



TALLINNA ÜLIKOOL

Akadeemiline
Raamatukogu



TALLINNA ÜLIKOOLI AKADEEMILISE RAAMATUKOGU TURUNDUSSTRATEEGIA



2025



ELU projekti liikmed:

Ragne Kalmet (rühma juht), Isrid Luik-Panksep, Karin Kaup-Lapõnin, Kersti Kaarma,

Lisandra Tamm, Minnamari Murel, Mirjam Lank, Stella Brett Mesila

Juhendajad:

Aira Lepik, Piret Jõesaar

Austatud TLÜ Akadeemilise Raamatukogu juhtkond ja personal!

Meil on heameel esitada teile Tallinna Ülikooli ELU ([Erialasid Lõimiv Uuendus](#)) projekti tulemusena koostatud turundusstrateegiat, mille eesmärk on suurendada raamatukogu nähtavust erinevate sihtrühmade hulgas, parendada kasutajakogemust nii füüsilises kui ka digitaalses keskkonnas ning tugevdada raamatukogu rolli teadus- ja kultuurikeskusena. Turundusstrateegia keskendub ELU-projekti käigus välja selgitatud raamatukoguturunduse käsitluste ja rakenduste analüüsimisele, mis võimaldas kavandada tõhusa turundus- ja kommunikatsioonistrateegia ülikooli raamatukogule lähtudes TLÜ ARi põhiväärtustest. Rakendades planeeritud strateegiaid ja taktikaid, on võimalik suurendada raamatukogu kasutatavust, tõsta teadlikkust selle väärtuslikest ressurssidest ja parandada kasutajakogemust. Tulevikusuundadena nähakse turundustegevuste pidevat kohandamist vastavalt tehnoloogia arengule ja sihtrühmade vajadustele, rõhuasetusega personaalsemal ja interaktiivsemal kommunikatsioonil.

Loodame, et see strateegia saab teie toetuse ja selle kasutamine aitab kaasa raamatukogu arengule ning ülikooli akadeemiliste eesmärkide saavutamisele.

ELU projekti liikmed ja juhendajad

Tallinn, 6. mai 2025

Sisukord

1. Sissejuhatus ja taustaanalüüs	5
2. Turunduseesmärgid	11
3. Turundusstrateegiad ja taktikad	13
4. Turundustegevuste plaan	26
5. Ressursid ja eelarve	26
6. Mõõtmine ja hindamine	31
7. Kokkuvõte ja tulevikusuunad	32
Kasutatud allikad	35
LISA 1. PERSONAD	37
LISA 2. SWOT ANALÜÜS	41
LISA 3. KONKURENTSIANALÜÜS	42
LISA 4. TURUNDUSTEGEVUSTE ANALÜÜS	49
LISA 5. MALLID	57

1. Sissejuhatus ja taustaanalüüs

1.1 Raamatukogu lühikirjeldus: missioon, visioon, põhiväärtused ja peamised teenused

Tallinna Ülikooli Akadeemiline Raamatukogu (TLÜ AR) on Tallinna Ülikooli asutus, mis täidab iseseisvaid ülesandeid avaliku teadusraamatukoguna. Raamatukogu pakub mitmekesiseid teenuseid teadlastele, üliõpilastele ja laiemale avalikkusele, toetades teadus-, arendus- ja õppetegevust inforessursside kogumise, säilitamise ja kättesaadavaks tegemise kaudu.

Raamatukogu missioon on toetada Eesti jätkusuutlikku arengut, panustada infoühiskonna arengusse ning edendada teadus-, arendus- ja loometegevust, pakkudes selleks vajalikke inforessursse ja säilitades rahvuslikku kultuuripärandit. Raamatukogu visioon on olla tunnustatud teadusraamatukogu, mis on uuenduslik, kasutajasõbralik ja rahvusvaheliselt nähtav, pakkudes tiptasemel teenuseid ja ressursse teadus- ja haridustegevuse toetamiseks. (TLÜ AR, kuupäev puudub-a)

Raamatukogu põhiväärtused:

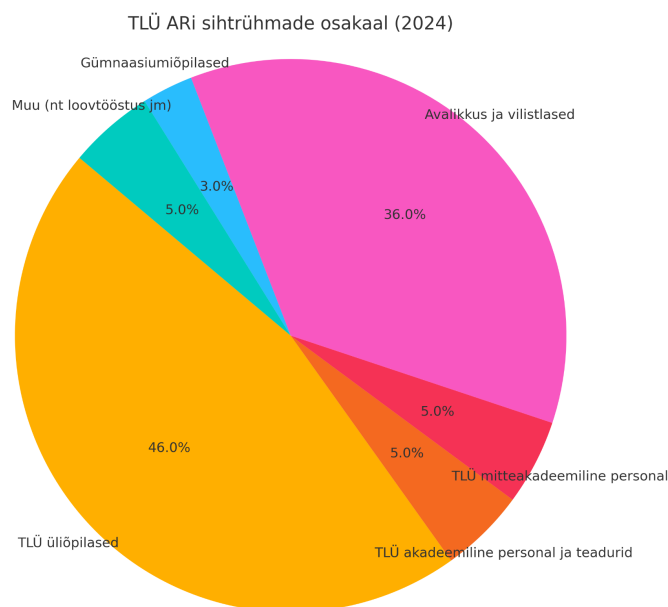
- kvaliteet – pühendumus kõrgetasemeliste teenuste ja ressursside pakkumisele;
- kasutajasõbralikkus – fookus kasutajate vajadustele ja mugavusele;
- innovatsioon – uute tehnoloogiate ja lahenduste rakendamine teenuste parendamiseks;
- koostöö – partnerlus ülikooli, teadlaste ja teiste raamatukogudega;
- kultuuripärandi säilitamine – ajalooliste ja kultuuriliselt oluliste kogude hoidmine ja kättesaadavaks tegemine. (TLÜ AR, kuupäev puudub-a)

Raamatukogu pakub mitmeid teenuseid, mis toetavad õppimist ja teadustööd. Kasutajad saavad teavikuid laenata ja tagastada, kasutades selleks nii iseteenindusautomaate kui ka ööpäevaringseid tagastuskappe. Samuti saab broneerida seminariruumi ja töökohti nii individuaal- kui ka gruppitööks. Raamatukogu võimaldab raamatukogudevahelist laenutust, mille kaudu saab tellida teavikuid teistest raamatukogudest nii Eestist kui ka välismaalt. Lisaks pakutakse skaneerimise ja digitaliseerimise teenust, et muuta vajalikud materjalid elektrooniliselt kättesaadavaks. Kasutajad saavad ligipääsu mitmetele inforessurssidele ja teadusandmebaasidele, sealhulgas e-teadusraamatukogule ETERA. Erivajadustega lugejatele on kättesaadavad spetsiaalsed abivahendid, näiteks kuulderaatid. Samuti korraldavad raamatukogu erialainfo

spetsialistid koolitusi ja pakuvad konsultatsioone viitamise, andmebaaside kasutamise ja avatud teaduse teemadel. (TLÜ AR, kuupäev puudub-b)

1.2 Sihtrühmad

TLÜ ARi teenuseid kasutavad mitmed erinevad sihtrühmad, mille hulka kuuluvad üliõpilased (bakalaureuse-, magistri- ja doktoriõppes õppijad), ülikooli akadeemiline ja mitteakadeemiline personal, laiem avalikkus ja vilistlased (sealhulgas spetsialistid), samuti gümnaasiumiõpilased, raamatukogude sektori esindajad ning ürituste korraldajad, filmiprodutsendid ja loovtööstuse esindajad (TLÜ AR, 2024b).



Joonis 1. TLÜ ARi sihtrühmade jaotus

Diagrammis kuvatud TLÜ ARi sihtrühmade jaotus põhineb 2024. aasta aktiivsete kasutajate statistikal, kus TLÜ üliõpilaste, gümnaasiumiõpilaste ning avalikkuse ja vilistlaste osakaalud on arvutatud otse statistilistest andmetest ning ülejäänud kasutajate osakaal on hinnangulised,

tuginedes olemasolevale registreerimis- ja aktiivsuse statistikale ning strateegias kirjeldatud sihtrühmade määratlusele. (TLÜ AR, 2024b)

1.3 Kasutajaprofiilid (persoonad) turundustegevuste kavandamiseks

Turundustegevuse paremaks kavandamiseks lõi ELU projektimeeskond kaheksa sihtrühmapõhist persoonat, persoonade kujundamiseks kasutasime *Canva* keskkonda. Persoonade loomine on kasutajaprofiili meetod, mis kirjeldab väljamõeldud isikut kasutajakogemuse kaudu. Kasutajakogemuse väljaselgitamine ja analüüs on ülikooli raamatukogule kasulik, sest nii on võimalik teada saada, mida kasutajad arvavad, mõtlevad, tunnevad raamatukoguga seonduvalt ning millist kogemust nad soovivad ülikooli raamatukogu elektrooniliste ressursside kasutamisel (Rohmiyati et al, 2023). Persoonade loomist saab kategoriseerida kolme metoodika alusel: kvalitatiivne (nt intervjuu), kvantitatiivne (nt andmete analüüs) ja segameetodid (Jansen et al, 2022). Selleks, et persoonasid täiustada ja turundusstrateegiasse parimat sisendit saada, otsustas projektimeeskond kasutada kvalitatiivset meetodit ja meeskond viis läbi kaheksa intervjuud kaheksa erineva sihtrühma esindajaga (TLÜ bakalaureuse üliõpilane, TLÜ magistri üliõpilane, TLÜ professor, TLÜ õppejõud, TLÜ vilistlane, üliõpilane väljastpoolt TLÜd, gümnaasiumiõpilane, TLÜ mitteakadeemiline töötaja). Loodud persoonade ja intervjuudest saadud analüüsi tulemusena leidis meeskond, et turundusstrateegias on paslik kasutada nelja kasutajagrupi esindaja persoonat (LISA 1). Nendeks on: TLÜ üliõpilane, TLÜ õppejõud/professor, TLÜ töötaja/spetsialist ja ülikooliväline õppija.

Valitud persoonade lühikokkuvõte:

- TLÜ üliõpilane (nt Kätlin) – praktilise meelega, ajaliselt piiratud, ühendab tööd ja õpinguid. Vajab kiiret ja selget infot, tuge lõputööks ning personaalset juhendamist (nt broneeritav nõustamine). Reageerib hästi visuaalsele ja struktureeritud sisule.
- TLÜ mitteakadeemiline töötaja (nt Mari) – vajab tõhusat teaduskorralduse tuge ja kiiret ligipääsu spetsiifilistele töövahenditele (ETERA, DOI). Hindab ekspertnõu ja ootab teenustelt professionaalset, kiiret lahendust. Võtmetähtsusega on struktuur, selgus ja ajasääst.

- TLÜ õppejõud/professor (nt Tiina) – väärtustab teadusallikate kvaliteeti ja põhjalikkust. Otsib tuge nii enda uurimistööks kui ka üliõpilaste juhendamiseks. Eelistab e-ressursse ja ootab teadlikult kureeritud sisu, mis aitab säästa aega ja süvendada õpet.
- Ülikooliväline õppija (nt Aleksandr) – ei ole teadlik kõigist teenustest, kuid otsib funktsionaalset tuge õppimiseks (nt koolitöö, iseseisvad projektid). Eelistab kiiret, visuaalset infot, mida saab kätte eelkõige sotsiaalmeedia ja veebikeskkonna kaudu. Vajab lihtsat keelt ja isikupärastatud suunamist.

1.4 SWOT-analüüs

SWOT-analüüsist (LISA 2) selgus, et TLÜ ARil on tugev positsioon, mida toetavad rikkalikud kogud, pühendunud töötajad, professionaalne maine ning ainulaadsed ressursid nagu arhitektuuriväärtusega hoone, maailma üks täielikumaid väliseesti autorite kogusid, muuseumituba ja kaasaegsed seminariruumid. Samas esinevad arengukohad tehnoloogilise ajakohastamise ja kasutajasõbralikkuse osas. (Kaup Lapõnin & Luik, 2025) Tulevikus aitavad digiteenuste arendamine, rahvusvaheline koostöö ja uute teenusvormide rakendamine raamatukogul tugevdada oma rolli hariduse ja teaduse toetamisel.

SWOT analüüsi põhjal on võimalik kavandada turunduslikke ja strateegilisi tegevusi, mis tugevdaksid raamatukogu rolli ning nähtavust. Tegevuskava aitab astuda konkreetseid samme, et toetada raamatukogu arengut muutuv keskkonnas ning suurendada tema väärtust õppijatele ja teadlastele.

Lühiajaline (0–1 aasta):

- parandada kodulehte ja otsingusüsteemi;
- korraldada kasutajakoolitusi digiteenuste osas;
- suurendada raamatukogu nähtavust sotsiaalmeedias;
- koguda kasutajatelt tagasisidet teenuste arendamiseks.

Keskmise pikkusega (2–3 aastat):

- arendada veebikursuseid ja e-õppe platvorme koostöös TLÜga;
- luua mobiilirakendus ja iseteenindusportaal, mis koondab raamatukogu teenused ühtsesse

keskkonda, võimaldades kasutajal ühe kontoga hallata laenutusi, broneeringuid ja ligipääsu digiandmebaasidele;

- taotleda rahastust ELi ja teadusprogrammide kaudu;
- uuendada tehnilist infrastruktuuri.

Pikk perspektiiv (3+ aastat):

- arendada edasi digitaalset arhiivi (ETERA), koos tehisintellekti abil töötava otsingusüsteemiga;
- süvendada rahvusvahelist koostööd teadusasutustega.

1.5 Konkurentsianalüüs

Konkurentsianalüüsi (LISA 3) kasutamine on üks lahendus, mis aitab raamatukogudel mõista oma konkurente ja klientide vajadusi, et pakkuda paremaid teenuseid ja jääda konkurentsivõimeliseks (Iwu-James et al., 2020). Selleks, et teada saada, mida pakuvad teiste ülikoolide raamatukogud, võrdlesime viie erineva ülikooli (TLÜ ARi, Tallinna Tehnikaülikooli, Tartu Ülikooli, Läti Ülikooli ja Stockholmi Ülikooli) raamatukogu pakutavaid teenuseid (Kaarma & Lank, 2025). Analüüsist selgus, mida teised raamatukogud teevad paremini või erinevalt ning milliseid innovaatilisi lahendusi saab TLÜ AR kasutada. Uuriti nutikaid laenutussüsteeme, digilahendusi ja teenuste kättesaadavust, mida rakendatakse teistes raamatukogudes. TLÜ ARi tugevused seisnevad innovaatilistes lahendustes ja rahvusvahelises suunitluses, kuid arendamist vajavad ööpäevaringne juurdepääs, teenuste kättesaadavus erivajadustega kasutajatele ning digitaalsete koolituste pakkumine. Tulevikus aitaks raamatukogu konkurentsivõimet suurendada just ööpäevaringselt ligipääsetavate füüsiliste õppimisruumide (24/7 õpikeskkondade), avatud teaduse edendamine ja aktiivsem sotsiaalmeedia kasutus.

1.6 Varasemad turundustegevused ja nende tulemused

TLÜ AR on regulaarselt edastanud infot „Tudengiinfo“ kaudu, mida vahendab üliõpilasesindus, ning sisekommunikatsiooni kaudu töötajatele suunatud „Nädalainfo“ ja kord kuus ilmuva „Varia“ infolehe kaudu. Uutele töötajatele toimuvad igakuised „hommikukohvid“, kus raamatukogu teenuseid ja võimalusi tutvustatakse personaalselt. Lisaks on raamatukogu töötajad

aktiivselt osalenud ülikooli avatud uste päevadel, pakkudes huvilistele võimalust tutvuda raamatukogu ruumide ja teenustega. (TLÜ AR, 2024a)

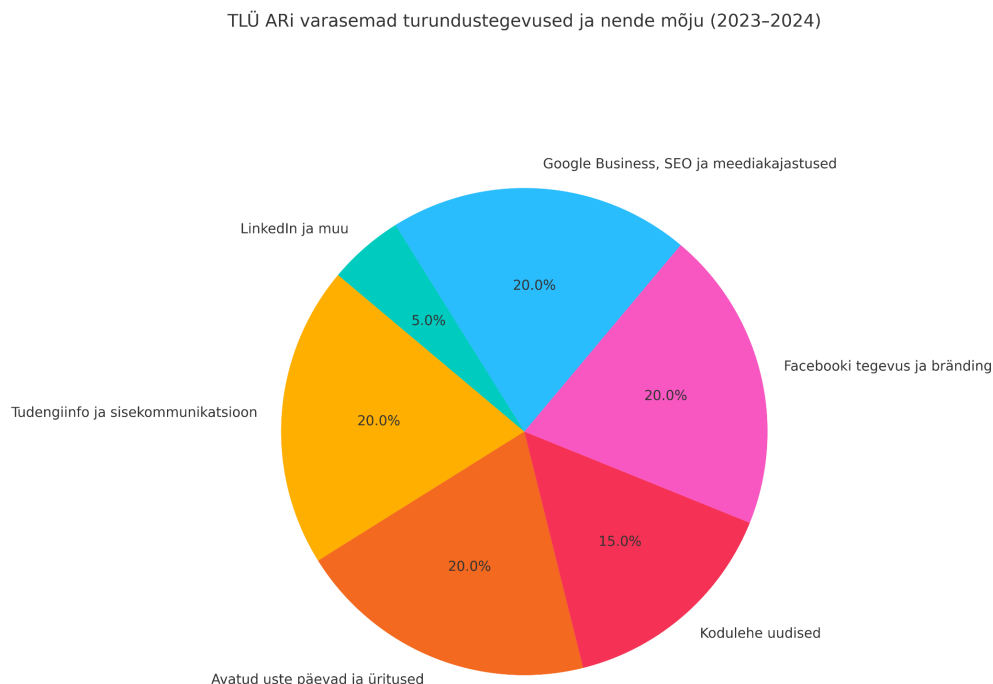
Turundustegevuste mõju on näha kasutajastatistikas. 2024. aastal registreeriti raamatukogus 2630 uut lugejat, neist 1393 olid TLÜ üliõpilased. Aktiivsete lugejate arv kasvas 7882-ni, sealhulgas 3622 olid TLÜ õppurid. Samal ajal oli külastusi teadusraamatukogus 67 694 ning virtuaalkülastusi 108 605. Laenutusi vormistati kokku 83 724, mis on küll väiksem kui eelmisel aastal, kuid siiski näitab märkimisväärt kasutusaktiivsust (TLÜ AR, 2024b). Veebipõhise turunduse osas lisati raamatukogu kodulehele 2023. aastal 75 uudist, millest 65 olid tõlgitud inglise keelde. Facebooki lehele postitati 55 teadet ning aasta lõpuks oli profiilil 1990 jälgijat. Samuti kasutatakse Google Businessi, et sündmused ja olulisemad teated oleksid nähtavad ka väljaspool ülikooli (TLÜ AR, 2024a; Tamm & Murel, 2025). Turunduskanalitest on olnud kasutuses ka LinkedIn, kuid selle aktiivsus on madal ning see vajaks suuremat tähelepanu.

Välikampaaniate puudumisest hoolimata on TLÜ AR tõstnud oma nähtavust koostöö kaudu meediaorganisatsioonidega ning teiste partneritega. Näiteks osales raamatukogu 2024. aasta alguses näitusel „Konstantin Päts 150“, mille raames digiteeriti ja kasutati raamatukogu teavikuid. Raamatukogu on mitmel korral mainitud ETV, ERRi ja teiste kanalite saadetes, mis suurendades selle nähtavust ühiskonnas. (Tamm & Murel, 2025)

SEO analüüsi põhjal (LISA 4) on TLÜ AR hästi leitav otsingumootorites, olles näiteks märksõna „akadeemiline kirjandus“ puhul esimene tulemus. Samas vajab visuaalne identiteet ja strateegiline bränding täiendavat arendust. Eelkõige tasuks keskenduda visuaalsele eristumisele sotsiaalmeedias ja tugevdada raamatukogu positsiooni linnaruumi kommunikatsioonis. (Tamm & Murel, 2025)

Need tegevused ja nende tulemused on otseselt seotud TLÜ ARi arengukavas 2023–2027 sõnastatud eesmärkidega: suurendada teadlikkust raamatukogu teenustest, tugevdada akadeemilist kogukonda toetavat funktsiooni ning arendada kasutajakeskseid ja digitaalseid lahendusi. (TLÜ AR, 2023)

Allpool olev diagramm illustreerib TLÜ ARi turundustegevuste hinnangulist jaotust ja mõju kasutajakogemuse ning nähtavuse kujundamisel:



Joonis 2. TLÜ ARi varasemad turundustegevused (2023–2024)

Kokkuvõttes nähtub, et senised tegevused on mõjutanud positiivselt raamatukogu nähtavust ja kasutajate aktiivsust. Edasised turunduseesmärgid tuginevad nendel kogemustel põhinevale hinnangule ning on suunatud kasutajakogemuse ja brändi tuntuse veelgi tõhusamale arendamisele.

2. Turunduseesmärgid

TLÜ ARi eesmärkide püstitamine ja hindamine tugineb SMART-mudelile, mille kriteeriumid on: spetsiifilisus, mõõdetavus, saavutatavus, asjakohasus ja ajastus. Eesmärgid lähtuvad raamatukogu arengukavast ning viimaste aastate tegevusaruannetest. (TLÜ AR, 2023; 2024)

2.1 TLÜ ARi turunduseesmärgid

TLÜ AR on seadnud selgelt defineeritud eesmärgid, mis keskenduvad raamatukogu rolli tugevdamisele ülikooli teadus- ja õppetöös. Näiteks on seatud eesmärgiks kasutada tõhusamalt turunduskanaleid, et suurendada üliõpilaste ja õppejõudude teadlikkust pakutavatest teenustest, kasvatada külastatavust, laiendada digitaalsete ressursside kasutamist ning edendada kultuuripärandi digiteerimist ja andmebaaside paremat kättesaadavust. (TLÜ AR, 2023; 2024a) Kõik seatud eesmärgid on otseselt seotud TLÜ ARi missiooni ja põhitegevustega: toetada teadus- ja õppetegevust, säilitada rahvuskultuuri ning arendada kaasaegseid teabe- ja inforessursse. Need eesmärgid aitavad otseselt kaasa ka Tallinna Ülikooli strateegiliste sihtide täitmisele, näiteks õppimiskogemuse kvaliteedi tõstmisele ja teadustöö toetamisele.

2.2 Turundusstrateegia eesmärgid

ELU projekti raames koostatud TLÜ ARi turundusstrateegia eesmärk on suurendada raamatukogu nähtavust valitud sihtrühmade hulgas (nt üliõpilased, õppejõud, vilistlased), parendada kasutajakogemust nii füüsilises kui ka digitaalses keskkonnas ning tugevdada raamatukogu rolli teadus- ja kultuurikeskusena. Eesmärgid lähtuvad persoonanalüüsist, SWOT-analüüsist ja konkurentsiuuringust. (Kaup Lapõnin & Luik, 2025; Kaarma & Lank, 2025; Tamm & Murel, 2025)

Turundusstrateegia eesmärgid on järgmised:

- Suurendada sihtrühmapõhise turunduse ulatust ja mõju – kasutada süsteemselt isikustatud kommunikatsioonikanaleid ja -sõnumeid, tuginedes välja töötatud persoonadele. (Rohmiyati et al., 2023)
- Tõhustada digitaalse kohaloleku ja teenuste nähtavust – kasvatada raamatukogu nähtavust sotsiaalmeedia platvormidel ja otsingumootorites (Tamm & Murel, 2025), kaasates sihtrühmapõhiseid teavituskanaleid (nt Instagram üliõpilastele, LinkedIn õppejõududele).
- Tugevdada raamatukogu kuvandit teaduse ja kultuuri edendajana – kujundada ja levitada selge brändisõnum „Teadmiste, inspiratsiooni ja kultuuripärandi kodu“, kasutades seda turundusmaterjalides ja kanalites (TLÜ AR, 2024a).

- Parandada ligipääsetavust ja kasutajasõbralikkust – täiustada teenuste kättesaadavust rahvusvahelistele ja erivajadustega kasutajatele, sh arendada edasi ingliskeelset veebilehte, pakkuda lihtsas keeles visuaalseid juhendeid ning suurendada tehnilist ja füüsilist ligipääsetavust (TLÜ AR, kuupäev puudub-b).
- Suurendada teadlikkust digitaalsetest ja iseteeninduslikest teenustest – populariseerida TLÜ ARi digiteenuseid nagu ETERA (TLÜ ARi digitaalraamatukogu, mis sisaldab digiteeritud teadus- ja kultuurikogusid ning ülikoolis kaitstud lõputöid). Samuti tutvustada online broneerimissüsteemi ja suurendada nähtavust digiteerimisele suunatud algatustest (näiteks väliseesti kirjanduse kogu osaline digiteerimine). (TLÜ AR, 2024b)

3. Turundusstrateegiad ja taktikad

Käesolev turundusstrateegia hõlmab nii persoonadel põhinevaid kui ka üldisemat sihtgrupi turundust. Sihtgrupp on inimeste rühm, kellel on teenuste osas sarnased soovid ja vajadused ning kellele on konkreetse teenusepakkuja turundus suunatud. Persoonad aitavad strateegiat konkreetsemaks muuta, mõista üksikute sihtgrupi esindajate käitumismustreid ning täpsemaid vajadusi. SWOT- ja konkurentsianalüüsi põhjal saab sihtrühmapõhistes strateegiates keskenduda ligipääsetavusele, digiteenustele, nähtavusele ja koostööle. TLÜ ARi sihtgrupid on üliõpilased (bakalaureuse- ja magistriõppes), TLÜ akadeemiline personal (juhtkond, õppejõud ja teadurid sh doktorandid-nooremteadurid), TLÜ mitteakadeemilised töötajad (tugipersonal), avalikkus ja vilistlased (spetsialistid), gümnaasiumiõpilased, raamatukogusektori esindajad, ürituste korraldajad, muuseumikülastajad, filmiproductsendid ja loovtööstuse esindajad. Käesolevas strateegias on persoonadeks TLÜ üliõpilane, TLÜ õppejõud/professor, TLÜ mitteakadeemiline töötaja/spetsialist ja ülikooliväline õppija. TLÜ ARi turundusstrateegia ja taktikad põhinevad intervjuudel ning nendest lähtuvatel persoonadel, mida on täpsemalt kirjeldatud punktis 1.3 ning lisas 1. Strateegias on lisaks välja toodud põhimõtted, mida järgida, et muuta erivajadustega või rahvusvaheliste kasutajate raamatukogukülastus kasutajasõbralikumaks ning info selgemaks. Kuna mõlemad sihtgrupid vajavad tavakasutajast erinevat lähenemist just kommunikatsiooni, ligipääsu ning lisavõimaluste osas, on need soovitusel koondatud ühe punkti alla.

3.1 Sihtrühmapõhised strateegiad

Tõhusa turundusstrateegia aluseks on arusaam sihtrühma vajadustest ja ootustest. Peamine on mõista, mida erinevad kasutajagrupid otsivad, vajavad ja väärtustavad, et pakkuda neile asjakohaseid teenuseid ning suunata tähelepanu relevantsete kanalite ja sõnumite kaudu. Luues suuremat väärtust kui konkurendid, on võimalik leida nii uusi kliente kui säilitada ja kasvatada olemasolevate lojaalsust. Üks olulistest põhimõtetest, mis aitab eelnevat ellu viia, on luua emotsionaalne ja kultuuriline seos tarbija ning toote ehk käesolevas strateegias kasutaja ning TLÜ ARi vahel (Priimägi, 1998).

3.1.1 Erinevate sihtgruppide vajadused

Üliõpilased:

- kiire ja lihtne juurdepääs õppematerjalidele ning teadusressurssidele (sh visuaalsed juhendid ja otseviited);
- mugavad ja vaiksed 24/7 õpi- ning rühmatööruumid;
- iseteenindus ja lihtne broneerimissüsteem;
- selged juhised infootsinguks, viitamiseks ning tugi uurimisoskuste arendamisel;
- personaalne nõustamine teadustööks vajaliku info leidmisel;
- tugi eksamiteks ja lõputöödeks valmistumisel;
- kiire ja arusaadav teavitus uutest teenustest ja muudatustest.

TLÜ akadeemiline personal:

- põhjalikud teadusallikad ja andmebaasid, eelkõige digitaalsed, nende kättesaadavus ja tugi;
- abi publikatsioonide avaldamisel ja avatud teaduse nõuete täitmisel;
- personaalsed konsultatsioonid ja koostöövõimalused raamatukogu spetsialistidega.

TLÜ tugipersonal:

- ligipääs erialastele allikatele ja õppematerjalidele;
- tugi õppetöö planeerimisel;

- koolitused infootsingu, viitamise ja plagiaadikontrolli teemal;
- võimalus suunata tudengeid usaldusväärsete teenuste ja materjalideni;
- uudiste ja muudatuste õigeaegne ja otsekohene edastamine;
- tööks vajaliku lihtne kasutamine (ETERA, DOI süsteemid).

Gümnaasiumiõpilased:

- teadusmaailma tutvustamine, infootsingu õpetamine, töötoad;
- lihtsasti mõistetavad juhised uurimistööks ja viitamiseks;
- ligipääs vajalikele allikatele;
- vaikne ja rahulik õpikeskkond.

Loovtööstus ja kogukond:

- kultuuripärandi säilitamine;
- ligipääs teabeteenustele, raamatukogu füüsilisele kogule ja digiarhiividele;
- võimalus saada osa avalikest loengutest, näitustest ja kultuurisündmustest jätkuõppe ja enesearengu raames;
- filmi- ja näitusevõimalused;
- ruumide rent.

Erivajadusega ja rahvusvahelised kasutajad:

- lihtne ja arusaadav ligipääs (sh ka füüsiline ligipääs) teenustele;
- tehnilised abivahendid;
- kasutajatele arusaadavas keeles (inglisekeelsed/pimekirjas vms) materjalid.

3.2 Kommunikatsioonistrateegiad

3.2.1 Sõnumi kujundamine

Sõnum ühendab turundusstrateegias teenusepakkuja ja tema sihtgrupi. See määrab, kuidas ettevõtte tahab, et kliendid mõtleksid tema toote või teenuse kohta ning aitab luua väärtusi. Sõnumi mõistmine sõltub vastuvõtja kultuurilisest ja sotsiaalsest taustast ning eelteadmistest. (Priimägi, 1998) TLÜ ARi sõnum peaks toetuma järgmistele tugevustele:

- uuenduslikud ja kasutajasõbralikud teenused;
- teadusinfo ja avatud teaduse edendamine;
- kultuurilise ja teadusliku pärandi säilitamine ja jagamine.

Eelnevast lähtudes kujuneb peamine sõnum:

„TLÜ Akadeemiline Raamatukogu – teadmiste, inspiratsiooni ja kultuuripärandi kodu.”

3.2.2 Kanalite valik

Õige kanalite valik suurendab turundustegevuse tõhusust, võimaldab saavutada strateegilisi eesmärgi ja pakkuda sihtgrupi jõudvat kommunikatsiooni.

Üliõpilased:

- sotsiaalmeedia (Instagram, Facebook): visuaalsed ja praktilised postitused, sh kampaaniad stiilis „5 nippi lõputöö kirjutamiseks”;
- raamatukogu koduleht ja Moodle/ÕIS: keskne info edastamine teenuste, juhendite ja teadusinfo leidmise kohta;
- tudengiinfo uudiskiri: suunatud teated üliõpilastele;
- kohapealsed teavituskanalid ülikooli kui raamatukogu hoonetes: digiekraanid, plakatid ja avatud uste päevad.

TLÜ akadeemiline personal:

- e-kirjad (personaalsed teavitused ja uudiskirjad);
- LinkedIn (erialased postitused, teadusuudised);
- koduleht (õpetamise tööriistad ja teenused);
- töötoad ja nende reklaam instituutides;
- personalikoosolekud;
- personaalne kontakt (nt erialainfo spetsialistidega).

TLÜ tugipersonal:

- e-kirjad (sihtgrupipõhised uudiskirjad ja juhendid);
- infokoosolekud ja sisekanalid;

- Moodle'i kaudu tudengitele jagatav info;
- tehniline tugi süsteemide kasutamiseks.

Gümnaasiumiõpilased:

- Instagram, YouTube (lühivideod, haaravad ja õpetlikud postitused);
- veebiseminarid;
- koolide uudiskirjad ja õpetajate kaudu edastatav info;
- avatud uste päevad ja töötoad;
- kodulehe noortele suunatud alamleht ja blogipostitused.

Loovtööstus ja kogukond:

- Facebook, Instagram (sh spetsiaalsed grupid);
- meediapartnerid;
- kultuuri- ja avalikud üritused (näitused, töötoad, kohtumised autoritega);
- raamatukogu uudiskiri;
- plakatid kultuurikeskustes ja raamatukogus kohapeal.

Erivajadusega ja rahvusvahelised kasutajad:

- ligipääsetav info veebilehel ja otsekontakt spetsialistidega;
- ingliskeelne veebileht;
- YouTube;
- rahvusvahelised teadusplatvormid.

3.2.3 Sisu loomine

Sisuloomine on oluline vahend, mis aitab TLÜ ARil oma sõnumeid sihtrühmadeni viia, suurendada nähtavust ja tugevdada sidet kasutajatega. See põhineb sihtrühmade vajaduste ja huvide mõistmisel ning nendele väärtusliku, asjakohase ja kaasahaarava sisu pakkumisel.

Üliõpilased:

- selged ja visuaalsed juhendid infootsinguks, andmebaaside kasutamiseks, plagiaadikontrolliks ja viitamiseks (sh TLÜ ARi kodulehe viitamise materjalid);
- lühivideod ja postitused, mis tutvustavad teenuseid, õpiruume ja töövahendeid (nt „Kuidas kirjutada akadeemilist tööd?“ või „Kuidas kasutada ETERAt?“);
- tudengiinfo uudiskirjas praktilised soovitusel ja teated töötubade kohta (nt eksamiteks valmistumiseks);
- avatud uste päevad ja lühikoolitused raamatukogu kasutamise alustamiseks.

TLÜ akadeemiline personal:

- artiklid ja juhendid teadusandmebaaside ja avatud teaduse teemal;
- personaalsed nõustamised ja töötoad teadlastele;
- teadusraamatukogu teenuste tutvustused.

TLÜ tugipersonal:

- uudiskirjad ja blogipostitused töövahendite ja teenuste (nt ETERA, DOI süsteemid) lihtsast kasutamisest ja uuendustest;
- koolitusvideod ja kiire juhendmaterjal sisekanalites (nt Moodle);
- võimalus registreeruda töötajate juurde nii veebipõhiseks kui silmast-silma konsultatsiooniks.

Gümnaasiumiõpilased:

- õpetlikud lühivideod infootsingust (Instagram, YouTube);
- blogipostitused ja veebiseminarid uurimistöö kirjutamise toetamiseks;
- avatud uste päevade reklaam ja kutsed töötoast osavõtuks;
- kaasahaarav sotsiaalmeedia: väljakutsed, mängud.

Loovtööstus ja kogukond:

- teenuste ja sündmuste tutvustused kodulehel ja sotsiaalmeedias (Facebook, Instagram);
- blogipostitused, uudiskirjad ja sotsiaalmeedia postitused ruumide kasutamise võimalustest;

- videod ja artiklid kultuuripärandi digiteerimisest ja kasutamisest;
- virtuaaltuurid raamatukogus ja erikogudes;
- avalikud loengud, kohtumised raamatute autoritega, intervjuud teadlastega ning nende salvestused veebis.

Erivajadustega ja rahvusvahelised kasutajad:

- ingliskeelsed ja ligipääsetavad juhendmaterjalid (koduleht, YouTube);
- selge info nii kodulehel, sotsiaalmeedias kui kohapeal tehniliste abivahendite ja füüsilise ligipääsu võimaluste kohta;
- rahvusvaheliste teadusplatvormide ja teenuste tutvustused.

3.3 Teenuste arendamise strateegiad

TLÜ ARI teenuste arendamine tugineb SWOT-analüüsi tulemustele, konkurentide parimatele praktikatele ning sihtrühmade ja isikute vajaduste analüüsile. Arenduste eesmärk on suurendada kasutajasõbralikkust, parandada ligipääsetavust ja toetada õppimist, teadustööd ning kogukonna kaasamist.

Üliõpilased: mugavad õppimistingimused, lihtne ja kiire juurdepääs teadusinfole, iseteeninduslikud digiteenused.

Arendusvaldkonnad:

- 24/7 ligipääsetavad vaiksed ja rühmatöö alad – paindlikud õppimisvõimalused erinevatel kellaaegadel;
- mobiilirakendus ja nutikas broneerimissüsteem – lihtne ruumide, laenutuste ja nõustamiste haldamine mobiilis;
- visuaalselt selge ja kasutajasõbralik kommunikatsioon – arusaadavad juhised veebis, füüsilises raamatukogus ja digikeskkondades;
- neutraalsed värvitoonid ja õppimist toetavad visuaalid kõigis kanalites ning rahulik, keskendumist soosiv õppimiskeskkond;
- virtuaalne klienditugi – reaajas vestlusaken kiireks abi saamiseks;

- juhendmaterjalid ja lühivideod – samm-sammult selgitused infootsingu, viitamise, teadusartiklite leidmise ja plagiaadikontrolli kohta;
- regulaarsed töötoad ja visuaalsed otsejuhisid teadusandmebaaside kasutamiseks ning kiireks ligipääsuks olulisematele teadusressurssidele.

Taktikad:

- praktilised sotsiaalmeediapostitused („Kuidas kiiresti leida teadusartikleid?", „Ajaplaneerimise nipid lõputööks");
- regulaarne ja sihtrühmapõhine teavitust erinevates kanalites: tudengiinfo uudiskiri, digiekraanid ja plakatid ülikooli ning raamatukogu hoonetes, samuti avatud uste päevad;
- virtuaalsed tuurid ja kaugjuhendid, mis aitavad uutel kasutajatel kiiresti orienteeruda;
- personaalse teadusnõustamise võimaluse reklaamimine kodulehel ja sotsiaalmeedias („Broneeri spetsialisti aeg");
- selge visuaalse kommunikatsiooni loomine ja sisekujunduse arendused.

Akadeemiline personal: teadustöö tugi, avatud teaduse arendamine, personaalne nõustamine.

Arendusvaldkonnad:

- avatud teaduse platvormide arendamine koostöös instituutidega;
- „Teadustoe“ teenuse nähtavamaks muutmine: olemasoleva „Küsi abi“ alamlehe paremini esiletoomine ja arendamine või selle asendamine virtuaalse vestlusrobotiga, et küsimustele oleks võimalik saada kiire ja asjakohane vastus.
- andmebaaside kasutamise struktureeritud juhendite ja otseteede kogumiku loomine.

Taktikad:

- personaalse teadusnõustamise teenuse arendamine;
- „Urijale“ alamlehe ümbernimetamine „Teadlaste nurgaks“ ning selle sisu arendamine teadusandmete ja avatud teaduse teemade parema vahendamise eesmärgil;
- regulaarsed teadustoe töötoad ja seminarid;
- uudiskirjad teadusandmebaaside uuendustest ja võimalustest.

Tugipersonal: lihtne ja kiire ligipääs töövahenditele ja toele.

Arendusvaldkonnad:

- digiteenuste (ETERA, DOI süsteemid) kasutajasõbralikkuse parandamine;
- ligipääsetavate juhendmaterjalide ja kiire abisüsteemi loomine.

Taktikad:

- koolituste ja juhendmaterjalide pakkumine infootsingu ja plagiaadikontrolli teemal;
- töövahendite lihtne ja arusaadav tutvustus ülikooli sisekanalites.

Gümnaasiumiõpilased: teadusmaailma tutvustamine ja uurimistöödeks toetamine.

Arendusvaldkonnad:

- õppevideode ja töötoade arendamine infootsingu ja viitamise teemadel;
- virtuaalne giiditeenus ja juhendid uurimistöö kirjutamiseks.

Taktikad:

- uurimistööde lühikursused ja töötoad;
- sotsiaalmeedia ja videokanalite aktiivne kasutamine (Instagram, YouTube).

Loovtööstus ja kogukond: kultuuripärandi jagamine ja kogukonna kaasamine.

Arendusvaldkonnad:

- digitaalse kultuuripärandi ligipääsetavuse parandamine;
- ühistegevuste ja ürituste (näitused, loengud, filmiõhtud) arendamine.

Taktikad:

- kultuuri- ja teadussündmuste regulaarne kajastamine sotsiaalmeedias ja uudiskirjades;
- spetsiaalsete kogukonnaürituste korraldamine ja reklaamimine.

Erivajadustega ja rahvusvahelised kasutajad: juurdepääsetavus ja kasutajakeskne teenindus.

Arendusvaldkonnad:

- ingliskeelsete teenuste ja materjalide arendamine;
- veebilehe, sh mobiilivaate, ligipääsetavuse parandamine;
- erivajadustega kasutajatele tehniliste abivahendite ja lihtsustatud liikumisvõimaluste loomine;
- visuaalsete juhiste arendamine.

Taktikad:

- virtuaalsed tuurid ja videod ligipääsetavuse kohta;
- rahvusvahelistele kasutajatele suunatud blogipostitused ja juhendid;
- kontakt spetsialisti või virtuaalse nõustaja kaudu;
- liftid, ruum ratastooliga liikumiseks;
- ingliskeelsed/punktkirjas/suuremas kirjas info ning viidad, helindatud juhendid.

3.4. Hinnakujundus

TLÜ AR jätkab oma põhiteenuste pakkumist tasuta, tagades kättesaadavuse kõigile kasutajatele vastavalt oma avalikule ja hariduslikule missioonile. Samal ajal arendatakse ja pakutakse valikuliselt tasulisi lisateenuseid, mille eesmärk on toetada raamatukogu jätkusuutlikkust ning laiendada kasutajatele pakutavate teenuste valikut.

3.4.1 Tasuta teenused (põhiteenused)

Kõik põhilised teenused jäävad tasuta ning on mõeldud kõigile sihtrühmadele:

- ligipääs raamatukogu kogudele ja lugemissaalidele;
- õppimise ja uurimistöö tugi (infootsingu juhendid, teadusnõustamine);
- ruumide kasutamine igapäevaseks õppimiseks ja teadustööks (avatud tööalad);
- koolitused ja töötoad teadusinfo otsingu, viitamise ja teadusandmete haldamise teemal;
- virtuaalne klienditugi (vestlusrobot, e-kirjad, iseteenindusportaal);
- avatud teaduse platvormidele ligipääs ja nii veebipõhine kui kohapealne nõustamine.

3.4.2 Tasulised teenused (täiendavad teenused)

Lisaks tasuta teenustele pakub raamatukogu ka tasulisi lisateenuseid:

- ruumide rent erisündmusteks (nt filmivõtted, pildistamised, näituste korraldamine, ürituste läbiviimine);
- spetsiaalsed digiteerimistööd ja tellimusteenused, eriteenused (sh haruldaste ja mahukate materjalide skaneerimine, eritellimuste töötlemine vastavalt hinnakirjale, suurendatud formaadis materjalide ettevalmistamine, personaliseeritud arhiivitööd);
- erinevad töötoad, koolitused ja firmaüritused nii raamatukogus kui muuseumis (nt seminarid, raamatuesitlused).

3.4.3 Hinnakujunduse põhimõtted

- konkurentsipõhine hinnastamine: hinnad kujundatakse võrreldes teiste sarnaste teenusepakkujatega;
- sotsiaalne vastutustunne: hinnad jäävad mõistlikuks ja toetavad laiemat ligipääsu kultuurile ja teadusele;
- selge ja läbipaistev hinnakiri: kõik tasulised teenused ja nende hinnad avalikustatakse kodulehel ja on kättesaadavad kasutajatele;
- paindlikkus ja erikokkulepped: suurprojektide ja pikaajaliste koostööde puhul on võimalikud erihinnad või kokkulepped. Samuti on erikokkulepped võimalikud, kui tegevus toetab raamatukogu turundustegevusi ja silmapaistvust.

3.5 Suhtekorraldus, visuaalne identiteet ja koostöö

Tõhus suhtekorraldus, selge visuaalne identiteet ja süsteemne koostöö tugevdavad TLÜ ARI mainet, toetavad teenuste arengut ning suurendavad kasutajate ja partnerite kaasatust. Eesmärk on edendada avatust, usaldust ja nähtavust nii ülikoolisiselt kui ka ühiskonnas laiemalt.

3.5.1 Suhtekorraldus ja visuaalne identiteet

Eesmärgid:

- suurendada teadlikkust raamatukogu teenustest ja võimalustest;

- tugevdada suhteid nii ülikoolisiselt kui erinevate partneritega;
- luua ühtne ja positiivne brändikuvand.

Peamised tegevussuunad:

- koostöö TLÜ turundus- ja kommunikatsiooniosakonnaga: ühtse sõnumi kujundamine, kampaaniate ja infomaterjalide loomine;
- regulaarsed kohtumised ülikooli juhtkonna ja instituutidega: infovahetus, koostöövõimaluste kaardistamine ja prioriteetide seadmine;
- tudengiorganisatsioonide kaasamine: koostöö kampaaniate, ürituste ja projektide elluviimisel;
- ülikooli sisekommunikatsiooni kasutamine: uudiskirjad, instituutide sotsiaalmeedia, sisekoosolekud ja info jagamine õppeosakonna kaudu;
- meediapartnerlused: aktiivne koostöö ERRi ning teiste meediaportalidega, pressiteated ja meediakajastuste algatamine;
- brändikuvandi tugevdamine: raamatukogu sõnumi „Teadmiste, inspiratsiooni ja kultuuripärandi kodu“ ning raamatukogu äratuntava visuaali järjepidev kasutamine kõikides kanalites.

Taktikalised sammud:

- luua meediapartnerite nimekiri ja planeerida regulaarseid kajastusi;
- korraldada kord kvartalis kohtumised juhtkonna ja instituutide turundus- ja kommunikatsioonispetsilistidega;
- koostada kampaaniakalender, kaasates tudengiorganisatsioone;
- arendada välja sisekommunikatsiooni tööriistakast raamatukogu uudiste edastamiseks;
- leppida kokku ning ühtlustada TLÜ stiiliraamatuga TLÜ ARi visuaalse identiteedi ja kujundusreeglid (kirjatüüp, värvid, logo- ja fotode kasutus) ning järgida neid kõikides kanalites (veeb, sotsiaalmeedia, füüsiline raamatukogu).

3.5.2 Koostööstrateegiad

Eesmärgid:

- laiendada ja süvendada koostööd ülikoolisiselt, teiste haridusasutuste ja rahvusvaheliste partneritega;
- toetada teadus- ja õppetöö arengut, teenuste innovatsiooni ning rahvusvahelist nähtavust.

Koostöö suunad ja partnerid:

- instituudid ja õppeosakond: teadustööde toetamine, info jagamine tudengitele ja õppejõududele;
- IT-osakond: veebilehe, sh mobiilse, vaate arendus;
- turundus- ja kommunikatsiooniosakond: ühised kampaaniad, brändisõnumite levitamine;
- tudengiorganisatsioonid ja -ühendused: projektide ja teadlikkuskampaaniate koostööpartnerid;
- koostöö Eesti raamatukogudega: ühisprojektid ja kampaaniad, avatud teaduse ja teadusinfo kättesaadavuse edendamine, aktiivne osalus erialaorganisatsioonide tegevuses (ELNET Konsortium, Eesti Raamatukoguhoidjate Ühing), panustamine töörühmadesse ja toimekondadesse nii erialase arendustöö kui ka valdkondliku esindatuse kaudu;
- meediapartnerid ja kultuuriasutused: ERR, kultuuriportaalid ja teised avaliku sektori kanalid;
- rahvusvaheline koostöö: Erasmus+ programmid, teadus- ja ülikooliraamatukogude rahvusvahelised võrgustikud (nt IFLA – Rahvusvaheline Raamatukoguühingute ja -institutatsioonide Liit; LIBER – Euroopa Teadusraamatukogude Liit; Bibliotheca Baltica; HIBOLIRE – Põhja- ja Baltimaade raamatu-, raamatukogude ja lugemise ajaloo uurimise võrgustik), rahvusvahelised teadusprojektid, mis suurendavad TLÜ raamatukogu nähtavust ja kompetentsi.

Taktikalised sammud:

- osaleda rahvusvahelistes projektitaotlustes ja teadusvõrgustikes;
- korraldada ühiseid üritusi ja kampaaniaid teiste raamatukogudega;
- luua süsteemne koostööplaan (sh regulaarsed kohtumised partneritega);
- arendada välja rahvusvahelise koostöö tegevuskava koos selgete eesmärkide ja mõõdikutega.

4. Turundustegevuste plaan

Detailne turundusplaan luuakse Tallinna Ülikooli Akadeemilise Raamatukogu poolt määratud personali poolt kooskõlas ettevõtte strateegiliste eesmärkidega vastavaks aastaks.

Loodud on praktilised *template*'id (eesti keeles mallid), mis aitavad sujuvamalt hallata igapäevast turundustööd ja kampaaniate planeerimist (vaata LISA 5). *Template*'id on mõeldud kasutamiseks nii sotsiaalmeedia sisuloomeks, ürituste planeerimiseks kui ka reklaamikampaaniate tulemuste analüüsiks. Iga tööriist toetab konkreetset eesmärki ja aitab hoida fookust olulisel.

Template'id on leitavad:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1fWf7ykjQy9Q8NEeXr5Nd09p9I_clvHbUra2Jf-eKnj0/edit?usp=sharing

5. Ressursid ja eelarve

TLÜ ARi turundusstrateegia eelarve koostamise aluseks on TLÜ ARi 2024. a eelarve, mis põhineb Tallinna Ülikooli eraldisel, riigi eraldisel ning raamatukogu prognoositaval tulul. Raamatukogu eelarves on turunduseks 0 eurot. Turundusstrateegia edukaks elluviimiseks tuleb planeerida ja eraldada piisavalt vahendeid personalile, tehnikale ja turundustegevustele.

Turunduseelarve planeerimisel on lähtutud järgmistest põhimõtetest:

- Turundustegevusteks eraldatakse ligikaudu 3% raamatukogu aastaeelarvest.
- Eelarve jaotatakse püsikulude (personalikulud, tehnilised vahendid ja tarkvaralitsentsid) ja projektikulude vahel.
- Erinevate turundustegevuste rahastamine lähtub nende prioriteetsusest ja oodatavast mõjust.
- Eelarvet katteallikad on riigieelarve, projektipõhine rahastus, sponsorlus ja omatulu.

5.1 Vajalikud rahalised vahendid

Personal

Praegu tegeleb TLÜ ARis turundustegevusega üks töötaja, kelle ametijuhendist moodustab raamatukogu turundus 40 protsenti. Raamatukogu turundustööl on kaks eesmärki. Esiteks, suurendada kasutajate arvu, mis aitab levitada ülikoolis tehtavat ja kasutatavat teaduslikku teadmist, rohkem kasutajaid võib tuua kaasa riigieelarveliste vahendite kasvu, aga ei pruugi. Teiseks, tõsta tasuliste teenuste mahtu, mis toob kaasa omatulu teenimise. Nende eesmärkide täitmiseks tuleb raamatukogul ennast aktiivselt turundada, selleks peab olema eraldi ametikoht, kelle tööülesanne on ainult turunduse ja müügiga tegelemine. Lisaks on turundustegevustes vaja täita muid spetsiifilisi tööülesandeid, mida võib sisse osta projektipõhiselt või osta turult või määrata ülesandeks mõnele TLÜ süsteemi tehnilisele eksperdile.

TLÜ Akadeemilise Raamatukogu turundustegevused eeldavad järgmiste inimressursside kaasamist:

- Turundus- ja kommunikatsioonispetsialist (1,0 kohta, koosseisuline) – turundusstrateegia juhtimine ja koordineerimine, sotsiaalmeediahaldus, meediasuhtlus, veebilehe täiendamine, turundusega seotud tehnoloogiliste arenduste juhtimine, turundussisu loomine.
- Graafiline disainer (0,2 kohta, ülikooli olemasolevatest vahenditest või sisseostetav) – visuaalide, infograafika ja turundusmaterjalide kujundamine
- Raamatukoguspetsialistid (olemasolevad töötajad) – kaasamine sisuloomes ja ürituste korraldamises osalise töökoormusega.

Tehnilised vahendid

Turundustegevuste elluviimiseks vajab raamatukogu tehnilisi vahendeid:

- Professionaalne foto- ja videotehnika (kaamera, statiiv, mikrofoni, valgustid)
- Tarkvara: kujundusprogrammid (Canva), veebilehe haldamise platvormi kasutaja litsents, sotsiaalmeedia tasulised kontod
- Digianalüütika tööriistad (Google Analytics, sotsiaalmeedia analüütika, vms)
- Küsitluste läbiviimise platvormi tasu
- Digitaalsed reklaamekraanid raamatukogu ruumides
- Mobiilirakenduse arendus osta sisse

Muud turunduseks vajalikud vahendid

- Kujunduste autoriõigused
- Trükikulud
- Paber
- Meened ja trükised

5.2 Ülevaade turundustegevustele eraldatud ressursidest

Turundustegevustele eraldatud ressursid jagunevad neljaks peamiseks kategooriaks:

Kulu	Summa (täita hiljem)
1. Personalikulud (46% kogu eelarvest)	
Kommunikatsioonispetsialisti täiskoht	
Graafilise disaini teenused (0,2)	
Kokku personalikulud:	
2. Tehnilised vahendid ja tarkvara (24% kogu eelarvest)	
Canva litsents	
Fotopanga litsents (nt Google Drive, Getty Images)	
Sotsiaalmeedia planeerimise tarkvara	
Analüütika- ja küsitlustööriistad	
Foto- ja videotehnika (ühekordne investeering)	
Mobiilirakenduse arendus	
Kokku tehnilised vahendid:	
3. Turundustegevused (20% kogu eelarvest)	
Sotsiaalmeedia kampaaniad ja sponsoreeritud postitused	
Trükimaterjalid (plakatid, infolehed, järjehoidjad)	
Üritused ja töötoad (sh avatud uste päevad)	
Sihtrühmapõhised eriväljaanded ja materjalid	
Kesklinna gümnaasiumide külastus	
Kokku turundustegevused:	
4. Turundustoe teenused (10% kogu eelarvest)	
Meediamonitooringu teenus (Station.ee)	
Fotopanga täiendamine	
Turundusmeeskonna koolitused	
Kokku turundustoe teenused:	

Kulu	Summa (täita hiljem)
Eelarve kokku	

5.3 Eelarve jaotus erinevate tegevuste ja kanalite vahel

Turundustegevuste eelarve jaotatakse lähtuvalt strateegilistest prioriteetidest ja sihtrühmade vajadustest. Jaotus põhineb turunduskanalite ja tegevuste prioriteetsusele:

Digiturundus (35% turundustegevuste eelarvest):

- veebilehe arendus ja kaasajastamine;
- otsingumootorite optimeerimine (SEO);
- sotsiaalmeedia (Facebook, LinkedIn);
- kaaluda uute digikanalite käivitamist (Instagram, YouTube);
- mobiilirakenduse arendamine.

Kokku:

Sihtrühmapõhised turunduskampaaniad (25%):

- ülikooliperele suunatud kampaaniad;
- gümnaasiumiõpilastele suunatud programmid;
- avalikkusele suunatud tegevused;
- erivajadustega kasutajatele suunatud materjalid.

Kokku:

Kommunikatsioon ja avalikud suhted (20%):

- meediasuhtlus ja pressiteated;
- teadus- ja kultuuriürituste kommunikatsioon;
- koostööpartnerid ja -projektid,
- aastaraamat ja muud väljaanded.

Kokku:

Sisuturundus (15%):

- uudiskirja arendamine;
- infograafika ja visuaalne sisuloome;
- video- ja audiosisu tootmine.

Kokku

Turundustugi ja mõõtmine (5%):

- turundusanalüütika ja aruandlus;
- kasutajakogemuse (UX) uuringud.

Kokku

5.4 Potentsiaalsed täiendavad rahastamisallikad

Põhieelarve kõrval on võimalik taotleda täiendavat rahastust. Projektipõhised rahastust saab taotleda Kultuurkapitali kirjanduse sihtkapitalist, Haridus- ja Teadusministeeriumi sihttoetustest avatud teaduse edendamiseks, ELi fondidest digitaalse arengu projektideks.

Võimalik on kaasata koostööpartnereid näiteks akadeemiliste kirjastuste sponsorluse näol üritustele ja kampaaniatele, tehnoloogiavaldkonna koostööpartnerite toetust digiteenuste arendamiseks või Eesti suurettevõtete sponsorlust teadmiste edendamise programmidele.

Omatulu saab suurendada ruumide rendi, filmivõtete, konverentside, digiteerimise ja eritellimustööde, äri sektori koolitusprogrammide ning raamatukogu koostöölepingute kaudu lähedalasuvate gümnaasiumide ja riigiasutustega.

Vahendite kasutamist saab kulude kokkuhoidmiseks optimeerida koostöös TLÜ teiste üksustega, ürituste korraldamisel saab kaasata vabatahtlikke, turunduse ja kommunikatsiooni tudengitele saab teha praktikaprogramme, ka ELU programmis osalejad saavad panustada..

Turundustegevuste eelarvet vaadatakse üle kord kvartalis, et tagada ressursside optimaalne kasutamine ja vajadusel teha kohandusi lähtuvalt strateegiliste eesmärkide täitmisest ning kasutajate tagasisidest. Kord aastas teostatakse põhjalikum eelarve audit, hindamaks tegevuste tulemuslikkust ja kulutõhusust, mille põhjal koostatakse järgmise aasta täpsustatud eelarve.

6. Mõõtmine ja hindamine

6.1 Eesmärkide saavutamise ja turundustegevuse edukuse mõõtmine

Seatud eesmärkide saavutamist mõõdetakse kindlate kvantitatiivsete ja kvalitatiivsete näitajate abil. Peamisteks mõõdikuteks on näiteks uute lugejate registreerimiste arv, veebilehe ja sotsiaalmeedia liiklus ning teenuste (laenutused, e-ressursside kasutus, infopäringud) kasutusmahud. Turundustegevuste edukust hinnatakse kasutajate kaasatuse määra (*engagement*), ulatuse (*reach*) ja tagasiside põhjal. Ürituste ja kampaaniate mõju saab hinnata osalemiste arvuga töötubades ja üritustel, sündmuste järel saadud tagasiside kaudu. Google otsingutrendid ning meediakajastuse arv ja ulatus on indikaatoriteks brändi tuntuse osas. Oluline on võrrelda tulemusi varasemate perioodidega.

6.2 Andmete kogumine ja analüüs: veebilehtedest sotsiaalmeediani

- Veebilehe analüütika (*Google Analytics*): külastuste arv, lehe vaatamised, sessioonide kestus (nt teenuste broneeringud), kasutajate teekond otsituni.
- Sotsiaalmeedia statistika: postituste ulatus (*reach*), kaasatus (*engagement rate*), jälgijate arvu muutus platvormidel, CTR (*click-through rate*), näitamised (*impressions*), CPL (*Cost Per Lead*), vaatamised (*views*), postituste leviku protsent jälgijate vs mittejälgijate seas.
- Tagasisideküsitlused: kasutajate rahulolu teenuste, veebilehe kasutusmugavuse ja turundustegevustega (nii veebis, kohapeal kui e-kirjaga).
- Teenuste kasutamise statistika: laenutus, ruumi rendid/broneeringud, e-teenuste kasutus.
- Osalemise andmed: koolituste, töötubade ja ürituste külastatavus ja tagasiside.

6.3 Aruandlus (regulaarsus, sagedus) ja tulemuste jagamine.

- Kvartaalsed aruanded: iga kolme kuu järel koostatakse kokkuvõtte turundustegevuste tulemustest ja seatud mõõdikute täitmisest, et saada lühike ülevaatlik kokkuvõtte peamistest näitajatest ja arengutest.
- Aasta lõpu kokkuvõtte: põhjalikum analüüs kogu aasta tulemuste kohta, mis sisaldab võrdlust eelnevate aastatega ja annab sisendi järgmiseks perioodiks.

- Tulemuste jagamine: aruanded esitatakse raamatukogu juhtkonnale ning olulised järeldused ja soovitused jagatakse ka turundustiimile ja koostööpartneritele. Vajadusel edastatakse olulisem info kogu raamatukogu personalile.

Eri mõõdikutele võiks määrata mõõtmissageduse, et tulemuste võrdlemine oleks täpsem, asjakohasem ning annaks väärtuslikku tagasisidet turundustegevusele, nt kord kvartalis toimuksid kasutajaküsitlused, kord aastas rahulolu uuring.

6.4 Strateegia kohandamine saadud tulemuste põhjal.

Strateegiat vaadatakse regulaarselt üle, tuginedes kogutud andmete ja analüüside tulemustele.

Vajadusel kohandatakse:

- sihtrühmade vajadusi;
- sõnumiloome fookust;
- kasutatavaid turunduskanaleid;
- postituste ajastust ja sisu;
- teenuste pakkumist ja nähtavust.

Kui mõõdikud näitavad, et seatud eesmärgid ei ole piisavalt täidetud, koostatakse parendustegevuste plaan ja viiakse sisse muudatused, et saavutada suurem tõhusus ja paremini vastata kasutajate ootustele. Kasuks tuleks ka riskide ja plaanide muutmise visandamine, nt kui seatud eesmärgid ei ole saavutatud, siis mida tuleks parandada (muuta kanaleid, kohandada kampaaniaid vms).

7. Kokkuvõte ja tulevikusuunad

7.1 Lühike ülevaade peamistest strateegiatest ja tegevustest

TLÜ Akadeemilise Raamatukogu turundusstrateegia keskmes on kasutajakeskne ja sihtrühmapõhine lähenemine, mille eesmärk on suurendada raamatukogu nähtavust, tugevdada teadustöö ja õppimise toetamist ning edendada kultuuripärandi säilitamist ja kättesaadavust. Turundustegevused on üles ehitatud isikustatud kommunikatsioonile, digitaalsetele lahendustele

ning koostööle nii ülikoolisiselt kui ka rahvusvaheliselt.

Fookuses on:

- visuaalselt selge ja kanalitepõhine sõnumiloomine;
- sotsiaalmeedia ja veebiplatvormide arendamine (sh koduleht, broneerimissüsteem, ETERA);
- digiteenuste ja 24/7 õppimiskeskondade loomine;
- kasutajakogemuse (UX) parandamine ja mõõdikutele tuginev strateegiline juhtimine;
- koostöö ülikooli üksustega, teadusasutustega ja kogukonnaga.

7.2 Pikemaajalised turunduseesmärgid ja visioon

Raamatukogu pikaajaline siht on saada tunnustatud teadusraamatukoguks, mis suudab paindlikult ja kvaliteetselt toetada TLÜ teadus- ja õppetööd, olles samal ajal ligipääsetav ja kaasahaarav kõigi jaoks. Selle saavutamiseks on seatud järgmised sihid:

- tõsta teadlikkust raamatukogu teenustest kõigis sihtrühmades;
- kasvatada aktiivsete kasutajate arvu ja kaasatust;
- tugevdada digiteenuste ja avatud teaduse rolli;
- arendada ligipääsetavust ja isikupärastatud teenuseid;
- kujundada nähtav ja usaldusväärne bränd, mis toetub teadusele ja kultuurile.

Visioon: TLÜ Akadeemiline Raamatukogu on rahvusvaheliselt nähtav, kasutajasõbralik ja uuenduslik teadusraamatukogu, mis ühendab teadmiste loomise, säilitamise ja jagamise ühtseks väärtuspakkumiseks.

7.3 Soovitused edasisteks sammudeks

- Luua täiskohaga koosseisuline turundus- ja kommunikatsioonispetsialisti töökoht.
- Koostada TLÜ ARi turundustegevuste eelarve.
- Koostada iga-aastane TLÜ ARi turundustegevuste tööplan.

- Suurendada investeeringuid digiteenustesse ja veebiplatvormidesse, et parandada kasutajakogemust ja ligipääsetavust.
- Võimalusel arendada mobiilirakendus, mis võimaldaks lihtsat ligipääsu raamatukogu teenustele ja teadusressurssidele.
- Laiendada sotsiaalmeediaplatformide kasutust, luua Instagrami konto ja reaktiveerida olemasolev YouTube'i kanal, keskenduda SEO-le, visuaalsele sisule ja Instagrami ning YouTube'i strateegilisele kasutamisele.
- Alustada kodulehe alabrubriigina blogi, mida saab kasutada sotsiaalmeedias jagamiseks.
- Viia regulaarselt läbi rahuloluküsitlusi ning analüüsida neid süsteemselt strateegiliste otsuste tegemiseks.
- Edendada rahvusvahelist koostööd ja nähtavust, osaledes teadusvõrgustikes ja projektides (nt Erasmus+, mille raames juba toimub rahvusvaheline töötajate vahetus).
- Kujundada välja brändi- ja kommunikatsioonijuhised, et tagada ühtne ja professionaalne sõnum kõigis kanalites.
- Arendada 24/7 kättesaadavaid õppimiskeskondi ning tugevdada virtuaalse toe ja e-kursuste pakkumist.
- Luua sihtrühmapõhiseid turunduskampaaniaid, tuginedes loodud isikutele.

Kasutatud allikad

Iwu-James, J., Haliso, Y., & Ifijeh, G. (2020). Leveraging competitive intelligence for successful marketing of academic library services. *New Review of Academic Librarianship*, 26(1), 151–164. <https://doi.org/10.1080/13614533.2019.1632215>

Jansen, B. J., Jung, S. G., Nielsen, L., Guan, K. W., & Salminen, J. (2022). How to create personas: Three persona creation methodologies with implications for practical employment. *Pacific Asia Journal of the Association for Information Systems*, 14(3), 1- 28. <https://doi.org/10.17705/1pais.14301>

Kaarma, K., & Lank, M. (2025). *Konkurentsianalüüs: Tallinna Ülikooli Akadeemiline Raamatukogu ja võrdlus teiste ülikooliraamatukogudega* [Käsikiri]. Tallinna Ülikool.

Kaup Lapõnin, K. & Luik, I. (2025). *SWOT-analüüs* [Plakat]. Sisekasutuseks.

OpenAI. (2025). *Persoonade fotod*. GPT-4, DALL-E [tehisintellekt]. <https://openai.com/dall-e-3/>

Priimägi, L. (1998). *Reklaamikunst*. BNS.

Rohmiyati, Y., Tengku Wook, T. S. M., Sahari, N., Hanawi, S. A., & Qamar, F. (2023). Designing personas for e-resources users in the university libraries. *Computers*, 12(3), 48. <https://doi.org/10.3390/computers12030048>

Tallinn Design. Kaanefoto.

<http://tallinn.design/et/places/tlu-akadeemilise-raamatukogu-fassaadi-pannoo/>

Tallinna Ülikooli Akadeemiline Raamatukogu. (2023). *Tallinna Ülikooli Akadeemilise Raamatukogu arengukava 2023–2027*. https://www.tlulib.ee/wp-content/uploads/2023/02/TLU_AR_arengukava_2023_2027.pdftlulib.ee

Tallinna Ülikooli Akadeemiline Raamatukogu. (2024a). *Tegevusaruanne 2023, tegevuskava 2024*. https://www.tlulib.ee/wpcontent/uploads/2024/06/AR_aruanne_2023_tegevuskava_2024.pdf

Tallinna Ülikooli Akadeemiline Raamatukogu. (2024b). *Raamatukogu hetkeolukord – statistikat, osakonna aruandest lõik*. Tallinna Ülikool.

Tallinna Ülikooli Akadeemiline Raamatukogu. (2024c). *Tallinna Ülikooli Akadeemiline Raamatukogu 2024. aasta eelarve*. <https://www.tlulib.ee/wp-content/uploads/2024/06/ARpohieelarve2024.pdf>

Tallinna Ülikooli Akadeemiline Raamatukogu. (kuupäev puudub-a). *Dokumendid*. <https://www.tlulib.ee/meist/raamatukogust/dokumendid/>

Tallinna Ülikooli Akadeemiline Raamatukogu. (kuupäev puudub-b). *Teenused*.
<https://www.tlulib.ee/teenused/>

Tamm, L., & Murel, M. (2025). *Turundustegevuste analüüs* (ELU projekt). Tallinna Ülikool.

LISA 1. PERSOONAD

Tallinna Ülikooli Akadeemilise Raamatukogu lugeja persoona



MARI MAASIKAS TLÜ mitteakadeemiline töötaja: teaduskorralduse spetsialist

BIO

Mari töötab Tallinna Ülikoolis teaduskorralduse ja doktoriõppe spetsialistina, kelle ülesanne on toetada teadlasi nende publitseerimistegevuses, koordineerida teadmussiiret ning aidata kujundada ülikooli avatud teaduse strateegiat. Tema roll on tugevalt andmepõhine ja nõuab head ülevaadet nii rahvusvahelistest andmebaasidest kui ka kohaliku teaduselu suundadest.

„Teadusinfo peab olema sama läbipaistev ja kättesaadav kui meie eesmärgid, kuid kindlasti ei asenda digikanalid täielikult oma ala ekspertidega silmast-silma suhtlemist.“

Taust

- 53-aastane, PhD sotsiaalteadustes
- Töötanud 12 aastat Tallinna Ülikooli teadusosakonnas
- Elab Harjumaal
- Puhkused veedab lapseõlvekodus Saaremaal

Eesmärk ja vajadus

- Vajab ligipääsu teadusandmetele ja bibliomeetrilistele tööriistadele
- Kasutab palju ETERAt; lisaks on vajadus saada doktoritöödele DOI-d
- Kasutab TLÜ AR raamatukogu vaid töö tõttu ja vajaduspõhiselt

Väljakutsed ja kitsaskohad

- Töötempo on kiire, vajab kiireid vastuseid
- Vajab oma töö tegemiseks TLÜ AR töötajate ekspertteadmisi
- E-ressursside vahel liikumine on kohati segane ja liidestamata
- Vahel on väga aeganõudev ja keeruline leida ning tagada juurdepääs teatud tüüpi materjalidele, nagu konverentsimaterjalid, hall kirjandus ja andmekogud
- Füüsilise raamatukogu puhul on oluline kerge ligipääsetavus (sh liftid).

Käitumine ja eelistused

- Kasutab nii digitaalset- kui füüsilist raamatukogu.
- Eelistab suhelda töötajatega silmast-silma ning hindab nende professionaalset abi.
- Vajab tööks hästi struktureeritud digikeskkonda ja kiireid vastuseid
- Väärtustab konkreetseid juhendeid ja kiiret tuge

Tallinna Ülikooli ELU projekt: Raamatukoguturundus – Miks? Kuidas? Kellele? (III osa)



TIINA MERI

Tallinna Ülikooli
sotsiaaltööprofessor

BIO

Töötanud Tallinna Ülikoolis 2002. aastast, õppejõuna 2007. aastast. Koosseisuline professor. Uurimisvaldkond on lapse- ja perekeskne lastekaitse. Osalenud kümnetes Eesti ja Euroopa rahastusega projektides. Praegu uurib laste õigustega seotud teemasid. Annab korrapäraselt loenguid bakalaureuse-, magistri- ja doktorantuuriüliõpilastele. Valdab vabalt eesti, vene ja inglise ning töötasemel saksa keelt.

„Ma tahan, et mu üliõpilased mõistaksid erinevust tõelise arhiiviuuringu ja lihtsalt millegi guugeldamise vahel.“

Taust

- 45-aastane ajaloo professor Tallinna Ülikoolis
- 23 aastat kogemust kõrghariduse valdkonnas
- Uurimisvaldkond lastekaitse
- Õpetab 6 loengut nädalas, juhendab 4 üliõpilast
- Kasutab vabalt uusi tehnoloogiaid
- Loeb palju erialakirjandust

Eesmärk ja vajadus

- Lühhi: lõpetada edukalt projekt laste õiguste teemal
- Kesk: töötada välja uus kraadiõppe loengusari
- Pikk: muuta oma algatatud uurimiskeskus Eesti keskseks sotsiaalhariduse uurimiskeskuseks

Väljakutsed ja kitsaskohad

- e-Andmebaaside kasutamine on igapäevane, teab kust ja mida otsida
- Otsib digitaalselt õppe- ja teadustööks vajalikke artikleid, enamasti kõik kättesaadav
- Otsib digitaalselt projektipartnerite teadustöid

Käitumine ja eelistused

- Soovitud kirjanduse leidmine e-andmebaasidest võtab kaua aega, eriti tema üliõpilastel
- Peab tasakaalustama administratiivsed kohustused, õpetamise ja uurimistöö
- Füüsiliselt ei ole raamatukogu peahoonesse põhjust minna, eriti kuna see on kaugel ja aega on vähe



KÄTLIN VAHTRA

Tallinna Ülikooli üliõpilane

BIO

Õpib pedagoogika või psühholoogia erialal, töötab osakoormusega laste või noortega seotud ametis. TLÜ AR on tema jaoks oluline akadeemiline infoallikas. Kasutab aktiivselt nii digiraamatukogu kui füüsilise raamatukogu ruume keskendumiseks ja teadustööks. Kasutajana sihikindel, praktiline ja väärtustab aega, ligipääsu kvaliteetsele infole ja personaalset tuge.

“ Akadeemiline teadmine on alus, praktiline kogemus viib edasi, raamatukogu aitab mul mõlemat arendada.”

Taust

- 25-aastane üliõpilane Tallinna Ülikoolis bakalaureuse- või magistriõppes psühholoogia või haridusteaduste valdkonnas.
- Töötav tudeng, kes kombineerib akadeemilised õpingud praktilise tööga.
- Koostab lõputööd või valmistub selleks.
- Elab Tallinnas või lähiümbruses.

Eesmärk ja vajadus

- Lühiki: leida kiiresti kvaliteetsed ja usaldusväärsed teadusartiklid ja allikad.
- Kesk: keskenduda süvenenult õppimisele ja suurendada teadlikkust valdkonna arengutest.
- Pikk: lõpetada õpingud edukalt, kirjutada teaduslikult tugev lõputöö, omandada oskused tööks laste ja noortega.

Väljakutsed ja kitsaskohad

- Aja- ja planeerimisressursside puudus
- Raske ligipääs väiksetele tööruumidele, eriti lõputööde kirjutamise ajal.
- Digitaalsete andmebaaside keeruline ülesehitus ja infomüra.
- Juhendamaterjalid, kasutusjuhised on segased või neid on keeruline leida.
- Teenuste ja võimaluste vähene nähtavus- ei tea alati, mida raamatukogu pakub.

Käitumine ja eelistused

- Kasutab digiraamatukogu 24/7 ligipääsu tõttu
- Eelistab füüsilist raamatukogu keskendumiseks ja süvenemiseks.
- Eelistab visuaalseid, kasutajasõbralikke juhendeid.
- Hindab õppejõudude ja kaastudengite soovitusi infoallikate leidmisel.
- Kasutab ZOTERO- laadseid viitehaldustööriistu.
- Vajadusel küsib raamatukogus abi erialainfospetsialistilt.



ALEKSANDR IVANOV

õppija väljaspool Tallinna Ülikooli

BIO

Õpib Tallinna Majanduskoolis turunduse erialal ning töötab hetkel osalise koormusega mitteerialasel ametikohal jaemüügis. Kuna ta ei ole piisavalt kursis raamatukogu pakutavate võimaluste, näiteks erialaste andmebaaside, koolituste ja õppematerjalidega, vajab ta raamatukogu aktiivsemat ja sihtrühmapõhist teavitustööd – eelistatult digitaalsete kanalite kaudu.

“Kasutan raamatukogu funktsioonipõhiselt oma õppetööks, kuid ei pruugi olla kursis kõikide raamatukogudega turul.”

Taust

- 24-aastane õpilane Tallinna Majanduskoolis, turunduse erialal
- Elab Tallinnas, Mustamäel
- Töötab osalise koormusega jaemüügis
- Veedab aega sotsiaalmeedias (Instagram, TikTok), kuulab podcaste, huvitub turundustrendidest

Eesmärk ja vajadus

- Lühki: Leida usaldusväärseid allikaid ja materjale koolitööde jaoks.
- Kesk: Tutvuda raamatukogu teenuste ja võimalustega (nt e-andmebaasid, konsultatsioonid, tööalased koolitused).
- Pikk: Arendada oskust iseseisvalt leida, hinnata ja kasutada akadeemilist teavet, et toetada oma professionaalset arengut ning olla enesekindel infootsingus ka pärast kooli lõpetamist.

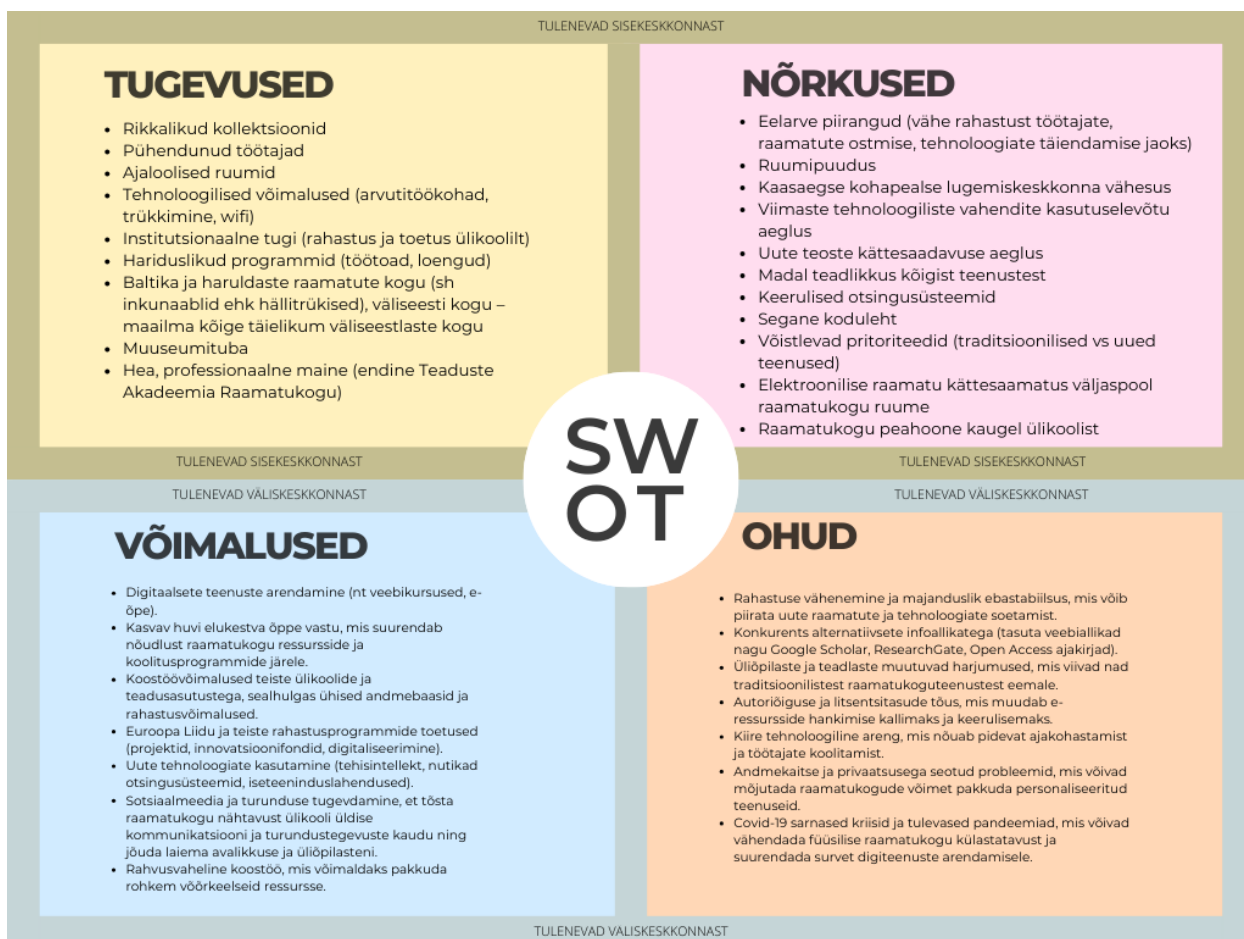
Väljakutsed ja kitsaskohad

- Vähenenud teadlikkus raamatukogu teenustest – ei tea, milliseid digitaalseid ja erialaseid ressursse (nt andmebaase, e-raamatuid, koolitusi) on võimalik kasutada.
- Töö ja õpingute kõrvalt on raske võtta aega uute tööriistade või teenuste omandamiseks, kui nende väärtus ei ole kohe selge.
- Raamatukogu ruumid on tema jaoks iganenud ja seega muul otstarbel ta TLÜ AR'i ei külastaks.

Käitumine ja eelistused

- Reageerib paremini visuaalsele ja lühikesele infole.
- Eelistab kiireid ja lihtsaid lahendusi, nagu Google või ChatGPT, isegi kui info ei ole alati usaldusväärne.
- Väärtustab personaalsemat ja mitteformaalsemat suhtlusviisi, eelistab vajadusel kirjutada näiteks Messengeri või meilile.

LISA 2. SWOT ANALÜÜS



LISA 3. KONKURENTSIANALÜÜS

Analüüsiks valiti kolm Eesti ülikooli raamatukogu (Tallinna Ülikooli Akadeemiline Raamatukogu (TLÜ), Tallinna Tehnikaülikooli Raamatukogu (TalTech) ja Tartu Ülikooli Raamatukogu (TÜ)) ning kaks Eestile lähima välisriigi ülikooli raamatukogu (Läti Ülikooli Raamatukogu (LÜ) ja Stockholmi Ülikooli Raamatukogu (SÜ)). Välisriikide raamatukogude valikul lähtuti geograafilisest lähedusest ja soovist võrrelda Eesti raamatukogusid sarnases kultuuriruumis tegutsevate ülikoolide raamatukogudega. Analüüs viidi läbi raamatukogude kodulehtedel oleva avaliku teabe põhjal.

Võrdlustabel raamatukogudes pakutavate teenuste kohta:

Teenus	TalTech	TLÜ	TÜ	LÜ	SÜ
Lugejaks registreerumine	✓	✓	✓	✗	✗
Kojulaenus	✓	✓	✓	✗	✓
Raamatukogudevaheline laenus	✓	✓	✓	✓	✓
Pakiautomaadi teenus	✓	✓	✗	✗	✓
	(DPD)	(Omniva)			
Hoidlast tellimine	✓	✓	✓	✗	✗
Tagastusautomaat	✓	✓	✓	✗	✗
Laenusautomaat	✓	✓	✓	✓	✓
24/7 õppimise võimalus	✓	✗	✗	✗	✓
Individaal- ja rühmatööruumide broneerimine	✓	✓	✓	✗	✓
Autoriseeritud töökoht	✓	✓	✓	✗	✗
Arvutiklass	✓	✗	✓	✗	✗
Iseteeninduslik skanner/printer	✓	✓	✓	✓	✗

Seadmed vaegnägijale	✓	✗	✓	✗	✓
Braille- kirjas printimine	✓	✗	✗	✗	✗
Kuulderaamatud / Audioraamatud	✗	✓	✓	✗	✓
Rulaator / kergratastool	✗	✗	✓	✗	✓
Kontoritarvete müük / arvutitarvikute laenutus	✓	✗	✗	✗	✗
Helikindel telefonikabiin	✓	✗	✗	✗	✗
Kohvik	✓	✓	✓	✗	✗
Garderoob	✓	✓	✓	✗	✗
Hoiukapid	✓	✓	✗	✗	✗
Lift	✓	✓	✓	✗	✓
Raamatukogu ekskursioon	✓	✓	✓	✓	✓
Reklaampinnamüük	✓	✗	✓	✗	✗
Seminariruumi rent	✓	✓	✗	✓	✗
Ruumide rent	✗	✓	✗	✓	✓
Näitused	✓	✓	✓	✓	✓
Uudiskirjanduse näitus	✓	✓	✓	✗	✗
Muuseumiruum	✓	✓	✗	✗	✗
Kõitekoda / Restaureerimine	✓	✗	✓	✓	✗
Digiteerimine	✓ (kuni A3)	✓ (kuni A2)	✓ (kuni A2)	✓ (kuni A3)	✗
E-raamatupood	✗	✗	✓	✗	✗

Teadusandmete DOI väljastamine	✓	✓	✓	✗	✗
Euroopa dokumendikeskus	✓	✗	✓	✗	✓
Infokirjaoskuse koolitused	✓	✓	✓	✗	✓
Infokioskid korrustel	✓	✗	✗	✗	✗
Avatud teaduse ja andmehalduse töötoad	✗	✗	✗	✗	✓
Kultuurisündmused / Loengud	✗	✓ (Baltika kogu)	✗	✓	✓
Võimalus teha filmi- ja teletöid	✗	✓	✗	✗	✓
Konverentsikeskuse teenus	✗	✗	✓	✗	✓
Kodulehel raamatukogu tutvustav video	✓	✗	✓ (ESTERi video)	✓	✓
Virtuaalvestluse võimalus	✓	✗	✗	✗	✗
Suunatud rahvusvahelistele kasutajatele	✓	✓	✗	✗	✓
Sotsiaalmeedia platvormid	Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube, TikTok	Facebook, LinkedIn, Google Business, YouTube	Facebook, YouTube, Instagram	Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube	Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube

Märkus: ✓ – teenus on olemas, ✗ – teenust ei ole kodulehel mainitud.

Kõik raamatukogud pakuvad laenutus- ja tagastusteenuseid (sh laenutusautomaat), raamatukogudevahelist laenutust, individuaal- ja rühmatööruume, infospetsialistide abi, koopiate ja digiteerimise teenuseid ning infokirjaoskuse koolitusi.

1. Ligipääsetavus – liftid, autoriseeritud töökohad, infopädevuse koolitused ning digitaalsete materjalide kättesaadavus on ülikooliraamatukogudes olulisel kohal.
2. Digilahendused – kõik pakuvad digikatalooge, e-raamatuid ja kaugjuurdepääsu teadusressurssidele.
3. Kultuuriline ja akadeemiline lisaväärtus – näitused, seminarid, konverentsikeskus või kultuurisündmuste korraldamine on enamikes neist olemas.
4. Sotsiaalmeedia ja veebilehe kaasamine – kõik analüüsitud raamatukogud on aktiivsed erinevatel platvormidel nagu näiteks Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn ja YouTube.

Peamised erinevused:

Tallinna Ülikooli Akadeemiline Raamatukogu (TLÜ):

- Innovatsioon ja mugavus – kulleriga raamatu tellimise võimalus ning Omniva pakiautomaati tagastamine on Eestis unikaalsed lahendused;
- Filmindus ja televisioon – võimalus teha filmi- ja teletöid, mis eristab teistest raamatukogudest;
- Muudatused rahvusvahelise kasutaja jaoks – teenused ja veebileht on suunatud rahvusvahelistele kasutajatele.

Tallinna Tehnikaülikooli Raamatukogu (TalTech):

- 24/7 Õpituba – üliõpilastele oluline võimalus kasutada õppimisruume ööpäevaringselt;
- Tehnoloogiline varustus – pakutakse arvutitarvikute laenutust (nt suurem ekraan, hiir, kõrvaklapid) ja Braille-kirjas printimise teenust;
- Euroopa dokumendikeskus – võimaldab juurdepääsu Euroopa Liidu materjalidele, mis on haruldane teenus.

Tartu Ülikooli Raamatukogu (TÜ):

- Laenutusvõimaluste mitmekesisus – lisaks raamatute laenutamisele pakutakse ka rulaatori ja kergratastooli laenutust;
- E-raamatupood – võimalus osta e-raamatuid, mis eristab seda teistest Eesti ülikooliraamatukogudest;
- Teadustöö toetus – infopädevuse ja teadusandmete haldamise koolitus (ka e-kursustena).

Läti Ülikooli Raamatukogu (LÜ):

- Teadustöö viitamise juhendamine – teenus, mis eristab Läti ülikooli raamatukogu teistest;
- Ulatuslik digitaalne kogu – e-kataloogide ja digiteeritud materjalide suur maht;
- Kitsam kasutajaskond-teenindab peamiselt Läti üliõpilasi ja teadlasi ning ei ole avatud kõigile.

Stockholmi Ülikooli Raamatukogu (SÜ):

- Ööpäevaringselt avatud lugemissaalid – võimaldab üliõpilastel õppida igal ajal, mis on suur konkurentsieelis;
- Avatud teaduse poliitika – palju teadustulemusi on vabalt kättesaadavad;
- Rulaatori ja kergratastooli laenutus – suunatud kaasava ligipääsetavuse tagamisele;
- Interaktiivsed töötoad – keskenduvad teadustöö oskuste arendamisele, viitamise tarkvara ja andmebaaside kasutamisele.

Parimad praktikad ja innovaatilised lahendused:

- Nutikad laenutussüsteemid – TLÜ Omniva pakiautomaati tagastamise võimalus ja TalTechi laenutusautomaat ning Euroopa dokumendikeskus on parimad praktikad;
- Digilahendused ja kaugjuurdepääs – SÜ raamatukogu avatud teaduse poliitika ja ulatuslik digitaalne kogu LÜ raamatukogus;
- 24/7 teenused – SÜ ja TalTechi 24/7 õppimisvõimalused on üliõpilastele suureks eeliseks;
- Teadustöö tugi – SÜ ja TÜ raamatukogude infopädevuse ja andmehalduse töötoad;
- Avatud teaduse edendamine – TLÜ, TÜ, TalTech ja SÜ väljastavad teadusandmete DOI-d, soodustades teadusuuringute avatud juurdepääsu ja rahvusvahelist koostööd;
- Ligipääsetavus ja kaasamine – TÜ ja SÜ raamatukogud pakuvad rulaatori ja ratastooli laenutust, audioraamatuid ja abivahendeid vaegnägijatele.

Järeldus: kõik raamatukogud pakuvad kõrgetasemelisi teenuseid, kuid nende fookus on erinev.

- TLÜ – tugev innovaatiliste teenuste ja multimeedia võimaluste poolest;
- TalTech – paistab silma tehnoloogiliste lahenduste ja ööpäevaringse õppimisvõimalusega;
- TÜ – tugev teadustöö toetamisel ning pakub laia valikut teenuseid vaegnägijatele ja liikumispuudega inimestele;
- LÜ – eristub teadustöö viitamise ja digitaalse koguga;

- SÜ– kõige rohkem avatud teaduse ja rahvusvahelise koostöö suunal, pakkudes ka ööpäevaringset õppimisvõimalust ja tuge teadlastele.

Iga raamatukogu on oma tugevuste ja konkurentsieelistega ning parimad praktikad võiksid hõlmata ööpäevaringset juurdepääsu, nutikaid laenutussüsteeme, avatud teaduse poliitikat ning kaasavaid teenuseid.

Põhinedes teiste raamatukogude parimatele praktikatele ja turunduselementidele, võiks TLÜ AR kaaluda järgmisi täiustusi oma teenuste ja turunduselementide osas:

Parem ligipääsetavus ja erivajadustega kasutajate tugi:

- Rulaatori ja kergratastooli laenutus – praegu TLÜ seda ei paku, kuid see oleks oluline samm parema ligipääsetavuse suunas;
- Lugemisteler vaegnägijatele – TÜ raamatukogu pakub sellist teenust, see aitaks nägemispuudega inimesi;
- Braille-kirjas printimine – TalTechis olemas, TLÜ võiks lisada.

Laiendatud 24/7 ligipääs õppimiseks:

- 24/7 õpitoa või lugemissaali avamine – TalTech ja SÜ pakuvad ööpäevaringset õppimisvõimalust, mis võiks olla kasulik ka TLÜ tudengitele.

Interaktiivsed ja innovaatilised koolitused:

- Avatud teaduse ja andmehalduse töötoad – SU pakub interaktiivseid töötubasid teadustöö ja viitamistarkvara kohta. TLÜ võiks samuti selliseid töötubasid rohkem arendada;
- Teadusandmete ja infokirjaoskuse koolitus e-kursusena – TÜ pakub seda võimalust, TLÜ võiks samuti laiemalt e-õppeplatvorme kasutada.

Rohkem digilahendusi ja laiem kaugjuurdepääs:

- Tööruumide interaktiivne broneerimissüsteem – TLÜ pakub juba broneeringut, kuid võiks kaaluda veelgi kasutajasõbralikuma süsteemi loomist (nt mobiiliäppi);
- Virtuaalvestluse võimalus kodulehel (TalTech);
- Veebipõhised infopädevuse ja teadusandmete haldamise koolitused (TÜ, SÜ);
- ESTERi kasutamist tutvustav video kodulehel (TÜ).

Sotsiaalmeedia ja rahvusvaheline suunitlus:

- Aktiivne sotsiaalmeediaplattformidel osalemine – TLÜ kasutab täna Facebooki, LinkedIni, Google Businessi, kuid võiks mõelda ka YouTube, Instagrami ja TikTok kasutamise peale, et olla rohkem nähtavad (TalTech, TÜ, SÜ);
- Sihtrühmapõhine turundus rahvusvahelistele kasutajatele (SÜ, TalTech, TÜ);
- Avatud teaduse poliitika ja teadustulemuste laiem kättesaadavus (SÜ).

Uued teenused ja kasulikud lisavõimalused:

- E-raamatupood – TÜ pakub võimalust osta e-raamatuid, see võiks olla hea täiendus ka TLÜ raamatukogule;
- Euroopa Liidu dokumentide keskus ja juurdepääs EL materjalidele (TalTech, TÜ, SÜ);
- Raamatute restaureerimis- ja köitetööd – LÜ ja TÜ raamatukogud pakuvad selliseid teenuseid, mis võiksid olla kasulikud ka TLÜ kogude säilitamiseks;
- Konverentsikeskuse teenus – SU ja TÜ pakuvad konverentsiruume, TLÜ võiks seda rohkem teha;
- Autoriseeritud töökohad ja helikindlad telefonikabiinid (TalTech);
- Rohkem kultuurisündmusi ja loenguid – LÜ ja SÜ raamatukogud korraldavad regulaarselt loenguid ja kultuuriüritusi, et edendada haridust ja kultuuri;
- Raamatukogu tutvustav video kodulehel (TalTech).

Kokkuvõte: TLÜ AR võiks tõsta oma teenuste mugavust ja kättesaadavust, väärtustada digilahendusi ja ligipääsetavust ning tugevdada turundust ja rahvusvahelist kohalolekut. Eriliselt tähelepanu vääriksid 24/7 õpikeskkonnad, avatud teaduse edendamine ning sotsiaalmeedia aktiivne kasutamine. Sellised uuendused aitaksid raamatukogul konkurentsipõhiselt püsida ja pakkuda veelgi paremat kasutajakogemust.

LISA 4. TURUNDUSTEGEVUSTE ANALÜÜS

KOKKUVÕTE

Raamatukogu turundustegevus on saavutanud teatud edu, kuid vajab veel täiendavat arendust, et muutuda ülikooli kogukonnas ja laiemalt nähtavamaks. Praegu kasutatakse mitmeid kanaleid, nagu koduleht, Facebook ja sisekommunikatsioon, kuid LinkedIn on vähemaktiivne ja vajaks rohkem tähelepanu. Samuti on nähtavuse ja brändingu osas arenguruumi – näiteks võiks Facebooki lehe visuaalne identiteet ja üldine bränding olla tugevam ja eristavam.

Ülikoolis on raamatukogu hästi nähtav tänu aktiivsele osalemisele üritustel ja koostööle erinevate osakondadega, kuid linnaruumis on veel, mida teha. Samuti tundub, et pigem meediaorganisatsioonid, kellel on vaja midagi kindlat (näiteks lokatsiooni), leiavad raamatukogu üles.

Praegu puuduvad suuremad välikampaaniad, mis võiksid raamatukogu tunnetatavust ülikoolist väljaspool suurendada. Kuigi koostööd teiste organisatsioonidega, nagu ERR ja näitused, aitavad raamatukogul oma profiili tõsta, võiks rohkemat teha, et saavutada laiem nähtavus. Hetkel jääb raamatukogu hääl veel veidi nõrgaks linnamüra ja infokülluses.

Kokkuvõttes, kuigi raamatukogu turundustegevus on pidevas arengus, on oluline keskenduda CVI ja nähtavuse suurendamisele nii ülikooli sees kui ka laiemalt, et tagada suurem tuntus.

KASUTATUD ALLIKAD JA ANALÜÜSITUD MATERJAL

Allikas 1: TLÜ ARi arengukava 2023–2027

Arengukava alaeesmärk 3.4.4. Kujundame mõjusama sise- ja väliskommunikatsiooni ning kasutame eri meediavorme oma sõnumite võimendamiseks

3.4.4.2. TLÜ AR kommunikeerib oma tegevusi ühiskonnale laiemalt.

Toimub pidev avalikkuse teavitamine TLÜ ARi eesmärkidest tegevustest ja teenustest.

Allikas 2: TALLINNA ÜLIKOOLI AKADEEMILINE RAAMATUKOGU TEGEVUSARUANNE 2023 TEGEVUSKAVA 2024

Kommunikatsioon ja turundustegevus

Kommunikatsiooni ja turundusega jätkas tööd asjaajamisjuht-suhtekorraldaja ja kuni juunikuuni ka väliskommunikatsiooni ja näituste juht.

Väliskommunikatsioon

Jätkati koostööd Tallinna Ülikooli turundus- ja kommunikatsiooniosakonnaga ning üliõpilaskonnaga. Peaaegu iganädalaselt avaldati ülikooli töötajate ja tudengite infokirjades teateid raamatukogu uudiste kohta.

Peamised infokanalid veebis olid raamatukogu kodulehekülg ja Facebooki leht. Kodulehele koostati aasta jooksul 75 eesti- ja nendest 65 ingliskeelse tõlkega uudist. Facebookis postitati 55 teadet, aasta lõpus oli raamatukogu profiili jälgijaid 1990 (2022. aastal 1985).

Eesti Rahvusringhääling (ERR) laenutas suvel „Sinu uus sugulane“ saateks baltika kogust August Fridrig Keisermanni kirjastuse raamatuid. Keisermanni nimi muutus hiljem Karismaks ehk saade tuli Katrin Karismast. Septembris külastas ERRi võttegrupp baltika lugemissaali, et filmida lõiku Andrus Vaariku juhitud saatesarja „Eesti (täielik ja kontrollitud) ajalugu“ jaoks. Eesmärk oli näidata Fr. R. Kreutzwaldi teose „Kalewi poeg“ esimest, 1862. a raamatuna ilmunud trükki.

Septembris filmiti raamatukogus klippe Eesti Kunstiakadeemia, Eesti Muusika- ja Teatriakadeemia ning TLÜ Balti filmi, meedia ja kunstide instituudi koostöös valminud videosarjast „Loov teadus“, kus ühes osas dramaturg Piret Jaaks räägib, kuidas uurib dokumentaal- ja kogukonnateatrit ning salvestus on tehtud osaliselt raamatukogu hoidlas.

Enamiku raamatukogu näituste, konverentside ja visiitide pressiteated saadeti regulaarselt eesti meediale, kõik üritused said erinevates meediakanalites käsitlust. Galerii näitustest ilmusid ajakirjanduses lisaks uudistele ka arvustused.

2024. AASTAL KAVANDATAKSE

- Koostöös IT teenistusega jätkata kodulehe arendamist;
- jätkata traditsioonilisi raamatukogusiseseid üritusi;
- jätkata baltika kogu tutvustava jõulukaardi väljaandmist;
- jätkata raamatukogu maine kujundamist artiklite, uudiste, sündmuste ja otsesuhtluse abil;
- jätkata Facebookis raamatukogu teadete postitamise ja sündmustest teavita- misega.

Allikas 3: Raamatukogu hetkeolukord

Turundus- ja teavitustegevus

- **Regulaarsed teated ja infokanalid:**
 - **Tudengiinfo:** igal reedel saadan üliõpilasesindusse infot, mille nad nädala algul uudiskirjaks kokku panevad ja tudengitele edastavad. See sisaldab infot uudiskirjanduse näituste, raamatu esitluste, testkasutusel andmebaaside ja muude sündmuste kohta.
 - **Töötajate nädalainfo:** varasemalt edastasin infot igal reedel ülikooli sisekommunikatsiooni inimesele, kuid alates jaanuarist on nädalainfot optimeeritud ning raamatukogu paigutati nõ. infotahvlile.
 - Kord kuu lõpus läheb välja **Varia infoleht töötajatele**. Veebruaris näiteks tutvustatakse raamatukogu töötajaid, mis on suurepärane võimalus teavitada ülikooli laiemalt raamatukogu rollist ja teenustest.
 - **Õppeinfo:** alates septembrist koostan kord kuus **miniartikli või infonupu** erinevate raamatukogu teenuste tutvustamiseks, mis lisatakse muude õppeinfo teadete juurde ja see läheb kõikidele tudengitele.
 - **Raamatukogu infoleht raamatukogutöötajatele** – sisaldab protokolle, sündmuste ülevaateid, teateid, sünnipäevasoove ning täidab ka arhiveerimise eesmärgi.

- **Uue töötaja hommikukohv** – ülikooli uutele töötajatele tutvustatakse raamatukogu ja erialainfo osakonda kord kuus toimuv uue töötaja hommikukohvil.
- **Suuremad teavitusprojektid ja -materjalid: TLÜ Avatud Uksed / Stardipauk**
– raamatukogu osalemine ülikooli avatud uste päeval ja semestri alguse üritustel.

Veebi- ja sotsiaalmeedia turundus

- **Koduleht:** tlulib.ee – peamine infoallikas, kus kajastatakse teenuseid, uudiseid ja sündmusi.
- **Sotsiaalmeediakanalid:**
 - **Facebook** – raamatukogu sündmused ja uudised.
 - **LinkedIn** – konto olemas, aga ei leia eriti kasutamist. Olen mõned spetsiifilisema infoga postitused teinud. Viimati: <https://www.linkedin.com/pulse/three-low-german-medical-incunabula-xlzp/?trackingId=FkWjy6KMHabCIVE2NWhbDQ%3D%3D>
 - **Google Business** – sündmused ja olulised teavitused nähtavaks laiemale avalikkusele.

Allikas 4: Nähtavus linnaruumis: intervjuu TLÜ ARi asjaajamisjuht-suhtekorraldaja Piret Jõesaarega

Kui nähtav on raamatukogu linnaruumis?

Välikampaaniaid kui selliseid (tasulisi) plakatid/bännerid/väliekraanid me ei tee. Aga kui näiteks laenama oma teavikuid näitustele või kui meie kogude raamatute digipilte kasutatakse kuskil, siis meie logo pannakse ikka juurde või meid mainitakse partneritena ära ja see aita meil nähtavamad olla.

Kas ja kui, siis mitu välikampaaniat 2024 tehti?

Tasulisi tehti 0

Millised on veel raamatukogu väljundid väliskampaaniatega seoses? Kas jagame lendlehti? Või kas TLÜ AR on olnud seotud mõne väliskampaaniga mõne teise brändi kampaaniaga seoses (ehk ei ole ise korraldanud aga näiteks logo või asukoht on TLÜ AR?)

Vaatasin üle raamatukogu infolehed viimase aasta kohta, kopeerisin siia tegevused, mida ei saa küll pidada traditsioonilisteks välikampaaniateks, kuid mis kindlasti aitavad raamatukogu nähtavust suurendada.

Ülikooli üritustel või uutele lugejatele jagame postkaarte, kus meie teenused peal:

TALLINNA ÜLIKOOLI AKADEEMILINE RAAMATUKOGU

Registreeru lugejaks veebivormi kaudu
või teadusraamatukogu infoletis



WWW.TLULIB.EE

TEADUSRAAMATUKOGU

Rävala pst 10
kojulaenusus@tlulib.ee, tel 6659 431

ÕPIKESKUS

Narva mnt 29, Astra maja II korrus, ruum A-205
opikeskus@tlulib.ee, tel 640 9180

Tööruumide reserveerimine / Autoriseeritud töökohad / Koolitused ja temaatilised loengud / Näitused / Printimine, kopeerimine, skaneerimine / Raamatute tellimine kulleriga või pakiautomaati / Raamatukogudevaheline laenusus / Digiteerimine

Õppe- ja teadustööks vajalikud materjalid

E-kataloogist **ESTER** (www.ester.ee) saab infot, kas soovitud teavik (raamat, ajakiri vms) on raamatukogus olemas ning kus on selle asukoht.

ETERA (www.etera.ee) on TLÜ AR digitaalraamatukogu, kust leiab mh Tallinna Ülikoolis kaitsitud üliõpilastöid.

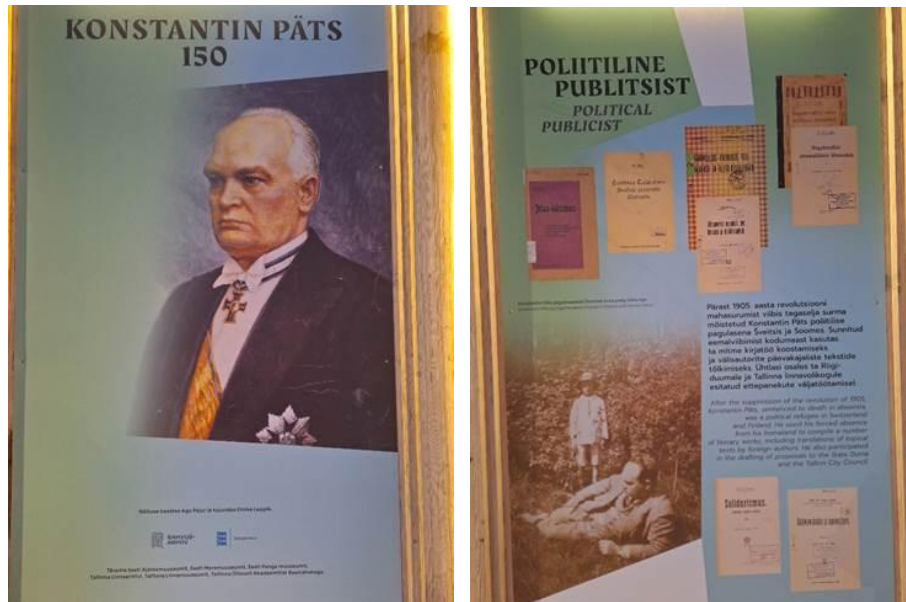
Andmebaaside (e-raamatud ja e-ajakirjad, dissertatsioonid, viitamisinfo) kasutamiseks logi sisse TLÜ kasutajakontoga <https://www.tlulib.ee/andmebaasid/e-andmebaasid/>.

Abi saamiseks võta ühendust **erialainfo spetsialistidega** erialainfo@tlulib.ee, 640 9184. [Erialainfo spetsialistid](mailto:erialainfo@tlulib.ee) vastavad infopäringutele, tellivad õppe- ja teadustööks vajalikke teavikuid, teevad andmebaaside kasutamise ja infokirjaoskuse koolitusi ning on kontaktisikuteks Tallinna Ülikooli liikmete ja raamatukogu vahel.

- ETERA-le on meil visiitkaart, mida ka saame jagada. Näiteks ülikooli avatud uste päeval jagasime postkaarte ja ETERA visiitkaarte koos helkuriga, kus raamatukogu logo peal.
- Välikampaania alla saab paigutada näiteks seda kui digiteerisime Rahvusarhiivile näituse korraldamiseks mõned Konstantin Pätsi kirjutatud raamatute tiitellehed. Käisin ja

vaatasin, et näitus on Tammsaare pargis üleval ja Tallinna Ülikooli Akadeemiline Raamatukogu ilusti partnerina välja toodud.

„KONSTANTIN PÄTS 150“



„Konstantin Päts 150“, Tammsaare pargis. Pilt: Piret Jõesaar

Tammsaare pargis on avatud näitus Konstantin Pätsist. Näitus jääb parki avatuks kuni 5. märtsini 2024.

Loe

lisaks:

<https://www.riigikantselei.ee/uudised/tammsaare-pargis-avatud-naitus-konstantin-patsist>

ERKF Ene Graubergi allfondi stipendiaatide näitus teadusraamatukogu 1. korruse galeriis on avatud 7. detsember 2023 – 31. jaanuar 2024. Avamine meedias:

ERR: „Pildid: Ene Graubergi fond kuulutas välja uued stipendiaadid ja avas näituse.“

Eesti Päevaleht: „[FOTOD | Ene Graubergi fond jagas noortele kunstnikele stipendiume ja avas näituse.](#)“

- 15. jaanuaril 2024 olid meie 299 raamatut esindatud „Ringvaates“, kus saatekülaliseks oli raamatusõber Eleri Romantšuk, kes oli aastaga lugenud 414 raamatut. Ülejäänud raamatud, mida me ei saanud saata, olid väljalaenuatud või järjekorrariiulis lugejat ootamas.

- 9. detsembri õhtul saime kirja „Ringvaate“ toimetajatelt. Nad palusid järgmise päeva õhtuks välja otsida 444 raamatut, et aasta suurim lugeja saaks neid eetris näidata.



Kuvatõmmis: jupiter.err.ee „Ringvaade“ 15. jaanuaril 2024

- Erika Salumäest tuleb täispikk mängufilm „Meie Erika“ ning Õhtulehe videoajakirjanik ja toimetaja Johanna Kadri Kuusk teeb täna (30. aprill 2024) teadusraamatukogus intervjuu näitleja Karolin Jürisega, kes kehastab Salumäe tegelaskuju. Mõned kaadrid filmitakse ka meie kogu perioodikast, kus on temast juttu.
- Owe Peterselli juhitud ETV kunstisarjas „Kunstiskandaalid“ nii esimeses kui ka kolmandas osas kajastati meid ja lõputiitrites tänati.
- Laupäevases saates „Sinu uus sugulane“, kus otsiti Maire Aunaste sugulasi, tänati lõputiitrites Marika Arderit ja Kadri Lauri.
- 4. detsembril oli ETVs saade „Kunstiskandaalid“, kus näidati palju Baltika hoidlat ja kolmanda korruse lugemissaali.
- 7. detsembril oli ETVs saade „Sinu uus sugulane“, kus Katrin Karisma leidis uue sugulase. Saates näidati Baltikast laenutatud raamatuid ning tiitrites tänati Piret Jõesaart.
- 1. jaanuaril oli eetris Vahur Kersna juhitud dokumentaalsaate „Eestlane, atleetide kuningas“, mille lõputiitrites tänati TLÜ Akadeemilist Raamatukogu ja nimeliselt Henrik Veeringut.
- Eelmisel aastal käisid BFMi tudengid raamatukogus filmimas õppeülesande raames reklaamivõtet. Reklaam toetab Eesti Raamatu Liidu järgmise aasta kampaaniat, mille eesmärk on innustada inimesi rohkem eestikeelseid raamatuid lugema. Vaata humoorikat reklaami. <https://www.youtube.com/watch?v=eAatTjrzbyo&authuser=0>

Raamatukogu kui ürituste toimumise paik ja seeläbi suureneb ka nähtavus:

- Loomade eestkoste organisatsioon Loomus koostöös Tallinna Ülikooli Haridusteaduste Instituudi Üliõpilasnõukoguga korraldab farmiloomadele pühendatud konverentsi „Põllumajandusloomade kuvand ühiskonnas vs tegelikkus“, mis toimub 13. novembril 2024 Uno seminarisaalis.
- 18. veebruaril 2025 toimus Uno seminariruumis laste- ja noortekirjaniku Dina Gavrilova raamatu „Пуся Югорская и её друзья“ („Suur jalutuskäik läbi Eesti“) esitlus. Üritus möödus edukalt – kohal oli umbes 25 osalejat. Ürituse alguses ütlesin tänusõnad ja tutvustasin lühidalt ka raamatukogu teenuseid.

TLÜ ARi brändi selgus ja nähtavus – tähelepanekud:

- Otsingutega leitavad raamatukogu kodulehekülg ja facebooki leht
- Ürituste alt (uudised, facebook) leitavad: näitused, avatud loengud, uudiskirjanduse näitused
- Väga vähe tajutav äratuntav visuaal, värvid, logo. Facebooki lehel puudub täielikult bränding.
- Varasemaid kampaaniaid ei leidnud/tajunud
- Linnaruumis asub olulises sõlmpunktis, visuaalselt hästi nähtav.

SEO analüüs – tähelepanekud:

Facebooki kanali kasutuse lihtsamad vead, mis võivad takistada nähtavust: #, vale formaadiga pildid, küsimus: kas kakskeelsus on TLÜ poolne nõue?

SEO:

kasutades märksõna **raamatukogu** asub TLÜ AR 8. kohal

kasutades märksõna **Tallinn raamatukogu** asub TLÜ AR 3. kohal

kasutades märksõna **raamatukogu Tallinn asub** TLÜ AR 5. kohal

kasutades märksõna **akadeemiline kirjandus** asub TLÜ AR 1. kohal

Mõne SEO märksõnaga testimise põhjal väidan, et **TLÜ ARi nähtavus Google otsingumootoris** on hinnanguliselt **hea** (hea nähtavus).

LISA 5. MALLID

A	B	C	D
	Mõõdikud		
	Keskkond/tüüp	Mõõdikud	Selgitused
	META reklaam	CTR (Click-Through Rate)	Mitu klikki on reklaamil
		Impressions (Näitamised)	Reklaami nähtavuse arv, kui palju kordi on reklaam kasutajatele kuvatud.
		Reach (Ulatus)	Unikaalsete kasutajate arv, kes on reklaami näinud.
		CPL (Cost Per Lead)	Makstakse iga liidi eest, kui eesmärgiks on koguda kontakte või huviisi.
		Frequency (Kordus)	Keskmine kordade arv, kui palju kordi sama reklaam kuvatakse ühele kasutajale
	Facebook	Views (Vaatomised)	Näitab levikut
		Impressions (reageerimised)	Näitab kaasatust
		Followers vs non followers % levik	Soovitan vaaadata, vastavalt eesmärgile, milline sisu levib kelle seas. Ntks kui eesmärk püüda välist õppijat, siis varasemate edukate non followers leviku põhjal pidada postituses silmas sarnast stiili. Ntks võivad klipid paremini levida sellise sihtrühma seas.
		Uued lehe meeldimised või jälgimised	Uued jälgimised viitavad atraktiivsele sisule ja on kaasatuse seisukohalt kõige olulisem näitaja.
	Google reklaam	CTR (Click-Through Rate)	Kõrge CTR viitab sellele, et reklaam on sihtrühmale atraktiivne.
		CPC (Cost Per Click)	Madal CPC aitab hoida reklaamikulud kontrolli all. Kõrge CPC võib viidata sellele, et reklaam ei ole piisavalt atraktiivne või sihtrühm on konkurentsitihe.
		Conversion Rate	Kõrge konversioonimäär näitab, et reklaam ja sihtleht on hästi sihitud ja kasutajate jaoks asjakohased.
		Impressions (Näitamised)	Kõrge näitamiste arv näitab reklaami ulatust. Kui näitamised on madalad, võib olla probleem eelarve või sihtrühmaga.
		Search Impression Share	Madal Search Impression Share viitab sellele, et reklaam ei jõua piisavalt palju inimesteni (võib vajada suuremat eelarvet)

+

≡

SoMe ▾

Ürituste plaan ▾

Mõõdikud ▾

A	B	C	D	E	F	G	H	I
	Sotsiaalmeedia sisuplaan							
	Kuupäev	Kanal	Sisend	Formaat	Copy	Pildimaterjal	Boosti eelarve	Vastutaja
	NÄIDIS: 12.05.2025	Facebook (laiendatud kanal läbi META ad'i)	Osa ürituse "Tõsta teadlikkust teadusüritusest ja kaasata tudengeid" SoMe kajastusest	pilt	 Kas tead, kuidas teadus avardab meie maailma? Tule osale 26. mail teadusüritusel Tallinna Ülikooli akadeemilises raamatukogus ja tutvu teadusuuringute maailmaga! Arenda oma akadeemilisi oskusi, osale praktilistes töötubades ja kuula teadlaste ettekandeid. Tutvu ajakavaga siit: 👉 Registreeri end üritusele: (link)	link	Suuremad kampaaniad: kuni 50€ per postitus Sujuv suurem nähtavus: 10-20€	Nimi (SoMe/PR spetsialist)
+ ≡ SoMe ▾ Ürituste plaan ▾ Mõõdikud ▾								