

TIẾP THỊ THƯ VIỆN QUA

MẠNG INTERNET

NGUYỄN HỮU NGHĨA

Trong hoạt động thư viện và thông tin, khái niệm marketing không còn xa lạ. Các câu hỏi được đưa ra thảo luận rất nhiều xung quanh chủ đề *có phải trả tiền hay không trả tiền trong dịch vụ thư viện*. Đặc biệt, từ khi nền kinh tế Việt Nam chuyển sang nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, các cơ quan, doanh nghiệp đều nhanh chóng tìm cách quảng bá thương hiệu qua việc marketing sản phẩm, dịch vụ của mình. Bên cạnh đó, các cơ quan thư viện cũng không đứng ngoài cuộc. Tuy nhiên, để thực hiện việc marketing hiệu quả những sản phẩm và dịch vụ của mình đến được với người sử dụng thì không phải cơ quan thư viện nào cũng đạt được kết quả như mong muốn.

Từ điển Giải nghĩa Thư viện học và Tin học Anh - Việt (ALA - 1996) đã đưa ra định nghĩa: *"Marketing - Tiếp thị: Một nhóm hoạt động có mục đích dùng để cổ vũ cho sự trao đổi một cách xây dựng và đáp ứng giữa nhà cung cấp dịch vụ thư viện và truyền thông với người đang sử dụng hay sẽ có thể là người sử dụng những dịch vụ này. Những hoạt động này quan tâm đến sản phẩm, giá cả, phương pháp giao hàng, và phương pháp quảng bá sản phẩm."* Vậy làm thế nào để có thể thu hút được người đang sử dụng cũng như những người sẽ là người sử dụng sản phẩm và dịch vụ của cơ quan thư viện và thông tin?

Dịch vụ quảng cáo trực tuyến (online) đã xuất hiện cùng với sự ra đời của mạng toàn cầu (Internet). Đến nay, dịch vụ này đã dần chiếm lĩnh được thị phần rất lớn trên thị trường và đang có ảnh hưởng mạnh mẽ đến các loại hình quảng cáo truyền thống. Trong phạm vi bài viết, tác giả xin đưa ra một số kinh nghiệm của bản thân khi nhận thấy hiệu quả của việc sử dụng Internet và các dịch vụ trên Internet để quảng bá thương hiệu có thể vận dụng vào hoạt động marketing thư viện.

Việc phát triển website thư viện hiện nay được khá nhiều cơ quan thư viện trong cả nước quan tâm và đầu tư nhằm giới thiệu về thư viện, hỗ trợ tra cứu cơ sở dữ liệu (CSDL) thư mục, CSDL toàn văn và các hoạt động khác của thư viện từ xa. Tuy nhiên, hiệu quả của việc đầu tư chưa hợp lý. Bởi vì, website ít được cập nhật thông tin, hoặc những thông điệp chưa thực sự hấp dẫn. Bên cạnh đó, việc đăng tải những thông tin quảng cáo cho website, các hoạt động, sản phẩm và dịch vụ của thư viện chưa thực sự thu hút được sự quan tâm của người sử dụng; mật độ quảng cáo rời rạc, không thường xuyên; nơi đăng tải quảng cáo chưa đúng vị trí... chính là những nguyên nhân dẫn đến việc không đạt được hiệu quả cao trong hoạt động marketing. Dưới đây, tác giả xin giới thiệu một số phương thức marketing hiệu quả thông qua mạng Internet:

Cách 1: Sử dụng công cụ tìm kiếm

Chắc hẳn ai trong số chúng ta khi truy cập Internet và sử dụng công cụ tìm kiếm đều đã đôi lần sử dụng máy tìm tin, danh bạ chủ đề như Google, Yahoo... nổi tiếng để thỏa mãn nhu cầu tin của mình. Vậy, các thư viện còn chờ gì mà không đưa khi thông tin về các hoạt động, các sản phẩm và dịch vụ đa dạng của thư viện lên các công cụ tra tìm này. Khi đưa thông tin lên mạng, thư viện sẽ phải trả một khoản phí cố định cho các từ khóa liên quan đến sản phẩm hoặc dịch vụ của mình. Khi đó, nếu người sử dụng tìm kiếm thông tin qua các từ khóa liên quan, họ sẽ tìm thấy thông tin về thư viện và về những sản phẩm dịch vụ của thư viện. Cách làm như trên là một phương pháp hiệu quả vì thư viện chỉ phải trả một khoản phí hợp lý khi có lượt truy cập vào xem website của thư viện (qua đường link từ kết quả của công cụ tìm kiếm) và đó chính là những đối tượng khách



hàng mục tiêu của thư viện. Cụ thể như: <https://adwords.google.com/select/Login> là đường dẫn đến chương trình quảng cáo của Google. Tại đây các thư viện sẽ được làm hài lòng theo phương châm kinh doanh của Google: *"Bất kể ngân sách của bạn là bao nhiêu, bạn đều có thể đăng quảng cáo của bạn trên Google và trên mạng quảng cáo của chúng tôi. Bạn chỉ phải trả tiền nếu có ai đó bấm vào quảng cáo của bạn"*.

Cách 2: Viết bài, đưa tin lên các website có uy tín

Các tờ báo, tạp chí chất liệu giấy uy tín hiện nay đều được đưa lên website và trở thành những trang báo, tạp chí điện tử được đông đảo người đọc sử dụng. Vậy, việc viết các bài báo đăng trên các trang tin điện tử là

một cách marketing rất hiệu quả, thu hút được nhiều người sử dụng, truy cập và tạo dựng tên tuổi trên Internet. Để làm tốt việc này, các thư viện chỉ cần viết một bài báo về lĩnh vực, chủ đề là thế mạnh của thư viện; những sự kiện, nội dung triển lãm đang chuẩn bị tổ chức trong tương lai và gửi tới các địa chỉ cho đăng các bài viết trên các báo, tạp chí điện tử uy tín để có thể mượn uy tín đó phổ biến thông tin về thư viện. Và một điều không thể quên, đó là việc gửi bài viết này đến các website thư viện uy tín hàng đầu như website của Thư viện Quốc gia Việt Nam.

Một số website thư viện và báo điện tử được nhiều người sử dụng:

<http://www.nlv.gov.vn>



<http://www.dantri.com.vn>



<http://vietnamnet.vn>



<http://vnexpress.net>



Cách 3: Tham gia các diễn đàn

Các thư viện cũng nên đầu tư thời gian truy cập vào các diễn đàn thư viện tại các website thư viện trên Internet để cung cấp thông tin và tham gia trả lời các câu hỏi mà người sử dụng quan tâm, chia sẻ. Tại các diễn đàn này, việc quảng bá thông tin về thư viện sẽ đạt hiệu quả cao bằng việc tư vấn, chỉ chỗ cho người dùng tin đến thăm quan, sử dụng dịch vụ thư viện và nhận được sự giải đáp những khó khăn về nhu cầu tin. Nhờ phương thức này, các thư viện còn tạo được ấn tượng với người sử dụng qua việc chia sẻ và định hướng tốt cho người sử dụng. Hơn nữa, hoạt động này làm cho người sử dụng quên đi những hình ảnh “người thủ thư khó tính” mà thay thế vào đó là hình ảnh người cán bộ thư viện “chuyên nghiệp”. Đồng thời, các thư viện có thể tranh thủ tiếp thu ý kiến đóng góp của người sử dụng, tham khảo các ý kiến hữu ích khác từ các chuyên gia về lĩnh vực thư viện có tham gia diễn đàn.

Một số diễn đàn thư viện:

<http://nlv.gov.vn/yafnet/>

<http://www.thuvien.net/forum>

<http://diendan.thuvientre.com>

Cách 4: Mở rộng các đường liên kết

Nếu thư viện đã có website cho riêng mình, phương thức này sẽ hỗ trợ cho thư viện trong việc đặt thêm các đường liên kết (link) đến các địa chỉ website có nội dung liên quan đến lĩnh vực, ngành nghề thư viện. Việc làm này sẽ góp phần mở rộng đối tượng người sử dụng và tăng những điểm truy cập thông tin đối với người sử dụng Internet tiếp cận với thư viện của mình qua từ khóa tìm kiếm. Đặc biệt, việc trao đổi các đường link sẽ rất tốt để website của thư viện có được thứ hạng cao trong các công cụ tìm kiếm (search engine) như Google. Tuy nhiên, các thư viện lưu ý liên lạc với ban quản lý website mà thư viện đang dự kiến đặt đường link để xin phép đặt đường link của website đó

trên website của mình.

Cách 5: Gửi thông tin qua Email và dịch vụ Chat

Đã bao giờ chúng ta sử dụng dịch vụ Thư điện tử (*email*) và Chat (*Yahoo! Chat*) hỗ trợ marketing thư viện? Thư điện tử có lợi ích như thế nào thì xin phép không phân tích. Nhưng đối với dịch vụ *Chat* thì sao - hãy nhìn nhận ở khía cạnh tích cực, các thư viện sẽ thấy lợi ích của việc truyền thông tin marketing của thư viện mình qua hệ thống *Chat* hữu ích này. Sử dụng *Email* và *Chat* để marketing sản phẩm và dịch vụ của thư viện là một cách thức hết sức đơn giản và không mất nhiều thời gian đầu tư công sức cũng như tiền bạc. Với một nội dung tin nhắn ngắn gọn, người cán bộ thư viện có thể gửi đến rất nhiều đối tác tập thể, các cá nhân, các thành viên của mình trong cùng một lúc, chỉ sau một phím “enter” hay “kích chuột”. Và từ đó, các thông tin lại được chuyển đi đến các địa chỉ của những người quan tâm khác từ chính những tập thể, cá nhân, các thành viên của thư viện.

Hiện nay một số cơ quan như Thư viện Trường Đại học RMIT tại Hà Nội, Bảo tàng Dân tộc học và một số thư viện khác đã sử dụng và phát huy hiệu quả của loại hình marketing qua email. Qua đó, họ đã gửi giấy mời, thông cáo báo chí, hình ảnh về những sự kiện, thông tin về sản phẩm và dịch vụ của mình đến được đông đảo người sử dụng và khách hàng. Thậm chí, một số công ty đã tạo những liên kết trực tuyến trong thiết kế website nhằm liên kết dịch vụ *Yahoo! Chat* với website của mình để khi người sử dụng truy cập website chỉ cần kích chuột vào biểu tượng “*I'm online, send me a message*” trên website đó là có thể liên lạc (*chat*) trực tuyến



với đại diện của công ty ngay tại thời điểm đó.

Ví dụ như trang web đọc báo trực tuyến của Công ty TNHH Quang Minh DEC (41 tên báo và tạp chí) và Công ty Tư vấn du



học Sunrise Việt Nam đã đưa lên website của mình đường link để khách hàng có thể liên hệ trực tiếp với công ty qua Yahoo! Chat (Tham khảo tại: <http://docbao.dec.vn> và <http://www.sunrisevietnam.com/index.php>).

Cách 6: Đặt các banner quảng bá thông tin lên các website

Trên các website uy tín, chúng ta thấy rất nhiều những banner quảng cáo nhấp nháy hấp dẫn và những banner này đã gây được sự chú ý rất nhiều của người sử dụng. Người sử dụng chỉ việc kích chuột vào banner này sẽ được dẫn đến một liên kết với nội dung mà thư viện mong muốn. Tuy nhiên, các thư viện sẽ phải trả một khoản kinh phí nhất định cho loại hình marketing này (kinh phí phụ thuộc vào kích thước của banner). Nếu các thư viện trở thành khách hàng tham gia và quảng cáo thường xuyên, kinh phí của dịch vụ sẽ được điều chỉnh với một mức phù hợp. Khi ấy, các sự kiện, sản phẩm, dịch vụ của thư viện sẽ được hàng ngàn người biết đến (trong thời gian ngắn) và truy cập vào website để tham khảo, tiếp cận thông tin.

Cách 7: Đăng ký quảng bá thông tin miễn phí trên website

Có rất nhiều trang mục hỗ trợ đăng

quảng cáo miễn phí trên các website. Việc đăng ký sử dụng dịch vụ này cũng hết sức đơn giản. Tuy nhiên khi sử dụng phương thức này, các thư viện cũng cần lưu ý đến mức độ uy tín của website và mức độ quan trọng, trang trọng của thông tin cần phổ biến.

Trong số những phương thức quảng bá thông tin trên Internet có thể áp dụng trong marketing thư viện trên đây, tác giả mới chỉ dừng lại ở mức giới thiệu và lấy dẫn chứng minh họa. Mặc dù, Internet hiện nay khá phổ biến ở Việt Nam, tuy nhiên để các thư viện có thể tiếp cận, triển khai hiệu quả việc marketing sản phẩm và dịch vụ thư viện qua mạng này cần phải có thời gian nghiên cứu nghiêm túc và chuyên sâu hơn nữa. Trong tương lai, việc marketing qua mạng chắc chắn sẽ đem lại hiệu quả cao và đó chính là sự thành công trong việc giới thiệu, quảng bá sản phẩm và dịch vụ của thư viện đến người sử dụng nếu được các thư viện quan tâm và triển khai.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cẩm nang nghề thư viện / Lê Văn Viết b.s. - H. : Văn hoá Thông tin, 2000. - 630tr.; 21cm
2. Marketing - Chia khóa của sự thành công trong kinh doanh viễn thông / Nguyễn Xuân Vinh chủ biên, Mai Thế Nhượng. - H. : Bưu điện, 2003. - 195 tr. : hình vẽ ; 21 cm.
3. Marketing trong kinh doanh dịch vụ / Lưu Văn Nghiêam biên soạn. - H. : Thống kê, 2001. - 324 tr. ; 21cm.
4. Quản trị Marketing - Hiểu biết và vận dụng / Ngô Xuân Bình. - H. : Khoa học xã hội, 2003. - 222 tr. ; 21cm.
5. Thư viện học đại cương : Giáo trình dùng cho sinh viên Đại học - Cao đẳng ngành Thư viện - Thông tin học/ Nguyễn Yến Vân, Vũ Dương Thúy Ngà. - H. : Đại học Văn Hóa Hà

Nội, 2006. - 219 tr. ; 21 cm.

6. Từ điển giải nghĩa thư viện học và tin học Anh - Việt / Phạm Thị Lệ Hương, Lâm Vĩnh Thế, Nguyễn Thị Nga dịch. - Tucson, Ariz. : Galen Press, 1996. - 279 tr.

7. <http://clips.lis.uiuc.edu/>

8. <http://www.google.com.vn>

Hiện nay, việc phát triển website thư viện được khá nhiều cơ quan thư viện trong cả nước quan tâm và đầu tư, nhằm giới thiệu về thư viện, hỗ trợ tra cứu CSDL thư mục, CSDL toàn văn và các hoạt động khác của thư viện từ xa. Tuy nhiên, hiệu quả của việc đầu tư chưa hợp lý do website ít được cập nhật thông tin, hoặc những thông điệp chưa thực sự hấp dẫn. Bên cạnh đó, việc đăng tải những thông tin quảng cáo cho website, các hoạt động, sản phẩm và dịch vụ của thư viện chưa thực sự thu hút được sự quan tâm của người sử dụng; mật độ quảng cáo rời rạc, không thường xuyên; nơi đăng tải quảng cáo chưa đúng vị trí... là những nguyên nhân dẫn đến việc không đạt hiệu quả cao trong hoạt động marketing. Chính vì vậy, tác giả bài viết đã nghiên cứu, khảo sát và giới thiệu một số phương thức marketing thông qua mạng Internet, nhằm giúp các thư viện đạt hiệu quả tốt hơn trong việc tiếp thị sản phẩm và dịch vụ của mình.

Nowadays, library web sites have been developed in many libraries in Vietnam in order to introduce the library, supporting in web based OPAC and database access. However, the investment effectiveness is little since the library web sites have not been frequently updated, and online messages are not attractive to users. Moreover, the inclusion of advertisement information on the web sites, and available information is distractive with users, location of the advertisement, etc. are the main reasons for the uneffectiveness of the marketing activities. Therefore, the author has reviewed, investigated, and introduced some online marketing methods for the libraries to perform better in marketing their resources and services.

ĐÀO TẠO CỬ NHÂN NGÀNH ...

(Tiếp theo trang 54)

- Trong phần kiến thức cơ sở, bổ sung thêm 4 môn học: *Văn bản và tư liệu học, Lịch sử sách và thư viện, Pháp chế thư viện - thông tin, Nhập môn công nghệ thông tin.*

- Trong phần kiến thức ngành, tách môn *Xây dựng và Tổ chức vốn tài liệu* thành hai môn: *Xây dựng và phát triển vốn tài liệu, Tổ chức và bảo quản kho tài liệu*; đưa môn *Định chủ đề* vào môn *Mô tả nội dung tài liệu*; đưa phần phổ biến thông tin ở môn *Tim và phổ biến thông tin* trước đây vào môn *Công tác với người đọc*, thành môn mới *Công tác người đọc và dịch vụ thông tin.*

- Thêm vào khối kiến thức ngành 3 môn mới sử dụng công nghệ thông tin hiện đại: *Mạng thông tin máy tính, Thư viện điện tử, Xuất bản điện tử.*

- Các môn tự chọn (12 đvht) cũng được xác định cụ thể trong chương trình, trong đó có những môn mới như: *Xã hội thông tin và kinh tế tri thức, Phân tích và thiết kế hệ thống, Phần mềm thư viện, Lập chương trình cho tự động hóa thư viện,....*

Một điều cần nhấn mạnh là sự đổi mới nội dung chương trình được thực hiện đối với tất cả các môn học, kể cả các môn học được giữ lại từ chương trình cũ. Những nội dung mới cập nhật của mỗi môn học được thể hiện trong chương trình chi tiết và cũng đã được thông qua trong Hội đồng.

Theo sự chỉ đạo của nhà trường, chương trình mới bắt đầu được thực hiện cho khóa học 2006-2010. Chúng tôi hy vọng và tin tưởng rằng với việc thực hiện chương trình mới này, chất lượng đào tạo cán bộ thư viện sẽ được nâng cao thêm một bước, đáp ứng được yêu cầu ngày càng cao của thực tiễn và xã hội.