



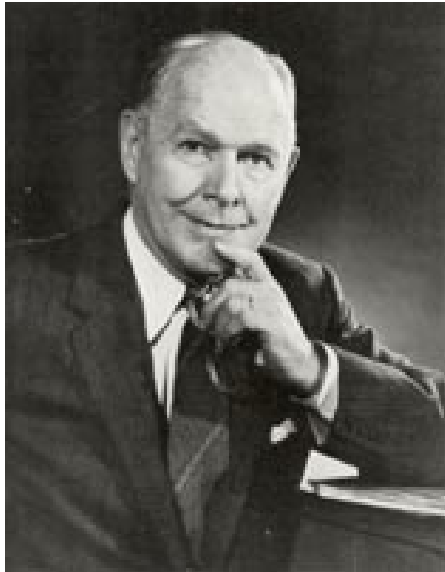
Группа компаний «ИНФРА-М»

Система 4Р в библиотеке: как
маркетолог может помочь
библиотекарю?

Айдакова Анастасия Геннадьевна
Заместитель коммерческого директора НИЦ ИНФРА-М



1960-е гг. Теория Marketing mix (4P)



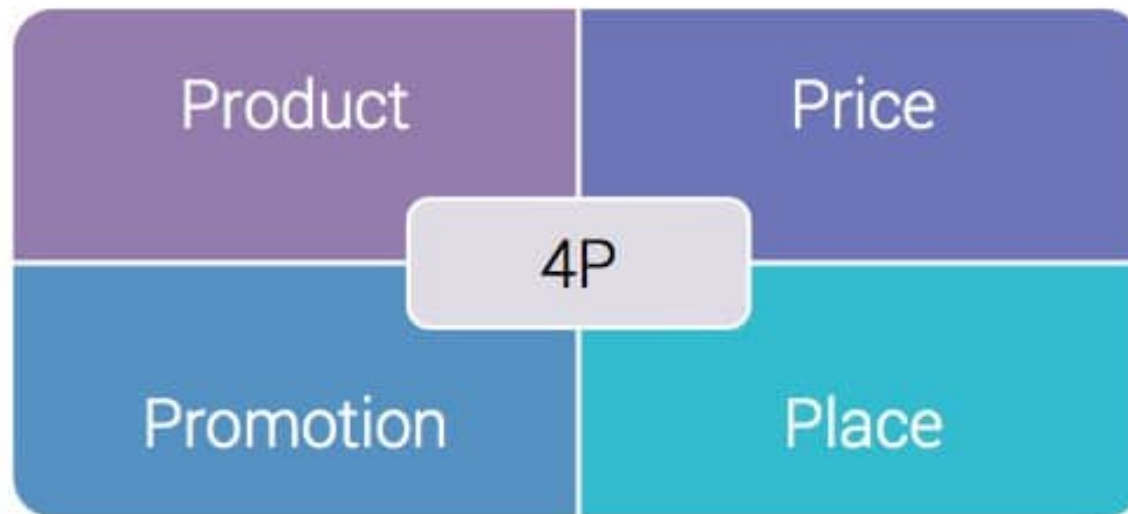
**Нил Борден
(Neil Borden)**



**Эдмунд Джером МакКарти
(E. Jerome McCarthy)**



Теория Marketing mix (4P)





Теория Marketing mix (7P)





Теория Marketing mix (4P) с точки зрения библиотеки

- **Place (место)** – где работают с ресурсами библиотеки ваши читатели?
- **Product (книги, базы данных...)** – с чем, с какими ресурсами работают ваши читатели?
- **Price (цена)** – сколько «стоит» для читателя его работа с ресурсами библиотеки?
- **Promotion (продвижение)** – на каком языке вы разговариваете со своими читателями?



2000-е гг.

4P **→** **7P**

Product (книги, базы данных...)

Price (цена)

Promotion (продвижение)

Place (место)

+

People (люди)

**Process (процесс взаимодействия с
читателями)**

Physical evidence (пространство)



Теория Marketing mix (4P) с точки зрения библиотеки

- **Place (место)**
 1. **Физическое пространство: читальный зал для печатных изданий и ЭБД, абонемент...**
 2. **Сайт библиотеки**



Place (место)



РГБМ, Москва



Place (место)



ОхтаLab, Санкт-Петербург



Place (место)



ТГУ, Томск
Режим работы библиотеки: 24/7



Place (место)

Об университете Стратегия Образование Наука **Инновации** Сотрудничество Студенческая жизнь Эндаумент Б

АГРОДАМУ

Казахстанско-Японский инновационный центр

Казахстанско-Корейский инновационный центр

Информационные технологии

НИИ «Агроинновация и экология»

НИИ Ветеринарной безопасности




Лесной научно-инновационный институт

НИИ «Водные проблемы и мелиорация земель»

НИИ «Консалтинга и агробизнеса»

НИИ «Агроинженерных проблем и новых технологий»

Научная библиотека



Архив новостей



Product

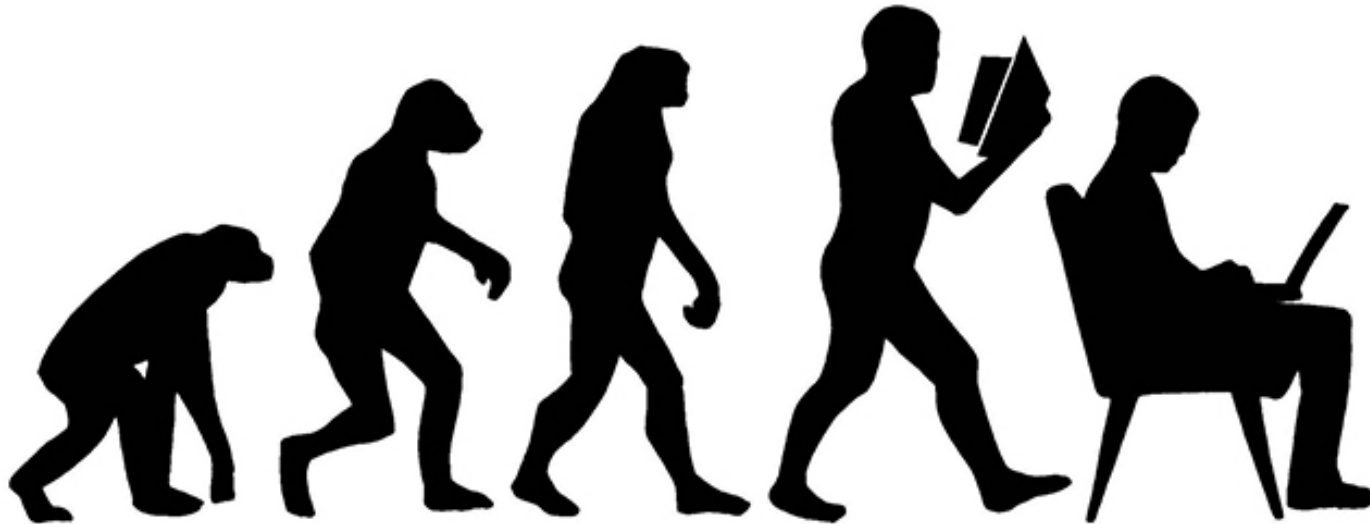
WEB 1.0: Пользователь ищет информацию

WEB 2.0: Пользователь ищет пользователя

WEB 3.0: Пользователь ищет **эксперта**

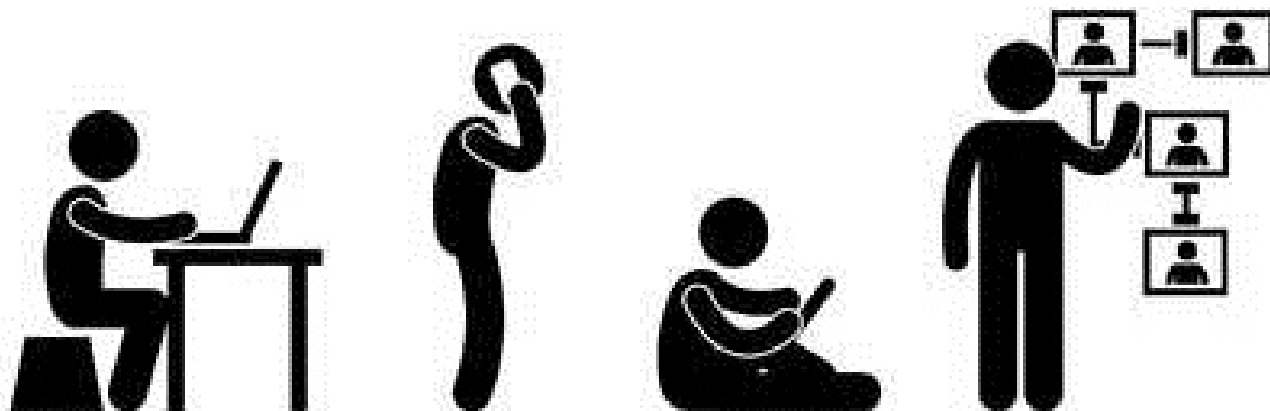


Первый этап эволюции – от печатного издания к ЭБС





Второй этап эволюции – эволюция самой ЭБС



От примитивной электронной библиотеки к
информационно-образовательной среде вуза



Product

Основное информационное поле учебного заведения

- Учебники, учебные пособия
- Монографии
- Периодические издания
- Распределенные учебные и научные ресурсы/
Open Access
- Справочная литература/справочные ресурсы
- Дистанционное образование



znanium.com

электронно-библиотечная система



ЭБС ВКР ВУЗа



Сервисы Discovery:

- Интеллектуальный поиск с возможностью применения логических операторов
- Поиск заимствований
- Поиск похожих документов
- Тематический анализ
- Анализ научных текстов



Product



РГБМ, Москва
Зал комиксов



Т. Шола «Мнемософия» как наука о наследии

Утраченная целостность наследия



© Томислав Шола, 1996/99



Promotion (продвижение)

**Нужны ли библиотеке социальные
сети?**

56% молодежи предпочитает
узнавать новости в социальных
сетях



Promotion (продвижение)

На 2015 г.

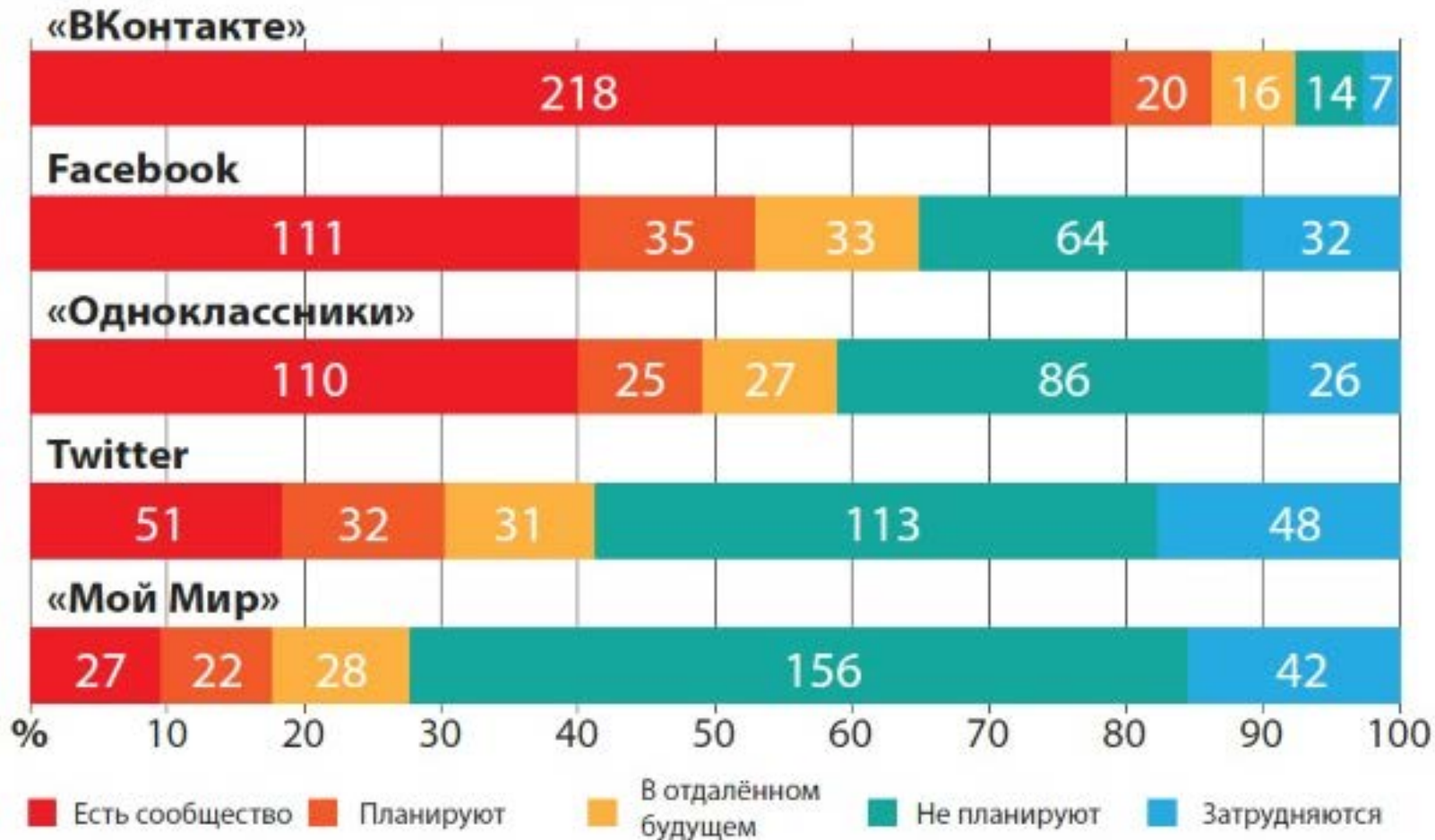
Квартальный план по работе в соцмедиа – **50%**
библиотек

- Положение о работе в соцмедиа – **6%**
- Утвержденный регламент работы в соцмедиа – **11%**
- Должностные инструкции сотрудников по работе в соцмедиа – **11%**
- Назначенные ответственные за работу в соцмедиа – **7%**



Promotion (продвижение)

Структура библиотечных сообществ в соцсетях



Университетская книга, август 2015 г.



Promotion (продвижение)

Какого рода информация содержится на ваших страницах / собирает больше всего оценок и комментариев?





Promotion (продвижение)



Instagram



Библиотека должна быть:

- **Friendly**
- **Sexy**
- **Вызывать желание
побыть в ней**

**Екатерина Гениева, директор Всероссийской
библиотеки иностранной литературы (1993-2015)**

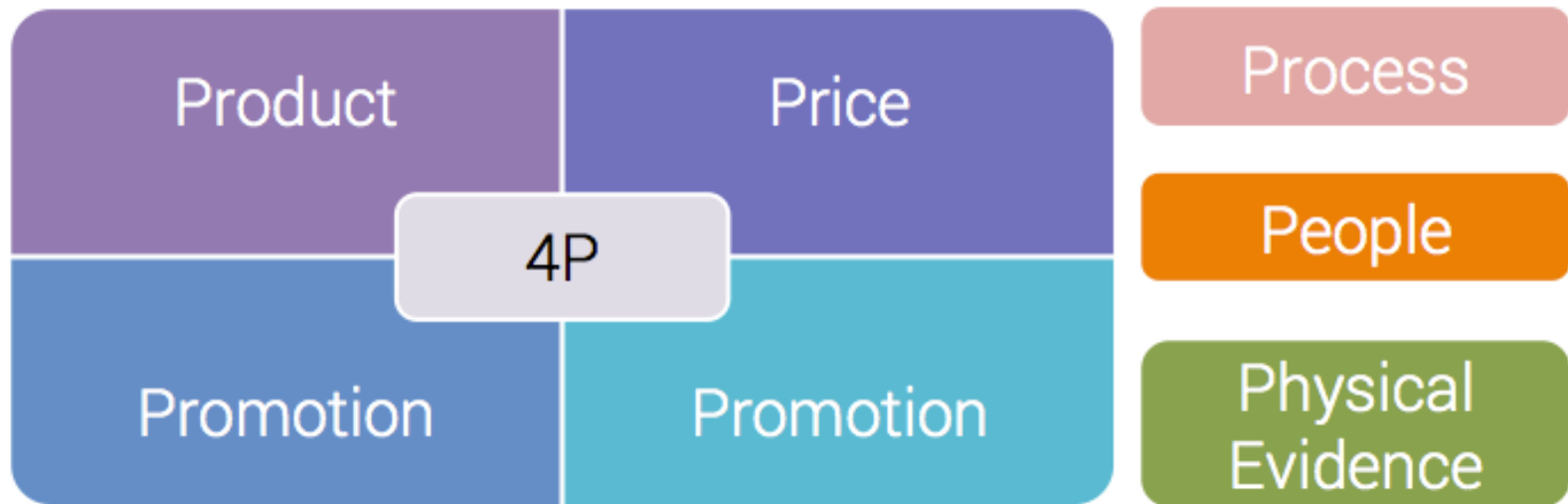


Библиотека должна быть:

- **Местом, куда хочется приходить**
- **Источником уникальной и экспертно отобранной информации**
- **Удобной в использовании и понятной ее целевой аудитории**



Теория Marketing mix (7P)





ГАР-анализ?..



Вопросы?

Айдакова Анастасия Геннадьевна
Заместитель коммерческого директора
8 (495) 280-15-96 (доб. 502)
8 (985) 959-95-00
aydakova_ag@infra-m.ru