


公共圖書館公共關係與形象

董國昌 講師

 中興大學行銷學系

壹、公共圖書館公共關係之定義

根據學者黃宗忠教授認為「圖書館公共關係是圖書館運用傳播手段使自己與公眾相互了解、相互協調的一種行為。具體來說，圖書館公共關係是圖書館通過有目的、有計劃的行動，了解公眾對圖書館的態度、看法和要求，促進相互之間的了解合作，對內不斷加強團結，對外不斷擴大圖書館的影響力，樹立圖書館良好形象，爭取社會的支持與協助，為圖書館生存和發展創造有利的條件。」

由實務上的操作來說，就是要有：

- 一、事前完整的規劃。要設定具體及有效的國際與主題，但是設定目標及主題之前，應先確認目標與主題的適當性、合理性及必要性。
- 二、計算成本與效益。產出／投入的評估，如何事半功倍，以最小的投入得到最大的產出。創意、創新的想法與作法，其產出／投入往往是不錯的。可定期要求員工腦力激盪或是尋求客戶之建議找出創新與創意的作法。

三、做市場調查。了解公眾的看法及公、民營同業間之作法。

如 1. 台電 K 書中心(1)早上 8:00 開放：一般圖書館 9:00 才開放。

(2) 除國定假日外，一個月僅休一天；一般圖書館每週一公休

(3) 每一位置均隔開；一般圖書館座位為開放式，且無隔開。

2. 一週公休一天，而上海圖書館全年無休。

四、要讓員工滿意於公眾滿意之前。有滿意的員工才會有滿意的客戶。

五、不僅對來訪之客戶，應對所有館方有來往之對象有良好的互動與服務，如此才可能建立良好的形象。此謂之為「關係行銷」，平日建立良好關係，必要時可發揮「錦上添花」，甚至「雪中送炭」的功能。

貳、公共圖書館公共關係之流程

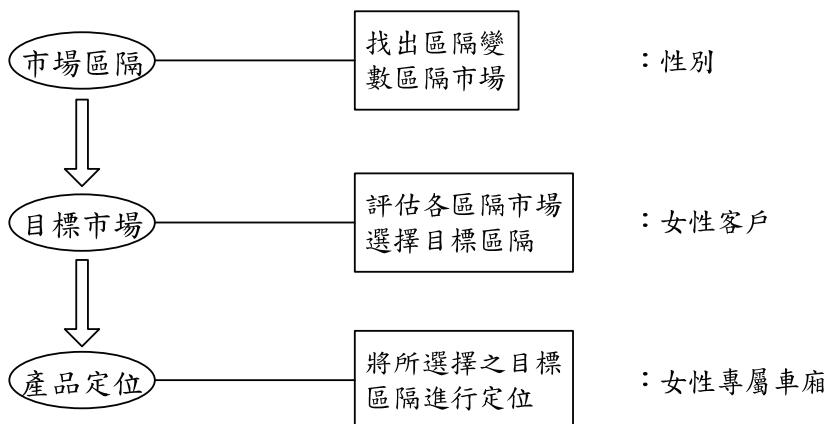
一、找出公共圖書館的客戶

(一) S.T.P 與 L.G.D

STP 是行銷的三大步驟，LGD 則是笑談中的行銷實務，L 為午餐(Lunch)，G 為高爾夫球(Golf)，D 則是晚餐(Dinner)，意謂著 LGD 之後生意就談成了，而在公共圖書館應如何找出自己的 STP 或 LGD 呢？

- 1.S(市場區隔)：從個別訪客之年齡、所得、性別、職業來觀察，加上所在區域是住宅區、商業區、辦公區來了解訪客之特性。
- 2.T(目標市場)：描繪出具體之主要訪客之族群及其比例，如上班族、學生、老人家、家庭主婦、甚至外籍新娘等。
- 3.P(產品定位)：由訪客成員及比例列出適當且一致性的產品與服務，如：針對老人家則多提供一些養生之資訊與服務，針對上班族則多提供一些理財、休閒之資訊與服務，針對外籍新娘則多提供一些外籍書籍或座談會、讀書會、親子教育之資訊與服務。

如：台鐵爲了讓女性能有安心的乘車空間，設立了女性專屬車廂，就是一種行銷手法，其中在執行上，S 就是以性別爲市場區隔之變數爲主，T 就是針對女性客戶爲主要之目標市場，P 就是提供女性專屬車廂之產品定位。



圖一：行銷 STP 之意義

二、客戶的分類與特性

(一)主要客戶：員工、學生、考生、社區居民。

(二)次要客戶：廠商、物流業者、政府部門、K 書中心、書局、網路書局。

主要客戶是我們主要服務的對象，應特別予以重視，其中又以“員工”排在最前面，如麥當勞就在員工問卷調查中寫著“員工的滿意是顧客滿意的基礎”。此一觀念告訴我們一件事，就是員工最重要的，接著才是員工面對的顧客如：學生、考生、社區居民，而次要客戶中，包含了我們的廠商、商品配送業者、其他政府部門、同業（如：K 書中心、書局、網路書局）這些對象也是我們應予以注意的，而這些往往是被忽視的，甚至冷言已對。

三、良好的公共關係

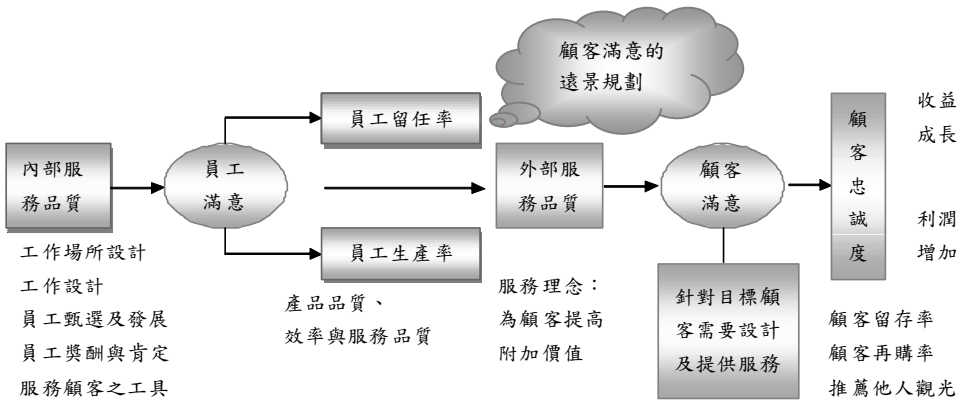
良好的公共關係其中有兩個重點，分述如下：

(一)員工滿意→客戶滿意→客戶忠誠度

- 1.做好內部服務品質才会有滿意的員工，而內部服務品質則包含下列因素：工作場所設計、工作設計、員工甄選及發展，員工獎勵與肯定、服務顧客之工具。
- 2.其中工作及工作場所設計，應透過市場調查，由不同訪客去

了解，從一進入本館到離開有哪些不便、不順之處進而予以改善。

3. 工作設計中考慮每一個工作的可行性，流程是否必要及順暢，工作分配是否公平，工作場所設計是考慮裝潢、布置及硬體設施是否符合客戶需求。
4. 滿意的員工會使得員工生產力提升以及流動率減少。
5. 正確的服務理念，提高顧客之附加價值塑造了外部服務品質，會產生滿意的顧客。
6. 再針對目標顧客需要設計及提供服務，會帶來忠誠度高的客戶。
7. 客戶忠誠度是由市場佔有率更進一步提升為客戶佔有率的表現，如何充分體會「水桶理論」中「留住舊客戶」(流出去的出水口拴緊)及「引進新客戶」(進口水一直川流不息)的道理，自然水桶很快就會滿了，甚至一直都是滿的了！但是在目前競爭激烈之下，新客戶的開發較舊客戶的保有往往要多出五倍的精力，如何先保有舊客戶不讓其繼續流失是極為重要的觀念與工作。
8. 忠誠度高的客戶，不僅留存率、再購率高，更會以自身的經驗推薦他人使用。
9. 更多忠誠度高的客戶，將使得企業收益成長，利潤增加。



圖二：員工滿意、顧客滿意、顧客忠誠度之關係

(二) 基本服務→滿意服務→感動服務

在競爭激烈、客戶至上的時代，基本服務已不足以對抗對手，更遑論讓客戶滿意，甚至滿意的服務也無法吸引甚至留住客戶，感動的服務取而代之已變成營利、非營利事業努力追求的方向。

1. 以借還書為例

基本服務：借書

滿意服務：隨時可還

感動服務：借的愈多還有獎勵

2. 以閱讀的場地為例

基本服務：提供座椅、燈光

滿意服務：周一無休、開放時間延長

感動服務：增加提供獨立式閱讀空間、投幣式咖啡甚至 VIP 的座位，VIP 的咖啡。

「基本服務」是本應提供給客戶的服務；「滿意服務」則是希望客戶能因此而有所方便、喜悅；「感動服務」則是希望得到客戶的一聲讚嘆，讓客戶有意想不到驚訝與喜悅。但是在現在競爭激烈的時代，服務一直在提升之下，「滿意服務」往往變為「基本服務」，甚至當「感動服務」也快變為理所當然了！

參、衡量公共圖書館的形象與客戶對公共圖書館的態度

如新北投圖書館的落成不僅得到綠建築獎，更變成觀光景點一樣，專程來拍照的人及希望擁有一個座位的人絡繹不絕！兩個重要且具體作法如下：

- 一、市場調查。大館支援小館，統一設計問卷，針對館的規模大小及受訪對象不同（如員工、客戶、廠商、同業），分別設計不同之間卷，問卷設計要言簡意賅，兩頁即可，切記煩瑣，基本資料：性別、職業、年齡層要問，但是姓名、電話是個人隱私切記不可問。
- 二、客戶定期座談會了解客戶心聲與需求，此一客戶也含員工、一般來館訪客、廠商及同業，應由主管主持表示重視，準備茶點外，也應準備一些小禮物給參加座談會的客戶，表達謝意。

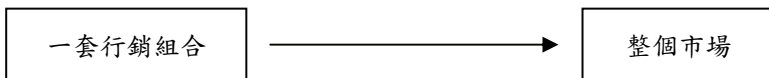
肆、建立公共圖書館的形象目標與客戶態度目標

重點：一致性的目標，大館則針對較大、較廣的客戶，小館則

針對較少，較窄的客戶群，分述如下：

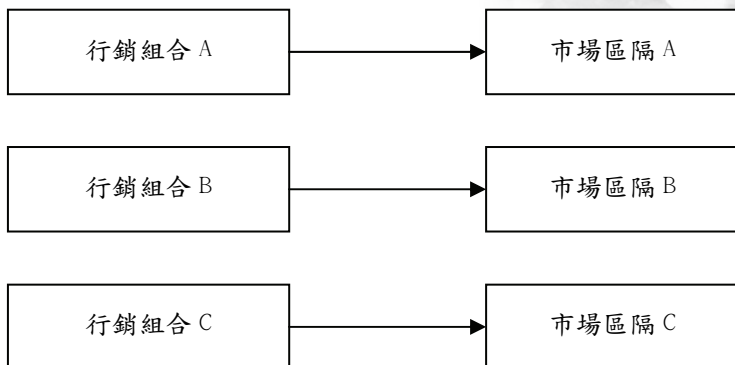
- 一、大館：國立圖書館可考慮採用大眾市場的無差異策略。大館規模大、設備足、人手較多，可針對較廣大的顧客來服務。
- 二、中館：市立圖書館可考慮採用分眾市場的差異策略。可針對幾個族群設定其服務方向，如：上班族、學生、家庭主婦、老人、青少年、幼兒，提供不同族群之不同需求。
- 三、小館：縣市圖書館可考慮採用小眾市場的集中策略。僅針對當地主要成員提供與服務或是配合不同季節與月份的主題式服務。
- 四、小小館：各區或各鄉鎮之圖書館可考慮採用微眾市場的客製化策略。針對圖書館所在之區域為住宅區、商業區或外籍新娘較多之區域提供，如：老人養生、幼兒保健、外籍新娘等資訊與服務或是到府服務之活動式圖書館。

前述之作法，重點有兩個，一是量力而為，一是量身訂做，前者是有多多少資源做多少事，後者是做多錯事不如做對一件重要的事，如本區域老年人口多，應多從老人養生及保健書籍之引進，多舉辦老人養生、保健講座及老人聯誼活動即可，其他則量力而為了。



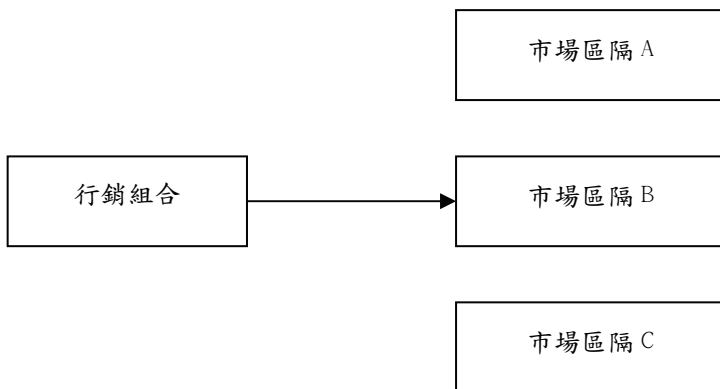
圖三：無差異策略

註：如百貨公司，每一樓層針對不同之客戶，但是整棟百貨公司可是針對所有商圈內之客戶邀請全家大小前來之賣場。



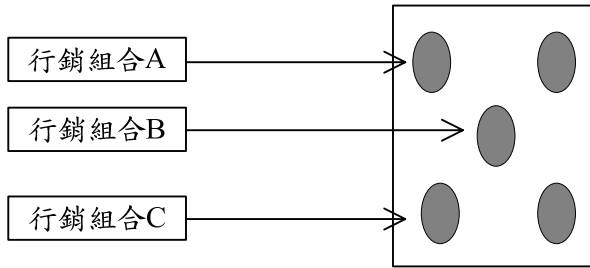
圖四：差異策略

註：如寶鹼公司針對不同之客戶需求推出不同之洗髮精，如沙宣：針對有造型頭髮需求的人，海倫仙度絲：針對有頭皮屑的頭髮，飛柔：針對鋼絲頭及希望頭髮柔順的人，小飛柔：針對小朋友，“No more tear!”變成主打的廣告詞。



圖五：集中策略

註：如孕婦裝的店，只賣孕婦相關之服裝及用品，耐吉的鞋店只賣年輕人喜好的各式流行運動休閒的鞋款。



圖六：客製化策略

註：針對不同的個別客戶提供量身訂做的服務，如西裝店針對客戶個別的身材及個別所願付的價格提供符合個別客戶需求的西裝。

伍、增進公共圖書館公共關係的作法

茲針對如何增進公共圖書館與客戶之公共關係，提出之具體建議如下：

- 1.LED 電子看板：長期且 24 小時宣達事項的極佳設施，但是要考慮訂製成本、維修成本及使用年限。
- 2.市調：可運用現有員工做訪問員，分析問卷、整理。
- 3.客戶座談會：給予小禮物即可得到最大的客戶回饋，更重要的是主管的參與，表示重視與誠意。
- 4.募款：應針對明確的主題同時在事前、事後均透明化、效率化才能引起共鳴。
- 5.募書：應是成本極低的活動，可考慮為一定期的活動。
- 6.募人：賦予志工、義工及社區服務學生應有之尊敬與榮譽。同時也是解決圖書館人手不足之最佳利器。

7. 公共關係執行單位的設置：設置發言人或公關部門。
8. 網路功能加強：如雅虎奇摩網站，網路可提供行銷之作者一切的需求。雖然不是百分百但也蠻實際的，網路是現代人溝通、營利、非營利事業宣傳、廣告、銷售的重要通路、應加強網路功能與服務。
9. 開放時間：開放時間儘量加長。可參考兩個數字，一是至少每周開放 70 小時，一是上海圖書館 365 天，天天都開放。
10. 親子卡：可加強與家庭之互動，亦為一吸引常客的好方法。
11. 主題月：應是月月有主題，題題精彩。如：好書月、學生月、家庭主婦月、司機大哥月、教師月、夫妻月、上班族月、養生月、外籍新娘月、端午月、中秋月、新年月等……。

