

FOCUS 2015

VERGROTEN ZICHTBAARHEID (MAATSCHAPPELIJKE) WAARDE BIBLIOTHEEK

Focusproject >
(her)profilering 'Bibliotheek is meer dan boeken alleen'

Gemeenten en provincies zijn kritisch op de rol van de Bibliotheek en de toekomstbestendigheid daarvan. Heeft de Bibliotheek nog (maatschappelijke) meerwaarde als iedereen straks ebooks leest? Jazeker. Misschien wel meer dan ooit.

Commissie Cohen beschrijft de Bibliotheek met een brede maatschappelijke rol. De Bibliotheek als platform om je te ontwikkelen, om kennis te delen en te ontmoeten. De Bibliotheek als belangrijke schakel in de 'participatiesamenleving'. In de praktijk staat de Bibliotheek bij het grote publiek en opdrachtgever echter vooral bekend vanuit haar rol als alleen leesbevorderaar en boekenuitlener.

Tijd om hier verandering in aan te brengen en de brede rol van de Bibliotheek zichtbaar(der) te maken én ontwikkelkansen te verkennen en te benutten.

DIT RESULTEERT IN DE VOLGENDE ACTIVITEITEN VOOR 2015 >>

Maatwerkuren >> Uren van marketing en communicatie die voor lokale vraagstukken kunnen worden ingezet:

Noord	16
Midden	12
Drachten	4
Mar en Fean	18
Zuidoost	6

JANUARI

FOCUS 2015

Gezamenlijk compact strategisch marketingkader

Een gezamenlijk compact strategisch marketingkader waarin we duidelijke keuzes maken als het gaat om doelstellingen, positionering, strategie, proposities en doelgroepen. Dit kader vormt de basis voor de campagnekalender en alle provinciale activiteiten voor de komende 3 jaar.

Looptijd: januari t/m juni

FEBRUARI

BEHOUD WERVING

Vervolg aanpak ledenmanagement

In 2014 zijn we gestart met het bouwen aan een structurele oplossing voor het behoud en de werving van leden door het opzetten van een provinciaal belteam. De in 2014 gestarte pilot loopt door t/m april 2015. Tijdens de pilot draaien we een proef met het nabellen van proefabbonnementen en debiteuren. Geïnspireerd door succesvolle pilots in het land.

De pilot wordt zorgvuldig gemonitord en waar nodig bijgestuurd. Bij succes zou dit structureel kunnen worden geïntegreerd in het beleid van de Bibliotheek. Naast de afronding van de pilot voegen we ook een volgende fase van ledenmanagement toe, namelijk 'de welkomstmailing' voor nieuwe leden.

MAART

FOCUS 2015

Subproject 1 > verkennen nieuwe businessmodellen Bibliotheek

Het huidige businessmodel van de Bibliotheek is ontwikkeld op basis van het uitlenen van boeken en het lidmaatschap. Met een dalend aantal volwassen en betalende leden wordt het aanboren van nieuwe verdienmodellen steeds belangrijker. Welke kansen liggen daar voor de Friese bibliotheken? Wat betekent de bredere maatschappelijke rol concreet voor het huidige businessmodel?

Vorm: kennisdagdeel, daarna bepalen vervolg
Resultaat: globale ideeën over mogelijke businessmodellen en afspraken over het vervolg.

BEHOUD

Rapport ledenverloop

Een rapportage die inzicht geeft in het ledenverloop van de Bibliotheken in 2014 (de opvolger van de rapportage over 2012 en 2013).

Doel: ontwikkelingen en trends signaleren en deze kennis inzetten ter verbetering van de dienstverlening en voor het behoud van leden.

BSF MARCOM coördineert het project, draagt zorg voor verzameling cijfers, analyse en adviezen.

APRIL

FOCUS 2015

Subproject 2 > gebruik maken van de kansen van social media

Een groot deel van de (potentiële) doelgroep van de Bibliotheek is actief op social media. Social media is het ultieme kanaal om in gesprek te komen met de klant, om een relatie op te bouwen. In de praktijk doen we social media er in veel gevallen 'bij'. Willen en kunnen we dat veranderen en welke kansen liggen hier als het gaat om het zichtbaar maken van de bredere rol van de Bibliotheek.

Vorm: kennisdagdeel
Resultaat: kader contentkalender waarin alle functies van de Bibliotheek is vertegenwoordigd + afspraken over hoe we dat in de praktijk vormgeven.

MEI

JUNI

WERVING BEHOUD ZICHTBAARHEID

Campagne 'maand van het spannende boek'

In juni is het Maand van het spannende boek. En de vakanties staan op het punt van beginnen. Een goed moment voor een campagne van de Bibliotheek. Voorgaande jaren hebben we dit succesvol invulling gegeven met het moordspel. Dit jaar vliegen we de campagne breder aan met het moordspel als onderdeel en waar mogelijk in combinatie met de bredere rol van de Bibliotheek.

JULI/AUG

VAKANTIE

SEPTEMBER

FOCUS 2015

Campagnekalender voor komende 3 jaar (geen out of pocket kosten)

Een campagnekalender voor de komende 3 jaar die stapsgewijs de Bibliotheek en haar brede maatschappelijke rol positioneert en zichtbaar maakt + bijbehorende begroting voor 2016.

Looptijd: september - november

OKTOBER

NOVEMBER

WERVING BEHOUD ZICHTBAARHEID

Nederland Leest; de literaire DIS

Na een succesvolle eerste editie organiseren we in 2015 nogmaals de literaire DIS. Inspiratie is het Nederland Leest boek van dat jaar.

Tijdens de literaire DIS wordt er samengewerkt met o.a. restaurants en laten we ons leden en niet-leden het boek en thema's uit het boek op een verrassende manier beleven.

BSF MARCOM werkt concept uit, programma, coördineert en gaat op zoek naar externe financiering.

DECEMBER

Marketingkalender 2015

BEHOUD > WERVING > ZICHTBAARHEID > DOORONTWIKKELING

