

Biblioteca de la Universidad de Sevilla

Buenas Prácticas

Evaluación EFQM 2022

Comunicación virtual con nuestros

Grupos de Interés



Comunicación virtual con nuestros Grupos de Interés

Objetivo

El Servicio de Planificación y Proyectos y la Sección de Estudios y Análisis (actual Comunicación y Marketing) mantenían un **contacto directo y estrecho tanto con la Dirección de la Biblioteca y resto de Servicios y Secciones como con la Dirección de Comunicación de la Universidad de Sevilla**, llevando a cabo una labor de difusión tanto de noticias como de recursos disponibles y nuevos Servicios a través de las redes sociales durante el periodo de confinamiento y meses posteriores.

Los objetivos principales se resumen en:

- **Comunicación directa** e inmediata con los Grupos de Interés para que estuvieran al día de las circunstancias que les podían afectar
- **Difusión de la formación** la línea prevista por la Biblioteca y proveedores
- **Información sobre nuevos Servicios** y canales de comunicación disponibles para una comunicación directa y cercana.

Por lo tanto el **objetivo** es **difundir todas las noticias, nuevos servicios y cambios que afectan los Grupos de Interés que acuden a las bibliotecas de la Universidad de Sevilla**. Durante el periodo de pandemia y confinamiento la comunicación de la BUS se realizó por canales no presenciales. Al uso del teléfono, correo electrónico, chat y videoconferencias se une las redes sociales (ya activas antes del periodo pandémico).

Desarrollo e implantación

Las redes sociales de la Biblioteca, con más de 18.000 seguidores (entre Facebook y Twitter) se convirtieron en el principal altavoz, junto con la web, para la difusión de la información que la Biblioteca genera.

Para mantener una comunicación activa a través de las redes sociales se mantuvo una estrategia basada en los siguientes pilares:

- **Inmediatez** en la comunicación/difusión de mensajes

- **Rapidez** en la contestación de preguntas que llegaban tanto a nivel público como a nivel privado
- **Cercanía** en la transmisión de los mensajes (haciendo ver que la situación nos afectaba a todo el mundo)
- **Evasión** (a través de enlaces a las exposiciones, la iniciativa música confinada de las bibliotecas en casa, etc., colección de fondo antiguo para pintar, iniciativas culturales, etc.)

Todo ello a través de mensajes atractivos vídeos, gifs, imágenes amables, mensajes de motivación y lúdicos (dentro de las circunstancias). Toda noticia relacionada con la Biblioteca publicada en la página web, se difundía al mismo tiempo en redes sociales.

Se generaron:

- **Banners** para la web de la Biblioteca/s
- **Vídeos** explicativos/indicativos (apertura, recomendaciones sanitarias, etc.)
- **Gifs** recordatorios de Servicios (digitalización, bibliografía recomendada, novedades bibliográficas, contacta con la biblioteca)
- **Carteles** con las recomendaciones sanitarias/uso de la biblioteca/procedimientos de actuación (cuando se pudo abrir)
- **Infografía** con la información de lo que la Biblioteca está haciendo para cumplir con los Grupos de Interés y seguir prestando un servicio de calidad y excelencia

Toda esa información generada por la Biblioteca se difundía por Twitter y Facebook, siempre manteniendo una escucha activa. Los consejos y recomendaciones sanitarias, además, se difundían a través del correo de la biblioteca a todo el personal.



Fruto de esa actualización de contenidos/novedades en las que nos vemos inmersos se crearon principalmente varios apartados:

- **La Biblioteca contigo ahora** (en la que se comentaban todos los servicios que se ofrecen -con sus respectivos enlaces- y novedades en cambios de directrices (aumento de los días de préstamo, por ejemplo) y nuevos servicios como el de Digitalización abierto a posgrados) y enlace a la formación virtual que los proveedores y la propia Biblioteca ofrece para continuar con la enseñanza.

- **Plan de Actuación de la Biblioteca** (adaptado a las directrices sanitarias cambiantes)
- **Biblioteca segura** (recopilando y actualizando con todas las medidas que la Biblioteca toma para garantizar la seguridad sanitaria tanto del personal como de la comunidad universitaria una vez que se empezaron a abrir servicios al público con cita previa)

Nos permite ofrecer una **información unificada y unida a la estrategia seguida por la BUS y la US** para **no generar mensajes contradictorios** ante una misma situación.

Justificación de la buena práctica



Se considera una buena práctica porque nos ha permitido **estar con los Grupos de Interés en todo momento.**

En momentos de desconcierto, hemos estado ampliando periodos de préstamo, implementado nuevos servicios (digitalización de documentos), virtualizando servicios (formación virtual) mejorado servicios, creado protocolos y se han **difundido de cara a garantizar un correcto funcionamiento de las Bibliotecas y cumplir con las recomendaciones sanitarias** para crear espacios seguros tanto para el personal como para las personas que acudían a nuestras instalaciones.

La **comunicación es un pilar de la Biblioteca y un compromiso con los integrantes de la Institución y no se ha descuidado durante el confinamiento;** más bien se ha ampliado y mejorado a través de los productos antes citados.

El uso de la etiqueta **#LaBUScontigo** nos permitió por una parte hacer una recopilación de las entradas/tuits/post. A su vez logramos hacer un recordatorio a los Grupos de Interés de que la Biblioteca permaneció en contacto con su comunidad y que, desde nuestras casas, nuestro confinamiento, que era al que el suyo, seguíamos trabajando para ofrecer un servicio de calidad adaptado a las circunstancias (nuevas para todos).

Iniciativa **#músicaconfinada** y **#bibliotecasencasa**

Varias Bibliotecas nos unimos para aportar dentro de los mensajes lúdicos enlaces a canciones citando a otras bibliotecas (universitarias o no, de toda la geografía nacional). El motivo era **hacer cercano nuestro trabajo**, compartir la situación de confinamiento, hacer ver a la comunidad que nos sigue que detrás de un perfil social institucional, también hay una persona que está viviendo por lo mismo. Se utilizaban canciones de un mismo tema, un mismo artista, bandas sonoras, etc.

Durante el confinamiento y meses posteriores **la Biblioteca de la Universidad de Sevilla sigue apostando por esa inmediatez unida a la cercanía**; las instituciones las forman personas, por lo que mantenemos una comunicación directa, clara, en lenguaje cercano y unida a las inquietudes y necesidades de los Grupos de Interés. **Se priman los contenidos audiovisuales para hacer la comunicación más amena**, se mantiene una **escucha activa** a través de los distintos canales y se les ofrece una respuesta a sus preguntas en el menor tiempo posible.



Resultados

- Incremento de seguidores en las redes sociales
- Generación de confianza por parte de los Grupos de Interés
- Certeza de que los/as usuarios/as son escuchados/as a través de las redes sociales
- Ampliación de las redes con la incorporación de Instagram con más de 1.000 usuarios en menos de un año
- Colaboración con otras bibliotecas nacionales para difundir ocio

Evidencias en la Memoria EFQM BUS 2022

1.1, 1.2, 2.2, 2.3, 2.4, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 4.2, 5.2, 5.3, 5.4, 6.1, 6.4, 7a, 7b, 7d

Comunicación virtual con nuestros Grupos de Interés



Difundir todas las noticias, nuevos servicios y cambios que afectan a los Grupos de Interés que acuden a las bibliotecas de la Universidad de Sevilla, durante el periodo de pandemia y confinamiento

Desarrollo e implantación



Redes sociales + web = altavoz inmediato



pilares principales



inmediatez



rapidez a la hora de contestar dudas



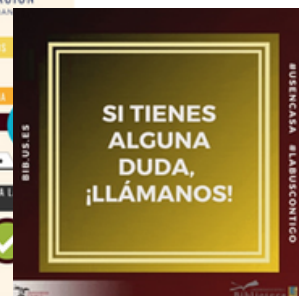
cercanía a la hora de comunicar



evasión (links)

¿Cómo lograrlo?

Banners - Gifs - Cartelería
Vídeos - Infografías



RESULTADOS

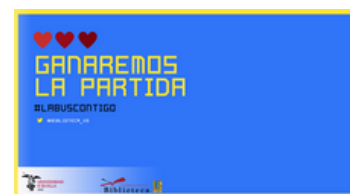
Incremento en el nº de seguidores/as

Generación de confianza en la gestión de la BUS

Certeza por parte de los Grupos de Interés de que se les escuchaba

Creación de un nuevo perfil en Instagram

Colaboración con otras Bibliotecas (iniciativa #música confinada)



BUENA PRÁCTICA



- Compromiso con los Grupos de Interés
- Comunicación bidireccional en todo momento
- Benchmarking con otras bibliotecas
- Visibilidad y transparencia
- Establecimiento de alianzas comunicativas