

Az UniPoll az SDA Informatika "Your Business. Your Fame" fejlesztői verseny-győztes terméke.



Mennyire ismeri Ön a vásárlóit?

Útmutató egy hatékonyabb piacszerzéshez, okosabb termékfejlesztéshez és egy pontosabb képhez vásárlói kívánságairól...

Bevezetés

Örömünkre szolgál, hogy Ön is kezében tarthatja első e-könyvünket!

A kiadvány összeállításakor arra törekedtünk, hogy igazán hasznos, tömör olvasmányt adjunk közre, amely nélkülözi a már megszokott marketing szövegeket, színes, kihagyhatatlan ajánlatokat és soha vissza nem térő kedvezményeket.

Jelen kiadvánnyal az a célunk, hogy sallangoktól mentesen, egyszerű példákon keresztül bemutassunk Önnek egy korszerű eszközt és annak működését a gyakorlatban, amelyet ügyesen használva könnyedén megvalósíthatja üzleti céljait.

Bízunk benne, hogy törekvéseink valóban hasznos információkat nyújtanak Önnek és

ezáltal mi is hozzájárulhatunk vállalkozása sikeréhez!

Hogyan kerül Ön a képbe?

A partnerektől, ügyfelektől érkező visszajelzések és ezek kezelése elengedhetetlen sikerkéllékei minden folyamatosan fejlődő, modern vállalkozásnak.

Milyen a szolgáltatásom, termékem minősége? Elégedettek ügyfeleim az általam kínált szolgáltatásokkal? Mennyire elégedettek vele? Mit hiányolnak belőle? Hol helyeznek el vevőim a konkurensekhez viszonyítva? Miben tartják jobbnak a konkurenciát? Mi járhat az ügyfeleim fejében? Hogyan tudnék még vonzóbb ajánlatokkal előrukkolni?

Kiadványunkkal ezekre a kérdésekre adunk választ.

Tartalom

Útmutató vállalkozása
hatékonyabb működéséhez

3

Új piacok feltérképezése

4

Hatékony termékfejlesztés

5

Termékpozicionálás

6

Vevői elégedettség mérése

7

Öt tipp kérdőívezéshez

9

Az UniPollról

Új piacok feltérképezése

Egy új terület meghódítása mindig rizikós és kihívásokkal teli feladat. Rengeteg összetevő együttes megléte és együtt-állása szükséges ahhoz, hogy a kínálat valóban találkozzon a kereslettel és hasznot termeljen mindkét fél közös megegyezésére.

A legbizonytalanabb tényező mindig a vásárlói döntés, ami a vásárló benyomásai alapján születik meg. Ha a vevő másik terméket választ, az a befektetett munka tükrében súlyos veszteséget jelent vállalkozásának. Igyekszünk segítséget nyújtani abban, hogy elkerülje a buktatókat és hatékonyan ismerje meg a vevői igényeket.

Kérdőívek segítségével feltérképezheti vevői átlagéletkorát, megvizsgálhatja a nemek arányát, a lakóhely szerinti megoszlást és hasonló demográfiai adatokat. Ezeket az adatokat azért szokás megkérdezni kérdőívezéskor, hogy az összesítéskor létrejöjjön a fogyasztói célcsoport legjellegzetesebb tagja. A fogyasztói célcsoport megtestesítője lehet például 30-35 év közötti főiskolát végzett fővárosi férjezett nő, akinek, van gyereke és rendszeres havi jövedelemmel rendelkezik, de lehet akár 35-40 közötti megyeszékhelyen lakó férfi érettségivel, aki nőtlen és vállalkozó.

A célcsoport meghatározását követően már lehetnek elképzeléseink arról, hogy vevőink hogyan töltik munkán kívüli idejüket. Erre külön rá is kérdezhetünk a területünket érintő szempontból. Ha szolgáltatásunkat úgy tesszük elérhetővé vevőink számára, hogy az mind időben,

mind elérhetőségben kedvező számukra, az már félsiker. Egy fodrászüzlet esetén a várakozás alatt olvasható magazinokat vagy a berendezést alakíthatjuk a célcsoportunknak megfelelően, illetve napirendjükhöz igazíthatjuk a nyitva tartást. Ha ezt ügyesen tesszük, a várakozási idő is kevesebb lesz, esetleg felvehetők újabb fodrászok a forgalmasabb időszakokra.

Ha maradunk a fodrászüzlet példájánál és mondjuk van még szabad szoba a bérlet üzletben, de nem tudjuk, hogyan használjuk ki, kérdezzük meg vevőinket, hogy minek örülnének, milyen további szolgáltatásokat vennének igénybe! Örülnének egy szoláriumnak? Vagy érdemes lenne megosztani a bérletet egy manikűrössele? Esetleg a gyerekek elhelyezése jelent gondot a vevői számára? Egy játszósarok megoldása a gyerekek számára a várakozást?

A döntéseket mindig Önnek kell meghoznia. Mi megadjuk a mérlegeléshez a megfelelő eszközöket és segítünk cége egyéni igényei szerinti kialakításában, kezelésben.

UniPoll Szakértői Tipp

Próbálkozott már kérdőívezéssel és nem járt sikerrel? Megmutatjuk, hogyan védhetők ki a kudarcok. Lapozzon az Öt tipp kérdőívezéshez című fejezethez és nézze meg, mit ajánlunk!

Hatékony termékfejlesztés

A meglévő termékek folyamatos vizsgálata és fejlesztése minden vállalkozás számára hasznos lehet. Mit is jelent ez? Mindig érdemes megvizsgálni, hogy a vevők miért választják pont a mi termékünket vagy szolgáltatásunkat. A választások miatt választ ad arra a kérdésünkre is, hogy vajon miért nem választják másik termékünket vagy éppen a konkurenciáét.

Ne próbáljon a vevő fejével gondolkodni! Kérdezze meg, mi jár a fejében, mi motiválja választáskor! Ha jól tesszük fel kérdéseinket egy adott termékkel kapcsolatban, vevőink olyan válaszokat fognak adni, amelyek valóban segíteni fogják munkánkat. Az eredmények megmutatják, hogy mely területekkel kell többet foglalkoznunk és mely területekre lehetünk büszkéek. Egy marketing kampány kialakításánál például kimondottan érdemes a vevők által leginkább kiemelt erősségeinkre helyezni a hangsúlyt.

Kérdőívezésnél adjunk lehetőséget vásárlóinknak, hogy több szempont alapján is értékelhessék termékünket! Kérdezzük meg, hogy 1-5-ig terjedő skálán mennyire elégedettek mondjuk az

almánk kinézetével, ízével, árával, illetve, hogy mennyire ajánlaná vevőnk másnak is a termékünket!

A kérdőívező rendszerek automatikus riportjainak segítségével a kitöltési időszak lezárultát követően azonnal grafikonokon láthatja az eredményeket, így nem Önnek kell óráig az adatok elemzésével, kiértékelésével foglalkoznia vagy ezzel elemzőket megbízni. Grafikonokon azonnal látszik, hogy a kitöltők egyes kérdésekre mely válaszokat adták meg a legmagasabb számban.

UniPoll Szakértői Tipp

Kövesse a kitöltéseket akár a kitöltési időszak ideje alatt is! Publikálja kérdőívét és néhány nap múlva kattintson a Riportok menüpontra! Generáljon riportot és a részeredmények azonnal láthatóak lesznek! Alacsony kitöltöttség esetén küldjön emlékeztető e-maileket!



Termékpozicionálás

Ha folyamatosan fejleszti termékeit és már jól ismeri a vevőkörét, készítsen számukra személyre szabott ajánlatokat! Az érdeklődési körnek megfelelő ajánlat sokkal nagyobb valószínűséggel talál célba, mint a többi. A célzott hirdetések mindig hatékonyabbak az értékesítésben.

Okos kérdőívek segítségével lehetősége van arra, hogy vevőinek a kérdésre adott válaszaik alapján adhasson személyre szabott ajánlatokat.

Ha egy könyvesbolt például megkérdezi a vásárlóit, hogy milyen témájú könyveket szeretnek olvasni, akkor a válaszok alapján ajánlhat az ízlésüknek leginkább megfelelő témájú kiadványokat.

Személyes ajánlathoz első lépésben kérdezzük meg a kitöltőket, hogy mely témában olvasnak szívesen, majd az egyes témákhoz hozzunk létre kérdőív-oldalakat! Minden oldalhoz rendeljünk

megjelenítési feltételt, ami legyen a korábbi kérdésre adott válasz, minden oldalnál más. (Világirodalom esetében az a kérdőívoldal jelenjen meg, amelyik hivatkozása a világirodalmi ajánlatra mutat, stb.)

Ennek a beállításnak köszönhetően egy kitöltő csak egyetlen ajánlatot kaphat, a megadott válasza alapján. Weboldalunk megfelelő tartalmát belinkelve adhatunk ajánlatot. Minden ajánlattípushoz rendeljünk egy-egy oldalt egyéb elem (szöveg) típusú kérdésből és szúrjunk be a leírás mezőbe képet hivatkozással!

UniPoll Szakértői Tipp

Használjunk „lista egy választható értékkel” kérdéstípust és tegyük kötelezővé! Így a kitöltő nem megy végig a teljes kérdőíven, hanem számára a kitöltés az ajánlattal lezárul.



Vevői elégedettség mérése

A kérdőívezés egyik leginkább használt területe a vevői elégedettség mérése. Számtalan formában találkozhattunk már vele akár telefonos, papír alapú vagy elektronikus kérdőívezés útján. A célja az, hogy a vásárlók véleményét megtudjuk termékünkéről, szolgáltatásunkról. Sokféleképpen kérdezhetjük meg vevőinket — akik vagy felsorolják az általuk ismert termékeinket vagy listából választják ki — hogy mely termékünket használták és megvásárolják, hogy mennyire voltak vele elégedettek.

Egy ügyfélszolgálat mérése esetén megkérdezhetjük, hogy egy skálán hányasra értékelnék az ügyfélszolgálat elérhetőségét, az ügyintézés gyorsaságát, az e-mailekre érkezett válaszok minőségét, a kapott válaszok szakszerűségét vagy az operátorok felkészültségét.

Beállíthatjuk, hogy ha valamely szempontra előzőleg nagyon alacsony értéket adott a kitöltő, a program kérdezzen rá, hogy mi az alacsony értékelés oka, és

ehhez kapcsolódóan újabb kérdéseket tehetünk fel a témában. (Pl. „Kérem, pár mondatban írja le, hogy milyen kifogásai voltak az operátorok felkészültségével kapcsolatban!”)

Igazán sok kérdőívet használ? Egy professzionális kérdőív készítő szoftvertől elvárható, hogy bármely CRM rendszerrel vagy webáruházzal integrálható legyen!

Miért is jó ez? Az integrált működésnek köszönhetően automatikusan oszthat meg kérdőíveket például vásárlások után, ami a folyamatos és nagyszámú kitöltésnek köszönhetően hiteles mintát ad vevői elégedettségéről.

UniPoll Szakértői Tipp

Vevői elégedettség méréséhez használja táblázat típusú kérdéseinket!

A könnyű kitöltés miatt több kérdésre több szempontból is kaphat választ.



Öt tipp kérdőívezéshez

1. Átgondolt kérdések

Lényeges, hogy milyen sorrendben tesszük fel a kérdéseinket. A kérdés-sorunknak legyen egy következetes, értelmes logikája, amely alapján a válaszadó az egész kitöltés alatt pontosan tudja, hogy mivel kapcsolatos kérdésekre válaszol.

A kérdésre adandó válaszok megfogalmazásakor alaposan gondoljuk át, hogy biztosan minden lehetséges választ felsoroltunk-e, különösen, ha a kérdésünk megválaszolását kötelezővé tettük! Kötelező kérdéseknél fontoljuk meg az egyéb opció vagy a nem tudom válasz alkalmazását, adjunk meg egyedi szöveget az egyéb opcióhoz!

Használjunk több helyen „egyéb” vagy „nem tudom” opciót! Azoknál a kérdéseknél, amelyeknél nem gondolunk az egyéb opció megadására, pedig az a kitöltő szerint szükséges lenne, valótlan adatok fognak születni vagy a kitöltő megunja a kitöltést és hamar megszakítja a válaszadást.

Ne tegyünk kötelezővé minden kérdést! Ha egy kérdőívben minden kérdés kötelező és a válaszadó valamelyikre nem tud vagy nem akar válaszolni, az a kitöltés megszakadását eredményezheti.

2. Tömörség

Ismerjük meg a felhasználható kérdés-típusokat és válasszuk a kérdésünknek leginkább megfelelőt! Minél kevesebb kattintást, görgetést vagy gépelést

igényel egy adott kérdés megválaszolása, annál jobb lesz a kitöltési hajlandóság. Ne tegyünk fel olyan kérdéseket, amelyek válaszaival nem fogunk foglalkozni!

Kérdéseink legyenek rövidek! Mind a kérdések, mind a válaszok megfogalmazásakor törekedjünk a tömörségre és az egyértelmű megfogalmazásra!

Gyakori hiba, hogy témaváltáskor a kitöltők nem tudják biztosan, hogy az adott kérdés melyik témára vonatkozik. Törekedjünk arra, — különösen elágazások használatakor, — hogy kérdéseink legyenek önmagukban is értelmesek, helytállóak. Ha témát váltunk, tegyük világossá a kitöltő számára a kérdés megfogalmazásával vagy használjunk kérdéscsoportokat és jelenítsük meg azokat!

3. Relevancia

Tegyen fel célzott kérdéseket!

Elágazások segítségével biztosíthatja, hogy egy kitöltés során csak azok a kérdések jelenjenek meg, amelyek valóban csak a kitöltőre vonatkoznak. Ha például valakinek a médiafogyasztási szokásaira vagyunk kíváncsiak, megtehetjük, hogy készítünk egy televíziózásra és egy rádiózásra vonatkozó kérdéssort, majd e két téma tárgyalása előtt megkérdezzük, hogy egyáltalán hallgat-e rádiót, néz-e televíziót.

Megjelenítési feltételek segítségével állítsuk be, hogy az adott témakör kérdései csak akkor jelenjenek meg, ha a

Öt tipp kérdőívezéshez

kitöltő előzőleg azt válaszolta, hogy hallgat rádiót.

Ha nem használnánk elágazást a kérdőívben és a kitöltőnk minden rádiós kérdésünkre „nem tudom” vagy „nem vagyok érintett” válasszal lépnének tovább, valószínűleg a televíziós kérdésekig már el sem jutnának.

4. Több lapozás

Ha egy kérdőív betöltésekor a görgetősávon is látszik, hogy túl sok a kérdés, az könnyen elrettentheti a kitöltőt és féltő, hogy megszakad a kérdőív kitöltése vagy el sem kezdődik. A kérdőívek válaszainak mentése is oldalanként (a tovább gombra kattintva) történik, ezért is javasoljuk a kérdéssor több oldalra szedését. Egy lapon egyszerre annyi kérdést szerepeltessen, amennyi görgetés nélkül látszik a képernyőn, így a kitöltőnek sem fog soknak tűnni a megválaszolendő kérdések száma.

A nem végig kitöltött kérdőíveknél számít ez igazán, ahol az utolsó mentett oldalig rögzítésre kerülnek a válaszok.

5. Monitoring

Minden fejlesztést vagy változást követő felmérés újabb változásokkal jár, amelyeket érdemes folyamatosan mérni. Ha megkérdeztük alkalmazottainkat a munkakörnyezetükről és ennek nyomán változások történtek, kérdezzük meg őket ismét arról, hogy mennyire elégedettek a megváltozott körülményekkel! Ha elégedettek, akkor is célszerű őket később újból megkérdezni, hogy továbbra is elégedettek-e a körülményekkel. Ha nem, akkor azért érdemes megkérdezni őket, mert közelebb kerülhetünk ahhoz, hogy milyen változtatásokkal tehetjük jobbá alkalmazottaink munkakörülményeit. Kedvezőbb környezetben szívesebben dolgoznak és jobban teljesítenek alkalmazottaink.

A példa más területeken is alkalmazható: a folyamatos kérdőívezés segít, hogy megismerjük vevőink véleményét, változó igényeiket, hogy naprakészek legyünk a rólunk kialakult képről és hogy rugalmasan követhessük a piac változásait.



Az UniPollról

Mi is az az UniPoll és mire használhatom?

Az UniPoll egy kérdőívkészítő rendszer, amelyet úgy fejlesztettünk ki, hogy Ön minél egyszerűbben, minél kevesebb időráfordítással professzionális kérdőíveket hozhasson létre. Egy olyan eszközt szeretnénk az Ön figyelmébe ajánlani, amihez hasonlóval találkozhatott már, és most azt is megmutattuk, hogyan tudja okosan használni úgy, hogy az kézzel fogható eredményeket hozzon.

Hogyan hozhat nekem eredményeket, vevőket az UniPoll?

Jelen kiadvánnyal olyan tippeket adtunk, amelyeket végigkövetve könnyedén megállapíthatja, hogy melyek vállalkozása erősségei, mik lehetnek az Önéhez hasonló vállalkozások nehézségei és milyen fejlesztési vonalon érdemes elindulnia.

Hogyan kezdjek hozzá? Mire lesz szükségem?

Az UniPoll kérdőívkészítő rendszer kezeléséhez nem kell egy bonyolult szoftvert telepítenie, majd megtanulnia annak használatát a kezelési útmutató hosszas tanulmányozása során. Az UniPollt úgy készítettük el az Ön számára, hogy használatához csupán egy internetkapcsolattal rendelkező számítógépre legyen szüksége.

Felületeinket úgy terveztük, hogy azok egyértelműek legyenek és minden gomb csak akkor jelenjen meg, amikor szükség van rá.

A kezdéshez nyissa meg számítógépe böngészőjével a www.unipoll.hu címet, regisztráljon és már szerkesztheti is saját kérdőívét!

Technológiai hátterünk

Az UniPoll platformját biztosító Windows Azure egy több foci pályányi méretű szerverparkban működik. Itt tárolódnak el adataink, illetve a program szolgáltatásai is ezen a szerverparkon keresztül futnak. Ha a programot túlzott terhelés érné, azonnal új szolgáltatás indul, ezzel biz-



2011

Az UniPoll 2011. júniusában abszolút győztesként került ki a Microsoft által kiírt "Your Business. Your Fame." fejlesztői verseny hazai mezőnyéből.

A 20 beérkezett pályázatot háromtagú szakmai zsűri értékelt a megoldás újszerűsége, a mögöttes üzleti modell megvalósíthatósága, illetve a felhő-számítástechnika által kínált lehetőségek kihasználásának figyelembe vételével.

tosítva a zökkenőmentes működést. Az adatok tárolását és a szolgáltatások rendelkezésre állását így a Microsoft szavatolja.

A Windows Azure tartalmaz egy kockázatközpontú programot, amely felkutatja és megjelöli azokat a pontokat, amelyek a rendszer biztonságát és működését veszélyeztetik. Szigorú biztonsági szabályozását a Windows Azure folyamatosan frissíti és karbantartja, mindezt garantált, 99,9%-os rendelkezésre állás mellett. Mi is bízunk a Microsoft szakértelmében, ezért tettük le a voksunkat a Windows Azure mellett.

Felmerülhet Önben a kérdés, hogy mennyire biztonságos az adatok Azure felhőben való tárolása. A Microsoft folyamatosan fejleszti Azure platformját, így az naprakész a külső támadásokkal szemben, legyen szó privát vagy nyilvános felhőkörnyezetekről.

Az Azure szolgáltatását használó óriáscégek neve önmagában is garancia a biztonságra: 3M, Európai Környezetvédelmi Ügynökség (EEA), Associated Press.

Bízva abban, hogy sikerült felkeltenünk érdeklődését, várjuk jelentkezését, kérdéseit elérhetőségeinken!

Az UniPoll rendszer integrált működéséről és annak lehetőségeiről érdeklődjön munkatársainknál!



SDA Informatika Zrt.

1117 Budapest, Budafoki út 59.

Tel: +36 (1) 209-4748 /548

Fax: +36 (1) 386-60-22

E-mail: support@unipoll.hu

www.unipoll.hu



Custom Development Solutions
Mobility Solutions
Data Management Solutions

