

Анкетирование

«Развитие рекламной деятельности в библиотеке»

Наша библиотека не новичок в области библиотечного маркетинга. Накоплен достаточный опыт в использовании традиционных инструментариев (баннеры, афиши, буклеты, флаеры, размещение рекламы в СМИ, в общественном транспорте). Библиотечная статистика доказывает, что последние пять лет значительно увеличилась категория виртуальных пользователей библиотеки. Поэтому организационно-массовый отдел стал активно продвигать библиотечные услуги и в интернет-пространстве: на официальном сайте регулярно пополняется новостная лента, рассказывается о мероприятиях и библиотечных услугах. Активно используются социальные сети (Facebook, ВКонтакте, YouTube, Twitter). Таким образом, библиотека равнозначно внимательно относится как к реальному читателю, так и к виртуальным пользователям. В 2015 году наметилась тенденция к увеличению посещений массовых мероприятий. Эта цифра составила 15035 человек, по сравнению с 2014 годом рост составил 17 %.

Два поля деятельности библиотеки создали необходимость проведения исследования для выяснения, какие способы и методы продвижения библиотечных услуг наиболее действенны, и насколько эффективно отдел работает в этом направлении. Параллельно с помощью анкетирования предполагалось расширить базу контактов. Процесс исследования проходил в двух направлениях. Опрашивались читатели и посетители библиотеки (*Приложение 1*). Одновременно на сайте была создана онлайн-анкета «Мероприятия – эффективная форма работы библиотеки?» (с помощью Google Docs): размещение ссылки на официальном сайте библиотеки (*Приложение 2*).

Описание и анализ полученных данных начнем с представлений о рекламной деятельности реальных пользователей. В данном случае использовался вид личного анкетирования. Он предусматривал близкий контакт исследователя с респондентом. Респонденты заполняли анкету в присутствии интервьюера. Этот способ анкетирования имеет два неоспоримых преимущества: во-первых, гарантирует полный возврат анкет и, во-вторых, позволяет контролировать правильность их заполнения. Вручение и сбор анкет проводились перед началом мероприятия. Респондентам предлагался самый простой вид закрытого вопроса, на который требовалось выбрать нужный вариант ответа. Такой способ анкетирования намного легче поддается анализу и обобщению.

В результате было получено и обработано **60** анкет. Для получения более объективных данных были выбраны три разноплановых мероприятия, адресованных разным категориям пользователей. Публичная лекция издателя и педагога М. А. Нянковского «Знакомый ваш Сергей Есенин»: к 120-летию со дня рождения поэта предназначалась для студентов, учащихся и любителей поэзии. Лекция профессора МГУ, доктора филологических наук М. С. Макеева «Кому на Руси жить хорошо»: поэма, которой нет» проходила в рамках проекта «Некрасовские дни». И музыкально-поэтическая встреча «Зимний вечерок» организовывался и проходил для студентов ВУЗов. На мероприятиях присутствовала разная возрастная категория читателей: от 14 до 60 лет.

Полученный материал показал, что подавляющее большинство респондентов узнают о мероприятии из социальных сетей – 40 %. В анкетах респонденты выделили источники информации, получаемые из СМИ и печатной продукции, выпускаемой силами библиотеки (17%). Немаловажную роль в продвижении мероприятий играет стенд, расположенный в фойе библиотеки. В 2014 году он был полностью заменен.

Дизайн выполнен в фирменном стиле. Информация на нем представлена не в хаотичном порядке, а аккуратно в логическом порядке. Опрашиваемые оценили этот источник информации. 17% узнают о мероприятиях со стенда библиотеки.

Анализ показал, что на вопрос о рекламе на транспорте, количество ответов было минимальным, только 10% опрошенных обратили внимание на этот вид рекламы. Но эта цифра не может быть объективной, поскольку диапазон исследования был незначительным для такого вида затратной рекламы, требуется в дальнейшем проводить более масштабный опрос.

Личный контакт при анкетировании позволил определить, что основная аудитория на мероприятиях – пенсионеры и люди среднего возраста. Большинство из этой возрастной категории нуждаются в получении дополнительной информации о библиотечных событиях и высказали желание об индивидуальном информировании.

Проведение исследования в онлайн пространстве позволило более подробно изучить эффективность рекламы мероприятий организуемых библиотекой. В заполнении анкет приняло участие **40 респондентов**. В анкету были включены вопросы, позволяющие понять, какие конкретно мероприятия известны пользователю.

В ответах на вопрос: «О каких крупных мероприятиях Вы знаете?», самым популярным мероприятием стала всероссийская акция «Библионочь». (85%). Читателям хорошо знакомы «Дни открытых дверей» и «Некрасовские дни»(72,5%). Об этих крупномасштабных акциях респонденты узнают из социальных сетей. Результаты этого вопроса показывают, что выделенные мероприятия интересны молодежной аудитории, и людям, с активной профессиональной позицией, пользующимся Интернет. К сожалению, последнее место в опросе заняли мероприятия ежегодной выставки-ярмарки «Книжная культура Ярославского края». Это позволило сделать вывод о том, что необходимо уделять больше внимания рекламе мероприятий выставки-ярмарки. В дальнейшем, желательно запланировать опрос посетителей библиотеки с целью выявления их интересов и предпочтений в вопросах изучения родного края. А впоследствии, всех заинтересованных читателей и посетителей социальных страниц библиотеки в сети интернет информировать о предстоящих событиях индивидуально, приглашать на мероприятия.

В ответах на вопрос: «В каких мероприятиях Вы хотели бы принять участие?», 75% респондентов отметили творческие встречи с писателями, поэтами, историками. Анкетирование показало, что читатели и посетители библиотеки с удовольствием посещают мастер-классы, и хотели бы их разнообразия. Самым востребованным оказались фольклорно-этнографические площадки.

Подведем итоги, и сравним результаты двух исследований. Всего в анкетировании приняли участие **100 человек**. Форматы исследования определили две категории пользователей. «Реальный читатель» - в основном пенсионер, и «виртуальный пользователь» - аудитория от 16 до 45 лет. В онлайн-анкете участвовало 47,5 % молодых респондентов, остальные 52,5 % – пользователи от 26 до 60 лет. Также, обе анкеты показали, что библиотечное пространство посещается преимущественно женщинами с высшим образованием. Двустороннее анкетирование позволило понять, что людям пожилого возраста необходима дополнительная информация о мероприятиях, т.е. индивидуальное информирование. А молодежная аудитория и люди с активной профессиональной позицией, специалисты, удовлетворены информацией, которую они получают через интернет, дополнительная им не требуется.

В заключение следует отметить, что при проведении исследования была достигнута главная цель: мы узнали, что значительным источником информации являются социальные сети и этот ресурс необходимо активно использовать в рекламе ресурсов и услуг библиотеки. Также анкетирование позволило расширить и дополнить базу

контактов на 48 человек. Во время проведения исследования наблюдалось увеличение посещаемости сайта и предложений «дружбы» в официальных аккаунтах библиотеки «Facebook» и «ВКонтакте».

Далее можно ознакомиться с вариантами анкет и цифровыми показателями исследования (Приложения № 1,2,3,4).

Приложение 1.

Анкета

Просим Вас принять участие в анкетном опросе. Ваше мнение для нас очень важно!

1. Как вы узнали о мероприятии?

- на сайте библиотеки <http://www.rlib.yar.ru/>
- в социальных сетях (уточнить) _____
- на стенде библиотеки
- реклама в транспорте
- информация на радио/телевидении

2. Хотели бы вы получать информацию о предстоящих мероприятиях библиотеки в дальнейшем?

- Да
- нет

Если ДА, то укажите Ваше имя, адрес электронной почты или телефон:

Благодарим вас за ответы!

Приложение 2.

Онлайн-анкета

«Мероприятия – эффективная форма работы библиотеки?».

Просим Вас принять участие в опросе Ярославской областной универсальной научной библиотеки имени Н.А. Некрасова.

Ваше мнение для нас очень важно!

1. О каких мероприятиях нашей библиотеки Вы знаете? Можно выбрать несколько вариантов

- Выставка-ярмарка «Книжная культура Ярославского края»
- Всероссийская акция «Библионочь»
- «Дни открытых дверей»
- «Некрасовские дни»

2. Откуда Вы чаще всего узнаете о новостях и мероприятиях библиотеки? Можно выбрать несколько вариантов

- СМИ (газеты, журналы, телевидение)
- Рассылка на электронную почту
- Публикации на сайте библиотеки <http://www.rlib.yar.ru/>
- Публикации в социальных сетях
- Объявления в библиотеке
- По телефону
- От знакомых/друзей/родственников

3. В каких мероприятиях Вы хотели бы принять участие?

- Конференции
- Вебинары
- Творческие встречи с писателями, поэтами, историками
- Круглые столы
- Фольклорно-этнографические площадки
- Концерты
- Мастер-классы

4. Хотели бы Вы лично получать приглашения на мероприятия библиотеки?

- Да
- Нет

Если да, то укажите контактные данные: Имя, телефон, E-mail

5. Расскажите немного о себе:

а) Возраст:

- 16-25
- 26-35
- 36-50
- 51-60
- Старше 60

б) Образование:

- Начальное
- Среднее/среднее-профессиональное
- Высшее
- Ученая степень (кандидат, доктор наук)

в) Вы учитесь или работаете?

- Учусь
- Работаю
- Работаю и учусь
- Не работаю

г) Пол:

- Женский
- Мужской

Вы согласны на обработку персональных данных?*Обязательный вопрос. Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ (ред. от 21.07.2014) "О персональных данных"
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/

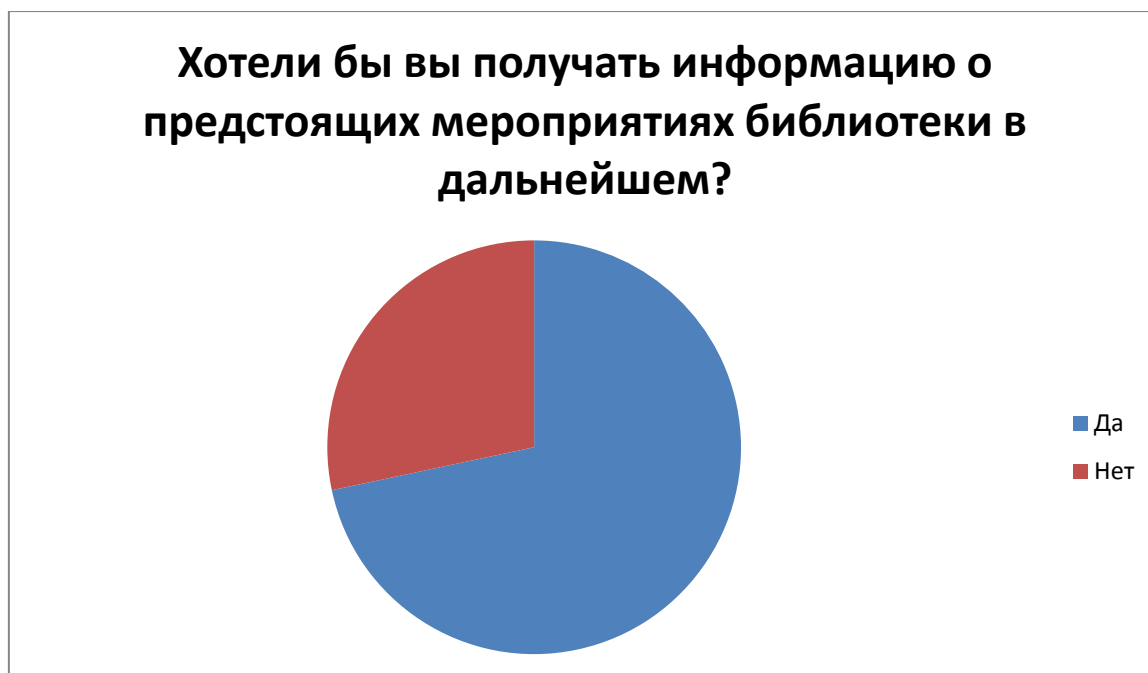
- Согласен

Цифровые показатели по 3 мероприятиям.

1.



2.



Онлайн-анкета.

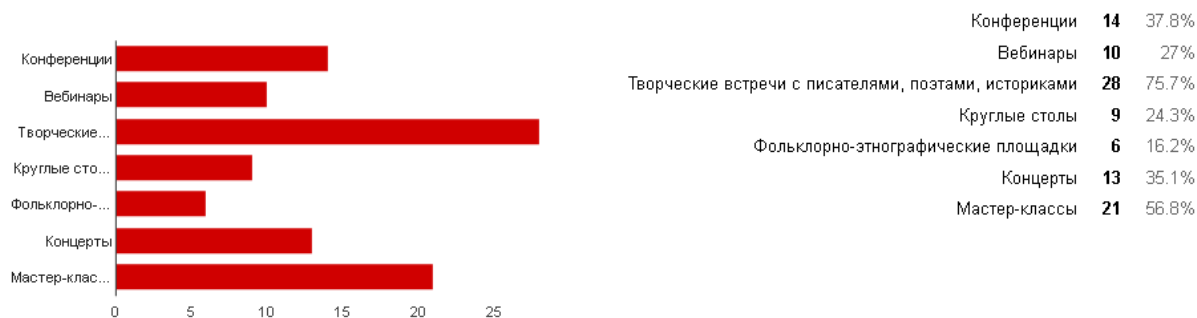
1. О каких мероприятиях нашей библиотеки Вы знаете?



2. Откуда Вы чаще всего узнаете о новостях и мероприятиях библиотеки?



3. В каких мероприятиях Вы хотели бы принять участие?

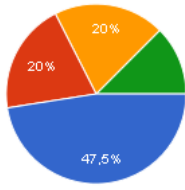


4. Хотели бы Вы лично получать приглашения на мероприятия библиотеки?

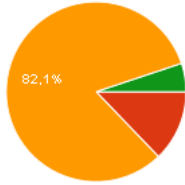


Если да, то укажите контактные данные:

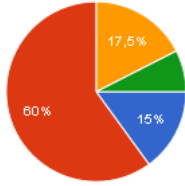
5. Расскажите немного о себе:



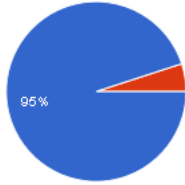
16-25	19	47.5%
26-35	8	20%
36-50	8	20%
51-60	5	12.5%
Старше 60	0	0%



Начальное	0	0%
Среднее/средне-профессиональное	5	12.8%
Высшее	32	82.1%
Ученая степень (кандидат, доктор наук)	2	5.1%



Учусь	6	15%
Работаю	24	60%
Работаю и учусь	7	17.5%
Не работаю	3	7.5%



Женский	38	95%
Мужской	2	5%

Вы согласны на обработку персональных данных?

Согласен



Согласен 40 100%