



FDIH BAROMETER

MÅLING AF BRUGERTILFREDSHED PÅ DANSKE WEBSITES

INFORMATION – BESLUTNING – HANDLING

FDIH Barometer

Måling af brugertilfredshed på danske websites

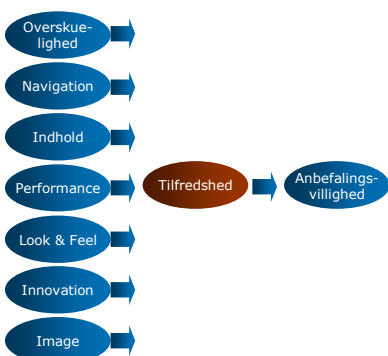
FDIH Barometer måler brugernes tilfredshed med danske websites og afdækker samtidig, hvad der skaber brugernes tilfredshed!

FDIH Barometer er etableret i et samarbejde mellem FDIH - The Danish eBusiness Association og InfoCollect.

FDIH Barometer har to overordnede formål:

- at afdække brugernes *samlede tilfredshed* med virksomhedens website
- at identificere de *årsager*, som har betydning for brugernes tilfredshed med virksomhedens website

FDIH Barometer - målemodellen



Hvordan skal virksomheden prioritere de forhold, som skaber tilfredsheden?

FDIH Barometer giver virksomheden værdifuld viden om, hvilke forhold der har størst betydning for brugernes samlede tilfredshed med websitet.

Denne viden kan danne grundlag for en prioritering af de ressourcer, som virksomheden kan afsætte til at arbejde med websitet – resultaterne peger med andre ord på de områder, hvor en indsats **giver mest for pengene!**

Forhold, der er stor betydning for den samlede tilfredshed men samtidigt vurderes lavt af brugerne, betegnes som *Indsatsområde* (nederst til højre i figuren). Ved at forbedre tilfredsheden på sådanne forhold opnås en relativ stor effekt på den samlede tilfredshed.

De forhold, der har en stor betydning for den samlede tilfredshed og samtidigt vurderes højt af brugerne, udgør websitetes *styrke*.

Beregning af betydning:

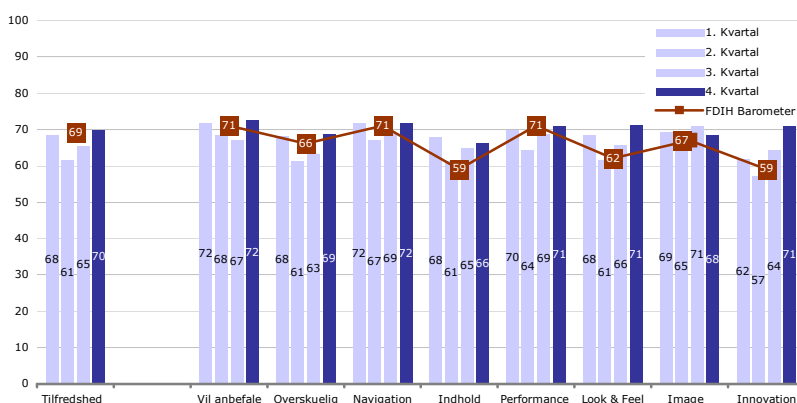
Den anvendte metode gør det muligt at beregne, hvilken indflydelse det enkelte forhold har for den samlede tilfredshed.

Således er det unødvendigt at spørge respondenter, hvilken betydning han tillægger de respektive forhold. Dette letter opgaven for respondenterne, da antallet af spørgsmål kan reduceres. Samtidigt elimineres den målefejl, der ofte opstår, når respondenter skal svare på betydningen af et forhold.

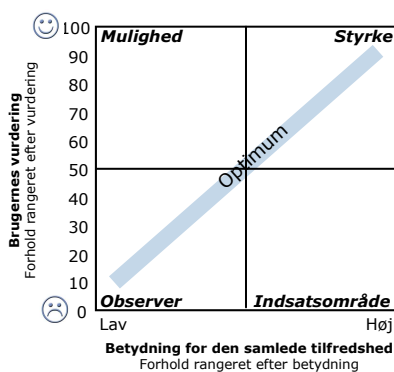
Benchmarkværktøj

Modellen består af en fast kerne af spørgsmål, hvilket giver resultaterne en ekstra dimension.

Det muliggør benchmarking over tid, endvidere åbner det mulighed for at sammenligne brugertilfredshed med tilfredshedsniveauet på andre virksomheders websites.



Hvor skal virksomheden sætte ind?



Fakta:

Ifølge en teoretisk tilgang til kundetilfredshed bør en virksomhed performe godt på de områder, der har en høj betydning for brugernes samlede tilfredshed, mens den kan performe mindre godt på områder med lav betydning for den samlede brugertilfredshed.

FDIH Barometer er en standardiseret metode:

Metoden muliggør fuld sammenlignelighed til andre virksomheder og brancher, der anvender konceptet.

Kunderne bliver bedt om at vurdere 16 generelle spørgsmål, som går på tværs af de 9 områder i modellen.

Brugertyper på websites

Brugerne kan opdeles i 5 forskellige typer ud fra deres samlede tilfredshed og anbefalingsvillighed

Sammenhæng mellem tilfredshed og anbefalingsvillighed

Via FDIH Barometer får virksomheden et indtryk af, hvor brugere befinder sig i de respektive segmenter.

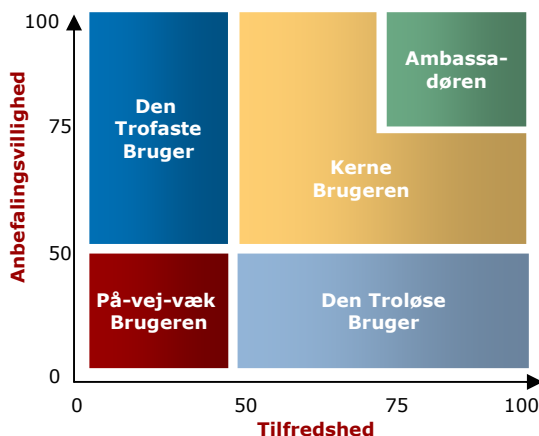
Blandt andet sættes tal på; Hvor mange brugere er i farezonen for at fravælge websitet? Hvor mange brugere fungerer som ambassadører for websitet?

Tal for sammenhængen!

Via FDIH Barometer bliver der sat tal på sammenhængen mellem brugertilfredshed og anbefalingsvillighed.

FDIH Barometer svarer på, hvor meget anbefalingsvilligheden stiger, hvis den samlede tilfredshed blandt sitets brugere stiger med bare ét indekspoint.

Brugertilfredsheden har altså både betydning for de nuværende brugeres loyalitet – samt betydning for antallet af potentielle nye brugere.



Fakta:

Større tilfredshed blandt websitets brugere betyder større loyalitet og salg. Større tilfredshed blandt websitets brugere er dermed lig en bedre forretning!

Ambassadøren

Brugeren, der anbefaler websitet til sin omgangskreds, og ser sig også som bruger i fremtiden

Kernebrugeren

Kernebrugeren har en tilfredshed og anbefalingsvillighed over gennemsnittet. Målet er at 'flytte' disse brugere, således de bliver ambassadører

Den Trofaste Brugere

Den trofaste bruger er samlet set utilfreds med websitet - men loyaliteten er stadig høj. Brugeren kan måske se en fremtid som bruger af websitet

Den Troløse Brugere

Tilfredsheden med websitet ligger på et højt niveau - men loyaliteten er lav. Kommer der et bedre eller billigere alternativ et andet sted, er der stor sandsynlighed for, at brugeren skifter til et andet website

På-vej-væk Brugeren

Tilfredsheden og anbefalingsvilligheden er meget lav for denne type bruger. Websitet anbefales ikke til andre, og brugeren anvender med stor sandsynlighed ikke websitet i fremtiden

Dataindsamling:

Dataindsamlingen foregår via webbaseret spørgeskema. InfoCollect anvender den nyeste teknologi i forbindelse med den løbende indsamling af svarene fra websitets brugere.

Teknologien er baseret på indlejret skema - kaldet dhtml. Dette er med til at minimere indflydelsen fra pop-up blokeringer og sikrer dermed højere grad af deltagelse fra websitets brugere.

Hvad skal virksomheden gøre?

Ved tilmeldingen til FDIH Barometer modtager virksomheden en lille kode fra InfoCollect. Denne kode lægges på virksomhedens hjemmeside - én gang for alle .

Derefter skal virksomheden ikke fortage sig yderligere - InfoCollect forestår al fremadrettet drift i forbindelse med virksomhedens deltagelse i FDIH Barometer.

FDIH BAROMETER

FDIH Barometer er etableret i et samarbejde mellem FDIH og InfoCollect

Fordele ved at anvende FDIH Barometer:

- benchmarking af danske websites
- virksomheden får en vurdering fra deres egne brugere
- virksomheden kan følge udvikling i brugeres vurdering over tid
- mulighed for individuelt at få målt specifikke forhold vedrørende virksomhedens web site

FDIH - The Danish eBusiness Association

FDIHs ca. 300 medlemmer repræsenterer en række større og mindre danske virksomheder.

FDIH er netværket for virksomheder, der udforsker og udnytter internettets muligheder. FDIH repræsenterer på den ene side flere hundrede års erhvervshistorie - på den anden side er mange FDIH medlemmer de absolutte frontløbere!

Medlemmerne har alle én fælles interesse: At udnytte internettet og digitaliseringen til at styrke deres virksomhed.

Tilmeld din virksomhed til FDIH Barometer på:

www.InfoCollect.dk



Sølystvej 31 – 8660 Skanderborg - Tlf. 51505148
mail@InfoCollect.dk - CVR 28634501