



**10^{ème} PRIX INTERNATIONAL MARKETING
DE L'IFLA 2012
Parrainé par EMERALD Group Publishing LTD**

Dossier de candidature (à envoyer par courrier électronique)

Les mots soulignés dans ce document sont définis dans un glossaire à la fin du dossier de candidature

Le marketing est le processus qui consiste à identifier les souhaits et les besoins des consommateurs et de répondre à ces souhaits et ces besoins par EMERALD Group Publishing LTD des offres spécifiques. La Section de Management et de Marketing de l'IFLA, et offrent ce prix destiné à récompenser un projet de marketing réussi, élaboré par n'importe quel type de bibliothèque dans le monde.

Un projet abouti devra satisfaire un besoin identifié d'un groupe de consommateurs cible par une offre de bibliothèque appropriée. Une stratégie d'évaluation de la réussite du projet doit être incluse, basée sur des objectifs mesurables.

Il est nécessaire de répondre à toutes les questions suivantes.

1. Nom de l'organisation :

Type de bibliothèque (veuillez cocher) :

Publique

Universitaire

Scolaire

Autre

2. Coordinateur(s) du projet /de la campagne de marketing :

3. Adresse :

4. Téléphone/Fax/E-mail :

5. Date de la candidature :

6. Titre du projet / de la campagne de marketing :

7. Slogan (s'il existe)

8. Chronologie (**doit** correspondre à l'une des périodes ci-dessous :)

- Année civile 2011 (janv.-déc.)
- Année scolaire 2010-2011
- Projet spécial finissant en 2011

**10^{ème} PRIX INTERNATIONAL MARKETING
DE L'IFLA 2012
Parrainé par EMERALD Group Publishing LTD**

INFORMATIONS SUR LE PROJET

Veillez répondre à chaque question afin de faciliter la compréhension des éléments de votre projet de marketing.

1. Résumé du projet de marketing.

Donnez un bref aperçu de votre projet, en y incluant l'offre, la clientèle-cible et les buts et objectifs.

2. En quoi consiste l'offre spécifique (produit, service, programme, campagne etc.) ?

6. Veuillez décrire votre marketing mix (4 P), qui comprend une description du produit / de l'offre, le coût (somme des coûts des clients), les outils de promotion, et l'endroit (s) de la distribution.

7. Décrivez comment vous avez évalué (ou évaluez) si les objectifs de ce projet de marketing ont été remplis

8. Affectation des ressources (budget total effectif ou prévu, par exemple, les dépenses de campagne, et ou la description de l'affectation du personnel, matériel et temps)

9. Facultatif: Vous pouvez fournir des renseignements (électronique et / ou imprimés) qui pourraient améliorer la compréhension de votre projet.

10. Le jury et le sponsor souhaitent partager l'information sur les projets avec les bibliothèques à travers le monde, que le projet soit retenu ou non. Veuillez indiquer si vous autorisez le comité à diffuser votre projet :
Oui____ Non____

Candidature à transmettre au président du prix : Dinesh K. Gupta dineshkg_in@yahoo.com / dineshkg.in@gmail.com avant le **15 janvier, 2012**

Président:

Dinesh K. Gupta
Département des Bibliothèques et Sciences de l'information.
Salle n ° 520, Wing Faculté,
Université Vardhaman Mahaveer Open
Road Rawatbhata,
Kota-324021 (Rajasthan)
Inde

GLOSSAIRE

Client réel - (voir à Client)

Campagne – activités de communications marketing liées entre elles et coordonnées avec un seul thème ou idée qui apparaît dans différents médias sur une période de temps spécifique

Client - utilisateur réel ou potentiel des services de bibliothèque

Informations à la clientèle - données recueillies dans le cadre d'un marché particulier, qui peuvent décrire ses caractéristiques et son comportement.

Évaluer - méthodes systématiques qui mesurent le degré de réussite des objectifs poursuivis

Quatre P (4 P) - le marketing mix du prix, produit, lieu, promotion variables contrôlables, que la bibliothèque utilise pour atteindre le niveau de satisfaction de la clientèle (par exemple l'utilisation de la bibliothèque) dans le marché de la clientèle cible.

Objectifs - une vision large de ce que veut atteindre la bibliothèque . Les objectifs ne sont pas toujours quantifiables.

Marché - groupe de clients réels ou potentiels

Communication marketing - voir loutils promotionnels

Marketing Mix - voir quatre P

Projet Marketing - activité basée sur des objectifs mesurables et une stratégie de marketing élaborée pour satisfaire les besoins d'une clientèle ciblée.

Objectifs mesurables - voir objectifs

Objectifs – résultats désirés ou nécessaires à atteindre, dans un temps donné.

Offre - proposition par une bibliothèque de mettre à la disposition d'un client cible un produit, service, programme ou comportement cible, pour satisfaire et répondre à ses désirs et besoins.

Lieu - généralement point physique de distribution de l'offre, mais ce concept englobe tous les points de distribution, y compris des sites Web.

Budget prévu ou réel- montant des fonds engagés dans le projet marketing

Client potentiel - (voir client)

Prix (coûts perçus) - ratio qui indique les quantités de ressources nécessaires au client pour acquérir un bien ou service donné. Pour un usager de la bibliothèque, le coût peut prendre la forme du temps qu'il doit consacrer à l'obtention des documents ou des services de bibliothèque.

Produit - tout ce qui peut être proposé sous une forme tangible à un client (s) pour satisfaire un besoin identifié.

Programme – série d'évènements destinés à une présentation publique, comme une heure du conte, des indications bibliographiques ou d'autres événements conçus pour satisfaire un besoins identifié de la clientèle.

Outils promotionnels - diverses techniques de communication marketing comme la publicité, la vente personnelle, la promotion des ventes, les relations publiques / publicité, le publipostage ou des activités basées sur le Web.

Service - toute activité ou prestation qui est proposée par la bibliothèque sous forme intangible, telle une réponse à une question, un prêt de matériel. Le service peut être ou ne pas être liée à un produit physique.

Clientèle ciblée - groupe de clients particuliers sur lesquels la bibliothèque concentre son expertise pour satisfaire le groupe, afin d'atteindre ses objectifs marketing