

Elżbieta Oleksiak

Sprawozdanie z warsztatów "Kształtowanie wizerunku organizacji", (Katowice, 31 sierpnia 2010 roku)

Bibliotheca Nostra : śląski kwartalnik naukowy 3-4/3/4, 108-111

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

ELŻBIETA OLEKSIAK
Miejska Biblioteka Publiczna w Sosnowcu

**SPRAWOZDANIE Z WARSZTATÓW
KSZTAŁTOWANIE WIZERUNKU ORGANIZACJI
(KATOWICE, 31 SIERPNIĄ 2010 ROKU)**

W sali wykładowej Biblioteki Śląskiej w Katowicach 31 sierpnia 2010 roku odbyły się drugie warsztaty na temat *Kształtowania wizerunku organizacji* (pierwsze odbyły się w Warszawie). Organizatorem spotkania był Zarząd Główny Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich. Zamysłem organizatorów było zebranie jak największej liczby informacji i danych, które w przyszłości mają posłużyć do stworzenia nowej koncepcji marketingowej Stowarzyszenia.

Spotkanie miało kameralny charakter, uczestniczyło w nim dwunastu bibliotekarzy, członków Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich Okręgu Katowickiego oraz Częstochowskiego. Wśród zebranych znaleźli się przedstawiciele bibliotek publicznych z Sosnowca, Czeladzi, Zabrze, Siemianowic i Częstochowy, a także pracownicy bibliotek szkół wyższych, zarówno państwowych (Politechnika Śląska, Uniwersytet Śląski), jak i niepaństwowych (Wyższa Szkoła Humanitas z Sosnowca, Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, Wydział Zamiejscowy w Chorzowie). Zajęcia prowadziła Agata Szczotka-Sarna, od lat specjalizująca się w zagadnieniach *public relations* i marketingu.

Celem spotkania była analiza obecnego wizerunku Stowarzyszenia tak wśród jego członków, jak i na tle różnych grup otoczenia. Uczestnicy warsztatów mieli poszukiwać odpowiedzi na trzy pytania, sformułowane przez prowadzącą warsztaty:

1. Jak wykorzystać najnowsze techniki i narzędzia do budowania pozytywnego, nowoczesnego, profesjonalnego wizerunku Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich?

2. Jak sprawić, by członkowie Stowarzyszenia z dumą mówili o przynależności do SBP?

3. Jak pokazać otoczeniu – urzędnikom, firmom, klientom oraz pracownikom bibliotek – potencjał i doświadczenie Stowarzyszenia?

Bibliotekarze uczestniczący w projekcie, kilka dni przed rozpoczęciem zajęć, otrzymali elektroniczny skrypt, w którym opisano następujące zagadnienia:

1. Rola komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej w budowaniu wizerunku organizacji;
2. Obszary *public relations*;
3. Z pogranicza PR i reklamy;
4. Nowoczesne narzędzia komunikacji czyli Witamy w Internecie.

W trakcie bloku wstępnego uczestnicy spotkania odpowiadali na pytanie: gdzie jesteście i dokąd zmierzamy? Podsumowano dotychczasowe działania promujące wizerunek SBP jako organizacji również dla młodych bibliotekarzy oraz przeprowadzono badanie oczekiwań uczestników wobec Stowarzyszenia. Pozwoliło to na określenie obszarów, którymi w czasie zajęć praktycznych zajęły się poszczególne grupy uczestników. Zajęcia były prowadzone metodą treningu. Moderatorka omówiła przykłady działań marketingowych i wizerunkowych na przykładzie różnych organizacji, zwracając uwagę na wartość i użyteczność stron internetowych dla potencjalnych klientów.

Rozbudowana struktura Stowarzyszenia stwarza poważne trudności w komunikacji. Istotną sprawą wydaje się zatem komunikacja wewnętrzna, która w zasadzie nie funkcjonuje. Propozycją jej poprawienia jest stworzenie listy mailingowej dla poszczególnych Kół, Oddziałów i Okręgów. Adresy powinny zawierać nazwę domeny SBP, która identyfikowałaby jednoznacznie członków stowarzyszenia. Poprawiłoby to niewątpliwie komunikację wewnętrzną w organizacji. Należy także zwrócić uwagę na rygorystyczne przestrzeganie zasady odpowiadania na maile w możliwie najkrótszym czasie.

Następnym elementem omawianym w trakcie spotkania było logo SBP, które zdaniem uczestników ma formę dość archaiczną. Należy zlecić firmie zewnętrznej wykonanie logo, które byłoby nowoczesne, ale równocześnie odwoływało się do długiej historii i tradycji Stowarzyszenia.

Dużo czasu poświęcono nowoczesnym narzędziom komunikacji. Niepokojącym jest fakt, że Stowarzyszenie prawie nie istnieje w Internecie. Jedynie na platformie EBIB znajdują się bieżące informacje na temat działalności organizacji. Jednakże część menu poświęcona SBP jest mało czytelna.

Wiele zastrzeżeń uczestników spotkania budziło także hasło *Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich* zamieszczone na stronach Wikipedii. Organizacja działająca od 1917 roku, mająca długą historię, jest opisana krótko i chaotycznie. Brakuje wielu podstawowych informacji – historii SBP poświęcono dwie linijki, co pogarsza tylko wizerunek organizacji. Działaniem, które należy podjąć natychmiast, jest poprawienie i uzupełnienie hasła Stowarzyszenia zamieszczonego w Wikipedii. Można do tego celu zaangażować wolontariuszy, którzy będą na bieżąco uzupełniać materiał, lub znaleźć bibliotekarzy, którzy redagują już hasła w tej encyklopedii. Należałoby uwzględnić także biogramy znakomitych bibliotekarzy i przypomnieć je na łamach sieciowej publikacji.

Kolejnym omawianym podczas warsztatów zagadnieniem było przekazywanie 1% podatku na rzecz Stowarzyszenia, które jest organizacją pożytku publicznego. Brak dokładnej informacji, na jakie cele kwoty zebrane w tej kampanii zostają przekazywane. Muszą one być jasno i wyraźnie sformułowane. Powinno się też ukazywać sprawozdanie z rozdysponowania całej zebranej sumy. Jedną z form zachęty do przekazywania datków może być napis *Przeznacz 1%* umieszczony jako wygaszacz na monitorach komputerów w bibliotekach w miesiącach składania zeznania podatkowego.

Innymi możliwościami zaprezentowania się Stowarzyszenia jest umieszczenie profilu na serwisach społecznościowych, szczególnie na Facebooku, z którego korzysta już ponad 500 mln użytkowników. Dobrym sposobem jest także prowadzenie blogu, ale wymaga on stałej aktualizacji, szybkiego odpowiadania na pytania, reagowania na wpisy użytkowników. Na blogu ponadto można zamieszczać zdjęcia, krótkie filmy, które zawsze przyciągają uwagę użytkowników. Strona internetowa powinna mieć bardzo jasny, przejrzysty, dobrze przemyślany układ. Musi stwarzać warunki do uzyskania informacji od zaraz, bez konieczności wchodzenia w kolejne kategorie i podkategorie w menu. Strona powinna pełnić funkcję informatora dla grup związanych z organizacją, np.: dla wolontariuszy, dla partnerów, dla bibliotekarzy i in. Niezwykle ważne jest także pozycjonowanie. W przypadku poszukiwania informacji w Internecie, strona domowa SBP musi pokazywać się na pierwszym miejscu listy wyników wyszukiwania, wówczas zapewni to dotarcie z informacją do wszystkich zainteresowanych osób.

Druga część warsztatów miała formę bloku kreatywnego, w czasie którego przeprowadzono ćwiczenia pobudzające twórcze myślenie przy wykorzystaniu metod Edwarda de Bono. Każdy z uczestników

brał udział w ćwiczeniu grupowym, a następnie rozdzielono zadania indywidualne. Prowadząca zajęcia podzieliła obecnych na trzy grupy, przydzielając każdej temat do opracowania.

Pierwszy zespół pracował nad kampanią *Przeznacz 1% podatku*, drugi – przygotował projekt wizerunku Stowarzyszenia w Internecie, trzeci – starał się opracować program lojalnościowy dla członków SBP, ze szczególnym zwróceniem uwagi na osoby młode. Opracowano projekt karty – legitymacji SBP, która byłaby jednocześnie kartą rabatową uprawniającą do korzystania ze zniżek w instytucjach kultury, takich jak księgarnie, hurtownie, kina, teatry. Zaproponowano także program lojalnościowy, umożliwiający członkom SBP korzystanie z wiedzy i umiejętności ekspertów-bibliotekarzy, dostępny po wpisaniu hasła.

W trakcie spotkania przyjęto m.in. wniosek składający do przeprowadzenia warsztatów z zagadnień komunikacji wewnętrznej oraz przeprowadzenie audytu wewnętrznego SBP. Zapoczątkowano również tworzenie listy mailingowej dla Kół Oddziału Katowickiego oraz rozpoczęto zbieranie materiałów do opracowania hasła w Wikipedii.

Spotkanie było pierwszym krokiem zmierzającym do poprawy obrazu SBP i zainteresowania młodych ludzi działalnością organizacji. Wnioski i propozycje ulepszenia wizerunku sformułowane przez uczestników warsztatów, zebrane przez trenerkę A. Szczotkę-Sarnę, zostaną przekazane Zarządowi Głównemu SBP i poddane dalszej dyskusji.