

# wprowadzenie do środowiska Dimensions

Dr Grzegorz Bryda  
Instytut Socjologii Uniwersytetu Jagiellońskiego  
SPSS Polska

*Produkty Dimensions to kompleksowe i skalowalne rozwiązanie w pełni dostosowane do potrzeb klienta, umożliwiające prowadzenie różnorodnych badań ankietowych i raportowanie ich wyników. W pełni integruje się z systemami informatycznymi przedsiębiorstw i innymi narzędziami analitycznymi.*

Wyobraź sobie, że dysponujesz rozproszoną bazą informacji pochodzących z różnych badań klientów, pracowników i innych, które odgrywają decydującą rolę w działalności twojej organizacji lub firmy. Czy potrafisz efektywnie wykorzystywać tę wiedzę przy podejmowaniu codziennych decyzji biznesowych? Praktyka pokazuje, że jest to trudne ze względu na brak kompleksowego środowiska do realizacji, zarządzania, publikowania wyników badań marketingowych, a przede wszystkim prowadzenia analiz w czasie rzeczywistym. Dotychczas analiza danych z badań online była ograniczona przez architekturę, pochodzenie i strukturę danych, elastyczność programów analitycznych oraz trudności dotyczące wymiany danych z badań ankietowych, online, telefonicznych pomiędzy różnymi programami do zbierania i analizy danych oraz systemami operacyjnymi. Praca badacza–analityka koncentrowała się na znajomości programu i wykorzystywaniu jego możliwości analitycznych, a proces badawczy i analityczny opierał się głównie na wykorzystywaniu istniejących komponentów różnych programów analitycznych. Wyzwaniem dla firm i instytucji zajmujących się narzędziami analitycznymi stało się zapewnienie większej funkcjonalności aplikacjom stosowanym w podstawowych badaniach marketingowych i zintegrowanie całości procesu badawczego i analitycznego w jednym środowisku informatycznym. Wyobraźmy sobie jak proste byłoby kierowanie firmą czy organizacją gdybyśmy dysponowali działającym online systemem otrzymywania ciągłych informacji zwrotnych o kliencie, poprzez prowadzenie różnych badań empirycznych i możliwością ich pełnej integracji. Dzięki temu proces decyzyjny byłby bardziej zorientowany na klienta, poczynawszy od kształtowania kierunku rozwoju nowych produktów, aż po usprawnienie procesu ich wdrażania. Działania takie pozwoliłyby nie tylko na zwiększanie poziomu satysfakcji klientów, ale również na zatrzymanie tych najbardziej wartościowych oraz pozyskiwanie nowych. Takie kompleksowe rozwiązanie w dziedzinie badań marketingowych online zapewniła nowa technologia SPSS Dimensions.

Technologia Dimensions to efekt ponad 37-letniego doświadczenia SPSS Inc. w przygotowywaniu rozwiązań w dziedzinie narzędzi do prowadzenia analiz i badań marketingowych. Kluczowe znaczenie w tej technologii ma połączenie wiedzy biznesowej i analitycznej. Dzięki Dimensions praca analityka nie jest już tylko pracą z programem i w jego obrębie. Wymaga jednak od niego głębszej wiedzy dotyczącej procesu realizacji badań i analizowania danych, a także pewnych umiejętności programistycznych usprawniających pracę w środowisku Dimensions. Poprzez wielowymiarowe podejście do procesu zbierania i analizy danych w badaniach marketingowych technologia Dimensions zapewnia możliwość uzyskania wyczerpujących informacji o klientach i uznanie „głosu konsumenta” w działaniach firmy lub organizacji. Czym w praktyce jest środowisko Dimensions? Dimensions to przede wszystkim:

- Open source’owy model podejścia do danych biznesowych (proces zbierania danych zorientowany globalnie i lokalnie, łączy głębokość analizy danych z łatwością jej przeprowadzenia w kilku miejscach równocześnie);

- Nowy sposób integracji narzędzi: jedna platforma analityczna, wiele platform systemowych (Win32, Unix);
- Technologia oparta na standardowych rozwiązaniach środowiska Microsoftu;
- Skalowalność aplikacji analitycznych, wspomagająca procesy biznesowe (unikalny sposób podejścia do integracji danych zapewniający kompletność prowadzonych analiz oraz raportowania wyników);
- Elastyczność, funkcjonalność, dynamika i kustomizacja produktów SPSS wykorzystywanych do analizy i badań marketingowych (praca nie jest uzależniona tylko od programu, system współzależnych modułów pozwala na symultaniczność prac nad tym samym projektem lub zbiorem danych).

Dimensions to platforma, która zawiera integralne zestawy produktów oprogramowania SPSS dla wszystkich aspektów procesu badań marketingowych. Rdzeń technologii Dimensions stanowi umieszczanie danych w centrum całego procesu badawczego i analitycznego w dostępnym formacie tak, aby przyspieszyć użycie tych danych w procesie analizy i raportowania w firmie czy organizacji. Platforma Dimensions zapewnia w pełni skalowalne, dostosowane do potrzeb klienta narzędzia, które pozwalają zwiększać wydajność (skuteczność) i konkurencyjność wprowadzanych innowacji. Linia technologiczna produktów Dimensions zawiera różne narzędzia usprawniające proces gromadzenia i przetwarzania informacji oraz analizy i udostępniania wyników. Są to:

- mrInterview™, mrInterview CATI™ – służy do budowania kwestionariuszy ankietowych on-line (WWW), telefonicznych lub do wykorzystania w przenośnych urządzeniach do zbierania danych. Pozwala także zarządzać próbą badawczą (kwotami, udziałami) oraz całym procesem zbierania danych. Zaletą mrInterview™ jest to, że w trakcie realizacji badania weryfikuje liczbę kwestionariuszy z liczebnością próby oraz zapewnia szybki przegląd wyników w czasie rzeczywistym. Nawet, gdy badanie realizowane jest w terenie, wyniki są odczytywane w czasie rzeczywistym.
- mrPaper™ i mrScan™ – służą do przygotowywania ankiet papierowych do skanowania poprzez integrację z MS Word. Dzięki temu oszczędza się czas zapisu danych do bazy, a tym samym przyczynia się do obniżenia kosztów badania.
- mrTranslate™ – służy do przygotowania i integrowania wielojęzycznych kwestionariuszy oraz zarządzania wielojęzycznymi projektami badań. Umożliwia także odczytywanie wyników w więcej niż jednej wersji językowej.
- mrStudio™ – służy do automatyzacji rutynowych zadań dotyczących przetwarzania danych: filtrowania i tworzenia nowych zmiennych, czyszczenia, walidacji, ważenia itp. W programie tym dostępne są dwie opcje. Pierwsza z nich mrStudio Interview zapewnia możliwość tworzenia i testowania niezależnych kwestionariuszy oraz aktywowania ich bezpośrednio w programie mrInterview. Druga, opcja umożliwia tworzenie wyszukanych tabel i analiz oraz publikowanie ich w złożonych formatach.
- mrTables™ – umożliwia tworzenie wykresów i zaawansowanych analiz tabelarycznych wprost z mrInterview, dostęp do raportów wynikowych dla każdego użytkownika i z każdego miejsca poprzez bezpieczny portal, a także kontrolowanie dostępu do wyników w oparciu o posiadane przez użytkownika uprawnienia.
- DimensionNet™ – to platforma integracyjna dla wszystkich produktów Dimensions. Służy do wydajnego zarządzania różnymi projektami i bezpiecznego używania mrInterview lub mrTables. Umożliwia także budowanie formularzy, zarządzanie próbą badawczą oraz eksport plików danych – poprzez przeglądarkę sieciową. Administratorowi umożliwia określanie dostępu użytkowników, nadawanie haseł oraz kontrolę dostępu do kwestionariuszy i danych uzyskanych w badaniach.

- Dimensions Data Model™ – to serce linii produktowej Dimensions. Umożliwia zarządzanie, magazynowanie, łączenie danych o różnych formatach związanych z różnymi etapami procesu badań ankietowych z danymi z badań, bez względu na to, jak informacja jest przechowywana.
- Dimensions Development Library™ – to darmowy, wielopoziomowy zasób informacji wspomagających pracę z Dimensions. Zawiera dziesiątki przykładów kwestionariuszy, aplikacji, kodów, skryptów oraz opisy produktów z linii technologicznej Dimensions.

Linie technologiczne produktów Dimensions pozwalają na maksymalizowanie wszystkich posiadanych przez firmę zasobów informacyjnych ponieważ technologia ta może być łatwo dostosowana do wymagań każdego systemu informatycznego. Przykładowo Dimensions można połączyć z systemem kontaktów z klientem (call center), z aplikacjami zarządzania relacjami z klientem (CRM), z różnymi systemami operacyjnymi w firmie, a także bezpośrednio ze stroną internetową firmy. W praktyce Dimensions można wprowadzać w każdą konfigurację sieciową, co umożliwi jej zastosowanie wewnątrz firmy, jak i we współpracy z firmami partnerskimi (oddziałami firmy). Wszelstronność i kompleksowość technologii Dimensions pozwala na przeprowadzanie szeregu specyficznych projektów badań marketingowych. W środowisku Dimensions można zbierać, analizować i raportować dane socjodemograficzne oraz dane dotyczące postaw i zachowań dowolnej grupy ludzi, w pełni kontrolować proces badań marketingowych i podział informacji biznesowych poprzez scentralizowanie w jednym środowisku technologii zbierania informacji różnymi kanałami i w różnych językach. Można także zaprojektować dynamiczne kwestionariusze online, włączając w proces zbierania danych elementy wizualne i multimedialne wspomagające badania marketingowe. Najważniejsze jest jednak to, że w środowisku Dimensions decydent może przeglądać wyniki analiz i badań w czasie rzeczywistym, co pozwala na szybką ich interpretację i pełne wykorzystanie. Pomimo, że Dimensions jest technologią oferowaną przez SPSS, to istnieje pełna integracja jego produktów z klasycznym pakietem MS Office. Zbierając dane, prowadząc analizy, raportując z Dimensions możesz publikować wyniki używając takich programów jak: MS Word, Microsoft Excel lub PowerPoint. Przykładowo, możesz zbierać informacje online, prosząc swoich klientów o wypełnienie odpowiedniej ankiety (jeśli dysponujesz serwisem klienta lub call center, możesz zadawać pytania podczas rutynowych kontaktów z klientem) lub gromadzić informacje zwrotne o kliencie. Niezależnie od metody, którą użyjesz, Dimensions pomoże Ci szybko i łatwo tworzyć ankiety i formularze, a przede wszystkim umożliwi scentralizowanie analizy danych i zapewni dostęp do wyników w czasie rzeczywistym (podczas przetwarzania danych).

Jest wiele sposobów uzyskania wiedzy o kliencie, a tym samym uczynienia jej wartościowym i użytecznym źródłem informacji w podejmowaniu decyzji biznesowych. Dzięki technologii Dimensions można zbudować profile klienta, nie tylko dzięki formalnym projektom badań marketingowych, ale także poprzez dodanie kilku „szybkich pytań” do rutynowych kontaktów z klientem. Można do badań ankietowych dodawać informacje pochodzące, na przykład, z wywiadów pogłębionych (dane tekstowe). W ten sposób w środowisku Dimensions dzięki Dimensions Data Model można łączyć dane z różnych źródeł z różnymi typami informacji biznesowych. Dzięki Dimensions można w pełni osiągać te cele bez zakłócania bieżących działań biznesowych oraz zaplecza technologicznego. Technologia ta umożliwia czerpanie informacji z wielu źródeł i dostarczanie wyników do różnych systemów szybko, wiarygodnie i w każdym języku. Produkty Dimensions są zaawansowane technologicznie, ale łatwe w obsłudze. Dimensions to kompleksowe środowisko analityczne i badawcze, w którym w różny sposób praca może być zaplanowana i wykonana.



**SPSS Polska**

ul. Raławicka 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)