

Estrategia de mercadeo cultural de la Red de Bibliotecas- Fundación EPM, entre las diez mejores del mundo



- El proyecto de la Red de Bibliotecas es el único de América Latina entre los diez más destacados de la decimotercera versión del Premio Internacional de Marketing en Bibliotecas 'IFLA - BibLibre'.
- Una aplicación para dispositivos móviles y una campaña para el uso de contenidos digitales desde cualquier lugar, son parte de las razones por las cuales la IFLA -máxima autoridad de bibliotecas en el mundo- reconoce a este programa de la Fundación EPM.

Este jueves 18 de febrero, el jurado del 13° Premio Internacional de Marketing en Bibliotecas 'IFLA-BibLibre' catalogó como una de las 10 iniciativas “más inspiradores del mundo” en su campo, al proyecto presentado por la Red de Bibliotecas de la Fundación EPM que consta de un conjunto productos digitales y acciones de comunicación para la *captura y fidelización de usuarios de las bibliotecas públicas a través de la tecnología móvil en Medellín y su área metropolitana.*

71 concursantes de 26 países y 6 idiomas, aspiraron a ganarse este premio, una cifra que constituye el récord histórico de participación y ubica a la Red de Bibliotecas como el principal referente en América Latina en esta versión del Premio, que recibió postulaciones de los cinco continentes.

El evento es organizado por la Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA) -máxima autoridad mundial en bibliotecas, fundada en 1927- con el objetivo de hacer un reconocimiento a los proyectos más creativos y efectivos para generar vínculos entre la gente y las bibliotecas públicas. Esta iniciativa es posible gracias al patrocinio de la empresa francesa de software 'BibLibre', que da nombre al galardón.

La estrategia de la Red de Bibliotecas: cuestión de aplicación

Entre lo más importante del proyecto presentado por la Red de Bibliotecas, está la aplicación para dispositivos móviles que se lanzó en marzo de 2015, con la cual es posible, entre otras cosas, encontrar

la biblioteca más cercana, descubrir si un libro está disponible con sólo escanear su código de barras o consultar eventos y novedades bibliográficas. Esta aplicación está disponible de manera gratuita en las tiendas, tanto para Android como para iOS de Mac.

Otro punto clave fueron las estrategias de comunicación para promover la interacción de los usuarios con los contenidos digitales de la Red de Bibliotecas, a través de sus dispositivos móviles, sin importar el lugar en que se encuentren.

Los proyectos ganadores y destacados

El jurado del premio eligió los tres primeros puestos y seleccionó siete proyectos más que “aunque no llegaron al podio, merecían ser destacados”, debido a su “carácter inspirador” para colegas y pares en otras partes del mundo, como fue el caso de la Red de Bibliotecas de la Fundación EPM.

El primer puesto fue para la campaña de posicionamiento del ‘Inspiration Lab’, de la Biblioteca Pública de Vancouver, Canadá. El segundo lugar fue para la campaña ‘Tuan Time’: “cada experiencia en la biblioteca es un tesoro memorable”, de las Bibliotecas de la Universidad de Xiamen, China. Y el tercer puesto lo ocupó la campaña de ‘Pop Ups’ de las Bibliotecas de Sunshine Coast, en Australia. Estos tres ganadores recibirán entre 3 mil y 500 euros, y los dos primeros puestos fueron invitados con todos los gastos pagos al próximo Congreso Mundial de Bibliotecas e Información de la IFLA, en agosto de este año en Estados Unidos.

Los otros siete proyectos destacados que provenían de Colombia, Australia, China, Egipto, Grecia, Polonia y Rusia, serán presentados durante el Congreso. Además, la organización extendió una invitación protocolaria a sus responsables para asistir a la gala de premiación.

Mayores informes:

Equipo Editorial

Red de Bibliotecas - Fundación EPM

Teléfonos 231 7166 - 511 6789