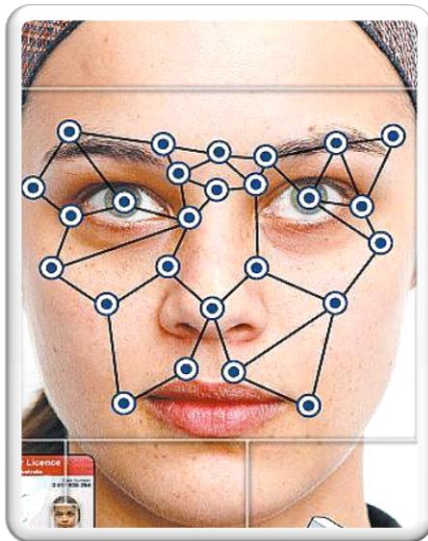




The impact of Facial Recognition technology on Customers Relationship Management and Value Creation

Candidate: Afonso Filipe Fontão Mendes Batista

Advisor: Professor Paulo Cardoso Amaral



Dissertation submitted in partial fulfilment of requirements for the degree of MSc in Business Administration, at Católica-Lisbon School of Business and Economics, May 2011.

Abstract

Title: The impact of Facial Recognition technology in Customer Relationship Management and Value Creation

Author: Afonso Filipe Fontão Mendes Batista

The present dissertation was created under the scope of the seminar “Strategic Use of Technology”, concerning the potential strategic impact of a certain technology when applied to business.

In the present study, the use of a Facial Recognition technology is proposed, as a way to improve the real-time interactions between organizations and their customers. Thus, the investigation field of this dissertation is the value creation strategic use and impact of this technology by enhancing their Customer Relationship Management (CRM) approach.

Furthermore, an analysis of the Portuguese market is performed, in order to find out which industries are more suitable to implement this technology. In this analysis, different financial ratios from the main industries of the Portuguese market were compared, as a way to define at least one industry that had potential and were suitable for this technology to be implemented in. In the end, the two industries selected were the retail and the banking industry.

Finally, it is also discussed the advantages of such system from a customer point-of-view on how it can positively impact the different CRM functionalities of an organization, and a research is performed on whether or not, Portuguese consumers are willing to accept its adoption.

This study concludes that the use of a facial recognition system can indeed add value and impact the overall performance of organizations, through the optimization and integration of its CRM Functionalities. Furthermore the results obtained also demonstrate that in general, Portuguese consumers are willing to accept the system and its implementation in retail stores and bank branches .

Resumo

Título: O impacto da tecnologia de reconhecimento facial no Customer Relationship Management (CRM) de uma organização e a sua criação de valor

Autor: Afonso Filipe Fontão Mendes Batista

Esta dissertação foi criada no âmbito do seminário “Strategic use of technology”, relativamente ao potencial impacto estratégico que uma determinada tecnologia poderá ter quando aplicada a áreas de negócio.

No presente estudo, é proposto que o uso da tecnologia de reconhecimento facial, pode melhorar o modo como as empresas interagem com os consumidores. Deste modo, o âmbito de estudo desta dissertação, é a criação de valor e o impacto estratégico que esta poderá ter nos processos de CRM da organização. Além disso, é realizada também uma análise do mercado português – através da comparação de diferentes rácios económico-financeiros das principais indústrias portuguesas, de modo a definir quais as indústrias em que esta tecnologia poderá ter mais viabilidade e sucesso. No final de mesma, as duas indústrias seleccionadas foram a indústria do retalho e da banca.

Por fim, a discussão engloba também as vantagens que a adopção deste sistema poderia trazer para os consumidores e como esta tecnologia poderá afectar positivamente todas as funcionalidades de CRM de uma organização, bem como é feita uma investigação de modo a averiguar se os consumidores portugueses estão ou não, dispostos a aceitar a introdução desta tecnologia.

Este estudo conclui que o sistema de reconhecimento facial, adiciona de facto valor para as organizações, bem como melhora a sua performance através da optimização e integração das diferentes funcionalidades de CRM.

Além disto, a investigação realizada conclui também que em geral, os consumidores portugueses estão dispostos a usar esta tecnologia, bem como a sua implementação no retalho e em balcões de instituições bancárias.