



Marknadsplan för klustergruppen "Den digitalt nyfikne"

2011-06-21

1. Vilket är syftet med marknadsföringen?

Uppmärksamma "Den digitalt nyfikne" som målgrupp och öka kännedomen om bibliotekets utbud och information av digitala medier och tjänster.

2. Hur ska det göras?

För att öka den samhälleliga digitala delaktigheten bjuder klustergruppen "Den digitalt nyfikne" in den breda allmänheten för att prova på och inspireras av bibliotekets digitala utbud. Från och med v. 34, då materialet för kampanjen kommit till biblioteken, påbörjas arbetet med marknadsföringsaktiviteter. I v. 38 och v. 39 tar vi emot "Den digitalt nyfikne" med Prova- på -aktiviteter i samverkan med Digidel och studieförbund.

3. Hur ser målgruppen ut?

Man, 55 + - 10 år, som har behov av och är nyfiken på digital kunskap.

4. Vilka verktyg ska vi använda?

- Prova på- och inspirationsträffar
- Sociala medier

5. Vi når ut genom :

- Stor affisch.
- Affisch på fil eller cd i A3 format med möjlighet att trycka ut själv.
- Bokmärke.
- Pressrelease där ingressen struktureras från klustergruppsdeltagarna från Växjö.
- Skyltställ i kartong för broschyrer och information, under förutsättning att budget medges.
- Bildspel på monitor under rubriken "Vad lär jag mig"? Bildspelet skrivs i PowerPoint. Här kan varje bibliotek skriva in aktuell information gällande det egna biblioteket.
- Broschyrer.
- Blad som läggs i in broschyren kommer på fil. Här skriver varje bibliotek in kontaktpersoner telefonnummer på det egna biblioteket samt vilka studieförbund och kontaktpersoner med telefonnummer som finns tillgängliga för projektet.

6. **Vilken är vår nisch? Vad är dominerande?**

Vi erbjuder en nyckel till den digitala världen. Vi öppnar dörren till den digitala världen genom prova-på-aktiviteter på biblioteket.

7. **Vilken är vår identitet? Hur vill vi att andra ska uppfatta oss (profil)?**

Lyhörda, kreativa, kompetenta och engagerade.

8. **Vilken är vår budget för detta?**

30 - 40.000 kr är den gemensamma potten för klusterkampanjen.

Deltagande bibliotek bidrar med personella resurser.

Samverkan med Digidel i samtliga tre län.

9. **Utvärdering**

- Besöksräkning. Hur många deltagare kom till arrangemangen?

- Intervjua personer ur målgruppen

10. **Mediebevakning**

Kopiering av tidningsartiklar, annonser och övriga sammanhang där kampanjer syns i lokalpress, gratismagasin osv. Bevakning av tidningarnas webbupplagor. Skickas till projektledaren v. 42.

11. **Återkoppling.** Varje deltagande biblioteks uppgift är att ta vara på personalens erfarenheter genom utvärdering av kampanjarbetet. Kort sammanfattning skrivs och skickas in till projektledaren v. 42.

marie.viklund@hultsfred.se

Karin.asplundrignell@utb.karlshamn.se

pia.hardinsson@markaryd.se

Gunilla.Svensson@torsas.se

Stina.fernholm@vaxjo.se

jan.wettemar@ljungby.se



Tidslinje för den "Digitalt nyfikne" och "Digidel"

- V. 22 Innan maj slut ska informationsmaterial Tips på aktiviteter (Låna dig rik), Cirkelmateriel och Lathund (Digidel) vara utskickade till biblioteken.
- V.22 Förslag till text på insättningsbladet klart. (Låna dig rik)
- V.22 Anmälningsskeden till cirkel klar. Skeden trycks upp under sommaren. (Digidel)
- V.24 14 juni klustergruppen möter Kreation för presentation och fastställande av kampanjmateriel. Utbildning av Nyhetsbrev. (Låna dig rik)
- Bokmärket kommer i augusti, 50.000 ex.. 3.000 till Karlskrona, Växjö och Kalmar. Resterande fördelas jämt över de övriga biblioteken, som förra gången. (Låna dig rik)
- V.33 Kampanjmateriel distribuerat till Lisa från Kreation. (Låna dig rik)
- V.33 Biblioteken påbörjar sin aktivitetsplan. (Låna dig rik)
- V.33 Text (program) till insättningsbladet ska vara klart på resp. bibliotek. (Låna dig rik)
- V. 34 Kampanjmateriel distribueras ut till biblioteken. (Låna dig rik)
- V. 35 Boka in regionala annonser. Text till affisch. (Digidel)
- V.37 Annonsering v. 36 och 37. Broschyr från Digidel och insättsblad delas ut på bibliotek och studieförbund. (Digidel)
- V.37 Bibliotekets aktivitetsplan lämnas in till projektledaren. (Låna dig rik)
- V. 38 och 39, aktiviteter på biblioteken med prova på. (Låna dig rik)

- V. 38 Digidel - affisch klar att skickas ut till biblioteken. (Digidel)
- V.38 och 39, Aktiviteter på biblioteken med prova-på. (Låna dig rik)
- V.40 Digidel affischerar + broschyr med insättsblad för det lokala biblioteket och textblad till "Hur fortsäter jag" . Det sistnämnda ska till cirkelledarna. (Digidel)
- V.40 Studiecirkel startar hos studieförbunden. (Digidel)
- V. 41 Digidel fortsätter.
- V.42 Bibliotekens utvärdering och material från press skickas in till projektledaren. (Låna dig rik)



Tips på aktiviteter på biblioteken under V.38 och 39, "Den digitalt nyfikne".

- Läsplatta
- E-post
- Lära känna datorn. Fånga musen (Basic – station) scrolla och högerklicka.
- Google
- Handla på nätet
- Söka hemsidor
- Förevisa på storskärm
- Öppet hus för "Den digitalt nyfikne".
- Daisy-grupper
- Betala direkt
- Samverkan med Digidel och studieförbund.
- Eniro

- Söka information på Internet
- Sjukvårdsupplysningen 1177
- Läs tidningar och tidskrifter på Internet
- Boka resor och biljetter på Internet
- Skicka e-vykort
- Släktforska på Internet
- Se TV och lyssna på radio på Internet
- Ta del av samhällstjänster på Internet
- Använda Facebook och andra sociala medier
- Med mera...
- Bjuda in externa aktörer t.ex.
- Bjuda in olika grupper



Tips på var vi når "Den Digitalt nyfikne" med affischer, broschyrer, monitorer m.m.

- Bibliotek, filialer och bokbuss.
- Arbetsplatser
- Vårdcentraler
- Arbetsförmedlingen
- Köpcenter, dela ut broschyrer
- Kommunhuset
- Studieförbunden
- Församlingshem
- Anslagstavlor
- SPF, PRO
- Anhörigcenter
- Föreningar
- Evenemangsplatser (konserthus)
- Hemtjänsten (personal)
- KOMVUX
- SFI



Utvärderingsfrågor till målgruppen

- 1. Vad lärde du dig?**
- 2. Vad tyckte du om?**
- 3. Hur fungerade de praktiska arrangemangen?**
- 4. Räckte tiden?**
- 5. Övriga kommentarer.**



Utvärderingsfrågor till personalen på biblioteket.

- 1. Hur har informationen om kampanjen fungerat?**

- 2. Har kampanjen varit utvecklande**
 - a. För dig?**
 - b. För biblioteket?**
 - c. För brukarna?**
 - d. På vilket sätt?**

- 3. Vilka aktiviteter har skett utanför biblioteket?**

- 4. Hur många deltagare kom till de olika arrangemangen?**