

**RECOMENDACIONES
DEL GRUPO DE TRABAJO BIBLIOVISIBILIDAD
SOBRE MARKETING EN BIBLIOTECAS DE
CIENCIAS DE LA SALUD**

MIEMBROS

Noelia Álvarez

Raúl Arranz

Eulàlia Grifol

Natalia Gutierrez

César Manso

Irene Maseda

REUNIONES

Octubre 2018

Enero 2019

Abril 2019

Noviembre 2019

Julio 2020

Junio 2021

Disolución del grupo a la entrega
de las recomendaciones a final
de mes de junio de 2021

Contenido

1.	INTRODUCCIÓN: CONCEPTO DE MARKETING BIBLIOTECARIO	3
2.	SEGMENTACIÓN DE USUARIOS	4
2.1	Usuarios que se encuentran en todas las organizaciones:	4
2.2	Usuarios específicos de determinadas instituciones:	5
2.3	Usuarios externos:	5
3.	OBJETIVOS Y ÁMBITOS DE ACTUACIÓN	6
3.1	COMUNICACIÓN	6
3.2	COLECCIONES Y RECURSOS	6
3.3	SERVICIOS	6
3.4	IMAGEN	7
3.5	RELACIONES PROFESIONALES.....	7
3.6	RECURSOS HUMANOS.....	8
3.7	ESPACIOS E INSTALACIONES	8
4.	CANALES PARA LA DIFUSIÓN	10
4.1	Comunicación y marketing	10
4.2	Consideraciones previas	10
4.3	Canales.....	10
5.	EVALUACIÓN DEL PLAN	14
6.	CONCLUSIONES.....	15
7.	BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA	17

CONCLUSIONES

Se propone que desde el ámbito de BiblioMadSalud se diseñe y planifique una encuesta para el análisis de la situación previa en las Bibliotecas y/o Servicios de Información en relación a los aspectos en los que el marketing bibliotecario podría ayudar a mejorar.

Todos los estamentos de la institución a la que pertenezca la Biblioteca y/o Servicio de Información deben estar implicados, involucrados, comprometidos en el plan de marketing. Este debe realizarse, generalmente, de forma continua, no eventual u ocasionalmente y debe estar incluido en la planificación estratégica.

Recurrir a las experiencias de marketing que habitualmente están más implementadas en las bibliotecas universitarias que en hospitales, colegios profesionales, de investigación. etc.

Se recomienda promover la interacción, por medios digitales y otras alternativas de comunicación, con los usuarios, para conocer sus necesidades de información para posteriormente definir estrategias de marketing en la Biblioteca y/o Servicio de Información.

El marketing se presenta como una herramienta fundamental que debe adaptarse con precisión para satisfacer la demanda de información de los usuarios y la adecuación los servicios de la Biblioteca y/o Servicio de Información.

En la Biblioteca y/o Servicio de Información, el marketing sirve para ayudar a mejorar su imagen y para aumentar el grado de satisfacción de los usuarios, fin último de las Bibliotecas.

Las Bibliotecas y/o Servicios de Información deben asumir una cultura de marketing, aunque tradicionalmente no sea considerada como una actividad propia.

La aplicación de un plan del marketing en la Biblioteca y/o Servicio de Información ayuda a consolidar que los esfuerzos realizados en la puesta en marcha de productos y servicios bibliotecarios responden a las expectativas de los usuarios y a sus necesidades de información.

El plan de marketing puede y debe ser flexible: los usuarios están modificando continuamente la forma en la que buscan información.

Es importante la implicación de las bibliotecarias en las labores comunicativas, son ellas las que mejor conocen su producto.

MUCHAS GRACIAS