

Kütüphane Kaynak ve Hizmetlerini Pazarlama: Pratik Rehber

Zuzana HELINSKY

Mine TONTA (çeviren/translator)

İstanbul: Üniversite ve Araştırma Kütüphanecileri Derneği, 2009, 95 s.

ISBN: 978975-95295-7-4

Book Review

A Shortcut to Marketing the Library

In this study marketing applications have been mentioned which may easily be adapted to the library. This book is a guide for the libraries and information centres about subject of the marketing library is not only giving necessary information but also helping librarians to understand more efficiently.

Pazarlama olgusu kabaca üretici-tüketici ilişkisinden ibarettir; bir ürünün, hizmetin veya düşüncenin üretildikten sonra gereksinim duyan çevrelere kadar iletilmesi sürecindeki faaliyetlerin bütünüdür. Pazarlamada temel hedef karşı tarafın beklentilerine cevap vermek, onların gereksinimlerini karşılamaktır.

Kâr amaçlı sektörlerde ve organizasyonlarda giderek değer kazanan ve işletme politikalarının vazgeçilmez bir ögesi haline gelen pazarlama kavramı, kâr amacı gütmeyen kuruluşlarda da ön plana çıkmaya ve uygulamalarda boy göstermeye başlamıştır. Kütüphaneler ve bilgi merkezleri, kullanıcı odaklı politikalarında verimli sonuçlar elde etmek için, meslek dışı bir konu gibi gözükmese de, gün be gün pazarlama alanına girmektedirler.

Kütüphanecilik mesleğini çok yakından tanıyan ve 20 yıllık mesleki tecrübeye sahip olan Zuzana Helinsky, mesleği geliştirmek ve artan kullanıcı gereksinimlerini karşılayabilmek adına kütüphaneler ve kütüphaneciler için önemli bir uygulama alanı haline gelen pazarlama konusunda kütüphanecilere ve meslek çalışanlarına sade ve anlaşılır bir dille yazılmış ve her kütüphane türünde uygulanabilecek nitelikte örneklerle işlenmiş bir çalışma sunmuştur.

Eserde, kütüphane – kullanıcı ilişkileri göz önünde bulundurularak, pazarlama faaliyetlerinin kütüphaneler için önemi ve gerekliliği vurgulanmıştır, geleneksel kütüphane hizmetlerinin pazarlama ile birlikte geleceği nokta ve değişim açık bir şekilde ele alınmıştır. Yazar ayrıca pazarlama tekniklerini kısa ve öz bir şekilde işleyerek markalaşma konusuna dikkat çekmektedir.

“Pratik Rehber” olarak isimlendirilen bu çalışma; basit, kütüphanecileri ilgilendirmeyen pazarlama jargonundan uzak, pazarlama faaliyetleri ve bu faaliyetlerin kütüphanelere uyarlanması konusunda kolayca okunabilecek bir giriş kaynağıdır. Sadece teorik bilgi yüklü, uzun uzun kaleme alınmış geleneksel pazarlama kitaplarının aksine, kısaca pazarlama yöntemleri ve bu yöntemlerin içeriğinden, uygulama biçimlerinden bahseden eser, doğrudan kütüphane ve bilgi merkezi çalışanlarına hitap etmektedir ve pratik çözüm yolları sunmaktadır.

Pazarlama uygulamalarında her düzeye ve her fikre yer veren eser, konuya nereden ve nasıl başlayacağını bilmeyenler için bakış açısı kazandıracak niteliktedir. Pazarlama konusundan haberdar olup da bugüne kadar çeşitli nedenlerden dolayı her hangi bir adım atılmamış kütüphaneler için bir başlangıç noktası olabilir.

*Muharrem YILMAZ
Anadolu Üniversitesi
Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı*