

# Desiderata 3.0

## 7 acciones para conocer mejor y fidelizar a las personas usuarias de tu biblioteca

Julián Marquina / Responsable de Comunicación de Baratz

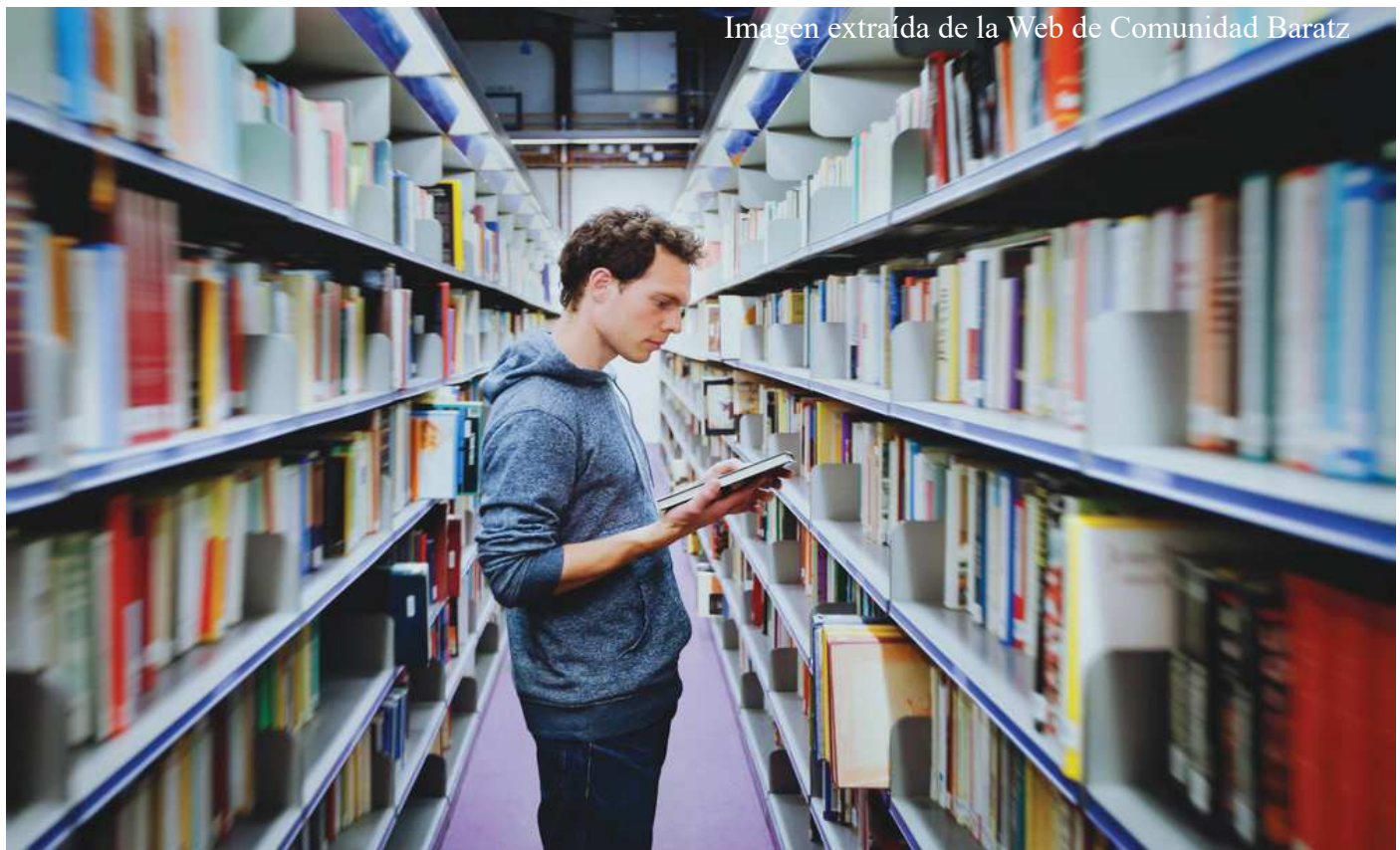


Imagen extraída de la Web de Comunidad Baratz

No solo es difícil conseguir nuevas personas usuarias para la biblioteca, sino que también es complicado mantenerlas activas. Bajo mi punto de vista, la fidelización de las personas se basa en su perfecto conocimiento. Es decir, la fidelización llega cuando lo que se ofrece es acorde a lo que esperan recibir las personas en función de sus gustos y preferencias.

Ahora bien, ¿para qué quiere una biblioteca crecer en número de

personas socias si luego no vuelven a ella? Las estadísticas son complicadas y pueden llegar a ser engañosas. Poco sentido tiene una biblioteca con una penetración en la población del 70 % si el 60 % de la misma no utiliza ningún servicio bibliotecario desde hace años.

Está claro que algo falla. Hay algo que no se está haciendo correctamente si esa biblioteca no es capaz de ofrecer la utilización de sus servicios a aquellas personas que en

determinado momento pensaron que la biblioteca les sería de utilidad.

Es verdad que en la actualidad hay mucha competencia. Por ejemplo, y haciendo referencia al servicio principal de las bibliotecas, existen infinidad de sitios y servicios desde los cuales hacerse con lecturas, o ver películas y series. Es por ello por lo que hay que trabajar y pensar que el conocimiento y la cercanía que puede ofrecer una

biblioteca no lo puede ofrecer ningún otro servicio. La biblioteca se tiene que preocupar de construir relaciones a largo plazo y favorecer la motivación, el compromiso y el sentimiento de pertenencia de las personas. Estoy seguro que el esfuerzo merecerá la pena.

Hay que pensar distintas estrategias para la promoción, pero también distintas acciones que hagan que la biblioteca sea utilizada por el mayor número de personas. Acciones para atraer a las personas hacia la biblioteca, pero también acciones que aumenten el uso de sus servicios, recursos y actividades. En resumen, acciones que hagan tener un mayor conocimiento de las personas y favorezcan tanto una mayor utilización como la experiencia bibliotecaria a largo plazo.

### [Distintas acciones a llevar a cabo desde la biblioteca para aumentar el conocimiento de las personas y favorecer su fidelización](#)

1. Segmentar a las personas usuarias de la biblioteca por grupos. El conocimiento de las personas es una tarea principal y necesaria. Esto posibilita la identificación de las distintas tipologías de usuarios para personalizar la atención bibliotecaria y establecer un plan estratégico acorde a cada una de ellas. La biblioteca tiene que ser

capaz de segmentar a las personas con la finalidad de determinar sus necesidades y conocer sus preferencias. El personal bibliotecario debe trabajar y conseguir esta información. Bastará con un breve formulario con una serie de preguntas rápidas para poder conocer los hábitos, costumbres y gustos de las personas en el uso de la biblioteca. El objetivo de todo esto es responder a las expectativas que las personas tienen de la biblioteca.

2. Comunicación cordial y cercana. La comunicación debe servir para mostrar acercamiento, cordialidad y entendimiento, tanto presencialmente como por Internet (correo electrónico, newsletter, medios sociales, WhatsApp...). Esta es capaz de favorecer la confianza y empatía entre personas y biblioteca. La biblioteca tiene que conseguir que las personas usuarias de la misma se sientan a gusto, atendidas y acogidas a través de una comunicación fluida, y para ello la escucha es fundamental e imprescindible. La presentación inicial y la sonrisa son armas poderosas para ello, pero también saludar y despedirse cuando alguien entra o sale de la biblioteca (si se sabe el nombre de la persona mejor). Es importante también implicarse ante las necesidades o dudas para favorecer la buena experiencia que todas las personas se deben

llevar de la biblioteca. Sin duda es esencial.

3. Recomendaciones cruzadas y personalizadas. La biblioteca es capaz de favorecer la satisfacción de las personas a través del conocimiento que puede tener de ellas y de sus servicios, productos y actividades. Con esta acción se busca que las personas hagan un mayor uso y aprovechamiento de la biblioteca a través de la recomendación en función de sus gustos y preferencias. Para ello es imprescindible trabajar, por un lado, las relaciones entre servicios, productos y actividades de la biblioteca y, por otro lado, el conocimiento de las personas usuaria de la misma. En definitiva, conocer a la perfección la biblioteca y saber qué es apropiado para cada persona (o grupo de personas). Por ejemplo, sería algo como: «las personas que se llevaron este libro también se apuntaron a este taller», «bienvenido a la biblioteca, informarte que también estamos en Twitter y en Facebook», o «si te interesa esta temática no te puedes perder este libro».

4. Efecto sorpresa. El efecto sorpresa sirve para llamar la atención de las personas. Este es capaz de crear lazos emocionales entre personas y biblioteca. Se puede sorprender a las nuevas personas usuarias con un kit de bienvenida



[julianmarquina.es](http://julianmarquina.es)

Blog personal de información y documentación

Nunca imaginaste que leer sobre bibliotecas fuera tan emocionante...



Imagen extraída de la Web de Biblioasturias

(una bolsa con pequeño manual de uso de la biblioteca, unos marcapáginas, un lápiz o bolígrafo y un par de libros de expurgo o de información que dan los ayuntamientos), con el lanzamiento de nuevos servicios (préstamos de packs temáticos de libro + película, o servicio de resúmenes de libros no literarios) o nuevas adquisiciones (libros que acaban de salir al mercado o series que son un éxito televisivo).

5. *Gamificar la experiencia bibliotecaria.* Gamificar la experiencia dentro de la biblioteca busca aumentar la motivación, compromiso, esfuerzo y autonomía de las personas. La biblioteca puede poner en marcha programas de fidelización en el que las personas participantes consigan una serie de recompensas y/o logros. «La gamificación en la biblioteca crea personas motivadas y autónomas en el uso de la misma. Por un lado, aumenta la participación en el uso de recursos, servicios y actividades y, por otro, impulsa la presencia de

la biblioteca entre la comunidad de personas usuarias. Todo ello implica que aumente la comunicación y la información alrededor de ella, y, por lo tanto, su identidad e imagen se vean fortalecidas». Se pueden ofrecer, por ejemplo, mayor número de préstamos o días de préstamo a personas que superen determinado nivel, o asistir a presentaciones exclusivas de servicios, productos y actividades de la biblioteca y darles prioridad para usarlas.

6. *Hacer a las personas las protagonistas de la biblioteca.* Con esta acción se busca despertar el sentimiento de pertenencia de la biblioteca. Que las personas noten y sientan la biblioteca como un espacio y unos recursos propios (y compartidos). La biblioteca tiene que conseguir que las personas compartan su experiencia bibliotecaria con el resto. Es decir, que compartan su opinión sobre la biblioteca (servicios, recursos y actividades) para animar al resto de personas a que también lo hagan.

También se les puede dar voz en las redes sociales a estas experiencias (tanto a las buenas como a las no tan buenas) o incitar a que realicen desideratas para construir la colección de la biblioteca entre todos.

7. *Servicio post utilización.* La biblioteca tiene que conocer la experiencia de las personas con los servicios utilizados. Con esta acción se busca un acercamiento de la biblioteca hacia las personas usuarias, a la vez de mostrar interés sobre qué les ha parecido el servicio. La biblioteca tiene que planificar y desarrollar mecanismos que favorezcan obtener esta información, y que pueden ser directamente una pregunta formulada por parte del personal bibliotecario o remitir a un pequeño formulario en el que se obtenga dicha valiosa información. Por ejemplo, se podría preguntar qué les ha parecido el libro leído y si lo recomendarían, o preguntar qué mejorarían de la actividad del club de lectura.