نظام‌نامه کمیته بازاریابی انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران

ماده ۱. تعریف

کمیته بازاریابی انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران یک کمیته دائمی است که ارتباطات استراتژیک و برنامه بازاریابی را برای تبلیغ مأموریت، چشم‌انداز، ارزش‌ها و اخبار مهم انجمن در مورد عضویت، انتشارات، آموزش، فعالیت‌های داوطلبانه، رویدادها، جذب سرمایه و موارد دیگر توسعه داده و اجرا می‌کند.

این کمیته همچنین مسئول ایجاد بهترین شیوه‌ها برای سبک و محتوایی است که در قالب‌های ارتباطی رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌شود و با سایر کمیته‌های انجمن همکاری نزدیک خواهد داشت.

هدف اصلی کمیته بازاریابی در دوره هشتم انجمن، هدف‌گذاری، توسعه و بهره‌برداری از ظرفیت‌های بازار کسب‌وکار انجمن، تجاری‌سازی محتوا و در نهایت برندسازی انجمن است.

ماده ۲. اهداف و محورهای اصلی فعالیت‌ها

۲-۱. شناسایی و تحلیل ارتباطات و ظرفیت‌های بازار

۲-۲. هدف‌گذاری بازار

۲-۳. تدوین استراتژی بازاریابی

۲-۴. بازاریابی محتوایی و تجاری‌سازی محتوا

۲-۵. خلق ارزش و نقش مؤثر در بازار هدف

ماده ۳. برنامه‌های کمیته بازاریابی عبارتند از:

۳-۱. شناسایی و تحلیل ارتباطات و ظرفیت‌های بازار هدف مبتنی بر تکنیک‌های پیش‌بینی رفتار آینده مشتریان و بازاریابی ارتقاء

۳-۲. رشد و توسعه فعالیت‌های انجمن در جهت شناخته‌شدن آنها در میان مشتریان بالقوه، گسترش بازارهای هدف و خلق ارزش

۳-۳. طراحی و توسعه فعالیت‌های بازاریابی مشتری‌مدار برای پیشرفت مستمر و حضور پایدار در بازارهای رقابتی امروزی

۳-۴. پیاده‌سازی و توسعه استراتژی‌های جدید بازاریابی با استفاده از تدوین طرح‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت

۳-۵. طراحی مدل‌های موفق اطلاع‌رسانی و کسب‌وکار مشتری‌مدار به منظور تحقق هدف درآمدزایی

۳-۶. تسهیل و ترویج مشارکت برای افزایش ارزش عضویت، مزایا و رضایت‌مندی

۳-۷. انتخاب و ارزیابی استراتژی تعیین جایگاه برند انجمن و تعیین کمپین‌های مختلف بازاریابی

۳-۸. ارائه ایده‌های نوآورانه برای بازاریابی محتوایی و تجاری‌سازی محتوا

۳-۹. طراحی و توسعه فعالیت‌های بازاریابی ارزش‌محور و محصول‌محور انجمن

۳-۱۰. ارائه خدمات و نقش موثر در بازار هدف با استفاده از تبلیغات و از طریق کمپین‌ها و کانال‌های رسانه‌ای مناسب

۳-۱۱. کمک به ارتقاء و خلق ارزش از محصولات انجمن برای دستیابی به نشان برتر

۳-۱۲. ارتباط مؤثر و تبادل همکاری با سایر مؤسسات، سازمان ها، شرکت‌ها، انجمن‌های هم‌تراز، برای آشنایی آنان از ظرفیت‌های جامعه کتابداری و بازاریابی برای مهارت‌های کتابداران

ماده ٤. ساختار

کمیته بازاریابی زیر نظر هیئت مدیره انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران فعالیت می‌کند و مسئول کمیته توسط آنها تعیین می‌شود. دو گروه اصلی همکار در این کمیته عبارتند از:

تبصره ٤-۱. اعضای کمیته: اعضای کمیته توسط مسئول کمیته از میان داوطلبان، و از طریق بررسی سوابق تحصیلی و پژوهشی داوطلبان علاقمند انتخاب می‌شوند.

۴-۱-۱. اعضاء کمیتهٔ بازاریابی از میان دانشجویان و فارغ‌التحصیلان تحصیلات تکمیلی (کارشناسی ارشد و دکتری) در رشته کتابداری و غیر کتابداری انتخاب می‌شوند.

۴-۱-۲. اعضاء کمیته بازاریابی شامل دو بخش اعضای ثابت و اعضای افتخاری (مشاور) هستند.

ماده ٥. وظایف

وظایف کمیته بازاریابی انجمن به شرح زیر است:

تبصره ۵-۱. مسئول کمیته:

- تدوین و پیگیری تصویب تغییرات آئین‌نامه کمیته در هیئت مدیره
- ارائه برنامه سالانه کمیته و پیگیری تصویب آن در هیئت مدیره
- شناسائی و انتخاب اعضاء کمیته و معرفی آنها به هیئت مدیره
- مدیریت برگزاری جلسات حضوری و یا مجازی کمیته با حضور اعضاء
- تهیه و پیگیری صدور احکام و /یا تقدیرنامه‌های اعضاء
- برنامه‌ریزی و پیگیری انجام وظایف تعریف شده توسط اعضاء
- رایزنی، تعامل و دریافت مستمر نظرات صاحبنظران و اعضای کمیته به منظور بهبود هرچه بیشتر برنامه‌ها و فعالیت‌های آن
- انجام سایر امور محوله از سوی هیئت مدیره انجمن مرتبط با کمیته
- ارائه گزارش سالانه فعالیت‌های کمیته به هیئت مدیره

تبصره ۵-۲. اعضای کمیته

- شرکت فعال در مباحث ارائه شده در جلسات حضوری و یا مجازی کمیته
- ارائه دیدگاه‌ها و نظرات در رابطه با برنامه‌های مصوب
- ارائه پیشنهادها برای برنامه‌ریزی و انجام فعالیت‌های جدید
- برعهده گرفتن و اجرای مسئولیت‌های محوله از سوی مسئول کمیته در جهت اجرای مناسب فعالیت‌های مصوب
- انجام سایر امور محولهٔ مرتبط از سوی مسئول کمیته

ماده ٦. برگزاری جلسات

جلسات کمیته بازاریابی می‌تواند هم به صورت حضوری و هم به صورت مجازی (از طریق یک گروه بحث ایمیلی و یا سایر بسترهای شبکه مجازی) برگزار شود.

تبصره ٦-١. چنانچه اعضاء در مناطق مختلف داخل و یا خارج از کشور حضور داشته باشند، جلسات حضوری را می‌توان در موارد خاص با حضور اعضاء ساکن تهران (اکثریت) برگزار کرد و مباحث جلسه حضوری را از طریق فضای مجازی با سایر اعضاء دنبال نمود.

تبصره ٦-٢. محل برگزاری جلسات حضوری و یا ساز و کار برگزاری جلسات مجازی توسط مسئول کمیته پس از رایزنی با اعضاء تعیین خواهد شد.

تبصره ٦-٣. چنانچه عضو ثابتی از کمیته بیش از سه جلسه و بدون دلیل موجه در جلسات کمیته شرکت نکند، پس از یک بار اخطار، از اعضای ثابت کمیته حذف خواهد شد و یا به عضویت افتخاری (مشاور) کمیته درخواهد آمد.

تبصره ٦-٤. مصوبات جلسات کمیته بازاریابی با تأیید هیئت مدیره انجمن قابلیت اجرایی خواهند یافت.

این آئین‌نامه با شش ماده و هفت تبصره در تاریخ ۱۴۰۱/۰۲/۲۱ در کمیته بازاریابی دوره هشتم هیئت مدیره انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران به تصویب رسد.