

The Referente Desk, points-of-sale, and the building of loyalty: applications of Customer Relationship Management techniques to Library Marketing

Glenn Masuchika

The Reference Librarian, 2013, 54:4, ISSN 1541-1117, ISSN 0276-3877, p. 320-331

En los últimos tiempos, debido al desarrollo de los servicios virtuales de información, bibliotecarios y administradores de bibliotecas ponen en duda la utilidad del mostrador de referencia en las bibliotecas. Glenn Masuchika, en este artículo, establece un paralelismo entre la necesidad de las empresas de establecer relaciones de confianza con el cliente y la necesidad de las bibliotecas de establecer esta misma relación con los usuarios. Aunque las bibliotecas están menos expuestas que las empresas al cierre, sí son susceptibles a la pérdida de financiación, y con ello, a la pérdida de recursos, de personal, y de servicios. A pesar de los numerosos estudios sobre el marketing bibliotecario, el autor resalta que muy pocas veces se habla del mostrador de referencia como lugar de interacción entre bibliotecario y usuario, y por lo tanto, como lugar clave para “vender” los servicios bibliotecarios. En esta línea, se analizan los estudios que tratan sobre las técnicas de gestión de relaciones con clientes utilizadas en las empresas con el fin de dar al bibliotecario las herramientas para defender el mostrador de referencia como punto de acceso a la información y de afianzamiento de

usuarios. Así, el mostrador de referencia, como punto de venta de la biblioteca, debe estar bien visible, bien señalizado y tener fácil acceso, para que el investigador sepa reconocer enseguida el lugar donde recibirá la ayuda que necesita. En segundo lugar, se destaca la importancia de trabajar para obtener la fidelidad del usuario, para ello el autor expone las siguientes cinco sugerencias a los administradores de biblioteca: nuestra biblioteca nunca es el único lugar donde los usuarios pueden acudir para cubrir sus necesidades; el contacto humano siempre es más eficaz que el electrónico; hacer sentir al usuario que su investigación es importante para que éste sienta que la visita a la biblioteca es positiva para su trabajo; durante el transcurso de la entrevista de referencia, evitar el sentimiento de inferioridad del usuario con respecto al bibliotecario; aunque las preguntas no sean respondidas inmediatamente, realizar el seguimiento posterior para conseguir la satisfacción del usuario.

Resumen realizado por la Sección de Documentación
Bibliotecaria