

构建中医院图书馆微信公众平台 SWOT 分析

安 珊

(天津中医药大学第一附属医院 天津 300380)

〔摘要〕 运用 SWOT 分析方法,对构建中医院图书馆微信公众平台的优势、劣势、机遇和挑战进行系统分析,从而为更准确地定位,提出相应的具体策略,为打造平台品牌、提高公众号的影响力提供参考。

〔关键词〕 中医院图书馆;微信公众平台;SWOT 分析

〔中图分类号〕 R-056 〔文献标识码〕 A 〔DOI〕 10.3969/j.issn.1673-6036.2016.11.020

SWOT Analysis on the Construction of Wechat Public Platform for Hospital Library of Traditional Chinese Medicine AN

Shan, The First Hospital Affiliated to Tianjin Traditional Chinese Medicine College, Tianjin 300380, China

〔Abstract〕 Through the SWOT analysis method, the paper makes systematic analysis on the advantages, disadvantages, opportunities and challenges of constructing Wechat public platform for hospital library of Traditional Chinese Medicine (TCM), in order to put forward corresponding specific strategy for more accurate orientation, and provide reference for creating the platform brand and improving the effect of public account.

〔Keywords〕 Traditional Chinese Medicine (TCM) hospital library; Wechat public number; SWOT analysis

1 引言

中医院图书馆是为临床医教研、行政及后勤部门提供信息支持服务的公益性部门。用户至上,为用户提供超出预期的服务是目标^[1]。微信公众平台是腾讯公司在微信的基础上新增的功能模块,开发者可以利用微信应用程序接口实现微信公众平台和业务系统的数据集成。由于在时间及开发成本上的优势,图书馆纷纷利用微信平台作为移动服务的入口,为用户带来了全新的阅读体验与互动模式。与高校图书馆和公共图书馆相比,医院图书馆微信平

台的建设相对滞后,截至2016年2月1日,在微信添加朋友的“公众号”选项,以“医院图书馆”和“医学图书馆”为关键词进行搜索,只找到7所医院图书馆。从用户角度体验,虽各具特色,但普遍存在着搜索精度不高,推送频率不规律,发布信息缺乏特色或无目的性,推送形式单一,馆读互动不积极的问题。本文试用SWOT分析方法对中医院图书馆微信公众平台的构建进行前期评估,制定相应的策略,使之成为维系图书馆与用户关系,促使用户借阅,充分利用图书馆资源与服务,信息交流共享的实用工具。

〔收稿日期〕 2016-06-28

〔作者简介〕 安珊,馆员,发表论文7篇。

2 构建中医院图书馆微信公众平台的 SWOT 分析^[2]

2.1 优势

2.1.1 珍贵的古籍文献为平台用户提供有独特价值的资源 某三甲中医院图书馆收藏了 1989 年以前出版的不同版本的线装医书 738 种, 共计 9 000 余册, 包括 1 795 年以前的善本书 32 种, 对当代临床工作者正确解读和利用古籍具有重要的学术参考价值。但出于保护古文献的目的, 长期不对读者开放。微信公众平台为古籍的宣传和利用开辟了新途径。

2.1.2 数字化书刊管理系统和馆藏资源的经典性、专业性、丰富性和系统性为平台功能实现奠定良好基础 中医院采用中国专业图书馆网图书馆管理系统, 图书馆经过长期建设, 全面系统地收录以重点学科和中医药文献为主的纸质、光盘和数据库资源, 拥有为平台用户提供优质服务的资源基础。均可通过与平台链接实现资源利用的最大化。

2.1.3 人才优势明显 近年来高学历馆员的比例在不断提高, 馆员队伍年轻化、专业化以及学科馆员的培养, 使得图书馆拥有了一批学科专业馆员, 在为医教研服务中积累了丰富的经验, 为平台构建提供了人力保障。

2.2 劣势

2.2.1 图书馆属于行政辅助科室 院方在人力资源和资金投入方面有一定限制, 在提高馆藏图书数量、对平台进行认证、开发更多功能模块、开启数据库移动权限等方面需要院领导在资金和技术上的支持。此外, 绩效管理、监督管理机制方面不健全, 也会影响平台管理员的积极性^[3]。

2.2.2 馆员缺乏市场服务经验 在平台包装、宣传推广、与用户互动、推送内容的独创性和精彩度方面, 馆员缺乏相应的知识和技巧。

2.3 机遇

2.3.1 用户需要与图书馆有效沟通的平台 通过走访用户, 了解到用户面临以下问题时需要与图书

馆沟通: (1) 不了解馆藏资源中哪些是用户所需的。(2) 不清楚图书馆远程访问方式。本院自 2013 年 8 月开通远程访问至今, 注册用户 1 055 人, 仅占职工总数的 35.2%。(3) 在安装远程访问软件、下载浏览器、登录、下载原文遇到问题时, 不能及时找到馆员解决。(4) 不了解图书馆学科服务的内容, 有需求时不能与馆员及时沟通。(5) 不能通过选书和向图书馆荐书, 做到按需采购。

2.3.2 用户的阅读习惯发生变化 随着智能手机、电子书、平板电脑的广泛应用以及 WiFi 覆盖范围的扩大, 移动阅读成为较普遍的阅读方式, 尤其是医疗单位用户的职业特点要求图书馆服务的时间、地点、内容碎片化, 形式多样化。

2.3.3 学科服务是未来中医院图书馆提供优质服务的发展方向 临床人员自主研究时间少, 迫切希望图书馆能融入其医疗工作和科研学习的全过程中, 要求学科馆员作好他们的助手, 提供更加专业化、个性化的知识服务。

2.3.4 医务人员和患者不断提高的健康意识对图书馆提出新的要求 一线医务人员工作压力大, 职业病多发, 需要了解相关的保健知识。此外, 当今医生和患者的比例严重失调, 导致临床医生与患者沟通不足, 患者在治疗和康复的各个阶段也需要了解更多的信息, 如疾病的发展阶段和表现, 康复的方法和注意事项, 以配合医生的治疗。

2.4 挑战

2.4.1 同行业 主要是来自中医药大学图书馆、公共图书馆微信公众平台和其他专科医院图书馆以及医学信息研究机构。行业外是很多学术网站开展了最新医学资讯跟踪报道的服务, 用户获取信息资源的渠道越来越广泛, 部分科研人员自行从网上购买包库, 用户对中医院图书馆的依赖性降低。

2.4.2 中医院各科室纷纷建立自己的微信公众平台 医院内各科通过微信公众平台加强与患者的沟通和预防保健的宣传, 这就要求医院图书馆在建立微信平台的类似功能时要突出特异性^[3]。

3 构建中医院图书馆微信公众平台的具体策略

3.1 利用机遇，发挥优势

3.1.1 建立有效沟通的平台 将馆情馆讯、资源介绍、远程登录指南、学科服务内容介绍等常规内容通过平台的菜单项加以展示；与超星等软件平台合作实现纸质和电子资源一站式检索；通过应用程序接口与图书管理系统链接，进行借阅查询；通过指令回复在线预订续借图书；通过在线客服实现与读者的即时互动；通过在线读者问卷调查了解临床需求。

3.1.2 深入挖掘，充分展示馆藏 通过制作短小精彩的专题，通过微阅读展示馆藏。如对馆藏孤本古籍扫描，或链接相关电子书，对古医籍定期全方位地推介。通过多种方式展示名医风采（图书、光盘资料、讲座录像），为培养新一代名医服务。开通多个数据库移动端实现移动阅读、听书等功能。

3.1.3 开展学科服务 包括资源导航、选书荐购、分类信息推送、学科最新资讯推送、定题服务、科技查新、慕课平台、读者培训等，馆员要针对用户需求开展更加专业化、个性化和自主创新的服务。可以利用大数据的优势，充分挖掘图书馆积累的大量历史数据，加强知识化的微阅读服务内容，让用户在比较短的时间内可以快速阅读，确定某个主题，定期进行更新。利用人才优势，学科馆员深入临床，了解一线需求，对各种文献进行广泛和深入的分析，综合概括形成综述、专题评述、学科年度总结、进展报告等情报研究成果，通过微信平台定期推送给用户^[4]。

3.1.4 为职工和患者保健服务 针对职工多发的颈椎病、疲劳综合征、眼干燥症等职业病，图书馆收集相关养生保健知识，通过微信平台进行推送。图书馆还可根据“信息处方”辅助临床为患者服务，弥补临床与患者沟通的不足。

3.1.5 微信公众平台自定义菜单的功能设计（图 1）

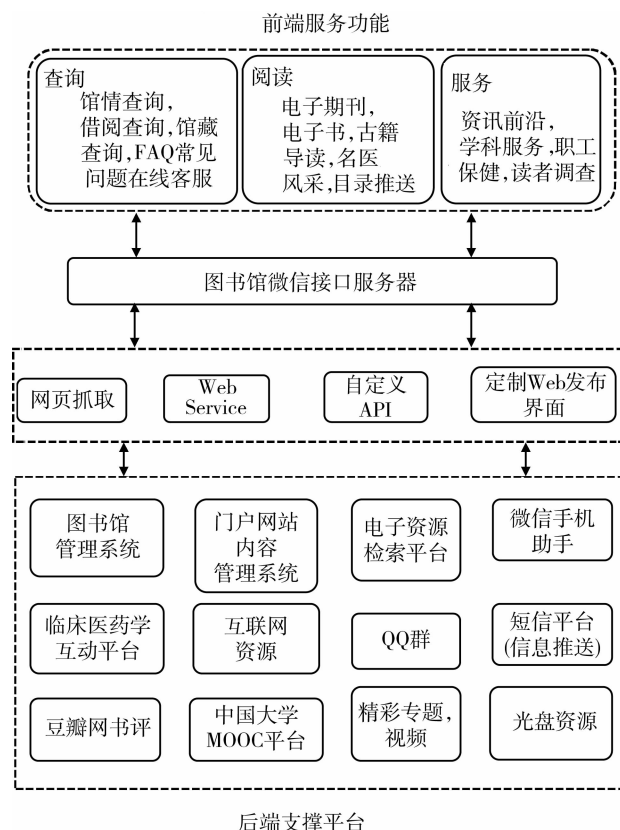


图 1 中医院图书馆微信公众平台功能设计

3.2 1 利用优势，以人之长，补己之短

微信平台可收集中医药大学图书馆、公共图书馆、专科医院图书馆的微信二维码方便读者关注，收集各热门医学网站的最新医学资讯推送给读者；对院内各科微信平台推送的信息进行分类和整合，为职工和患者提供相关疾病的保健知识。

3.3 克服劣势，把握机遇

3.3.1 做好宣传推广 馆员通过向本院论文发表情况，图书资源利用情况进行大数据分析，促进学习型、科研型医院的建设，为图书馆建设赢得决策层的支持。为了读者能够方便快速地搜索关注，建议规范微信账号为中文缩写全拼首字母，微信名称为中文全称。可在图书馆明显处张贴微信平台二维码，还可在图书馆网站主页、新职工入院培训材料、医院宣传栏上发布，引导用户关注。图书馆在拥有 500 名订阅用户后，应尽快申请微信认证，认

证的公众账号拥有更多的特权,更容易被用户搜索,获得用户的信任。

3.3.2 积极策划互动活动,以提高用户活跃度和互动量 用户对平台的服务内容、服务方式、平台功能建设等提出建议和意见,可获赠多借一本书的权限。在管理制度上,图书馆微信公众平台应作为常规工作安排专人及时回复用户咨询,以保证公众账号的有效运营。

3.3.3 学习其他平台经验 完善监督管理机制和奖金分配制度,提高工作人员积极性。定期派馆员到一些综合性强、技术先进、管理规范图书馆进修。向已经建立微信平台的同行取经,掌握平台实用技能。如利用微信宝进行图文设计,使用易企秀制作视频进行馆情介绍,通过腾讯上传视频,好书推荐链接豆瓣书评和简介;链接智能机器人系统建立 FAQ 常见问题库,实现 24 小时一对多服务。安装微信手机助手,避免问题回复的滞后。

3.4 减少劣势,迎接挑战

3.4.1 充分挖掘和利用网络信息资源 对网络上的开放期刊、数据库、图书设置专门的链接,搜集免费的信息,克服资金不足带来的资源短缺尴尬。在读者培训方面,利用网上优质免费的慕课平台资源,对读者进行信息素养教育。

3.4.2 建立类似研究之门 (RESEARCH GATE) 的互动平台 鼓励不同领域的用户分享其研究成果,促进跨界合作,建立医护技药、临床各科、研究生、实习生的交流平台。可以设计上传和下载两

个模块。上传模块允许医院用户和学科馆员上传信息资源与他人共享,下载模块允许医院用户下载信息资源,实现互惠互利。

3.4.3 突出差异性,将推送重点放在职工保健上 主要是针对临床常见职业病推送预防保健知识、心理健康知识和讲座。

4 结语

中医院图书馆微信公众平台的建设任重道远,首先,需要不断提升服务的品质,丰富内容,增强平台影响力,避免沦为形象工程;其次,应注重合理地提供服务,避免服务不当造成读者流失。平台为图书馆员展示自身的职业实力提供了绝佳的舞台,要想获得读者的认可和美誉,需要图书馆人的努力奋斗和悉心经营^[5]。

参考文献

- 1 刘培波. 泛在知识环境下医院图书馆管理服务创新化研究 [D]. 济南: 山东大学, 2014.
- 2 周秀梅, 田莉. 基于微信公众平台的图书馆信息服务营销 [J]. 图书馆工作与研究, 2014, (3): 36-39.
- 3 王丽萍. 研究型图书馆学科服务可持续发展策略 [J]. 情报科学, 2015, (4): 98-103.
- 4 张闪闪. 数字环境下科学专业图书馆的 SWOT 分析与发展策略 [J]. 图书馆理论与实践, 2015, (6): 87-90.
- 5 杜辉, 刘晓, 袁百成. 基于微信公众平台的高校图书馆学科服务创新 [J]. 图书情报工作, 2015, (6): 41-45.

(上接第 84 页)

供更有价值、时效性和针对性的个性化服务,既能充分利用医院图书馆专业技术人才和文献资源优势,又能以多种不同形式满足临床用户对图书馆的信息需求,从而更好地为临床一线和科研服务,为医院的持续发展提供高质量的文献信息。

参考文献

- 1 周晓丽, 熊欣欣, 杨蓉. 打造精细化服务品牌的探索与实践 [J]. 图书馆学刊, 2013, (10): 72-75.

- 2 王庆玲. 医院图书馆为临床科研服务的现状、问题与对策 [J]. 医学信息学杂志, 2013, 34 (7): 81-83.
- 3 陈晶. 网络环境下医院科研人员信息查询行为及图书馆个性化服务研究术 [J]. 医学信息学杂志, 2013, 34 (8): 63-67.
- 4 赵琴, 安萌萌, 侯沛蕾, 等. 移动阅读习惯及其影响因素分析 [J]. 图书馆学刊, 2013, (7): 132-135.
- 5 张园. 广东省人民医院图书馆读者服务调查与分析 [J]. 中国医院, 2014, (4): 72-74.