

Для печати

Конкурс ИФЛА ПрессРидер на соискание Международной премии в области маркетинга в 2022 году

Выиграйте 3000 евро на участие во Всемирном библиотечном и информационном конгрессе ИФЛА в 2022 году! Секция ИФЛА по менеджменту и маркетингу в партнерстве с компанией ПрессРидер (PressReader) проводит в этом году конкурс на соискание международной премии ИФЛА ПрессРидер в области библиотечного маркетинга.

«Когда библиотеки по всему миру решают многие логистические проблемы, вызванные пандемией COVID, для пользователей возрастает значение инновационных коммуникаций и маркетинга», – говорит Джеймс Фэйрботэм / James Fairbotham /, старший региональный менеджер библиотек компании ПрессРидер. «Мы рады вновь поддержать премию ИФЛА по маркетингу, чтобы поощрить самые эффективные кампании 2021 года».

Награда присуждается библиотеке за лучшую реализацию творческих, ориентированных на результат маркетинговых проектов или кампаний. С учётом новаторского вклада в маркетинг в библиотечной сфере из числа 10 финалистов будут отобраны три проекта-победителя. Представители библиотек-призёров получают финансовые средства на оплату авиабилетов, проживания и регистрационного взноса для участия во Всемирном библиотечном и информационном конгрессе ИФЛА в Дублине, Ирландия, в июле 2022 года. Победитель, занявший первое место, получит денежную премию в размере 3000 евро, второе место – 2000 евро, третье место – 1500 евро.

Сертификатами признания и премиум-аккаунтом на платформе ПрессРидер также будут награждены другие библиотеки, чьи проекты войдут в десятку лучших конкурсных работ.

«С помощью этого конкурса мы можем не только выявить и поощрить лучшие в мире маркетинговые кампании, но также предоставить библиотечным учреждениям идеи и вдохновить их на развитие собственного маркетинга», - говорит председатель Секции ИФЛА по менеджменту и маркетингу Аня Фельтройтер / Anya Feltreuter /.

Заявки принимаются до 19 Января 2022 года на сайте iflapressreader2022.org. Там вы также можете найти дополнительную информацию о конкурсе.

Цели премии

Определить лучшие проекты в области библиотечного маркетинга за 2021 год;
Поощрить применение маркетинговых практик в библиотеках;
Предоставить библиотекам возможность поделиться своим опытом в области маркетинга на глобальном уровне.

Рекомендации

Любая библиотека или библиотечная организация, которая предлагает библиотечные продукты или предоставляет библиотечно-информационные услуги может принять участие в конкурсе.

Заявки должны быть подготовлены на одном из семи официальных языков ИФЛА (английском, арабском, испанском, китайском, немецком, русском или французском). Заявители, при желании, могут также предоставить заявку с переводом на английский язык.

Заявки и сопроводительные материалы должны быть предоставлены не позднее 19 Января 2022 г. (UTC 0).

Заявки должны

- представлять оригинальную маркетинговую стратегию;
- содержать ответы на все вопросы формы;
- объяснять преимущества представленной стратегии;
- содержать полное описание маркетинговой стратегии;
- содержать определения из маркетингового словаря ИФЛА (<https://www.ifla.org/node/8227>);
- отражать итоги реализации стратегии и показывать её результаты.

Приветствуется описание библиотечными организациями творческих и инновационных аспектов представляемых проектов.

Критерии отбора

При оценке заявок будут учитываться следующие параметры:

- стратегический подход к маркетингу, применённый на этапах исследования и планирования представленного проекта;
- креативность и инновационность, продемонстрированные через оригинальность принимаемых решений в ответ на возникающие вызовы;
- потенциал для обеспечения широкой публичной видимости и поддержки библиотек независимо от типа или количества используемых ресурсов;
- эффективность, иллюстрируемая измеримыми целями и последующими методами оценки.

Приветствуется использование различных цифровых ресурсов при составлении заявки:

- цифровых ресурсов, электронных журналов, баз данных издательств, институциональных хранилищ и др.;
- цифровых библиотек;
- информационной и медиа-грамотности;
- новых продуктов и библиотечных сервисов.

Заявки рассматриваются на предмет соответствия указанным выше критериям.

Другие факторы, принимаемые во внимание:

- прозрачность планирования и партнерства с внешними организациями;
- эффективное распределение ресурсов (персонал, материалы, время).

Члены жюри конкурса выбираются из числа членов Постоянного комитета Секции ИФЛА по менеджменту и маркетингу:

Ник Боксем / Nick Boxem (Нидерланды), председатель жюри

Азенат Атека / Azenath Ateka (Кения)

Не Хуа / Nie Hua (Китай)

Роксана Уаман / Roxana Huaman (Перу)

Елена Штер / Elena Stöhr (Германия)

Антуан Торран / Antoine Torrens (Франция)

Есть вопросы? Вы можете связаться с информационным координатором Секции ИФЛА по менеджменту и маркетингу Джереми Уолтером / Jeremiah Walter / по адресу: jwalter@ppld.org.

[###](#)

О компании ПрессРидер

ПрессРидер (PressReader) – это крупнейшая универсальная платформа газет и журналов, где люди могут найти актуальный и достоверный контент из любой точки мира: публикации в таких изданиях, как *The Wall Street Journal*, *La Vanguardia*, *The Washington Post*, *Los Angeles Times*, *The Globe and Mail*, *The Guardian*, *Newsweek*, *Forbes*, *Le Figaro* и *Vanity Fair*, и это лишь некоторые из них.

Используя свой телефон, планшет или компьютер, читатели могут [просматривать контент в Интернете](#) или загружать целые выпуски с помощью приложения [PressReader](#). Они могут подписаться на неограниченный доступ или получить полный пакет, спонсируемый одним из торговых партнеров. Среди компаний, которые используют платформу премиум-контента для повышения качества обслуживания своих клиентов, - такие известные названия, как British Airways, Iberia, Turkish Airlines, Cathay Pacific, Air Canada, Marriott, Fairmont Hotels, Seabourn Cruise Lines, Принстонский университет и Нью-Йоркская публичная библиотека.

О группе компаний LimitedPressReader

Limited («Компания») - это группа технологических компаний, миссия которых заключается в изменении того, как люди читают и учатся в эпоху цифровых технологий. Компания создает управляемую данными и ориентированную на опыт универсальную платформу, предоставляя новые возможности создателям контента, читателям и деловым партнерам на всех этапах создания, распространения, потребления информации и взаимодействия с брендом.

Компания работает с издателями более 14 000 газет, журналов и образовательных изданий, а также сотрудничает с глобальными деловыми партнерами из 150 стран, чтобы предоставить людям со всех уголков мира качественный контент. Платформа компании для чтения в Интернете [PressReader](#) является крупнейшим в мире цифровым газетным киоском. Платформа «Всё, что вы можете читать» предлагает более 7000 газет и журналов на 64 языках из более чем 125 стран.

Основанная в 1999 году в Ванкувере (Канада), компания с тех пор выросла до более чем 500 сотрудников по всему миру с международными офисами в Дублине (Ирландия), Маниле (Филиппины) и Фениксе (США).