

KIRJASTOJEN YHTEINEN VIESTINTÄ JA MARKKINOINTI

15.15 – 17.00 Kirjastojen yhteinen viestintä ja markkinointi



Mikä mediaa kiinnostaa?

MEDIA ETSII MUUTOSTA

Uutiskriteerit:

Merkitys

Kiinnostavuus

Yllättävyys

Ajankohtaisuus

Läheisyys

STT:n uutiskriteerit:

http://stt.fi/sites/default/files/uploads/2.2_uutiskriteerit_ja_uutiskynnys.pdf

KIRJASTOLLA ON TASAISTA

” Uutiseksi ei riitä esimerkiksi se, että viranomaisen aloittaa hankkeen, yritys tekee kauppoja, oppilaitos aloittaa uuden koulutusohjelman tai jossain järjestetään seminaari. Kyse on tällöin tavanmukaisesta toiminnasta, jolla ei sellaisenaan ole uutismielessä merkitystä. Uutisarvon täytyy syntyä juuri kyseisen hankkeen, kaupan, koulutuksen tai seminaarin sisällöstä tai annista.”

Miksi muutos? Uutinen ei ole kaiken pysyminen ennallaan, satuttavuus on tunnetta – jos kirjastoja rakastetaan, on tunnetta synnyttävää ”uhattu rakkaus”

Keskusteleva ryhmätyö

Jakaannutaan ryhmiin
arvopohjalta:

1. Saavutettavuus – Kokous 1
2. Tasavertaisuus – Kokous 2
3. Vastuullisuus – Ideahuone
4. Yhteisöllisyys – Kahvila
5. Rohkeus - Auditorio



Tavoite

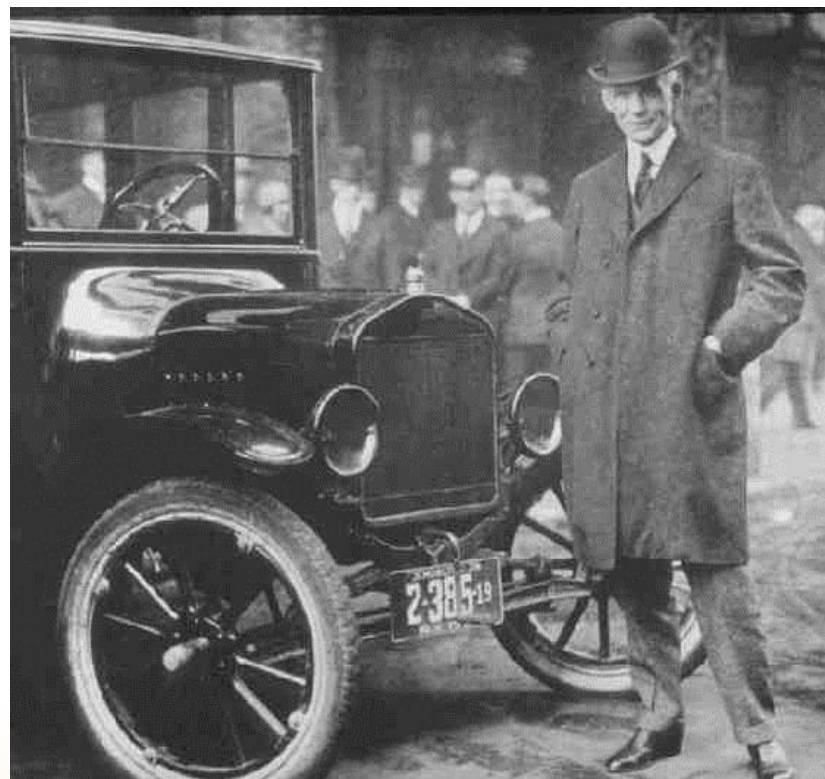
Löydämme viestejä, jotka ovat enemmän kuin oman kirjaston päivittäisiä tapahtumauutisia -> puhutaan kirjastotoiminnan ytimestä

Löydämme polunpäitä yhteisen tekemisen korostukseen sisäisesti ja voimaa ulkoiseen viestintään

Pohdimme julkisen keskustelun suuntaamista: mikä on meidän asemamme yhteiskunnassa

Mietimme yhteisiä tunnuksia, allekirjoituksia, yhteisiä positiivista julkisuutta antavia palveluja ym.

Löydämme jotain uutta: ”Jos asiakkailta olisi kysytty, he olisivat halunneet nopeamman hevosen”



Tehtävä

1. Jokainen ryhmä pohtii annetun arvon kannalta yhteisesti – kaikkia kirjastoja koskevasti – viestittäviä asioita, jotka pitäisi saada paremmin näkyviin julkisessa keskustelussa/päätäjakeskustelussa/mediassa
VALTAKUNNALLISESTI ja KAIKKIA KIRJASTOJA KOSKIEN
2. Jokainen ryhmä kirjaa 2 negatiivista + 2 positiivista aihetta
3. Jokainen ryhmä suosittaa, mitä kirjastojen pitäisi tehdä yhdessä, jotta aihe saadaan tietoisuuteen, kenen pitäisi viestittää?
4. Ryhmä tekee yhdestä aiheesta *iltalehtimäisen* otsikon
5. Ryhmät raportoivat koko salille löytönsä
6. Pohditaan yhdessä, mitä pitäisi panna alulle 16.1.2015 valtakunnallisessa viestijätapaamisessa