

# *zostańmy w kontakcie...*

**Wyobraź sobie, że każdy klient twojej firmy – spontanicznie i z własnej woli – dzieli się swoimi opiniami o produktach i sugestiami ich rozwoju, opowiada o sobie, swoich potrzebach i poglądach. Ty zaś jesteś w stanie z tych danych skorzystać. Możliwość zbierania i wykorzystywania danych o opiniach i postawach oferuje system Enterprise Feedback Management.**

Naturalną potrzebą człowieka jest potrzeba komunikacji. Chcemy czuć, że nasze słowa są słuchane i ważne. Dlatego dynamika codziennych interakcji międzyludzkich jest dynamiką wymiany informacji – kiedy ktoś coś do mnie mówi, odpowiadam, nawet gdy jest to odpowiedź niewerbalna lub wręcz nieświadoma, on zaś do mojej reakcji dopasowuje swoje zachowanie. W kontaktach pomiędzy klientami a organizacjami oczekiwanie wzajemnej wymiany jest jednak łamane. Jako klienci często czujemy się jedynie odbiorcami treści reklamowych, ulotek załączonych do produktów, newsletterów informacyjnych czy informacji o promocjach i ofercie udzielanych przez konsultantów. Odpowiedzi, w których klienci przekazują swoje opinie, nawet gdy są formułowane, rzadko mają szansę dotrzeć dalej niż do pracowników obsługi klienta. Może być jednak inaczej.

## **Otwarcie organizacji na informację zwrotną**

Enterprise Feedback Management jest systemem ciągłego pozyskiwania informacji zwrotnej ze strony klienta poprzez wszystkie możliwe kanały interakcji z przedsiębiorstwem, w sposób zintegrowany z hurtowniami danych, systemami transakcyjnymi i innymi systemami informatycznymi przedsiębiorstwa. Jako odrębna klasa oprogramowania biznesowego został on rozpoznany przez Gartner Group w 2005 r. EFM pozwala włączyć w obręb analizy danych, procesów data mining czy systemów informacji zarządczej przedsiębiorstwa szeroki zakres danych o preferencjach, postawach i opiniach klientów.

Dane pozwalające wnioskować o opiniach i postawach klientów mogą pochodzić z dostępnych online kwestionariuszy oceny produktów lub działań firmy, forów internetowych, bezpośrednich kontaktów z przedstawicielami, jak również z badań rynku realizowanych poprzez zewnętrzne agencje lub samodzielnie. Mogą to być informacje zarówno przekazywane spontanicznie, jak również odpowiedzi na ustrukturalizowane pytania. Istotą Enterprise Feedback Management jest umożliwienie gromadzenia takich danych – z jednej strony – w sposób łatwy i potencjalnie dostępny dla każdego działu organizacji i użytkowników nietechnicznych, z drugiej zaś strony – w postaci scentralizowanej i dostępnej dla systemów biznesowych oraz poprzez otwarte aplikacje, które mogą być rozwijane przez dział IT.

## Yamaha Design Cafe

Yamaha Motor Europe jest europejskim dystrybutorem produktów Yamaha. Yamaha Motor Europe dysponuje systemem Enterprise Feedback Management opartym na oprogramowaniu SPSS Inc. i zbudowanym we współpracy z konsultantami SPSS. System wykorzystywany jest w celu realizacji prowadzonych w kilku językach projektów badawczych dotyczących propozycji nowych motocykli, skuterów i wszędolazów, których wprowadzenie planowane jest na rynku europejskim. Projekty te skierowane są do entuzjastów motocykli odwiedzających skonstruowany jako pole dialogu z klientami portal Yamaha Design Cafe (<http://www.yamaha-motor-europe.com/designcafe/>). Ankiety dostępne online wypełnić może każdy internauta. Szczególnie cenne informacje pochodzą jednak od stałych użytkowników portalu. Ci klienci zostają wciągnięci w dialog z organizacją. Obsługa zadawanych im pytań realizowana jest poprzez inteligentne skrypty, dzięki czemu zachowana jest ciągłość komunikacji z przedsiębiorstwem – system odnosi się np. do informacji, które już posiada o użytkowniku. Pozyskane dane są poddawane analizom – również dostępnym online i w czasie rzeczywistym – których wyniki są wdrażane w przebieg procesów biznesowych i mają realny wpływ na decyzje. Bardzo ważne jest także komunikowanie podjętych na podstawie pozyskanych informacji zwrotnej działań. Dzięki temu klienci, którzy podzielili się swoimi opiniami, mają poczucie udziału w budowie oferty Yamaha.

Już pierwszy projekt, który trwał przez dwa tygodnie, przyniósł w rezultacie opinie od 2000 fanów skuterów z kilku krajów europejskich i pozwolił dotrzeć do niszowej na rynku europejskim grupy klientów, którzy byliby zainteresowani zakupem skutera elektrycznego. Produkt ten znakomicie sprzedawał się na rynku azjatyckim, nie był jednak poszukiwany przez Europejczyków. Wiedza o tym, w jaki sposób skuter elektryczny byłby używany przez potencjalnych klientów, oraz ile byliby oni gotowi za niego zapłacić, pozwoliła skutecznie dobrać komunikację produktu oraz strategię cenową dla jego wprowadzenia na rynek we Francji, Niemczech i Włoszech.

## Dalsze możliwości

Wykorzystanie kanału komunikacji online jest zwykle atrakcyjne dla przedsiębiorstwa ze względu na szybkość komunikacji, interaktywność, a także niskie nakłady na jego obsługę. EFM pozwala jednak na pozyskiwanie danych o opiniach i postawach klientów z każdego kanału komunikacji – kontaktów telefonicznych, osobistych, urządzeń zdalnych. Wsparcie rozwoju oferty produktowej to również tylko jedna z możliwości biznesowych, jaką daje Enterprise Feedback Management. Klienci SPSS wykorzystują EFM również w takich zastosowaniach jak: pozyskiwanie ukierunkowanej informacji zwrotnej w ramach call center, ocena czynników lojalności klientów czy stałe monitorowanie nastrojów pracowniczych. Enterprise Feedback Management może być również elementem systemu CRM, pozwalając przedsiębiorstwom na realizację w pełni spersonalizowanego marketingu.

### SPSS Polska

ul. Raclawicka 58  
30-017 Kraków  
tel./faks 012.636.07.91  
tel./faks 012.636.45.35  
tel./faks 012.636.96.80  
e-mail: [info@spss.pl](mailto:info@spss.pl)  
[www.spss.pl](http://www.spss.pl)  
[www.analizadanych.pl](http://www.analizadanych.pl)  
[www.webmining.pl](http://www.webmining.pl)