

ΠΡΟΣΩΠΑ ΣΤΟ ΝΕΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

e-survey



Θοδωρίς Σπηλιώτης

ΚΥΤΙΟ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΣΕ ΕΝΑ TABLET!

Με τη μεταφορά του παραδοσιακού κυτίου παραπόνων σε ψηφιακό περιβάλλον, ο πελάτης-καταναλωτής μπορεί να εκφράσει τη δυσαρέσκεια ή την ικανοποίησή του για τα προϊόντα ή τις προσφερόμενες υπηρεσίες, ενώ και ο επιχειρηματίας έχει άμεσο feedback για την εξέλιξη της επιχείρησής του. Ο 40χρονος startuper μιλά για την καινοτόμο ιδέα και την υλοποίησή της

Ο Θοδωρίς Σπηλιώτης δεν είναι πτωχικός. Κάθε άλλο. Τον ερχόμενο Οκτώβριο κλείνει τα 40 και έχει κατοργήσει χιλιόμετρα στο επαγγελματικό του κοντέρ. Κι όμως, έχει τον ενθουσιασμό ενός startuper για την επιτυχία ενός νέου εγχειρήματος του οποίου είναι εμπνευστής και δημιουργός. Το εγχείρημά του βασίζεται σε μια καινοτόμο ιδέα που αποσκοπεί να φέρει το πασιγνωστό παραδοσιακό τσίγκινο -κατά βάση- κυτίο παραπόνων των πελατών στην ψηφιακή εποχή.

ΤΟΥ
ΚΩΣΤΑΣ ΤΣΑΟΥΣΗΣ

Ο κ. Σπηλιώτης, λοιπόν, δημιούργησε το e-survey (<http://esurvey.gr>) που, όπως επονομάζει και ο ίδιος, πρόκειται για μια εφαρμογή που έδωσε την ευκαιρία και τη δυνατότητα «στο παραδοσιακό κυτίο παραπόνων να εξελιχθεί σε ένα εργαλείο μέτρησης της ικανοποίησης των πελατών σε πραγματικό χρόνο». Ο ιδρυτής του e-survey μας αφηγείται το χρονικό της μετάβασης από την αρχική ιδέα μέχρι τη δημιουργία της εφαρμογής και το πλαίσιο της: «Όλα ξεκίνησαν από προσωπική ανάγκη όταν επισκέφτηκα ένα καφέ στην Αττική με έναν φίλο μου. Όταν ήρθε η ώρα να παραγγείλω, ο σερβιτόρος ήταν αγενής και ο καφές που μας έφερε μέτριος. Σε ένα εξαιρετικό περιβάλλον δίπλα στη θάλασσα και σε μία ακριβή επένδυση υπήρχε ένας εργαζόμενος που μείωνε σοβαρά την όλη εικόνα της επιχείρησης, ενώ και η ποιότητα του ροφήματος ήταν μέτρια. Σκέφτηκα καλύτερα να μιλήσω στον ιδιοκτήτη. Ήθελα να τον ενημερώσω ότι με αυτά τα δεδομένα στην επιχείρησή του θα χάσει κι άλλους δυσαρεστημένους πελάτες εκτός από εμένα. Τελικά δεν το έπραξα επειδή με αποθάρρυνε ο φίλος μου».

Η συνέχεια, όμως, αποκτά ενδιαφέρον. Ο κ. Σπηλιώτης πήρε δουλειά για το σπίτι. Έτσι κι αλλιώς δούλεψε στο μυαλό του την όλη εμπειρία, ενώ στόθηκε ιδιαίτερα στο γεγονός ότι «ο φίλος μου αισθανόταν ντροπή και αμηχανία να εκφράσουμε το παράπονό μας στον ιδιοκτήτη... Η στιγμή λοιπόν για να δημιουργηθεί ένα ηλεκτρονικό κυτίο παραπόνων ώστε να εκφράσει ο πελάτης ελεύθερα τη γνώμη του είχε φτάσει!

«Η ιδέα ωρίμασε και εξελίχθηκε, ενώ το ηλεκτρονικό κυτίο παραπόνων έγινε ανώνυμο ώστε να εκφράζεται ελεύθερα ο πελάτης, αλλά και ο ιδιοκτήτης να κάνει τη δική του έρευνα μέσα από ερωτήσεις που επηφύμι και να λαμβάνει τα αποτελέσματα σε πραγματικό χρόνο. Ήθελα όμως έναν έλεγχο της ιδέας στην πράξη. Έτσι, αποφάσισα να ρωτήσω τη μητέρα μου (η οποία δεν έχει σχέση με την τεχνολογία) αν θα απαντούσε σε κάποιες ερωτήσεις ικανοποίησης για τον πελάτη. Μου είπε ότι θα ήταν μεγάλη της χαρά να εκφράσει την ικανοποίησή της για συγκεκριμένο σούπερ μάρκα το οποίο επισκέπτεται συνέχεια και δεν το αλλάζει. Έτσι, λοιπόν, αποφάσισα να αρχίσω να υλοποιώ την ιδέα. Επιτρεψέ όμως να συνδυάσω πολύ απλό περιβάλλον χρήσης για τον άνθρωπο που θα απαντάει στο ερωτηματολόγιο, το ίδιο εύκολο περιβάλλον για τον επιχειρηματία που θα δημιουργήσει τα ερωτημα-



ΕΝΑ TABLET ΣΤΗΝ ΥΠΟΔΟΧΗ, στο ταμείο, αλλά και ένα περιφερόμενο στα χέρια ενός υπαλλήλου που πλησιάζει τον πελάτη για να του ζητήσει -αν θέλει και επιθυμεί- να καταχωρίσει την άποψή του

τολόγια, αλλά και για την ανάγνωση των αποτελεσμάτων - και όλα αυτά σε πραγματικό χρόνο!».

Αποτελέσματα όλων αυτών; Ένα tablet στην υποδοχή, στο ταμείο, αλλά και ένα περιφερόμενο στα χέρια ενός υπαλλήλου



που πλησιάζει τον πελάτη για να του ζητήσει -αν θέλει και επιθυμεί- να καταχωρίσει την άποψή του.

Μέσα σε 20 δευτερόλεπτα

Ο κ. Σπηλιώτης μας δίνει απαντήσεις για το πώς δουλεύει η εφαρμογή που έχει δημιουργήσει, αλλά και ορισμένα βασικά στοιχεία λειτουργίας του όλου συστήματος μέτρησης της ικανοποίησης των πελατών.

α) Ο επιχειρηματίας έχει τη δυνατότητα -μέσα από την περιοχή μελών της εφαρμογής- να δημιουργήσει το ερωτηματολόγιο και τον τύπο των ερωτήσεων που επιθυμεί (Ναι/Όχι, βαθμολογία με αστέρια, προεπιλεγμένες απαντήσεις, email, κείμενο) σε όσα γεωγραφικά σημεία της επιχείρησής του επιθυμεί.

β) Τα ερωτηματολόγια αναρτώνται σε πραγματικό χρόνο στην εφαρμογή που είναι διαθέσιμη για λειτουργικό Android και iOS με τη χρήση ενός tablet.

γ) Ο επιχειρηματίας μπορεί να μετρήσει ποσοτικά χαρακτηριστικά όπως, για παράδειγμα, τον επαγγελματισμό του προσωπικού, την ταχύτητα εξυπηρέτησης, την ποιότητα προϊόντων, -σπό που μάθατε για την επιχείρησή-, email κ.τ.λ. Αν η επιχείρησή έχει πολλά σημεία παρουσίας, μπορεί να συγκρίνει και να αξιολογήσει τα καταστήματα ξεχωριστά, όπως επίσης και το προσωπικό.

Με λίγα λόγια, όπως επονομάζει ο κ. Σπηλιώτης, «ο επιχειρηματίας έχει διαθέσιμη την πληροφορία που είναι ανώνυμη, άρα και αξιόπιστη, και έτσι μπορεί να χαρίσει στρατηγική και να κερδίσει χρόνο έναντι του ανταγωνισμού».

Αυτό για τον επιχειρηματία. Τι συμβαίνει όμως στην πλευρά του πελάτη; «Το περιβάλλον των ερωτηματολογίων για τον πελάτη είναι τόσο απλό ώστε απαντά σε λιγότερο από 20 δευτερόλεπτα», λέει ο κ. Σπηλιώτης και εξηγεί: «Με αυτό τον τρόπο μπορεί ελεύθερα και ανώνυμα να εκφράσει τη γνώμη του, αλλά και να εκτιμήσει το ενδιαφέρον του επιχειρηματία για τη βελτίωση των προϊόντων και παρεχόμενων υπηρεσιών».

Η πλατφόρμα απευθύνεται σε όλους τους κλάδους και τους τομείς της οικονομικής και επιχειρηματικής δραστηριότητας -δικτύα και αλυσίδες, εταιρείες εστίασης, ξενοδοχεία κ.λπ.- και μέχρι τώρα έχει βρει ανταπόκριση στην αγορά. Ο κ. Σπηλιώτης πιστεύει ότι η ανταπόκριση αυτή έχει να κάνει με τη συνειδητοποίηση από την πλευρά των ενδιαφερόμενων επιχειρηματιών και επιχειρήσεων ότι η συγκεκριμένη πλατφόρμα συμβάλλει στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους. Ο ίδιος ο δημιουργός του e-survey, όπως μας ενημερώνει, έχει στα άμεσα σχέδιά του την επέκταση της πλατφόρμας στο εξωτερικό καθώς δεν υπάρχει θέμα γλωσσικών περιορισμών: «Ήδη η πλατφόρμα υποστηρίζει πολλές γλώσσες», λέει και προσθέτει: «Η έρευνα και η ανάπτυξη είναι για μας μια διαρκής διαδικασία. Συνεχώς εξελισσόμαστε την πλατφόρμα ώστε να γίνει πιο εύχρηστη και με περισσότερες δυνατότητες για τον χρήστη».



Το νέο εγχείρημα του κ. Σπηλιώτη βγήκε στον αέρα τον περασμένο Φεβρουάριο. Πάντως το e-survey δεν ήταν η

πρώτη καθαρά προσωπική επιχειρηματική προσπάθειά του, καθώς από τις αρχές του 2009 και μέχρι τα μέσα του 2012 ήταν συνδιοκτήτης και υπεύθυνος στρατηγικού marketing στο my-radio.gr, η δραστηριότητα του οποίου έχει να κάνει με την παροχή υπηρεσιών μουσικής σε επαγγελματικούς χώρους μέσω του Internet.

