

Bibliotekens utvärdering av e-kampanjen mars 2008

Birgitta Hellman Magnusson, LBÖ, 080520

Första veckan i mars gick östgötabiblioteken ut i en gemensam kampanj - "Biblioteket hemifrån" - för att lyfta fram bibliotekens e-tjänster. Allmänheten inbjöds att prova på bibliotekets e-tjänster på sitt bibliotek.



De e-tjänster som skulle marknadsföras under veckan var webbkatalogens självbetjäningstjänster samt möjligheten att ladda ner och lyssna online på e-böcker och e-musik. Alla bibliotek hade fortbildat sin personal utifrån kampanjens miniminivå.

En överenskommelse hade gjorts med IT-ansvariga som lovade hjälpa till om det skulle bli strul med tekniken på biblioteken.

Kampanjmaterial togs fram i form av en logga, affischer, broschyrer/manualer, banners, knappar och gemensamma annonser i dagspressen. Pressinformation skickades ut via Östsam.

Biblioteken hade laddat upp med olika aktiviteter under kampanjveckan. Allt från drop in med personlig handledning vid datorn till dagliga visningar på storskärm och utbildning i datasal.

Det här är en utvärdering av e-kampanjen sett från de deltagande biblioteken. Det är viktigt att vi tar till vara på erfarenheterna från den här kampanjen så att vi står ännu bättre rustade inför nästa etapp av e-kampanjen, som planeras till hösten 2008.

Förberedelser och utbildning av personal:

Positivt:

- Bra med gemensamma förberedelser och utbildning av piloter.
- Bra att LBÖ hade kurs för utbildningspiloterna.
- Bra att personalen fick utbildning och en teknisk genomgång av e-medierna.
- Bra att LBÖ gjorde ett papper med "kampanjens miniminivå" (mycket bra).
- Personalen tog sig tid att lära sig e-tjänsterna.
- Kampanjen inåt, mot personalen, fungerade bra hos oss.
- Personalen var väl förberedd.
- Personalen hade tillräcklig kunskap.

Negativt: -

Tekniken:

Positivt:

- Tekniken fungerade bra.
- Tekniken på datorerna fungerade.
- Tekniken fungerade bra.
- Tekniken fungerade bra, hjälpsam IT-personal.
- Tekniken var ok.

Negativt:

- Att Finspång hade tekniskt "strul". Handdatorer och mp3-spelare fungerade inte.

Broschyerna:



Positivt:

- Att det framställdes broschyrer som går att använda även efter kampanjen.
- Broschyerna är mycket pedagogiska och lättlästa (utmärkta).
- Användarbroschyerna är föredömliga.
- Kampanjmaterialet var bra. Broschyerna verkar fungera självinstruerande.
- Positiva kommentarer om broschyrerna.
- Broschyerna är jättebra. Många tog dem.
- Informativa broschyrer.
- Väldigt bra broschyrer
- Materialet var bra. Foldrarna mycket tydliga och användbara. Många tog med sig broschyrer hem.
- Snygga broschyrer, affischer och snygg annons.

Negativt:

- Många tyckte att omslaget var tråkigt och stereotyp, framförallt den stickande kvinnan var det många som inte gillade.
- Broschyrmaterialet och affischerna anlände till stadsbiblioteket väldigt sent, vilket gjorde att filialerna inte hann få det i tid.
- Enda problemet är kanske att sökvägen till e-tjänsterna via bibliotekets hemsida som står beskriven i broschyrerna inte stämmer riktigt för oss eftersom vi har portalens rubrik "Lyssna & ladda ner" istället för "Biblioteket hemifrån".

Affischerna:



Positivt:

- Affischer och broschyrer var väldigt bra.
- Affischerna fungerar.
- Snygga broschyrer, affischer och snygg annons.

Negativt:

- Att det producerades för många affischer. Det hade varit bättre att ta fram papperskassar med läckert tryck som man gjort i bibliotekskampanjen Library lovers. Dom syns på "stan".
- För många exemplar av a4-affischer.
- Konstruktionen med affisch + banner var inte helt lyckad. Dels på grund av att bannerns storlek inte passade med affischernas storlek dels på grund av att även bannern innehöll en bild. Det blev tårta på tårta och tydligheten minskade.
- Affischerna var lite tråkiga. Synd att de inte var i färg, som broschyrerna, och att inte det syns på dem att personen på bilden sitter vid en dator (eller har en bärbar spelare som är fallet för e-musiken). Som det nu är känns bilden lite ryckt ur sitt sammanhang. Vi hade nog inte behövt riktigt så många affischer heller...

Knappen:



Positivt: -

Negativt:

- För små knappar med för liten text.
- Knapparna användes knappt alls.
- Knapparna inte vår stil.

Annonserna:



Prova våra e-tjänster på biblioteket
Sök, beställ och låna om. Ladda ner, lyssna online på e-böcker och e-musik!

Vi hjälper dig under kampanjveckan 3-8 mars. Välkommen!

Söderköping
Demonstration av e-böcker och e-musik, Stinsen
Mån-ons kl. 14
Ons-tors kl. 18

Norrköping
Information och handledning på huvudbiblioteket och filialerna hela veckan
Drop-in, särskilda visningar, föreläsningar – se vidare på Stadsbibliotekets webbplats
www.nsb.norrkoping.se
Mån-tors: 8-20
Fre: 8-18

Valdemarsvik
Kom in för personlig guidning av E-tjänster
Mån-tors: 10-18
Fre: 10-17
Lör: 11-13

Finspång
Kom in och prova vår nya demonstrationsdator
Tis-fre kl. 10-17
Ons-tors kl. 10-18

Östgötabibliotek
www.ostgotabibliotek.se

Positivt:

- Egen annonsering i Boxholms annonsblad, som de flesta hade läst.
- Reklamsatsningen i dagspressen var bra.
- Snygga broschyrer, affischer och snygg annons.

Negativt:

- Gemensamma annonsen i Corren syntes inte.
- Miss med första annonsen som inte kom i lördagstidningen av Motala Tidning.
- Miss att Motala inte fanns med i Correnannonsen och Extra.
- Annonserna i NT placerades fel sida (insändarsidan).
- Miss att Söderköping inte var med i annonsen i Extra Östergötland.
- Annonsen kom för sent i Annonsbladet i Tranås.
- Några personer förstod inte att annonsen handlade om vårt bibliotek, utan undrade vad Östgötabibliotek är för nåt. Kommunens logga saknades av en person med det ansvaret i stadshuset. Bidrar vi med resurser ska vår logga vara med (suck!).

Om kampanjen på det egna biblioteket:



E-kampanjen på Norrköpings stadsbibliotek. Sofia Larsson, bibliotekarie på Norrköpings stadsbibliotek, visar Ellinor Monell hur man laddar ner e-musik. Foto: Ahmet Kurt

Positivt:

- De som kom till demonstrationerna var mycket nöjda.
- Lottade ut usb-minnen till ”provarna”, flera kom av den anledningen.
- 25 personer fick individuell handledning vid datorn.
- All personal provade på att handleda vid datorn.
- De som kom på fasta programpunkterna var väldigt nöjda.
- Två storbildsvisningar lockade nio besökare.
- Veckorna efter kampanjen har intresset för bibliotekets tjänster via nätet ökat. Fler än vanligt har frågat efter en pinkod.
- Ringarums filial hade visningar som rönste visst intresse.
- Många tog material. Särskilt unga, medelålders män ville inte ha visning, men broschyrer och pinkod.
- 10 personer provade tjänsterna på biblioteket.

Negativt:

- Låntagarna vill kunna ladda ner ljudböckerna.
- Inte så stort intresse från allmänhetens sida under själva kampanjveckan.
- Lågt deltagande på våra visningar.
- Besvikelse över att det inte handlar om mp3-böcker.
- Ganska litet intresse för att prova på e-tjänsterna.
- Inte så stort intresse för att prova på.
- Intresset för kampanjen från allmänhetens sida var inte så stort som vi hade väntat oss.
- Ingen kom på våra storbildsvisningar.
- Bara en person kom till våra visningar. Fåtal efterfrågade själva hjälp.
- Att lånekorten i Borensberg och Tjällmo inte fungerar mot eLib.
- Vi var för få som jobbade på lördagen.
- Låntagarna besvikna på att ljudböckerna inte går att ladda ner.
- Ingen frågade efter e-tjänsterna.

Kampanjen i media:



Datorlån av böcker i bibliotekskampanj (NT 080303)

Besök biblioteket via några musklick (Extra Östergötland 080304)

Kanal Lokal 080304

Bibblan laddar för lån via hemdatorn (Folkbladet 080305)

Biblioteken kampanjar för e-tjänster (Radio Östergötland 080305)

(Smålandstidningen)

Biblioteket finns hemma i köket (Länstidningen 090314)



Positivt:

- Att vi fick mycket respons på tidningsartikel i Nt, bra marknadsföring av e-medierna.
- Bra genomslag i media.
- Kampanjen fick ganska bra uppmärksamhet i media.
- Extra Östergötland hade ett mycket bra helsidesreportage.
- Folkbladet hade en artikel med rubriken *Bibblan laddar för lån via hemdatorn*.
- Generellt sätt märktes ett ökat intresse i anslutning till de inslag som förekom i media.
- Lokalradioinslaget lockade en del besökare liksom lokal-TV.

Negativt: -

Om stödet från LBÖ:

Positivt:

- Stödet från LBÖ var bra.
- Bra att LBÖ hade kurs för utbildningspiloterna.
- Bra att LBÖ gjorde ett papper med "kampanjens miniminivå" (mycket bra).

Negativt:

- Broschyrmaterial och affischerna anlände till stadsbiblioteket väldigt sent, vilket gjorde att filialerna inte hann få det i tid.

Vilket värde har kampanjen haft?

Positivt:

- Att personalen på biblioteket blev medveten/påmind om att vi har nerladdningsbara medier.
- All personal provade på att handleda vid datorn, så nu kan alla det!
- Biblioteket hemifrån har landat hos personalen. Alla kan handleda.
- Förbättrad statistik.
- Personalen lärde sig e-tjänsterna.
- Jättebra att personalen fick anledning att lära sig e-tjänsterna ordentligt.
- Personalen positiv till nya e-tjänsterna.
- Bra med en gemensam kampanj och att vi hade likadana affischer, foldrar, annonser etc.
- Personalen har fått mer kunskap om e-tjänsterna.
- Personalen tog sig tid att lära sig e-tjänsterna.
- Kampanjen inåt, mot personalen, fungerade bra hos oss.
- Även om kampanjen i sig inte direkt bidragit till att öka användandet av våra e-tjänster så tror jag den bidrar till att förändra bilden av biblioteket som en institution med hög IT-kompetens och ett brett urval av tjänster. Inte bara gamla böcker som ingen vill läsa.

Negativt:

- Ingen större uppgång i statistiken.
- Utfallet av kampanjen relaterat till kostnaderna kunde ha varit bättre. Intresset var inte så stort som vi hade kunnat hoppats på. En genomgång av statistiken för antalet lån hos E-lib registrerade i Norrköping visar hittills inga markanta skillnader efter kampanjen.

Hur går vi vidare?

En kampanjvecka i höst – ja, absolut! (Boxholm)

Att tänka på till nästa gång:

Positivt	Negativt
<p>Mer radio och TV och nätannonser – mindre tidningsannonser.</p> <p>Nya självinstruerande broschyrer för databaserna.</p> <p>”Då ska vi verkligen lägga krutet på att marknadsföra den gemensamma portalen”.</p> <p>Sätta upp affischerna på andra platser i kommunen.</p> <p>Bättre koll på annonserna och tidningsutgivningen.</p> <p>Då kanske vi ska ordna något speciellt, föreläsning eller storbildsvisning.</p>	<p>Vi får samma problem med Borensberg och Tjällmo om vi ska ha databaskampanj till hösten.</p>

Boxholm

Förutom den gemensamma annonseringen satsade Boxholms bibliotek på egen annonsering i vårt annonsblad Boxholmsbladet. Annonsbladet läses verkligen noga av boxholmsborna och det var också så att de flesta som kom till oss under kampanjveckan för att testa e-resurserna hade läst annonsen i Boxholmsbladet. Där utlovade vi utlottning av USB-minne och det var flera som kom av den anledningen.

Vi hade speciella tider för handledning men tog hand om alla intresserade även utanför dessa tider. Under veckan kom 25 intresserade personer och vi satte oss med var och en för individuell handledning. Samtlig personal provade på att handleda. Vi lät besökarna bestämma vad de ville att vi skulle visa.

Den gemensamma annonsen i Corren var svår att upptäcka. Det är ju så att våra annonser i Corren vanligtvis hamnar under respektive kommunrubrik. Nu fanns annonsen på insändarsidan. Det finns kanske ingen bättre plats för gemensam annons? Det blev väl aldrig någon nätannons?

Vi har fått väldigt många affischer. Vi spar dem förstås och kommer att kunna använda dem igen vid tillfällen då vi vill lyfta fram e-resurserna. Nästa vecka har vi Medborgarskolans föredrag "Den digitala klyftan". Vi har fortfarande den fyra affischerna i entrén och vid våra publika datorer. Intresset är lågt och vi måste själva "ragga" aktivt för att få upp intresset. Det gör vi och varje vecka har vi någon/några som vi handleder. Just nu har vi även annonserat i Boxholmsbladet om möjligheten att få handledning i hur man använder "Biblioteket hemifrån". Bladet kom i måndags men hittills har vi bara fått ett napp.

De fyra användarhandledningarna är föredömliga! Jättebra att sätta i händerna på folk och helt självinstruerande. Vi skickar med dem aktivt - fast vi frågar naturligtvis först om intresse finns. Några tackar Nej men många plockar med sig broschyrerna hem.

Någon riktig snurr på e-böckerna får vi inte förrän användarna kan ladda ner till egna MP3 spelare. Det är det man vill och när man ser att det inte går är det inte intressant längre. När vi visat faktaböcker/främst databöcker som kan användas som uppslagsverk är man mer intresserad.

Vi är nöjda med kampanjen och nu gäller det att hänga i och fortsätta visa vad vi har. En kampanjvecka i höst - ja absolut. Mer Radio och TV (gratis) och kanske nätreklam (om vi har råd) - mindre tidningsannonser. Ny/a självinstruerande broschyr/er för databaserna . Då ska vi verkligen lägga krutet på att marknadsföra den gemensamma portalen tycker jag. Affischerna kan väl användas igen med någon upplysande "banderoll" om databastjänster och tidpunkt för ny kampanjvecka. Det gäller nog att återanvända resurserna. Ingen har ett överflöd av pengar.

Det var bra:

Egen annonsering i Boxholms annonsblad, som de flesta hade läst.

Lottade ut usb-minnen till "provarna", flera kom av den anledningen.

25 personer fick individuell handledning vid datorn.

All personal provade på att handleda.

Användar-broschyrerna är föredömliga.

Mindre bra:

Gemensamma annonsen i Corren syntes inte.

Låntagarna vill kunna ladda ner ljudböckerna.

Hur gå vidare?

En kampanjvecka i höst – ja, absolut!

Mer radio och TV och nätannonser - mindre tidningsannonser.

Nya självinstruerande broschyrer för databaserna.

"Då ska vi verkligen lägga krutet på att marknadsföra den gemensamma portalen."

Finspång

Intresset från allmänheten för e-kampanjen var inte så stort på Finspångs bibliotek. Det kom en handfull människor som ville få en demonstration.

Tittar man på utlåningsstatistiken så ligger den kvar på samma nivå som tidigare. Finspång ligger ju trea efter Linköping och Norrköping om man tittar på antalet utlån. Det gör vi fortfarande. Det man kan konstatera är ju att e-medier används i Finspång och gissningsvis av personer som själva tar reda på information om e-medier och hur man tekniskt går tillväga.

Bra med kampanjen:

Att de som kom till demonstrationerna var mycket nöjda.

Att LBÖ hade kurs för utbildningspiloterna.

Att personalen på biblioteket blev medveten/påmind om att vi har nerladdningsbara medier.

Att personalen fick utbildning och en teknisk genomgång av e-medierna.

Att LBÖ gjorde ett papper med "kampanjens miniminivå" (mycket bra).

Att det framställdes broschyrer som går att använda även efter kampanjen.

Broschyrerna är mycket pedagogiska och lättlästa (utmärkta).

Att vi fick mycket respons på tidningsartikel i Nt mest av människor som inte kom på demonstrationerna. Men det innebär ju marknadsföring av e-medierna och att tidningsartikeln lästes.

Mindre bra med kampanjen:

Att Finspång hade tekniskt "strul". Handdatorer och mp3-spelare fungerade inte.

Att det producerades för många affischer. Det hade varit bättre att ta fram papperskassar med läckert tryck som man gjort i bibliotekskampanjen Library lovers. Dom syns på "stan".

Detta var bra:

Att de som kom till demonstrationerna var mycket nöjda.

Att LBÖ hade kurs för utbildningspiloterna.

Att personalen på biblioteket blev medveten, påmind om att vi har nerladdningsbara medier.

Att personalen fick utbildning och en teknisk genomgång av e-medierna.

Att LBÖ gjorde ett papper med "kampanjens miniminivå" (mycket bra).

Att det framställdes broschyrer som går att använda även efter kampanjen.

Broschyrerna är mycket pedagogiska och lättlästa (utmärkta).

Att vi fick mycket respons på tidningsartikel i Nt, bra marknadsföring av e-medierna.

Mindre bra:

Att Finspång hade tekniskt "strul". Handdatorer och mp3-spelare fungerade inte.

Att det producerades för många affischer. Det hade varit bättre att ta fram papperskassar med läckert tryck som man gjort i bibliotekskampanjen Library lovers. Dom syns på "stan".

Kinda

Kampanjmaterialet var bra!

Under själva kampanjveckan så var det ganska svalt intresse. Kanske 5-10 pers. som frågade lite kring tjänsterna, hur man laddar ner m.m. Däremot har det efter kampanjen droppat in en jämn ström (åtminstone 3-4/vecka) av intresserade låntagare.

Lite frågor av teknisk natur har dykt upp. Annars verkar de broschyrer som tagits fram fungerat bra. De flesta har lyckats använda tjänsterna utan personalens hjälp.

Statistiken nedan pekar inte på någon dramatisk uppgång, inte heller de prel. siffrorna för april.

Även om kampanjen i sig inte direkt bidragit till att öka användandet av våra e-tjänster så tror jag den bidrar till att förändra bilden av biblioteket som en institution med hög IT-kompetens och ett brett urval av tjänster. Inte bara gamla böcker som ingen vill läsa.

Linköping

Positivt

Biblioteket hemifrån har landat hos personalen. Vi valde att alla i alla diskar skulle kunna handleda. Det tror jag att vi lyckades med.

Positiva reaktioner från allmänhet och medarbetare på radioinslag och tv-inslag.

Positiva kommentarer om handledningsbroshyrerna där vi har fått efterfrågan på fler, framförallt filialerna.

Förbättrad statistik jämfört med förra året mars.

Negativt

Lågt deltagande i de visningar på kvällstid som vi erbjöd.

Flera av de som ställt frågor vill veta hur man laddar ner en mp3-bok till sin spelare. Och man anar en viss besvikelse när det handlar om att läsa på skärm eller lyssna online.

Eftersom vi valde att alla skulle kunna handleda, och inte placera en specialist vid en specialdator, blev det inte några spontanvisningar där man lockade folk som var i huset av andra skäl. Ingen statistik av antal handledningstillfällen fördes.

För många exemplar av a4-affischer. Några personer förstod inte att annonsen handlade om vårt bibliotek, utan undrade vad Östgötabibliotek är för nåt. Kommunens logga saknades av en person med det ansvaret i stadshuset. Bidrar vi med resurser ska vår logga vara med (suck!)

Några kommentarer att kampanjen inte innehöll några nyheter (från medarbetare).

Detta var bra:

Kampanjmaterialet.

Broschyrerna verkar fungera självinstruerande.

Kampanjen bidrar till att förändra bilden av biblioteket som en institution med hög IT-kompetens och ett brett urval av tjänster.

Mindre bra:

Inte så stort intresse från allmänhetens sida under själva kampanjveckan.

Ingen större uppgång i statistiken.

Detta var bra:

Biblioteket hemifrån har landat hos personalen. Alla kan handleda.

Bra genomslag i media.

Positiva kommentarer om broschyrerna.

Förbättrad statistik.

Detta var mindre bra:

Lågt deltagande på våra visningar.

Besvikelse över att det inte handlar om mp3-böcker.

För många affischer.

Några undrade över loggan "Östgötabibliotek", vad är det för nåt?

Kommunens logga saknades på annonsen.

Mjölby

Det var positivt med den stora reklamsatsningen i dagspressen – det tror jag bidrog till att en del som kanske inte annars besöker biblioteket tog sig dit under kampanjveckan.

”Knapparna” som togs fram för ändamålet var alldeles för små och otydliga – man måste gå ganska nära för att verkligen kunna läsa vad det står på dem...

Affischer och broschyrer var väldigt bra! Fortfarande finns det en ganska stor nyfikenhet kring broschyrerna. Bra att kunna skicka med intresserade efter att man visat, eller om de inte har tid för visning.

Under själva kampanjveckan var det inte så stort intresse som jag hade förväntat mig. Det var förvånansvärt få ”stamkunder” som var intresserade – kanske för att de redan känner till våra e-tjänster?! På Mjölby bibliotek fick vi knappt några drop-in-frågor. Filialerna fick fler.

Det fanns dock ett visst intresse för våra ”fasta programpunkter” – det var inte någon rusning, men de som kom och deltog var väldigt nöjda. På de fyra visningar vi hade på Mjölby bibliotek kom det sammanlagt 6 personer.

Tekniken funkade bra hela veckan!

E-kampanjen innebar också att personalgruppen (undertecknad inkluderad) tog oss mer tid för att lära oss e-tjänsterna än vad vi skulle ha gjort annars. Ett bra incitament för att friska upp de interna färdigheterna, helt enkelt.

Det var bra:

Affischer och broschyrer var väldigt bra.

Reklamsatsningen i dagspressen.

De som kom på fasta programpunkterna var väldigt nöjda.

Tekniken fungerade bra.

Personalen tog sig tid att lära sig e-tjänsterna.

Mindre bra:

För små knappar med för liten text.

Ganska litet intresse för att prova på e-tjänsterna.

Motala

Personalen: alla lärde sig grunderna, och det verkade som personalen tyckte det var roligt. Jag hade flera olika utbildningstillfällen så att alla skulle kunna vara med. Under kampanjveckan hade vi bakjours-pass som täckte 9-17 för att kunna ta hand om folk och visa vid en särskild visningsdator som var vikt för detta.

Tekniken på datorerna i biblioteket fungerade (tre studierum + en särskild visningsdator). Däremot hade vi litet problem att hinna/kunna ladda ner Acrobat Digital edition på personalens datorer. Däremot fungerar ju inte lånekorten i Borensberg och Tjällmo.

Vi har två ”storbildsvisningar”, med sju besökare på den ena och två på den andra. Under veckan blev vi väl inte omkullsprungna, men några personer per dag testade. Betydligt fler tog broschyrer för att testa själva. Även rektorer och bibliotekspedagoger (lärare) har fått foldrarna utdelade till sig. Vi hade fest-dag på lördagen med många besökare och då hade de inte tid att testa (de köpte böcker och åt godis) men tog information.

Annonserna blev litet miss med: första annonsen kom inte på lördagen. Annonsen i MT blev väldigt liten text – hade varit bättre med färre och större ord. Uppdelningen blev konstig – i Corren fanns vi inte alls med fast den har spridning hos oss. Likaså med Extra, som ju delas ut även på våra bussar. Skulle kunna stått: Aktiviteter även på övriga bibliotek – hör med ditt bibliotek, för nu såg det ut som om vi inte alls hade något program. Vi hade egen annons på tisdagen, med både e-kampanj och fest-dag.

Broschyrerna är jättebra. Affischerna fungerar. Vi fick ju inte banners i tid, men hade gjort egen affisch med tiderna så vi kombinerade så. Vi satte upp många affischer på utställningsskärmar, en direkt vid ingången och en vid visningsdatoren, så de syntes bra.

Det ÄR svårt att få respons i en särskild kampanj – man behöver ju se om nedladdningarna ökat under våren för att se resultatet. Många vill nog testa själva eftersom det ju är en hemifrån-tjänst.

Jag ser det som att det även var en kampanj inåt, att vår personal skulle lära sig, och den delen föll bra ut hos oss. Vi hade ju ett tråkigt faktum i att lånekorten i Borensberg och Tjällmo inte fungerar och därför låg vi lågt med att göra reklam där – det blir ju badwill. Detta måste ju lösas till nästa år (med nytt gemensamt system), men om vi gör databaskampanj i höst har vi samma problem då.

Det var bra:

Personalen lärde sig e-tjänsterna.

Tekniken på datorerna fungerade.

Två storbildsvisningar lockade nio besökare.

Broschyrerna är jättebra. Många tog dem.

Affischerna fungerar.

Kampanjen inåt, mot personalen, fungerade bra hos oss.

Mindre bra:

Miss med första annonsen som inte kom i lördagstidningen.

Miss att Motala inte fanns med i Correnannonsen och Extra.

Att lånekorten i Borensberg och Tjällmo inte fungerar mot eLib.

Inte så stort intresse för att prova på.

Inför nästa gång:

Vi får samma problem med Borensberg och Tjällmo om vi ska ha databaskampanj till hösten.

Norrköping

Tillströmningen av intresserade personer var mindre än vad vi hade förväntat oss på huvudbiblioteket. Många som visade intresse backade när de insåg att ljudböckerna inte går att överföra till mp3 spelare utan är strömmande.

Antalet besökare som förevisades tjänsterna varierade med mellan 10-20 personer per dag på stadsbiblioteket. Långt många fler plockade åt sig av informationsmaterialet. Det märktes ett stort intresse för språkkurserna och från personer som skaffat sig/funderat på att skaffa mobilt bredband till sommarstugan eller husvagnen. Många av de personer vi pratade med under kampanjveckan ansåg sig inte behöva någon genomgång av tjänsterna eller prova-på då de är vana datoranvändare.

Aktiviteter på stadsbiblioteket

Allmän visning av tjänsterna i Salongen vid fyra tillfällen varje dag måndag till söndag under rubriken Lär dig mer om:

- Mitt konto
- E-musik
- E-böcker
- Strömmande ljudböcker och språkkurser

Föreläsning ”Digitala klyftan” i samarbete med Medborgarskolan på onsdagen i konferensrummet.

Drop-in för intresserade där e-tjänsterna visades på datorer i Salongen.

Kommentar:

De allmänna visningarna på fastlagda tider drog oftast inte mer än enstaka personer, vid dessa tillfällen visades tjänsterna vid dator istället för på storbild. En del av visningarna uteblev helt då inga intresserade dök upp.

Filialer

Våra filialer har rapporterat om ett mycket blygsamt intresse från besökarna, enstaka personer har visat intresse och dessa har fått hjälp att prova på tjänsterna. En bidragande orsak kan vara att marknadsföringsmaterialet anlände sent.

Informationsmaterial

Informationsbroschyrerna är informativa. Det uttrycktes dock från både personalen och besökare att omslaget var tråkigt och stereotypt, framförallt den stickande kvinnan var det många som inte gillade. (De ansåg att exempelvis en modern tant hade varit lämpligare).

Konstruktionen med Affisch + banner var inte helt lyckad. Dels på grund av att bannerns storlek inte passade med affischernas storlek dels på grund av att även bannern innehöll en bild. Det blev tårta på tårta och tydligheten minskade. (två bilder på samma person ihop respektive två helt olika personer gav ett rörigt intryck). Så här i efterhand hade det varit bättre utan bild på bannern.

Det var bra:

Informativa broschyrer, men många tyckte att omslaget var tråkigt och stereotypt, framförallt den stickande kvinnan var det många som inte gillade.

Kampanjen fick ganska bra uppmärksamhet i media.

Det var mindre bra:

Intresset för kampanjen från allmänhetens sida var inte så stort som vi hade väntat oss.

Konstruktionen med affisch + banner var inte helt lyckad. Dels på grund av att bannerns storlek inte passade med affischernas storlek dels på grund av att även bannern innehöll en bild. Det blev tårta på tårta och tydligheten minskade.

Broschyrmaterial och affischerna anlände till stadsbiblioteket väldigt sent, vilket gjorde att filialerna inte hann få det i tid.

Annonserna i NT placerades fel sida (insändarsidan).

Broschyrmaterial och affischerna anlände till stadsbiblioteket väldigt sent vilket gjorde att filialerna inte hann få det i tid.

Annonsering

Annonserna i NT placerades på insändarsidan vid båda tillfällena. Insändarsidan finns i slutet av del 1 på samma uppslag som firarhörnan, inte det ställe i tidningen som har flest läsare. Vi misstänker att den placeringen inte var så lyckad. Det hade varit bättre att ha dem i anslutning till övriga kulturannonser.

Uppmärksamhet i media

Extra Östergötland hade ett mycket bra helsidesreportage.

Folkbladet hade en artikel med rubriken *Bibblan laddar för lån via hemdatorn* den 5/3.

<http://www.folkbladet.se/kulturnoje/artikel.aspx?articleid=3301182>

NT hade en artikel/blänkare från Finspång i tidningen under helgen innan e-kampanjen inleddes. Synd att inte NT följde upp med ytterligare artikel senare under veckan det är inte så många som läser Finspångssidorna.

Generellt sätt märktes ett ökat intresse i anslutning till de inslag som förekom i media.

Lokalradioinslaget lockade en del besökare liksom lokal-TV.

Vårt pengarna?

Utfallet av kampanjen relaterat till kostnaderna kunde ha varit bättre. Intresset var inte så stort som vi hade kunnat hoppats på. En genomgång av statistiken för antalet lån hos E-lib registrerade i Norrköping visar hittills inga markanta skillnader efter kampanjen:

	2008	2007
februari	199	121
mars	266	212
April	191	134

Söderköping

E-kampanjen fungerade bra hos oss, även om vi inte precis blev nedsprungna av "provare". Det handlar ju trots allt om "hemifrån-tjänster" och att inte så många kommer till biblioteket och frågar behöver inte betyda att inte folk blir intresserade och provar hemma.

Vi erbjöd 4 visningar på storbild som tyvärr ingen kom på. Under veckan hade vi totalt 6-7 personer som kom på drop-in och ville bli visade e-tjänsterna. Betydligt fler plockade med sig broschyrer hem.

Broschyerna är väldigt bra. Enda problemet är kanske att sökvägen till e-tjänsterna via bibliotekets hemsida som står beskriven i broschyerna inte stämmer riktigt för oss eftersom vi har portalens rubrik "Lyssna & ladda ner" istället för "Biblioteket hemifrån".

Affischerna var lite tråkiga. Synd att de inte var i färg, som broschyerna, och att inte det syns på dem att personen på bilden sitter vid en dator (eller har en bärbar spelare som är fallet för e-musiken). Som det nu är känns bilden lite ryckt ur sitt sammanhang... Vi hade nog inte behövt riktigt så många affischer heller...

Synd att inte alla biblioteken var med i annonsen i Extra Östergötland, det var faktiskt någon som frågade varför inte Söderköpings bibliotek stod med där.

Det var jättebra och nyttigt för personalen att få en anledning att gå igenom och lära sig e-tjänsterna ordentligt.

Tekniken fungerade bra under veckan.

Sammantaget tror jag ändå att vi känner oss ganska nöjda. Säkert har några nya personer fått upp ögonen för våra e-tjänster.

Det var bra:

Väldigt bra broschyrer, men litet problem med den beskrivna sökvägen till e-tjänsterna.

Många tog med sig broschyrer hem.

Jättebra att personalen fick anledning att lära sig e-tjänsterna ordentligt.

Tekniken fungerade bra.

Det var mindre bra:

Ingen kom på våra storbildsvisningar.

Tråkiga affischer, synd att de inte var i färg, och att datorerna inte syntes på bilderna.

Miss att Söderköping inte var med i annonsen i Extra Östergötland.

Vadstena

Bra under hösten 2007 med gemensamma förberedelser och utbildning av piloter som utbildar i sin tur. Lite oklarheter om vad som var vad, eftersom LBÖ hade en parallell utbildning i den nya tekniken samtidigt.

Trögheten på de lokala biblioteken att ta till sig ny teknik finns men de nya möjligheterna mottogs positivt och intresserat.

Materialet var bra. Knapparna användes knappt alls. Affischerna sattes upp på biblioteket under veckan men kunde kanske ha spridits i A4-format till andra platser i kommunen (affärer, simhall, kommunhus, skolor mm.) ett par veckor innan kampanjeveckan för att bygga upp en förväntan och ett intresse. Nu är det mer aktivitet efter veckan än under den.

Foldrarna är mycket tydliga och användbara och kommer att kunna användas under lång tid framåt.

I slutet på vecka 9 hade vi nätverksproblem på Vadstena bibliotek och var lite försiktiga eftersom vi inte visste om vi skulle kunna erbjuda några publika datorer i vecka 10. Problemen löstes och vi var i full drift hela veckan.

Fyra visningar på storbild samlade endast en person, som fick en specialvisning. Ett fåtal personer (< 10) efterfrågade själva hjälp med att använda e-medier. Många tog broschyrer för att vid den egna datorn använda e-tjänsterna.

Veckorna efteråt har intresset för bibliotekets tjänster via nätet ökat. Flera har efteråt frågat om PIN-koden som de glömt bort och vill aktivera igen. Många är imponerade över hur mycket man kan göra.

Valdemarsvik/Åtvidaberg

Alla tycker att tekniken har fungerat bra, och att IT-personalen varit mycket hjälpsamma och nyfikna på vår kampanj.

Personal har varit väl förberedda.

Filialen Ringarum (Valde) har haft några visningar och nyfikenheten har funnits. På HB har det inte varit något rusning. Några fler som frågat efter sin PIN-kod.

Under lördagen i Åtvidaberg kan det ha funnits några som velat bli visade, men som tyckte att tjänstgörande bibliotekarie hade att göra ändå. Borde nog ha varit en extra den dagen. Det är alltid lätt att vara efterklok.

Många tog material, särskilt män, unga-medelålders, ville INTE ha visning men broschyrer och PIN-kod.

Detta var bra:

Bra med gemensamma förberedelser och utbildning av piloter.

Personalen positiv till nya e-tjänsterna.

Materialet var bra. Foldrarna mycket tydliga och användbara. Många tog med sig broschyrer hem.

Veckorna efter kampanjen har intresset för våra e-tjänster ökat. Fler har frågat efter en pinkod.

Detta var mindre bra:

Bara en person kom till våra visningar. Fåtal efterfrågade själva hjälp.

Knapparna användes knappt alls.

Inför nästa gång:

Sätta upp affischer på andra platser i kommunen.

Det var bra:

Tekniken fungerade bra, hjälpsam IT-personal.

Personalen var väl förberedd.

Ringarums filial hade visningar som rönste visst intresse.

Många tog material. Särskilt unga, medelålders män ville inte ha visning, men broschyrer och pinkod.

Mindre bra:

Vi var för få som jobbade på lördagen.

Ydre

Bra: snygga broschyrer, affischer och snygg annons, men annonsen kom alldeles för sent i Annonsbladet, tyvärr.

Kunskap: Tillräcklig

Tekniken: OK

Knappar: inte vår stil...

Stöd från LBÖ: Bra

Totalt provade 10 personer tjänsterna, därav tre på storbildsvisning (en per visning). Överlag vana brukare. Några hade lockats dit av Radio Östergötland.

Fortfarande märker vi ett visst intresse, nyfikenhet. Stor besvikelse över att inte ljudböckerna kunde laddas ner.

Inför nästa gång: bättre koll över annonserna, tidningsutgivningen.

Ödeshög

Det har inte varit någon som frågat om e-tjänsterna, vi har visat och förklarat för några men inte många.

Trots det tycker jag att det var bra att vi gick ut i en gemensam kampanj, det var bra med likadana affischer, foldrar, annonser och så vidare.

Vi kanske skulle ha anordnat något speciellt här i Ödeshög, en föreläsning eller storbildsvisning eller något... det kan det kanske bli nästa gång.

Men vi, personalen har nu genom kampanjen fått mycket mera kunskap om e-tjänsterna och är mera villiga att föra fram dem i samtal med vår användare och det är mycket positivt.

Det var bra:

Snygga broschyrer, affischer och snygg annons.

Personalen hade tillräcklig kunskap.

Tekniken var ok.

Stödet från LBÖ var bra.

10 personer provade tjänsterna på biblioteket.

Mindre bra:

Annonsen kom för sent i Annonsbladet.

Knapparna inte vår stil.

Låntagarna besvikna på att ljudböckerna inte går att ladda ner.

Inför nästa gång:

Bättre koll på annonserna och tidningsutgivningen.

Det var bra:

Bra med en gemensam kampanj och att vi hade likadana affischer, foldrar, annonser etc.

Personalen har fått mer kunskap om e-tjänsterna.

Mindre bra:

Ingen frågade efter e-tjänsterna.

Inför nästa gång:

Då kanske vi ska ordna något speciellt, föreläsning eller storbildsvisning.