

MARKETING THƯ VIỆN: XU HƯỚNG, CHIẾN LƯỢC VÀ THÁCH THỨC TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

BÙI THANH THỦY*

Tóm tắt: Trong kỷ nguyên số, marketing thư viện đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao nhận thức, quảng bá dịch vụ và tối ưu hóa trải nghiệm người dùng. Bài viết phân tích các xu hướng marketing thư viện hiện đại, bao gồm marketing qua mạng xã hội, cá nhân hóa dịch vụ dựa trên AI, tối ưu hóa nội dung số và ứng dụng công nghệ thực tế ảo. Đồng thời, bài viết đề xuất các chiến lược marketing hiệu quả như xây dựng thương hiệu thư viện, cải thiện trải nghiệm người dùng, phát triển quan hệ công chúng và triển khai quảng bá đa kênh. Tuy nhiên, thư viện vẫn phải đối mặt với nhiều thách thức, bao gồm hạn chế về tài chính, thiếu chuyên môn marketing, tốc độ phát triển công nghệ nhanh chóng và vấn đề bảo mật dữ liệu người dùng. Để vượt qua những rào cản này, thư viện cần có chiến lược phù hợp với nguồn lực hiện có, đầu tư đào tạo nhân sự và tận dụng công nghệ một cách hợp lý. Marketing thư viện không chỉ giúp thu hút và giữ chân người dùng mà còn khẳng định vai trò của thư viện trong hệ sinh thái tri thức và giáo dục hiện đại.

Từ khóa: marketing thư viện, chuyển đổi số, cá nhân hóa dịch vụ, quảng bá đa kênh, thương hiệu thư viện.

Abstract: In the Digital Age, Library Marketing plays a crucial role in raising awareness, promoting services, and optimizing user experience. This paper analyzes modern library marketing trends, including social media marketing, AI-driven service personalization, digital content optimization, and the application of virtual reality technology. Additionally, it proposes effective marketing strategies such as building a strong library brand, enhancing user experience, developing public relations, and implementing multi-channel promotions. However, libraries still face several challenges, including financial constraints, a lack of marketing expertise, the rapid pace of technological advancements, and user data security concerns. To overcome these barriers, libraries need strategies that align with available resources, staff training investments, the practical and efficient adoption of technology. Library marketing not only helps attract and retain users but also reinforces the library's role within the modern knowledge and education ecosystem.

Keywords: library marketing, digital transformation, service personalization, multi-channel promotion, library branding.

Marketing đóng vai trò quan trọng trong hoạt động thư viện, không chỉ giúp nâng cao nhận thức của người dùng, quảng bá dịch vụ mà còn tối ưu hóa trải nghiệm thư viện của người dùng. Thư viện cần xây dựng chiến lược marketing hiệu quả để tiếp cận người dùng tốt hơn.

Với sự phát triển của công nghệ, marketing đã chuyển đổi từ marketing truyền thống sang marketing số. Thư viện tận dụng mạng xã hội, marketing nội dung và phân tích dữ liệu để tối ưu hóa cách tiếp cận và tương tác với người dùng. Việc cá nhân hóa dịch vụ thông qua dữ liệu, áp dụng AI trong giao tiếp và triển khai e-marketing giúp thư viện hoạt động hiệu quả hơn và phù hợp với nhu cầu hiện đại.

1. Tổng quan về marketing thư viện

Định nghĩa marketing thư viện

Có nhiều quan điểm marketing khác nhau, dẫn đến nhiều định nghĩa, phản ánh sự đa dạng trong mục tiêu và phương pháp thực hiện. Theo Simonson năm 2017, marketing thư viện nhấn mạnh việc thể hiện giá trị của thư viện đối với ban quản lý và truyền tải giá trị này đến người dùng, nhằm khuyến khích họ sử dụng các nguồn lực thông tin, qua đó chứng minh tác động của thư viện đối với cộng đồng (1). Acharya và cộng sự cho rằng, marketing thư viện không chỉ đơn thuần là quảng bá mà còn là công cụ tăng cường sự gắn kết của người dùng với thư viện (2). Ngoài ra, Kaushik nhấn mạnh rằng,

marketing thư viện bao gồm việc phổ biến các dịch vụ, tài nguyên và sản phẩm đến nhóm đối tượng mục tiêu thông qua các công cụ marketing chuyên nghiệp (3). Nhìn chung, marketing thư viện không chỉ là quảng cáo hay truyền thông mà còn là chiến lược tổng thể giúp thư viện kết nối với người dùng, xác định nhu cầu và cung cấp các dịch vụ giá trị.

Vai trò của marketing thư viện

Marketing thư viện đóng vai trò thiết yếu trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ và thu hút người dùng. Thư viện ngày nay không chỉ là nơi lưu trữ tài liệu mà còn là trung tâm hỗ trợ học tập, nghiên cứu và đổi mới. Một chiến lược marketing hiệu quả giúp quảng bá các dịch vụ giá trị, đảm bảo người dùng tiếp cận và khai thác tối đa tài nguyên sẵn có.

Thông qua marketing, thư viện có thể tối ưu hóa trải nghiệm người dùng, điều chỉnh dịch vụ theo nhu cầu thực tế và cải tiến liên tục nhờ phản hồi từ người sử dụng. Bên cạnh đó, việc tận dụng mạng xã hội và công nghệ số giúp thư viện mở rộng phạm vi tiếp cận, tạo dựng cộng đồng trực tuyến và quảng bá dịch vụ hiệu quả (4).

Hơn nữa, marketing hỗ trợ phát triển các dịch vụ thư viện, nâng cao hình ảnh của thư viện như một trung tâm học thuật năng động. Trong bối cảnh chuyển đổi số, việc áp dụng chiến lược marketing hiện đại sẽ giúp thư viện duy trì và phát huy vai trò quan trọng của mình trong cộng đồng.

2. Xu hướng marketing thư viện

Chuyển đổi số trong marketing thư viện

Việc áp dụng công nghệ số giúp thư viện mở rộng khả năng tiếp cận người dùng và cải thiện chất lượng dịch vụ. Các thư viện hiện đại triển khai trang web, cổng thông tin học tập, nền tảng thư viện số và ứng dụng di động nhằm cung cấp dịch vụ thuận tiện và linh hoạt hơn (5). Điều này không chỉ giúp thư viện quảng bá tài nguyên hiệu quả mà còn đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người dùng trong môi trường số.

Bên cạnh đó, việc tích hợp công nghệ số vào các hoạt động thư viện góp phần nâng cao trải nghiệm người dùng, từ quy trình tìm kiếm tài liệu đến việc truy cập dịch vụ trực tuyến. Nhờ vào các hệ thống thông minh, thư viện có thể cung cấp thông tin nhanh chóng, chính xác và cá nhân hóa theo nhu cầu của từng đối tượng người dùng.

Marketing qua mạng xã hội và nội dung số

Việc sử dụng các nền tảng mạng xã hội để quảng bá thư viện đã được chứng minh là một chiến lược tiếp thị hiệu quả, mang lại nhiều lợi ích trong việc thu hút người dùng và phổ biến kiến thức (6). Thư

viện có thể tận dụng các nền tảng mạng xã hội để gia tăng sự kết nối với người dùng. Cụ thể, Facebook được sử dụng để cập nhật sách mới, thông báo sự kiện và tổ chức thảo luận trực tuyến. Instagram giúp thư viện tiếp cận người dùng thông qua hình ảnh hấp dẫn. TikTok là công cụ lý tưởng để tạo video hướng dẫn và kể chuyện về thư viện. YouTube có thể được khai thác để đăng tải video hướng dẫn sử dụng thư viện và đánh giá sách.

Bên cạnh đó, thư viện cũng cần triển khai chiến lược marketing nội dung để tăng cường khả năng tiếp cận và gắn kết người dùng. Ví dụ, việc xây dựng Blog, Ebook miễn phí và tổ chức webinar giúp cung cấp kiến thức hữu ích và nâng cao giá trị thương hiệu của thư viện. Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm giúp trang web thư viện dễ dàng xuất hiện trên Google, nâng cao khả năng tiếp cận đối với người dùng quan tâm. Ngoài ra, thư viện có thể xuất bản bản tin điện tử để duy trì sự kết nối và cung cấp thông tin cập nhật về tài nguyên thư viện.

Cá nhân hóa trải nghiệm người dùng thông qua dữ liệu và trí tuệ nhân tạo (AI)

Việc ứng dụng AI vào thư viện số đã cho thấy tiềm năng lớn trong việc nâng cao mức độ tương tác và sự hài lòng của người dùng. Các hệ thống cá nhân hóa dựa trên AI có thể tối ưu hóa trải nghiệm người dùng bằng cách cung cấp các gợi ý phù hợp với sở thích cá nhân, đồng thời cải thiện khả năng tiếp cận tài nguyên trong những bối cảnh văn hóa và kinh tế khác nhau (7). Tuy nhiên, sự tích hợp AI vào thư viện còn đòi hỏi một cách tiếp cận có trách nhiệm, đảm bảo các yếu tố đạo đức và quyền riêng tư.

Thư viện có thể tận dụng dữ liệu từ hành vi tìm kiếm và truy cập trang web của người dùng để đề xuất tài liệu phù hợp với nhu cầu của họ. Công nghệ AI giúp nâng cao mức độ cá nhân hóa bằng cách phân tích sở thích và lịch sử sử dụng để đề xuất sách và tài nguyên có liên quan, giúp người dùng dễ dàng tiếp cận thông tin hữu ích một cách hiệu quả hơn.

Bên cạnh đó, AI còn hỗ trợ thư viện trong các hoạt động tiếp thị và quản lý tài nguyên. Các mô hình ngôn ngữ như ChatGPT có thể tự động tạo nội dung như bài viết giới thiệu sách, mô tả tài nguyên và phản hồi nhanh cho các câu hỏi phổ biến. Ngoài ra, AI còn hỗ trợ phân tích xu hướng mượn sách, giúp thư viện quản lý tài nguyên hiệu quả hơn.

Ứng dụng công nghệ thực tế ảo (VR) và thực tế tăng cường (AR)

Việc tích hợp VR và AR vào thư viện đã mở ra những phương thức tiếp cận tài nguyên mới, giúp nâng cao trải nghiệm người dùng thông qua điều

hướng không gian số, tương tác đa phương tiện, đề xuất tài liệu và dịch vụ cá nhân hóa (8).

Công nghệ VR cho phép người dùng tham quan không gian thư viện từ xa, giúp họ dễ dàng làm quen với các khu vực chức năng và tìm kiếm tài liệu mà không cần đến trực tiếp. Điều này đặc biệt hữu ích đối với những người dùng có hạn chế về địa lý hoặc thời gian.

Trong khi đó, AR có thể được sử dụng để cung cấp thông tin sách một cách trực quan hơn, chẳng hạn như hiển thị mô tả nội dung khi quét mã QR trên bìa sách. Ngoài ra, AR còn có tiềm năng tạo ra các trải nghiệm tương tác với tài liệu lịch sử, giúp người dùng tiếp cận thông tin theo cách sinh động và hấp dẫn hơn.

3. Chiến lược marketing hiệu quả cho thư viện

Xây dựng thương hiệu thư viện

Thương hiệu thư viện không chỉ là tên gọi hay logo mà còn là cách thư viện được nhận diện và đánh giá trong cộng đồng. Một thương hiệu mạnh giúp thư viện khẳng định vị thế, gắn kết với người dùng thông qua chiến lược truyền thông và trải nghiệm dịch vụ. Yếu tố tạo nên thương hiệu thành công gồm kiến trúc, tài nguyên, thương hiệu cá nhân của thủ thư, chiến lược marketing và quản lý hiệu quả, đồng thời phải vượt qua rào cản nội tại và bên ngoài.

Xác định giá trị cốt lõi giúp thư viện định hướng dịch vụ và hình ảnh thương hiệu. Ví dụ, thư viện đại học tập trung hỗ trợ nghiên cứu, trong khi thư viện cộng đồng hướng đến phục vụ đa dạng nhóm đối tượng. Hình ảnh thương hiệu thể hiện qua thiết kế không gian, giao diện trang web, phong cách giao tiếp và chất lượng dịch vụ.

Chiến lược thương hiệu cần nhất quán về logo, màu sắc, phong cách truyền thông để tạo dấu ấn với người dùng. Mô hình STEPPS (Social Currency, Triggers, Emotion, Public, Practical Value, Stories) có thể giúp thư viện duy trì kết nối cộng đồng qua các chiến dịch truyền thông hiệu quả (9).

Tổ chức sự kiện như: Ngày hội đọc sách, hội thảo khoa học, buổi gặp gỡ tác giả... giúp thư viện nâng cao nhận diện thương hiệu, tạo giá trị thực tiễn và gắn kết cộng đồng. Kết hợp nhận diện thương hiệu, giá trị cốt lõi và truyền thông hiệu quả sẽ giúp thư viện khẳng định vị thế, thu hút người dùng và xây dựng thương hiệu vững chắc.

Chiến lược nội dung

Nội dung đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút và giữ chân người dùng thư viện, đồng thời tăng cường kết nối với cộng đồng. Trong kỷ nguyên số, chiến lược nội dung hiệu quả không chỉ truyền tải thông tin hữu

ích mà còn thúc đẩy tương tác qua trang web và mạng xã hội, tối ưu trải nghiệm người dùng (10).

Hiện nay, trang web thư viện ngày càng được chú trọng trong các thư viện. Blog là công cụ hiệu quả để giới thiệu tài liệu mới, hướng dẫn sử dụng thư viện và chia sẻ kiến thức nghiên cứu. Ngoài ra, nội dung Blog giúp tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO), tăng khả năng tiếp cận người dùng qua Google.

Bên cạnh Blog, thư viện có thể cung cấp Ebook miễn phí về kỹ năng thông tin, khai thác cơ sở dữ liệu hoặc sử dụng tài liệu số. Ngoài ra, Infographics là công cụ trực quan giúp minh họa quy trình mượn sách, tìm kiếm tài liệu hoặc thông báo sự kiện sinh động và dễ hiểu.

Marketing trải nghiệm người dùng

Trải nghiệm người dùng đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút và giữ chân người dùng thư viện. Một dịch vụ thân thiện, dễ sử dụng không chỉ nâng cao sự hài lòng mà còn giúp duy trì lòng trung thành của người dùng, đặc biệt khi được kết hợp với các chiến lược marketing lấy người dùng làm trung tâm.

Để tối ưu trải nghiệm, thư viện cần xây dựng một trang web có hệ thống tìm kiếm mạnh mẽ, bố cục rõ ràng và tương thích với nhiều nền tảng. Ngoài ra, thư viện cũng cần chú trọng tới ứng dụng di động. Ứng dụng mang lại sự tiện lợi khi tra cứu, đặt sách và nhận thông báo sự kiện.

Bên cạnh đó, việc ứng dụng AI giúp cá nhân hóa trải nghiệm người dùng. Các hệ thống gợi ý tài liệu dựa trên sở thích cá nhân giúp tìm kiếm hiệu quả hơn, trong khi chatbot AI hỗ trợ trả lời câu hỏi 24/7, giúp thư viện cung cấp dịch vụ nhanh chóng và chính xác (11).

Ngoài ra, thư viện cần thu thập phản hồi từ người dùng để điều chỉnh và nâng cấp dịch vụ theo nhu cầu thực tế. Việc lắng nghe ý kiến người dùng giúp cải thiện chất lượng phục vụ, đảm bảo thư viện đáp ứng tốt nhất mong đợi của cộng đồng.

Quan hệ công chúng và hợp tác với cộng đồng

Thư viện có thể mở rộng ảnh hưởng và tạo giá trị cho cộng đồng thông qua hợp tác với các tổ chức bên ngoài. Những quan hệ chiến lược này không chỉ nâng cao chức năng thư viện mà còn thúc đẩy sự gắn kết và hội nhập xã hội.

Trong môi trường đại học, hợp tác với các tổ chức giáo dục giúp thư viện hỗ trợ tốt hơn cho giảng dạy và nghiên cứu. Các chương trình như hội thảo kỹ năng tìm kiếm thông tin, hướng dẫn viết bài nghiên cứu và hỗ trợ trích dẫn tài liệu góp phần khẳng định vai trò thư viện. Đồng thời, hợp tác này

thúc đẩy số hóa, giúp cộng đồng tiếp cận tài nguyên học thuật dễ dàng hơn (12).

Thư viện cũng có thể liên kết với doanh nghiệp và tổ chức xã hội để nâng cao dịch vụ và tổ chức hoạt động cộng đồng. Chẳng hạn, hợp tác với nhà xuất bản để tổ chức triển lãm sách hoặc với tổ chức phi lợi nhuận để phát triển chương trình đọc sách miễn phí. Những hoạt động này giúp thư viện mở rộng dịch vụ và tăng cường sự tham gia của cộng đồng.

Ngoài ra, thư viện có thể tận dụng truyền thông xã hội để xây dựng hình ảnh và kêu gọi sự tham gia của cộng đồng thông qua các sáng kiến như trao đổi sách, quyên góp tài liệu hay phát triển kho tài nguyên mở.

Chiến lược quảng bá đa kênh

Để tối ưu hiệu quả marketing, thư viện cần áp dụng chiến lược quảng bá đa kênh, kết hợp giữa phương thức truyền thông và kỹ thuật số nhằm tiếp cận đa dạng nhóm người dùng. Cách tiếp cận này giúp thu hút, duy trì người dùng và tạo điều kiện tương tác linh hoạt hơn, phù hợp với nhu cầu và thói quen của từng đối tượng (13).

Dù các kênh kỹ thuật số ngày càng phổ biến, marketing truyền thông vẫn đóng vai trò quan trọng, đặc biệt với người dùng chưa quen thuộc với công nghệ. Một số phương pháp hiệu quả gồm: in tờ rơi, treo áp phích tại thư viện và khu vực công cộng; tổ chức hội thảo trực tiếp về kỹ năng tìm kiếm tài liệu; gửi bản tin in đến giảng viên và đối tác quan trọng.

Bên cạnh đó, marketing dựa trên công nghệ giúp thư viện mở rộng phạm vi tiếp cận và tăng mức độ tương tác với người dùng. Các kênh kỹ thuật số quan trọng gồm: trang web thư viện - trung tâm thông tin chính thức; mạng xã hội như Facebook, Instagram, YouTube, TikTok - nơi giao tiếp trực tiếp với người dùng; email marketing - công cụ gửi thông báo về sách mới, chương trình đào tạo, hội thảo.

Kết hợp linh hoạt giữa các kênh này giúp thư viện mở rộng độ phủ sóng, truyền tải thông tin hiệu quả và nâng cao trải nghiệm người dùng. Một chiến lược marketing đa kênh mạnh mẽ không chỉ giúp thư viện thu hút người dùng mà còn khẳng định vai trò trong cộng đồng học thuật và xã hội.

4. Thách thức và hạn chế trong marketing thư viện

Hạn chế về nguồn lực tài chính và nhân sự

Ngân sách hạn chế là một trong những trở ngại lớn nhất đối với marketing thư viện. Không giống như các tổ chức thương mại, thư viện chủ yếu hoạt động dựa trên nguồn tài trợ từ nhà nước hoặc các tổ chức phi lợi nhuận, khiến kinh phí dành cho marketing thường rất ít. Hầu hết ngân sách được ưu

tiên cho việc mua sắm tài liệu, duy trì cơ sở hạ tầng và chi trả nhân sự.

Do thiếu kinh phí, thư viện khó thuê chuyên gia marketing hoặc đầu tư vào các công cụ quảng bá hiện đại. Các hoạt động marketing thường chỉ được triển khai ở quy mô nhỏ, dựa trên phương pháp truyền thống như in ấn tờ rơi, tổ chức sự kiện trực tiếp, thay vì áp dụng các công cụ số như quảng cáo trực tuyến hay phân tích dữ liệu người dùng. Điều này làm giảm hiệu quả tiếp cận và hạn chế khả năng mở rộng dịch vụ của thư viện.

Thiếu chuyên môn về marketing

Nhân viên thư viện chủ yếu được đào tạo về khoa học thông tin và thư viện, ít có kiến thức về marketing và truyền thông, nên việc xây dựng và thực hiện các chiến lược marketing gặp nhiều khó khăn, đặc biệt là trong lĩnh vực marketing số.

Nhiều thư viện chưa có bộ phận chuyên trách về marketing, các hoạt động quảng bá thiếu tính đồng bộ và chiến lược dài hạn. Trong khi đó, các xu hướng hiện đại như marketing nội dung, SEO, mạng xã hội hay quảng cáo trực tuyến đòi hỏi kiến thức chuyên môn cao mà nhân viên thư viện chưa được trang bị đầy đủ.

Một giải pháp khả thi là tổ chức các khóa đào tạo về marketing cho nhân viên thư viện hoặc hợp tác với chuyên gia bên ngoài. Việc nâng cao kỹ năng marketing sẽ giúp thư viện thu hút người dùng hiệu quả hơn và mở rộng phạm vi ảnh hưởng của mình.

Thách thức từ sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ

Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số đang thay đổi cách người dùng tiếp cận thông tin, buộc thư viện phải liên tục thích ứng. Tuy nhiên, việc cập nhật công nghệ trong marketing không phải lúc nào cũng dễ dàng, đặc biệt là khi thư viện gặp khó khăn về tài chính và nhân sự.

Các xu hướng mới như AI, phân tích dữ liệu lớn, cá nhân hóa dịch vụ, VR và AR mang đến nhiều cơ hội, nhưng cũng đặt ra thách thức trong việc triển khai. Nhiều thư viện vẫn chủ yếu sử dụng phương pháp quảng bá truyền thống và chưa có khả năng tích hợp công nghệ hiện đại vào chiến lược marketing.

Bên cạnh đó, người dùng hiện nay tiếp cận thông tin qua nhiều kênh khác nhau như mạng xã hội, trang web, thư viện tử và nền tảng di động. Điều này đòi hỏi thư viện phải phát triển chiến lược marketing đa kênh để đảm bảo thông tin được truyền tải hiệu quả. Việc thiếu kinh nghiệm và công cụ phù hợp khiến thư viện gặp khó khăn trong việc quản lý và duy trì tính nhất quán trên các nền tảng truyền thông.

Bảo vệ dữ liệu người dùng

Một thách thức lớn khác trong marketing thư viện

là bảo vệ quyền riêng tư và dữ liệu cá nhân của người dùng. Khi áp dụng marketing số, thư viện thường thu thập dữ liệu người dùng để cá nhân hóa dịch vụ hoặc gửi thông báo, nhưng điều này có thể làm dấy lên lo ngại về bảo mật.

Người dùng có thể e ngại rằng thông tin cá nhân như lịch sử mượn sách hay hành vi tìm kiếm tài liệu bị lạm dụng hoặc chia sẻ mà không có sự đồng ý. Nếu thư viện không có chính sách bảo mật rõ ràng, điều này có thể ảnh hưởng đến lòng tin của người dùng và uy tín của thư viện.

Để giải quyết vấn đề này, thư viện cần áp dụng các biện pháp bảo mật mạnh mẽ, như mã hóa dữ liệu, hạn chế quyền truy cập, chỉ thu thập thông tin thực sự cần thiết và minh bạch trong cách sử dụng dữ liệu. Đồng thời, việc nâng cao nhận thức về bảo mật cho nhân viên thư viện cũng rất quan trọng để đảm bảo dữ liệu người dùng được bảo vệ an toàn.

Marketing thư viện đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao nhận thức của người dùng, quảng bá dịch vụ và tối ưu hóa trải nghiệm thư viện. Trong bối cảnh chuyển đổi số, thư viện không chỉ cần áp dụng các chiến lược marketing truyền thống mà còn phải tận dụng công nghệ, mạng xã hội và dữ liệu để tiếp cận người dùng hiệu quả hơn. Tuy nhiên, quá trình triển khai marketing thư viện vẫn gặp nhiều thách thức như hạn chế tài chính, thiếu nhân sự chuyên môn, tốc độ thay đổi nhanh của công nghệ và vấn đề bảo mật dữ liệu. Để vượt qua những rào cản này, thư viện cần có chiến lược phù hợp với nguồn lực hiện có, đầu tư vào đào tạo nhân sự và ứng dụng công nghệ số một cách hợp lý. Trong tương lai, marketing thư viện sẽ tiếp tục phát triển cùng với sự đổi mới công nghệ và xu hướng truyền thông số. Việc linh hoạt điều chỉnh chiến lược, tận dụng hiệu quả các công cụ marketing và nâng cao trải nghiệm người dùng sẽ giúp thư viện duy trì vai trò quan trọng của mình trong hệ sinh thái tri thức và giáo dục hiện đại ■

B.T.T

1. Valarie S. Gordon và Patricia C. Higginbottom, *Marketing for special and academic libraries: A planning and best practices sourcebook (Marketing cho thư viện chuyên biệt và thư viện học thuật: Sổ tay lập kế hoạch và thực tiễn tốt nhất)*, Nxb Rowman & Littlefield, Mỹ, 2016.

2. Shivakumar Acharya, Tippanna S Vagdal. *Library services marketing: An overview of strategies and outcomes (Marketing dịch vụ thư viện: Tổng quan về chiến lược và kết quả)*, Tạp chí *Khoa học Thư viện và Công nghệ thông tin IP Indian*, 2023.

3. Anna Kaushik và Shweta Pandey, *Do libraries need to market their services and resources? (Thư viện có cần tiếp thị dịch vụ và nguồn tài nguyên của mình không?)*, trong *Examining the impact of industry 4.0 on academic libraries (Khảo sát tác động của Công nghiệp 4.0 đối với thư viện học thuật)*, Nxb Emerald, Anh, 2021, tr.201-213.

4, 6. Nils Beese, *Marketing the Library using Social Media Platforms: The Experience of the University Library Bochum, Germany (Marketing thư viện bằng các nền tảng truyền thông xã hội: Kinh nghiệm của Thư viện Đại học Bochum, Đức)*, Tạp chí *Quốc tế về Thông tin và Thư viện*, tập 51, số 1, 2019, tr.36-41.

5. Dessy Harisanty, Rahma Sugihartati, Koko Srimulyo, Kathleen Lourdes Obille. *Library Transformation in the Digital Age (Chuyển đổi thư viện trong kỷ nguyên số)*, Tạp chí *Những lá thư di cư*, tập 20 (số 5), tr. 457-468, 2023.

7, 11. Nidhi Gulati, Sapna Sharma, Sudhir Tyagi, *Transforming digital libraries through AI: Analysing personalization strategies for improved user satisfaction (Chuyển đổi thư viện số thông qua AI: Phân tích các chiến lược cá nhân hóa để nâng cao sự hài lòng của người dùng)*, tập 5, Tạp chí *Nghệ thuật thị giác và biểu diễn*, số 5, 2024.

8. Li-Jing Li, Xi-Min Li, Na Lin, Jun-Feng Qu, *AR Technology and Library Innovative Service. DEStech Transactions on Social Science (Công nghệ AR và dịch vụ sáng tạo trong thư viện. Giao dịch DEStech về khoa học xã hội)*, Tạp chí *Khoa học Giáo dục và Con người*, 2018.

9. Rajesh Singh, Gabriella G. Trinchetta, *Community Connections: Advocating for Libraries through Effective Brand Advocacy (Kết nối cộng đồng: Vận động cho thư viện thông qua chiến lược xây dựng thương hiệu hiệu quả)*, Tạp chí *Thư viện công cộng hàng quý*, số 39, 2019, tr.295-309.

10. Ilka Datig, *Revitalizing library websites and social media with content strategy: Tools and recommendations (Làm mới trang web thư viện và mạng xã hội bằng chiến lược nội dung: công cụ và khuyến nghị)*, tập 30, Tạp chí *Thư viện tài nguyên điện tử*, số 2, 2018, tr.63-69.

12. Krista Yuen và Chern Li Liew, *Examining Public Library Collaborative Partnerships with School Makerspaces and "Making Programmes" (Nghiên cứu quan hệ hợp tác giữa thư viện công cộng với không gian sáng tạo trong trường học và các chương trình sáng tạo)*, tập 62, Tạp chí *Quản lý thư viện*, số 6, 2022, tr.793-809.

13. Hong Chang, *Current Digital Marketing Landscape in Libraries (Bối cảnh marketing số hiện tại trong thư viện)*, *library.ifla.org*, 2017.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 3-1-2025; Ngày phân biện, đánh giá, sửa chữa: 22-1-2025; Ngày duyệt đăng: 26-2-2025.