

Opinion Mining zur Produkt- und Prozessverbesserung

Ausgangslage und Ziele

In Verkaufs- oder Servicegesprächen äußern sich häufig Kunden - fast beiläufig - über ihre Erfahrungen und Wünsche zu den angebotenen Produkten und Leistungen. Diese Informationsquelle ist häufig wenig genutzt, um systematisch Verbesserungs- und Innovationspotenziale für die eigenen Produkte und Leistungen zu ergründen. Ziel des Opinion-Minings ist es, aus Kundengesprächen ermittelte Hinweise zu geringen Kosten auf Schwerpunkte und Trends im Kundenfeedback zu Produkten und Prozessen zu ermitteln.

Vorgehen

Das Opinion-Mining wird in einem Schritt-für-Schritt-Prozess vorbereitet. Zunächst wird geklärt, welche Fragestellung beantwortet werden soll. Anschließend werden mögliche interne Datenquellen (z.B. Verkaufs- und Serviceberichte) geprüft (ca. 300 Berichte sollten vorliegen). Dann beginnt die Entwicklung eines Modells zur Analyse von Hinweisen ausgewählter Datenquellen. Sind die Ergebnisse gemäß den Erwartungen, kann eine dauerhafte Umsetzung in Form eines Reportings durchgeführt werden.

Ergebnisse und Nutzen

- Die Geschäftsleitung wird mit Hilfe einer Alarmfunktion über die Häufung negativer Hinweise über alle Bereich hinweg informiert - ohne selbst Abfragen durchführen zu müssen.
- Die Produktentwickler erhalten einen Einblick in die Bewertung aktueller Produkte und Produktkomponenten.
- Die Produktion/Qualitätskontrolle erfährt von Produktfehlern in der Anwendung.
- Das Marketing erhält Hinweise über die Einschätzung der Produkte und der entsprechenden Wettbewerbsangebote.
- Das Marketing kann sich über die Wahrnehmung und die Kaufmotive der aktueller oder potenzieller Kunden informieren, z.B. nach der Einführung eines neuen Produkts oder der Entwicklung eines neuen Vertriebsgebiets.
- Der Vertrieb kann sich im Vorfeld eines Kundenbesuchs über die Einschätzung des Produkts von vergleichbaren Kunden informieren, um z.B. verkaufsförderliche Argumente zu sammeln oder sich vor "Fallstricken" zu wappnen.
- Der Service kann sich informieren, welche Beschwerden oder Fragen beim Umgang mit dem Produkt mitgeteilt werden und Antwortlisten erstellen.