

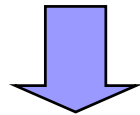
見せる！魅せる！広報戦略

図書館に来ない学生を
取り込むために

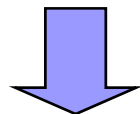
(4班・マーケティング・広報・PR)

共通する問題点

- 図書館のユーザーには、ヘビーユーザーと全く来ない学生がいる。



全く来ない学生を図書館に来させたい。



利用者のニーズをもっと把握したい。
有益な広報・PRを探りたい。

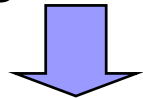
マーケティング

学生に近い職員への聞き取り調査

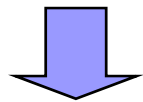
- 論文を書くのに困っていない。不便を感じていない。
- 「自分がすごくできているとは思わないが、だいたい平均的だろう」、「周りも聞きに行っていないから」という思い込み(安心感)。
- 「ガイダンスに行って、他に受講生がいなかったらどうしよう・・・」
- 「必要なものは、先生や先輩に聞くからいいや・・・」

マーケティング

- そもそも必要だということがわかっていない。
ニーズがない？



こちらから提示する。



④ ガイダンスを使って学生を図書館に誘い込む。

全く目的を持っていないユーザーに、
図書館の魅力を伝える！

広報の戦略

ポスター・チラシの場合 その1

学生が集まるところに重点的に

- 学生食堂・生協(書籍部)にポスター・チラシを置いてもらう。
- 食堂のテーブルの上に小さい看板を置く。
- ガイダンス当日、掲示を図書館外の人通りの多いところに出す。

広報の戦略

ポスター・チラシの場合 その2

より目をひくレイアウトにする

- 対象者を明確にする。
- 上3分の1にタイトルを書く。
- 目立つポイントは左上。売り文句はここに。
- イラストを活用。
- 実施する日付を大きく。
- 参加者の実体験(アンケートより抜粋)やガイドダンス当日の写真を載せる。

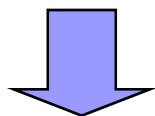
広報の戦略②

目新しいサービス

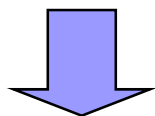
- RSS
- メールングリスト
- SNS
- ポイント制

まとめ

既存のポスター・チラシを改善



図書館に来ない学生を
取り込むことにつなげる！



ガイダンスの参加者もアップ！

ご清聴ありがとうございました。

<参考文献>

牟田静香. 人が集まる！行列ができる！講座、イベントの作り方. 東京, 講談社, 2007, 187p.

見せる！魅せる！広報戦略

図書館に来ない学生を
取り込むために

(4班・マーケティング・広報・PR)