

Міністерство освіти і науки України
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Тези

**76-ї наукової конференції професорів,
викладачів, наукових працівників,
аспірантів та студентів університету**

ТОМ 2

14 травня – 23 травня 2024 р.

СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БІБЛІОТЕКИ В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

У сучасному цифровому світі, де інформація стає все більш доступною через інтернет та мобільні пристрої, бібліотеки повинні активно використовувати цифрові технології для просування своїх послуг та привертання увагу аудиторії. Сучасні стратегії рекламної діяльності бібліотек в епоху цифрової трансформації містять використання соціальних медіа, оптимізацію вебсайту, створення відеоконтенту та інші інноваційні підходи.

Використання соціальних медіа для просування бібліотечних послуг, є однією з найважливіших складових. Бібліотеки активно використовують популярні соціальні медіаплатформи, такі як Facebook, Instagram, Twitter (X), для залучення уваги аудиторії та реклами своїх послуг.[1] Це дозволяє бібліотекам привертати увагу нових користувачів, зокрема молоді та молодіжної аудиторії, яка користується цими платформами. Соціальні медіа створюють можливість для бібліотек взаємодіяти з аудиторією, отримувати відгуки та пропозиції, а також швидко реагувати на їхні потреби. Наприклад, бібліотеки публікують анонси подій, віртуальні тури по приміщеннях, рекомендації щодо читання тощо.

Оптимізація вебсайту та онлайн-ресурсів, розробка та підтримка інтернет-сторінок бібліотек є важливим елементом її рекламної діяльності. Вона повинна забезпечувати легкий доступ до інформації та зручність взаємодії для всіх категорій користувачів, включаючи людей з обмеженими можливостями. Оптимізація вебсторінки для пошукових систем (SEO), використання відповідних ключових слів, метатегів та інших SEO-стратегій допомагає підвищити видимість вебресурсів у пошукових системах, зручний дизайн та навігація сприяють залученню користувачів та покращенню їхнього досвіду [2].

Не можна забувати також про створення відеоконтенту для просування бібліотеки. Створення цікавої та змістовної відеопродукції допомагає залучати увагу потенційних користувачів, сприяє збільшенню відвідуваності бібліотеки. Відеоогляди книг, інструкційні відеоролики, аудіовізуальні презентації послуг бібліотеки дозволяють привернути увагу аудиторії та показати переваги користування бібліотечними ресурсами. Також відео може використовуватися для презентації цінних культурних ресурсів, архівних матеріалів та інших аспектів культурної спадщини, які доступні бібліотеці. Відеопродукти відомі своєю високою ефективністю у

маркетингу, тому їх використання допомагає покращити враження про бібліотечні послуги.

Ще одним сучасним інноваційним підходом для просування рекламних послуг бібліотек є розвиток інтерактивних онлайн-платформ. Бібліотеки розробляють відповідні платформи, що дозволяють користувачам отримати доступ до електронних ресурсів, взаємодіяти з бібліотекарями та отримувати консультації онлайн. Розвиток інтерактивних платформ створює можливість залучити нових користувачів, зокрема молодь та людей, які активно використовують сучасні цифрові технології. Інтерактивні онлайн-платформи можуть стати ефективним інструментом для навчання, дозволяючи бібліотеці пропонувати онлайн-курси, вебінари та інші форми заходів. Інтерактивні платформи також сприяють обміну досвідом між бібліотеками, який допомагає підвищенню професійного рівня працівників і розвитку бібліотечної галузі в цілому.

Досить важливим є партнерство з іншими установами та організаціями. Бібліотеки розвивають партнерські відносини, що дозволяє їм розширити свої аудиторії і привернути увагу нових користувачів. Бібліотеки взаємодіють з іншими інформаційними суб'єктами для обміну книжками, електронними ресурсами, інформаційними технологіями, що дає можливість у свою чергу розширити доступність і різноманіття бібліотечних послуг. Таке партнерство дозволяє спільно організовувати мистецькі заходи, такі як літературні читання, виставки, культурні події та освітні програми, що сприяють розвитку культурно-освітнього середовища. Бібліотеки мають можливість партнерувати з соціальними організаціями для реалізації спільних проєктів та ініціатив, спрямованих на підтримку вразливих груп населення та соціальну інтеграцію. Наприклад, бібліотеки співпрацюють з місцевими школами, культурними осередками, комерційними підприємствами тощо.

У епоху цифровізації бібліотеки повинні активно використовувати сучасні технології та стратегії рекламної діяльності для того, щоб залишатися конкурентоспроможними та привертати увагу аудиторії. Використання соціальних медіа, оптимізація вебсайтів, створення відеоконтенту, розвиток інтерактивних онлайн-платформ та партнерство з іншими установами – це лише деякі зі стратегій, які дозволяють бібліотекам збільшити свою присутність у цифровому просторі та привернути увагу нової аудиторії.

Література

1. Бібліотека КНУ імені Тараса Шевченка на Facebook: веб-сайт.. URL: <https://www.facebook.com/library.knu/> (дата звернення: 25.04.2024).
2. Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського: веб-сайт.. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/> (дата звернення: 25.04.2024).