

EVENTOS

2014

XIII Workshop de Proyectos Digitales:
El libro electrónico en las bibliotecas



Diseño de un plan de marketing interno: factor de impulso para la adquisición del libro electrónico



crue

Universidades
Españolas

Red de Bibliotecas
REBIUN



CRUE

REBIUN

Red de Bibliotecas Universitarias

Diseño de un plan de marketing interno: factor de impulso para la adquisición del libro electrónico

**Daisy Chiang, Consuelo Cebrero, Magdalena Enseñat
y Victoria Massanet**

**Servei de Biblioteca i Documentació
Universitat de les Illes Balears**

Thermomix TM31





CRUE

REBIUN

Red de Bibliotecas Universitarias

El plan de marketing interno

- **OBJETIVO**
- **SEGMENTACIÓN**
- **PLANES DE ACCIÓN**
- **COMUNICACIÓN**
- **INCENTIVOS**
- **RESULTADOS**
- **CONCLUSIONES**



CRUE

REBIUN

Red de Bibliotecas Universitarias

OBJETIVO

Es crear una **cultura corporativa**, donde todo el personal participe del compromiso con el producto o servicio que se planea desarrollar.

La idea es fomentar la **motivación e implicación** de las personas que van a tomar parte del proyecto.



CRUE

REBIUN

Red de Bibliotecas Universitarias

El plan de marketing interno

- **OBJETIVO**
- **SEGMENTACIÓN**
- **PLANES DE ACCIÓN**
- **COMUNICACIÓN**
- **INCENTIVOS**
- **RESULTADOS**
- **CONCLUSIONES**



CRUE

REBIUN

Red de Bibliotecas Universitarias

SEGMENTACIÓN

El proyecto iba dirigido al grupo de **responsables de bibliotecas** de Facultad, que son los encargados de gestionar las compras de material bibliográfico.



CRUE

REBIUN

Red de Bibliotecas Universitarias

El plan de marketing interno

- **OBJETIVO**
- **SEGMENTACIÓN**
- **PLANES DE ACCIÓN (2011-2014)**
- **COMUNICACIÓN**
- **INCENTIVOS**
- **RESULTADOS**
- **CONCLUSIONES**

Grupo de trabajo



Acciones formativas diversas



Cómo hacer promoción



Español (España)

Iniciar sesión

Más para explorar: madrid tourism cambridge massachusetts barcelona new york oxfords cambridge harvard university geography london biblioteca

Darreres novetats en ebooks

Títols de llibres electrònics adquirits per la UIB

136 Pins • 25 seguidors

Adq Adquisicions UIB

Seguir tablero

Sistemas SCADA
3ª edición

Aquilino Rodríguez Penín

Guía de diseño Normativa Principios de seguridad Guía práctica de Virus Client

Fecha Promoción: INGIT Instituto Nacional para la Seguridad e Higiene en el Trabajo
Behringer Electric - Siemens - Wonderware

marcombo

Sistemas SCADA / Aquilino Rodríguez Penín, Aquilino Rodríguez Penín, Aquilino Barcelona : Marcombo, 2012 3a ed

El laberinto patriarcal
Reflexiones teórico-prácticas sobre la violencia contra las mujeres

Esperanza Bosch, Victoria A. Ferrer y Aina Alzamora

El laberinto patriarcal : reflexiones teórico-prácticas sobre la violencia contra las mujeres / Esperanza Bosch Fiol, Victoria A. Ferrer Pérez, Aina Alzamora Mir ; prólogo de Rosa Cobo Bedia ; epílogo de Montserrat Moreno Marimón

Pin enviado desde encore.uib.es

Evaluación psicológica. Coordinadas, procesos y garantías

Jesús Alonso Tapia

Cuadernos de apoyo

Evaluación psicológica: coordinadas, procesos y garantías / Jesús Alonso Tapia Madrid : UAM, DL2004

Pin enviado desde encore.uib.es

Cuestiones morales

Edición de Osvaldo Guariglia

Cuestiones morales / edición de Osvaldo Guariglia / Madrid : Trotta : Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2007

La violencia contra las mujeres
El amor como coartada

Esperanza Bosch, Victoria A. Ferrer, Virginia Ferreiro, Capilla Navarro

La Violencia contra las mujeres: el amor como coartada / Esperanza Bosch, Victoria A. Ferrer, Virginia Ferreiro, Capilla Navarro ; con la colaboración de Ioanna Blahopoulou ; prólogo de Ana de Miguel Álvarez / Barcelona : Anthropos, 2013

Historia Universal



CRUE

REBIUN

Red de Bibliotecas Universitarias

El plan de marketing interno

- **OBJETIVO**
- **PLANES DE ACCIÓN**
- **SEGMENTACIÓN**
- **COMUNICACIÓN**
- **INCENTIVOS**
- **RESULTADOS**
- **CONCLUSIONES**

Pautes a seguir per la compra d'ebooks per part dels responsables de les biblioteques

Característiques de les plataformes

Proveïdor	Tipus d'adquisició	Com fer la compra?	Sel·lecció	Núm. usuaris simultanis	Puc descarregar el llibre sencer?	Puc guardar parts o capítols?	Puc imprimir?
Dawson	Compra (400 crèdits aprox) o lloguer (1, 2 o 3 set.)	Sierra (<i>generar orden de compra</i>)	<i>Pick & Choose (P&C)</i>	Il·limitat	Sí, amb <i>Adobe Digital Edition</i> (màx. 7 dies)	Sí, el 10-20 % del llibre	Sí, el 30% del llibre
Ebsco	Compra, subscripció o lloguer (1, 7, 14 o 28 dies)	Contactar amb Adquisicions	P&C, per col·lecció o per temàtica (<i>subject set</i>)	1, 3 o il·limitat	Sí, amb <i>Adobe Digital Edition</i> (màx. 7 dies)	Sí, un màxim de 60 pàgs.	Sí, un màxim de 60 pàgs.
Swets (distribuidor)	Compra (<i>Digitalia, Ebrary, MyiLibrary...</i>)	Contactar amb Adquisicions	<i>Pick & Choose</i> o col·lecció	1 o il·limitat	Depèn de la plataforma	Depèn de la plataforma	Depèn de la plataforma
Digitalia	Compra o subscripció	Contactar amb Adquisicions	<i>Pick & Choose</i> o col·lecció	Il·limitat	No	Sí, 10 pàgs.	Sí, 10 pàgs.
Elibro /Ebrary	Compra	Contactar amb Adquisicions	<i>Pick & Choose</i>	1 o il·limitat	Sí, amb <i>Adobe Digital Editions</i> (màx. 14 dies)	Sí, un núm. de pàgs. en funció de l'editor	Sí, un núm. de pàgs. en funció de l'editor



CRUE

REBIUN

Red de Bibliotecas Universitarias

El plan de marketing interno

- **OBJETIVO**
- **SEGMENTACIÓN**
- **PLANES DE ACCIÓN**
- **COMUNICACIÓN**
- **INCENTIVOS**
- **RESULTADOS**
- **CONCLUSIONES**



Novetats de la biblioteca

ARXIUS

setembre 2014
agost 2014
juliol 2014
juny 2014
maig 2014
abril 2014
març 2014
febrer 2014
gener 2014
desembre 2013
novembre 2013
octubre 2013
setembre 2013
agost 2013
juliol 2013
juny 2013
maig 2013
abril 2013
març 2013
febrer 2013
gener 2013
desembre 2012
novembre 2012
octubre 2012
setembre 2012
agost 2012

Aquesta iniciativa, de la qual va ser pionera la **Facultat de Filosofia i Lletres**, està essent recolzada per algunes altres facultats, que cada dia més, aposten per la compra en format ebook de part de la seva bibliografia.

Podeu consultar els darrers títols adquirits:



Per a més informació:

Deman@la.biblioteca.respon



CRUE

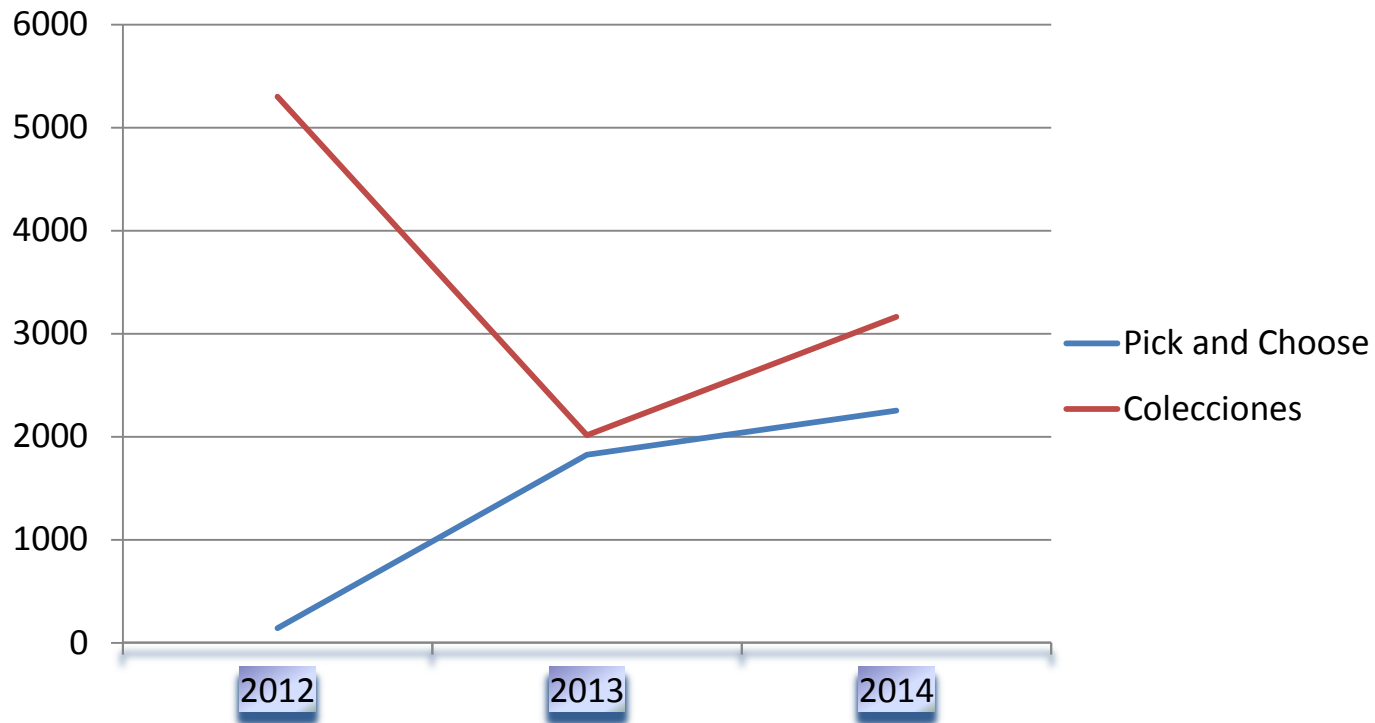
REBIUN

Red de Bibliotecas Universitarias

El plan de marketing interno

- **OBJETIVO**
- **SEGMENTACIÓN**
- **PLANES DE ACCIÓN**
- **COMUNICACIÓN**
- **INCENTIVOS**
- **RESULTADOS**
- **CONCLUSIONES**

RESULTADOS





CRUE

REBIUN

Red de Bibliotecas Universitarias

El plan de marketing interno

- **OBJETIVO**
- **SEGMENTACIÓN**
- **PLANES DE ACCIÓN**
- **COMUNICACIÓN**
- **INCENTIVOS**
- **RESULTADOS**
- **CONCLUSIONES**



CRUE

REBIUN

Red de Bibliotecas Universitarias

CONCLUSIONES

- Aumento de las compras de e-books
- Cambio de tendencia entre los bibliotecarios
- El proceso y los resultados no han sido homogéneos



CRUE

REBIUN

Red de Bibliotecas Universitarias



Muchas gracias

