

# Marketing v praxi Univerzitetnej knižnice Žilinskej univerzity v Žiline



**Na príbehu našej akademickej knižnice môžeme potvrdiť, že základom živej a fungujúcej knižnice je mať dobrý plán a dobrý marketing. V akademických knižniciach sa dejú doslova revolučné veci, ale nikto okrem časti študentov a odborníkov o nich nevie. Stále som si kládla otázku, prečo je to tak? Prečo o sebe ľudia z knižníc nedávajú viac vedieť? Prečo svoje služby, zaujímavé nápady a projekty nepredstavujú v lepšom a atraktívnejšom formáte? Prečo sa neinšpirujú napríklad neziskovými organizáciami alebo firmami, ktoré sa naučili osláviť každý svoj malý úspech. Dávajú o ňom vedieť nielen zasväteným, ale aj širokej verejnosti. Takto sa tvorí povedomie o tom, kto sme, čo sme a čo iným prinášame.**

V našom prípade sme pred piatimi rokmi začali otvorenou komunikáciou s používateľmi. Nepočúvali sme neoverené informácie o kvalite poskytovaných služieb, nesústredili sme sa na chodbové kritiky. Naopak, zamýšľanú zmenu podstaty a tváre akademickej knižnice sme uchopili ako projekt s konkrétnymi cieľmi a na ne nadväzujúcimi aktivitami. Prvý krok bolo detailné naštudovanie dlhodobého zámeru rozvoja UNIZA. Každá inštitúcia zvykne mať dokument podobného charakteru, ktorý dáva vízie, určuje cesty rozvoja. Ak je takýto dokument vypracovaný schopným tímom, môže byť naozaj nápomocný. Na základe oboznámenia sa s tým, kam smeruje univerzita sme začali pracovať na analýze východiskovej situácie v knižnici. SWOT analýza ako nástroj plánovania je notoricky známa, ale my sme sa do tohto procesu snažili zapojiť všetkých aktérov a ovplyvňovateľov priamo in situ, teda u nás v knižnici.

Na úvodnom seminári o službách knižnice sa aktívne zúčastnili:

- odborní pracovníci knižnice,
- doktorandi,
- študenti,
- pedagógovia,
- vedeckí pracovníci.

Pracovalo sa systematicky v malých zmiešaných skupinách tak, aby mal každý priestor na vyjadrenie sa. Výstupom seminára bolo toľko dobrých postrehov a podnetov, že sme mali cenný podklad pri ďalšom plánovaní zmeny.

V knižnici sme na analýzach pracovali ďalej. Krok za krokom sme analyzovali:

- štruktúry,
- procesy,
- vstupy a výstupy,
- partnerstvá,
- sieťovanie a príslušné toky informácií a zdrojov.

Postupne sa nám vynárali všetky potrebné prvky, ako keď skladáte puzzle. Výsledkom bol materiál Konceptia rozvoja Univerzitetnej knižnice UNIZA, prijatý v roku 2015. Jeho podstatnou časťou bola Stratégia rozvoja služieb a marketingu UNIZA, ktorou sa riadime doteraz.

V časti koncepcie venovanej marketingu sme si za hlavný cieľ stanovili:

- na základe prieskumu potrieb používateľov prezentovať knižnicu inovatívnymi formami s premysleným plánom,
- orientovať propagáciu našich služieb podľa potrieb a charakteristík jednotlivých cieľových skupín.

Vychádzali sme z toho, že napr. študent prvého ročníka hľadá iné informácie v knižnici ako mladý pedagóg uprostred habilitačného procesu, že profesor na vrchole svojej odbornej kariéry očakáva vysoko personalizované služby a ich nenápadný marketing, že špičkový vedec na univerzite sleduje novinky svojho odboru od prvej minúty ich zverejnenia a ihneď ich hľadá v knižnici. Otázkou bolo, ako to zvládnuť.

Ako prvý krok sme sa rozhodli aktualizovať informačné kanály a zjednotiť grafickú úpravu našich výstupov. Pred piatimi rokmi sme prepracovali webovú stránku, kde sme zmenili nielen grafiku, ale aj usporiadanie a prepojenia na stránke. Snažili sme sa o čistý grafický dizajn s dostatočnou výpovednou hodnotou. Doplnili sme dostatok možností, aby cez linky webovej stránky mohli čitatelia s nami komunikovať, zaradili sme blog a galériu našich aktivít, zriadili veľmi aktívne využívanú rubriku aktualita. Novú stránku sme slávnostne prezentovali a uviedli do života. Výsledok prišiel okamžite. Počet prehliadnutí novej webovej stránky vzrástol za krátku dobu až na vyše 100 000. A to hovoríme o dobe, kedy sme nemali Instagram a s Facebookom sme len začínali.

V súčasnosti sú naše čísla na webe a sociálnych sieťach stále zaujímavé. V roku 2018 sme zaznamenali štatistiky:

- Vyše 50 000 návštev webovej stránky
- 120 204 zobrazení webovej stránky a podstránok
- Vyše 21 000 unikátnych návštevníkov webu

V roku 2018 sme na Facebooku publikovali 131 príspevkov a tie mali dokopy 47 629 zobrazení. Počet našich používateľov vzrástol na 382. Najviac rezonujú príspevky, ktoré informujú o nových dôležitých službách pre používateľov, napr. informácie o voľných prístupoch do nových databáz.

Popularite sa tešia aj príspevky, ktoré oslovia svojou kreativitou alebo silným odkazom a motiváciou. Koncom minulého roku sme s našim príspevkom o súťaži na vytvorenie systému výpožičiek spoločenských hier z knižnice (obr. 1) oslovili 2003 ľudí.

Uverejnil používateľ Maroš Konečný | P | 21. novembra 2018

Máme pre vás súťaž!

V našej knižnici sa od nového semestra môžete hrať spoločenské hry. Keďže stále viac z vás prichádza s otázkou, či si hry je možné požičať aj domov (na internát), rozhodli sme sa spraviť súťaž:

O najlepšie riešenie kontroly zapožičaných hier

Je potrebné: vymyslieť systém kontroly, ktorý nezaťažuje naše zamestnankyne, a zároveň zaisťuje, že sa z hier nič nestratí a vy sa budete môcť ďalej hrať

Svoje návrhy riešenia pište buď do komentárov, alebo na mail: orpp@ukzu.uniza.sk

Najlepšie riešenie odmeníme a zrealizujeme

Súťaž trvá do 1. decembra, prípadne do nájdenia zrealizovateľného riešenia.

Zoznam spoločenských hier: <http://www.ukzu.uniza.sk/spolocenske-hry>

**DRŽÍME PALCE!**

#uniza #ukuniza #spolocenskehry #zilina #ZSK



Univerzitná knižnica Žilinskej univerzity

2 003  
Oslovení ľudia

107  
Interakcie

Propagovať znova

Obr. 1

V apríli tohto roku sme na našom príspevku o čistení okolia a zbere odpadu, ktorý sme organizovali v rámci celej univerzity počas Týždňa Zeme (obr. 2) mali odozvu od 3 100 ľudí.



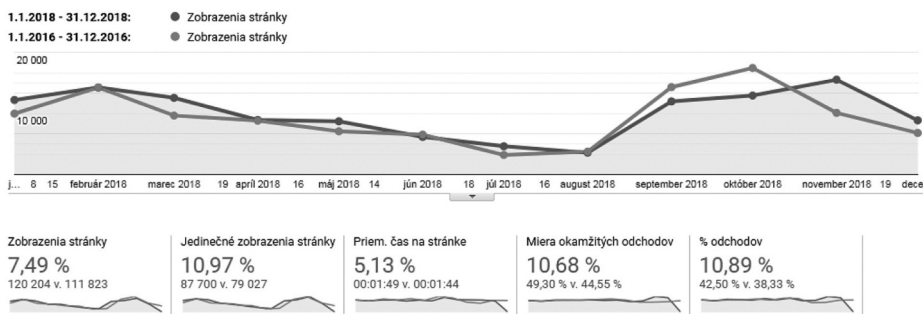
Obr. 2

S Instagramom sme začali v roku 2018. Na Instagrame sa snažíme prinášať najaktuálnejšie expresné informácie ponúkané vo forme príbehu, ktoré nám za rok pritiahli 127 sledovateľov.



Obr. 3 Instagram – príspevok ku Dňu podpory ľudí s Downovým syndrómom

V segmente marketingu, ktorý sa venuje webu a sociálnym sieťam považujem za podstatné, aby sa efektívne pracovalo s vyhodnocovaním všetkých interakcií napr. cez Google Analytics, aby sa vedeli získať a čítať štatistické prehľady a podpora, ktorú web a sociálne siete ponúkajú. Je to veľmi cenný zdroj informácií, ktorý dokáže čiastočne nahradiť prieskumy čitateľských potrieb.



Obr. 4 Štatistika návštevnosti knižničnej webovej stránky

Práca so sociálnymi sieťami vysoko pozitívne ovplyvnila obraz knižnice. Je to však prostredie celkom podobné pohyblivým pieskom. Nikdy neviete, ako sa vyvinie, zmení, preskupí, čo na ľudí na sieťach zaberie, čo naopak nezíska pozornosť. Treba sledovať efektivitu času, ktorý sa práci so sieťami venuje, je dobré, keď po sieťach komunikuje za knižnicu človek, ktorého radíme do generácie X a mladší, pretože ovláda vzorce správania sa komunity a všetky interakcie, ktoré sú možné.

Príbeh nášho webu sa aktuálne po piatich rokoch posúva do ďalšej etapy. V súlade s marketingovým plánom, jednotným vizuálom nás a univerzity budeme tento rok prepracúvať podobu webovej stránky s využitím moderných prístupov a prvkov.

## Prepájanie nových a tradičných nástrojov

Okrem možností, ktoré dávajú v marketingu nové technológie, využívame aj tradičné formy marketingu. Prostredie univerzity, mestských komunit a partnerských inštitúcií máme veľmi dobre zmapované. Ak, napríklad prichádzame s niečím novým v univerzitnom prostredí, dávame tlačiť klasické plagáty a malé letáčky.

Pre ilustráciu, ako postupujeme v prípade prezentovania nových služieb, uvádzame príbeh nasadenia nových e-bookov po prvýkrát v našej knižnici.

V rámci koncepcie marketingovej kampane e-bookov bolo dôležité vymedzenie komunikácie s potenciálnymi používateľmi, ktorými sú zamestnanci a študenti Žilinskej univerzity v Žiline. Jedná sa o rozsiahlu vekovú kategóriu. Z tohto dôvodu sme si zadefinovali jednotlivé nástroje marketingovej komunikácie, ktoré sú uvedené v tab. 1.

Nástroj	Spotreba
Plagát vo formáte A4	30 ks
Plagát vo formáte A3	15 ks
Leták vo formáte A6	320 ks
Skladačka vo formáte A4	170 ks
Pozvánka vo formáte A6	20 ks

Tab. 1 Prehľad tlačných formátov

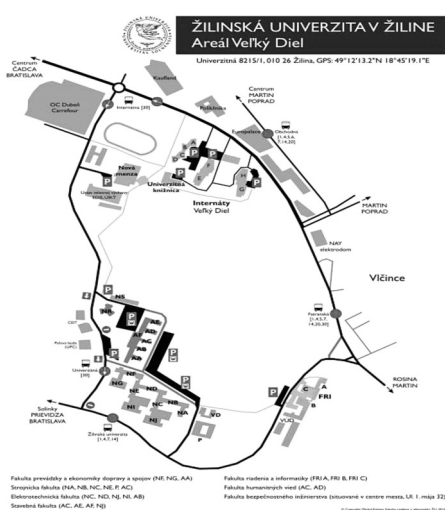
Súbežne s prípravou tlačenej podpory sme sa sústredili na komunikáciu s cieľovými skupinami.

Vybrané e-knihy sme prezentovali spolu s vyhľadávaním informácií v Univerzitnej knižnici na výberových prednáškach v rámci propagovania Univerzitnej knižnice. Na výberovej prednáške boli odprezentované úvodné informácie o knižnici (výpožičky, študovne, oddychová zóna, druhy informačných zdrojov (časopisy aj populárno-náučné), systém triedenia informačných zdrojov (MDT), prístupňovanie záznamov cez katalóg), význam odbornej literatúry (informačné zdroje knižnic, plnotextové databázy), koncept rešeršovania, formulácia rešeršnej požiadavky. Na záver sme predstavili najnovšiu činnosť Univerzitnej knižnice, a to názornú ukážku spustenia e-knihy na počítači, ale aj na Pocketbooku (čítačke kníh) a na tablete, s podrobným vysvetlením, ako e-knihy fungujú a aký je prístup ku e-knihám.

Propagačné materiály boli umiestnené v priestoroch hlavných častí areálu Žilinskej univerzity. Jednotlivé priestory, kde nájdeme niektorý z propagačných materiálov, sú znázornené na obrázku 1., pričom sme nevynechali ani fakultu Bezpečnostného inžinierstva, ktorá sa nachádza v úplne inej časti mesta. Jednotlivé propagačné materiály boli umiestnené:

- na nástenkách Žilinskej univerzity, na nástenkách jednotlivých fakúlt Žilinskej univerzity, na vybraných nástenkách jednotlivých katedier fakúlt Žilinskej univerzity;
- v počítačových učebniach, pred prednáškovými aulami,
- v oddychových zónach určených pre študentov a zamestnancov Žilinskej univerzity, pred referátom sociálnych štendií;
- v priestoroch Univerzitnej knižnice Žilinskej univerzity,
- pri vstupe do stravovacieho zariadenia Nová menza, na nástenke internátnej budovy Veľký diel, v priestoroch Univerzitného pastoračného centra.

Na obrázku č. 5 je možné posúdiť, aký veľký je areál, kde umiestňujeme klasické tlačené informácie o našich aktivitách.



Obr. 5

Obsahom obrázku č. 6 sú príklady plagátov, brožúrky a pozvánky k uvedeniu e-bookov. Od tohto príkladu väčšej marketingovej kampane postupujeme podobným spôsobom pri uvádzaní všetkých nových služieb, aktivít a produktov, ktoré knižnica prináša.



Obr. 6 Plagát



Leták




**Classical and Quantum Information Theory**

Tvorca informácie je jedným z najväčších objavov modernej fyziky. Informácia, odlišná od fyzickej komunikácie, ktoré sa v systéme neuchovávajú dáta. Tvorca informácie poskytuje kompletný pohľad na klasickú a kvantovú teóriu informácie. Po tejto knihe poznáka fyzikálnu informáciu v širšom kontexte, ako sa vzťahujú k ostatným fyzikálnym teóriám. Tento náhľad je dôležitý, pretože informácia, ako fyzikálna veličina, je kľúčom k rozvoju kvantovej teórie informácie a kvantovej komunikácie.


**Nové e-booky pre Žilinskú univerzitu**

Univerzitná knižnica Žilinskej univerzity v Žiline získala prístup ku knihám v elektronickom formáte od vydavateľa sveta Cambridge University Press.




**Materials for Engineers**

Kniha je určená pre študentov inžinierskych odborov a odborníkov v oblastiach materiálov. Kniha obsahuje základné informácie o materiáloch, ktoré sú potrebné pre inžinierske štúdiá a prax. Kniha je rozdelená do ôsmich kapitol, ktoré pokrývajú širokú škálu tém, vrátane základných princípov, vlastností a aplikácií materiálov. Kniha je dostupná v elektronickom formáte a je možné ju čítať online alebo stiahnuť na počítač.



**Fundamentals of Engineering Plasticity**

Kniha je určená pre študentov inžinierskych odborov a odborníkov v oblastiach materiálov. Kniha obsahuje základné informácie o plasticite, ktoré sú potrebné pre inžinierske štúdiá a prax. Kniha je rozdelená do ôsmich kapitol, ktoré pokrývajú širokú škálu tém, vrátane základných princípov, vlastností a aplikácií plasticity. Kniha je dostupná v elektronickom formáte a je možné ju čítať online alebo stiahnuť na počítač.




**Solid Mechanics**

Kniha je určená pre študentov inžinierskych odborov a odborníkov v oblastiach materiálov. Kniha obsahuje základné informácie o mechanike tuhých tel, ktoré sú potrebné pre inžinierske štúdiá a prax. Kniha je rozdelená do ôsmich kapitol, ktoré pokrývajú širokú škálu tém, vrátane základných princípov, vlastností a aplikácií mechaniky tuhých tel. Kniha je dostupná v elektronickom formáte a je možné ju čítať online alebo stiahnuť na počítač.


**Numerical Methods in Engineering with MATLAB**

Numerické metódy v inžinierstve s MATLABom sú kľúčom k riešeniu inžinierskych problémov. Táto kniha poskytuje podrobný pohľad na numerické metódy, ktoré sú potrebné pre inžinierske štúdiá a prax. Kniha je rozdelená do ôsmich kapitol, ktoré pokrývajú širokú škálu tém, vrátane základných princípov, vlastností a aplikácií numerických metód. Kniha je dostupná v elektronickom formáte a je možné ju čítať online alebo stiahnuť na počítač.




**Modern Computer Algebra**

Kniha je určená pre študentov inžinierskych odborov a odborníkov v oblastiach materiálov. Kniha obsahuje základné informácie o modernej počítačovej algebre, ktoré sú potrebné pre inžinierske štúdiá a prax. Kniha je rozdelená do ôsmich kapitol, ktoré pokrývajú širokú škálu tém, vrátane základných princípov, vlastností a aplikácií modernej počítačovej algebre. Kniha je dostupná v elektronickom formáte a je možné ju čítať online alebo stiahnuť na počítač.



**Practical Foundations for Programming Languages**

Kniha je určená pre študentov inžinierskych odborov a odborníkov v oblastiach materiálov. Kniha obsahuje základné informácie o praktických základoch programovacích jazykov, ktoré sú potrebné pre inžinierske štúdiá a prax. Kniha je rozdelená do ôsmich kapitol, ktoré pokrývajú širokú škálu tém, vrátane základných princípov, vlastností a aplikácií praktických základoch programovacích jazykov. Kniha je dostupná v elektronickom formáte a je možné ju čítať online alebo stiahnuť na počítač.



**Classical Optics and Its Applications**

Kniha je určená pre študentov inžinierskych odborov a odborníkov v oblastiach materiálov. Kniha obsahuje základné informácie o klasickú optiku a jej aplikácie, ktoré sú potrebné pre inžinierske štúdiá a prax. Kniha je rozdelená do ôsmich kapitol, ktoré pokrývajú širokú škálu tém, vrátane základných princípov, vlastností a aplikácií klasickú optiku a jej aplikácie. Kniha je dostupná v elektronickom formáte a je možné ju čítať online alebo stiahnuť na počítač.

**Kontaktujte nás**


UNIVERZITNÁ KNÍŽNICA  
Žilinskej univerzity

Oddelenie rozvoja a používateľskej podpory

Ul. Vysokéškolská 24  
011 81 Žilina

041/513 1451

univ@ukzu.uniza.sk  
www.ukzu.uniza.sk  
www.facebook.com/ukzu



ŽILINSKÁ UNIVERZITA V ŽILINE  
Univerzitná knižnica

Obr. 6

Brožúra

## Nové formy marketingu v knižničnej praxi UK ŽU

Treba sa priznať, že v dennodennej praxi robíme mnohé veci spojené s informovaním a propagáciou našich služieb a akcií intuitívne. Skúšame, kedy veci zaberú a kedy nie. Až potom neskôr nájdeme vysvetlenie v odbornej tlači, čo sme to vlastne robili a čo sa nám podarilo.

Tak sme zistili, že príkladom úspešného „**buzz marketingu**“ bola naša akcia Graffiti Jam, ktorú sme spustili ešte v roku 2014 a znamenala cieľené sprevkovanie na budovu knižnice. Nápad vychádzal z toho, že napriek enormnej snahe predchádzajúceho vedenia knižnice aj univerzity bola budova ťažko atakovaná a neustále nadivoko postriekaná. Vďaka dobrým kontaktom s neziskovými organizáciami, s mladými neformálnymi lídrami v komunite sa nám podarilo osloviť zavedených writerov a poskytnúť im priestor vonkajších stien knižnice na tvorbu. Pracovalo s nami asi 25 mladých dobrovoľníkov. Systematicky sme naplánovali, čo treba urobiť: Najprv sme prekryli počmárané steny, potom nakúpili spreje, pripravili akciu. Mali sme jediné zadanie: reflektovať fakt, že sme knižnica. Akcia sa vydarila, steny zdobil krásny writerský ľudovitý štúr, výjavy z Avatara a pri vchode vylieval zo steny Gloom z Pána prsteňov. Okrem veľkej pozornosti pre knižnicu, záplavy pozitívnych reakcií, trošky kritiky v akademicko-obyčajnej obci sme docielili, že najbližšie 3 roky, až do rekonštrukcie knižnice, nám budovu nikto viac nesperejoval. Komunita „grafitákov“ zvyčajne funguje tak, že si svoje diela neničia. A tiež rešpektujú, ak je na budove viditeľné, že sa o ňu starajú, prípadne pomôže, ak je monitorovaná kamerami. Rekonštruovanú a naozaj peknú budovu máme dva roky a zatiaľ nám na nej nepribudol žiadny divoký výtvar sprejerov.



Obr. 7 Výsledky Graffiti Jam

Páči sa nám koncept „**guerilla marketingu**“ a aj jeho príklady nájdeme v našej praxi. Počnúc knižnou búdkou pred knižnicou, rozdávaním použitých kníh na našich akciách v meste, cez drobné kalendáriky, upomienkové hand-made predmety (vyrobili šikovné knihovnícke ruky) na veľkých univerzitných akciách. Všade prezentujeme knižnicu.



Obr. 8a Knižná búdka a lavička

## Ostatné marketingové aktivity bez zadelenia do odborne pomenovaných marketingových nástrojov

Marketingu našej knižnice veľmi pomohlo, keď spolu s našou tlačenu a virtuálnou prezentáciou sa knižnica začala meniť a pretvárať vo vnútornom usporiadaní. Podľa komunikácie so študentmi, podľa zahraničných skúseností sme cítili, že koncept kamenného a strohého chrámu vedomostí sa mení za pochodu. Stáli sme pred otázkou, ako skĺbiť požiadavky neustále mladších čitateľov, ktorí chcú otvorené, pohodlné a flexibilné priestory s predstavami vedcov, pedagógov a určite aj mnohých študentov, ktorí od nás potrebujú hlavne pokojné prostredie a profesionálne služby.

Naša cesta spočívala v zmene priestorového usporiadania. Všade, kde sa dalo, sme doplnili pohodlné sedačky zvané „tulivaky“. Okamžite sa stali hitom a zostávajú obľúbené doteraz (až tak, že po roku sme v nich museli meniť vyseďenú náplň). Zriadili sme drobné kútiky s možnosťami klasického neformálneho posedenia. Priestory veľkej študovne zaplnené masívnymi drevenými boxmi sme preorganizovali. Boxov zostalo len zopár, vytvorili sme otvorené sedenie pre skupinu 8 – 12 ľudí s pripojením PC, dataprojektoru a inej techniky. Celý vzdušný a svetlý priestor je flexibilný a môže sa zmeniť na prednáškovú miestnosť až pre 30 ľudí. Nie je tichý, niekedy pripomína skôr úľ. Ale pre sústredené

štúdium sme išli inou cestou. Doplnili sme presklené tiché boxy pre 8 – 10 ľudí, dobre vybavené tabuľou a flipchartami. Využitie služby tichých boxov je maximálne. Zatiaľ ich máme tri a určite by sa uživil aj ďalšie, žiaľ, knižnicu nenafúkame. Podporil to aj systém elektronickej rezervácie boxu cez našu webovú stránku.



Obr. 8b Otvorenie priestorov študovni a požičovne a zriadenie tichých boxov

Systém elektronickej nahlasovania používame na všetky naše akcie a aj keď je to drobnosť, pre niekoho možno samozrejmosť, upozorňujem naň, lebo je naozaj veľmi efektívny.


**ŽILINSKÁ UNIVERZITA V ŽILINE**  
 Univerzitná knižnica

---

Hlavná stránka | Elektronický katalóg OPAC | Vzdialený prístup | Galérie | Prvá pomoc | Kontakt | Europe Direct Žilina | English

View | Edit | Manage display

 Služby knižnice |
  Katalógy a databázy |
  E-booky |
  E-skriptá |
  E-copy |
  Moja knižnica

---

**Aktuality**

Fond na podporu umenia pre rok 2018  
 Ukončil sme nákup a spracovanie kníh zakúpených s finančnou podporou Fondu na podporu umenia rok 2018. V rámci projektu Akvizícia kníh do fondu Univerzity knižnice Žilinskej univerzity v Žiline sme získali do fondu celkom 314 kníh. Tieto sú prístupné našim používateľom formou absenčných a prezenčných výpožičiek.



**Knižničný blog**

Rezervujte si Tichý box v Univerzitetnej knižnici

**TICHÉ BOXY**  
 (rezervácia miestnosti po kliknutí na obrázok)  
 Čítaj viac...

**Je dnes otvorené?**

Dnes je PIATOK - 24.5.2019, takže je otvorené 8.00 - 15.00

**Rešerš**

Chcete požiadať o rešerš? Vyskúšajte náš on-line formulár a už žiadne papierovanie.

**Cenník služieb**

Obr. 9 Tiché boxy promované cez web

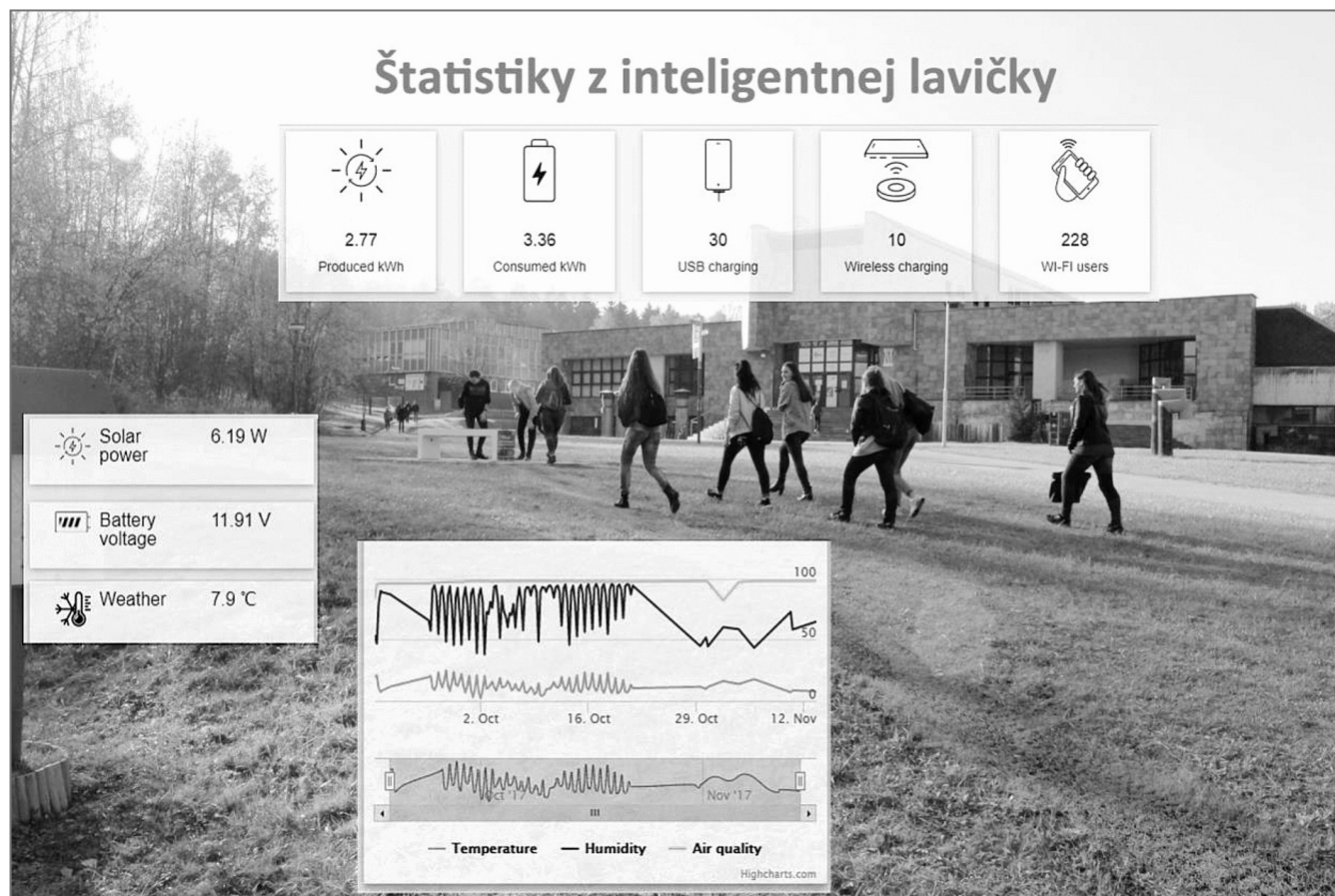


Lavička dokazuje svoju inteligenciu službami, ktoré poskytuje.

V roku 2018 mala zaznamenané výsledky:

- 173 používateľov ju využilo na nabíjanie mobilného zariadenia
- 31 používateľov na nabitie bezdrôtovo
- 755 používateľov sa na lavičku pripojilo cez wi-fi.

Lavička poskytuje možnosť odčítavať mnohé analytické údaje pre určeného administrátora v knižnici. Ako technologická novinka vzbudzuje záujem inovátorov na univerzite a jej systém si chodia obzrieť zástupcovia miest a firiem uvažujúcich o jej zaobstaraní.



Obr. 12

## Symbióza špecifického projektu s činnosťou knižnice

Pred vyše rokom sme po dlhšom uvažovaní spolu s vedením univerzity rozhodli, že sa pokúsime získať grant na zriadenie informačného centra **Europe Direct (EDIC ZA)**. Zastúpenie EK na Slovensku ocenilo našu žiadosť a my sme začali pracovať oveľa intenzívnejšie aj s cieľovými skupinami, ktoré sa inak oslovovali ťažko. Európske záležitosti zasahujú do mnohých oblastí života a veľmi prirodzene sa prepájajú s témami, ktorými žije akademické prostredie. Sieť Europe Direct je celoeurópsky projekt slúžiaci na rozširovanie informácií o Európskej únii.

Z doterajších skúseností sa nám potvrdilo:

- Akékoľvek špecifické projekty zdanlivo nad bežný rámec činností knižnice môžu výrazne prispieť k posilneniu postavenia knižnice v komunite.
- Vďaka EDIC ZA sme získali intenzívny kontakt na stredné školy a počas roka k nám prúdia stovky stredoškolákov, alebo my cestujeme na prezentácie na stredné školy.
- Stali sme sa súčasťou veľkého európskeho projektu, ktorý otvára dvere na spoluprácu v mnohých oblastiach.
- Na školu prinášame zaujímavé témy a zaujímavých hostí – napríklad semináre Erasmus plus, seminár Vzdelávanie pre generáciu Y – Z.

- Zapájame univerzitu do kampaní európskeho významu, čím rastie jej kredit, napr. kampaň pred voľbami do EP 2019 Tentoraz idem voliť.
- Na univerzite sa vytvára komunita spolupracujúcich partnerstiev aj vďaka našim akciám akou bol Project fair2018 so 45 vystavovateľmi z celého kraja a 450 účastníkmi na výstave.
- Napomáhame zvyšovaniu atraktívnosti univerzity, a tým snáď aj zvýši sa záujem o štúdium na UNIZA.

Celkovo vzrástla jednorázová aj opakovaná návštevnosť knižnice a podarilo sa nám dostať do povedomia úplne nových, niekedy až nečakaných cieľových skupín.



Obr. 13 Súťaž Mladý Európan 2018

S projektmi podobného charakteru je síce skutočne veľa práce, ale ak tím knižnice pochopí ich prínosy, všetko sa dá zvládnuť. Pri diskusiách s kolegami od nás alebo aj z iných knižníc sa často mnohí sťažujú, že marketing je ťažká práca. Stále musíte dávať o sebe vedieť, stále niekde o akciách písať, až sa niekedy stane, že nezvýši čas na samotné akcie. Z mojej skúsenosti je to o hľadani rovnováhy medzi tradičným službami v našom prípade akademickej komunite a novými, niekedy až odviazanými aktivitami pre rozličné cieľové skupiny. Ale toto všetko tvorí prostredie, vďaka ktorému knižnica žije inak a dáva to svetu vedieť. A na záver pozitívny odkaz, ktorý zaznel v rozhlasovom rozhovore s riaditeľkou Viedenskej štátnej opery. Ich príbeh marketingu skončil tak, že ho teraz už vôbec nemusia robiť, lebo všetky ich podujatia sú dlhodobo vypredané. Takže svetielko na konci tunela predsa svieti.

### Použitá literatúra

<https://uniza.sk/uradnatabula/>

*Moderný marketing v knižniciach.* Hľadanie cesty k spokojnému používateľovi služieb: zborník príspevkov zo 17. ročníka odborného seminára pre zamestnancov knižníc IFLIB konaného 15. – 16. mája 2018. Banská Bystrica: ŠVK, 2018, ISBN 978-80-89388-84-4, 137 s.

**PhDr. Alena Mičicová**

alena.micicova@ukzu.uniza.sk

(Univerzitná knižnica Žilinskej univerzity v Žiline)