

集客力UPのためのお薬

- 現状分析とその背景
 - 解決の方法
 - 提案
-

現状分析とその原因

■ 図書館で企画するガイダンスの集客をあげる

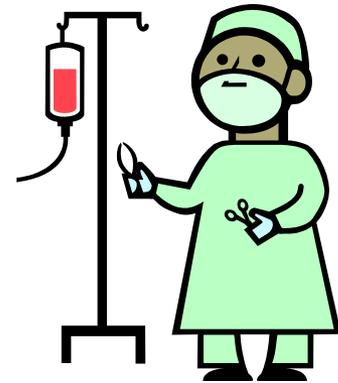
教員からの依頼＞図書館独自企画

- 対象がはっきりしていない
- タイミングを計っていない
- 媒体が魅力的でない
- 方法や場所に工夫がない

図書館員の考えと学生の希望が
ミスマッチしているのでは

解決の方法

- 即効性のあるPR方法
 - ネーミング
 - チラシ・ポスター
 - タイミング
 - 教員からの周知
- 持続性のあるPR方法
 - 学生の活用
 - 口コミ(学生・教員)
 - 館員と学生との人間関係
 - 場所の工夫

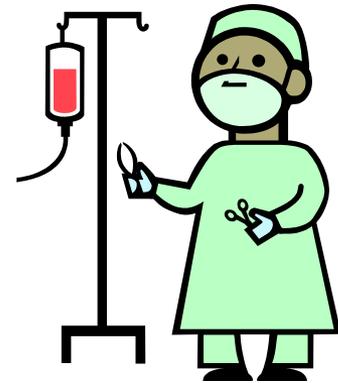


ネーミング

- 「情報検索セミナー」
 - 「あなたらしいレポートを書くためのコツ」
-

解決の方法

- 即効性のあるPR方法
 - ネーミング
 - チラシ・ポスター
 - タイミング
 - 教員からの周知
- 持続性のあるPR方法
 - 学生の活用
 - 口コミ(学生・教員)
 - 館員と学生との人間関係
 - 場所の工夫



学生の活用

■ 学生の活用

- 新入生オリエンなどのとき、館員ではなく学生（先輩）から宣伝をしてもらう



自館にあったお薬を！

