

十、順架中文參考書 540-640 類號。

十一、進行 104 學年度內部控制制度自行檢查及風險評估。

中華民國圖書館學會 105 年度

「打造更有梗的行銷管道--圖書館創意傳銷研習班」學習心得報告

Marketing Styles: Inspiring, Innovative and Inventive-Library

Workshop on Creative Management, Marketing and Services

流通組 羅問津

時間：中華民國 105 年 7 月 25-29 日(課程總時數:30 小時)

地點：國立公共資訊圖書館二樓第一會議室

主辦單位：中華民國圖書館學會、國立中興大學圖書資訊研究所、

國立公共資訊圖書館

壹、研習主題及主講教授

課程主題	主講人	現職
社會媒體與圖書館行銷	呂春嬌	國立公共資訊圖書館館長
雲端世界的行銷術	郭俊桔	國立中興大學圖書資訊學研究所 助理教授
走在閱讀推廣的浪尖上	凌爾祥	天下雜誌教育基金會秘書長
兒童數位閱讀 123	宋慧筠	國立中興大學圖書資訊學研究所 助理教授
打造吸睛的宣傳與活動	周佳岑	心悅創藝活動公關企劃總監
圖書館服務設計	郭政忠	國立臺中教育大學文化創意產業 設計與營運學系助理教授
讀者訴願的真實故事	鄭銘彰	國立臺灣大學圖書館社會科學資 源服務組組長
標竿學習--戶外參訪	毓繡美術館 羅布森書蟲房	
推廣行銷方案設計實作	羅思嘉	國立中興大學圖書資訊學研究所 所長
成果發表	呂春嬌 羅思嘉	國立公共資訊圖書館館長 國立中興大學圖書資訊學研究所 所長

貳、研習主題

一、社會媒體與圖書館行銷

國資圖呂春嬌館長以國立公共資訊圖書館為例，解說 2012 年 6 月搬遷至新址時所運用的傳銷經驗：

(一)國資圖簡介

- 1.國資圖歷史沿革
- 2.新館簡介
- 3.現況說明
- 4.困境與挑戰

(二)創意行銷·建立品牌價值

- 1.掌握政策走向
兼顧政策走向及民眾需求

- 2.識別系統

國資圖有：

- A.一個理念 Real@your library：國資圖可扮演民眾探索知識的領航者、平衡數位落差的實踐者、深耕全民閱讀的推動者、營造享受閱讀探索知識自在休閒終身學習的第三生活空間
- B.二個口號：成為 528 所公共圖書館通路、成為全民數位學習與體驗的平臺
- C.三個行銷：協同行銷、文化行銷、精神行銷
協同行銷：社群行銷(愛好康、愛折扣、愛趣味、愛打卡、愛新鮮、愛免費)、互動行銷(共創回憶、街頭行銷、最後倒數、感動道別)、事件行銷、病毒行銷、置入行銷
文化行銷：新館開幕、數位接軌、閱讀續航、臺灣閱讀節
精神行銷：怪獸老爹圖文創作展、典範複製(主題影展、數位體驗下鄉、高齡服務全國培訓及推廣)、關注青少年閱讀素養
- D.四大基地：臺中、南投、彰化、總圖
- E.五隻吉祥物
- F.十大策略：從購買現成到自創品牌、突破談判模式創新局、從實體到虛擬、從實驗到分享、從館內到館外、從向上延伸到向下紮根、從政府到民間、從競爭到合作、從同業到異業、從國內到海外

(三)主動出擊不設限

- 1.資源共享：徵集免費電子書、寄存政府出版品上線、數位典藏、

數位推廣、充實公共數位資源、全公圖共享、圖書贈偏鄉、書本巡迴展

2.爭取專案：透過平板下鄉推廣數位閱讀到您家、辦理平板電腦教育訓練課程、數位行動載具應用服務、盲用電子圖書閱讀系統、身心障礙輔助科技技術發展研究計畫、公共圖書館閱讀環境與設備升級計畫、分館空間改造

3.對外開放：推動大專院校生見習計畫、規畫夏日大學課程、停車場及商店區 OT 案、合作經營分館、數位體驗區等委託經營管理

(四)彙整實績，創造雙贏：創新服務

1.圖書館新樣貌：圖書館朝「類博物館」的模式經營，與博物館間的界線日益模糊

2.合作對象：A.各國辦事處、協會；B.視障團體；C.政府單位；D.各級學校；E.企業；F.民間團體；G.基金會；H.醫院；I.個人

二、雲端世界的行銷術



郭老師介紹如何把雲端運算應用在圖書館的服務與數據分析：

1.雲端運算的商業計算模型

- a. 「協同創作」變成主流：如「維基百科」、「Facebook 臉書」就是透過分布在全球各地的網民們共同創作完成
 - b. 網路型組織：透過網路雲端架構把不同部門的人員組織起來完成跨部門合作
 - c. 連網裝置成長：未來「智慧裝置」將成為資訊系統中的重要元素，協助蒐集、運算、統合資訊。譬如家中裝了智慧電表，可以幫助偵測用水、用電量，何時使用電可以省電費
 - d. 實驗與大量資料：透過雲端運算，可以快速分析大量資訊，降低正式執行計劃時的風險成本
 - e. 佈建永續的社會：善用雲端運算科技來降低能源使用及環境傷害
2. 物聯網
- a. 感知層(Device)：像 RFID(無線射頻辨識)技術、感應技術、控制技術及短距離無線通訊技術等，這些技術都是在感知層所需要的關鍵技術
 - b. 網路層(Network)：負責將感知層所收集到的資料傳輸至應用層進行處理
 - c. 應用層(Application)：積極開發出具有高效能以及快速的軟體整合應用
3. 大數據與分析
- a. 從資料庫中探勘知識：賣場商品擺設
 - b. 了解顧客行為：顧客服務滿意度
 - c. 幫助企業作決策：商業智慧
 - d. 增進商機：問卷調查的實施、商品推薦
4. 意見分析
- a. 文件層級：文件層級分析的主要目的，是找出整篇意見文章所表達的正面或負面情緒
 - b. 語句層級：語句層級分析的主要目的，是找出每句話所表達的正面、負面或中性情緒，而中性意見通常也代表沒有意見
 - c. 概念層級：由於文件層級分析與語句層級分析無法有效找出話語中的真正意見，因此概念層級分析的目標就是要透過最細緻的分析方法，來理解話語中的所有情感、意見與其對應目標
5. 使用情緒分析之圖書館滿意度評估系統
- a. 背景與動機：大學追求教學卓越、國際頂尖一流之際，需要具

備優良服務品質的圖書館作為後援。利用網路資源瞭解使用者對圖書館服務的意見與滿意程度

- b.文獻探討：傳統圖書館滿意度評估方法(問卷調查法、訪談法、焦點團體訪談法、觀察法)、近年相當熱門的微網誌、臉書等
- c.實驗設計：郭老師舉例中興大學圖書館進行之個案實驗研究，藉此提供大學圖書館利用並實施使用者滿意度之評估

三、走在閱讀推廣的浪尖上



由天下雜誌教育基金會凌爾祥秘書長，介紹天下雜誌教育基金會長期推動閱讀的成果及過程：

- 1.2004 年啟動希望閱讀計劃，認養 100 所教育優先區小學，以鄉鎮聯盟小學為主，2005 年再加入 100 所偏鄉小學
- 2.透過大學志工偏鄉服務擔任鼓勵並引導閱讀的推手
- 3.鼓勵企業志工關懷社會，前往認養的小學說故事
- 4.邀集國際推動閱讀教育專家學者，分享成功經驗

- 5.提供 20 名聯盟小學教師國內培訓及海外研習機會
- 6 表揚閱讀典範教師
- 7.鼓勵社區家長發起故事爸媽行動，到校陪伴孩子閱讀
- 8.鼓勵聯盟小學持續為教師、社區家長及志工舉辦閱讀研習活動，強化在地力量

四、兒童數位閱讀 123

由於 3C 產品的問世，發展出新的閱讀媒介，從桌上型電腦、筆記型電腦，到現在很普遍的平板及智慧型手機等，這些 3C 產品充斥我們左右，包括我們的兒童也不例外。

3C 產品對兒童到底是好還是壞?針對此中興大學圖資所宋慧筠老師跟大家分享數位閱讀的最新趨勢與發展。

- *「重要的是教育內容，而不是呈現內容的形式」
- *「兒童花在使用科技的總時間固然重要，但是當在決定什麼是有效率及適當的時候，兒童如何使用科技也一定要考慮在內。」
- *選擇適當(有教育性質)的 APP 給小孩使用

透過成人陪伴兒童使用 3C 產品，是可以提升學習的。而圖書館能提供的是「3C 產品出借服務」及「3C 產品的使用服務諮詢」

五、打造吸睛的宣傳與活動

目前圖書館的角色已從傳統的被動接受讀者前來轉為主動吸引讀者上門，為了引起讀者注意，各館無不卯足全力推出各種活動。周佳岑企劃總監認為現在辦活動還需有「梗」，梗 Gag 的音譯，為玩笑、插科打諢之意，最初是笑點，後來演變為橋段的意思，而想要有梗最重要的是要能「撼動好奇心」與「激發同理心」，運用文字諧音、形象反差等方法，讓人覺得有趣，進而想要了解活動內容及參與。

六、圖書館的服務設計

臺中教育大學文化創意產業設計與營運學系郭政忠老師從時下最熱門的手機 APP 寶可夢 Pokemon Go 談起服務設計如何在無形中鼓勵人們彼此分享及互動。進而提出國外圖書館及企業的多樣化服務設計實例：美國巴爾的摩公共圖書館與小農合作推出虛擬超市 (Virtual Supermarket)，販售自然農法作物，藉由圖書館這個管道，把好的訊息、好的食材分享出去。

郭老師分享了一種新的設計思維，認為一般設計都是先感性再理性(例如設計師先感性為圖書館設計了很有特色的建築外觀及內裝，圖書館員再以理性來使用此空間)，而恰當的服務設計應為先理性再感性(圖書館員先提出空間理性使用需求，設計師再予感性設計)，也就是應以服務對象為主體(圖書館的服務主體就是讀者)，而不是以提供服務者(館員)之觀點來設計服務內容。

七、讀者訴願的真實故事



台大圖書館社科院分館鄭銘彰組長與大家分享，如何保持正向的態度與讀者友善溝通及應用同理心來處理讀者的需求，進而達到提升讀者的滿意度。鄭組長特別強調「同理心」的重要，所以要耐心傾聽、適度安撫、積極處理、提供建議、轉介，其實讀者要的是---理解他的需要，幫忙解決問題。

鄭組長也分享了特殊讀者(以館為家的校外讀者、刻意滋擾鄰近讀者、犯罪行為讀者)的因應之道，同時圖書館對讀者也需負保密責

任(包括 1.個資內容 2.特殊事件跨單位移送以密件處理 3.除了權責調查單位，任何人前來主張取得與申訴案情有關的影像、資料，不能直接交付申訴當事人。

圖書館在應對讀者時，還是要回歸到人與人的溝通初心，並且在館員職訓過程做好心理建設。而在館務營運方面，則是提供一個設備完全、環境安全的場所，讓讀者滿意。最後鄭組長勉勵所有研習者---讓讀者滿意是無止境的目標；微笑是讓讀者感到服務誠意唯一道路。

八、標竿學習--戶外參訪

1.毓繡美術館



是首座以「當代寫實藝術」為定位的私人美術館，由企業家侯英莫先生、葉毓繡女士賢伉儷出資興建。希望透過美術館的力量來提升臺灣的藝術美感及把年輕藝術家推向國際。

參訪時正展著派翠西亞的「身體風景」藝術作品，而專業志工的介紹也讓學員們有了深刻的認識。整座美術館是以清水模建築為概念展現其特殊性，而不管是館內收藏或建築美學都讓與會者享受了一場美不勝收的視覺饗宴與藝術傳銷震撼。

2.羅布森書蟲房



位於台中烏日、南投草屯、彰化芬園三地交界處，創辦人是升降梯及污水處理企業家，為了圓自己的夢想，懷抱著每年賠 100 萬，十年不關的矢志努力經營一個極具特色的獨立書房。店長仔細地為學員們介紹書房內設施，讓學員們都感受到那個恬適閱讀氛，接著跟隨店長的步伐拾級到二樓簡報室，聽店長介紹與大專院校的異業合作行銷、與台中市圖合作借還書、談到未來經營的夢想與目標，原來書房也可以結合生活美學、品茗/咖啡/餐飲、手作小物、生活小物、生活雜貨、文創商品、藝術展覽等作多元的文化行銷。參訪的每一位學員莫不想擇日再來，並且向親朋好友分享這麼一個好地方，這不就是口碑行銷的最佳典範。

九、推廣行銷方案設計實作

經過四天充實的課程後，接著由中興大學圖書資訊學研究所副教授兼所長，同時也是本次研習班的班主任---羅思嘉老師，帶領學員進行「推廣行銷方案設計實作」。

實作程序為：

- 分享你的圖書館經驗
- 設計圖書館情意

- 腦力激盪創意
- 設計議題與目標
- 設定策略與方法
- 設計實施步驟
- 評估預期成效

十、成果發表

透過分組討論，規劃案的主題相當多元，有針對原住民孩童的圖書館利用教育活動、反向操作的飲料趴活動、高中圖書館搬遷的行銷宣傳、結合實境擴充(AR)功能的找書導引 APP、活潑有趣的夜訪圖書館活動等，最後由學員們投票選出最「有梗」的規劃提案，結束了五天收穫滿滿的研習課程。

心得：

為了要提供圖書館讀者最新且最高滿意度的服務，中華民國圖書館學會舉辦了這場研習課，把精采的課程濃縮在 30 個小時，請來專業老師為學員們授課。透過這樣的課程及學員之間的交流，讓學員用最短的時間取得相關行銷知識，期能在自己工作有所助益。尤其與讀者有第一線接觸的工作人員更要具有行銷觀念、強烈的服務取向，把讀者的需求奉為最高工作指導原則，而讀者的滿意回饋則是館員的最大成就。期許自己能好好運用研習中所學，達成讀者服務之最佳狀態。

參加「數位典藏與校史經營研究國際學術研討會」心得報告

流通組 謝鶯興

會議日期：民國 105 年 11 月 29 日至 30 日

主辦單位：國立台灣師範大學圖書館、圖書資訊學研究所

會議地點：國立台灣師範大學圖書館 B1 國際會議廳

前言

本館近年來，持續進行館藏校史文獻的整理與數位化，陸續將成果上傳到「虛擬校史館」，並將訊息刊登在「館訊」上，讓校內外人士知悉館藏與整理的概況。惜受限於技術層面的闕如，僅能藉「搜尋」的功能，加上檔案上傳前的輔助建置，得以搜尋到資料庫中的線索。

台灣師範大學圖書館與圖書資訊學研究所舉辦「數位典藏與校史經營研究國際學術研討會」，奉館長指示前往參加。該研討會原先設計的子題分別