

ПРОДВИЖЕНИЕ БИБЛИОТЕКИ В ИНТЕРНЕТ ПРОСТРАНСТВЕ

(из опыта работы Научной библиотеки НГУЭУ)

В последнее время библиотеки, используя различные формы работы, значительно расширили диапазон своей деятельности. Большое внимание уделяется поиску новых подходов, позволяющих объединить традиционные и виртуальные способы коммуникации. Интернет-пространство делает необходимым присутствие библиотек в глобальной сети посредством сайтов, блогов, социальных сетей. Несмотря на важность количественных характеристик, особое значение необходимо придавать качественной стороне публикуемого контента. Для поддержания интереса к своему аккаунту библиотеки должны публиковать интересную, познавательную, уникальную информацию.

Для продвижения библиотеки в виртуальной среде важно делиться разнообразным контентом, используя всевозможные сервисы. В нашей библиотеке используются несколько каналов для продвижения: страница на сайте вуза, группа ВК и профиль в Инстаграм.

Одним из важнейших направлений моей работы является оптимизация и продвижение страницы библиотеки на сайте нашего вуза. Она выступает инструментом для продвижения библиотечных услуг, мероприятий, электронных ресурсов, а также для размещения наших новостей с целью популяризации научной библиотеки в вузе. Основное внимание уделяется наполнению, стабильному функционированию, комфортной навигации, доступности для каждого пользователя.

Для эффективного продвижения страницы библиотеки на сайте вуза в интернет-пространстве мы усовершенствовали контент. С марта 2017 года в университете началась реализация проекта по совершенствованию сайта, и библиотека стала активным участником этого процесса. В течение нескольких месяцев разрабатывалась концепция дизайна, утверждалась содержательная часть контента и разбивка материала на отдельные разделы.

При разработке страницы мы руководствовались следующими принципами:

- актуальность информации
- оперативность информации
- полнота информации
- достоверность информации
- адресность информации
- удобство системы навигации

В результате проделанной работы были решены следующие задачи:

- графическое оформление главной страницы стало более привлекательным;
- кардинально изменилась структура сайта
- усовершенствовалась система навигации
- появились новые разделы: «Виртуальная справочная служба», «Рекомендательные списки литературы по образовательным программам», «Вакансии».

В результате проделанной работы значительно выросло количество обращений к нашей странице. Нами были проанализированы стат. данные за последних 3 года.

В течение 2016 года (до проведенных изменений) наши пользователи совершили 52 698 просмотров.

В 2017 году (во время реализации проекта) - 78 568 просмотров.

А в 2018 году (после завершения проекта) - 93 951 просмотров.

Сравнительный график



(разница между 2018 и 2017 годом составила 15 383 просмотра, а по сравнению с 2016 годом – 41 253 просмотра).

Из сравнительного анализа видим, что количество просмотров каждый год значительно увеличивается. За 3 года оно выросло почти в два раза.

Важно отметить, что проведенные изменения не окончательны. Библиотека не останавливается в своем развитии и продвижении, однако уже недостаточно иметь только сайт. Необходимы иные способы и методы продвижения библиотеки. Среди них особого внимания заслуживают сообщества библиотек в социальных сетях.

Социальные сети это один из инструментов развития библиотечных коммуникаций и формирования мнения у самой активной части целевой аудитории.

Так как у нас уже имеется страница на сайте вуза, которая является нашей основной интернет-площадкой с полной информацией о деятельности библиотеки, мы решили создать группу во ВКонтакте, как дополнение к сайту, чтобы быть более ориентированными на молодых читателей. В нашем случае самыми активными пользователями являются молодые девушки от 21 до 24 лет.

На сегодняшний день в нашей группе состоят 550 подписчиков.

Во ВКонтакте особое внимание уделяется визуальной составляющей, как и в других социальных сетях. В продвижении группы нет никаких

особых сложностей — достаточно публиковать уникальный интересный контент и использовать стандартные способы привлечения подписчиков:

- актуальные новости
- анонсы мероприятий
- интересные опросы и статьи

Так же очень важно по максимуму заполнить информацию в группе о деятельности библиотеки:

- адрес
- режим работы
- ссылка на ваш сайт и другие интернет-площадки
- контакты, к кому можно обратиться для оперативного ответа.

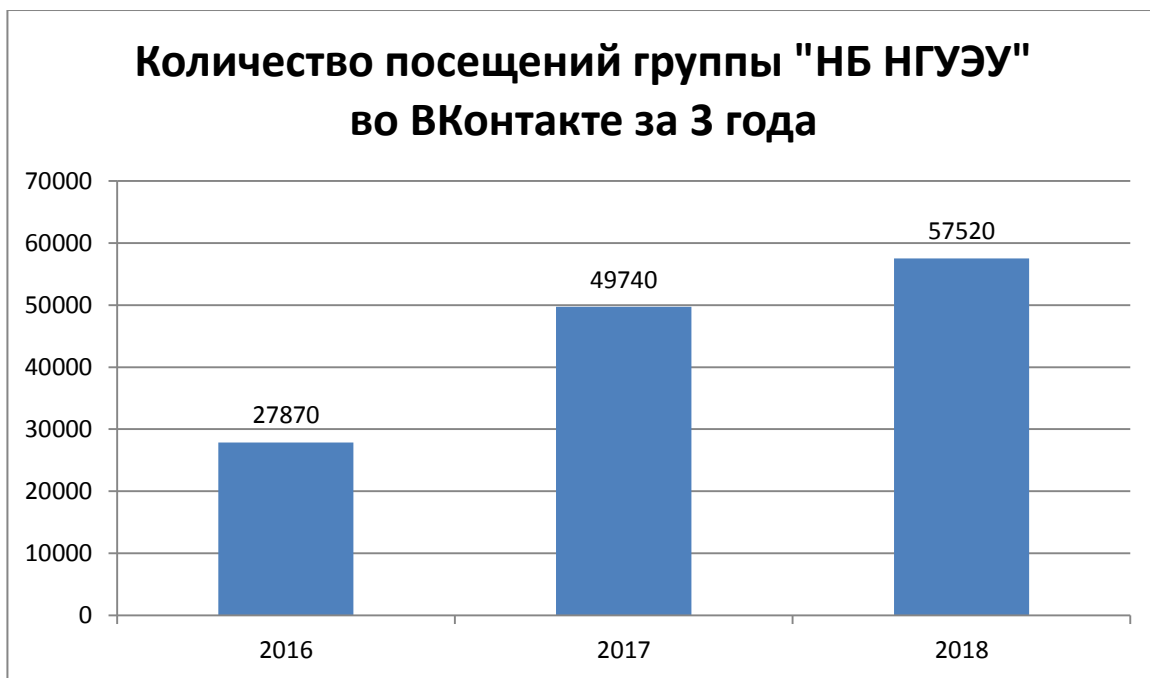
Во ВКонтакте в свою очередь появилось много дополнительных функций и приложений для активного продвижения группы, часть которых вы можете увидеть на следующем слайде.

После создания группы ВКонтакте у нас появились такие преимущества, как:

- дополнительная площадка для рекламы;
- мы заявили о себе большой аудитории пользователей, так как группа ВКонтакте является одной из самых популярных социальных сетей в России;
- именно во ВКонтакте обратная связь приобрела более эффективную и удобную форму, представленную в виде комментариев к записям на стене сообщества или в рубрике «Обсуждения». Комментирование любой новости, размещенной на стене группы, позволяет нам моментально получать живой отклик пользователей на опубликованную информацию. Таким образом, пользователи могут задавать вопросы, оставлять свое мнение, отзывы, давать оценку как информационному контенту, представленному библиотекой, так и работе библиотеки в целом.

- с помощью группы ВКонтакте информация о нашей библиотеке стала доступна в других городах и странах.

Чтобы наглядно увидеть продвижение нашей библиотеки во ВКонтакте, мы проанализировали статистические данные за последние 3 года.



Из сравнительного анализа видим, что количество посещений группы за 3 года выросло в 2 раза, а количество подписчиков с каждым годом увеличивается.

Что касается нашей страницы в Инстаграм, то она была создана месяц назад, поэтому продвижение этой страницы у нас в самых ближайших планах, но мы уже видим активную заинтересованность в ней. На сегодняшний день у нас 80 подписчиков.

Основная особенность этой социальной сети — упор на визуальную составляющую, то есть на фотографии. Тексту в ней уделяется немного внимания, поэтому без качественных снимков или хотя бы ярких картинок из интернета продвижение будет затруднительно.

Независимо от того, что вы начнете использовать в продвижении библиотеки – социальные сети или библиотечный сайт – важно начать диалог и обмен информацией между пользователем и библиотекой.

Наличие у библиотеки официального веб-сайта и представительства в социальной сети позволяет создать полноценный образ современного социокультурного учреждения, способного активно функционировать в цифровой пользовательской среде.