



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.**

Celem badania jest **ocena satysfakcji Klientów korzystających z usług firmy** z wykorzystaniem metodologii NPS w wybranych punktach styku (NPS transakcyjny) lub globalny NPS (relacyjny).



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. Według badań **7-punktowy wzrost NPS koreluje z 1% przyrostem sprzedaży** w ujęciu rocznym**.

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.

** Marsden, P., Samson, A., & Upton, N. (2005). Advocacy drives growth. Brand strategy, (198), 45-47.



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 USPRAWNIEŃ

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 proponujemy 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 wyliczeniem 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.



Lepszej obsługi Klienta doświadczają Klienci m.in.:



Wycena badania

Basic

29.900 zł

- Analiza potrzeb klienta
- Przygotowanie badania
- Opracowanie podziału reprezentatywnej grupy Klientów
- Telefony do Klientów (CATI)
- Analiza wyników
- Wyliczenie wskaźnika NPS
- Raport zawierający surowe dane ilościowe
- Raport zawierający przeanalizowane dane ilościowe i jakościowe
- Wyszczególnienie Klientów zagrożonych odejściem, dzięki temu zlecający badanie może interweniować oraz apostołów marki, których warto docenić.

Gold

36.400 zł

Wszystko po lewej plus:

- Rekomendacje działań przeciwdziałających utracie Klienta
- Rekomendacje działań usprawniających proces obsługi Klienta
- Warsztat strategiczny (1 dzień) w siedzibie firmy prezentujący dla zarządu wyniki badania i rekomendacje dalszych działań lub moderujący wypracowanie Action Planów do wdrożenia jako efekt badania.

Platinum

78.900 zł

Wszystko po lewej plus:

- Audyt doświadczeń Klienta z marką (Customer experience - CE):
 - analiza procesu sprzedaży i obsługi Klienta w miejscach kontaktu z Klientem: www, telefon, e-mail, czat, kontakt f2f.
- Audyt jakości procesów i kompetencji w zakresie Obsługi Klienta budującej lojalność:
 - analiza przebiegu i wyników posiadanych przez firmę badań mierzących poziom satysfakcji Klienta
 - analiza przebiegu i rezultatów zrealizowanych dotychczas działań w ramach wdrażania i upowszechniania praktyk profesjonalnej obsługi Klienta.
 - analizę poziomu wiedzy, kompetencji, postaw i motywacji do udziału w planowanych działaniach.
 - badanie kultury organizacji z uwzględnieniem wpływu charakteru firmy na procesy obsługi Klienta i jego lojalność
- Kompleksowa diagnoza określająca strategię budowania lojalności Klientów projektu, wraz ze wskaźnikami sukcesu oraz metodami ich pomiaru

Stawki są stawkami netto. VAT wynosi 23 %.

Wycena przy założeniu realizacji badania na próbie liczącej 380 klientów biznesowych (reprezentatywnej dla przyjętej liczbie 20000 klientów, bez segmentacji).

Koszt badania NPS (Basic przy próbie liczącej 100 klientów: 7.900 zł)



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