

Services d'information et bibliothèques: le rôle du marketing

Par
Réjean Savard
Professeur titulaire
Université de Montréal

Rejean.Savard@umontreal.ca

Plan de la communication

- «Invention» du marketing
- Définitions du marketing
- Pourquoi le marketing ?
- Applications du marketing aux bibliothèques et centres de documentation
- Avenir des bibliothèques et centres de documentation en rapport avec le marketing

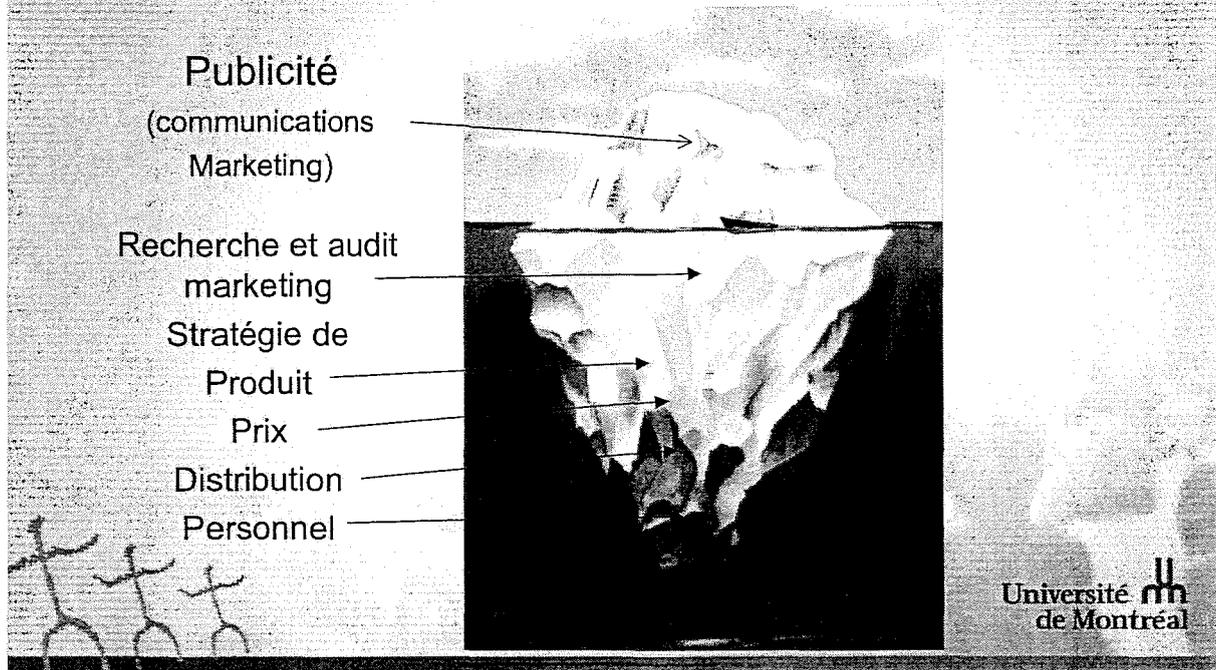
«Invention du marketing»

- Précurseurs
- Origines
- Évolution du concept

Définitions du marketing

- « Fonction du management qui fait le lien entre l'organisation et son environnement extérieur.» Lovelock
- «Activité humaine orientée vers la satisfaction des besoins et des désirs grâce à des processus d'échange.» Kotler
- «Système cohérent de 3 axes solidaires: la recherche, la stratégie et l'action (...). Il s'agit de détecter, de précéder, de joindre et de suivre les clientèles, et de maîtriser les transformations et les développements du marché.» Serraf
- «Le caractère fondamental du marketing est l'adaptation.» Camus

La publicité: la pointe de l'iceberg

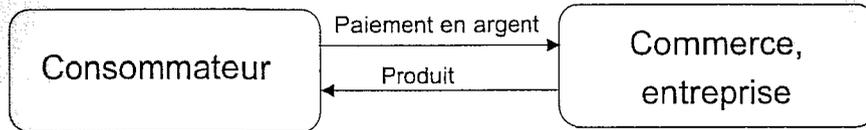


Ma définition

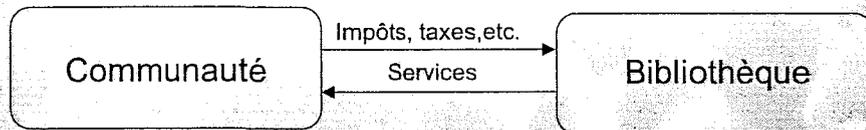
- Philosophie de gestion (ou management) qui consiste pour l'organisation à:
 - Se mettre à l'écoute des besoins des clientèles (usagers ET non-usagers)
 - À ajuster l'organisme ainsi que ses produits (ou services) en fonction des besoins décelés, afin d'en assurer la satisfaction
 - Puis à communiquer avec les clientèles
 - Et enfin à évaluer périodiquement les résultats.»

Concept fondamental du marketing: la notion d'échange

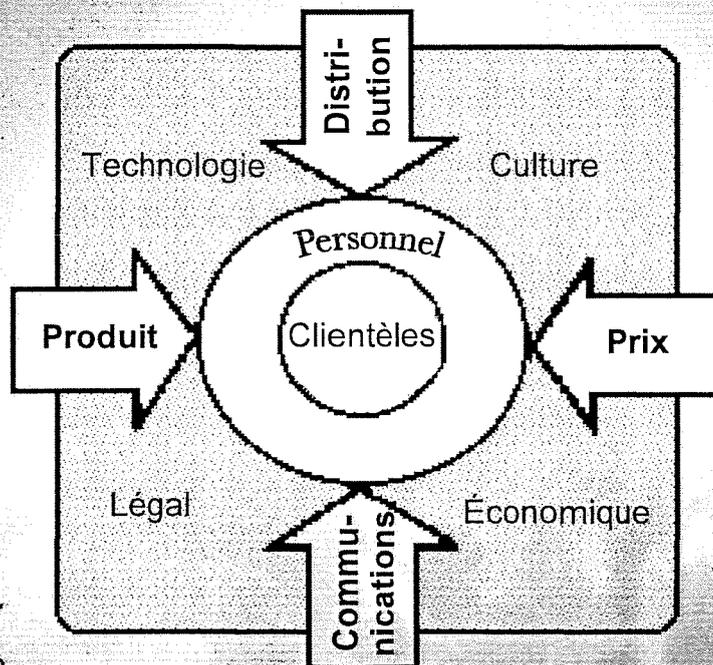
Échange de type commercial



Échange en service public



l'heorie du marketing mix



Pourquoi le marketing pour les bibliothèques et centres de documentation ?

- Pressions managériales
 - Imputabilité
 - Rationalisation
 - Légitimité
- Manque de visibilité
- Image négative

Manque de visibilité

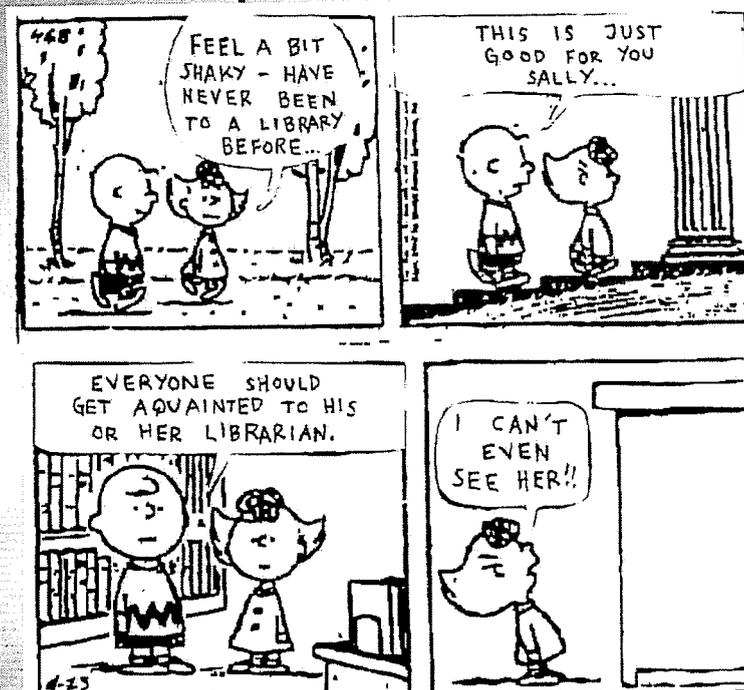


Image négative



Faculté des arts et des sciences
École de bibliothéconomie et des sciences de l'information

Applications du marketing aux bibliothèques et centres de documentation

- Peu de vision d'ensemble
- Les bibliothécaires-documentalistes perçoivent surtout le marketing comme étant de la publicité et/ou des relations publiques

- Quelques «bons coups» cependant pour certains milieux ...
 - En termes de recherche marketing
 - Sondages, enquêtes par questionnaire, et.
 - « focus groups »
 - En termes de planification marketing
 - En termes de publicité
 - American Library Association
 - En termes de relations publiques
 - Semaine des bibliothèques au Québec
 - En termes de promotion

Marketing et avenir des bibliothèques / centres de documentation

- La coopérative que représente la bibliothèque / centre de documentation devra être plus visible si elle veut continuer d'exister
- La formation des professionnels devra faire une plus grande place au marketing
- Marketing et technologies:
 - Associer davantage l'image du bibliothécaire/ documentaliste aux technologies
 - Les utiliser pour le marketing