

Desde la AAB

A. Tomás Bustamante / Presidente de la AAB

Marca: #biblioteca@

Tu imagen de marca es lo que te diferencia de los demás, lo que te hace único y genuino

Nuestra profesión está sometida a constantes y profundos cambios en sus funciones, tareas, perfiles y hablamos siempre de cuestiones de esta índole, pero y la imagen social de las bibliotecas, ¿tenemos una imagen clara que identifique nuestro servicio?

Si queremos que las bibliotecas sean verdaderos motores culturales y referente sociales y culturales de nuestras comunidades, debemos también ser un claro referente en cuanto a imagen corporativa o imagen de marca.

La imagen corporativa la construyen los distintos soportes gráficos que influyen en la comunicación de la empresa/biblioteca (papelería, ediciones, catálogos, packaging...). Éstos permiten que el consumidor/usuario perciba rápidamente la identidad de la empresa/biblioteca y de sus productos y servicios sin necesidad de tener que pensar. ¿Realmente esto pasa con nuestras bibliotecas? ¿Tenemos una identidad visual corporativa clara?

Dudas que intentaremos resolver en la **XX Jornadas Bibliotecarias de Andalucía**, que celebraremos en Roquetas de Mar el 18 y 19 de octubre. Allí debatiremos muchos conceptos relacionados con la creación de una imagen corporati-

va de marca, marketing bibliotecario, etc.

Necesitamos tener claro la diferencia entre **Imagen Corporativa o Identidad Corporativa**. Imagen Corporativa se refiere a la imagen que una organización/biblioteca, adquiere ante el público. Sin embargo, el termino que con frecuencia es mayormente utilizado es Identidad Corporativa y se refiere a la imagen que la organización/biblioteca, tratan de conseguir y lograr a fin de crear una buena reputación entre sus clientes. La identidad no debe ser simplemente un slogan, una colección de frases, sino que debe ser tangible y visible a través de sus servicios ofrecidos.

Hoy tener presencia en Facebook, Twitter o Instagram es fundamental. Las redes sociales se han convertido en aliado fundamental para lanzar una imagen de marca corporativa clara, además la rrss nos dan la oportunidad de analizar y cuantificar la percepción de marca de los usuarios. Son nuestro gran aliado y hoy son esenciales para las bibliotecas ya que nos permiten un contacto e interacción entre personas y bibliotecas. Por ello, nos vemos obligados a tener presencia y saber gestionar la imagen de marca de nuestras bibliotecas en redes sociales.

La imagen, dentro de una estrategia de **branding corporativo**, está compuesta por varios elementos diferenciados. Forma parte de un todo, un conjunto perfectamente estudiado de letras, formas y colores. De modo que cuando un consumidor/usuarios vea los elementos, pueda identificarlos rápidamente con nuestra marca y valores. En eso las bibliotecas tenemos que aprender a hacer una buena estrategia de posicionamiento:

- una buena estrategia de imagen de marca crea un vínculo emocional con el usuario
- transmitir, a primera vista, los valores de nuestra biblioteca, proyectar nuestra personalidad a primera vista
- una marca con personalidad propia es capaz de llegar al usuario sin necesidad de mostrarle ni siquiera su nombre
- asociar la imagen a unos valores determinados nos permite empatizar con los usuarios y fidelizarlos

Son muchos e interesantes los temas a tratar y queremos hacerlo contigo en nuestras XX Jornadas Bibliotecarias de Andalucía cuyo lema es: Marca: #biblioteca@. No puedes faltar, contamos contigo en las #20JBA.



#20JBA
#marcabiblioteca
#biblioteca



XX JORNADAS BIBLIOTECARIAS DE ANDALUCÍA

18 y 19 de octubre de 2019
Roquetas de Mar (Almería)

Marca: #bibliotec@

