

1 слайд

Добрый день, уважаемые коллеги! Разрешите представить вашему вниманию результаты исследования «Бренд-менеджмент ЦГПБ им. В.В. Маяковского».

Каждый день в своей жизни сталкиваемся с таким понятием как Бренд и делаем выбор в пользу того или иного бренда. Бренды играют важную роль в современном обществе. Что же такое бренд?

Бренд –это название, термин, знак, символ ли дизайн, которые позволяют нам идентифицировать товары или услуги того или иного производителя. Бренд - это не только товар или услуга сами по себе, а образ, уникальный и привлекательный для потребителя.

2 слайд

Библиотека –это общественный институт, основной задачей которого является предоставление высококачественных информационных услуг потребителю. А они должны быть востребованы. Поэтому все больше сил и времени занимает работа над созданием более привлекательной библиотечной среды и узнаваемого стиля библиотеки. Необходимо сделать библиотеку интересной, конкурентоспособной, а как следствие, должен последовать **рост приверженности потребителей бренду библиотеки**. А вместе с этим и его рыночного и общественного статуса.

Развитием бренда занимается **Бренд-менеджмент**

3 слайд

Бренд-менеджмент является мощным инструментом, с помощью которого бренд находится под регулярным контролем. А чем больше бренд известен, популярен и востребован, тем сильнее он становится.

4 слайд

Весной 2015 года в Санкт-Петербургском институте культуры было проведено исследование «Бренд-менеджмент в библиотечно-информационной сфере». Задачи (читаем слайд)

5 слайд

Базой исследования выступила Центральная городская публичная библиотека им. Маяковского.

Библиотека занимает главное место среди библиотек Санкт-Петербурга. Это не просто библиотека, это бренд. Бренд под названием «Маяковка».

6 слайд

Как брендированная организация мы имеем свой фирменный знак – логотип. Старый логотип в виде буквы «М» обозначал открытую книгу. После ребрендинга в 2014 году библиотека поменяла свой фирменный стиль. Это выразилось в разработке **нового логотипа**, выборе **официальных фирменных шрифтов**, которые теперь используются в оформлении деловой и рекламной документации, а так же были закреплены **цвета и паттерн**.

Логотип оставили буквой М. Интерпретация знака ненавязчиво отсылает к эпохе русского авангарда, который характеризуется в истории культуры как прорыв в различных отраслях гуманитарного знания.

7 слайд

С целью разработки рекомендаций для продвижения бренда библиотеки было проведено Анкетирование «Узнаваемость бренда «Маяковка» и ребрендинг логотипа». Задачи озвучить.

8 слайд

Респонденты 100 человек

9 слайд

Перечислить результаты

Брендовое имя «Маяковка» популярно среди пользователей библиотеки и активно используется ими.

Библиотека действительно имеет свое отличительное брендовое имя, которое сложилось благодаря читателям. Имя лаконично и легко запоминается. Конечно, не исключено, что читатели могут совершенно по-разному называть библиотеку, но большинство опрошенных смело именует ее «Маяковка»

10 слайд

На вопрос «Нравится ли Вам, что Библиотеку называют «Маяковка?»» ответили 64% — «Да»; 36% — «Нет»

Отсюда следует, что большинству нравится брендовое название «Маяковка». пользователи библиотеки часто называют библиотеку брендовым именем «Маяковка». Оно привлекательное и простое. Это удобное сокращенное название библиотеки имени В.В. Маяковского. читатели невольно произносят «Маяковка» при упоминании библиотеки, хотя даже не подозревают, что это распространенное имя. Но также имеется немаленький процент читателей, которым не симпатизирует данное брендовое название. Это может быть связано с тем, что читатели привыкли называть библиотеку «Библиотека Маяковского» или любым другим именем, а также с тем, что, называя библиотеку ее основным и главным именем, читатель выражает глубокое уважение к ней.

11 слайд

«Знаете ли Вы, как выглядел старый логотип Центральной городской публичной библиотеки имени В.В. Маяковского?» ответили 12% — «Да»; 88% — «Нет»

Большинство опрошенных читателей не знают, как выглядел старый логотип библиотеки. На это может быть ряд причин. Некоторые читатели, возможно, никогда не интересовались есть ли у библиотеки логотип и что он может означать. В первую очередь, читатель обращается в библиотеку за книгой, не задумываясь о логотипе. У многих пользователей может не быть свободного доступа в Интернет и поэтому они не заходят на сайт, а именно там можно было встретить логотип библиотеки. Не каждый обратит внимание на детали буклета или плаката о каких-либо мероприятиях библиотеки. Кроме

сайта на плакатах и буклетах можно было встретить логотип. Также, возможно, библиотека недостаточно активно рекламировала свой логотип на сайте и в социальных сетях библиотеки. В связи с ребрендингом, многие пользователи уже не смогут ознакомиться на сайте библиотеки со старым логотипом, только если на сайте опубликуют специальный пост, посвященный этому; также старый логотип можно найти в интернете.

На вопрос «Видели ли Вы новый логотип Библиотеки имени В.В. Маяковского?» ответили 30% — «Да»; 70% — «Нет»

Большинство не видели новый логотип, но тех, кто видел, уже гораздо больше. Многие читатели не видели старый логотип, но видели новый. Логотип играет важную роль. Он является элементом фирменного стиля, который выражает индивидуальность библиотеки. Благодаря логотипу библиотека отличается от остальных, так как имеет свое собственное оригинальное графическое начертание названия.

12 слайд

На вопрос «Нравится ли Вам новый логотип Библиотеки?» ответили 19% — «Да»; 5% — «Нет»; 76% — «Я его не видел(а)»

Из этого следует, что большинство не видели новый логотип библиотеки, но из тех, кто видел, большинству он понравился. Следовательно, ребрендинг оригинального графического начертания названия получился удачный. Логотип нравится читателям. Современный и уникальный фирменный стиль отличает библиотеку от остальных. Реконструкция сайта библиотеки позволит читателям незамедлительно познакомиться с новым логотипом, а реклама в социальных сетях прорекламирует его еще больше.

На вопрос «Напишите, пожалуйста, Ваши пожелания в адрес Центральной городской публичной библиотеки имени В. В. Маяковского, которые помогут стать ей еще более популярной» ответили:

добавить больше удобной мебели, создать современную, демократичную атмосферу. Расширить присутствие в сети. Рекламировать возможности. Запустить приложение»,

«Было бы приятно видеть работников в униформе или с какими-то элементами»; «Проведение в библиотеке семинаров, экскурсии по истории библиотеки среди учащихся»; «Организация молодежных проектов, направленных на популяризацию библиотеки»; «Проводить побольше нестандартных для библиотеки мероприятий, таких как юридические форумы»; «Передать раскрутку библиотеки в руки талантливого маркетолога»; «В отделе литературы на иностранных языках, хотелось бы видеть больше изданий последних лет (по части подготовки к международным экзаменам и так далее)»; «Снабдить библиотеку обогревателями и сделать ее более современной»;

«Хотелось бы больше людей консультантов, потому что когда мы в первый раз **пришли в библиотеку, то умудрились там потеряться и бегали по этажам, так как каждый направлял на другие** и про то, что можно посмотреть наличие книг онлайн узнали случайно, а потом еще долго разбирались как пользоваться этой программой и что то в ней искать»; «В отделе по искусству нет системы вентиляции»

13 слайд

Результаты анкетирования позволили выявить отношение пользователей к бренду библиотеки. В целом отношение к бренду положительное, настораживает, что пользователи не имеют представления или плохо осведомлены о логотипе библиотеки. Поэтому для улучшения ситуации и более эффективного продвижения бренда ЦГПБ им. В. В. Маяковского были разработаны рекомендации, направленные на продвижение бренда «Центральной городской публичной библиотеки имени В.В. Маяковского»:

Усиление рекламы, а также публикация статей о ребрендинге библиотеки и о значении логотипа являются самыми главными критериями продвижения данной библиотеки. Большинство пользователей не видели старый и новый логотип библиотеки и хотели бы получить об этом больше информации.

читатели хотели бы, чтобы библиотека проводила больше публичных мероприятий, работала над вежливым обращением с читателями
запустила мобильное приложение.