

以用户关系管理促进中职图书馆读者服务质量提升的可行性探析

梁雪明

(广西交通技师学院 广西 南宁 530001)

[摘要] 中职图书馆的发展必须找到适合的方法以优化运作并提高服务质量。本文基于中职学校及其学生的特征, 借鉴用户关系管理的理念探讨如何能够更好地满足学生的切实需求并提供及时的服务。具体从读者的角度和图书馆服务中的用户关系管理两个方面论述了可行于中职学校图书馆建设与质量提升的服务框架。

[关键词] 中职图书馆; 读者服务; 用户关系管理; 以人为本; 服务质量

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.09.987

如何通过加强服务以吸引和发展更多的学生用户, 一直以来都是中职学校图书馆(或图书资料室等, 本文以图书馆统称)所关切的问题。加之当前(及其未来)大数据与流媒体高度发展的影响, 这个问题无不成为了中职学校图书馆发展进程中的重大挑战。

大量的研究表明, 图书馆服务的重要性在于以用户为中心, 满足用户的需求和期望。而数据信息技术的迅猛发展使得用户对资料及其传递的需求变得更及时、方便和快捷。尤其对于中职学生而言, 由于年龄偏小、心智发展尚未成熟而易于被许多新鲜的事物所吸引, 且自身的学业能力及其期望亦未如学历教育的学生那样表现出对知识的渴求, 从而主动地与图书馆建立连接的动力普遍不足。此外, 受制于建设经费与人员编制, 中职学校图书馆的服务模式与类型亦未能如高校那般多元化。学生和学校两个方面的现实因素综合使得图书馆对学生的吸引力似乎存在着天然的不足。因此, 推进中职学校图书馆的发展首先还是得从最基本的人的服务着手, 即努力提升图书馆员和读者之间的个人交往和关系的质量。

一、基于国内外研究的原因分析

总体而言, 为读者提供优质的借阅服务是图书馆工作的核心职责。其中, 人是第一位的要素, 如何发挥馆员的主动性与创造性, 即实现以人为中心的管理和以人为中心的服务成为了解决各项问题的关键。首要的则在于要切实树立以人为本、以人为中心的管理和服务理念, 尤其是服务育人的教育教学观念, 为中职学生群体培育并发展读者文化服务, 努力将图书馆打造成为学校教育教学的第二课堂。关于此, 郑晓云等国内学者们已经提出, 图书馆员应当成为不上讲台的教师, 重视建立与维护“师生关系”。

国外的研究也认为, 图书馆和用户之间的互动是非常必要的, 以了解所提供的服务是否能够满足读者的需求。图书馆员和读者之间的个人交往和关系在所有图书馆中都非常重要。Green从1876年便开始研究这个问题, 其强调图书馆与读者之间良好的关系连接将鼓励读者持续地使用图书馆资源, 这种关系就被视为一种互动活动。美国于20世纪80年代将读者视为图书馆的最终用户, 提出要满足读者的需求。Perrien和Richard在他们早于1995年进行的一项定性研究中发现, 关系策略的有效性因组织中的个体而异, 因此尝试提出了在促进图书馆服务整合以提高资源效能的过程中, 将图书馆服务视为一种无形的

产品的观点, 以最大限度地获知读者的满意度从而提升服务质量。这些观点直到现在仍然被图书情报学科领域内的专家和学者们所认可。

然而, 对于图书馆读者的定义以及如何与以用户为导向的服务相关联, 目前还缺乏一个相对明确的定义。这为本文提供了一个创新思考与深入探讨的空间。由此, 本文基于学校背景将读者定义为用户, 并从用户关系管理的角度创新性地探析一个可以应用于中职学校图书馆服务的概念框架, 以提供更好的读者服务。

二、基于用户关系管理的图书馆读者服务理念

用户关系管理不是一种战术或功能的方法, 而是一个关键的战略过程。一个全面的客户关系管理系统将突显读者个人的偏好和学习需求, 以节省成本, 提高读者的留存率和忠诚度。例如, 创建库就是为了向用户提供服务。因为数字化、网络化环境的变化使图书馆的服务特色发生了巨大的变化。互联网的普遍性在图书馆环境中得到了更为广泛的应用, 并对图书馆用户产生了深远的影响。这便是基于用户需求所做出的有针对性的“战略”调整及其过程。其中, 从读者的角度出发即以人为本、以用户为中心是建立与维护用户关系的核心。

(一) 读者的角度

读者是首先需要明确的主题, 其与图书馆的运行和发展有着密切的关系。中职图书馆与高校或其它更为专业的图书馆对学术读者以及支持教学或科研的需求是不同的。中职的读者不仅想要使用本馆的资源, 更想要获得其它更多的服务。对此, 不难发现图书馆和用户之间存在着差距, 意即图书馆与学生乃至教师之间缺乏实际的互动。具体体现在, 学生对图书馆的设置并不熟悉, 从而降低了他们对图书馆的期望和满意度, 进而影响了学生的图书馆相关技能的生成与发展。Mellon于1986年的研究就已经发现, 至少有75%的大学生在他们最初的图书馆经历中将会变得越发焦虑, 即因为未能获得某些想要的资源及其服务而逐渐产生的一种不愉快的感觉或情绪状态, 常常还伴随着生理和行为表现, 进而影响到了他们的学习风格和满意度。相比于大学生而言, 中职学生在这方面的“焦虑”程度虽然还未有专门的研究, 却不失为一项参考意见以作为提高中职图书馆服务质量的可尝试的策略。具体而言, Mellon的研究指出学生们往往因为在图书馆中的学习或是研究遇到了困难而滋生了焦虑从而迁移到了图书馆这个环境本身——这无疑能够更

加形象地描述中职学生因为学业能力及其表现未如预期而极有可能产生的包括焦虑在内的负面心理及其情绪问题,进而对图书馆产生“敬而远之”的态度。

关于此,基于对用户关系的管理,中职图书馆必须首先将读者的需求、期望及其满意度作为提升质量的目标导向,密切关注用户的声音和观点。此时,问卷调查、意见收集、服务回访等传统的方法仍然是可行之举。进一步而言,互联网为个性化的客户服务提供了前所未有的机会,一对一的营销策略以及定制化的服务模式都能够为图书馆提供与用户进行深入且有针对性的互动沟通的良好机会。其前提在于,必须摒弃图书馆传统的严肃甚至刻板的风格,以及打破仅限于馆藏图书或电子资料借阅和学生自习等的服务框架,而一切以满足学生不断变化的需求为导向,吸引他们的关注,而后为他们提供适合的服务。这就意味着,图书可用性已经不再是图书馆和用户共同关注的唯一主题。特别是随着电子资源的实用性和信息技术的普及,用户的需求成为了一个综合性的问题——因此本文无法更为详细地列举服务的具体项目,这也将根据各个学校校情和学情的不同而存在广泛的差异性——从而如何首先将学生吸引进入图书馆,让图书馆成为他们校园生活的重要组成部分则是现实可行的思考点与突破点。为此,可在推进图书馆的发展过程中,借鉴企业的营销理念,包括但不限于建立基准的策略、读者的细分、读者满意度的提高等问题,多渠道沟通并倾听读者心声,充分指导中职图书馆工作的改进与质量的提升。

(二) 图书馆服务中的用户关系管理

关系是组织与其用户之间的纽带或联系。用户关系管理强调以读者为中心的方法,进而建立关系。而图书馆服务始终都应当是读者参与的一种无形的产品和服务。因为在实体或虚拟时代的图书馆运营和管理中同样需要遵循以客户为中心的基本原则。Keating和Hafner于2002年便提出了可应用于学校教育教学领域的图书馆运行的商业模式,并制定了一对一关系管理的策略。具体而言,图书馆管理者需要关注馆藏设计,其安排馆藏和服务的方式将吸引用户(是否)来到图书馆。此时,借书台、网站、参考咨询,以及其它借鉴并运用营销理念和4S模式的更多的个性化服务等都是可行之举。而在用户希望与如何使用库之间建立一种关系更是在当前及其未来切实可尝试的一项重要改革,即:可将信息和数据资料挖掘应用于图书推荐和图书馆营销。例如,现有一些图书馆设立了“联络外展计划”,以便更好地了解用户,同时也主动地向他们提供更多有关图书馆计划和服务的信息,并且能够进一步地寻求读者的主动帮助(以稳固用户关系)。

三、基于用户关系管理的中职图书馆服务框架

综上所述,满足客户的期望和照顾他们的个人需求需要对战略方向的彻底理解,而用户关系管理概念是帮助中职图书馆实现这些目标的一个好方法。即“从用户(读者)的角度看业务”。关于此,网络营销组合模型可借鉴用以确定图书馆施

行包括网络在内的各项营销的关键要素,尤其是帮助解决电子商务的战略、运营、组织和技术问题,如范围、网站、协同和系统(4S)等。就中职图书馆服务的具体框架的搭建而言,范围(即全新界定图书馆的业务边界)确定了要解决的战略和业务目标,进而可通过网站的改进提出一体化的网络营销计划,以拓展与用户(如学生及其教师)交流、互动和交易的功能平台,而非局限于物理环境空间。同时,辅以必要的组织、基础设施、人力资源和专业知识培训。

第一,“范围”作为管理者的战略方向,确保图书馆的全体员工遵循组织预定的目标和方向。此时,为了更好地度量组织的内部流程,可进一步识别、理解和调整外部实践,如建立跨机构的合作及其准则。

第二,对读者进行细分,尤其是需要针对中职学生的学情以及职业发展需求,有针对性地做好导读工作。例如,必须了解各种不同类型的读者、不同的专业或是不同的生活背景的学生的阅读心理、兴趣和爱好,掌握他们的年龄特征,尤其是未来可能从事的典型职业岗位的特点及其从业要求,动态的、长期的为中职学生提供适合现实需求的导读及其相关服务。这将有助于图书馆在服务过程中实现目标设定和定位战略角色。

第三,图书馆网站是图书馆藏书和服务的虚拟大门,是一个强大的交流通道。意即图书馆网络是数字环境下图书馆与读者交流的重要渠道之一。当读者在网站上搜索时,图书馆将能够进一步地了解他们的行为和态度,同时提供最新的信息和推荐,以及为图书馆服务质量的进一步提升提供更为有效的反馈。在中职学校图书馆建设经费较低的现实之下,仍然能够帮助图书馆了解读者的真正需求以提高他们的留存率。进一步而言,需要让库和用户之间建立密切的联系。图书馆可借由网络平台为学生提供一系列的活动,如同时跨多个数据库的远程访问,无缝链接到数据库信息以及选择喜爱的资源和电子期刊,设置电子邮件提醒等,以达到有效和高效地为学生服务的目标。

参考文献

- [1]郑晓云.以人为本与读者服务[J].太原城市职业技术学院学报,2006(05):154-155.
- [2]王平南,肖卫雯,马滴滴,杨建,余佳.论高校图书馆建立“以人为本”管理模式[J].图书馆,2006(03):61-63+93.
- [3]S.S.Green, Personal relations between librarians and readers, Library Journal, 1876, 1, pp.74-81.
- [4]J. Perrien, and L. Richard, The Meaning of a Marketing Relationship: A Pilot Study. Industrial Marketing Management, 1995, 24, pp.37-43.

作者简介:梁雪明(1980年11月-),女,壮族,广西南宁市人,本科,助理,讲师,研究方向:教学管理、教材管理、图书馆读者服务、学生思想政治教育等。