

أصبحت الخدمات المرجعية الرقمية ضرورة وواقعاً ملموساً في الدول المتقدمة؛ ولعل ذلك ما حدا بالمكتبات العربية السعي والإلحاق بما هو جديد في مجال الخدمات المرجعية والبحثية، وهذا بما يساعد المكتبيين المتخصصين الراغبين في تقديم خدمات مرجعية فضلى تسهم في زيادة التفاعل بينهم وبين عملائهم في المكتبة أثناء عملية البحث، ومساعدتهم لهؤلاء المستفيدين في الوصول إلى أجوبة عن استفساراتهم من خلال خدمة "أسأل المكتبي" التي تتيحها بعض المكتبات على شبكة المعلومات العالمية "الانترنت". ومن ذلك رأيت أن أسدي بعض النصائح التي قد تساعد المكتبي العربي في تسويق خدماته.

1- اعتبر خدمات المكتبة المرجعية على الخط المباشر كمكتبة فرعية؛

وذلك من خلال دعمها بالميزانية وتزويدها بالموارد البشرية المؤهلة من المهنيين لتطوير وتسويق مثل هذه الخدمة.

2- أن تكون لديك خطة اتصالات؛

ينبغي أن تكون هذه الخطة متممة وامتداد للخطة الشاملة لتسويق خدمات المكتبة. ولتحقيق ذلك لابد من تخصيص موظف يتولى عملية التنسيق والتنظيم والتوجيه لتقديم خدمات مرجعية بالشكل المطلوب. وفقاً للخطة الموضوعية وأن يكون المظهر العام لتقديم هذه الخدمة متلائماً مع صورة المكتبة عند الجمهور العام.

3- لا تنسى جمهورك الأكثر أهمية؛

الجمهور الأكثر أهمية عند تدشين أية خدمة جديدة هو أعضاء هيئة موظفي المكتبة الذين يجب عليهم أن يكونوا على اطلاع بكل جديد في مجال المكتبات والمعلومات وتقنياتها حتى يمكنهم الرد على استفسارات جمهور المستفيدين، كما يجب عليهم، وهم يعملون في الخطوط الأمامية لأداء الخدمات المرجعية، أن يفهموا الرسالة المناط بهم تحقيقها ومدى أهميتها بالنسبة للمكتبة.

عشر نصائح (إرشادات) لتسويق

الخدمات المرجعية الافتراضية بالمكتبة



ترجمة: طارق الشليل

Riyadh88@yahoo.com

رئيس قسم الخدمات
المرجعية والبحثية

مكتبة الملك عبد العزيز العامة - الرياض

8- تابع التغذية الراجعة للمستخدمين:

يفضل إعداد وتصميم نموذج يخصص لمعرفة مرثيات المستخدمين وقياس مستوى رضاهم عن جودة الخدمات الافتراضية المتاحة (ذكر أسم المستخدم اختياري وليس إجبارياً)، حيث يتم جمع هذه المرثيات والاقتراحات ثم تحليلها ليتم الاستفادة منها في تحسين مستوى أداء الخدمات بصورة أفضل.

9- الاستفادة من شبكة الانترنت:

يستحسن أن تدعم قائمة المفضلات بالمتصفح المستكشف (Internet explorer) بأهم المواقع الإلكترونية الأخرى ذات العلاقة للمدارس والمنظمات والهيئات الحكومية وإتاحتها للمستخدمين. حتى يتمكنوا من الإطلاع على كل ما هو جديد.

10- التقييم:

يعتبر التقييم أمر مهم لأي عمل تسويقي. ولكن مع استخدام النماذج المعدة للتقييم يتم التوصل إلى نقاط القوة والضعف في مستوى الخدمة المقدمة عبر المرثيات والاقتراحات التي يطرحها المستخدمون، ثم يتم جمع ودراسة هذه الردود بغرض الاستفادة منها. ومن الوسائل الأخرى التي تساعد على التقييم، الإطلاع على كل ما ينشر عن المكتبة في وسائل الإعلام، إضافة إلى الإطلاع المباشر على إجراءات العمل لكي تساعد على تقديم خدمة أفضل في المرات القادمة.

4- تذكر أنك تخوض تجربته جديدة لتقديم مثل هذه الخدمات:

أن انطلاق هذه الخدمات الافتراضية بشكل مميز وعلى مستوى متكامل يرضي رواد المكتبة، أمر جدير بأن يكون محل اهتمام وسائل الإعلام ولذلك عليك بالاستفادة من هذه الأخبار وأعمل على إعادة بثها عبر نشرات عملية للمكتبة وقم بدعوة مندوبين عن تلك المحطات الإذاعية والتلفاز لزيارة المكتبة.

5- التركيز على كل ما هو مميز:

تتيح الخدمات المرجعية على الخط المباشر والخدمات الافتراضية الأخرى الفرصة للمكتبيين التعرف على آراء وأقوال المستخدمين الذين يرغبون في معرفة أفضل الممارسات في المكتبات العامة، وذلك عبر الخدمات الشخصية التي يقدمها أخصائي المعلومات والمراجع بالمكتبة.

6- أن تكون لديك رسالة واضحة وثابتة:

رسالة تستخدمها يومياً مراراً وتكراراً في جميع المواد الدعائية، مثل " تكون إجابات على أسئلتك واستفساراتك وأنت مرتدياً بيجامتك، أرسل استفساراتك إلى..." تأكد أن هيئة تقديم الخدمة لديك (جميع أعضاء هيئة القسم، مجلس المكتبة، أصدقاء المكتبة الخ...) يفهمون الرسالة وعلى استعداد للإجابة على الأسئلة.. تذكر دائماً أن الأبسط هو الأفضل.

7- استخدام الكلمات والتعبيرات المؤثرة في عملية التسويق:

أعداد وتشجيع كل موظفي الخطوط الأمامية للخدمات المرجعية لتقديم كل ما هو جديد من خدمات افتراضية تتيحها المكتبة لمرتابيها، كأن يشعر أحد الموظفين مرتادي المكتبة ببعض المواقع الإلكترونية المفيدة وحثهم على نشرها بين أقرانهم من خلال عبارات مثل: هل حاولت الحصول على "خدمة أسأل أمين المكتبة"، دعني أعطيك عنوان موقع هذه الخدمة...

من العرض التقديمي الذي قدمته كل من السيدة بيبي باربر وليندا والاس من مؤسسة استراتيجيات الاتصال المكتبي المحدودة خلال المؤتمر السنوي لجمعية المكتبات الأمريكية والذي عقد في 15 يونيو 2002م.

of From presentation by Peggy Barber & Linda Wallace
Library Communication Strategies "One Marketing Virtual
reference Services" sponsored By LSSI at 2002 ALA Annual
Conference -June 15, 2002.