

Innowacja w zarządzaniu satysfakcją użytkowników w obszarze e-commerce



Zbigniew Nowicki

opiniac.com
Customer Experience Management

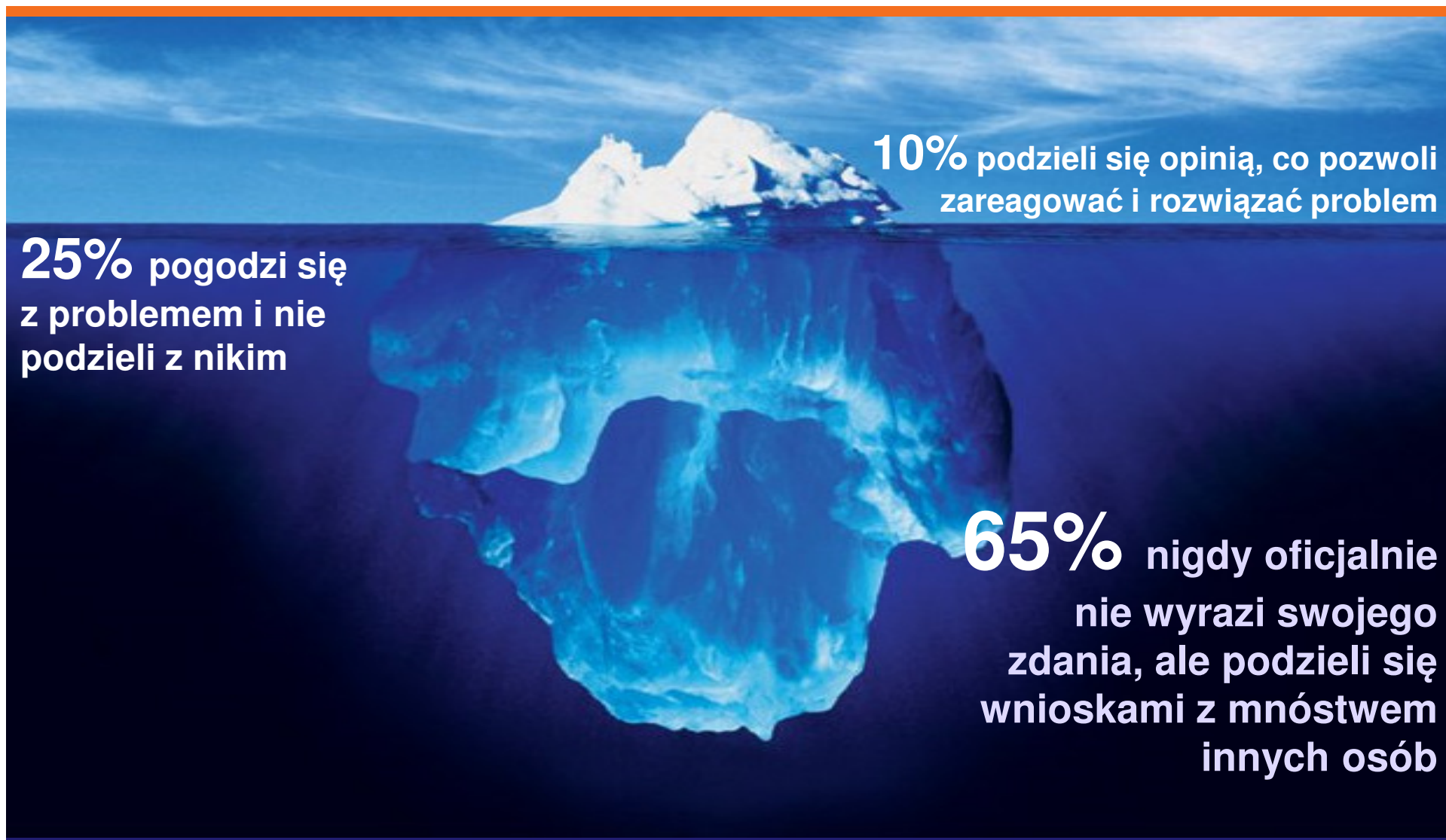
Góra lodowa



10% na powierzchni

90% pod wodą

Góra lodowa satysfakcji



W poszukiwaniu lepszej konwersji

80%+

firm, które posiadają plan na rozwój marki w mediach cyfrowych, wdraża wskaźniki oceny efektywności i monitoring satysfakcji w celu poprawienia wyników konwersji.

eMarketer 2010 Digital Brand Expression report

Wiedza – podstawą dla wzrostu satysfakcji użytkowników

Obiektywne dane [np. statystyki internetowe]



- Analiza ruchu użytkowników
- Rejestracja zdarzeń
- Wizualizacja i ocena konwersji



Subiektywne dane [np. badanie opinii użytkownika]



- ☺ Opinie dotyczące serwisu, oferty, procesu zakupowego itp.
- ☺ Postulaty z zakresu oczekiwań i potrzeb użytkowników
- ☺ Wskazówki dla użyteczności, dostępności i przyjazności działania serwisu, a także ocena jakości obsługi

Dlaczego należy dbać o poziom satysfakcji użytkowników?

☺ Na każdego klienta, który zdecyduje się mówić, przypada 25 innych, którzy milczą.

☺ **opiniac.com** pozwala **słuchać "mówiących"**, aby na podstawie ich komentarzy kształtować rozwój serwisu internetowego.

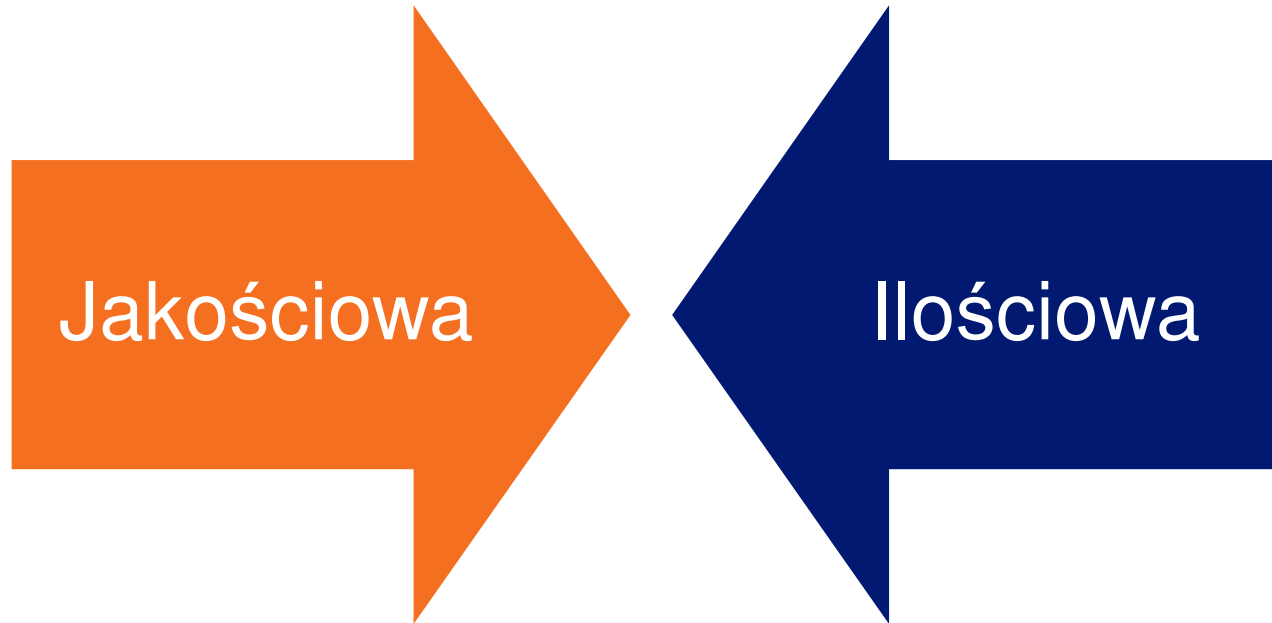


The White House Office of Consumer Affairs Eastbridge Consulting Group

Wykorzystanie potencjału zaangażowanych użytkowników



Typ gromadzonej informacji



Subiektywne odczucia i komentarze użytkowników w odniesieniu do treści, sposobu prezentacji, nawigacji, zaufania, jakości obsługi, itd..

Indywidualna ocena użytkowników według zdefiniowanej skali w odniesieniu do parametrów i kryteriów poddanych ewaluacji.

Typ gromadzonej informacji

- Ocena treści, wyglądu, użyteczności
- Pomiar satysfakcji użytkownika
- Komentarze i sugestie

Wrażenia



- URL (uwzględniając składnię dynamiczną)
- Adres IP konsumenta
- Podstawowe dane systemowe

System



- Czas od wyświetlenia strony do oceny
- Data i czas wypełnienia ankiety
- Odpowiedzi na pytania uzupełniające

Dodatkowe



Rodzaje badań wraz z profilami ankiet

Ocena jakości serwisu

- jakość treści i przyjazność serwisu dla użytkowników
- łatwość w poruszaniu się po serwisie i atrakcyjność szaty graficznej
- oczekiwane zmiany w serwisie i poziom satysfakcji z korzystania ze strony

Ocena procesu zakupowego

- opinie na temat katalogu oraz rekomendacje dla wzbogacenia asortymentu
- ocena oferty na poziomie wyszukiwarki, kategorii oraz produktu
- gromadzenie powodów dla, których użytkownicy rezygnują z zakupów

Badanie skuteczności formularzy

- ocena i analiza użytkowników korzystających z formularza rejestracyjnego
- komentarze użytkowników porzucających proces rejestracji
- weryfikacja przystępności wprowadzania danych

Badanie efektywności mailingu

- badanie opinii na temat jakości i przydatności treści mailingu
- ocena prezentowanej w korespondencji oferty
- ewaluacja estetycznego wyglądu mailingu, identyfikacji z marką

Integracja opiniac.com z platformą Facebook

Udostępnienie w obszarze ankiety przycisku „**Lubię to!**” lub „**Rekomenduję!**”, bezpośrednio odnoszącego się do serwisu lub stron podlegających ocenie użytkownika.

Informacja o poleceniu serwisu Klienta, wyświetlana jako:

- ☑ Wzrost licznika fanów serwisu Klienta
- ☑ Komunikat na tablicy Facebook dla użytkownika wypełniającego ankietę
- ☑ Na tablicy Klienta na Facebook, którego serwisu WWW dotyczy badanie

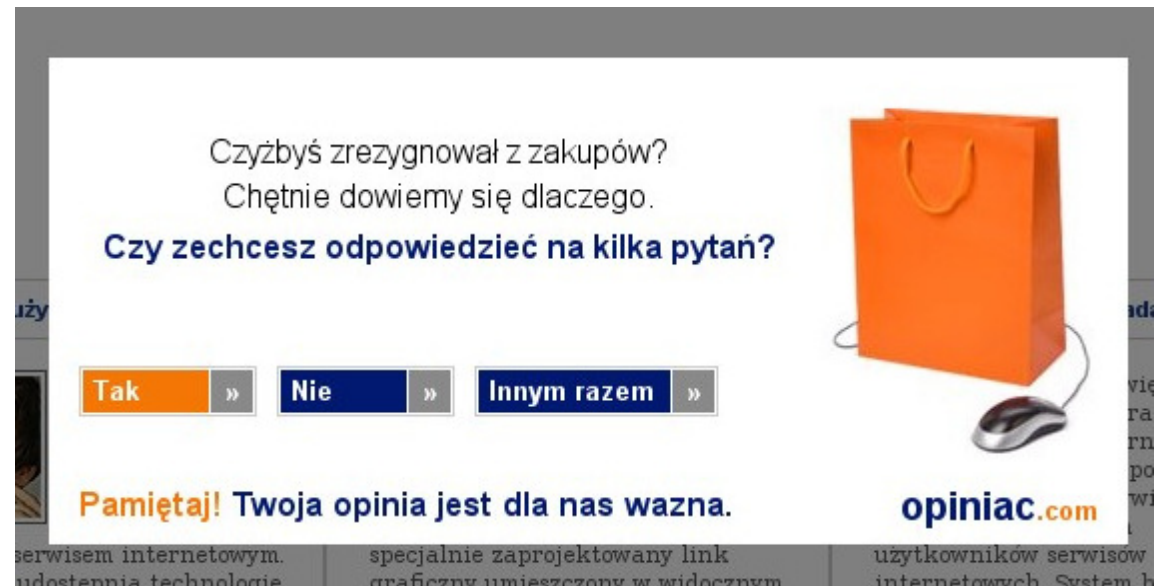


Przykład ankiety w ramach koszyka i procesu zakupowego

Badanie koszyka pozwala gromadzić sugestie użytkowników

DLACZEGO?

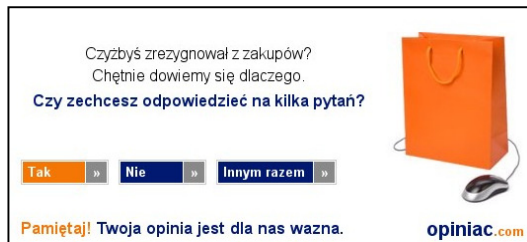
- ☑ użytkownicy zaniechali kontynuacji procesu zamówienia
- ☑ zdecydowali się zamknąć stronę z koszykiem
- ☑ mieli problem z dokonaniem zakupów



Warianty analizy przerwane go procesu zakupowego

Okno
zapytania
o opinię

- ☺ Łagodne zapytanie i mniej intruzywna forma
- ☺ Niższa ilość wypełnień ankiet
- ☺ Brak możliwości oceny, ilu użytkowników decyduje się na późniejszą odpowiedź



Czybyś zrezygnował z zakupów?
Chętnie dowiemy się dlaczego.
Czy zechcesz odpowiedzieć na kilka pytań?

Tak » Nie » Innym razem »

Pamiętaj! Twoja opinia jest dla nas ważna. opiniac.com

Bezpośrednie
wyświetlenie
ankiety

- ☺ Wyższa skuteczność ilościowa badania
- ☺ Potencjalnie wyższa jakość danych
- ☺ Porównanie stosunku ankiet wypełnionych, odrzuconych i odłożonych



empik.com Zapraszamy do anonimowego wypełnienia ankiety, która pomoże usprawnić naszą stronę

Oceń jakość informacji prezentowanych na obecnej stronie sklepu empik.com

Czy prezentowane tutaj informacje są dla Ciebie pomocne?
 Tak Nie

Dlaczego?

Czy w ramach sprawowania sklepu empik.com obecna strona należy:
Wybierz:

Twoja sugestia usprawni

Czy jesteś zainteresowany zakupem e-booków?
 Nie: Wybierz: Tak

Zakończ ankietę

opiniac.com Zasady użytkownika | O systemie



Przykład

 Oceń stronę >>

Grafika do umieszczenia na stronach sklepu internetowego

Przykładowa ankieta dla sklepu internetowego

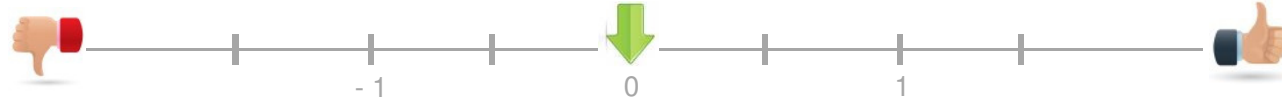
LOGO Firmy

Zapraszamy do anonimowego wypełnienia ankiety, która pomoże usprawniać działanie naszej strony dla Państwa.

1. Proszę wybrać kategorie produktów, których brakuje w naszym sklepie?

- Telewizory 3D Tablety Telefony internetowe
 DVD samochodowe Komputerowe programy biurowe
 Inne. Proszę wpisać sugestię

2. Jak oceniają Państwo przydatność naszego sklepu dla realizacji swoich zakupów?



2. Czy są to Państwa kolejne zakupy w sklepie?

- Nie, po raz pierwszy dokonuję zakupów w tym sklepie
 Tak. Co zdecydowało o ponownych zakupach?

3. Czy spotkali się Państwo z problemami podczas realizacji procesu zakupowego?


4. Skąd dowiedzieli się Państwo o naszym sklepie?



5. Jaki był powód wizyty na naszej stronie internetowej?



6. Podziel się informacją na temat sklepu ze znajomymi

 **Lubię to!**

opiniac.com

opiniac.com [Zasady używania](#) | [O systemie](#)

Zakończ ankietę



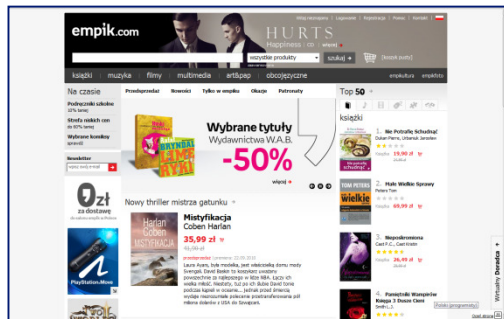
Rozkład gromadzonych informacji



% spośród użytkowników chcących wyrazić swoje zdanie

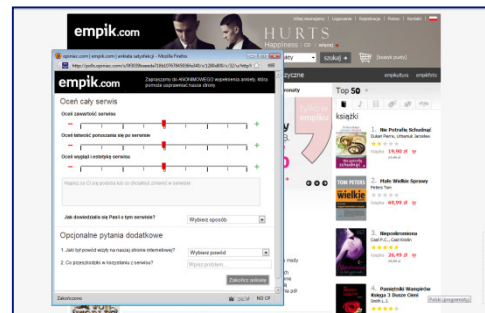
Wdrożenie platformy opiniac.com – 3 proste kroki

Etap 1 - Strona



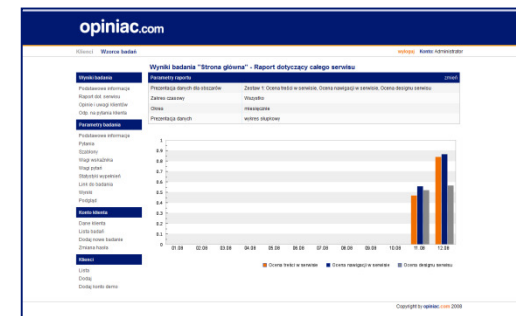
- ☺ Zdefiniowanie zagadnień, wątpliwości i niewiadomych, wymagających pozyskania wiedzy od użytkowników.
- ☺ Opracowanie typów i treści ankiet dla poszczególnych podstron.
- ☺ Konfiguracja badania.

Etap 2 - Badanie



- ☺ Publikacja ankiet na stronach serwisu WWW.
- ☺ Uruchomienie badania.
- ☺ Korekty i optymalizacja struktury badania.

Etap 3 - System



- ☺ Gromadzenie i analiza opinii użytkowników.
- ☺ Podsumowanie w postaci rekomendacji zmian i innowacji na stronie.
- ☺ Integracja z Google Analytics

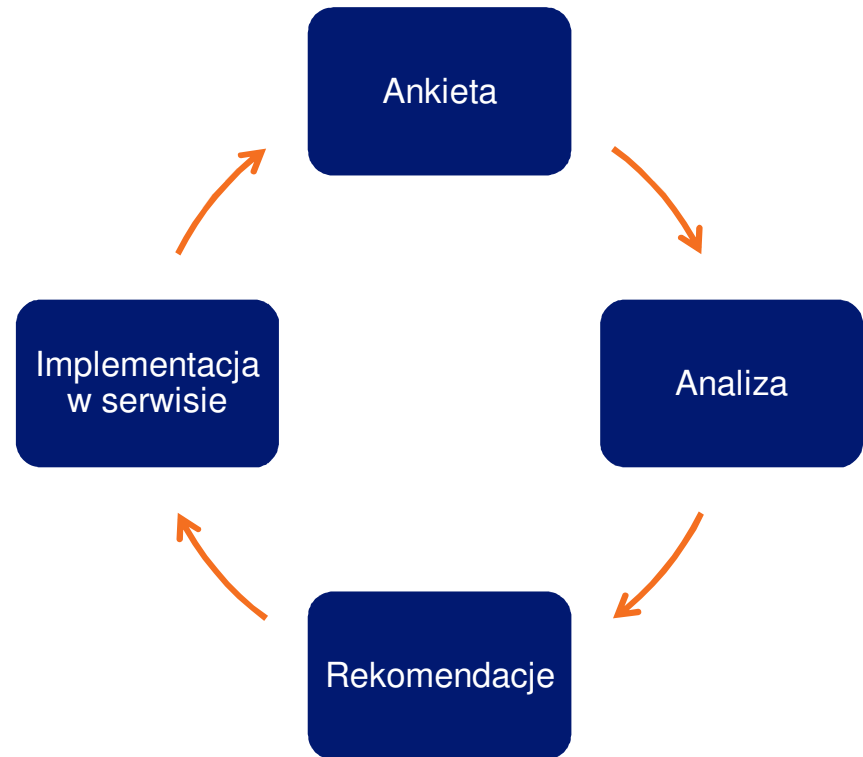
Prezentacja w oparciu o wdrożenie platformy opiniac.com w www.empik.com, demo URL: <http://panel.opiniac.com/site/demo/>

Pozyskana wiedza podstawą zmian w serwisie

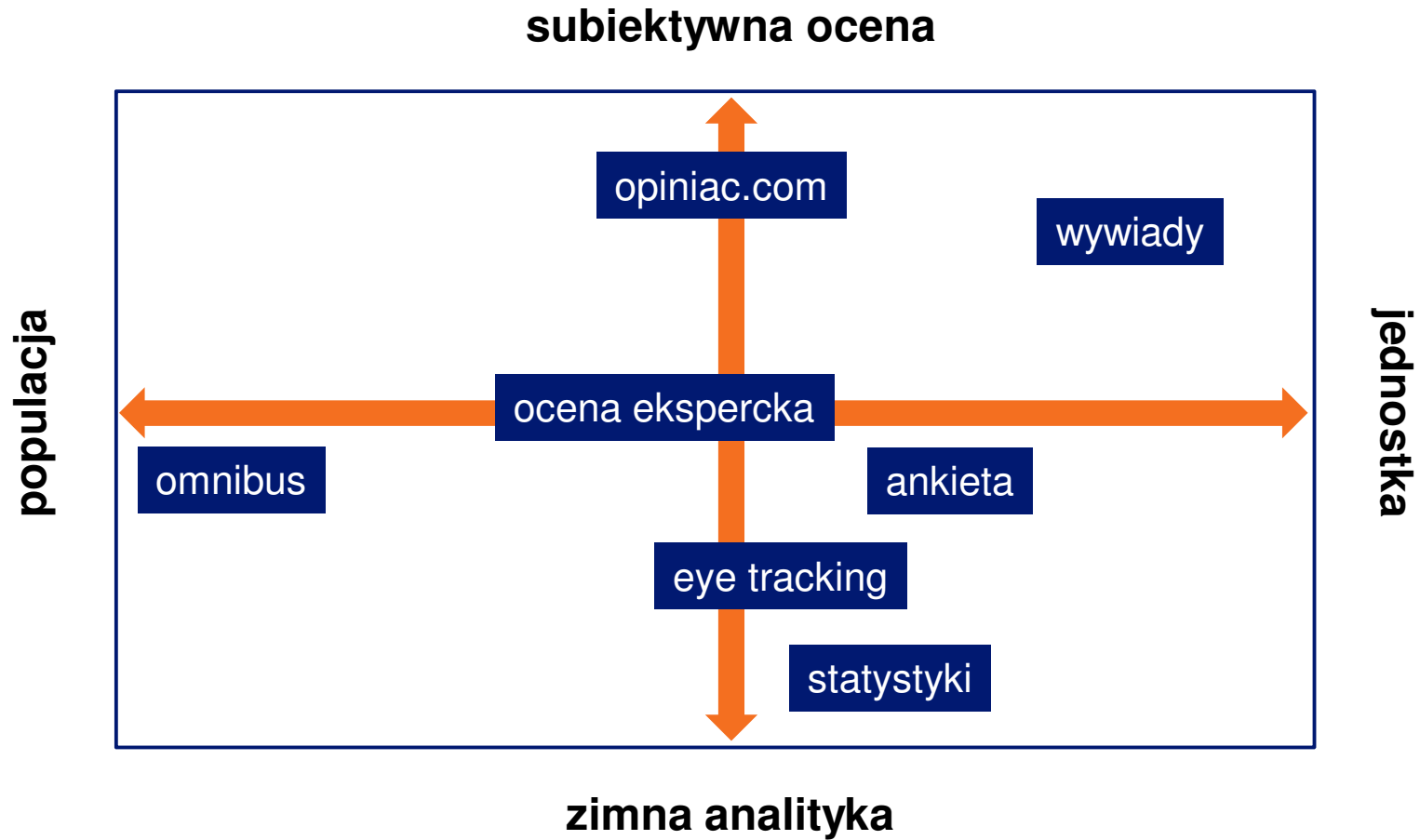


Przyczyna i skutek w doświadczeniach użytkownika

- ☺ Analiza satysfakcji użytkownika jest kluczowa dla realizacji celów biznesowych.
- ☺ Platforma **opiniac.com** pozwala mierzyć zdefiniowane kryteria doświadczeń: ogólna satysfakcja oraz charakterystyczne cechy indywidualne.
- ☺ **Dokonując ciągłej oceny danych, można przewidywać przyszłe zachowania użytkownika i kształtować jego decyzje.**

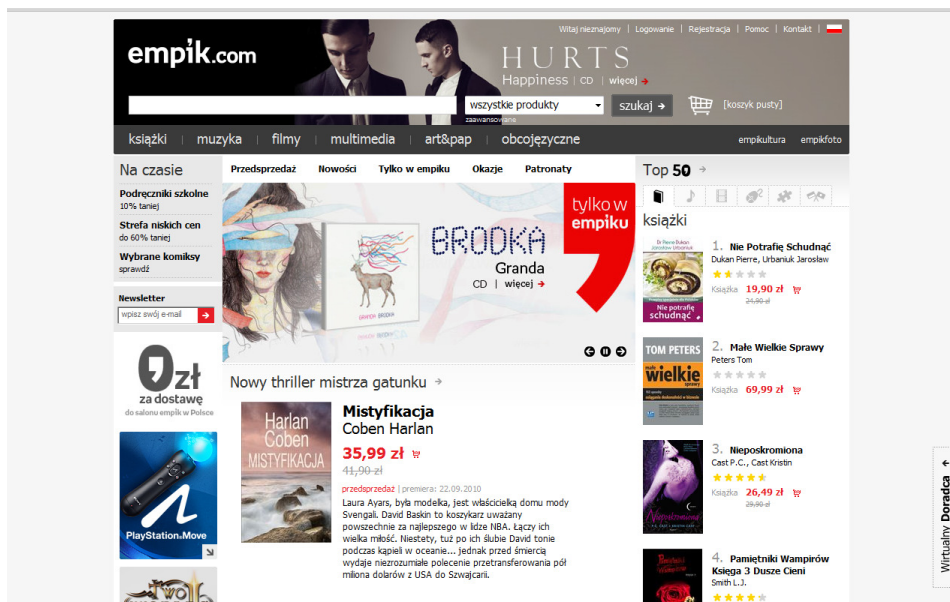


Przewaga kompetencyjna – otoczenie



Ogólne badanie satysfakcji empik.com – przykład

Przyjęty cel: zmiana szaty serwisu, wzrost konwersji, klarowność segmentacji i jakości przekazu.



- ☺ Czy użytkownicy zaakceptowali zmianę grafiki i logiki serwisu?
- ☺ Które elementy komunikacji są najefektywniejsze?
- ☺ Które elementy i moduły nastroczą użytkowników?
- ☺ Jakiego rodzaju funkcjonalności brakuje stronie?
- ☺ Opinie o popularności i przydatności produktów vs ich wyszukiwanie i prezentacja

Badanie jakości sklepu merlin.pl – przykład

Przyjęty cel: Poprawność segmentacji produktów, potrzeby użytkowników i wpływ na konwersja

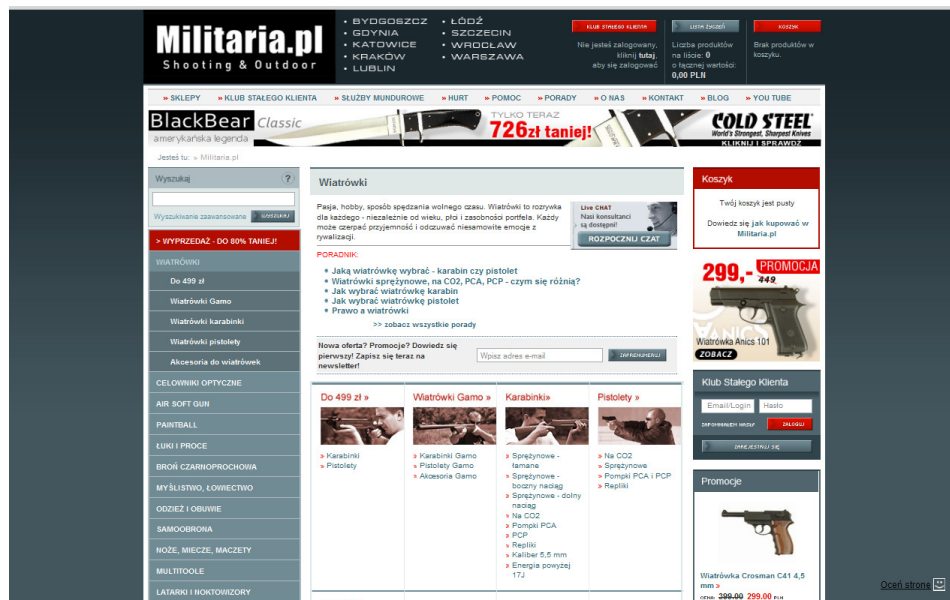
The screenshot shows the merlin.pl website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Szukaj:' and 'wszystkie działy'. Below it, a sidebar lists categories like 'Książki', 'Podręczniki', 'Muzyka', etc. The main content area features a 'Przeczytaj i posłuchaj!' section with book and music recommendations, including 'Killing Bono' and 'Spider-Man - Turn Off The Dark'. A large green banner advertises 'Letnia wyprzedaż do 85% taniej!'. Below that, a blue banner offers 'Podręczniki szkolne do 10% taniej!' with a list of school levels and classes. On the right, there are promotional boxes for 'klubmerlina' and 'Oferta dnia!' featuring a book by Brian McGilloway.

- ☺ Czytelność i poprawna prezentacja oferty.
- ☺ Ocena przyjazności składania zamówienia.
- ☺ Ewaluacja przejrzystości i architektury serwisu.
- ☺ Zbieranie potrzeb i oczekiwań użytkowników.
- ☺ Ocena działań marketingowych merlin.pl dla poprawy konwersji.

Badanie segmentacji produktów militaria.pl – przykład

Przyjęty cel: odrębna analiza satysfakcji i konwersji przypadająca na produkt i segment.

- ☒ Zbieranie opinii o popularności i przydatności produktów vs ich wyszukiwanie i prezentacja.
- ☒ Dlaczego wybrane kroki zamówienia sprawiają problemy?
- ☒ Które elementy i moduły nastęrczają problemów użytkownikom?



Odbiorcy platformy opiniac.com

Nasi Klienci



Nasi Partnerzy



opiniac.com – referencje

Pracując nad rozwojem empik.com wykorzystujemy na stałe badanie satysfakcji użytkowników opiniac.com. Dzięki pozyskanym informacjom jesteśmy w stanie optymalizować ekspozycję i wyszukiwanie produktów, jak również usprawniać proces zakupu i zamówienia. opiniac.com to rozwiązanie, które otwiera oczy na potrzeby użytkowników.

Michał Tomaniak

General Manager EMPIK.com

Platforma opiniac.com działa w militaria.pl od 2009 roku. Nasza współpraca ma charakter rozwojowy. Zaczynaliśmy od ogólnego badania potrzeb naszych użytkowników, by następnie wdrożyć bardziej zaawansowane narzędzia analizujące powody porzucenia zakupów oraz monitorujące wskaźnik NPS. Polecam opiniac.com każdemu, kto myśli poważnie o rozwoju swojego e-commerce.

Tomasz Szulc, militaria.pl

Dyrektor Marketingu i eCommerce

Sklep internetowy praktiker.pl jest względnie młodym rozwiązaniem na rynku polskim. Od początku funkcjonowania sklepu założyliśmy planowanie naszego rozwoju, w oparciu o analizę danych o klientach. Ruch monitorujemy poprzez Google Analytics, natomiast w uzupełnieniu: oczekiwania i nastroje użytkowników bada narzędzie opiniac.com. Patrząc na dotychczasowe rezultaty, wysoko oceniamy opiniac.com, jako rozwiązanie do pomiaru i oceny satysfakcji klientów internetowych.

Krzysztof Włodarczak

Koordynator ds. marketingu internetowego praktiker.pl

opiniac.com – w głównych liczbach

300 000+

- wypełnionych ankiet badawczych

1 000 000+

- unikalnych użytkowników

1 750 000+

- wyświetleń ankiet badawczych

Dane statystyczne opiniac.com, grudzień 2011

Warto pamiętać – Kto pyta, nie błądzi!

- ☺ Warto korzystać z badań o charakterze jakościowym, które wykorzystują **zaangażowanie użytkowników**.
- ☺ Oceniając najważniejsze elementy w doświadczeniu konsumenta, **zyskuje się perspektywę** w stosunku do własnych przekonań i utartych schematów.
- ☺ **Pomiary i analiza satysfakcji to łatwy ale długi proces, zdecydowanie wart każdej wydanej złotówki, która wróci się z nawiązką!**



Na start oferujemy **BEZPŁATNE** przetestowanie platformy

- ☺ Wersja testowa jest dostępna przez **1 miesiąc** z opcją przedłużenia o dodatkowy miesiąc w trakcie rozmów dla zachowania ciągłości badań.
- ☺ Dostępna jest **kompletna funkcjonalność systemu** z ograniczeniem wyłącznie do ankiety podstawowej – pytającej o najpopularniejsze wśród klientów platformy kwestie.
- ☺ Sama **instalacja badania jest prosta**, podobna do wpięcia Google Analytics.
- ☺ Zebrane dane pozwalają poznać faktyczne **zalety rozwiązania**.
- ☺ W podsumowaniu testu zakładamy spotkanie i **raport z omówieniem zgromadzonych danych i wyników**.



[Wypróbuj platformę
opiniac.com](https://opiniac.com)

Dlaczego należy dbać o satysfakcję użytkowników?



70% klientów niezadowolonych z usług lub produktów, **wróci!** Jeśli uda się wciągnąć ich w dialog i rozwiązać problem.



Dziękuję.

Zbigniew Nowicki
z.nowicki@opiniac.com
+48 502 593 293



opiniac.com
Customer Experience Management