


資訊科技在圖書館行銷之應用

黃明居 組長

 交通大學副教授兼圖書館典閱組

本文依演講內容分為四大單元加以介紹：第一單元介紹現階段資訊科技的發展概況，著重說明對圖書館影響較大的資訊技術與工具；第二單元說明行銷的基本概念與策略規劃，並以業界較俱成效之實例說明其概念；第三單元結合前面所介紹內容，舉例說明資訊科技於圖書館行銷的應用與作法；最後是結論與建議。

第一單元：資訊科技的發展

1.1 Global Digital Library (註 1)

介紹這部是由美國國會圖書館推出的「數位圖書館願景」動畫，主要闡述幾項意涵：

- a. 數位化的趨勢與發展已經超乎我們想像地快速，數位圖書館發展對於圖書館的影響甚鉅，短短十幾年來的光景，已經趨近成熟階段。坐落於全世界的數位圖書館，透過網路科技串連起來，彼此分享與提供資訊服務，將眼前看到的景象，以手機上的 e-mail 傳送，找到相關的資料與書籍，還可透過翻譯功能，對找到的資料內容作翻譯。它是一個全球化的圖書館，是一個多國語言與多文化，整合全世界知識的網路服務平台。

- b. 除了內容之外，有關未來科技應用於行銷上，可看出幾項趨勢：
- 推廣與行銷的動畫或影片，僅需圖像與配樂，無須語言說明與描述，即可傳遞所要行銷的理念，已無語言上的障礙問題。
 - 利用目前廣為大眾使用的平台(如 YouTube (註 2))，將行銷的影片或動畫上傳此平台，分享給全世界的人欣賞，再輸入一些重要的 Tag (圖書館界所謂的 Metadata)，讓讀者非常容易找到你上傳的影片或動畫，是一個蠻好的行銷工具平台。
 - 影片內容之介紹顯示，未來手機的應用絕對會影響人們找尋或使用資料的方式，如何利用手機行銷，是大家務必提早思考的應用。

1.2 Web 2.0 & Library2.0

去年討論最多的是 Library 2.0，主要是由 Web2.0 延伸而來；強調以使用者為中心，提供非常好的互動與社群機制，並且可將讀者所需的資訊主動推播到使用者手中的資訊載體中。這部分的應用有許多，也是今天介紹的重點之一，包括剛才所介紹的 YouTube 之外，Blog (註 3)，Social Network(如 del.icio.us (註 4))，Wiki 百科 (註 5)，RSS，Podcast (註 6)，iGoogle (註 7) 均是目前使用人口廣泛，並且容易拿來當作行銷管道的網路平台工具。以下簡單介紹其相關的技術與應用：

- a. Blog：相信大家已經聽過許多，尤其今年圖書館界有許多研討

會都有學者與相關圖書館館員介紹，不用在此多作介紹。目前有許多圖書館都有相關的應用，如交大、台大、淡江等學校圖書館，交大將它拿來當作行銷的工具平台，公告許多訊息，應用上還有不錯的效果。

- b. Social Network(如 del.icio.us)：這工具非常好用，就是將過去在自己電腦上的「我的最愛」移到網路上的某一台伺服器中，讓讀者在任何地方，只要上網，即可看到自己的「我的最愛」。更重要的是，當全世界上萬人（甚至更多）將他看過「不錯」的網站分享出來時，可以想像它會如何？可以作推薦，更可分享好的網站，可以知道全世界的人喜歡看哪些網站，可以排行等。想想看，若是你要推銷你的網站內容，要作行銷，你會如何利用這個網站？有個故事是：美國總統布希在競選總統時，利用了 Google 查詢結果顯示的排列計算方法，在競選時期，只要美國人上 Google 找尋總統選舉的資料時，顯示檢索結果時，排在前面的資料一定會與布希的消息有關。如何做到的？你是否也可以在行銷時，讓大家上 del.icio.us 網站或其他類似網站時，很「自然地」看到你行銷的資料，如此行銷策略則非常成功！
- c. Wiki 百科：讓大家共同編輯的網路百科全書，資料的結構性非常好，可以好好利用這平台，將自己圖書館相關的資料輸進去，讓華人在找尋資料時，很容易找到你輸入的圖書館相關資料。
- d. RSS 技術：現在許多圖書館已經使用了這項技術，將圖書館重

要的訊息「主動」送到讀者的信箱或其閱讀器中。但我所要提的是：像 iGoogle（註 7）這樣的應用工具，將 RSS 的技術發揮到極致，提供使用者一個蠻好的平台，「自動」蒐集（連結）自己所需要閱讀的資料網站，雖然 iGoogle 的想法並非創新（它不是第一個開發類似平台的產品公司），但是 Google 的魅力還是不可擋。未來圖書館是否也可建置一個過去「個人化圖書館 (MyLibrary)」（註 8）的介面，如 iGoogle 一般，那未來圖書館的許多行銷的訊息，絕對可以透過這個介面送到讀者手中。若這部分無法做到，可以退而求其次，作一個圖書館的資訊「推播 (Push)」，讓 iGoogle 也可以抓的到，讓讀者也可以透過 iGoogle 等類似產品，取得相關圖書館的訊息。

- e. Podcast：也是利用「推播 (Push)」工具，內容是以「聲音 (Audio)」為主，是由 Apple 公司推廣 iPod 產品時，所開發出來的新工具，目前許多 Podcast 的入口網站（註 6），蒐集非常豐富且多元的各項領域 Podcast，是蠻不錯的利用工具，如 RSS 部分所述。

1.3 資訊的載體

近年來行動通訊技術的進步，影響人們互動與溝通的行為，更加速行動資訊服務的到來。尤其今年「阿福機」或 iPhone 以及許多 3G 手機的大力行銷之下，低價位且功能強大的 PDA 或手機已經來臨，可以上網，聽音樂（電子書），觀賞影片等。如何將上述的應用

轉向到行動的資訊載體上，將是未來的趨勢，亦是行銷策略所要考量的傳送載體對象之一。

第二單元：策略與行銷

廣義而言，「策略」是企業為實現其經營目標，考量內部能力與外在環境機會及風險，所做出的方向性決策。因此圖書館在規劃行銷策略時，需要考慮到這幾個面向的因素，過去有許多的例子可以說明這個概念。而「知己知彼，百戰百勝」是策略擬定時的最高指導原則。例如：圖書館在行銷策略擬定的過程中，需要先評估自己的資源為何？（知己，內部能力，包括館內的人員，經費等）；並且對於想推廣的對象了解如何？他們的需求為何？（知彼，外在環境機會），分析過後，方可制定哪些行銷的策略。資源若不足，或專業能力較不足，可以作「策略聯盟」等合作的方式，這是目前許多企業使用最多的例子。即雙贏策略（Win-Win Strategy）， $1+1>2$ 等。例如：博客來網路書店與 7-Eleven 的合作，過去博客來書店在電子商務的平台中，處理物流與金流較不理想，但是與 7-Eleven 結盟後，業績大增。圖書館方面，近年來許多圖書館舉辦許多「藝文活動」，或是鄉鎮圖書館舉辦閱讀活動，常因圖書館人力不足，會與其他單位合辦活動，這些均是非常好的合作模式。

行銷部分，簡單從需求（Demand）之管理，創造潛在需求等各方面來談，最著名的例子如「可口可樂」、「麥當勞」與「7-Eleven」

的行銷，這幾家公司的行銷，算是最成功的案例，也為該公司創造了許多潛在客戶與利潤。彼得·杜拉曾經說過「企業只有一個任務，就是一創造顧客」，「企業之最主要的兩種機能是一創新與行銷」，可知行銷的重要性。

最後行銷策略部分，如何擬定行銷的策略，是非常重要的部分。使用「市場區隔」、「差異化」、「低價位」等，均是企業界最常應用的行銷策略。例如：麥當勞抓住小朋友的心：兒童餐+玩具（市場區隔，對象鎖定兒童）；7-Eleven 贈送多拉 A 夢磁鐵(滿 77 元)亦是。而執行策略性的任務時，需具備詳盡的規劃，例如：核心價值，優勢與略勢的分析與明確的目標等。在此不再贅述。以圖書館而言，需要強調的是：自己的核心價值與定位何在？自己所服務對象的資訊需求為何？公共圖書館有公共圖書館的定位與功能，大學圖書館具有大學圖書館的任務所在，絕對不可混淆！目前最令人擔心的是圖書館資源已經相當不足，但許多圖書館高階決策人員常常忘記自己的角色，而浪費許多資源，作無謂的行銷。

第三單元：資訊科技應用於圖書館行銷

最後介紹幾個資訊科技在圖書館的應用實例供大家參考：

- a. **Blog 的應用**：這部分的應用已經非常普遍，國內也有許多圖書館已經應用的蠻好的。交大將 Blog 拿來作為資訊服務的主要平台，包括：圖書館公告，新增資料庫資訊，圖書館陪你作研究，

教師著作區與熱門排行書籍等，並且讓讀者自由的發表意見與溝通。執行了兩年，整體而言，Blog 平台是一個與讀者溝通以及行銷的好工具。

- b. 透過類似 Google 等平台**，作相對的連結：這部分是利用 SFX 的工具與 Google Scholar 結合。目前讀者找資料大多先由 Google, Yahoo 等網站先找尋相關資料，圖書館若能透過這些平台，由這些平台找到的資料，再回頭找尋圖書館資料，不失為一好策略。如第一單元所介紹的許多熱門平台，利用這種概念與方式，能夠帶領讀者由外界平台再連結回圖書館，算是目前較理想的策略之一，否則圖書館將被這些競爭的資訊平台擊垮。又如目前許多國外圖書館已經和 Amazon 合作，由 Amazon 網站找到的書籍，反查圖書館館藏，讓購買者了解圖書館的藏書，對讀者與圖書館而言均是蠻好的串連方式，並達雙贏局面。
- c. RSS 應用**：RSS 在圖書館的應用已經一段時間，這是一項非常好的「推播」工具。過去圖書館有很好的主動服務機制，如「專題選粹 (SDI)」，「MyLibrary 個人化服務」等，若適度利用 RSS 的技術，將可延續這項圖書館優良傳統，更有效率地將圖書館的資訊主動推播給讀者。目前 Blog 的平台均有 RSS 的功能，交大圖書館目前除了應用 Blog 的內部功能外，亦將此工具應用於「新書通告」，讓讀者了解新書的動向。其他的圖書館應用如第一單元所介紹如 iGoogle 等平台或筆者的另一篇文章所介紹的內容

(註 9) 均是蠻好的應用，對於圖書館行銷亦可相輔相成。

d. Podcast 的應用：這部分較著重於聲音的「推播」，如第一單元所介紹，目前有許多 Podcast 的入口網站（註 6）。同樣的概念，若是圖書館有不錯的「聲音」檔案（如交大圖書館製作了許多愛盲「有聲書」），只要在每個有聲書最前端，加上自己圖書館的簡單說明，放在這些入口網站中，免費提供大家聆聽，將對於圖書館的行銷有非常大的助益。

第四單元：結論與討論

資訊科技的進步超乎人們的想像，硬體部分包括有線與無線網路的技術與傳輸效率，行動化資訊載體的效能增進（如 iPhone 與阿福機等均可在載體上閱讀網站資料，聽音樂及有聲書，觀看影片等...），均對於圖書館資訊服務造成蠻大的衝擊；另一方面，Web2.0 相關的網路平台興起，更興起一股前所未有的社會網路（Social Network）風潮，帶動全世界的讀者主動上傳與分享寶貴資料。圖書館在這波浪潮中，如何在扮演一重要角色，再利用這些平台工具與服務，配合圖書館的行銷策略，推出展新的服務，將圖書館的資源能夠 24 小時，隨時隨地「主動」「推播」給讀者，是現在圖書館工作者需要積極學習與面對重要課題。

希望這次演講的內容能對圖書館的工作夥伴有所助益，尤其在台灣圖書館界，國家政策不夠重視，投入的人力與經費嚴重不足的

情形下（各類型的圖書館窘境同，尤其公共圖書館最慘），若能充分利用這些新興的資訊科技，輔助圖書館資訊服務的推展與行銷，解決目前一些服務上資源不足的問題，不無小補。

本文針對 96 年 10 月 19 日於新竹市文化局演講內容作重點整理，著重於觀念與應用的說明。若讀者對於文中之概念或議題有任何疑問，歡迎來信 mjhwang@lib.nctu.edu.tw 指正。

註釋

註 1：Global Digital Library:

<http://www.worlddigitallibrary.org/project/english/video.html>

註 2：YouTube: <http://www.youtube.com/>

註 3：Blog: <http://blog.lib.nctu.edu.tw/>

註 4：del.icio.us: <http://del.icio.us/>

註 5：Wiki 百科: <http://zh.wikipedia.org/wiki/Wiki>

註 6：Podcast: <http://www.podomatic.com/home>

註 7：iGoogle <http://www.google.com/ig/>

註 8：MyLibrary:

<http://www.dlib.org/dlib/april00/mistlebauer/04mistlebauer.html>

註 9：黃明居、簡燕華（2007）。RSS 應用於數位化圖書館專題選粹服務之研究。教育資料與圖書館學。44：3，275-291

<http://research.dils.tku.edu.tw/Joemls/44/44-3/275-291.pdf>

