

【技术·平台】

基于 CRM - BSC 的图书馆网站评价*

●尹怀琼¹ 朱雷¹ 查颖² 孙振球¹

(1. 中南大学 长沙 410013; 2. 深圳大学 广东深圳 518060)

【摘要】文章介绍了客户关系管理 - 平衡计分卡 (CRM - BSC) 理论, 并欲借鉴 CRM - BSC 理论, 以图书馆用户为中心, 从用户价值、用户满意、用户互动、用户知识四个方面构建一套图书馆网站评价指标体系。参考文献 11。

【关键词】图书馆网站 绩效评价 客户关系管理 平衡计分卡

【中图法分类号】G250.7

【文献标识码】A

【文章编号】1003 - 7845(2012)01 - 0072 - 03

1 CRM - BSC 原理简介

平衡计分卡理论 (The Balanced Score Card, 简称 BSC) 是一个对企业长期战略目标进行综合评价的方法, 是通过建立一整套包括财务绩效指标、客户指标、内部业务流程指标和学习与成长绩效指标, 对企业的经营绩效和竞争状况进行综合评价。CRM 是客户关系管理的简称 (Customer relationship management), CRM - BSC 理论^[1] 是指以客户为中心的平衡计分卡理论, 主要是从客户的角度出发, 以客户知识 (Customer knowledge, CK)、客户互动 (Customer interaction, CI)、客户价值 (Customer value, CV)、客户满意 (Customer satisfaction, CS) 四个维度的指标来评价企业客户关系管理效果。传统 BSC 是以公司为中心, 而 CRM - BSC 是以客户为中心, 两者的不同之处如表 1 所示:

表 1 BSC 与 CRM - BSC 的比较^[1]

BSC 评价维度	关注焦点	CRM - BSC 评价维度	关注焦点
财务	公司股东价值	客户价值	提高客户忠诚度、利益
客户	客户价值	客户满意	实现商业价值
内部流程	提高业务能力、效率	客户互动	促进有效渠道追求卓越运营
学习与成长	通过不断改善来维持创新和变革	客户知识	理解客户及其需求, 分析客户信息

2 CRM - BSC 用于图书馆网站评价的适应性分析

国内学者孟庆良^[2] 通过案例研究验证了 CRM - BSC 模型在企业客户关系管理评价的可行性和有效性。笔者觉得传统意义上对 CRM - BSC 绩效评价的界定过于狭窄, CRM - BSC 应该可以用于评价有着“以客户/用户为中心”服务思想的非盈利性组织。其理由如下: 首先, 坚持“以客用户为中心”的非盈利性组织, 其宗旨是服务用户, 与企业相比, 其目标是为了满足用户的需求而非财政收入, 这正好与 CRM - BSC 改变 BSC 注重财务维度追求客户价值的核心思想是一致的。就 CRM - BSC 淡化财务维度这一点来看, 似乎它更适用于非盈利性组织; 其次, 基于 CRM - BSC 的评价, 有利于“以用户为中心”的非盈利性组织的发展。虽然目前“以用户为中心”的非盈利性组织还无法像企业那样有效地管理用户, 但无可争议的是这些组织都在努力转变服务观念以最大限度地服务用户。因此, 从用户的角度出发, 基于 CRM - BSC 的非盈利性组织评价体系的构建, 不光是为评价而评价, 更重要的是, 它更像标准或指南一样预测组织的目标体系, 构建一套行动指南, 指导其在今后的发展方向。

近年来各图书馆纷纷确立了“以人为本, 以读者为中心”的服务理念, 不少馆还建立了“学科馆员”服务模式, 在网络环境下, 图书馆网站亦已成为图书馆服务的重要平台和窗口, 也是“以用户为中心”的图书馆服务理念的集中体现, 因此, 对图书馆

* 本文系 2010 湖南省情报学会学术基金“湖南省政府门户网站企业服务的综合评价研究”(2010206)、2010 湖南省图书馆学会课题“高校图书馆社会服务研究”(XHYB1012) 的成果之一。

网站的绩效评估结果能在较大程度上反映一个图书馆的服务水平。笔者认为 CRM - BSC 模型适用于有着“以用户为中心”服务理念 of 图书馆网站的评价。

3 基于 CRM - BSC 的图书馆网站评估指标初步构建^[3-11]

3.1 用户知识维度

CRM 需要使用适当的数据挖掘工具和数据库技术来分析用户的需求,根据用户的知识、偏好和需要来了解其特点。具体分为以下几方面:

(1) 了解用户信息: 第一,用户需求调查。网站通过在网上设置调查表,以详细了解用户的具体需求、喜好和行为趋向,有针对性地为用户服务好;第二,定期更新用户信息。图书馆的用户群是变动的,尤其是高校图书馆的用户群更是存在每年更新的特点,图书馆应根据用户注册情况了解各年级、专业的用户构成情况,只有更好地了解用户才能更好地服务用户。

(2) 分析用户行为以理解其需求: 网页日均浏览量/访问量的可统计; 各信息及数据库的浏览量、下载量的可统计。图书馆网站通过这些相关统计功能,可以分析哪些网页、信息和数据库最受用户关注,可以根据具体情况优化重要网页的功能设计,可以根据信息及数据库的浏览、下载量来了解用户的信息需求动向,从而有的放矢地为用户提供信息服务,这也是图书馆电子资源馆藏建设的重要依据。

(3) 图书馆的服务技能及安全: 图书馆职员学历及职称构成; 网站有无定期系统维护及升级规定; 用户资料保密承诺; 代查代检信息内容保密承诺等。为了更好地理解用户,图书馆一方面要不断提高图书馆职员的技术职能,另一方面也要根据实际情况提高图书馆网站的硬件设备和系统功能。此外,在了解和认识用户的过程中,安全性是关系到用户对图书馆信任度的重要问题,要求图书馆网站确保自身系统的安全、对用户信息及其检索资料的保护承诺,承担其相应的泄密责任。

3.2 用户互动维度

图书馆网站服务评价的用户互动是指用户与图书馆网站之间的所有活动,包括一切利用图书馆网站信息资源有关的行为。

(1) 对用户需求的反应: 咨询回复所需时间; 咨询回复的质量。就一般服务来看,服务效率对于其绩效评估来说至关重要,图书馆网站对于用户的需求服务也不例外。因此,图书馆网站对用户的咨询

要在最短时间内给予较高质量水平的回复。

(2) 与用户的交流渠道与技能: 同步交流的在线交流工具; 异步交流的用户论坛、留言板、电话及邮箱等; 单向交流的用户培训资料、FAQ 等。欲使用户与图书馆网站达成良好的互动关系,交流渠道的通畅很重要,图书馆网站应该不断改善与用户的交流渠道,包括增加图书馆网站与企业的互动方式,如设置用户论坛、留言板、在线交流工具 QQ 和 MSN、FAQ 等等。此外,图书馆网站资源的利用需要用户具备一定的技能,只有用户具备了良好的信息查询与检索技能,才能形成用户与图书馆网站间的良好互动局面。

(3) 效率效益发挥情况: 电子资源的利用率(浏览量和下载量); 网站用户日均访问量; 用户通过图书馆在线办事数/率。考查图书馆网站与用户是否具有良好的互动关系,图书馆网站的效益发挥情况可作为关键指标,用户电子资源的利用率、访问量和在线办事数越高,说明用户与图书馆网站越是有着良好的互动关系,同时说明图书馆网站的效率和效益也越高。

3.3 用户价值维度

图书馆网站的用户价值是指图书馆网站通过有效管理用户关系以最大限度实现用户对图书馆的需求,实现用户访问图书馆网站的价值(如资料的获取、问题的解决等),并最终达到更好地为用户服务和提升图书馆自身形象的目的(即图书馆收效)。它是图书馆网站评价中最核心的指标维度。具体包括以下几个方面:

(1) 用户服务的支持,即图书馆网站整体页面外观和易用性的评价: 界面的易用性、吸引力; 网站页面功能分区清晰; 语言版本; 链接速度; 导航功能。

(2) 图书馆网站信息服务水平: 采购电子资源数量,包括购买的电子图书数、电子全文期刊数、数据库数等; 自建数据库情况; 信息浏览功能,信息按一定的方式合理的布局,方便用户浏览; 信息检索功能,包括快速、高级、二次检索等功能; 网络信息整合服务情况,帮助用户查找信息的整合目录、网络免费资源的浏览等; 图书馆消息的及时发布,让用户及时知道图书馆的动向以更好的利用图书馆资源; 提供其它著名图书馆的链接。

(3) 图书馆网站在线服务水平: 图书馆的产品与服务介绍、办事指南详尽情况; 在线学位论文提交,主要针对高校图书馆而言,以让毕业学生能在网上自动提交学位论文,节约时间; 网络参考咨询系

统,在线指导与解答用户提问,以更好地利用图书馆资源;检索委托的在线提交,让用户不用亲自到馆而能在网上委托检索课题,避免图书馆使用的时空障碍;在线支付方式,当用户对图书馆有偿服务有需求时,能通过一定的支付方式付费,如邮寄、银行帐户等。

3.4 用户满意维度

CRM的最终目标就是获取客户的满意,只有让客户达到一定的满意度才能保持其忠诚度。图书馆网站服务评价的用户满意是指图书馆网站通过各种方法和途径满足用户的信息需求,以达到让用户满意而保持其忠诚度的目的。具体包括以下几个方面:

(1) 图书馆网站服务质量:每日/月用户建议数及其采纳情况;每日/月用户投诉数及其改善情况。图书馆网站服务质量的改善情况主要反映在用户建议、投诉等方面,对于用户投诉经过改善后越少、建议采纳率越高,说明图书馆网站对服务的改善情况良好,用户也会越来越满意。

(2) 用户满意度:用户对图书馆网站服务的整体满意度;用户继续使用图书馆网站的意愿。

参考文献

- [1] Kim J., Suh E., Hwang H. A Model for Evaluating the Effectiveness of CRM Using the Balanced ScoreCard[J]. Journal of Interactive Marketing 2003; 17(2): 5-19.
- [2] 孟庆良,韩玉启,吴正刚.基于平衡计分卡的CRM有效性评价模型研究[J].管理工程学报 2006(4): 46-50.
- [3] 罗琳.高校图书馆用户关系管理有效性评价研究[D].西南大学 2010.
- [4] 秦卫平,吕颖.高校图书馆数据库现状分析与绩效评价[J].图书馆学研究 2005(12): 34-36.
- [5] 刘爱华.高校图书馆网站可用性评价研究[J].图书馆学研究, 2008(2): 36-38;44.
- [6] 唐琼,张玫,曾颖,陈一梅,徐涌.基于LibQUAL+(TM)的广东高校图书馆服务质量评价[J].大学图书馆学报 2006(2): 63-69.
- [7] 武立新.基于BSC的研究型大学图书馆绩效综合评价[J].情报杂志 2008(1): 151-154.
- [8] 乔东枝.论平衡计分卡在高校图书馆管理中的应用[J].图书馆论坛 2007(3): 28-30.
- [9] 胡莉华.用平衡计分卡推进高校图书馆“一切为了读者”理念的实现[J].图书馆 2008(2): 28-30.
- [10] 赵围,李力.基于平衡计分卡的图书馆服务战略研究[J].情报科学 2008(11): 1659-1662.
- [11] 王宏鑫.图书馆网络信息服务绩效评价的指标与方法[J].图书馆杂志 2006(2): 23-26.
- [作者简介]尹怀琼,馆员,现在中南大学医学图书馆工作;朱雷,副研究馆员,现在中南大学医学图书馆工作;查颖,馆员,现在深圳大学图书馆工作;孙振球,教授,现在中南大学医学图书馆工作。
- [收稿日期]2011-06-10 (刘平 编发)

Performance Measurement on Library Website based on the CRM – BSC Theory

Yin Huaqiong Zhu Lei Sun Zhenqiu

(Central South University, Changsha, Hunan 410013, China)

Zha ying

(Shenzhen University, Shenzhen, Guangdong 518060, China)

Abstract This paper first introduces the CRM – BSC theory. Then, taking the library users as the center, it constructs the evaluation index system of the performance measurement on library website based on the CRM – BSC theory, including four dimensions such as user value, user satisfaction, user interaction and user knowledge. 11 refs.

Keywords Library website. Performance measurement. Customer relationship management. Balanced score card.