



Zbadaj wskaźnik lojalności Twoich Klientów
Sprawdź, czy Klienci będą lojalni wobec Twojej marki?

Jaki problem rozwiązuje badanie NPS?

Kupowanie produktów czy korzystanie z usług nie świadczy o lojalności Klientów. Tak myśli wielu menedżerów i popełnia błąd, a wraz z nim traci pieniądze. Kupujących Klientów można bowiem podzielić na rzeczywiście lojalnych, pozornie lojalnych, oraz detraktorów.

Pozornie lojalni i **detraktorzy** często nadal kupują, bo „muszą”. Nie mają możliwości zmiany dostawcy lub aktualnie zmiana ta kosztuje ich zbyt wiele. Ale jeśli tylko nadarzy się okazja... odejdą. A detraktorzy, napędzani frustracją, zanim odejdą, aktywnie **odradzą kupno innym Klientom**. Firma traci więc podwójnie.

- Czy można zatem zbadać ilu mamy tych pozornie, a ilu naprawdę lojalnych Klientów?
- Czy można zidentyfikować detraktorów, by przeciwdziałać utracie wiarygodności i pieniędzy?

Można. **Potrzebne jest badanie współczynnika rekomendacji – NPS.**



Rozwiązaniem jest badanie NPS

NPS, czyli **Net Promoter Score™***, to wskaźnik służący do pomiaru lojalności Klientów.

Jego idea polega na zadaniu Klientowi jednego pytania:

„Jak bardzo jest prawdopodobne, że polecisz [firmę X] swojemu znajomemu?”

Zebrane odpowiedzi, odpowiednio przeliczone na wskaźnik NPS, pozwalają znacznie lepiej niż inne badania przewidzieć przyszłość firmy. NPS silnie koreluje z rozwojem biznesu.

Wysoki poziom NPS współwystępuje ze stabilnym wzrostem, a niski ze spadkiem przychodów firm.

NPS został stworzony i zweryfikowany przez Fredericka F. Reichhelda jako najlepszy wskaźnik rzeczywistej, a nie jedynie deklarowanej, lojalności Klientów. Dzisiaj z tego badania korzystają najlepsi, a mówiąc wprost te firmy które autentycznie wierzą, że to ich Klienci są kluczowym zasobem, o który należy dbać.

Wystarczy regularnie monitorować prosty wskaźnik, jakim jest NPS – by poznać, co naprawdę o marce sądzą Klienci i czy będą naprawdę lojalni.



*"Net Promoter" is a registered trademark of Fred Reichheld, Bain & Company and Satmetrix.

5 przewag badania NPS?



SZYBKOŚĆ I PROSTOTA REALIZACJI

Rozmowa trwa od minuty do dwóch - dla Klienta to nieobciążające badanie i chętnie na nie odpowiada.



CZYTELNY, SYNTETYCZNY WSKAŹNIK

Wskaźnik w postaci liczby jest czytelny i łatwy w interpretacji przez wszystkich pracowników.



INSPIRACJE DO DOSKONALENIA OFERTY I OBSŁUGI

NPS pozwala uzyskać rzetelne dane do usprawnień w zakresie oferty i obsługi, których rzeczywiście oczekują Klienci.



BUDOWANIE RELACJI Z KLIENTEM

Poprzez pytanie o stopień zadowolenia i zbieranie informacji na temat uwag potwierdza Klientowi autentyczne zainteresowanie jego potrzebami.



EWALUACJA PODEJMOWANYCH USPRAWNIĘŃ

NPS pozwala weryfikować efekty inicjatyw podejmowanych na rzecz doskonalenia jakości obsługi i wizerunku firmy.

Jak przebiega badanie NPS?



Zgłoszenie

Wystarczy e-mail,
wpis na chacie
lub telefon...



Przygotowanie

Po rozmowie
zaproponujemy
optymalny przebieg i
formę badania



Badanie

Zadzwonimy do
Twoich Klientów
i zadamy im jedno
krytyczne pytanie,
może dwa..., by
dostarczyć Wam
więcej wartościowych
informacji



Analiza

Zebrane dane
wnikliwie
przeanalizujemy
ilościowo
i jakościowo



Raport

Opracujemy
raport z
wyczeniem
Waszego
NPS'a



Prezentacja

Spotkamy się z
Wami, by
przedstawić wyniki i
przedyskutować
wnioski

Dlaczego ProOptima?

Klienci mają tendencję do łagodzenia swoich negatywnych opinii i oceniania firmy/marki przez pryzmat nierobienia przykrości przedstawicielowi firmy, z którym się kontaktują. **Przed takim zafałszowaniem rzeczywistej oceny w dużym stopniu zabezpiecza badanie przez zewnętrzną firmę** (nie przez handlowców czy dział obsługi Klienta).

ProOptima ma 10 letnie doświadczenie w realizacji projektów doskonalących jakość obsługi Klienta. Na bazie tych doświadczeń rekomendujemy badanie NPS.

Do tej pory byliśmy partnerem doskonalenia jakości obsługi Klienta m.in. dla



Nasi Klienci





ProOptima Sp. z o.o.
Ul. Lwowska 2/7
30-548 Kraków
tel. +48 12 397 79 51

biuro@prooptima.pl
www.prooptima.pl
www.wskazniklojalnosci.pl