



**CRUE**

**REBIUN**

Red de Bibliotecas Universitarias

# **Diseño de un plan de marketing interno: factor de impulso para la adquisición del libro electrónico**

**Daisy Chiang, Consuelo Cebrero, Magdalena Enseñat  
y Victoria Massanet**

**Servei de Biblioteca i Documentació  
Universitat de les Illes Balears**

# Thermomix TM31





**CRUE**

**REBIUN**

Red de Bibliotecas Universitarias

# El plan de marketing interno

- **OBJETIVO**
- **SEGMENTACIÓN**
- **PLANES DE ACCIÓN**
- **COMUNICACIÓN**
- **INCENTIVOS**
- **RESULTADOS**
- **CONCLUSIONES**



CRUE

REBIUN

Red de Bibliotecas Universitarias

# OBJETIVO

Es crear una **cultura corporativa**, donde todo el personal participe del compromiso con el producto o servicio que se planea desarrollar.

La idea es fomentar la **motivación e implicación** de las personas que van a tomar parte del proyecto.



**CRUE**

**REBIUN**

Red de Bibliotecas Universitarias

# El plan de marketing interno

- **OBJETIVO**
- **SEGMENTACIÓN**
- **PLANES DE ACCIÓN**
- **COMUNICACIÓN**
- **INCENTIVOS**
- **RESULTADOS**
- **CONCLUSIONES**



CRUE

REBIUN

Red de Bibliotecas Universitarias

# SEGMENTACIÓN

El proyecto iba dirigido al grupo de **responsables de bibliotecas** de Facultad, que son los encargados de gestionar las compras de material bibliográfico.



**CRUE**

**REBIUN**

Red de Bibliotecas Universitarias

# El plan de marketing interno

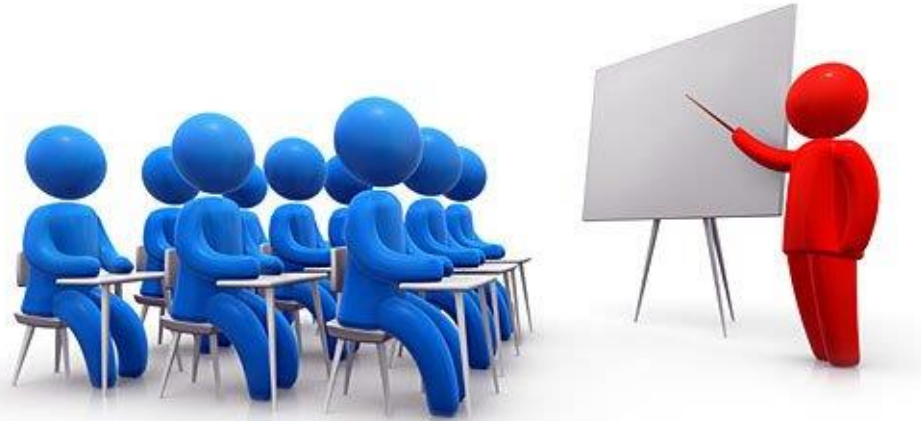
- **OBJETIVO**
- **SEGMENTACIÓN**
- **PLANES DE ACCIÓN (2011-2014)**
- **COMUNICACIÓN**
- **INCENTIVOS**
- **RESULTADOS**
- **CONCLUSIONES**

# Grupo de trabajo





# Acciones formativas diversas



# Cómo hacer promoción



Español (España)

Iniciar sesión

Más para explorar: madrid tourism cambridge massachusetts barcelona new york oxfords cambridge harvard university geography london biblioteca

## Darreres novetats en ebooks

Títols de llibres electrònics adquirits per la UIB

136 Pins • 25 seguidors

Adq Adquisicions UIB

Seguir tablero

**Sistemas SCADA**  
3ª edición

Aquilino Rodríguez Penín

Guía de diseño Normativa Principios de seguridad Guía práctica de Virus Client

Fecha Promoción: INGIT Instituto Nacional para la Seguridad e Higiene en el Trabajo  
Behringer Electric - Siemens - Wonderware

marcombo

Sistemas SCADA / Aquilino Rodríguez Penín, Aquilino Rodríguez Penín, Aquilino Barcelona : Marcombo, 2012 3a ed

Pin enviado desde encore.uib.es

**El laberinto patriarcal**  
Reflexiones teórico-prácticas sobre la violencia contra las mujeres

Esperanza Bosch, Victoria A. Ferrer y Aina Alzamora

El laberinto patriarcal : reflexiones teórico-prácticas sobre la violencia contra las mujeres / Esperanza Bosch Fiol, Victoria A. Ferrer Pérez, Aina Alzamora Mir ; prólogo de Rosa Cobo Bedia ; epílogo de Montserrat Moreno Marimón

Pin enviado desde encore.uib.es

Evaluación psicológica.  
Coordinados, procesos y garantías

Jesús Alonso Tapia  
Cuadernos de apoyo

Evaluación psicológica: coordinadas, procesos y garantías / Jesús Alonso Tapia Madrid : UAM, DL2004

Pin enviado desde encore.uib.es

**Cuestiones morales**

Edición de Osvaldo Guariglia

Cuestiones morales / edición de Osvaldo Guariglia / Madrid : Trotta : Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2007

**La violencia contra las mujeres**  
El amor como coartada

Esperanza Bosch, Victoria A. Ferrer, Virginia Ferreiro, Capilla Navarro

La Violencia contra las mujeres: el amor como coartada / Esperanza Bosch, Victoria A. Ferrer, Virginia Ferreiro, Capilla Navarro ; con la colaboración de Ioanna Blahopoulou ; prólogo de Ana de Miguel Álvarez / Barcelona : Anthropos, 2013



**CRUE**

**REBIUN**

Red de Bibliotecas Universitarias

# El plan de marketing interno

- **OBJETIVO**
- **PLANES DE ACCIÓN**
- **SEGMENTACIÓN**
- **COMUNICACIÓN**
- **INCENTIVOS**
- **RESULTADOS**
- **CONCLUSIONES**

# Pautes a seguir per la compra d'ebooks per part dels responsables de les biblioteques

## Característiques de les plataformes

Proveïdor	Tipus d'adquisició	Com fer la compra?	Sel·lecció	Núm. usuaris simultanis	Puc descarregar el llibre sencer?	Puc guardar parts o capítols?	Puc imprimir?
<b>Dawson</b>	Compra (400 crèdits aprox) o lloguer (1, 2 o 3 set.)	Sierra ( <i>generar orden de compra</i> )	<i>Pick &amp; Choose (P&amp;C)</i>	Il·limitat	Sí, amb <i>Adobe Digital Edition</i> (màx. 7 dies)	Sí, el 10-20 % del llibre	Sí, el 30% del llibre
<b>Ebsco</b>	Compra, subscripció o lloguer (1, 7, 14 o 28 dies)	Contactar amb Adquisicions	P&C, per col·lecció o per temàtica ( <i>subject set</i> )	1, 3 o il·limitat	Sí, amb <i>Adobe Digital Edition</i> (màx. 7 dies)	Sí, un màxim de 60 pàgs.	Sí, un màxim de 60 pàgs.
<b>Swets (distribuidor)</b>	Compra ( <i>Digitalia, Ebrary, MyiLibrary...</i> )	Contactar amb Adquisicions	<i>Pick &amp; Choose</i> o col·lecció	1 o il·limitat	Depèn de la plataforma	Depèn de la plataforma	Depèn de la plataforma
<b>Digitalia</b>	Compra o subscripció	Contactar amb Adquisicions	<i>Pick &amp; Choose</i> o col·lecció	Il·limitat	No	Sí, 10 pàgs.	Sí, 10 pàgs.
<b>Elibro /Ebrary</b>	Compra	Contactar amb Adquisicions	<i>Pick &amp; Choose</i>	1 o il·limitat	Sí, amb <i>Adobe Digital Editions</i> (màx. 14 dies)	Sí, un núm. de pàgs. en funció de l'editor	Sí, un núm. de pàgs. en funció de l'editor



**CRUE**

**REBIUN**

Red de Bibliotecas Universitarias

# El plan de marketing interno

- **OBJETIVO**
- **SEGMENTACIÓN**
- **PLANES DE ACCIÓN**
- **COMUNICACIÓN**
- **INCENTIVOS**
- **RESULTADOS**
- **CONCLUSIONES**



## Novetats de la biblioteca

### ARXIUS

setembre 2014

agost 2014

juliol 2014

juny 2014

maig 2014

abril 2014

març 2014

febrer 2014

gener 2014

desembre 2013

novembre 2013

octubre 2013

setembre 2013

agost 2013

juliol 2013

juny 2013

maig 2013

abril 2013

març 2013

febrer 2013

gener 2013

desembre 2012

novembre 2012

octubre 2012

setembre 2012

agost 2012

Aquesta iniciativa, de la qual va ser pionera la **Facultat de Filosofia i Lletres**, està essent recolzada per algunes altres facultats, que cada dia més, aposten per la compra en format ebook de part de la seva bibliografia.

Podeu consultar els darrers títols adquirits:



Per a més informació:

[Deman@la.biblioteca.respon](mailto:Deman@la.biblioteca.respon)



**CRUE**

**REBIUN**

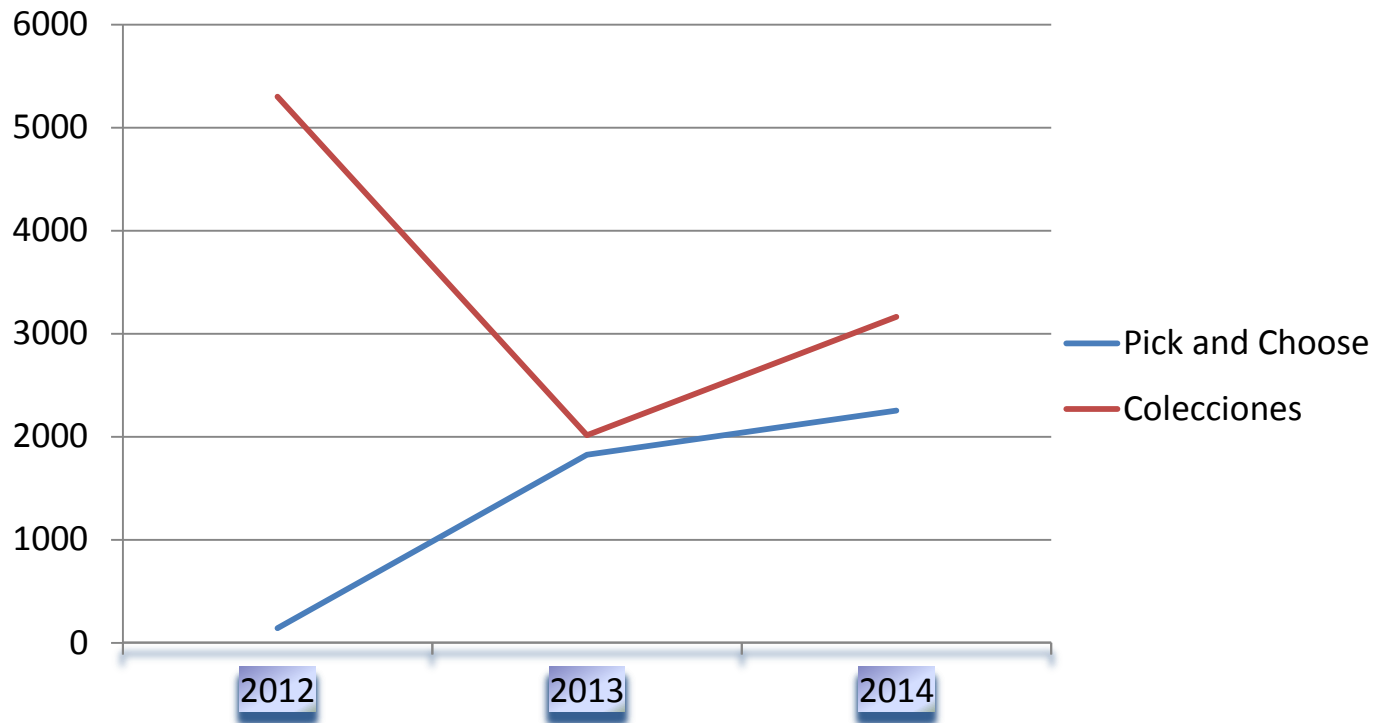
Red de Bibliotecas Universitarias

# El plan de marketing interno

- **OBJETIVO**
- **SEGMENTACIÓN**
- **PLANES DE ACCIÓN**
- **COMUNICACIÓN**
- **INCENTIVOS**
- **RESULTADOS**
- **CONCLUSIONES**



# RESULTADOS





**CRUE**

**REBIUN**

Red de Bibliotecas Universitarias

# El plan de marketing interno

- **OBJETIVO**
- **SEGMENTACIÓN**
- **PLANES DE ACCIÓN**
- **COMUNICACIÓN**
- **INCENTIVOS**
- **RESULTADOS**
- **CONCLUSIONES**



CRUE

REBIUN

Red de Bibliotecas Universitarias

# CONCLUSIONES

- Aumento de las compras de e-books
- Cambio de tendencia entre los bibliotecarios
- El proceso y los resultados no han sido homogéneos



**CRUE**

**REBIUN**

Red de Bibliotecas Universitarias



# Muchas gracias