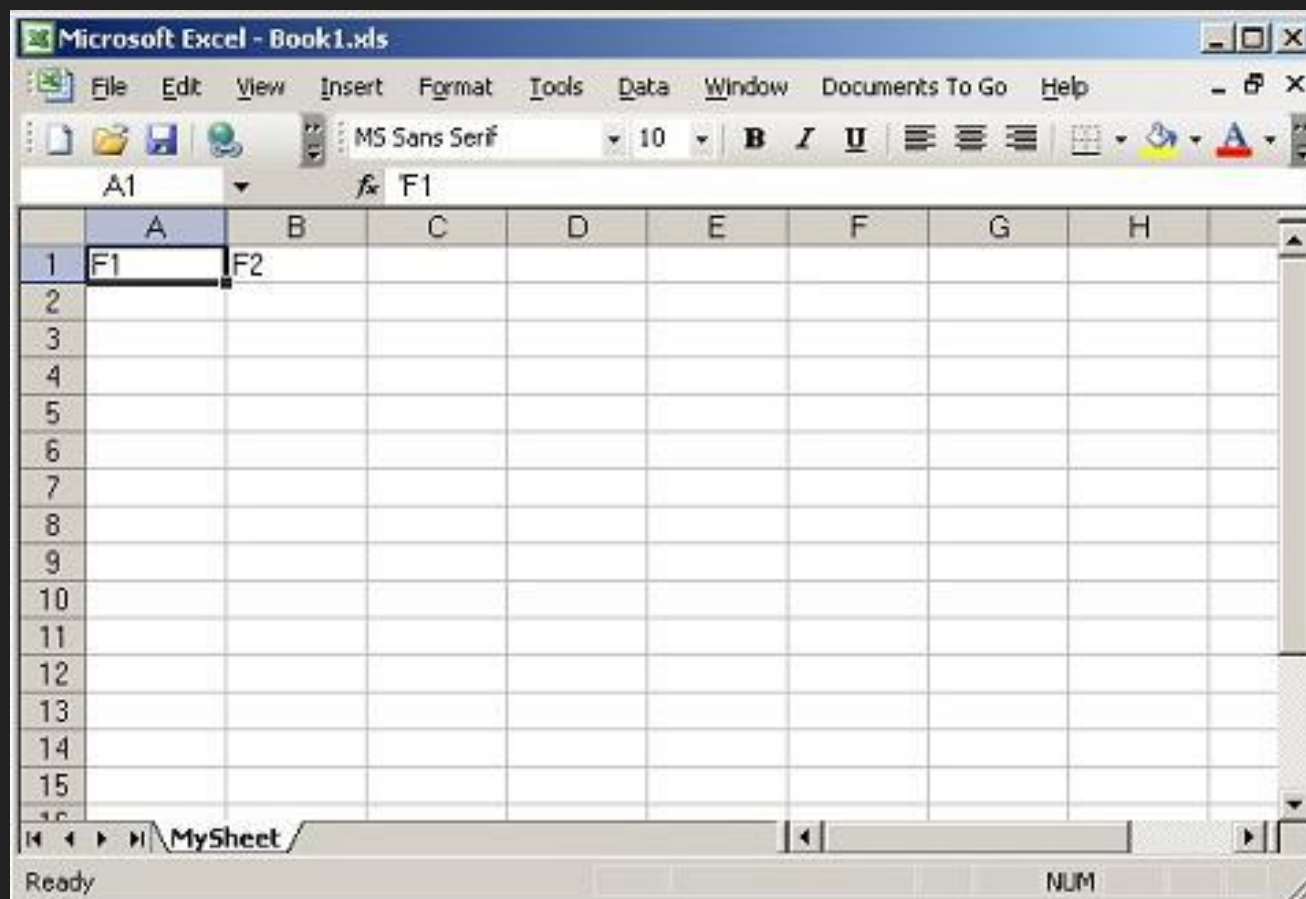


Στέλιος Λαμπρόπουλος

Το 2004 η βάση δεδομένων μας έμοιαζε κάπως έτσι:

Οι λόγοι ήταν απλοί:

- ✓ Εστίαση στην ανάπτυξη προϊόντων
- ✓ Παροχή τηλεφωνικής υποστήριξης πελατών
- ✓ Υψηλός όγκος πωλήσεων με απουσία ανταγωνισμού.



Datasets: Τι δεδομένα τηρούμε

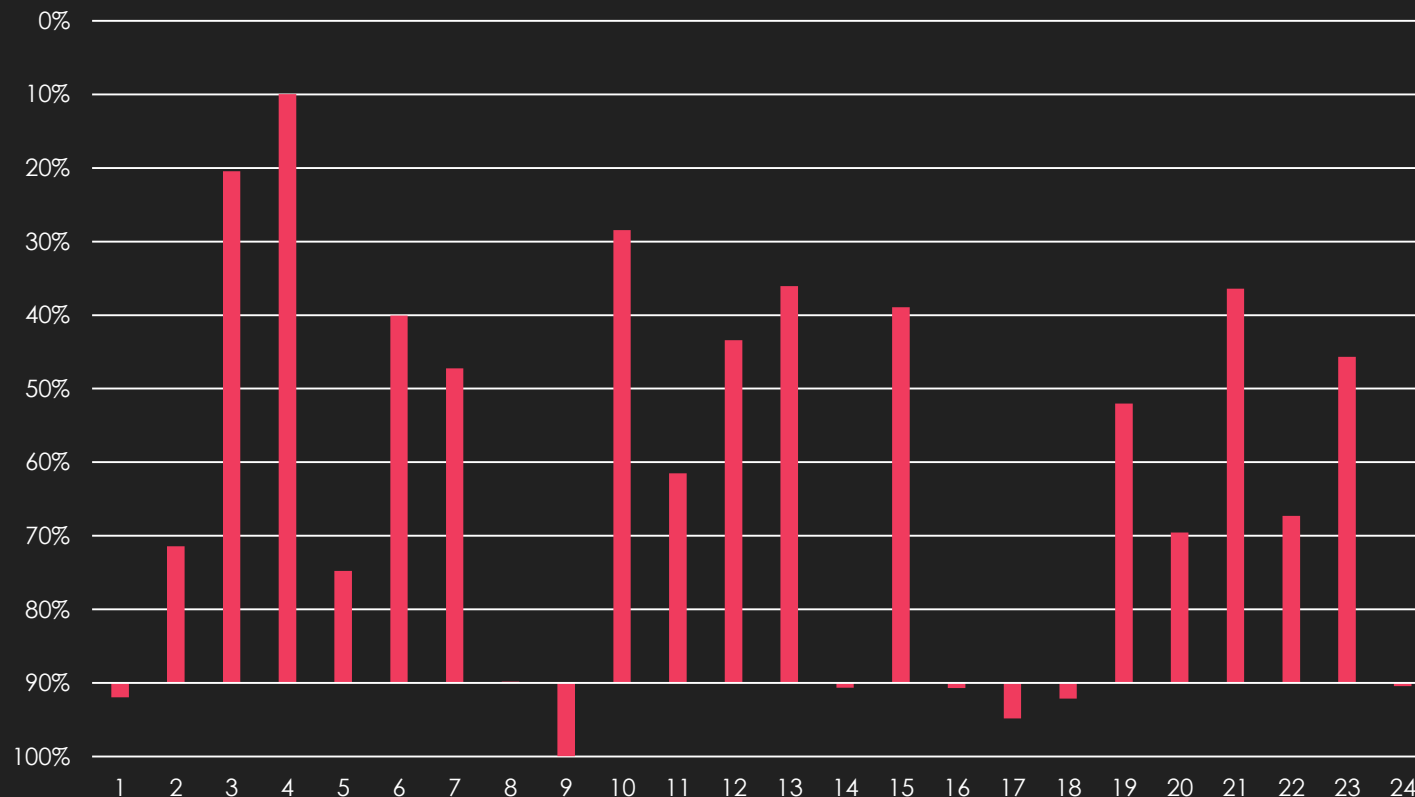
| | A | B | C | D | E | F | G | H |
|----|---------------------|---|---|--|--|--|-------------------------------|--|
| 1 | DataSets | TEST4U Tests | Αξιολογήσεις TEST4U | Site Analytics | Πωλήσεις | Ερωτηματολόγια | Tickets | Αναφορές Ερωτήσεων |
| 2 | Αποθήκευση | βάση δεδομένων test4u.eu | βάση δεδομένων webe2.net | βάση δεδομένων test4u.eu | βάση δεδομένων test4u.eu | βάση δεδομένων test4u.eu | βάση δεδομένων test4u.eu | βάση δεδομένων test4u.eu |
| 3 | | online Users | online Users | online Users | ανά γλώσσα | ανά ερώτηση | ανά κατάσταση | ανά ερώτηση |
| 4 | | ανά ενότητα | ανά σετ | live επισκέψεις σε σελίδες | ανά μέρα | ερωτηματολογίου | ανά χρήστη | ανά χρήστη |
| 5 | | ανά επίπεδο | ανά κατηγορία | Downloads | ανά μήνα | ανά χρήστη | ανά σχολή | ανά σχολή |
| 6 | | ανά κατηγορία | ανά σχολή | Downloads ανά προϊόν | ανά προϊόν | ανά γλώσσα | ανά τμήμα | ανά κατάσταση |
| 7 | | ανά προϊόν | ανά χρήστη | εγγραφές χρηστών | ανά σχολή | ανά χώρα | ανά χώρα | ανά ημερομηνία |
| 8 | | ανά σχολή | ανά χώρα | επισκέψεις σε σελίδες μας | ανά χρήστη | ανά χώρα | ανά έκδοση TEST4U | ανά χώρα |
| 9 | | ανά τάξη | ανάλωση χρόνου | χρόνος παραμονής | ανά χώρα | | | ανά έκδοση TEST4U |
| 10 | | ανά φορέα | καλύτερη επίδοση | κλικ σε συγκεκριμένα | δόσεις | | | ανά ενότητα |
| 11 | Ανάλυση | ανά χρήστη | καλύτερος χρόνος | σημεία | κουπόνια | | | |
| 12 | | ανά χώρα | μηδενικός χρόνος | τελευταίοι επισκέπτες | προϊόντα σε καλάθι με αγορά | | | |
| 13 | | ανάλωση χρόνου | ποσοστό σωστών | ανά μέρα | προϊόντα σε καλάθι χωρίς αγορά | | | |
| 14 | | ανάμεσα σε φίλους | ποσοστό αγνοημένων | ανά προϊόν | ανά κατηγορία πελατη (γονδρική λιανική) | | | |
| 15 | | καλύτερη επίδοση | ποσοστό λανθασμένων | ανά χρήστη | | | | |
| 16 | | καλύτερος χρόνος | | ανά χώρα | | | | |
| 17 | | μηδενικός χρόνος | | | | | | |
| 18 | | ποσοστό σωστών | | | | | | |
| 19 | | ποσοστό αγνοημένων | | | | | | |
| 20 | | ποσοστό λανθασμένων | | | | | | |
| 21 | | δυσκολία ενότητας, κατηγορίας, επιπέδου, προϊόντος | δυσκολία σετ, κατηγορίας | επισκεψιμότητα του ιστότοπου μας | Προϊόντα με μεγαλύτερες πωλήσεις ανά χώρα γλώσσα και χρήστη | συμπεράσματα ανάλογα των ερωτήσεων που θέτουμε | Εντοπισμός κοινών προβλημάτων | Εντοπισμός κοινών προβλημάτων σε συγκεκριμένες ερωτήσεις |
| 22 | | επιβάρυνση του διακομιστή από τους χρήστες ανά ώρα της ημέρας | επιβάρυνση του διακομιστή από τους χρήστες ανά ώρα της ημέρας | ποσοστό εγκαταστάσεων και χρήσης του TEST4U ανά download | Προϊόντα που μπαίνουν συχνά στο καλάθι αλλά τελικά δεν αγοράζονται | | | |
| 23 | | Προτιμήσεις σχολών, χρηστών | επισήμανση προβλημάτων σε ερωτήσεις | Προϊόντα με περισσότερους επισκέπτες | στοχευμένες προσφορές σε χρήστη ανάλογα με τις αγορές του | | | |
| 24 | Συμπεράσματα | επισήμανση προβλημάτων σε ερωτήσεις | επισήμανση αδιάφορων ερωτήσεων | Σελίδες με περισσότερο χρόνο παραμονής και άρα με μεγαλύτερη επιρροή στον πελάτη | | | | |
| 25 | | επισήμανση αδιάφορων ερωτήσεων | επισήμανση πολύ ευκολων ερωτήσεων | Συγκεκριμένα σημεία της σελίδας με μεγαλύτερη απήχηση | | | | |
| 26 | | επισήμανση πολύ ευκολων ερωτήσεων | μέσος απαιτούμενος χρόνος ολοκλήρωσης σετ | Προτιμήσεις σε προϊόντα ανα χώρα | | | | |
| 27 | | μέση χρήση ανα ενότητα | | Προτιμήσεις προϊόντων ανά χρήστη για στοχευμένη αντιμετώπιση | | | | |

Για ποιον λόγο 1/3: Διασφάλιση Ποιότητας

Στόχος: Βελτίωση Προϊόντος /
 Διασφάλιση Ποιότητας

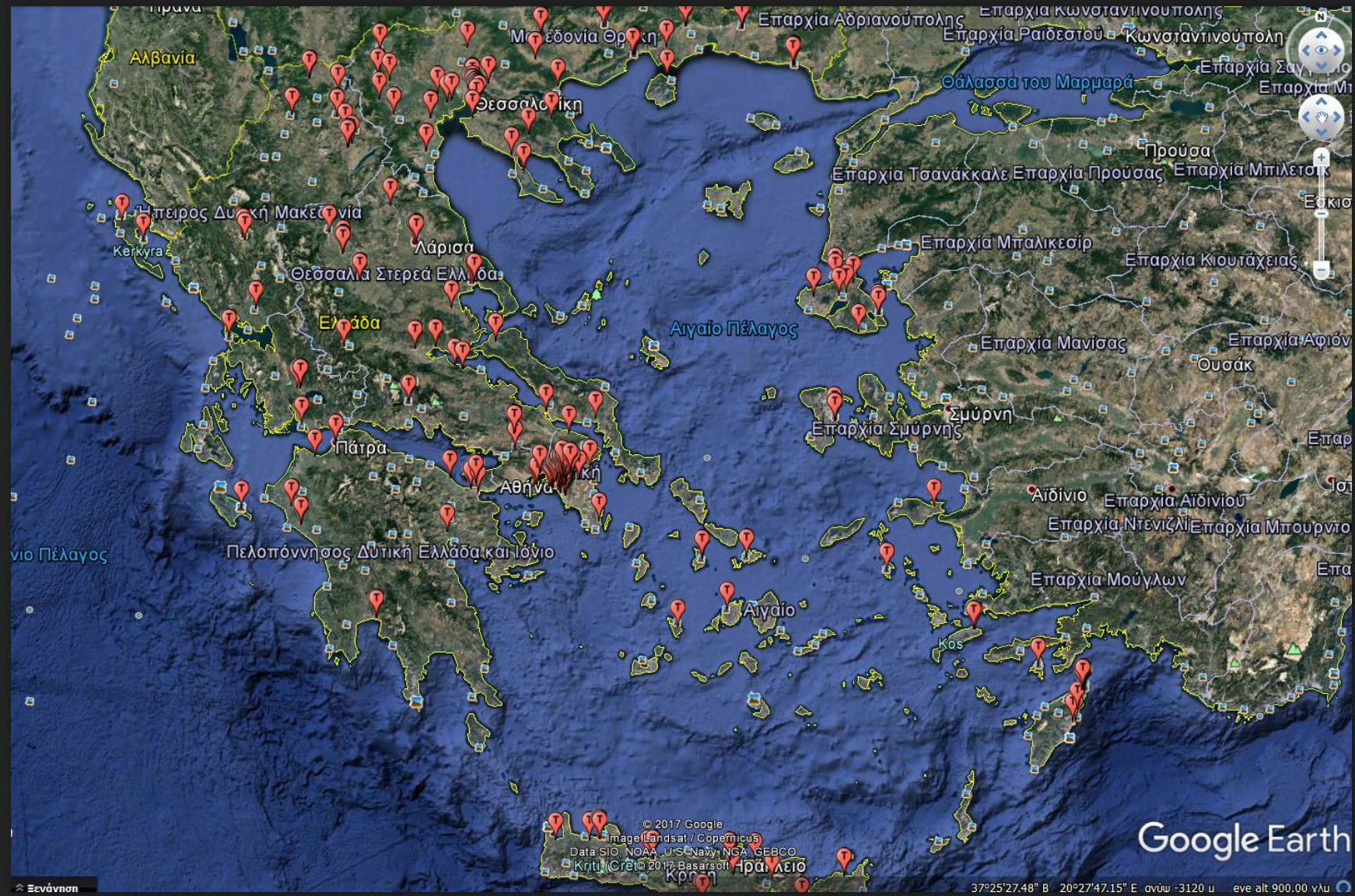
- Έλεγχος ερωτήσεων οι οποίες αξιολογούνται από το Αυτοματοποιημένο Σύστημα ως λανθασμένες με μεγάλη συχνότητα.
- Διασφάλιση της ορθής λειτουργίας του συστήματος και του υψηλού επιπέδου ποιότητας

Ποσοστο Λανθασμενων Απαντησεων



**Για ποιον λόγο 1/3:
Διασφάλιση Ποιότητας**

Τα δεδομένα αντλούνται από τους συνεργάτες μας σε ολόκληρη την Επικράτεια

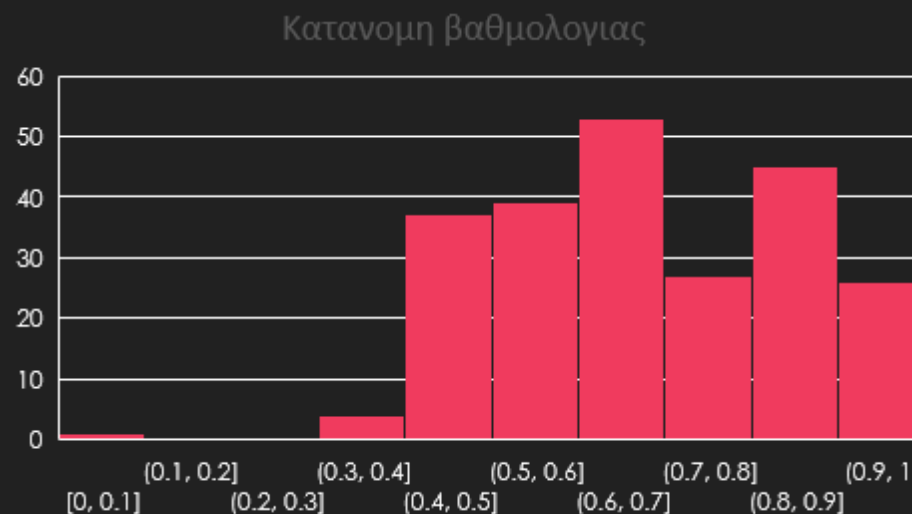
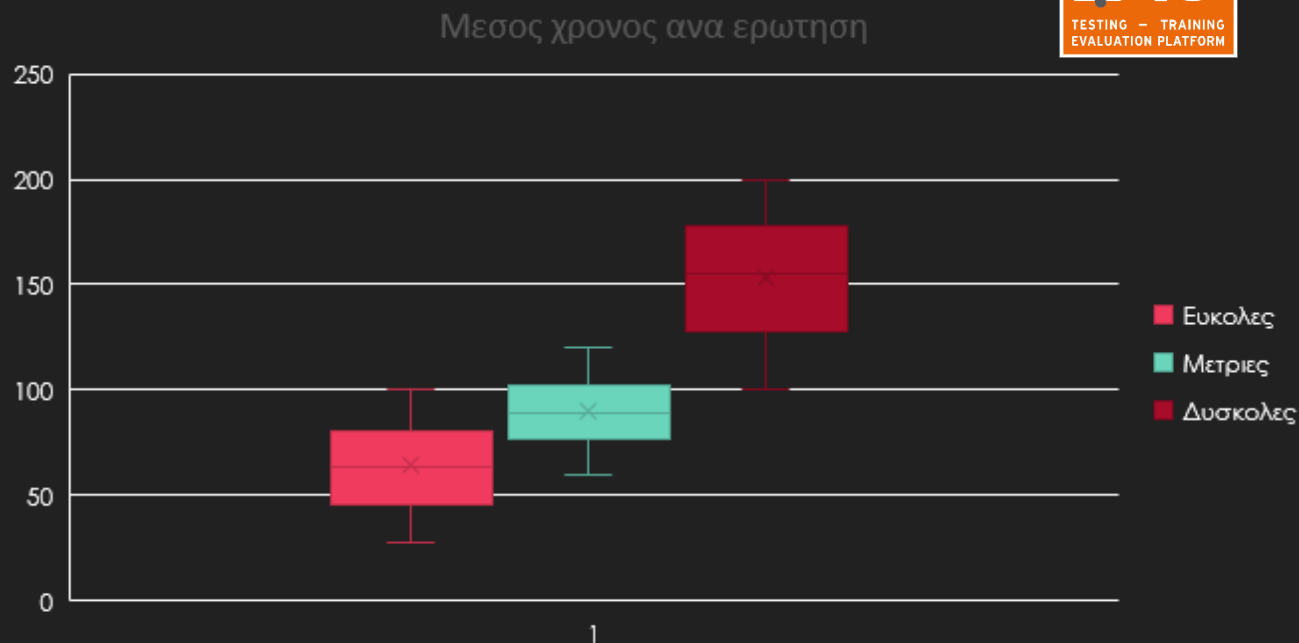


Για ποιον λόγο 2/3: Παροχή Πληροφόρισης

Τα τμήματα Ανθρώπινου Δυναμικού μας αναθέτουν την αξιολόγηση των εργαζομένων τους

- ✓ Επίπεδο δυσκολίας ερωτήσεων
- ✓ Χρόνοι απάντησης
- ✓ Κατανομή βαθμολογίας

Η παρουσίαση δεδομένων με συγκεντρωτικό τρόπο (γραφήματα) είναι επιβεβλημένη για την σωστή αξιολόγηση του αποτελέσματος της εκπαίδευσης.

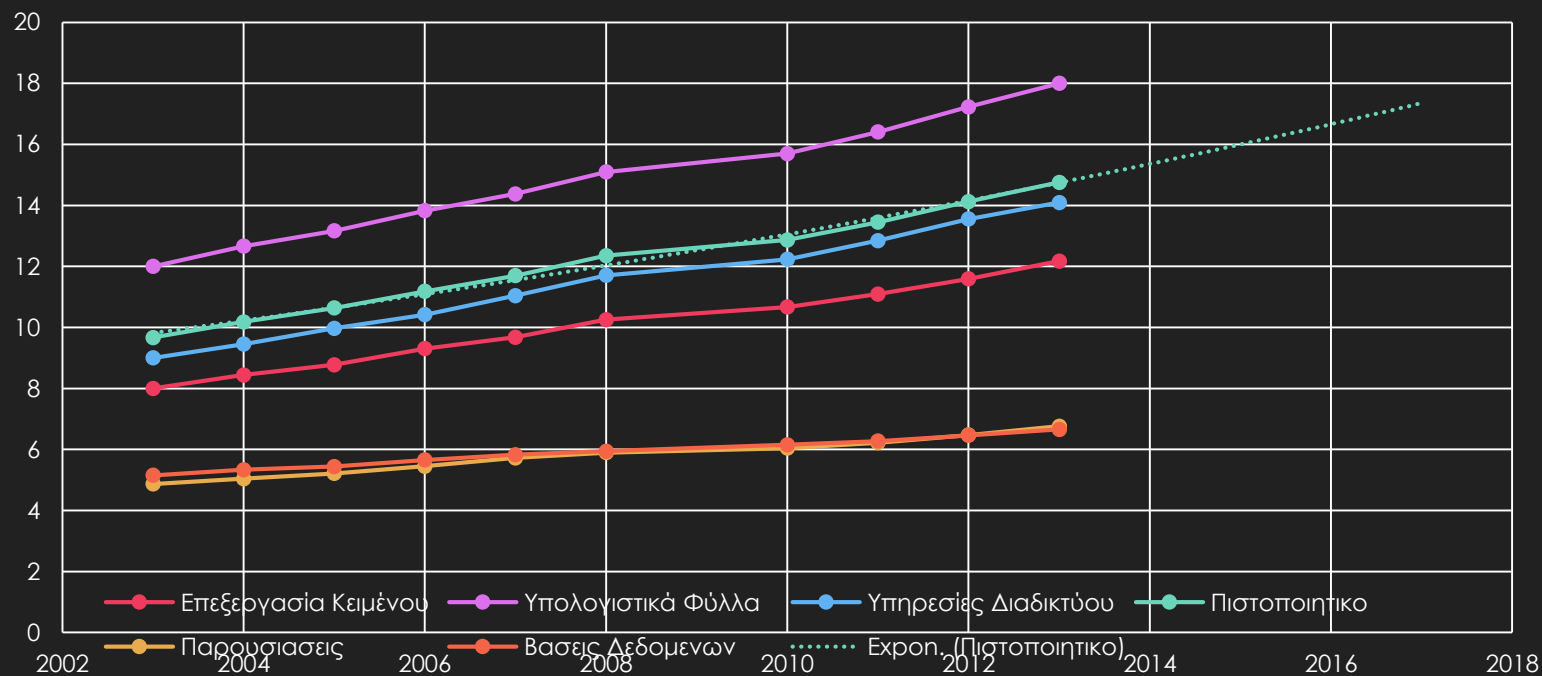


Για ποιον λόγο 3/3: Διενέργεια Προβλέψεων

Η συνηθέστερη σύνθεση
 Πιστοποιητικού ήταν οι 3 ενότητες:

- ✓ Επεξεργασία Κειμένου
- ✓ Υπολογιστικά Φύλλα
- ✓ Υπηρεσίες Διαδικτύου

Χρήση δεδομένων για τα επόμενα
 επιχειρηματικά βήματα.



Για ποιον λόγο 3/3: Διενέργεια Προβλέψεων

Έτσι ο Φορέας Πιστοποίησης
Ανθρωπίνου Δυναμικού DIPLOMA
πήρε την 1^η (και μοναδική) άδεια
διενέργειας εξετάσεων στις 3 ενότητες
ταυτόχρονα!

Επιχειρηματική ευκαιρία για τα
Εξεταστικά Κέντρα;

- ✓ Μεγαλύτερο περιθώριο κέρδους
- ✓ Ευκαιρία να προσφέρουν
αναβαθμισμένες υπηρεσίες
εκπαίδευσης

OXI!

Για ποιον λόγο 3/3:
Διενέργεια Προβλέψεων

κάτι παρόμοιο θα ισχύει και για το
εξωτερικό. Σωστά;

Και πάλι

'ΟΧΙ!

Το Εξωτερικό ψηφίζει Excel

Η υψηλή ζήτηση για εκπαίδευση στο Excel οδήγησε στην ανάπτυξη νέων εξειδικευμένων προϊόντων για το Excel, όπως:

- ✓ Data Analysis with Excel (σε Ελληνικά και Αγγλικά)
- ✓ UBER Analytics Test v.3.1 & v.6.16
- ✓ Excelpedia.org

infolearn



DIPLOMA

www.test4u.eu

www.diploma.edu.gr