

輔英科技大學
出差心得(重點)報告表

填寫日期: 104 年 8 月 7 日

單 位	圖書館圖書服務組	姓 名	林均憶	職 稱	組員
<u>出差事由</u>	參加「A+圖書館：圖書館經營管理與啟發研習班」之「A+圖書館品牌與行銷」課程				
<u>出差日期</u>	104 年 8 月 5 日				
<u>出差地點</u>	國立中山大學圖書館				
<u>主辦單位</u>	國立中山大學圖書館				
<u>研習證書</u>	<input type="checkbox"/> 1. 有研習證書(如附件)。 <input checked="" type="checkbox"/> 2. 無研習證書。 <input type="checkbox"/> 3. 研習證書尚未收到(收到後請補送影本一份至人事室存查)。				
<u>心得(重點)報告</u>：【內容請使用電腦打字，字型為標楷體，大小為 12】					
<p>本課程分別由中山大學企管系黃明新副教授以理論面講授行銷的基本觀念及靜宜大學蓋夏圖書館參考組姜義臺組長舉出圖書館行銷的實例來說明行銷的重要性。</p> <p>一、行銷的概念：</p> <p>(一)推廣 V. S. 行銷：</p> <p style="padding-left: 20px;">傳統的服務推廣是由內向外，始於服務推廣者，著力於現存的服務；現行的行銷，是由外向內，著重於使用者的需求，並追求創造使用者的價值。</p> <p>(二)什麼是行銷？</p> <p style="padding-left: 20px;">行銷就是藉由交換過程創造使用者的價值。其中，使用者要使用的非「產品」本身，而是產品所能提供的價值為何？而價值是一種主觀的感受。</p> <p>(三)行銷時應考量「使用者觀點」與「圖書館觀點」的不同，再擬定行銷方案。</p> <p>二、圖書館行銷：</p> <p>(一)什麼是圖書館行銷？</p> <p style="padding-left: 20px;">圖書館將服務傳遞給讀者所需從事的各項活動。因此須了解讀者，進而滿足讀者資訊需求的過程。</p> <p>(二)圖書館行銷面臨的困境：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 上級長官對圖書館的支持度不足。 2. 圖書館的人力、經濟資源貧乏。 3. 圖書館欠缺行銷管理人才。 <p>(三)運用 Facebook 行銷的重點：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 須有專人永續經營，並跳脫最新訊息發佈的思考模式。 2. 須不斷推陳出新。 3. 不要用大量的文字，而應以圖片化為主。 4. 須即時回覆讀者留言。 5. 可運用排程功能，選擇上線人數較多的時段貼文。 					

三、靜宜大學蓋夏圖書館行銷實例：

(一)圖書館夜未央：

於圖書館播放熱門電影，前一百名入場者贈送爆米花。

(二)奉茶：

在圖書館舉辦「敬師奉茶」活動，報名者可邀請想感謝的師長一同參與。活動中，學生會奉上一杯「敬師茶」給師長。並邀請校外的專業茶師講解茶道，同時於館內茶藝器物展及書展。

(三)夜宿圖書館：

與南投縣文化局合作，邀請偏鄉的小朋友夜宿圖書館。在白天則安排「手工書製作」、「閱讀寫作」等課程。

(四)圖書館空間改造：

以三年一千六百萬元的經費將舊有館舍進行空間改造。設計規劃時，改變以往圖書館空間為收納館藏的觀念，強調以學習為本位，發揮「為人使用」、「為使用者而存在」的功能。改造後強調服務的內涵，並加強行銷現有館藏的利用。

此課程的安排，理論與實務並重。尤其靜宜大學的姜組長分享他們圖書館的行銷實務經驗，收穫頗豐。也感受到因時空的變遷，現在的讀者對於圖書館的服務已不再滿足於資料的獲得，而是希望圖書館能舉辦讓人耳目一新的活動，藉由活動吸引更多人願意進入圖書館，進而使用圖書館所提供的資源。像靜宜大學這樣規模的行銷活動對於人力、物力皆不豐富的我們而言，的確是很大的挑戰。但這也讓我們思考，應該如何運用現有的有限資源，想出讓人願意參與的行銷活動。而這也回應了中山大學黃明新副教授所說的：行銷的極致就是運用最低的成本，創造最大的利益。