

**OGGETTO: Corso di aggiornamento *Comunicare la cultura: il branding in biblioteca***

**Docente Anna Busa**

Il corso si articola in due fasi: una prima parte di illustrazione generale del processo di marketing (digitale) culturale e una seconda di approfondimento sul tema del branding.

Il processo di marketing parte dall'analisi degli scenari (interno ed esterno) per "posizionare" la biblioteca nel suo territorio e nel contesto istituzionale. Prosegue con una accurata definizione degli obiettivi, il ruolo del brand della biblioteca e lo studio dei pubblici (superamento del target e introduzione delle personas). Il passo successivo è la scelta del modello di strategia marketing più opportuno e un approfondimento sulle 4 fasi dell'inbound che è la strategia da prediligere. Strumenti e attività che aiutano in questo percorso sono il seoing (per rendersi visibili da Google), i social, l'e-mail marketing. A tutto questo si aggiunge la necessità di un cambiamento del linguaggio utilizzato nel comunicare la biblioteca: copywriting e regole di scrittura per il web ci aiutano a fare spazio a un linguaggio naturale e più comprensibile. Il processo si chiude con il monitoraggio dei risultati.

La seconda parte è dedicata al branding. Il brand è un concetto complesso che si presta a una molteplicità di definizioni. Un termine che comprende sfumature e significati diversi, che cambiano nel tempo così come si trasformano i mercati, i consumi, i nostri utenti. Fare branding significa mettere in condizione la biblioteca di rispondere alle nuove necessità, migliorando la percezione diffusa del suo valore. Il brand, infatti, non è solo un nome, racchiude sentimenti e sensazioni: è una promessa che aiuta a trasformare il rapporto con gli utenti da incontro a una relazione che dura nel tempo.

**Prima lezione: la strategia di digital marketing (4 ore)  
Lunedì 3 Ottobre 2022 ore 9.00-13.00 (online)**

Programma:

- Introduzione: dinamiche della rete
- La strategia di marketing digitale della biblioteca:
  - analisi dello scenario
  - branding
  - definizione degli obiettivi
  - dal target alle personas
  - outbound e inbound
  - Le 4 fasi dell'inbound per la biblioteca
  - Le nuove fasi dell'inbound
  - Attività e strumenti
  - Misurazione e analisi dei risultati (cenni)

**Seconda lezione: il branding (3 ore)**

**Giovedì 6 o Venerdì 7 Ottobre 2022 ore 9.00-12.00 (online)**

---

Programma:

- Definizioni: brand (o marca), marchio
- Le “letture” semiotica e di marketing
- Le funzioni del brand
- Le componenti della gestione del brand
- Come comunicare il brand
- Immagine e “valore” del brand-biblioteca
- La natura relazionale del brand
- Analisi di esperienze di branding in biblioteca
- Il branding nella “mia” biblioteca.

**Terzo appuntamento: restituzione (3 ore)**

**Lunedì 24 Ottobre 2022 ore 9.00-12.00 (online)**

---

Programma:

- Riflessione su interventi e esiti