

I Plan de Comunicación y Marketing de la Biblioteca de la UAH

Grupo de Comunicación y Marketing de la Biblioteca Universitaria de Alcalá



X JORNADAS DE GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN: La dimensión del cambio: usuarios, servicios y profesionales. Biblioteca Nacional de España, 20 y 21 de noviembre de 2008

PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

<http://www.uah.es/biblioteca/documentos/Plan%20de%20Comunicación%20y%20Marketing.pdf>

Objetivos

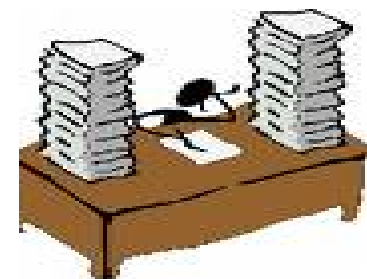
- **Contar la experiencia de grupo en el diseño de una herramienta de gestión de calidad y mejora continua en el marco del I Plan Estratégico 2008-2011 de la BUAH.**
- **Exponer el proceso de su elaboración.**

Seguimos el lema de nuestra Universidad “*Al futuro con el pasado*”

PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

Metodología

- ➔ **Recopilar información interna (UAH) y externa (planes de Comunicación y Marketing de otras bibliotecas universitarias).**
- ➔ **Realizar un análisis de situación de partida (DAFO).**
- ➔ **Establecer las líneas de mejora principales, los objetivos para conseguirlas y las acciones, especificando plazos, costes y responsables.**
- ➔ **Establecer un método de evaluación y seguimiento.**



PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

Línea 1ª. *Mejorar la comunicación interna de la Biblioteca*

Objetivos estratégicos

- ➔ *Mejorar los canales de comunicación existentes y crear otros nuevos que promuevan iniciativas individuales y colectivas (wikis, boletines de noticias, etc.).*
- ➔ *Potenciar la identidad del grupo y el sentimiento de pertenencia al mismo* (grupos de trabajo transversales dentro del I Plan Estratégico de la BUAH 2008-2011, grupo para la Evaluación de la BUAH, jornada de convivencia en Sigüenza, participación en “Premios a grupos de mejora” convocados por la UAH, etc.).

PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

Línea 2ª. *Planificar la comunicación externa de la Biblioteca para mejorar la visibilidad de la misma en la comunidad universitaria*

Objetivos estratégicos

- ➔ ***Mejorar los canales de comunicación de la Biblioteca potenciando su integración en los de la institución*** (Reuniones de la Comisión de la Biblioteca, presentación de novedades en el diario digital UAH.es noticia, etc.).
- ➔ ***Fomentar la participación de la Biblioteca en proyectos transversales de la UAH teniendo como punto de mira su adaptación al EEES y al EEI*** (Colaboración con el PDI en formación sobre recursos de la BUAH en asignaturas, oferta asignatura de libre elección curso 1 crédito, proyecto digitalización fondos Embajada Americana, renovación y actualización de la web, etc.).

PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

Línea 3ª. *Hacer más visible la imagen de la Biblioteca en el marco de la calidad y la mejora continua*

Objetivos estratégicos

- ➔ **Potenciar la imagen corporativa de la Biblioteca** (logo institucional de la BUAH, URL de la BUAH en todos sus productos, diversas actividades de marketing, señalización, identificadores personales, etc.).
- ➔ **Mejorar los canales de difusión de la imagen corporativa de la Biblioteca** (recopilación en la página web de recursos sobre autores galardonados con el [Premio Miguel de Cervantes](#)).



SIEDIC

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA
DE DOCUMENTACIÓN
E INFORMACIÓN

PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

Línea 4ª. *Aumentar la difusión y el uso de los servicios y recursos que ofrece la Biblioteca a la comunidad universitaria.*

Objetivo estratégico

➔ **Mejorar la difusión de los servicios y recursos:**

- ✘ repositorio institucional
- ✘ metabuscador METAL
- ✘ nuevo web de la Biblioteca (<http://www.uah.es/biblioteca/>)
- ✘ guías temáticas
- ✘ herramientas de evaluación y análisis de la actividad investigadora

PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

Línea 5ª. *Proyección de la Biblioteca en la sociedad*

Objetivo estratégico

➔ **Realizar acciones encaminadas a incrementar el conocimiento que la sociedad tiene acerca del valor y la labor del servicio que la Biblioteca desarrolla:**

- ✘ presencia habitual en medios de comunicación
- ✘ visitas guiadas a Institutos
- ✘ participación en la Semana de la Ciencia
- ✘ oferta de prácticas en la BUAH
- ✘ tutela de prácticas de bibliotecarios de otros países
- ✘ participación en proyectos de cooperación establecidos por la



Un resultado muy visible

Comenzó con la participación en el I Concurso de ideas y proyectos del PAS, convocatoria de 2006, con *“Medidas de accesibilidad para personas con discapacidad a los servicios bibliotecarios”*. 2º premio.

Se presentó como proyecto para participar en los “Grupos de mejora de los servicios administrativos”, convocatoria de 2007, con la denominación *“Ofrecimiento y mejora de los servicios de la Biblioteca a los usuarios con alguna discapacidad o limitación para que puedan acceder a los mismos en igualdad de condiciones que los demás usuarios”*.

Se ha continuado en la convocatoria de 2008: *“Servicios especiales a usuarios con discapacidad en la Biblioteca. Implementación y seguimiento de las propuestas realizadas en el año 2007”*.

http://www.uah.es/biblioteca/biblioteca/informacion_discapacidad.html#servespec%3cbr%20/%3e



Es una de las
Bibliotecas
Universitarias más
accesibles



http://www.uah.es/biblioteca/biblioteca/informacion_discapacidad.html

Contacto: integra.biblio@uah.es

PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

***Se nos esta viendo al
participar y ganar***



Premios a los Grupos de Mejora de los Servicios Administrativos, convocatoria 2007: “Actualización de la página Web de la Biblioteca: diseño y contenidos”. Premio dotado con 3.000 euros.

<http://gerencia.uah.es/pdf/GruposMejora/2007/resolucion.pdf>

Premio a las Mejores prácticas de los Servicios Administrativos Universitarios, convocatoria 2007: “e-buah. Biblioteca digital de la Universidad de Alcalá”. 2º premio, 1.500 euros.

<http://gerencia.uah.es/pdf/MejoresPracticas/resolucion.pdf>



PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

Acciones pendientes:

- ✦ Seguir realizando nuevos productos y actividades de Marketing
- ✦ Diseñar una nueva Intranet de la Biblioteca
- ✦ Difundir historias de éxitos a través de la página web de la BUAH
- ✦ Proporcionar herramientas de autoaprendizaje
- ✦ Utilizar herramientas de la Web Social



PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

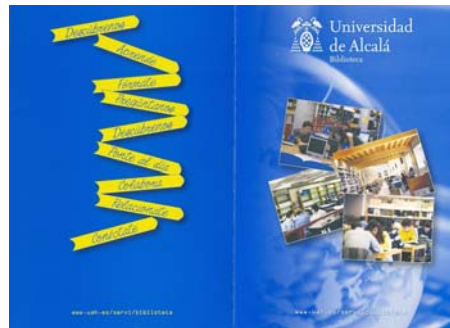
Conclusiones:

- **El Plan de Comunicación y Marketing ha quedado incardinado en el Plan Estratégico de la Biblioteca 2008-2011.**
- **El Plan se ha diseñado con una perspectiva de varios años y con el dinamismo de estar en constante revisión y mejora.**
- **Se ha mejorado en visibilidad y en reconocimiento.**
- **Se ha promovido el trabajo en equipo.**
- **Se ha incrementado el uso de algunos recursos de la BUAH.**
- **La Biblioteca ha tomado mayor conciencia de la importancia de favorecer la comunicación y el marketing.**



PRODUCTOS DE MARKETING

Carpetilla



(exterior)



(interior)

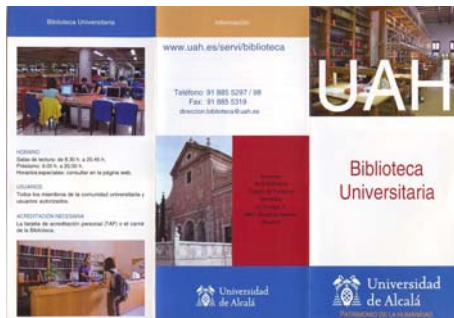
Marcapáginas



(exterior)

(interior)

Guía general de la Biblioteca

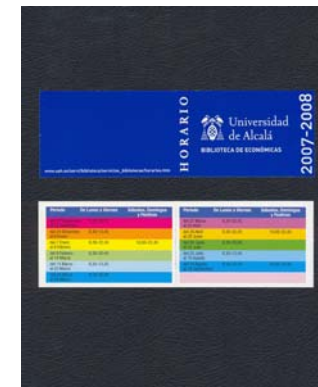


(exterior)



(interior)

Horarios de cartera



X JORNADAS DE GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN: La dimensión del cambio: usuarios, servicios y profesionales. Biblioteca Nacional de España, 20 y 21 de noviembre de 2008

¡Gracias por la atención!



Equipo de trabajo

De izquierda a derecha: M^a Dolores Pedrosa López, Ana Patricia Labat Villalba, M^a Carmen Gallo Rolanía (coordinadora), M^a Isabel Domínguez Aroca, M^a Dolores Ballesteros Ibáñez y Juan Luis Ramos Merino