



Shtohen kompanitë që ofrojnë sondazhe për bizneset e politikën shqiptare

ALO: A JU PËLQEN PRODUKTI?!

Nga Albana MUCAJ

Të gjithë ata që janë të interesuar të njohin shijet e klientëve apo se sa të pëlqyeshme janë produktet e tyre mund të gjejnë një përgjigje tek shoqëria Call Center e specializuar në fushën e kërkimeve të tregut dhe sondazheve Grid sh.p.k, e cila punon prej një viti në vendin tonë. Sipas administratorit të saj Fabrizioo Simonetti, shërbimet që u ofron Grid kompanive shqiptare prodhuese apo të shërbimeve konsistojnë në sondazhet dhe marrjen e opinionit të klientelës së tyre përmes intervistave telefonike. Përmes këtyre sondazheve njihet pëlqimi dhe vlerësimi i klientit shqiptar për një produkt apo shërbim të caktuar, njihen prirjet e tij për të konsumuar si dhe mund të kuptohet pse pëlqen apo jo një produkt. Sondazhet bëhen aktualisht nga disa kompani përmes kontakteve direkte me klientin (face to face). Edhe pse një mënyrë shumë e mirë për të njohur klientin, për realizimin e një studimi të tillë nevojitet një kohë relativisht e gjatë.

GARANCIA E KAMPIONIT MODEL PËR SONDAZH

Sondazhet e opinioneve të klientëve lidhur me produkte apo shërbime bëhen bazuar në një kampion model që për tregun shqiptar mund të mjaftohet me 500-600 të intervistuar përmes telefonit. Simonetti shpjegon se kampioni është statistikisht domethënës dhe ndarja bëhet e tillë që të vlerësohen shijet apo

opinonet e të gjithë klientelës në vend. Kampioni i të intervistuarve është i ndarë në moshë, në gjini, në titullin e studimit, vendin e banimit e kështu me radhë. Pas hartimit të pyetësorit nga ekspertët e kësaj shoqërie bashkë me përfaqësues të kompanisë për të cilën kryhet studimi vazhdohet me kryerjen e intervistave, të cilat realizohen brenda pak ditëve. Rezultati i shpejtë në kohë është edhe ndryshimi kryesor mes këtij lloj kërkimi në treg dhe kërkimeve të tregut përmes kontaktit direkt (face to face) me klientin.

Simonetti shpjegon se kjo kompani i kushton rëndësi jo vetëm zgjedhjes së tregut të synuar domethënës të popullsisë apo hartimit të pyetësorit, por edhe mënyrës së komunikimit me klientët që telefonohen. Shoqëria ka trajnuar vetë të punësuarit me normat e komunikimit dhe mënyrën e bërjes së intervistave.

PËRPUNIMI I TË DHËNAVE

Të dhënat e grumbulluara nga intervistat përpunohen nga ekspertët dhe teknikët e shoqërisë dhe i dorëzohen klientit (biznesit apo kompanisë). Duke u bazuar në këto rezultate drejtuesit e bizneseve mund të planifikojnë, programojnë aktivitetin e tyre, pse jo dhe të ndryshojnë atë çfarë kanë kuptuar se nuk pëlqehet nga klienti. Drejtuesit e Grid sh.p.k. theksojnë eksperiencën 45-vjeçare të trashëguar nga shoqëria italiane që i kontrollin. Kjo e fundit, prej gati gjysëm shekulli ofron shërbime në sektorët e kërkimeve në

treg dhe sondazheve të opinioneve. Grid në vendin tonë aktualisht ofron shërbime call center për tregun italian dhe ka punësuar 150 të rinj.

SONDAZH DHE PËR POLITIKËN

Të njëjtin shërbim që u ofron bizneseve Grid ofron edhe për qeverinë, partitë politike apo vetë politikanët. Të dijë një qeveri nëse reputacioni i saj po ngrihet apo ulet, nëse vendimet janë pëlqyer apo jo, është po aq e rëndësishme sa njohja nga biznesi nëse prodhimi i tij është pëlqyer. Mospasja e asnjë orientimi politik, ofron garancinë e një rezultati të vërtetë. Ndaj Simonetti tregon se shoqëria të cilën e administron është e gatshme të bëjë çdo lloj sondazhi për politikanët e interesuar, qeverinë apo institucionet që duan të dinë së në ç'raport gjenden me qytetarët nga të cilët janë zgjedhur dhe për të cilët punojnë. Çdo lloj sondazhi apo kërkimi i tregut duhet të përmbushë disa kushte. Në raset kur rezultatet publikohen është e detyrueshme në bazë të normave ndërkombëtare të tregohet me një shënim poshtë tabelës apo të dhënave numri i intervistave të bëra, emri e shoqërisë që ka bërë kërkimin etj.

SPOTI PUBLICITAR, KA DHËNË EFKETIN E PRITSHËM?!

Sigurisht për të shitur një produkt mënyra me një ndikim më direkt është prezantimi i spotit publicitar. Por për të kuptuar nëse klienti e ka "thithur" produktin e ri dhe ka vlerësuar reklamën kompanisë do t'i duhet të shikojë shitjet në vazhdim për një kohë relativisht të gjatë. Për të rritur vlerën e marketingut dhe efikasitetin e reklamës nevojitet të njihet sa më shpejt efekti i këtij spoti publicitar. Kush ka jetuar jashtë mund të jetë telefonuar nga një shoqëri që bën kërkime dhe të jetë pyetur nëse mbrëmjen e kaluar ka parë reklamën e një lloji të ri makine apo një letre të re higjienike. I njëjti shërbim mund të kryhet përmes sondazheve të kompanive Call Center, të cilat japin një përgjigje në kohë reale duke ndihmuar kompanitë të vendosin të menaxhojnë sa më mirë edhe pjesën e reklamës së produktit. Kështu, nëse kompania vlerëson se reklama nuk e ka arritur mesazhin mund të modifikohet ajo çka mendohet se nuk shkon ose mund të shpeshësohet transmetimi i saj. Edhe këtë shërbim për bizneset shqiptare të interesuara e ofron Grid.

Kostoja e këtij shërbimi, apo sondazheve të tjera që konsistojnë në kërkime tregu apo për llogari të organizmave politike varet nga shumë parametra, por përfaqësuesit e Grid vlerësojnë se janë brenda tarifave ndërkombëtare të këtij lloj shërbimi duke vlerësuar edhe përshtatjen me tregun shqiptar të çmimeve të shërbimeve. ■