

АВВУУ FORMREADER – КАЧЕСТВЕННАЯ СКОРОСТЬ ТЕПЕРЬ НА СЛУЖБЕ У МАРКЕТОЛОГОВ

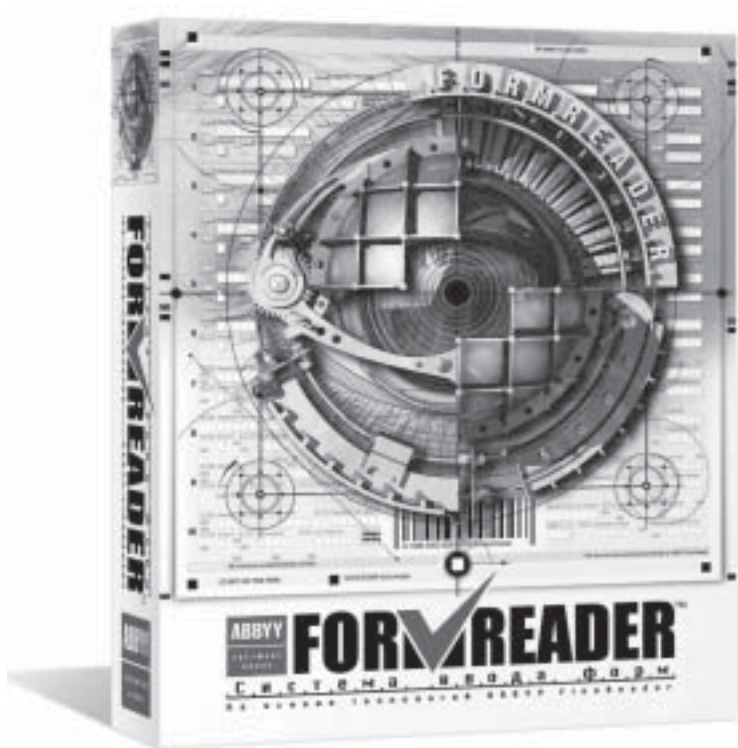
Татьяна Иванова,
по материалам
www.abbyu.ua

Аудитории профессионального издания не стоит расписывать азбучные истины маркетинга. Только в качестве вводного посыла сформулируем тезис о том, что любое маркетинговое исследование состоит из пяти основных этапов: выявление и формулирование целей,

отбор источников информации, сбор информации, анализ имеющихся данных и, как итог, представление полученных результатов.

Предмет нашего разговора – это как раз тот период между сбором информации и анализом полученных результатов, который зачастую «съедает» немалую долю человеческого и временного ресурса. Так, полученная в ходе исследования информация (она включает в себя значительное число заполненных опросных форм, записей с наблюдениями и экспертными заключениями) должна подвергнуться всестороннему анализу. Для такого анализа используются статистические методы и математические модели на базе современной компьютерной технологии, а значит, возникает необходимость, так или иначе, ввести в компьютер информацию из многих сотен, тысяч или даже десятков тысяч форм.

Традиционный метод ввода форм – вручную. Этот метод может быть оправдан при небольшом объеме обра-



ботки, когда можно обойтись силами одного сотрудника. При больших объемах ручной ввод чреват не только ненадежностью результатов, огромными трудозатратами и организационными издержками. Главный недостаток такой формы работы именно для маркетингового агентства – существенная задержка во времени (на недели и месяцы) предоставления результата клиенту. Именно этот фактор влияет, в итоге, на стоимость маркетингового исследования в целом – чем быстрее получены результаты, тем больше они стоят. Конечно, нельзя назвать справедливой ситуацию, когда интеллектуальная работа аналитиков и профессионализм целой команды теряет и в цене, и качестве из-за большого объема механического труда.

Решить эту проблему можно автоматизацией процессов ввода данных маркетингового исследования с помощью современного программного обеспечения (технологии извлечения данных из форм). Способ автоматизированного ввода данных с бумажных форм предусматривает следующие этапы:

- бланки анкет разрабатываются с учетом последующей автоматической обработки;
- пачку заполненных анкет сканируют при помощи сканера с производительностью от 10 до 180 страниц в минуту;
- каждая страница анкеты автоматически идентифицируется и распознается системой автоматизированного ввода данных (специализированным программным комплексом, например, ABBYY FormReader);
- символы, неуверенно распознанные, передаются для проверки оператору системы ввода;



- распознанная информация автоматически проверяется по множеству заранее подготовленных правил и справочникам;
- подтвержденную информацию экспортируют в базу данных.

Все операции, кроме укладки пачки форм в приемный лоток сканера и проверки неуверенно распознанных символов, выполняются автоматически. Также не требуется ни предварительная сортировка бланков, ни проверка комплектации многостраничных форм, поскольку система автоматизированного ввода способна самостоятельно идентифицировать формы и применять наложение нужного шаблона распознавания.

Производительность труда одного оператора в описанных условиях составляет от 300 до 1000 страниц в день и зависит от сложности форм. При расчете полагалось, что используются система автоматизированного ввода форм ABBYY FormReader 6.0 Desktop

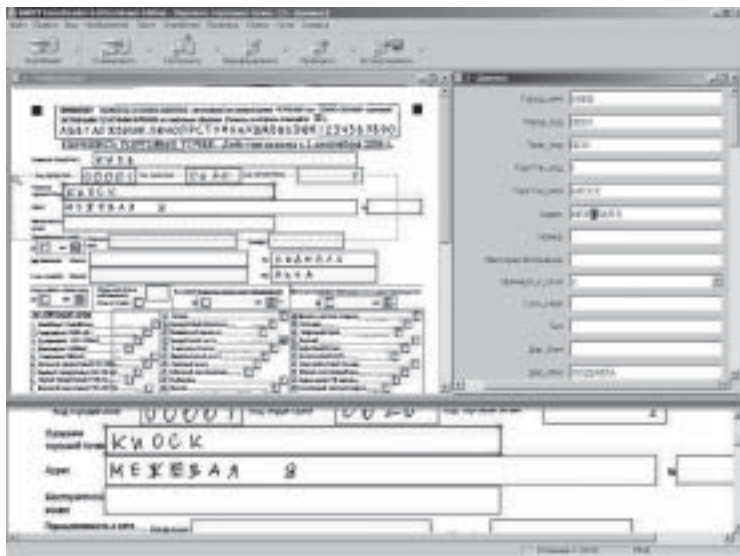


Рис. 1

Edition и сканер соответствующей производительности.

В случае с программой ABBYY FormReader, подготовительный этап процесса ввода данных (разработка бланка формы и шаблона) выполняется только однажды специалистом маркетингового агентства, а затем готовые бланк и шаблон используются до тех пор, пока сама форма по каким-либо причинам не претерпит изменения.

Для разработки машиночитаемого бланка «с нуля» предназначен специальный модуль ABBYY FormDesigner. В нем реализованы трафареты всех основных элементов формы: текстовый блок, метка, реперные блоки и т.д. Пользователю достаточно выбрать элемент и указать его месторасположение на бланке. Для оформления бланка доступны графические элементы, разделители и рамки, можно разместить картинку, например, логотип компании, задать тип и размер шрифта (рис. 1).

В качестве одного из примеров успешного внедрения ABBYY FormReader в области обработки результатов

маркетинговых исследований в Украине можно назвать проект компании ACNielsen Ukraine. В 2004 году специалистами компании было проведено внутреннее сравнительное тестирование ручного и автоматического методов обработки анкет при переписи розничных торговых точек (рис. 2). В результате, с января 2005 года большинство анкет исследований в Украине вводятся с помощью системы ABBYY FormReader.

В бизнес-пространстве временные рамки становятся все более сжатыми, а темп изменений постоянно ускоряется. Компании все активнее используют в конкурентной борьбе фактор времени — то есть скорости, с которой они могут предлагать свои товары рынку. Этому сопутствуют все убыстряющиеся переменные потребительских предпочтений. Время стало важной составляющей конкурентного преимущества, и предприятиям необходимо постоянно убеждаться, что они находятся ближе к запросам своих потребителей и всего рынка. Очевидно, что при выборе маркетингового агентства, они отдадут предпочтение тому, которое обеспечит их быстрой и, главное, достоверной информацией.

Автоматизируйтесь, господа. Время не ждет, конкуренты не дремлют.

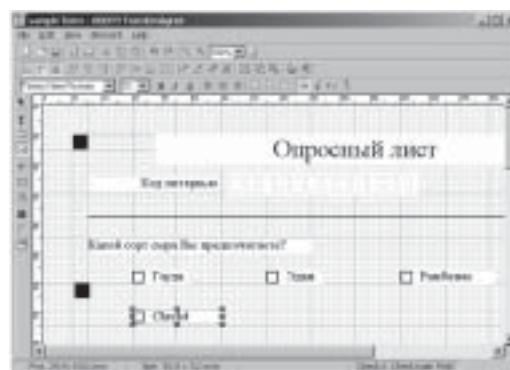


Рис. 2