



Innovation in Consumer Knowledge & Relationship



ECGLOBALPANEL
A COMUNIDADE LÍDER DE OPINIÃO

PRÊMIO ABANET MSN 2006

FICHA TÉCNICA	
Título	eCGlobalPanel – A Comunidade Líder de Opinião
Empresa	eCMetrics
Categoria	Campanhas de Marketing de Relacionamento e Fidelização
Produto/Serviço	Comunidades On-line
Agência	Banbuu (www.banbuu.com)
Diretor do Projeto	Adriana Rocha (adriana_rocha@ecmetrics.com)
Desenvolvimento/Criação	Adriana Rocha, Ivan Casas, Ana Burroni (ana@banbuu.com)
Programador/Criação	Rommel Trindade (rommel_trindade@ecmetrics.com) , Thiago Caiubi (Thiago_caiubi@ecmetrics.com)
Execução	Claudia Feler (Claudia_feler@ecmetrics.com), Larissa Martins (larissa_martins@ecmetrics.com), Pamela Vidal (pamela@banbuu.com)
Aprovação	Adriana Rocha (adriana_rocha@ecmetrics.com) , Iván Casas (Ivan_casas@ecmetrics.com)

1) OBJETIVO

O nosso principal objetivo era transformar o eCGlobalPanel, até então um simples painel de pesquisas on-line na América Latina, numa grande comunidade global de opinião. Como consequência, uma série de outros objetivos secundários e questionamentos surgiram:

Como crescer uma comunidade on-line de forma rápida, com budget reduzido?

Como atrair e reter consumidores numa comunidade de opinião, sem criar respondentes profissionais de pesquisa?

Como gerar relacionamento e interatividade, sem saturar os membros da comunidade?

Como melhor conscientizá-los sobre a importância de suas opiniões sinceras e descomprometidas para o sucesso das pesquisas realizadas?

Como lidar com as diferenças culturais e multi-países?

Como gerar visibilidade e reputação internacional, sendo reconhecida como uma empresa líder junto à comunidade global de pesquisa?

Para atingir os objetivos propostos e lidar com todos os desafios envolvidos, foi desenvolvido um planejamento estratégico e tático de ações, cujos principais esforços e iniciativas serão descritos a seguir.

2) ESTRATÉGIAS

Pesquisa de Satisfação

A realização de uma pesquisa de satisfação foi fundamental para nos ajudar a compreender exatamente quem são os nossos usuários, o que querem e o que esperam de uma comunidade como o eCGlobalPanel.

Realizamos uma pesquisa com os membros do painel, abrindo espaço para opiniões e novas sugestões. Muitas idéias foram aproveitadas no processo de conceituação do novo site, com destaque para o programa de fidelização, com sistema de pontuação/milhagem, muito utilizado por diversas empresas.

Mudança de posicionamento

A mudança de posicionamento, de um simples portal de pesquisa para uma verdadeira comunidade on-line de opinião, acompanhou as grandes tendências mundiais na área de "on-line social networks" e foi crucial para recriar o portal, transformando-o num novo espaço de opiniões, colaboração e participação.

O site, que anteriormente não permitia forma alguma de comunicação e interação, além do contato via e-mail, incorporou várias novas seções para gerar motivação e participação como trivias (quizz) diárias, fóruns de produtos e serviços para serem avaliados, enquetes interativas, depoimentos, espaço de opinião em testes de produto e conceitos, além de pesquisas de opinião pública, tudo criado pensando num melhor relacionamento e fidelização do usuário.

Mudança na linha gráfica

Para atender aos objetivos de interatividade e relacionamento, o layout passou por uma transformação radical, incluindo novas cores, formato e estrutura. O objetivo também foi o de passar um novo conceito de modernidade e inovação, além de reforçar a idéia de comunidade multi-cultural.

Tecnologia

Optamos por migrar para ambiente Linux e utilizar tecnologia de ponta e tendências da Web 2.0 como uso de AJAX para criar uma interface rápida e amigável para o usuário.

Programa de Fidelização e Incentivos

Considerando questões de logística e financeira, e atendendo aos pedidos de nossos usuários, desenhamos uma nova política de incentivos, implementando um sistema de pontos ("eCPoints"), incorporação de novos prêmios e sistematização da logística de envio. Procuramos também segmentar os incentivos, considerando as diferentes regiões, demandas e necessidades dos usuários.

O sistema de pontos é uma estratégia de fidelização de extrema importância. Com esse formato, os membros podem acumular pontos à medida que vão participando dos diversos estudos e ações do portal, podendo trocá-los posteriormente por um prêmio ou vale-compras, uma vez alcançado o número mínimo exigido de pontos.

Maior conhecimento do mercado de atuação e dos membros da comunidade

Pensar em todos os nossos mercados, considerando as peculiaridades de cada país e idioma passou a ser a regra nº 01 para a nossa equipe.

Foi necessário então aperfeiçoar a nossa equipe multi-cultural e aprofundar o conhecimento do nosso mercado de atuação para melhor entender o nosso usuário. Incrementamos também o cadastro de usuário, criando um registro avançado muito mais completo, com dados sócio-demográficos, posse de bens, áreas de interesse, estilo de vida, hábito e atitudes.

Mudança na comunicação com o usuário

Com o objetivo de criar um melhor relacionamento, engajando e comprometendo os nossos usuários com a nossa comunidade e com os estudos em que participam, a comunicação com os mesmos foi aprimorada, tanto no site quanto nas campanhas de e-mail marketing e convites.

A mensagem utilizada, agora muito mais customizada, passa o novo conceito de comunidade como espaço para participação, interação e relacionamento. Foi necessário também enfatizar para os membros a importância da opinião sincera de cada um no aprimoramento de produtos e serviços de empresas, mostrando assim o seu valor e a sua voz dentro da comunidade.

Foram revistos também os termos e políticas de privacidade e confidencialidade dos dados gerais e informações pessoais fornecidas pelos usuários. Numa comunidade, a transparência, confiança e segurança são imprescindíveis para conquistar a fidelização dos seus membros.

Parcerias para recrutamento

Para conseguir um rápido crescimento da comunidade, em diversos países do mundo, deveríamos incrementar parcerias com sites e portais, ampliando e segmentando a nossa rede de *affiliates*. Desenvolvemos modelos específicos de parceria que variam de pagamento por CPC (custo por click) ou CPM (custo por mil), até CPA (custo por aquisição) e revenue-share (compartilhamento de receita).

Viral Marketing

O Viral Marketing é uma ferramenta de vital importância para implementar o senso de comunidade e alavancar o crescimento da mesma através do “boca-a-boca” - uma oportunidade perfeita para conquistar novos membros.

Foram desenvolvidas diversas campanhas de viral marketing, e desenvolvida tecnologia apropriada para que o usuário, de forma rápida e segura, possa convidar amigos e contatos diversos, inclusive utilizando as suas listas dos principais portais da web (Yahoo, Hotmail, Orkut e Outlook). O usuário também é incentivado com pontos e cupons que são acumulados, para cada amigo que convide e se registre na comunidade.

Aprimoramento da Área de Customer Service B2C

Possuímos milhares de usuários em toda América Latina, EUA e Europa. Atender a todos de forma eficiente sempre foi um desafio.

Foi feita uma reestruturação da área de atendimento ao usuário, focando no atendimento personalizado, conhecimento do mercado local, fluência no idioma, na rapidez e a funcionalidade do atendimento. Foi criado um FAQ com as dúvidas mais comuns enviadas pelos membros e suas respostas específicas em cada idioma.

A equipe de atendimento também foi treinada e o processo organizado com metas e métricas de controle.

Criação de nova área interativa e dinâmica: WDYTN – What do You Think Now?

Com o intuito de motivar e fidelizar ainda mais os membros da nossa comunidade, fomentando o sentimento de colaboração e troca entre os mesmos, criamos a seção WDYTN – What do You Think Now?, um espaço onde os usuários podem enviar suas próprias perguntas para os demais membros da comunidade, acompanhando suas respostas e comparando resultados em tempo-real.

3) PERFORMANCE

eCGlobalPanel se tornou uma verdadeira Comunidade de Opinião - um espaço de colaboração, troca de idéias e conhecimento entre quase 300.000 internautas, dos mais diversos países de fala Portuguesa e Espanhola e Inglesa, em todo o mundo.

Importantes clientes nacionais e multinacionais têm utilizado o **eCGlobalPanel** como uma inovadora ferramenta para seus testes de produtos e conceitos, pré e pós-testes de campanhas, e estudos de hábitos e atitudes do consumidor. O **ecMasterProfile** tornou-se referência como estudo de perfil e expectativas do internauta latino-americano, tendo alcançado grande destaque em veículos de comunicação nacionais e internacionais como América Economia, Meio & Mensagem, IDG, Info Online, TI Master, entre outros.

A eCMetrics tem sido convidada a apresentar diversos papers em Congressos nacionais e internacionais , entre eles "Building Online MultiCultural Communities – The Next Level of Panel Research?" e "Gaining synergy through multi-method research", ambos utilizando **eCGlobalPanel** como base de experiência e fonte de informação e *consumer insights*, que serão apresentados no Esomar Panel Research Congress, o principal evento de painéis do mundo, que acontecerá entre os dias 27 e 29 de novembro em Barcelona.

Foram investidos aproximadamente R\$500.000,00 (quinhentos mil reais) no desenvolvimento do novo portal eCGlobalPanel e campanhas de comunicação e relacionamento. Todo o processo de conceituação e desenvolvimento durou aproximadamente um ano.

4) TECNOLOGIA

Plataforma: Linux

Linguagem: Java, PHP

Interface: AJAX, HTML, Flash 8

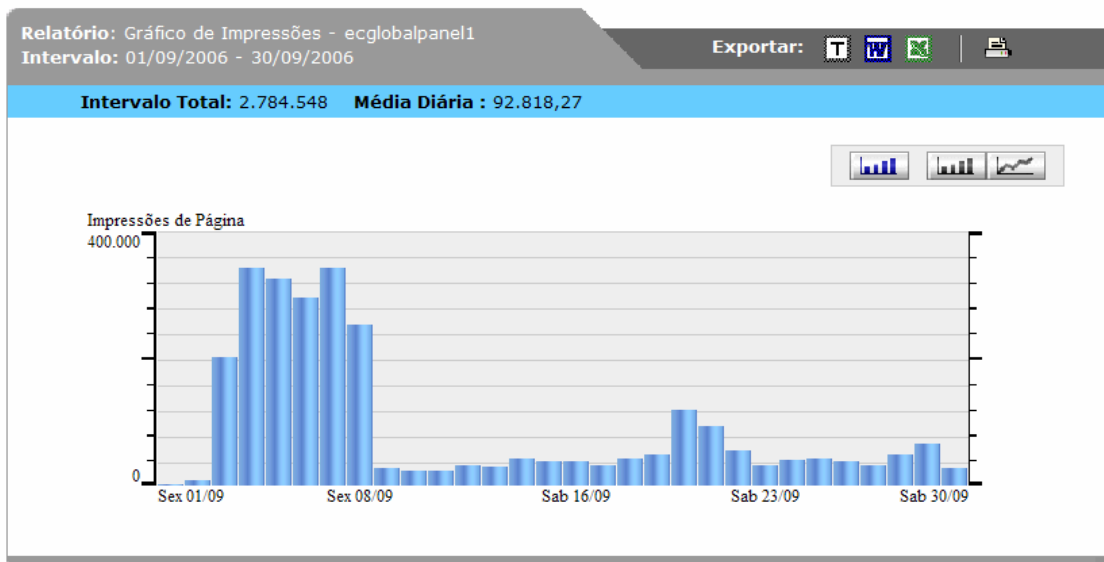
Banco de dados: Postgree

Sistema de CRM: eCKRM (eCMetrics Knowledge & Relationship Management System – plataforma proprietária de CRM & Loyalty desenvolvida pela eCMetrics)

5) RESULTADOS

Aumento de Tráfego

Após o lançamento do novo portal, e das diversas ações de marketing e relacionamento, tivemos uma explosão no número de visitas ao website, chegando em setembro de 2006 a 2.784.548 pages views por mês (média diária de 92.818,27).



Novos Membros

Tivemos um crescimento de 20% do número total de membros da comunidade em apenas 3 meses (de julho a setembro de 2006), dos quais 15% foram indicados através de amigos (viral marketing).

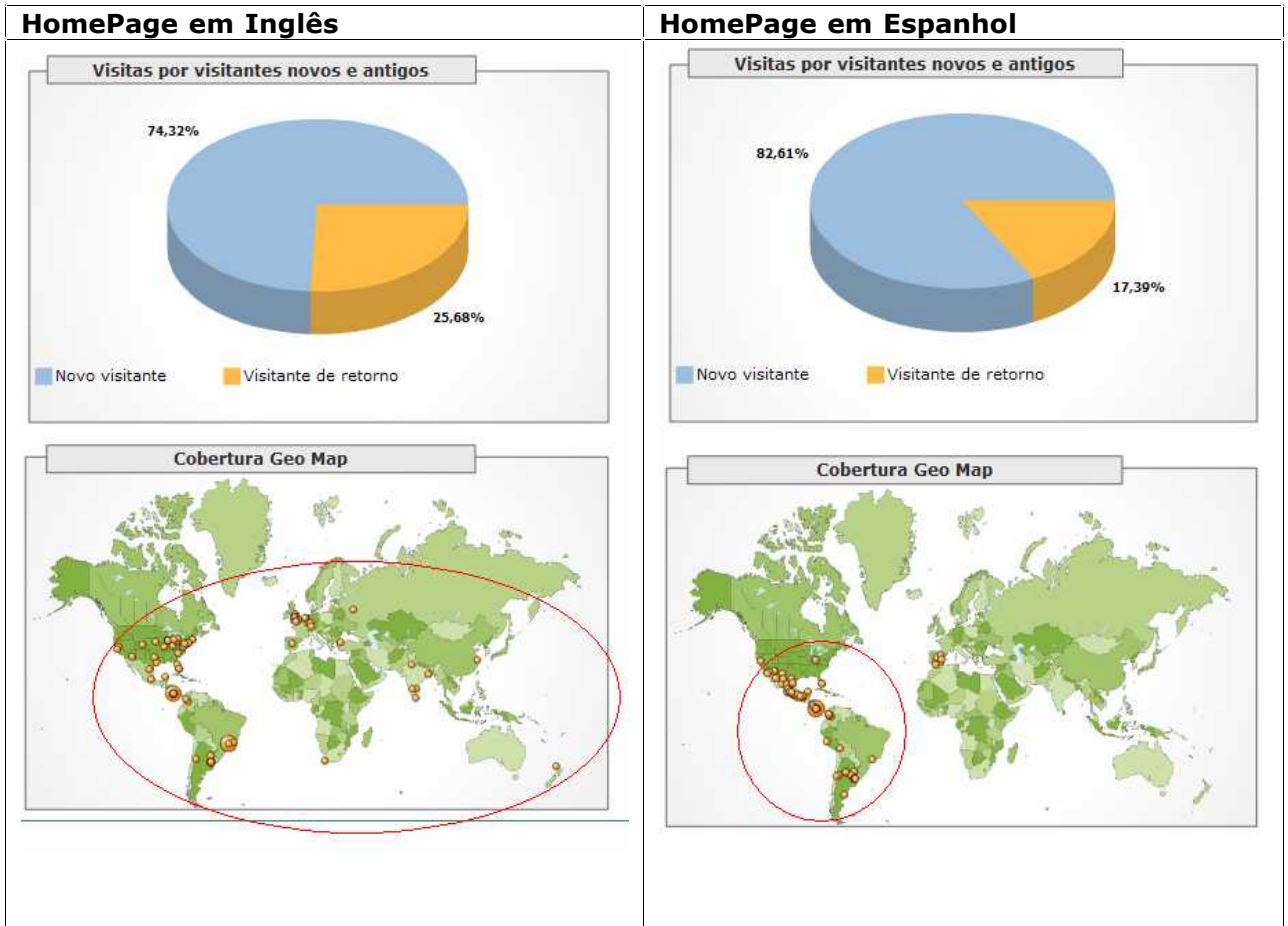
Fidelização

Registramos um aumento de 10% nas taxas de resposta aos nossos convites e e-mails enviados e uma queda nas taxas de opt-out.

Através de novas pesquisas de opinião, temos recebido um feedback muito positivo de grande parte dos usuários. Continuaremos monitorando os índices de satisfação e lealdade através de nossa pesquisa contínua de satisfação, cuja próxima onda acontecerá no primeiro trimestre de 2007.

Expansão Regional e Internacional

Obtivemos também um aumento de penetração em outros países da América Latina como México, Argentina, Chile, Costa Rica, Colômbia e acessos das mais diversas regiões do mundo, como mostram os gráficos abaixo gerados pelo Google Analytics:



Segmentação dos Dados

Através dos formulários de perfis avançados (Internet, tecnologia, automóveis, viagens, lazer, etc.), hoje podemos segmentar nossa base de dados através de diversas variáveis que vão além das sócio-demográficas básicas como idade, sexo e classe social.