

4.4 ลูกค้ำหรือผู้รับบริการสามารถเข้าถึงหรือรับบริการได้โดยสะดวก ระเบียบวิธีหรือขั้นตอนการรับบริการไม่ควรยุ่งยาก ซับซ้อนมากจนเกินไป

4.5 ระยะเวลาที่ลูกค้ำต้องรอ เพื่อรับบริการต่อน้อยที่สุด

5. การวิจัยตลาด (Research) ธุรกิจใดที่ปราศจากระบบข่าวสารการตลาดก็เหมือนคนตาบอด และเสี่ยงต่อความล้มเหลวได้ง่าย องค์กรธุรกิจมากมายที่ประสบผลสำเร็จเพราะได้เสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม ถูกต้อง สอดคล้องกับเวลาและความต้องการ สถาบันบริการสารสนเทศก็สามารถประสบความสำเร็จได้ถ้าปฏิบัติเช่นที่กล่าวมาแล้ว การจะได้ข้อมูลเหล่านี้ สถาบันบริการสารสนเทศต้องทำการวิจัยตลาด เพื่อให้ทราบว่าใครบ้างที่ต้องการ (Need) สารสนเทศ ใครได้จัดทำหรือให้บริการที่ผู้ใช้ต้องการแล้วบ้าง (คู่แข่งชั้นเป็นใคร) บริการที่คู่แข่งชั้นให้เป็นอย่างไรร บริการชนิดใดที่คู่แข่งได้คิดค่าบริการ และเราจะให้บริการที่ดีกว่าได้หรือไม่

การวิจัยตลาด ทำได้หลายวิธี เช่น

5.1 ใช้แบบสอบถามหรือแบบสัมภาษณ์ ซึ่งควรให้สั้นที่สุด ไม่ควรเกินหนึ่งหน้ากระดาษ ขนาด เอ 4 ลักษณะคำถามควรเป็นแบบให้ตอบสั้นๆ เช่น ใช่ / ไม่ใช่ และควรกำหนดให้ผู้ตอบส่งคืนโดยเร็วที่สุด ควรมีคำชี้แจงว่าเป็นการวิจัยเพื่อสำรวจข้อมูลทางการตลาด และไม่ควรรบอกว่าเป็นการหาข้อมูลเพื่อการบริการสารสนเทศเชิงพาณิชย์

5.2 พูดคุยในการสัมมนา การประชุม เป็นต้น กับผู้ที่ต้องการใช้สารสนเทศ เขาต้องการข้อมูลแบบไหน ใช้บริการที่ไหน จ่ายเท่าไร และรู้สึกอย่างไรกับบริการที่ได้รับ ต้องการบริการในรูปแบบอื่นหรือไม่ ถ้าเขาแสดงท่าทีสนใจก็สามารถแนะนำบริการของเรา และอาจได้ลูกค้ำรายแรก ซึ่งหากเราให้บริการที่ดีก็จะเกิดการบอกเล่าปากต่อปาก ทำให้ได้ลูกค้ำเพิ่ม ลูกค้ำยิ่งมาก ต้นทุนจะยิ่งต่ำ ราคาจะลดลง ซึ่งจะดึงดูดใจให้ลูกค้ำทวีจำนวนมากยิ่งขึ้น

5.3 ลองใช้บริการของคู่แข่งชั้น เพื่อดูราคา ชนิด ปริมาณและคุณภาพของบริการว่ามีจุดอ่อนตรงไหนบ้างที่เราสามารถเข้าไปแทรกในตลาดได้ เช่น สร้างคอลเลกชันสิ่งพิมพ์พิเศษ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ตลาดมีความต้องการมาก แต่หาหรือเข้าถึงได้ยาก เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทกิจการเล็กๆ ซึ่งมีผู้ต้องการมากเพื่อเป็นข้อมูลวางแผนทางธุรกิจ แต่เป็นข้อมูลที่หาและเข้าถึงได้ยาก การวิจัยตลาดจะทำให้ทราบว่าลูกค้ำหรือผู้ที่น่าจะเป็นลูกค้ำของเราเป็นใคร ต้องการอะไร เมื่อไร อย่างไร และคู่แข่งของเราเป็นใคร มีศักยภาพมากน้อยแค่ไหน มีจุดใดบ้างที่เราสามารถนำไปแข่งขันได้ การรู้เขารู้เราจะทำให้สามารถดำเนินการไปได้ตรงเป้าหมาย และประสบผลสำเร็จได้โดยง่าย กิจการใดๆ ก็ควรเริ่มต้นด้วยการวิจัยการตลาด เพื่อกำหนดเลือกตลาดที่เหมาะสมและหาส่วนผลทางการตลาดให้สอดคล้องกันเพื่อให้ได้กำไรตามอัตราที่คาดหวัง

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2548, หน้า 36-38) กล่าวว่า ในการดำเนินงานด้านการตลาด บริการให้ประสบผลสำเร็จนั้น ผู้บริการแหล่งสารสนเทศควรเรียนรู้ส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ประการ ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่ายบริการ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการ (Process) และหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) มีดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นข้อเสนอทั้งหมดที่แหล่งสารสนเทศนำเสนอขายลูกค้ำ ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วนย่อย คือผลิตภัณฑ์หลัก หมายถึงสิ่งที่ลูกค้ำต้องการซื้อและผลิตภัณฑ์เสริม