



od početka 2012. godine ostvarena i sa **Slavonskom televizijom** na kojoj se u emisiji **'Ritam grada'** svake prve subote emitira prilog iz Knjižnice, s istim ciljem kao i za sve do sada navedene suradnje. *Delo* izvještava gledatelje o novim naslovima u knjižnici, zanimljivostima i novostima iz knjižnice, svijeta knjige i kulture općenito, te promiče knjigu i čitanje. Prilozi iz TV-emisija mogu se pogledati i na YouTubeu, pod nazivom **GISKO u Ritmu grada** na **YouTube GISKO** (<https://www.youtube.com/channel/UCAePT8y3y4ORSGSLb9GZjUA>) kanalu. Upravo je dogovorena suradnja i za sezonu emisije 2014/2015.

Još jedan zanimljiv projekt pokrenut je u 2014. godini pod nazivom ***Delo od Gisko vodi vas u biblioteke poznatih***. Niz je to intervjua koji se provode s poznatim osobama iz hrvatskog kulturnog života. Osim o knjigama razgovara se i o aktualnostima, kako intervjuirane osobe, tako i kulturno-političke problematike u cjelini. Svaki razgovor završava pozivom na posudbu naslova spomenutih u razgovoru koji se redovito mogu pronaći na policama GISKO-a. Do sada smo imali čast razgovarati sa **Sanjom Pilić** (<http://www.glas-slavonije.hr/243728/5/Zivot-je-nevjerojatno-zabavan-a-pisanje-je-usamljenicki-posao>), **Sanjom Polak**, **Ivanom Šojat Kuči**, **Vitomirom Lončar** (<http://www.glas-slavonije.hr/242588/5/Vitomira-Loncar-Cesto-sam-u-zivotu-imala-problema-jer-mi-je-osjecaj-straha-stran>), **Krešimirom Mišakom**, **Markom Mićunovićem**, **Brunom Šimlešom**, **Vladimirom Hamom**, **Silvijom Šesto**, **Sanjom Doležal**, **Mirjanom Krizmanić** i **Andom Marić**. U pripremi su i brojni drugi razgovori koji se osim na portalu osijek031 objavljuju i u **Glasu Slavonije**.

Kada govorimo o promocijskim aktivnostima, knjižnica treba neprestano njegovati dobre odnose s nositeljima kulturnoga, političkog i gospodarskog života grada. Poželjno je, naime, da upravo oni u zajednici promiču knjižnicu.

S druge strane, karakteristično za marketing u neprofitnim organizacijama jest svrha njegovoga postojanja, odnosno jačanje odgovornosti pojedinca u zajednici. Naime, kada pojedinac radi na svome osobnome razvoju, od toga koristi ima i cjelokupna zajednica u kojoj djeluje. (Usp. Pavičić, Jurica. Strategija marketinga neprofitnih organizacija. Zagreb: Masmedia, 2003, str. 15)

Osim promocije knjižnice kroz rad *Dele* naglašena je važnost usmjerenosti na korisnike, oblikovanje usluga za zadovoljenje upravo njihovih potreba te točnost i pravovremenost

pružanja traženih informacija. S druge strane, uspjeh novouvedene usluge mjeri se njezinom prepoznatljivošću u javnosti, odnosno u širem krugu korisnika GISKO-a.