



## As bibliotecas e as redes sociais: esboço de um Plano de Marketing para a BM Beja José Saramago

Rosete Figueira<sup>a</sup>, Paula Santos<sup>b</sup>

Câmara Municipal de Beja (Biblioteca Municipal de Beja–José Saramago),  
Portugal

<sup>a</sup>rosete.figueira@cm-beja.pt

<sup>b</sup>paula.santos@cm-beja.pt

---

### Resumo

Esta apresentação tem como objetivo partilhar a experiência de um plano de marketing para a web social da Biblioteca Municipal de Beja – José Saramago.

**Palavras-chave:** Plano de marketing; Redes sociais, Bibliotecas

---

A definição de um plano de marketing para a Biblioteca Municipal de Beja, prende-se intimamente com o lema desta biblioteca “Numa cidade acordada uma biblioteca sem sono”, e resultou do facto de se estar atento às tendências na relação com os utilizadores e da importância em manter o interesse e a curiosidade da comunidade e, ao mesmo tempo, abrir as portas a um novo público, extravasando fronteiras e tornando-se global.

Neste contexto a Biblioteca Municipal de Beja – José Saramago aderiu à rede social Facebook em abril de 2011.

No âmbito deste plano de marketing foram definidos diversos aspectos do mesmo.

#### 1. Objectivos:

- Modernizar a imagem da biblioteca;

- Divulgar o catálogo bibliográfico;
- Dar mais visibilidade aos blogs;
- Informar e divulgar os serviços, atividades e novidades da biblioteca;
- Promover o gosto pela leitura;
- Aproximar a biblioteca à comunidade;
- Criar novos utilizadores;
- Chegar a um maior número de pessoas, de maneira rápida, eficaz e económica.

## *2. Público-alvo:*

Todos os amantes das bibliotecas, dos livros e da leitura, mas também aqueles que ainda não descobriram o prazer de ler.

## *3. Tipo de informação a divulgar:*

- Definição da tipologia de informação a divulgar
- Serviços, atividades e novidades da biblioteca;
- Notícias de literatura, leitura, livros, escritores, bibliotecas;
- Imagens e vídeos de promoção da leitura;
- Frases de incentivo à leitura.

## *4. A quantidade e qualidade dos posts:*

- Fazer posts curtos;
- Escrever de forma clara, simples e com criatividade;
- Colocar conteúdos visuais apelativos;
- Partilhar imagens de momento;
- Aproveitar efemérides, festividades e outros momentos para comunicar;
- Colocar dois a três “posts” diariamente.

## *5. Cronograma de disponibilização de conteúdos.*

Com base nos dados estatísticos fornecidos pelo Facebook sabemos que existem mais pessoas conectadas nos seguintes períodos do dia:

- Manhã – 11h30–12h30
- Tarde – 18h00–19h00
- Noite – 21h30–22h30

## *6. Tipo e modo de interação com os fãs e seguidores:*

- Todas as perguntas feitas diretamente pelos utilizadores devem ser respondidas, se possível, no próprio dia;
- Agradecer qualquer tipo de participação, seja ela uma crítica, sugestão ou elogio;
- Excluir comentários negativos apenas quando o seu conteúdo for ofensivo ou

- impróprio. Caso contrário, mantê-los visíveis e na medida do possível, responder;
- Em caso de cometermos algum erro, admitir a falha, pedir desculpas e corrigir.

#### 7. *Recursos humanos*

- Duas pessoas no mínimo
- Os técnicos responsáveis dividem o seu tempo entre realizar as tarefas de atendimento e outros trabalhos técnicos da biblioteca e fazer a administração dessas páginas.

À medida que fomos conhecendo mais sobre este universo das redes sociais, fomos percebendo que havia outras possibilidades de chegar a mais utilizadores, o que nos levou a pensar que seria necessário dar o passo seguinte e alargar a presença da biblioteca noutras redes.

Quando surgiu a necessidade de partilhar os nossos vídeos, optámos pelo Youtube por ser considerado um excelente canal de difusão de material audiovisual e também devido a algumas das suas características, tais como:

- Pode ser embebido no site ou blogue da instituição, criando assim um canal de vídeo sem custos;
- É fácil de usar;
- É um canal aberto permitindo que qualquer pessoa veja os conteúdos.

Mais tarde optámos pela rede social Google+ porque após uma avaliação do ranking das redes sociais em Portugal verificámos que liderava o terceiro lugar da tabela e que apresenta algumas funcionalidades inovadoras, como por exemplo:

- Amplia o alcance uma vez que o conteúdo pode ser detetado em todos os produtos e em todas as plataformas do Google;
- Permite organizar as pessoas em diferentes "círculos" o que ajuda a personalizar a nossa interação de acordo com os interesses específicos de cada utilizador;
- Suporta imagens em formato GIF.

Um outro aspecto que surgiu com um maior conhecimento e prática da nossa participação nas redes sociais, foi a necessidade de avaliar o grau de cumprimento dos nossos objetivos ou a necessidade de os reformular e actualizar, e para isso existem diversas métricas que podem ser utilizadas para medir a nossa performance nas redes sociais:

- Facebook – analisar, periodicamente, os indicadores estatísticos fornecidos pelo próprio Facebook, no painel de administração.
- Google+ e canal do Youtube – analisar, periodicamente, os indicadores estatísticos fornecidos pela Google My Business, no menu do Google+ no painel de administração.

Apesar de utilizarmos estas existe todo um conjunto de outras ferramentas que se

adequam ao que queremos avaliar ou medir.

Consideramos que no que diz respeito á realização deste esboço de plano de marketing existem três factores essenciais para criar, manter e expandir a nossa presença nas redes sociais:

#### **1. CONHECER**

É muito importante ter uma equipa atenta e motivada em adquirir, diariamente, conceitos novos, conhecer aplicações novas, fazer pesquisas, experimentar e evoluir.

#### **2. MANTER-SE FOCADO**

É essencial manter as páginas nas redes sociais atualizadas para não perder a atenção dos utilizadores, é responder sempre aos fãs/seguidores das redes sociais com cortesia, transparência e autenticidade.

#### **3. AVALIAR**

É essencial ter sempre em mente os nossos objetivos e avaliar os resultados, utilizando as ferramentas adequadas para extrair dados estratégicos.

*A sua biblioteca ainda mais perto de si!*

*[www.facebook.com/bibliotecamunicipaldebeja](http://www.facebook.com/bibliotecamunicipaldebeja)*