

Le Marketing et la bibliothèque : pratiques, exigences et tendances

Julien Adhepeau

Universidad Félix Houphouet-Boigny

Costa de Marfil

jadhepeau@yahoo.fr

Démarche de travail

1. Etat de la situation
2. Conceptualisation du marketing
3. Marketing et la bibliothèque
4. Une analyse de la plateformes webs

Etat de la situation

- La bibliothèque publique traditionnelle en crise
- Les budgets sont réduits
- Les ressources financières en diminution
- Les usagers désertent les espaces traditionnels de lecture
- Les besoins de la demande a évolué
- La bibliothèques s'adapte difficilement aux exigences du marché actuel du secteur

La bibliothèque pour tous



- La bibliothèque traditionnelle est obsolète
- Le bibliothèque en processus d'adaptation à la communication 2.0
- Les possibilités d'accès à l'information sont multiples
- Les usagers recherchent une diversité d'activités nouvelles
- Les nouveaux formats des TIC ont changé la manière d'accéder et de diffuser les informations

Pourquoi penser Marketing?

- L'UNESCO (2000) interpelle les Etats pour une meilleure promotion et l'application du marketing dans la gestion des bibliothèques.
- Pour Kotler, les organisations publiques ont besoin de se vendre et avoir une bonne réputation pour se faire accompagner et
- En 2012, moins de 20% des bibliothèques sur un échantillon de 471 disposent d'un plan de marketing et 11% ont un plan de marketing. (Library Journal research, 2012).
- Les bibliothèques ont besoin de mieux se vendre et se rapprocher de leurs publics à travers une démarche.

Qu'est-ce le Marketing?

- Un processus social et administratif à travers lequel des groupes ou des individus obtiennent ce dont ils ont besoin et ce qu'ils désirent par la production, l'offre et l'échange de produits de valeur avec leurs semblables (Kotler, 1992).
- L'activité, un ensemble d'institutions et processus pour créer, communiquer, distribuer et échanger des produits/services ayant de la valeur pour les **clients, consommateurs, entreprises et la société** en général (AMA, 2007)

Bibliothèques publiques et Marketing

Le marketing est une activité permettant d'atteindre les objectifs fixés par l'organisation en termes de:

1. Part de marché (Nombre d'abonnés, visiteurs, fréquentation, participation)
2. Image de marque (*Branding*, réputation, positionnement, notoriété)

Les services

COLLECTIONS

Livres

Ebooks

Films

Musique

Journaux

Images

Livres en braille

Les services NYC

ORIENTATIONS

QUESTIONS À LA NYC
RESERVER UN ORDINATEUR
PERSONNES EN DIFFICULTÉ
FAIRE DES COPIES
LIBRAIRIE

JE SUIS

ENSEIGNANT
CHOMEUR
DIRIGEANT
D'ENTREPRISE
ENFANT
ADOLESCENT
HANDICAPE
IMMIGRE
MECENE

Bibliothèques publiques et Marketing

Il faut donc établir pour chaque bibliothèque:

1. Ou veut-on aller? (Nombre d'abonnés à capter)
 2. Quelles stratégies mettre en œuvre?
 3. Quels moyens utiliser?
 4. Avec quels outils?

La segmentation Marketing

- La démarche marketing implique dès le départ la définition du profil des usagers des bibliothèques:
 - La segmentation des publics (enfants, adultes, couples, chomeurs, chercheurs, étudiants...)
 - La connaissance de leurs besoins
 - La détermination des habitudes de consommation
 - La détermination de leurs motivations et attitudes
 - La connaissance des habitudes de consommation de chaque segment

La segmentation Marketing

- La démarche marketing implique dès le départ la définition du profil des usagers des bibliothèques:
 - La segmentation des publics (enfants, adultes, couples, chomeurs, chercheurs, étudiants...)
 - La connaissance de leurs besoins
 - La détermination des habitudes de consommation
 - La détermination de leurs motivations et attitudes
 - La connaissance des habitudes de consommation de chaque segment

La segmentation Marketing

- Les enfants
- Les adultes
- Le troisième âge
- Les chercheurs
- Les étudiants
-

La fonction de la communication

- La création de la marque
 - La persuasion
- L'information des usagers et publics sur les activités de la bibliothèque
- Stratégie de communication ciblée pour chacune des activités

Le *Branding* de la marque: la politique de communication

La communication permet de faire connaître l'image de marque des organisations et construire une réputation favorable dans leur environnement.

La stratégie de communication utilise à la fois les moyens traditionnels et les TIC. Les moyens utilisés sont principalement:

- **Le lifting de l'image graphique de la marque**
- **Une cohérence dans la gestion des contenus**
- **La construction d'une marque forte,**
- **La définition d'un positionnement**
- **La création de valeurs et associations positives à la marque**

La promotion de la marque: Publicité et RP

- L'image de marque étant construite, il faut procéder à la promotion de la marque dans son environnement :
 - **Organisation de journées portes ouvertes pour les segments de publics**
 - **Signature de partenariats ou collaborations avec les journaux locaux pour profiter d'espaces gratuits**
 - **Associer la marque aux actions de promotion du tourisme local**
 - **Disposer de produits de merchandising disponible**
 - **Associer l'image de la marque aux événements à forte valeur ajoutée au niveau local**
 - **Nommer des ambassadeurs de prestige pour la promotion de la bibliothèque et la culture de la lecture**
 - **Construire la notoriété de la marque par l'image et la qualité de service offert**

La promotion de la marque: Publicité et RP

www.thelibraryshop.org/nypl-products

University of Lausan... Page Web non disp... Información Bandeja de entrada (... Research Tit-immobilier-Abid... www.adcomunicare... OMEDIA : Cabinet d'...

Under \$25
Under \$50
Under \$100
For Her
For Him



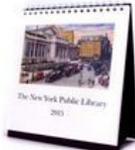
Non-Member Price **\$150.00**
Member Price **\$135.00**

Join NYPL & SAVE 10%

STAY CONNECTED

 New York Public Library

 NYPL Red Logo mug \$14.95	 NYPL 2015 Calendar \$12.95	 NYPL Logo Cufflinks \$50.00	 NYPL Building Cufflinks \$50.00
 Keep Calm and Write On Mug \$12.95	 Jefferson Market Mug \$12.95	 Jefferson Market Print \$14.95	 NYPL LOGO MUG \$14.95

OUR MISSION SUPPORT THE NEW YORK PUBLIC LIBRARY VISIT US PRIVACY POLICY CUSTOMER SERVICE 212-930-0869

L'approche de la Total Quality Management (TQM)



Un processus systématique orienté vers les besoins du client et l'amélioration des services au client (Donald, 2003).

La stratégie TQM se fonde sur l'amélioration des niveaux de satisfaction des clients en provoquant un impact significatif et positif dans le rendement.

La TQM permet de garantir une satisfaction des usagers de la bibliothèque et consolider la fidélité des clients en établissant une relation basée sur la qualité de service.

L'approche de la Total Quality Management (TQM)

- Une sélection des services offerts
- Des services adaptés pour chacun des segments
- Une évaluation de la qualité de service perçue par les usagers des bibliothèques
- Une évaluation continue du niveau de satisfaction des clients
- Une enquête de satisfaction périodique pour connaître les opinions des publics
- L'implication des ressources internes dans la politique qualité développée par le centre de lecture

La stratégie TIC: Le mode d'emploi

- La stratégie de communication interactive ou digitale se doit de respecter certaines exigences:
 - **Etre la principale source d'information sur les activités de la bibliothèque**
 - **Disposer d'une base de données actualisée (BDD) sur les abonnés et leur accès aux informations**
 - **Disposer de comptes personnalisés pour chaque abonné**
 - **Faire un croisement dans les usages des canaux de transmission (médias sociaux, site Web officiel, blogs)**
 - **Personnaliser l'offre à travers une stratégie de emailing, SMS messaging informant les publics**
 - **Offrir une plateforme Web dynamique permettant aux abonnés de consommer et de produire l'information sur les activités**
 - **Animer les profils des pages Twitter, Facebook, entre autres, en définissant des objectifs de conquête d'utilisateurs**

La stratégie TIC: Bibliothèque nationale de Cote d'Ivoire



The screenshot shows the website www.bnci.ci in a browser window. The page header includes the text "MINISTRE DE LA CULTURE ET DE LA FRANCOPHONIE" and the logo of the "BIBLIOTHEQUE NATIONALE DE COTE D'IVOIRE". A navigation menu contains links for "Accueil", "Présentation", "Activités Culturelles", "Nos Services", "Collections et Catalogues", "Ressources Numériques", and "Contacts".

The main content area features a large banner for "JILE 2014" (Journées Internationales du Livre pour l'Enfant) from December 9 to 15, 2014. The banner includes the text "Thème: GRANDISSONS UNIS AUTOUR DU LIVRE" and an illustration of children gathered around a book. A "Historique" button is located below the banner.

On the right side, there is a sidebar with contact information:

- Localisation:** Boulevard Carde, entre le Musée des Civilisations et le Ministère de la Défense, B.P.V 180 Abidjan
- Horaires:** Du lundi au vendredi : 09h – 16h; Samedi : 09h – 13h
- Contacts:** Tel : 20 21 35 34; Fax : 20 21 02 76; email: info@bnci.ci

The BNCI logo is visible on both the left and right sides of the page.

La stratégie TIC:

The screenshot shows a web browser window with the URL www.jkl.fi/kirjasto/eng/music. The browser's address bar and tabs are visible at the top. The website header features the Jyväskylä City Library logo on the left and navigation links like "Book a pc" and "Feedback" on the right. A search bar is also present. The main content area is titled "Music Department" and includes a list of collection types, a photograph of a person playing a piano, and a list of services offered. A sidebar on the left contains a menu of library services, and a right sidebar provides a search interface and a multilingual guide.

JYVÄSKYLÄ CITY LIBRARY

Libraries and opening hours >
Contact information >
How do I... >
Library Services >
Library Collections and Databases >
Children >
Music >
Newspapers and Magazines >
Book a PC >
Feedback >

« back

Music Department

The Music Department is situated on the third floor of the Main Library, tel. (014) 266 4115

The Collections of the Music Department Include

- CD's
- cassettes and LP's
- sheet music and scores
- music literature
- music magazines
- music videos
- music reference books
- recordings you can listen to

Most of the music materials are accessible in the online library catalogue. If your database searches produce no results, it is a good idea to ask a librarian in the Music Department.

The Department Offers

- listening facilities with headsets
- two soundproof rooms with a piano for rehearsing music in
- access to Naxos Music Library
- facilities to digitize VHS cassettes, 8mm videotapes, LP's, and cassettes and to scan slides, negative films, and negatives

Search the catalog

KESKIKIRJASTOT

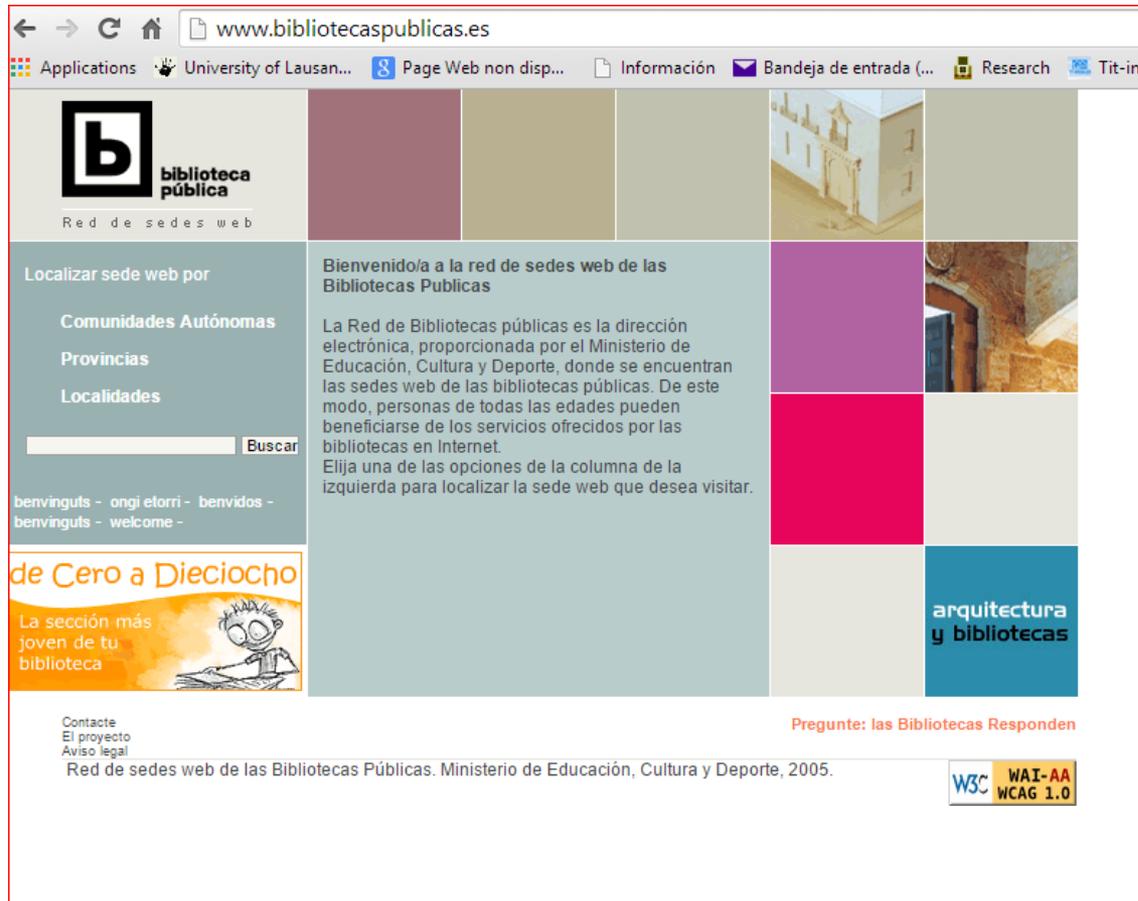
Advanced search

Kirjasto suomeksi

Simple guide about City Library (pdf):
Burmese
English
French
Kurdi
Persian
Russian
Swahili
Thai

ASK a Librarian

La stratégie TIC: Bibliotecas Publicas de Canarias



The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying www.bibliotecaspublicas.es. The browser's taskbar includes icons for Applications, University of Lausan..., Page Web non disp..., Información, Bandeja de entrada (...), Research, and Tit-im.

The website layout features a header with the logo "biblioteca pública" and the text "Red de sedes web". Below the header, there is a navigation menu with the following options: "Localizar sede web por", "Comunidades Autónomas", "Provincias", and "Localidades". A search bar with the text "Buscar" is also present.

The main content area is divided into several sections. On the left, there is a section titled "de Cero a Dieciocho" with the text "La sección más joven de tu biblioteca" and an illustration of a child reading. The central section contains the text: "Bienvenido/a a la red de sedes web de las Bibliotecas Públicas. La Red de Bibliotecas públicas es la dirección electrónica, proporcionada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, donde se encuentran las sedes web de las bibliotecas públicas. De este modo, personas de todas las edades pueden beneficiarse de los servicios ofrecidos por las bibliotecas en Internet. Elija una de las opciones de la columna de la izquierda para localizar la sede web que desea visitar."

At the bottom of the page, there is a footer with the text "Red de sedes web de las Bibliotecas Públicas. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2005." and a logo for "W3C WAI-AA WCAG 1.0".

La stratégie TIC: Bibliothèque nationale du Maroc

www.bnrm.ma/bnrm/

University of Lausan... Page Web non disp... Información Bandeja de entrada (... Research Tit-immobilier-Abid... www.adcomunicare... OMEDIA : Cabine

 المكتبة الوطنية للمملكة المغربية
المملكة المغربية | المملكة المتحدة | جمهورية مصر العربية
Bibliothèque Nationale du Royaume du Maroc

Français | عربي

[Accueil](#) | [Actualités](#) | [Règlements](#) | [Infos Pratiques](#) | [FAQ](#) | [Contact](#)

Recherche...

Bibliothèque | **Activités Culturelles** | **Agence Bibliographique** | **Catalogues en Ligne** | **Bibliothèque Numérique**

- ▣ A propos de la BNRM
- ▣ Ressources
- ▣ Informations pratiques
- ▣ Coopération
- ▣ Nos collections



A la une | **Actualités** | Actuellement à la bibliothèque

 A l'occasion de son Assemblée Générale annuelle, tenue le 10 Avril 2014 à Berne (Suisse), Monsieur Driss Khrouz, Directeur de la Bibliothèque Nationale du Maroc...

 افتتاح المعرض الفني للتشكيل رشيده السبتي

 حفل توزيع جائزة الإنفلس الكبير



La stratégie TIC:

- Plateforme Web centrée sur l'information et très peu sur la communication
- Un nombre réduit d'information et de links qui dirige les internautes sur d'autres plateformes
- Une faiblesse dans le design et la définition des contenus du site
- Il ne s'agit pas d'un site à valeur ajoutée
- Les informations ne sont pas toujours actualisées créant de ce fait une image négative sur la plateforme
- Les ressources d'information en ligne ne sont pas les plus avancées
- Il y a une absence de politique d'information sur les social media
- Il existe une utilisation limitée des ressources de la communication digitale
- La plateforme web est un outil encore très peu utilisé pour impulser les visites et entretenir les relations avec les usagers des centres de lecture

La stratégie TIC:

Une analyse du site de la Bibliothèque municipale de NYC

The screenshot displays the homepage of the New York Public Library website. At the top, a yellow banner provides a notice: "The Stephen A. Schwarzman Building will be CLOSED on Monday, November 3 for the Library's annual Library Lions fund-raising event." Below this, the library's logo and name are prominently displayed, along with "LOG IN" and "DONATE" buttons. A search bar is positioned to the right of the logo, with the placeholder text "Find books, music, movies and more" and a "Classic Catalog" link below it. A dark navigation bar contains links for "My NYPL", "Explore", "Research", "Using the Library", "Locations", "Classes & Events", "Support the Library", and "Help".

The main content area features several promotional banners:

- FREE EXHIBITION "Somebody Come and Play"**: Celebrating 45 Years of Sesame Street, currently on display at the Lincoln Center Library for the Performing Arts.
- FREE EXHIBITION "i found god in myself"**: A special exhibition marking the 40th Anniversary of Ntozake Shange's "for colored girls" at the Schomburg Center.
- NEW PODCAST "Jane Smiley"**: A new podcast featuring the acclaimed author discussing her new trilogy "The Last Hundred Years," the challenges of writing a century, and her characters.
- FREE PERFORMANCE "Abdullah Ibrahim"**: A concert featuring pianist and composer Abdullah Ibrahim with his trio, septet Ekaya, and big band at the Schomburg Center on October 20, 7pm.

At the bottom, there are two sections:

- RECOMMENDED BY OUR LIBRARIANS**: A row of book covers including "stay awake dan", "Bridging Two Dynasties", "A COLD WINTER LONELY PLACE", "THE KID", and "TOWNIE".
- WANT THE BEST OF NYPL IN YOUR INBOX?**: A sign-up form for an email newsletter, including a "SIGN UP" button and a "Privacy Policy" link.

La stratégie TIC:

Une analyse du site de la Bibliothèque municipale de NYC

- Un design esthétique avec des liens et des images qui emmènent le lecteur à la recherche de l'information
- Usage de tous formats de la communication digitale
- Bibliothèque 3.0
- Centralisation des informations sur la principale plateforme
- Web d'information et de communication (prosumers)
- Une diversité de services interactifs et de gestion de comptes par Internet
- Un véritable support d'appui à la promotion de la bibliothèque publique avec un rôle complémentaire
- Les ventes d'articles, l'achat de billet pour événements, la gestion des comptes usagers, les réclamations en ligne, l'accès à un catalogue centralisé depuis la base de données

La stratégie TIC:

Une analyse du site de la Bibliothèque municipale de NYC

www.nypl.org/events/classes/calendar

University of Lausan... Page Web non disp... Información Bandeja de entrada (... Research Tit-immobilier-Abid... www.adcomunicare... OMEMIA :

Public Programs

Classes

Adult Learning Centers
English Conversation
Groups: Intermediate Level
We Are New York (WANY)
English Conversation
Groups: Intermediate Level
Celeste Bartos Education
Center Services
Selected Schools and
Organizations Offering
Computer Training
NYPL TechConnect Classes

Exhibitions
Tours at NYPL

Classes

Throughout the year, The New York Public Library offers more than 25,000 free public programs at its 89 locations in the Bronx, Manhattan, and Staten Island. [Additional classes and workshops.](#)

SEARCH CLASSES:

Location:

Topics:

Audience:

Series:

Date:

1,722 events found.

Page 1 of 44

TIME	EVENT	LOCATION	AUDIENCE
MONDAY, OCTOBER 20, 2014			
4 a.m.	Kids Learn @NYPL Learn about how to use the computer, the NYPL catalog, other available online resources for kids. 10/6: Basic Computer Skills 10/20: NYPL Catalog and MyNYPL 10/27: Online Resources for Kids	Belmont Library and Enrico Fermi Cultural Center	Children, School Age (5-12 years), Children
9:30 a.m.	Internet for Beginners An introduction to the Internet, including getting connected, using a web browser, and navigating web pages. Learn how to find information online using search engines and subject directories. <i>Registration required: Phone or in-person</i>	Spuyten Duyvil Library	Adults, 50+, Adults
10 a.m.	Internet for Beginners An introduction to the Internet, including getting connected, using a web browser, and navigating web pages. Learn how to find information online using search engines and subject directories. Prerequisites: Basic mouse, keyboarding, and computer skills. <i>Registration required: Phone or in-person</i>	Riverside Library	Adults
	Protecting Your Privacy and Security Online This course will cover how important it is to be safe when providing your information on the		

DONATE NOW!

ASK&NYPL
Chat with a librarian now

FROM OUR BLOGS
神探1分鐘 -- Shen tan 1 fen zhong
J-Chi 793.73 Shen tan
Shen tan 1 fen zhong -- [READ MORE](#)

Conclusion

- Le Marketing est un outil important pour la promotion des bibliothèques,
- La bibliothèque doit aller vers ses publics et leur faire une offre en fonction des besoins de ces usagers
- La création d'un label de bibliothèque étant une référence dans le secteur de la culture et lecture publique est nécessaire.
- L'usage positif de cet outil apporte une valeur ajoutée à la bibliothèque et permet de conserver et de fidéliser les publics,
- Le besoin de développer une stratégie de marketing en tenant compte des nouveaux supports est une exigence.
- Les nouveaux supports digitaux doivent être considérés comme des outils complémentaires et non supplémentaires,
- La connaissance des consommateurs, leurs habitudes de consommation de lecture et leurs besoins est une exigence pour mieux adapter nos stratégies marketing aux exigences du secteur.