們處在一個資訊氾濫的時代，面對外在環境變化豐富的館藏無法保證充分被利用，數位時代改變了讀者的決策流程和使用行為，行銷是提供服務的方法與規劃，因此針對任務分析、讀者分析及資源分析與調查是必須的，也包括了解數位時代的媒體特性以增進行銷效能。各類型圖書館都努力翻轉服務型態，尋求服務差異化及加值方式，因此圖書館的行銷設計更應重視讀者的體驗增加參與感，以及對價值的認同創造美好回憶，讓圖書館不只是借還書、影印資料、查資料、做研究滿足知性與感性需求的地方，更是擁有愉快經驗的自我學習的中心。運用行銷的理論與技術來提升服務效能並增強競爭力，並確保圖書館提供的產品與服務是師生所需要與珍惜的。