

Impiego di Survey nei processi di Business

Una survey, o indagine, ha lo scopo di raccogliere informazioni attraverso un **questionario** per scoprire/indagare su abitudini, necessità, pareri, bisogni di un campione di individui spesso esterni al contesto organizzativo in cui ci si trova.

Si possono condurre indagini di ricerca di mercato, sulla soddisfazione dei dipendenti o dei clienti, di marketing, in ambito sanitario, scolastico, sull'organizzazione di incontri ed eventi, etc.

Il fine ultimo di una survey è nella maggior parte dei casi quello di **prendere una decisione** ed in talune situazioni **far seguire azioni precise sulla base dei dati raccolti**.

Nel 90% dei casi la gestione di una survey **non è un'attività fine a sé stessa**, ma può, anzi deve essere collocata nell'ambito di un **processo di business** ben preciso, che prevede delle azioni di input specifiche e degli output ben disegnati.

Quanto più il tema affrontato è strutturato in un'organizzazione, tanto più l'uso di soli Survey software non soddisfa appieno le nostre esigenze perché è fondamentale per noi orchestrare **ciò che viene prima o ciò che deve accadere** dopo nell'ambito di un contesto organizzativo.

Per tale motivo Survey software più evoluti offrono **connettori con gestionali** verticalizzati su ambiti specifici, come strumenti di CRM, HR Management, Business Analysis. Meglio ancora se è un **sistema di Business Process Management** ad integrare sistemi di Survey, rendendo il tutto completamente trasparente per l'utente finale ed il progettista e dando la possibilità di avere il pieno presidio sull'intero processo nei contesti più disparati, e sfruttare in modo ottimale i dati ricavati.

Aree aziendali interessate

Processi Inter-area Inter-Organizzazione

Le esigenze organizzative

In una organizzazione i momenti ed i casi di business in cui può essere utile ricorrere ad una survey sono disparati. Gli approcci tecnologici possibili sono comunque riconducibili a tre:



1. affidarsi ad un **Survey software** che gestisce unicamente gli step della survey ed avviare manualmente o con altri sistemi esterni eventuali procedure/attività pre e post;
2. **integrare** il sistema di survey **con il proprio gestionale** per supportare **casi in un contesto di business specifico** o affidarsi ad un gestionale che già lo integra.
3. affidarsi ad un **sistema di BPM che contiene già un survey system al suo interno** e che consente di gestire diversi casi di business con un'unica piattaforma.

Ipotizziamo di essere in una azienda che gestisce diversi processi di back-office di erogazione di servizi che portano alla consegna di risultati al cliente, per esempio la spedizione di un pacco, la consegna di un prodotto, l'invio di una mail.

Durante l'esecuzione di questi processi si vogliono raccogliere informazioni sulla **soddisfazione del cliente**. Inviando una survey si collezioneranno e si analizzeranno i dati ma allo stesso tempo si vuole avviare una serrata **politica di fidelizzazione con azioni ben precise**.

In caso di feedback negativi si vuole gestire l'invio di un buono sconto di un certo valore a tutti coloro che hanno dato una valutazione inferiore ad un range definito ed un kit di merce gratuita ad un altro gruppo di clienti.

La strategia ha successo e si decide di farla diventare parte del processo di business aziendale da attivare periodicamente.

Adottando l'approccio 1 si riuscirebbe nell'intento la prima volta, con uno **sforzo da parte delle risorse coinvolte**, ma protraendola nel tempo la gestione diventa davvero onerosa: diversi sistemi da consultare, dati replicati, poco controllo del processo.

Procedendo con l'approccio 2, si utilizzerà probabilmente un sistema di Customer Relationship Management che integra survey system **esterni**, sistemi scuramente costosi, che necessitano di configurazioni specifiche e si riuscirebbe a gestire egregiamente solo una parte del processo delineato, con i soli attori dell'area marketing & sales o customer care.

Il terzo approccio, quello della piattaforma di BPM ci viene invece completamente in aiuto coprendo totalmente il caso di business.

E' evidente come in questo caso la survey sia solo un micro elemento, ma importante, di un processo ben più vasto che coinvolge diverse risorse ed aree aziendali in tempi diversi e secondo logiche dettate dall'analisi dei dati.

La soluzione

Con una piattaforma di gestione dei workflow aziendali con servizi di **Event management**, **data management** e **process management** come **Jamio Openwork**, che **contiene** già sistemi di survey è possibile gestire per intero il macro processo di business sopra descritto.

Dall'erogazione all'invio programmato, dalla raccolta dati all'interrogazione dei dati stessi, fino all'innescio di ulteriori processi che coinvolgono altre aree aziendali come per esempio la produzione/magazzino per la spedizione di prodotti omaggio oppure, l'area customer care per una telefonata di fidelizzazione, etc., a seconda dei dati rilevati dal survey.

Il tutto automatizzando completamente quelle attività a basso valore aggiunto, senza margine di errore e storicizzando tutte le azioni fatte sul cliente. Con un unico sistema si avrebbe sotto controllo l'intera procedura.

Ulteriori vantaggi li possiamo osservare in altri casi di business; ipotizziamo di dover gestire un processo di recruiting che prevede la raccolta di curriculum di un ampio spettro di candidati su questionari predefiniti. La raccolta è aperta a tutti. Sono tutti utenti non noti, esterni ad un sistema di gestione e tali restano finché non si decide di avviare solo per alcuni di loro il successivo processo di Hiring. Si ha così la possibilità, senza nessuna necessita di integrazione tra sistemi, di avere già precompilate delle anagrafiche con dati del candidato su cui procedere con le azioni di hiring, come la gestione di una lettera di proposta di assunzione o l'invio di un contratto.

I dati raccolti nei curriculum restano comunque sempre consultabili ed utili per avviare campagne di recruiting successive.

I vantaggi

- ✓ **Condivisione di Dati in un'unica piattaforma**
- ✓ **Storicizzazione dei dati raccolti in forma aggregata o legata al singolo individuo**
- ✓ **Decisioni data driven**
- ✓ **Possibilità di far interagire con il processo anche utenti esterni al sistema;**
- ✓ **Automatizzare azioni derivate dalla raccolta dei dati**
- ✓ **Programmare l'invio ciclico di survey**
- ✓ **Efficienza organizzativa**
- ✓ **Automazione attività ripetitive a basso valore**
- ✓ **Survey System già incluso in piattaforma**