

Net Promoter Score

Co je NPS?

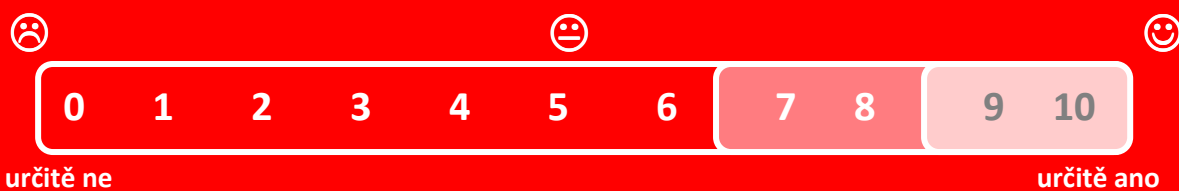
- NPS je moderní nástroj umožňující **rychlé měření zákaznické loajality**.
- NPS vychází z **praktické zkušenosti** zákazníků a měří jejich ochotu na základě této zkušenosti dále doporučovat značku, společnost, výrobek svému okolí – přátelům, kamarádům, známým. Důležitá je právě osobní zkušenost, která může být dále zkoumána v rámci tzv. rozšířeného NPS.
- NPS měří **základní postoje zákazníků** v těchto dimenzích:
 - **Promoters (Příznivci)**
 - **Pasivní**
 - **Detractors (Kritici).**
- Hodnota NPS je rozdíl mezi % Příznivců a % Kritiků, jedná se tedy o skóre, které lze velmi jednoduše měřit **v časovém srovnání nebo provádět benchmarky** v rámci jednotlivých odvětví podnikání.
- **Rozšířený NPS** představuje širší dimenzi v popsání zákaznické zkušenosti jako důvodu hodnocení a umožňuje hlubší obsahovou analýzu důvodů. Tak můžeme stanovit **ZÁKAZNICKÉ MOMENTY PRAVDY**, které otevírají inovací a zlepšení v rámci vnitřních procesů.
- **Efektivita** měření je vztažena **také dovnitř společnosti**, kdy v rámci callbacků / feedbacků odpovědných manažerů je možné ještě lépe analyzovat potřeby a blokace nespokojených zákazníků.

Jaké jsou hlavní výhody NPS?

- ☺ rychlost feedbacku – „in moment“ – bezprostřední reakce na setkání zákazníka s jakýmkoli touch points
- ☺ jednotná metoda užívaná celou řadou firem – standardizovaný benchmark
- ☺ možnost rychlé reakce i na drobné změny v poklesu NPS
- ☺ obsahová analýza výpovědí umožňuje detailní sledování klíčových momentů pravdy

NPS® - Net Promoter Score

Ochota doporučit značku / společnost / produkt



KRITICI
(odpovědi 0-6)

PASIVNÍ
(odpovědi 7-8)

PŘÍZNVICI
(odpovědi 9-10)

NPS = % „příznivců“ - % „kritiků“