

Лауреаты премии ИФЛА-ПрессРидер в области маркетинга в 2024 году



Международная премия ИФЛА-ПрессРидер (IFLA-PressReader) в области маркетинга ежегодно вручается Секцией ИФЛА по менеджменту и маркетингу при поддержке компании «ПрессРидер». Этой наградой отмечаются организации, реализующие креативные, ориентированные на результат маркетинговые проекты или кампании. Премия присуждается за лучшие проекты библиотечного маркетинга 2023 года и направлена на поощрение маркетинга в библиотеках, предоставляя учреждениям возможность поделиться опытом и профессиональными компетенциями в области маркетинга в глобальном масштабе.

В конкурсе приняли участие 107 блестящих и разнообразных работ со всего мира. Десять финалистов были отобраны на основе инновационного вклада в маркетинг в библиотечной области. В этом году библиотеки-победители получают средства на приобретение новых технологий для своей библиотечной деятельности, чтобы улучшить качество предоставляемых ими услуг.

За первое место присуждается 3000 евро, за второе — 2000 евро, за третье — 1500 евро. Также 10 лучших работ будут отмечены сертификатами признания и премиальным аккаунтом «ПрессРидер».

Лауреаты премии

Победителями 2024 года стали:

1. **Библиотеки совета Окленда** (Auckland Council Libraries) (Новая Зеландия): «100 причин обзавестись читательским билетом»;
2. **Городская библиотека Сеула** (Seoul Metropolitan Library) (Республика Корея): «Библиотека Сеула под открытым небом»;
3. **Библиотеки Нанкинского университета** (Nanjing University Libraries) (Китай): «Звуки библиотеки».

Кампания Библиотек совета Окленда «100 причин обзавестись читательским билетом» была основана на четком понимании и определении аудитории и целей. Организаторам не только удалось привлечь новых читателей (61% из тех, кто получил в последнее время

читательский билет, присоединился непосредственно в результате ознакомления с маркетинговой кампанией), но и проделать блестящую работу по воплощению в жизнь всего спектра библиотечной деятельности, используя сообщество в качестве активных сторонников и проводя ее в интересной и захватывающей форме.



Городская библиотека Сеула, занявшая 2-е место, расширила свой охват, перенесла библиотеку на открытый воздух, что позволило решить проблемы безопасности в постковидный период и привлечь в библиотеку тех, кто обычно ею не пользуется. Кампания получила широкое освещение в средствах массовой информации, значительно увеличила число пользователей и обеспечила учреждению долгосрочное финансирование. Жюри также отметило, что эта инициатива послужила примером для библиотек различных уровней.

Библиотеки Нанкинского университета заняли 3-е место благодаря оригинальной кампании, направленной на решение проблем с поведением студентов в библиотеке. В рамках проекта была сделана видеозапись песни с теплым и энергичным посылом, которая помогла сплотить пользователей и привела к значительному снижению количества жалоб. Кампания продемонстрировала, как маркетинговые тактики и творческий подход могут быть использованы при относительно небольших затратах для решения самых различных задач, с которыми сталкиваются библиотеки.

«Мы безмерно благодарны за блестящие заявки, поданные в этом году. Преданность нашей профессии и инновациям, продемонстрированные всеми конкурсантами, были поистине вдохновляющими. Принять решение было непросто, поскольку разрыв по баллам между проектами оказался небольшим. Поздравляем наших достойных победителей; ваши достижения свидетельствуют о высоких стандартах в области библиотечного маркетинга», — сказал Ник Боксем (Nick Voxem), председатель Секции ИФЛА по менеджменту и маркетингу и председатель жюри Международной премии ИФЛА-ПрессРидер по маркетингу.

«В условиях проблем, связанных с дезинформацией и контентом, генерируемым искусственным интеллектом, библиотеки становятся еще более необходимыми для предоставления достоверной информации и содействия вовлечению сообщества. Международная премия ИФЛА-ПрессРидер отражает то, как креативный библиотечный маркетинг может увеличить число читателей и укрепить связи с сообществом. Победители этого года, например, преуспели в работе с общественностью и расширении сферы влияния благодаря своим инновационным кампаниям. Их усилия показывают эволюционирующую и жизненно важную роль библиотек сегодня. Компания «ПрессРидер» с гордостью поддерживает эти инициативы, укрепляя нашу приверженность расширению возможностей библиотек по всему миру. Поздравляем всех победителей за то, что они продемонстрировали непреходящее влияние библиотек на наше общество», — сказал Джеймс Фэрботэм (James Fairbotham), старший менеджер «ПрессРидер» по международным продажам отдела библиотек и учреждений.

Наряду с тремя главными победителями, следующие семь организаций и их кампаний отмечены за их стратегические, инновационные и успешные подходы к библиотечному маркетингу:

- **Детская библиотека Гуанчжоу** (Guangzhou Children's Library) (Китай): «Библиотечный куб»;
- **Городская библиотека Цзяпина** (Jiaxing City Library) (Китай): «Инициирование научно-популярного чтения с помощью Metaverse»;
- **Библиотека Мирана Ярца, Ново-место** (Knjižnica Mirana Jarca Novo mesto) (Словения): «Семейный читательский билет: Преодоление разрыва в грамотности молодежи»;
- **Библиотека Руйана** (Ruian Library) (Китай): «Канал Сяо Цао»;
- **Национальная система публичных библиотек / Национальная служба культурного наследия / Министерство культуры, искусства и наследия** (Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas / Servicio Nacional del Patrimonio Cultural / Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio) (Чили): «Пункты выдачи электронных публичных библиотек»;
- **Стелленбосский университет** (Stellenbosch University) (ЮАР): «Продвижение библиотеки с помощью TikTok»;
- **Публичная библиотека Торонто** (Канада): «Что поставлено на карту?»

Также жюри премии отметило пять участников, достойных специального упоминания. Хотя эти компании не вошли в топ-10, жюри решило выделить их в качестве примеров успешного библиотечного маркетинга:

- **Восточно-Казахстанская областная библиотека им. А. С. Пушкина** (Республика Казахстан): «Сохранение и популяризация культурного наследия Восточного Казахстана»;
- **Библиотека Бэйхай** (Beihai Library) (Китай): «Железнодорожный читальный пункт»;
- **Делфтская публичная библиотека** (Delft Public Library) (ЮАР): «Цифровое облако Делфтской библиотеки»;
- **Шанхайская библиотека** (Shanghai Library) (Китай): «Репринт: погружение в классическую литературу»;
- **Региональная библиотека Ярра Пленти** (Yarra Plenty Regional Library) (Австралия): «Смертельная коллекция».

В августе 2024 года пройдет онлайн-церемония награждения, где победители, финалисты и почетные номинанты представят миру свои образцовые проекты; ведущим церемонии выступит президент ИФЛА Вики Макдональд (Vicki McDonald).

Члены жюри премии выбираются из числа членов Постоянного комитета ИФЛА по менеджменту и маркетингу. В состав жюри вошли эксперты в области библиотечного менеджмента и маркетинга: Ник Боксем (Nick Boxem) (Нидерланды), Харриет Дарсел (Harriet Darcel) (Великобритания), Кармен Истмэн (Carmen Eastman) (Австралия), Фань Цзи (Fan Ji) (Китай), Роксана Хуаман Хуриарте (Roxana Huaman Huriarte) (Перу), Елена Штёр (Elena Stöhr) (Германия) и Ромео Мувхулава Матумба (Romeo Muvhulawa Matumba) (ЮАР). Все члены жюри имели равные права при голосовании и обсуждении.

Контакты для дополнительной информации: Ромео Мувхулава Матумба (Romeo Muvhulawa Matumba) MuvhulawaM@dut.ac.za.

О компании «ПрессРидер». Компания «ПрессРидер» — это крупнейшая платформа для чтения газет и журналов, где люди могут найти актуальный и заслуживающий доверия контент из любой точки мира, объединяющая такие издания, как The New York Times, The Economist, Bloomberg, Foreign Affairs, Los Angeles Times, La Vanguardia, The Globe and Mail, The Guardian, Newsweek, Forbes, Le Figaro, Vanity Fair — и это лишь некоторые из них.

С помощью телефона, планшета или компьютера читатели могут просматривать контент в режиме онлайн или загружать издания для чтения в автономном режиме с помощью приложения. Можно подписаться на неограниченный доступ или воспользоваться полным спектром услуг, предоставляемым одним из партнеров «ПрессРидер». Компании, которые используют платформу премиум-контента для улучшения качества обслуживания своих клиентов, — это такие известные бренды, как Air Canada, British Airways, Cathay Pacific, JetBlue, Iberia, Qatar Airways, Turkish Airlines, Marriott, Fairmont Hotels, Seabourn Cruise Lines, Принстонский университет и Нью-Йоркская публичная библиотека.