

BiebPanel 2015 – meting 3

Communicatie

In oktober 2015 hebben de leden van BiebPanel vragen beantwoord over de communicatie van de bibliotheek. Dit zijn de belangrijkste uitkomsten:

De meerderheid van de leden is tevreden met de communicatie vanuit de bibliotheek. De tevredenheid hierover is in Zoetermeer zelfs nog wat hoger dan in het totale Panel. Hoewel moderne communicatiemiddelen zoals sociale media in opkomst zijn, zoeken leden algemene informatie nog het liefst via de website, en persoonlijk relevante informatie via de medewerkers, de website en/of de mail. Men wil van de bibliotheek bij voorkeur informatie ontvangen via e-mail, en algemene informatie ook via de digitale nieuwsbrief en de website. De website, e-mail en de nieuwsbrief blijven dus de belangrijkste communicatiemiddelen.

ROL MEDEWERKERS

Als het gaat om het zoeken naar persoonlijk relevante informatie dan spelen de bibliotheekmedewerkers nog altijd een essentiële rol. De bibliotheekmedewerkers worden in dit verband dan ook het vaakst genoemd door panelleden in Zoetermeer. De panelleden hebben er niet zozeer behoefte aan om actief met informatie te worden benaderd door bibliotheekmedewerkers, maar willen wel graag dat er medewerkers beschikbaar zijn om vragen te beantwoorden wanneer zij daar behoefte aan hebben.

E-MAILS

Bibliotheekleden waarderen de inleverattenties en reserveringsberichten van de bibliotheek bijzonder. Meer algemene mails, zoals enquêtes of verjaardagsmails, worden wat minder gewaardeerd. Mails met hierin een duidelijk voordeel voor de klant (bijvoorbeeld een aanbieding of een exclusief aanbod) werken het beste.

DIGITALE NIEUWSBRIEF

Bekendheid

Panelleden gebruiken de digitale nieuwsbrief vaak om zich te informeren over de bibliotheek. De nieuwsbrief wordt, in vergelijking met het totale Panel, door relatief veel leden van de Bibliotheek Zoetermeer ontvangen.

Onderwerpen

Vooral de aanwinsten, informatie over de bibliotheek zelf, leestips en activiteiten voor volwassenen worden gewaardeerd als onderdeel van de digitale nieuwsbrief.

Inhoud

Hoewel een grote groep bibliotheekleden aangeeft geen voorkeur te hebben voor een formele of informele toon van mails en nieuwsbrieven, lijkt het de moeite om te experimenteren met verschillende teksten per doelgroep en/of verschillende manieren van aanspreken. Het gericht aanspreken van mensen op basis van hun interesses wordt bij bibliotheken nog niet of nauwelijks toegepast. In het onderzoek komt echter naar voren komt dat men dit wel zou waarderen (hoe relevanter, hoe interessanter). Een kortere nieuwsbrief zou een andere optie kunnen zijn om de nieuwsbrief te optimaliseren.

WEBSITE

Leesbaarheid

Vooral jongere panelleden en vrouwen gebruiken steeds vaker een smartphone om bijvoorbeeld mails te lezen of een website te bekijken. Uit dit BiebPanel onderzoek blijkt dat de website van de Bibliotheek Zoetermeer niet altijd goed werkt via een mobiele telefoon. Een slechte leesbaarheid op de mobiele telefoon staat wellicht meer gebruik van de website in de weg. In 2016 worden hiervoor verbeteringen doorgevoerd, afhankelijk van landelijke ontwikkelingen van de digitale infrastructuur.

Inhoud

87% van de gebruikers van de website zou graag de aanwinsten terugvinden op de site. Deze staan op dit moment nog niet op de website van de Bibliotheek Zoetermeer, maar verdienen op basis van de resultaten van dit onderzoek een vaste en prominente plek op de homepage. Ook reviews van boeken en leestips zijn aspecten die panelleden graag terugzien op de website. Deze onderdelen zijn al terug te vinden in de catalogus en worden binnenkort ook via de website ontsloten.

Suggesties website

Een deel van de verbeteringsuggesties die leden noemen betreft de (on)overzichtelijkheid van de website. Daarnaast zijn er enkele specifieke verbetertips en wensen genoemd. Zie de bijlage met open antwoorden. Begin januari wordt een specifiek gebruikersonderzoek op de website van de bibliotheek uitgevoerd, waarmee duidelijk zal worden hoe de website kan worden geoptimaliseerd.

SOCIALE MEDIA

Bekendheid

De meerderheid van de panelleden is actief op de sociale media, en dan met name facebook en LinkedIn. Dit aandeel is ook gestegen ten opzichte van het onderzoek in 2012. Panelleden verwachten ook vaker dan in 2012 dat de bibliotheek zelf actief is op de sociale media. Toch heeft Bibliotheek Zoetermeer net als in 2012 nog relatief weinig actieve volgers op Facebook, al zijn er wel redelijk wat 'likes'. De bekendheid van de facebookpagina moet worden verhoogd, de bibliotheek zet daarvoor o.a. facebook advertising in.

Inhoud

Over het algemeen doen aanwinsten en activiteiten het goed op de sociale media om klanten te informeren. Leuke nieuwtjes en foto's zijn aantrekkelijk om te plaatsen om een positief beeld van de bibliotheek te scheppen.