



و BibLibre الإفلا جائزة على للحصول بالتقدم سارع: لعام المكتبات في التسويق الدولية

اربح 2000 يورو وقيمة التسجيل والسفر إلى مؤتمر الإفلا العالمي للمكتبات والمعلومات في كولومبوس، بأوهايو في الولايات المتحدة الأمريكية:

سارع بالتقدم للحصول على جائزة الإفلا و BibLibre الدولية للتسويق في المكتبات لعام :

يسر قسم الإفلا للإدارة والتسويق، بالتعاون مع BibLibre الفرنسية بباريس، أن يعلن عن جائزة الإفلا و BibLibre الدولية للتسويق في المكتبات لعام .

تُكرم الجائزة المؤسسات التي قد نفذت مشروعات أو حملات تسويقية مبدعة متميزة تُركز على النتائج المرجوة وتحقيقها، وسيتم اختيار عشرة من المؤهلين النهائيين؛ لتكريمهم على إنجازاتهم البارزة، ثم اختيار ثلاثة من بينهم للفوز بالجائزة.

يحصل الفائزان الأول والثاني على القيمة المالية لثمن تذكرة الطيران، والإقامة، والتسجيل في مؤتمر الإفلا العالمي الثاني والثمانين للمكتبات والمعلومات، المقرر انعقاده في الفترة 13 ووايو الأمريكية، كما يُمنح الفائزون الثلاثة تباغاً جوائز مالية قدرها 2000 يورو، و1000 يورو، و500 يورو يجب توظيفها في المزيد من الجهود التسويقية.

تُعلن أسماء المرشحين النهائيين والفائزين في مارس ، كما سَتُعلن أسماء الفائزين رسمياً خلال حفل تسليم الجوائز بالمؤتمر العالمي للمكتبات والمعلومات في أوهايو.

تهدف الجائزة إلى:

- مكافأة المشروعات التسويقية التي تُنفذت حول العالم خلال السنة الماضية.
- التشجيع على التسويق في المكتبات.
- منح المكتبات فرصة تبادل الخبرات في هذا المجال.

الإرشادات:

- يحق لأي مكتبة حول العالم تقوم بالتسويق لمنتجات مكتبية أن تحصل على هذه الجائزة.
- تُتملأ الاستمارة بوحدة من لغات الإفلا الرسمية، وقد يضطر المتقدمون إلى تزويد لجنة التحكيم بترجمة إلكترونية للاستمارة بالإنجليزية في حال طلبها- حتى لا يلجأ أعضاء اللجنة إلى ترجمتها بواسطة جوجل.
- تُتقدم الاستمارات قبل 10 يناير (بما في ذلك أية أوراق أو مستندات أخرى).

المشروعات:

- يجب أن يكون المشروع مشروعاً تسويقياً خاصاً بمكتبة أو مكتبة أو مكتبة أو مكتبة، وألا يكون قد سبق تقديمه من قبل.

- يجب إجابة كل أسئلة الاستمارة.
- يجب شرح مزايا المشروع من المنظور المحلي.
- يجب وصف عناصر المشروع بالصورة التي حددتها الاستمارة.
- يجب تحديد احتياجات الجمهور المُستهدف.
- يجب ذكر إستراتيجية التسويق كاملةً.
- يجب تقديم ملخص بالمشروع ونتائجه.

يجب أن تعكس كل المُقترحات النقاط السابق ذكرها، ونحت المكتبات والمؤسسات على شرح جوانب التخيل والابتكار في مشروعاتهم.

معايير الاختيار:

يتم التقييم وفقاً للتالي:

- المنهج الإستراتيجي المُتبَع في التسويق والمُشار إليه في مراحل البحث والتخطيط للمشروع المُقدّم.
- مدى الابتكار في مواجهة التحديات التسويقية.
- مدى القدرة على دعم المكتبات وإعلاء شأنها ومكانتها، مهما كان نوعها أو كانت كمية المصادر التي تملكها.
- كفاءة المشروع الواضحة من الأهداف الموضوعية القابلة للقياس، والتي تعقبها عملية تقييم.
- الالتزام تجاه الأنشطة التسويقية الجارية.
- يُرحب القسم أيضاً بتلقي ما تقدمونه عن التسويق لـ:
- المصادر التي تشمل المصادر الإلكترونية دولياً، مثل: المجالات الإلكترونية، وقواعد البيانات، والمستودعات المؤسسية.
- الويب والمكتبات الرقمية.
- محو الأمية المعلوماتية.
- المُنتجات والخدمات الجديدة.

تتمُّ مراجعة المشروعات وتقييمها وفقاً للمعايير السابق ذكرها، بالإضافة إلى مدى وضوحها، وجودة التخطيط، والوعي بأهمية العلاقة مع الجهات الخارجية. كما يوضع في الاعتبار مدى كفاءة توظيف المصادر (الموارد البشرية، والمواد، والوقت).

تهدف معايير التقييم إلى زيادة فهم التسويق ومشاركة بلاد كثيرة فيه. وتهتم لجنة التحكيم أيضاً بالإشارة إلى جهود التسويق في الدول النامية ذات المصادر الأقل.

ينتمي أعضاء لجنة التحكيم إلى لجنة الإفلا للإدارة والتسويق:

- Silvère MERCIER (فرنسا)؛ رئيس اللجنة.
- Henar SILVESTRE FERRADAL (إسبانيا)؛ مُنسق المعلومات.
- ABDELFATTAH Lamia (مصر).
- Antonia ARAHOVA (اليونان).
- Wiebke DALHOFF (ألمانيا).
- Ruth ØRNHOLT (النرويج).
- Nadia TEMMAR (الجزائر).
- Leslie WEIR (كندا).
- Ludmila ZAYTSEVA (روسيا).

مستشار:

• Christine KOOTZ (الولايات المتحدة الأمريكية).

للتواصل: [iflajurymembers@googlegroups.com](mailto:iflajurymembers@googlegroups.com)

---