

# Przełom w zarządzaniu Web User Experience

Zbigniew Nowicki  
2008 – 2010

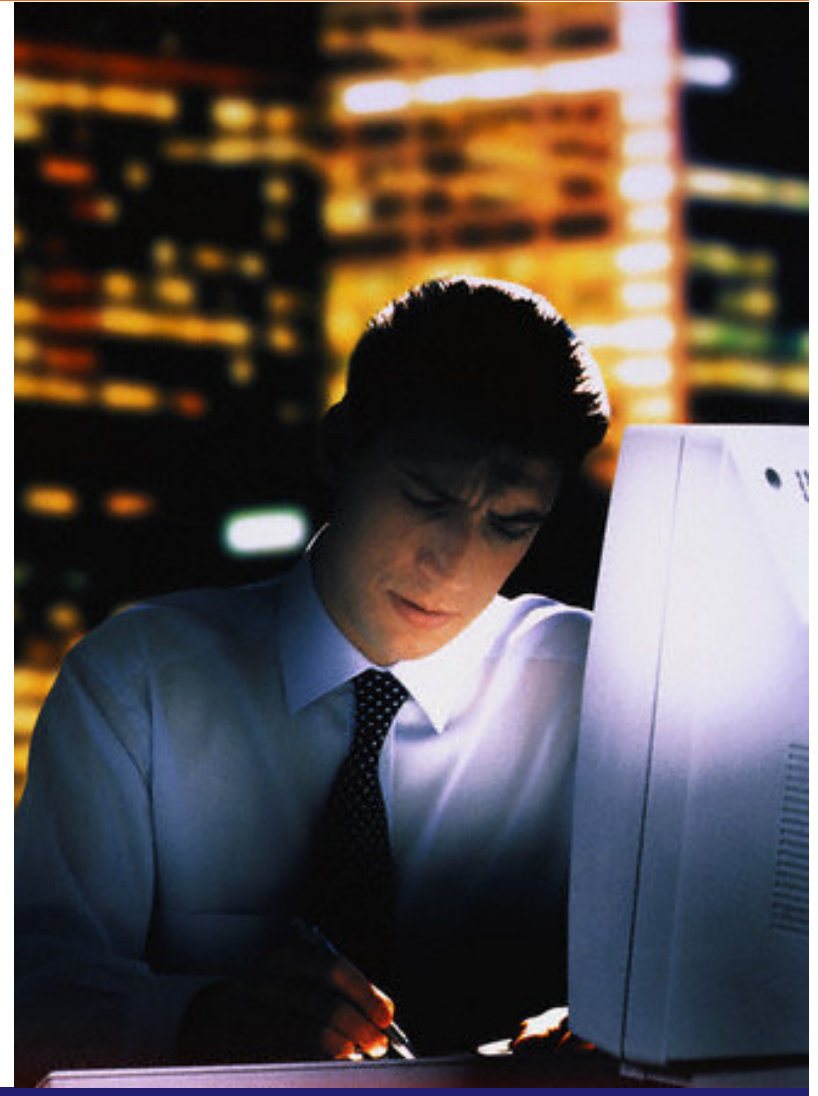


**opiniac.com**

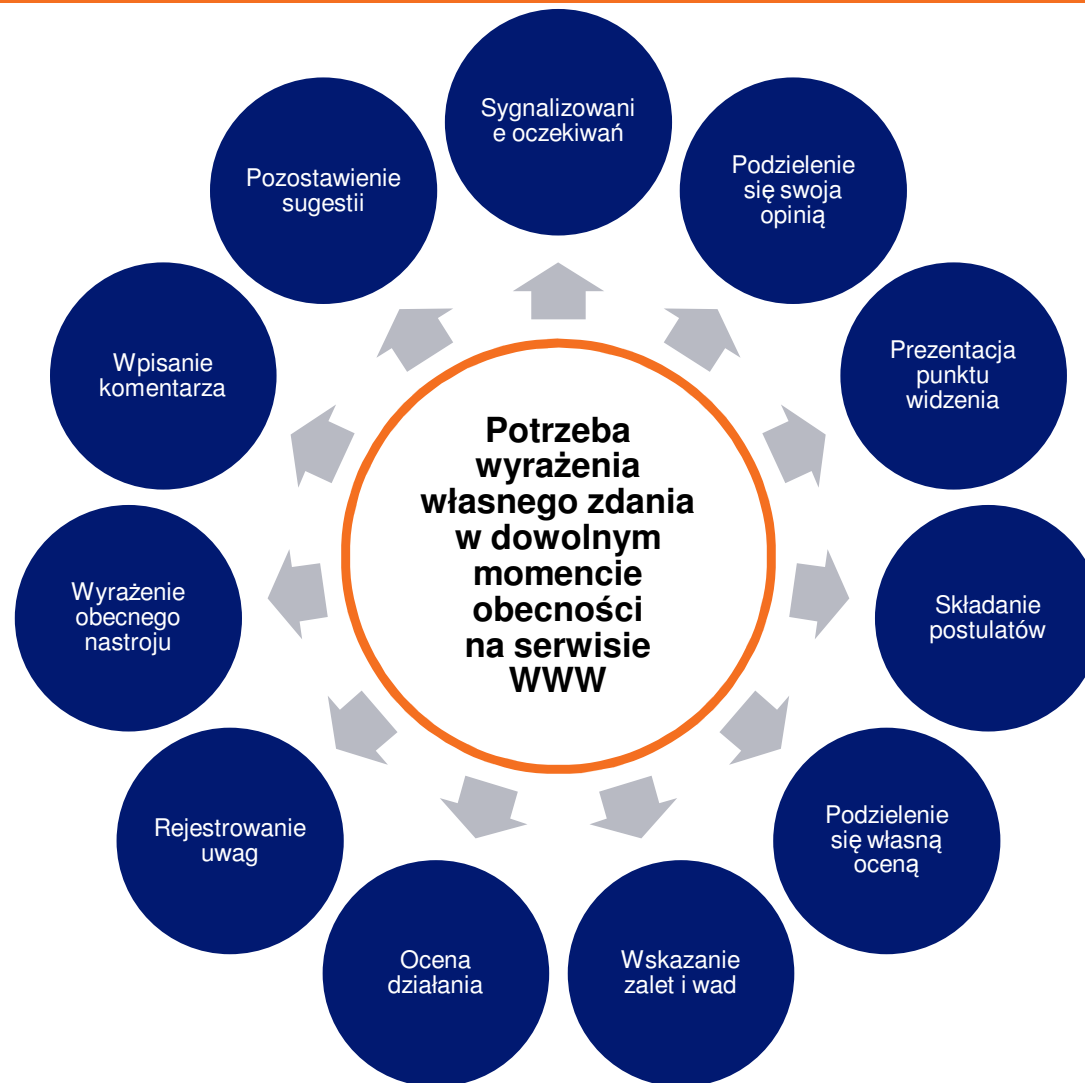
# Filozofia działania

W dowolnej chwili pozwalamy konsumentom **oceniać jakość** Twojego serwisu Internetowego oraz słuchamy i analizujemy ich komentarze.

Tylko w ten sposób jesteśmy w stanie zdobyć bezcenną wiedzę, aby kształtować rozwiązanie **optymalnie dopasowane** do potrzeb odbiorców.



# Potrzeba zaangażowanych użytkowników



# Korzyści gromadzenia i analizy opinii

- ☺ Zwiększenie dostępności i użyteczności strony dla konsumentów
- ☺ Poprawa wyniku sprzedaży w skutek częściej finalizowanych transakcji
- ☺ Obniżenie kosztów badawczych i wdrożeniowych
- ☺ Podniesienie efektywności komunikacyjnej stron
- ☺ Odciążenie tradycyjnych kanałów zgłoszeń typu call center lub live chat
- ☺ Redukcja kosztów wsparcia, pomocy technicznej oraz usuwania usterek
- ☺ Operowanie i gromadzenie odczuć całościowej populacji odwiedzającej serwis



# Rynek dla usługi

- ☒ Usługa jest adresowana do rynku **B2B** i jest dostępna w ramach **licencji ASP**.
- ☒ Rozwiązanie adresujemy dla serwisów internetowych o minimalnym ruchu **100-200k wizyt** miesięcznie, rozbudowanej funkcjonalności oraz procesach dla użytkownika.
- ☒ **Internacjonalizacja**: sprzedaż rozwiązania winna mieć charakter międzynarodowy. Lokalizacja platformy w zakresie konsoli i modułu klienta jest b. prosta, support wdrożeniowy i powdrożeniowy łatwy do standaryzacji.
- ☒ Grupą celową są serwisy, dla których każde ich **usprawnienie podnosi dalszą efektywność** działań [procesów, konwersji, dostępności i relewantności]:

Typ serwisu	Rola rozwiązania
<b>Duże serwisy korporacyjne</b>	Element monitorowania poprawności, kompletności informacji, oceny prowadzonych działań marketingowych lub kondycji marki i satysfakcji kontaktu z marką.
<b>Platformy e-commerce</b>	Element monitorowania krytycznych elementów skuteczności rozwiązań: prezentacji oferty, formularzy zakupowych, przejrzystości procesu zakupu i zamówienia.
<b>Platformy e-care i selfcare</b>	Odciążenie kontaktu przez chatline lub callcenter. Element monitorowania krytycznych elementów skuteczności rozwiązań: formularzy obsługowych, przejrzystości procesu.
<b>Serwisy UGC</b>	Element partycypacji użytkowników w serwisie, możliwość natychmiastowego podzielenia się opinią i komentarzem.
<b>Wydawcy i ogłoszenia</b>	Element oceny funkcjonalności, jakości i relewantności kontentu.



# Gromadzone dane

---

- Ocena całkowita
- Ocena Treści / Wyglądu / Użyteczności
- Sekcja lub strona oceny
- Komentarze i sugestie w formie otwartej
- Odpowiedzi na pytania standardowe

Wrażenia



- URL (uwzględniając składnię dynamiczną)
- Adres IP konsumenta
- Wersja przeglądarki
- Wersja systemu operacyjnego
- Rozdzielczość ekranu

System

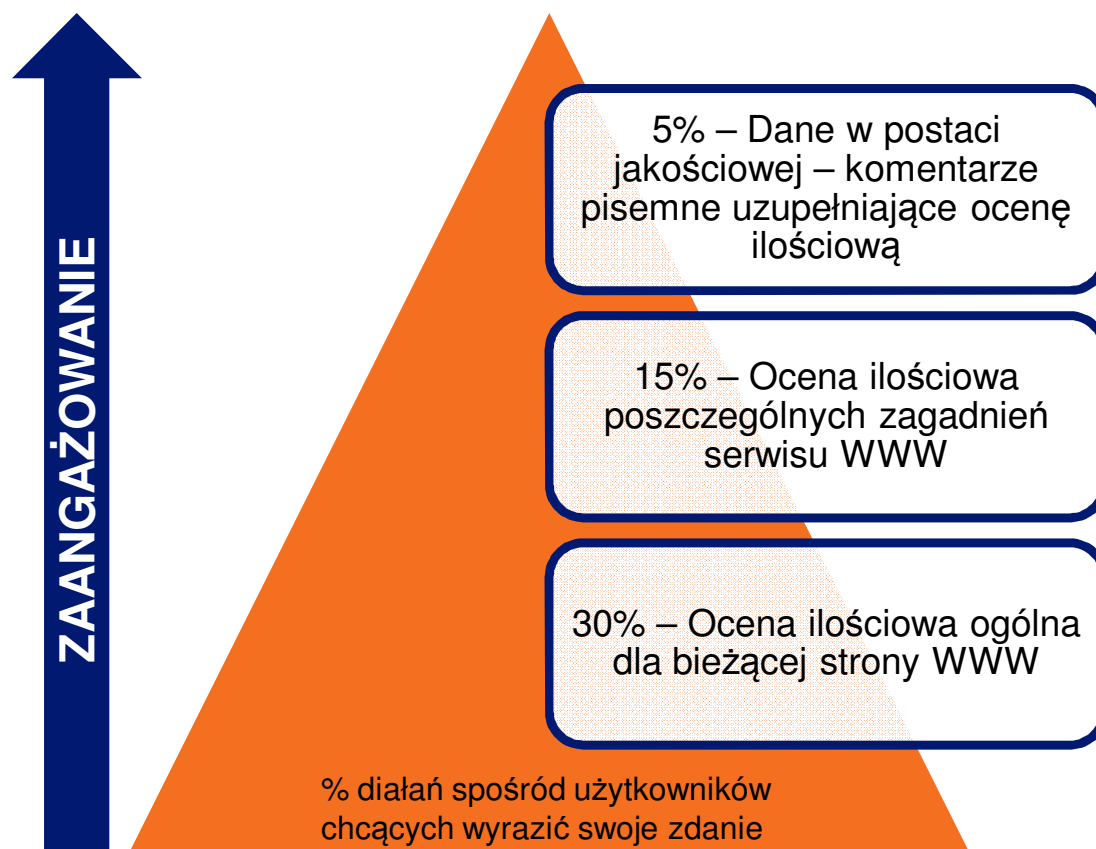


- Czas od wyświetlenia strony do oceny
- Data i czas zgłoszenia
- Odpowiedzi na dodatkowe pytania zdefiniowane klienta

Dodatkowe

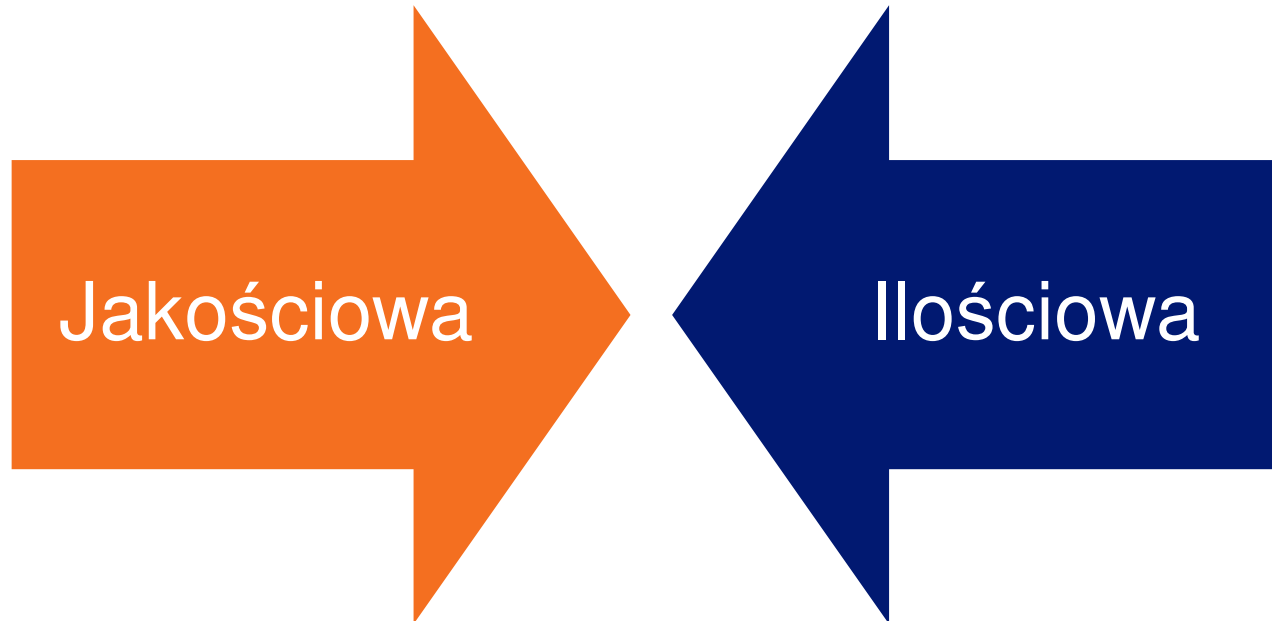


# Rozkład gromadzonej informacji



# Typy gromadzonej informacji

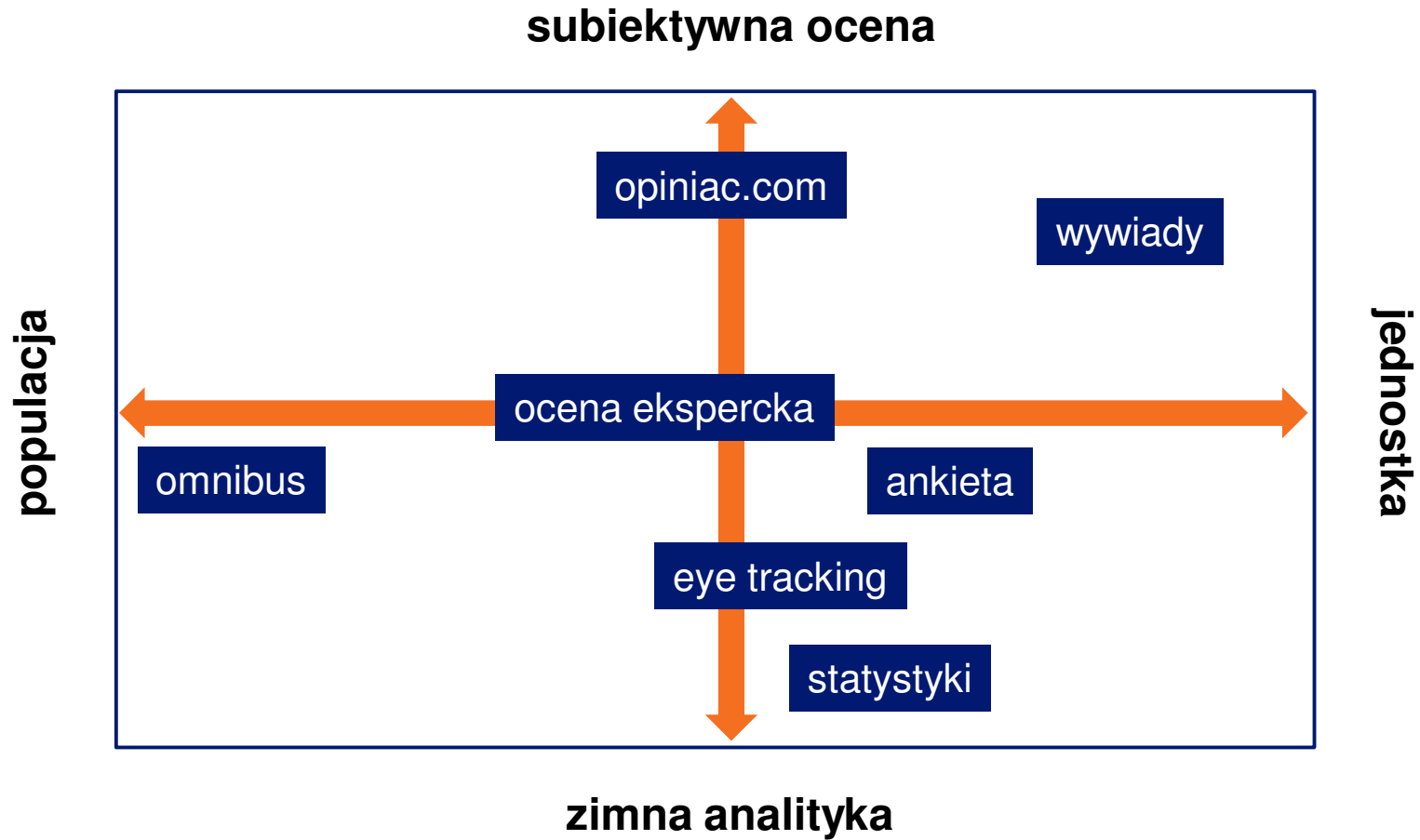
---



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

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

# Przewaga kompetencyjna – otoczenie



# Uzupełnienie innych metod badawczych

Cecha/rodzaj badania	Opiniac.com	Ankieta	Statystyki	Wywiady	Eye tracking	Ocena ekspercka
Stały monitoring zachowań	T	N	T	N	N	N
Indywidualne informacje	T	T	N	T	T	N
Szybkie testy A lub B	T	N	N	T	N	N
Monitoring problemów 24/7	T	N	T	N	N	N
Połączenie uwag z oceną ilościową	T	T	N	N	N	T
Badanie satysfakcji	T	T	N	T	N	T
Analiza wybranych kryteriów	T	N	T	T	T	T
Uzupełnienie innych badań	T	T	N	T	T	T
Działanie na całej populacji	T	N	T	N	N	N

# Trochę statystyki

---

- ☒ Standardowy czas potrzebny na **wypełnienie** bazowej ankiety: pomiędzy **10 – 15 sec**
- ☒ **Średnia ilość wypełnionych** ankiet w zakresie ilościowym **200 / miesięcznie\***
- ☒ Przeciętna pozostawionych **sugestii** o charakterze jakościowym **20 – 30 / miesięcznie\***
- ☒ Wyławianie sugestii i zaleceń odnośnie strony z najbardziej pożądaney części populacji odwiedzającej serwis – grupy **zaangażowanych**, czyli około **5 – 7% całości**
- ☒ W skutek zebranych ocen i komentarzy **skuteczność** danej strony może wzrosnąć od nawet **20 krotnie**
- ☒ Dostęp do podsumowania i wgląd w **obecną sytuację** ilościową z poziomu przeglądarki zwsze i wszędzie – **24/7**
- ☒ **Jednostkowy koszt usprawnień** z pomocą odwiedzających użytkowników jest **60 – 100 razy** niższy niż analogiczny proces w postaci tradycyjnych metod badawczych, jak ux testing, card starting lub eye tracking


\*Wyniki dla przykładowego serwisu o ruchu 100k wizyt miesięcznie.

# Kto korzysta z usług platformy opiniac.com?




Logos of clients using the platform: Z WBK Bank Zachodni WBK, makro, fly.pl, Militaria.pl, and CENEO.pl.

Klienci



Logos of partners using the platform: użyteczn@strona, bluerank, interaktywnie.com, and SARE E-MAIL MARKETING.

Partnerzy



# Podsumowanie metody

---

- ☺ Metodologia zbierania danych opt-in [związana z bezpośrednią wolą, chęcią konsumenta], może zostać wywołana poprzez akcję lub zdarzenie – w odróżnieniu od metody popup gdzie uruchomienie następuje niezależnie od woli użytkownika wg zdefiniowanego klucza
- ☺ Znormalizowana i jednorodna dla wszystkich odwiedzających
- ☺ Parametryzacja możliwa dla dowolnej strony w serwisie WWW
- ☺ Zbieranie danych ilościowych i jakościowych w postaci komentarzy i sugestii
- ☺ Funkcjonuje w obrębie aktualnie przeglądanej strony bez konieczności jej opuszczania
- ☺ W pełni anonimowe oraz dobrowolne zbieranie danych, poprawiające jakość wyników
- ☺ Pozwala na stały monitoring doświadczeń i emocji konsumentów, towarzyszących eksploracji serwisu WWW
- ☺ Rozwiązanie idealnie wpasowujące się w globalną potrzebę i trend, gdzie konsumenci pragną kształtować postać marki, usługi oraz związanej z nią komunikacji

**“A bad web site is like a grumpy salesperson.” — Jakob Nielsen**

## Słuchajmy porad!

---

Nawet najlepsze wyczucie, co użytkownicy sądzą o Twoim serwisie, nie jest wystarczająco dobre w porównaniu ze **zgromadzoną oceną** i komentarzami Internautów.

Dlatego warto otworzyć się na nowe możliwości i pozwalając użytkownikom **współtworzyć** Wasz lepszy serwis Internetowy.



„Your best guess is not good enough” — Jacob Nielsen

# Dziękuję za uwagę



**Zbigniew Nowicki**  
**[z.nowicki@opiniac.com](mailto:z.nowicki@opiniac.com)**  
**+48 502 593 293**

# opiniac.com