

Реклама в библиотечной деятельности





Библиотечная реклама – реклама библиотечных ресурсов, услуг и продукций, осуществляемая библиотекой, комплекс мероприятий и средств, которые воздействуют на потребителя информации в желаемом для библиотеки направлении.

Библиотечная реклама включает несколько направлений:

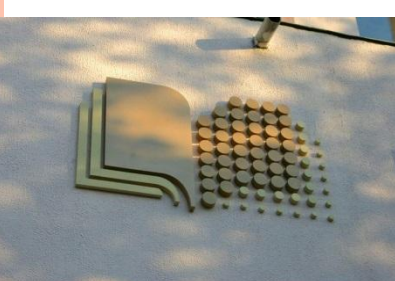
- информация о библиотеке и ее структурных подразделениях (отделах);
- информация о библиотечном фонде, его составе и структуре;
- информация об услугах, предоставляемых библиотекой.



ЗАДАЧИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ, ПРОДУКТОВ И УСЛУГ СРЕДСТВАМИ РЕКЛАМЫ ЯВЛЯЮТСЯ

- формирование престижного образа библиотеки в сознании читателей, спонсоров, партнеров, общественных организаций и т.д.;
- информирование о новых библиографических услугах, введенных библиотекой и сохранение популярных существующих библиографических услуг;
- воздействие на потребителя информации с целью его ориентации на потребление рекламируемого товара; информирование о новых услугах, ресурсах и продукции библиотеки.





Основными требованиями к библиотечной рекламе являются:

- широта охвата реальных и потенциальных пользователей;
- соответствие рекламы их нуждам и потребностям;
- интенсивность и убедительность;
- постоянная обновляемость;
- лаконичность, динамизм, достаточность;**
- легкость запоминания рекламного сообщения;**
- доходчивость и оперативность;
- четкость, красочность, выразительность;**
- соответствие уровня услуги заявленной рекламе;
- соответствие содержания и формы потребностям рынка, интересам отдельных читательских групп.



КАЖДОЙ КНИГЕ - ЕЁ ЧИТАТЕЛЯ!

БАНК ИНФОРМАЦИИ - ВСЕГДА НАДЕЖЕН!

Библиотека работает для Вас

Чтение уместно!

Новое поколение - выбирает чтение!

Создай своё будущее - читай!

УМ в переплёте!

Библиотека - открытый мир идей!

Библиотека - место, где чтение уместно!

Брось мышку! Возьми книжку!

Читать и быть прочтанным!

ЭТО - ВАША БИБЛИОТЕКА

БИБЛИОТЕЧНЫЙ СЛОГАН

Виды библиотечной рекламы:

- ▣ **Внутрибиблиотечная реклама**, предназначенная для читателя.
- ▣ **Внешняя** – ориентированная на потенциальных пользователей.



ВИДЫ РЕКЛАМЫ ПО СРЕДСТВАМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Наружная (щиты, вывески, витрины, стрелки-указатели, движущиеся носители (передвижная библиотека, библиобус).





**Санкт-Петербург.
Книга на Университетской набережной**





**Композиция
“книга-
источник
знаний”
г. Омск**



Библиотека в Канзас-сити, США

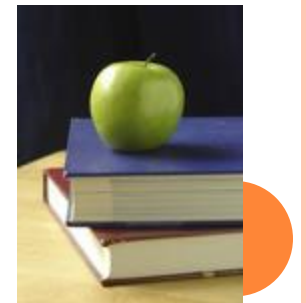


Внутренняя реклама – совокупность средств, помогающих посетителю ориентироваться в библиотечном пространстве, делающих его доступным, комфортным (объявления, плакаты, схемы и т.п.)



ПО КРИТЕРИЮ ОТКРЫТОСТИ

- Явная – та, которая привлекает визуально. Её можно увидеть, прочитать, запомнить. Например, вывески, листовки, плакаты, буклеты, проспекты и т.д.
- Скрытая – это та реклама, которую нельзя потрогать руками, но можно почувствовать, например, всевозможные массовые акции: дни библиотек, фестивали, конкурсы, литературные вечера и т.д.



КНИЖНАЯ ВЫСТАВКА

- Материалы содержательны и актуальны, аннотации и отзывы читателей, необычные заглавия, заголовки разделов, цитаты.
- Выставка-вопрос, - игра, - кроссворд, - бенефис читателя, электронная выставка – презентация, выставка-инсталляция и др.
- У выставки проводятся беседы, обзоры, театрализованные представления.



ФОРМЫ РЕКЛАМЫ КНИГИ

- Наглядные: книжная выставка, плакат, книжная закладка, листовка, буклет, каталог, рекомендательно-библиографический список, указатель.
- Устные: библиографический обзор, встреча с писателем, презентация.
- Комплексные: акция, рекламная компания.
- Электронные: сайт, читательский формуляр, интернет-акции и др.



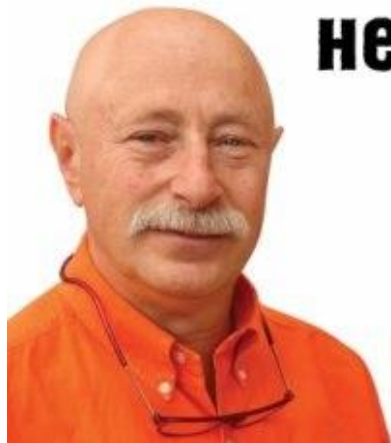
Правила создания рекламного объявления:

1. Рекламное объявление должно быть **кратким**.
Чем меньше формат объявления, тем меньше слов оно должно содержать.
2. Рекламное объявление должно посвящаться **одному мероприятию, услуге.**
3. Обращайтесь не к широким массам, а к **конкретному потребителю**. Обращение к широким массам менее эффективно.
4. Будьте максимально **точны и конкретны** в своем предложении. Расплывчатые и туманные фразы не производят впечатления на читателя.
5. **Наличие адреса и телефона, электронной почты, сайта**



Проект «**Читайте книги!**» издательской группы «АСТ»

**“Читайте детям
не нотации, а книги”**



Григорий Остер

ЧИТАЙТЕ КНИГИ!

**Человек,
не читающий книг,
удивительно скучен”**



Екатерина Вильмонт

ЧИТАЙТЕ КНИГИ!



**“Книги звучат тысячами голосов,
и только любимые - твоим
собственным”**



Евгений Гришковец

ЧИТАЙТЕ КНИГИ!

**“Прочитанная книга –
еще одна прожитая
жизнь”**



Сергей Лукьяненко

ЧИТАЙТЕ КНИГИ!



В социально-информационном проекте «Читайте книги!» по инициативе издательства «ЭКСМО» приняли участие известные футболисты

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ ПРАВИТЕЛЬСТВА МОСКВЫ

ЧИТАЙТЕ КНИГИ!

«Побеждает тот, кто быстрее думает»

Партнеры проекта

Новый книжный | sports.ru | ЛитРес:

Полузащитник ФК «Зенит» Сергей Семак

ЭКСМО ИЗДАТЕЛЬСТВО

PROSPORTS MANAGEMENT

Сergey Semak is sitting on a soccer field, reading a book. A soccer ball is next to him.

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ ПРАВИТЕЛЬСТВА МОСКВЫ

ЧИТАЙТЕ КНИГИ!

«Читать книги так же важно, как читать игру»

Партнеры проекта

Новый книжный | sports.ru | ЛитРес:

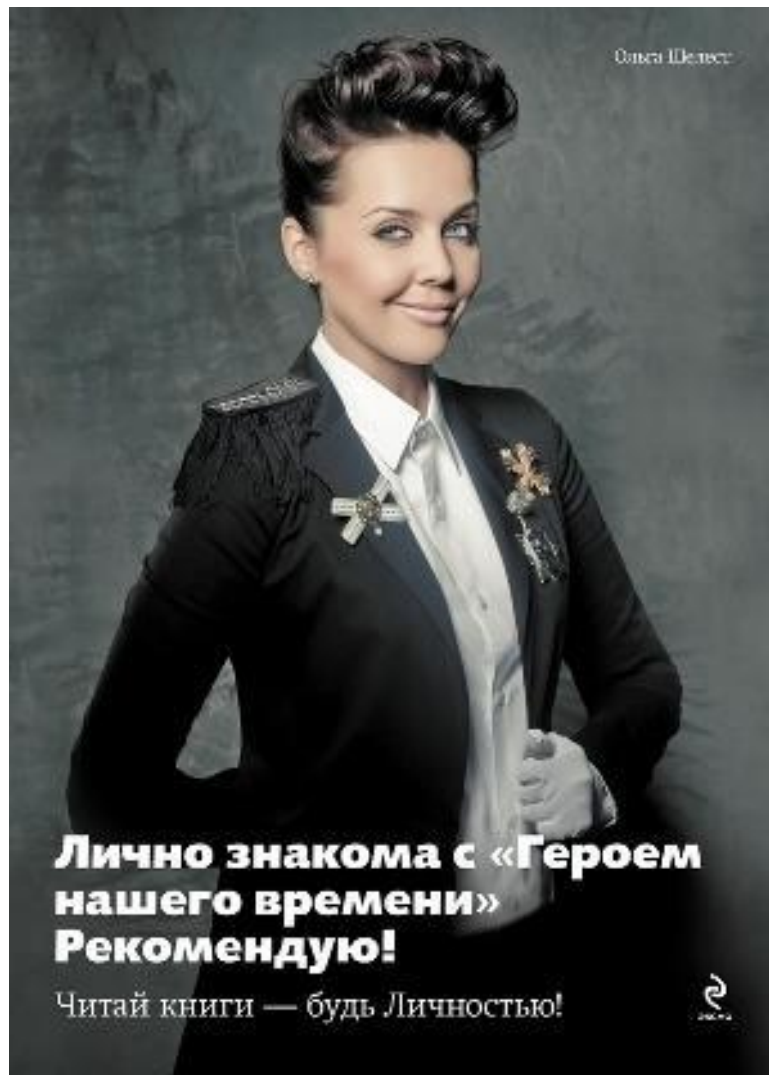
Защитник ФК ЦСКА Сергей Игнашевич

ЭКСМО ИЗДАТЕЛЬСТВО

PROSPORTS MANAGEMENT

Sergey Ignashevich is sitting on a soccer field, reading a book. A soccer ball is next to him.

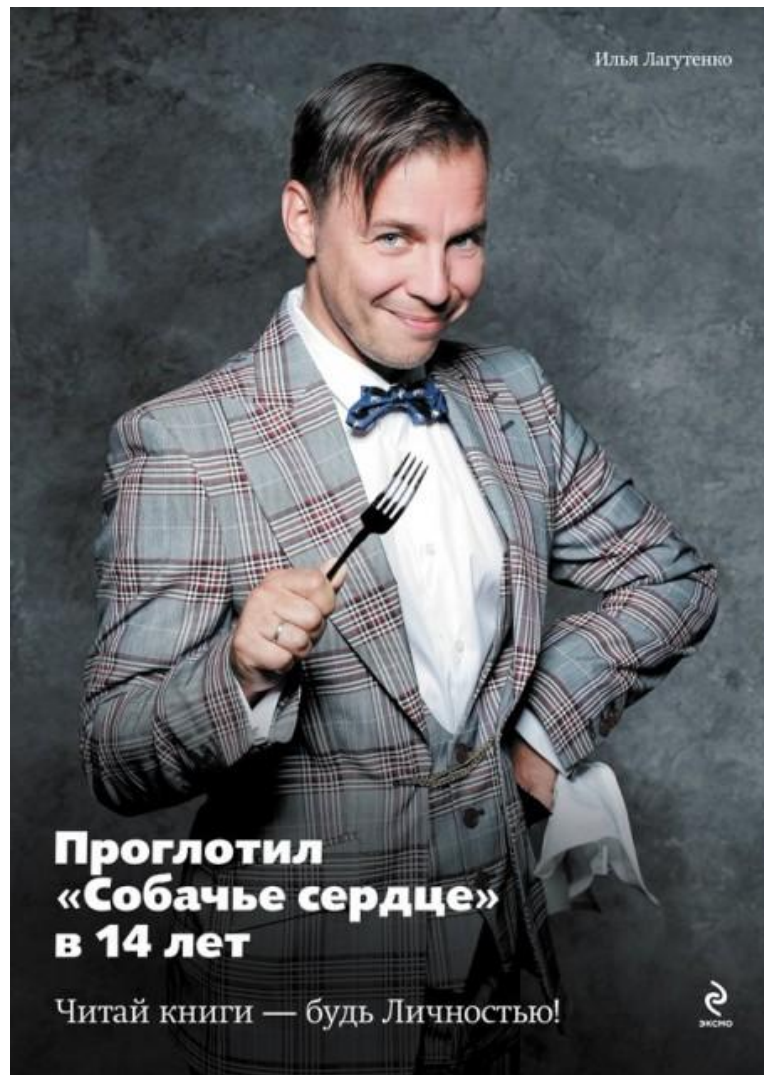

Проект издательства «ЭКСМО» «Читай книги – будь личностью!»



Ольга Шельст

**Лично знакома с «Героем
нашего времени»
Рекомендую!**


Читай книги — будь Личностью!



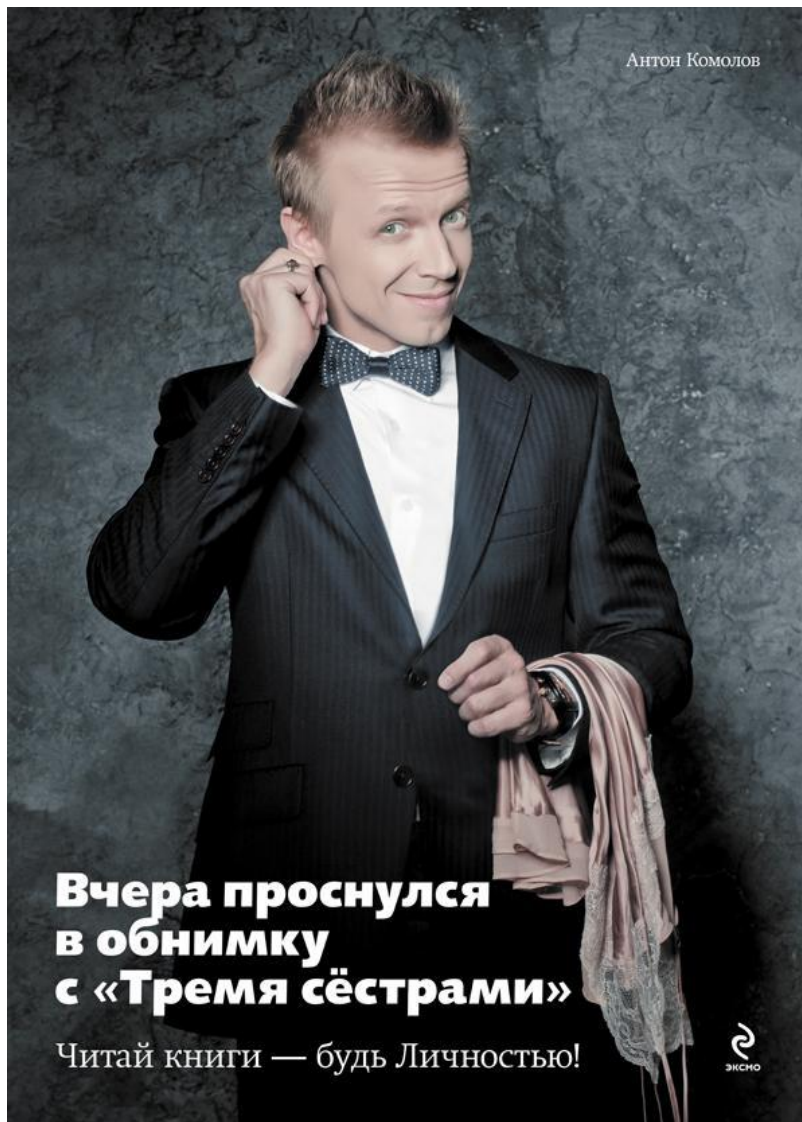
Илья Лагутенко

**Проглотил
«Собачье сердце»
в 14 лет**

Читай книги — будь Личностью!




Проект был призван привлечь внимание молодежи к чтению книг как к необходимой составляющей на пути к развитию и самореализации.

A portrait of a young man with short, light brown hair, wearing a dark pinstriped tuxedo jacket, a white shirt, and a dark patterned bow tie. He is smiling slightly and looking towards the camera. His right hand is near his ear, and his left hand is holding a light-colored scarf. The background is a dark, textured grey.

Антон Комолов

**Вчера проснулся
в обнимку
с «Тремя сёстрами»**


Читай книги — будь Личностью!

A portrait of a woman with long, wavy blonde hair, wearing a black, form-fitting, short-sleeved dress. She is smiling and looking towards the camera. The background is a dark, textured grey.

Ксения Собчак

**Ночь с «Мартином
Иденом» была
незабываема!**

Читай книги — будь Личностью!





Реклама БиблиоНОЧИ







Устная реклама библиотечных услуг – главная содержательная часть бесед с читателями при записи и перерегистрации, во время приема библиографического запроса.

**УДАЧНЫХ
РЕКЛАМНЫХ
ХОДОВ!**

