

セミナーアンケートを活用してみよう 1

- ナレッジ化してアクションにつなげるアンケート処理方法 -

【アンケートを無駄にしないために】

1. 内容に興味を持ったお客様で(参加目的としては特に自社への導入を考え)
2. 受注までの期間が短く
3. 将来大きく展開する可能性のある規模の会社はどれか

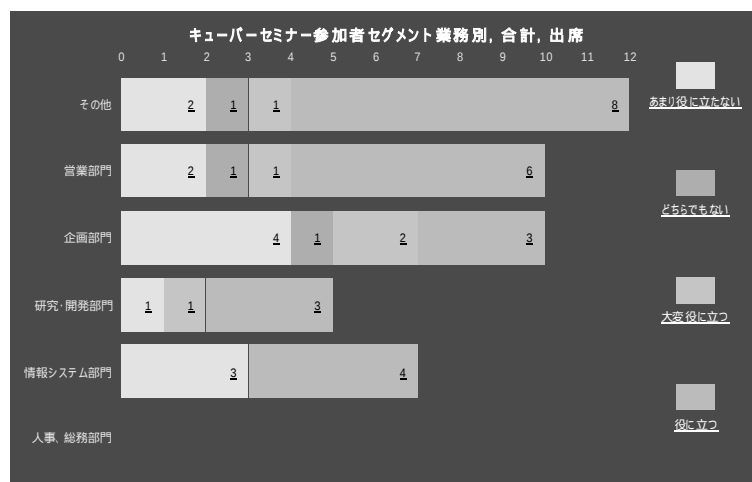
先の見えない時代、こんなことがいつも把握できているといいですね。

アンケートのまとめ方ひとつで、優先的にフォローしなければならない目的の会社がわかります。

たとえばよく雑誌などにある、YesNo の質問に答えてたどってゆくと、理想の相手に行き当たるフロー図がありますね。分岐する質問の設定がポイントです。同じくアンケートの項目を分岐する質問と考え、選んでドリルダウンしてゆきだけで「内容への満足度が高く」「受注までの期間が短く」「自社への導入を考えている」「将来大きく展開する可能性のある会社」を選ぶことができます。

アンケート結果をフル活用する。経験に裏打ちされた情報やノウハウを共有して協働作業に役立てること、つまりナレッジマネジメントにつながります。たとえば Cuber を使ってビジュアル化してみると...

セミナー参加者セグメント別満足度



これは数値項目が無くてもグラフを活用することができる例です。グラフの長さはセグメントに属する参加者の数、つまりアンケートの文書数をカウントしています。

会社に散在するノーツ DB はとりたてて数値の項目を持っていないけれど、よりナレッジマネジメントに活用するために Cuber は役立ちます。カテゴリー項目をどのような目的でまとめるかがカギとなります。

また、エクセルとの相互の活用も幅が広がります。

参加者リストはエクセルで作成し、ノーツビューからノーツ DB へエクセルのデータを取り込みます。

そしていままでやっていたエクセルでの分析は Cuber が受け持ちます。

参加者の傾向はもちろん、上記のような目的の会社を見つけるためにも利用できます。

たとえアンケートの形式が違っていたり、DB もいろいろなサーバーに散在していたとしても、Cuber からライブブリーフィングを選ぶだけですぐに結果を取り出すことができます。

エクセルを取り込むのに、こんなフォームを作りました。

セミナー申込者情報(明細行付のCuber処理用サンプル)

セミナー分析 ... アンケート項目

【基本項目】

イニシャル: 心
会社名: 福岡投資株式会社
部署名: 経営管理部
役職: 部長
氏名: 柳田
業務部門: 情報システム部門
従業員数: 11~99人
E-Mail:
Fax: 03-xxxxx
Tel: 03-xxxxx

郵便番号:

住所:

管理番号:

プロセス: 02.セミナー

【基本項目】

セミナー開催日付: 2002/05/21
担当グループ名: KM
セミナー種類: ロータスKMセミナー
セミナー名: キューバー&バランススコアカード
第何回セミナー: 1
申し込み開始日: 2002/05/13
申し込み日: 2002/05/14
申し込み: 1
出席: 出席
参加目的: 自社への製品導入のための情報収集

【満足度】

コメントなど:

セミナー評価

項目	内容	評価
1.品質	ADBSセミナー	4.1ほぼ満足
1.品質	Cuberセミナー	3.1どちらでもない

ビジュアル化することは、どうアクションを起こせばいいのかにつながってきますね。営業マンひとりひとりが考えて行動することを求められている現代に、必要な羅針盤、フィードバックです。

【なぜ今までできなかったの?】

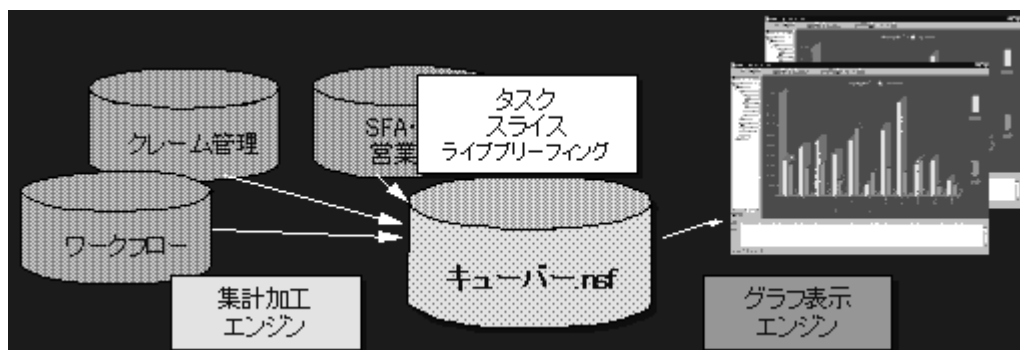
エクセルと毎月格闘していた

暗黙値として個人に埋もれていた

整理できる流れになっていなかったのであちこちに散在していた

【ノーツと Cuber ならすぐにスタート!】

定期的なグラフの更新もエージェントで自動化することができます。また、将来の目標管理や BSC



への利用にもステップアップすることができます。ノーツで無理なく入力、Cuber で整理共有。

FBトライアングル株式会社

<http://www.fbtriangle.co.jp>