

5.4 PR, рекламная, маркетинговая деятельность, библиотека и СМИ.

Одной из важных задач реализации маркетинговой стратегии Библиотеки Автограда, в 2011 году, стало продолжение курса на продвижение образа «дружелюбной библиотеки» помогающей своим читателям и посетителям в любой жизненной ситуации. Именно налаживание положительных коммуникаций с читателями, другими жителями Тольятти, предприятиями, организациями, СМИ, а также виртуальными посетителями сайта и сети Интернет - стало основной задачей в деятельности сотрудников библиотеки.

Поддержание положительного имиджа Библиотеки Автограда, помимо работы в секторе платных и бесплатных услуг, осуществляемых в соответствии с уставной деятельностью организации, осуществлялось в рамках разнообразных плановых и проектных акций: проведения выставок, презентаций авторов и книг, памятных и юбилейных событий в жизни творческих союзов, общественных, профессиональных и некоммерческих организаций города и региона.

Приоритетным направлением в маркетинговой стратегии, рекламной и PR деятельности Библиотеки Автограда в 2011 году являются:

- привлечение новых читателей и пользователей платных и бесплатных услуг библиотеки;
- поддержание и расширение контактов и партнерских отношений с организациями различных форм и видов деятельности, представителями творческих союзов;
- целенаправленное продвижение положительного брэнда Библиотеки Автограда в социальных сетях, различных профессиональных и родственных тематических сообществах;
- продолжение и расширение возможностей создания и сохранения мультимедийного контента по итогам мероприятий и культурных событий в жизни библиотеки и городского сообщества;
- популяризация фондов Библиотеки, широкое использование новых информационных технологий, предоставление новых сервисов в обслуживании, создание среды сотрудничества и прочной обратной связи с читателями и посетителями.

Печатная реклама.

Напечатали в 2011 году в типографии на средства библиотеки

1.	Пакеты фирменные (полиэтиленовые)	50 шт. больших 50 шт. маленьких
2.	Закладки	2000 шт.
2.	Пластиковые уголки (папки с логотипом Библиотеки Автограда)	75 шт.
На деньги спонсоров		
Сувенирная продукция:		
2.	Календари настенные (А3 формат) «Клуб «Бельканто - 2012»	650 шт.
3.	Карманные стерео - календари «Клуб «Бельканто» на 2012 г.	500 шт.
4.	Комплекты карманных стерео варио календарей Библиотеки Автограда на 2012 - 2016 гг.	500 комплектов (по 5 в одном комплек.), всего 2500 шт.
5.	Ежедневники «Бельканто клуб» со стерео-обложкой	200 шт.
6.	Пакеты «Почитайка» полноцветные бумажные (глянцевый ламинат)	500 шт.
7.	Папки «Почитайка» полноцветные бумажные (глянцевый ламинат)	500 шт.
Книги из серии «Проект Библиотеки Автограда. «Тольятти. Избранное»		
8.	Панюшкин Юрий Михайлович. В начале повторения пути: песни, стихотворения, афоризмы.- Изд. 2-е, испр. и доп., \ ред.- сост.: Вавилина О.А. – Тольятти, 2011, - 316 с. – (Проект Библиотеки Автограда «Тольятти. Избранное»)	4000 экз.
Диски:		
9.	На берегу моём... Песни Юрия Панюшкина в исполнении Кристины Вавилиной.	500 экз.
10.	Зимний снег и летний дождь. Песни Юрия Панюшкина в исполнении Беллы Вавилиной.	500 экз.
11.	Бравые похождения профессора Харитона Спиридоновича Врунгеля, славного внука великого деда, на фрегате «Стрёмный». Песни Юрия Панюшкина в авторском исполнении.	500 экз.

В 2011 году мы смогли привлечь спонсоров для изготовления разнообразных рекламных материалов. Было изготовлено 7 видов различных календарей (карманные, настенные, ежедневники). Наши календари содержат информацию о библиотеке и поэтому являются хорошим средством рекламы. Карманный календарь не только самый популярный вид календарей, но и является очень удобным рекламоносителем. Такие календари очень компактны (стандартный размер 70x100 мм), их размеры позволяют вмещаться в бумажник, карман, визитницу и т.д. Исходя из этого, мы изготовили 5 видов карманных календарей, все они были сделаны с помощью стерео (объемные, трехмерные) варио (меняющиеся изображение) технологий.

PR и рекламные акции 2011 года.

Главным событием года для нашей библиотеки стал X форум публичных библиотек **«Библиокараван 2011»**. Это не только почетное мероприятие, но и очень ответственное. К этому важному событию мы старались подготовиться основательно. Отделом библиотечного маркетинга были разработаны разнообразные рекламные материалы:

- дизайн рекламно-информационного буклета «Библиокараван 2011» о трёх библиотечных системах г.Тольятти;
- приглашения, визитки, программы, афиши, флажки и т.д.
- оформлены «по-новому» фонды Зала отраслевой литературы и Зала художественной литературы: все разделы фонда мы представили не только в цвете, но и смогли сделать их объемными и красочными. Было очень приятно, что гости «Библиокаравана» отметили высокий уровень библиотечного дизайна, оформления книжных выставок и рекламных материалов.

«День Святого Валентина»

Впервые в нашей библиотеке мы пригласили молодых людей на «свидание в библиотеку». Чтобы привлечь внимание данной категории читателей, мы подготовили разнообразную программу (просмотр фильмов, книжных выставок, караоке, выступление молодых жителей города, угощение). Заранее были разработаны приглашения (50 шт.) с подробной программой этого дня. В витринах зимнего сада была оформлена выставка по истории праздника, были представлены издания их фондов библиотеки. Предлагалось оформить «Романтическое дерево» открытками в виде сердец, на обратной стороне которых были написаны прекрасные слова о любви великих классиков.

«Библиотечная ночь»

Одним из любимых нами и нашими читателями мероприятий стала «Библиотечная ночь». В этом году тема «ночи» была Италия. Это серьезная акция, которая требует много предварительной работы в плане дизайна и оформления. Нашим отделом был разработан символ «итальянской ночи», напечатаны программки-приглашения (100 шт.), персональные приглашения (30 шт.), афиши (10 шт. на листах А3 формата), объявления (25 шт. на листах А4 формата). Были оформлены рекламное пространство в окнах библиотеки на 1 этаже; книжные выставки в Зале отраслевой литературы, в Зале художественной литературы; игровая зона «мафии» на 1 этаже. В качестве сувениров для наших читателей были изготовлены открытки с рецептами пиццы (300 шт.), «почтовых» открыток с известными литературными героями итальянских произведений (56 шт.).

«Книга года 2011»

Итоговым библиотечным событием стала «Книга года в Библиотеке Автограда». Для проведения голосования были разработаны и напечатаны анкеты с опросом самых лучших на взгляд читателей авторов и книг (350 шт.). Был разработан дизайн пригласительных билетов (70 шт.). Была оформлена книжно – иллюстративная выставка в витринах Зимнего сада. Для представления каждой номинации разработали визитные карточки победителя (8 шт.).

«Палитра библиотечных услуг»

28 августа наша библиотека принимала участие в городской «Ярмарке услуг некоммерческих организаций, посвященной Дню Знаний» и представляла свою интерактивную площадку в «Фанни-парке». Сотрудниками Библиотеки №9 и музея В.Высоцкого была представлена экспозиция фотографий из музея Владимира Высоцкого и проведена викторина. Библиотекари зала литературы по искусству оформили игровую площадку в виде «Театральный остров», «Ляля-фа», «Мультяшный остров» и др. Зрители и участники ярмарки познакомились с услугами библиотеки, получили приглашения – закладки (100 шт.), а также буклеты (50 шт.) и визитки (50 шт.). В качестве призов участникам дарили сувениры (папки, пакеты) и книги, из серии: «Проект Библиотеки Автограда «Тольятти. Избранное». Жюри ярмарки высоко оценило нашу работу с населением, Библиотеке Автограда был вручен диплом «За высокопрофессиональную организацию работы интерактивной площадки».

«Библиотечная поляна на Грушенском фестивале»

Со 2 по 4 июля Библиотека Автограда впервые за свою историю представляла площадку на «Всероссийском фестивале авторской песни имени Валерия Грушина». К этому мероприятию нами был разработан дизайн рекламных плакатов и с помощью спонсоров они были изготовлены на баннерной ткани. Все три дня на «Библиотечной поляне» работал читальный зал для детей и взрослых, была представлена краеведческая выставка «Тольятти в проектах». Проходило выступление детского радиотеатра «Почитайка». Проводились викторины, конкурсы, всем участникам вручались сувениры от Библиотеки Автограда, закладки (200 шт.), визитки (50 шт.), буклеты о работе Детско-юношеской библиотеке (50 шт.).

За 2011 год отделом библиотечного маркетинга были разработаны и напечатаны разнообразные рекламные материалы. Большие и маленькие, оригинальные и забавные, функциональные и просто для красоты, такие, например, как открытки к выставкам, к праздникам. Мы стараемся, чтобы всё, что мы делаем было качественно, современно и профессионально. Считаем, что вся рекламная продукция - это визитная карточка библиотеки, отражение ее «характера», имиджа, стиля. К сожалению, количество выпускаемых рекламных материалов не достаточно, чтобы в полной мере охватить всех реальных и потенциальных пользователей библиотеки.

Разработали и напечатали в Отделе библиотечного маркетинга в 2011 году:

1	Объявления (рекламные в библиотеке и вне стен библиотеки)	43 вида
2.	Афиши А3 формат	16 видов
	Афиши А2 формат	2 вида
	Афиши А1 формат	11 видов
3.	Плакаты	6 видов
4.	Закладки	12 видов
5.	Визитки (общественные, индивидуальные)	9 видов
6.	Оформление книжных выставок (заголовки, подзаголовки, цитаты и т.д.)	78 вида
	- тем. полки	14
7.	Оформление книжного и журнального фонда (воблеры, списки, названия отделов)	для 11 отделов и библиотек (1,2,3,4,6,8,12, 16, ЗХЛ, ЗОЛ, КХ)
8.	Вывески (график работы) А3 формат + ламинат	7
	Вывески (график работы) А4 формат + ламинат	4
9.	Приглашение на мероприятия	20 видов
	Программы мероприятий	11 видов
10.	Буклеты	4 вида
	Буклет «Библиотека Автограда в.....» - репертуар мероприятий на месяц	12 видов
11.	Благодарственные письма, дипломы, грамоты, сертификаты	85 шт.
12.	Брошюра «Календарь знаменательных дат на 2012 год» (32 страниц)	1 вид (20 шт.)
	Брошюра «Кишкурно А. « Назарук Вера Максимовна» (32 стр.)	2 шт.
	Брошюра «Кишкурно А. «Потапенко Елена Павловна» (21 стр.)	
14.	Бейджи	25 видов
15.	Открытки	10 видов
16.	Конверты	3 вида
17.	Анкеты	3 вида
18.	Флажки	5 видов
19.	Обложки на диск	1 вид
22	Оформление списков литературы, дайджестов для Информационно-библиографического отдела	3 вида
	Информационный отчет МУК «Библиотека Автограда» за 2010 год. (186 стр.)	3 экз.

Библиотека и СМИ

Важным направлением имиджевой и маркетинговой политики Библиотеки Автограда в 2011 году, являлось информирование читателей и жителей города о событиях и новостях Библиотеки Автограда. Здесь, в основном использовались традиционные каналы:

- распространение через пресс-центр мэрии еженедельных пресс-релизов и пост – релизов, для печатных и электронных СМИ города и региона;
- размещение статей сотрудников библиотеки в городских и корпоративных СМИ;
- размещение заметок на сайтах города, освещающих темы культуры, а также новинок книгоиздательств;
- размещение статей в ведомственных, региональных и федеральных изданиях по библиотечной тематике;
- участие в конкурсах и проектах городского и регионального уровня в сфере культуры и библиотечного дела. Участие в таких конкурсах позволяет лучше позиционировать организацию, укрепляет и наращивает ее публичный капитал.

Другим направлением работы библиотеки является активное участие в культурных мероприятиях и событиях. Библиотека охотно предоставляет собственные площади, оборудование и специалистов для организации разнообразных выставок. Наиболее активно используются холл Литературной гостиной, сама Литературная гостиная, зал краеведческой литературы, зал литературы по искусству, помещения в филиалах в городе и на ВАЗе.

Еще одним важным направлением работы в рамках имиджевой и PR деятельности библиотеки является описание мероприятий организованных сотрудниками библиотеки в рамках ежегодного плана организации и муниципального заказа со стороны мэрии. Преимуществом собственного освещения мероприятия является создание мультимедийного архива события представляющего триаду: (полную аудиозапись, фотогалерею и авторский журналистский текст). Ведение подобного архива события городской жизни это еще один интересный и современный источник информации для отдела краеведения, историков, журналистов, культурологов. Для примера можно привести книжные презентации, вызвавшие большой резонанс:

- книги супруги первого генерального директора ВАЗа В.Н. Полякова Т.Н. - Даниловой (Поляковой) «Пережитое. Письма мужу».

- книги ветерана ВАЗа Ю.Целикова «Избранное»
- книги издательства «Ника» Тольятти. «История успеха».

К нетрадиционным формам реализации имиджевой политики и PR стратегии, относится участие сотрудников Библиотеки Автограда в различных интернет – сообществах социальных сетей: Facebook, Twitter, «Вконтакте». Так, практически все статьи, опубликованные на портале www.tft.ru оказывались, перенаправлены ссылками на странички социальных сетей. Для справки, дружественный ресурс www.tft.ru по статистике посещений занимает 50 место в рейтинге электронных СМИ России, включая столичные, и 7 среди региональных СМИ. Разумеется, что задача расширения адресов публикаций на страницах электронных СМИ остается важной и актуальной.

Упоминание в Интернет и электронных СМИ.

На запрос «Библиотека Автограда» поисковая система Google выдает 34,5 тыс. упоминаний. Поисковая система Яндекс – порядка 164 тыс. ответов. Поисковая система Bing – 12.7 тыс. упоминаний. Задачей 2012 года является целенаправленное продвижение бренда «Библиотека Автограда» в Интернет, продолжение политики подготовки и размещения уникального контента мультимедийных и текстовых материалов о событиях библиотечной и культурной жизни г.о. Тольятти и Самарской области.

На сайте Библиотеки Автограда в 2011 году размещено 167 сообщений включающих анонсы событий, пресс и пост-релизы, афиши проведения мероприятий. За период с августа по декабрь 2011 г подготовлено и передано в пресс-центр мэрии и департамент культуры 32 пресс-релиза (новости, анонсы, репортажи с места событий).

В 2012 году приоритетным направлением в рекламной и PR деятельности библиотеки является продвижение в социальных и на профессиональных и тематических форумах.

Упоминание событий Библиотеки Автограда в печатных СМИ города, на радио и ТВ.

Следует отметить, что по оценкам ряда социологов большинство тольяттинцев не выписывают газет, а предпочитают узнавать новости из сети Интернет или из специализированных сайтов. За последние годы медиарынок Тольятти значительно сузился, уменьшилось число журналистов пишущих о проблемах культуры, уровень публикаций тоже представляет большую область для улучшений.

В 2011 году в печатных СМИ Тольятти Библиотека Автограда упоминалась в 42 статьях и заметках в печатных. Это меньше чем в 2010 году. Это связано со спецификой подачи материалов. Материалы, которые сегодня предоставляет библиотека для СМИ, являются в большей степени авторскими статьями, чем просто пресс- релизами. Такого вида информацию предпочитают брать для размещения новостные Интернет порталы. Эта ситуация не влияет на информированность жителей, а наоборот расширяет аудиторию.

Основным тематическим разделом, где публиковались статьи и новости о библиотеке Автограда, является сфера «Культура».

В 2011 году публикации в печатной прессе о Библиотеке Автограда проходили в следующих изданиях:

«Площадь Свободы»
«Волжский автостроитель»
«Городские ведомости»
«Тольяттинское обозрение»
«Вольный город»
«Современный мегаполис»
«Вести профсоюза» ВАЗ
«Телесемь»
«Молодежный акцент»
«Молодой Тольятти»

Свыше половины всех публикаций в печати города относятся к «Волжскому автостроителю». Следует отметить, что «Волжский автостроитель» крупнейшее издание корпоративной прессы с тиражом 9565 экз. Газета распространяется в коллективах группы ОАО АВТОВАЗ. Публикации в других городских печатных изданиях проходили реже и связаны в основном с краткими анонсами событий и мероприятий. Часто в публикациях используются материалы статей и заметок сотрудников Библиотеки Автограда.

Среди тем публикаций библиотеки, приоритетным направлением является описание прошедших мероприятий и событий, обычно, репортаж в сочетании с фотогалереями. Важность публикаций по итогам событий подчеркивала руководитель департамента культуры Е.Э. Кузнецова на церемонии награждения победителей 12 конкурса журналистов имени О.В. Березий, где работа Библиотеки Автограда получила высокую оценку в новой номинации: «Интернет проект в культуре и искусстве».

Среди публикаций в федеральных печатных изданиях, следует упомянуть статью в журнале «Современная библиотека» № 7 «Книжка - флешке не конкурент», посвященную итогам проведения главного форума российских библиотекарей «Библиокараван 2011».

Не упускалась в 2011 году и возможность общения с жителями и читателями при помощи радио и ТВ. В 2011 году прошли три радиозэфира директора Библиотеки Автограда Н.В. Булюкиной (Радио FM – 2 эфира, Радио Тольятти – 1 эфир). Заведующая отделом библиотечного маркетинга С.Н. Павидис – 1 эфир. Редактор Библиотеки Автограда А.В. Курочкин – интервью для Лада-ТВ. Разумеется, что в 2012 году курс на увеличение числа выступлений перед теле и радиоаудиторией будет продолжен.