



Net Promoter Score -NPS

Net Promoter Score NPS on yrityksen palvelun / tuotteen kasvun mittari. Se on yrityksen palvelua / tuotetta käyttäneen asiakkaan tyytyväisyysmittari (suosittelemalukkuus). Käytettävät kyselykanavat; sähköposti, www, tekstiviesti. NPS sisältää tyypillisesti 1-3 lyhyttä kysymystä.

Vastaa kysymyksiin

- Kuinka tyytyväinen asiakas oli tuotteeseen/palveluun
- Kuinka lojaali asiakas on tuote-/palvelubrändille
- Kuinka varmasti asiakas suosittelee yritystä/tuotetta/palvelua muille

Mittaria voidaan käyttää myös

- Asiakasvaihtuvuuden ennustamiseen
- Yksittäisten asiakkaiden tunnistamiseen, jotka vaativat erityistä huomiota uskollisuuden saavuttamiseksi

NPS käyttökohteita ovat esimerkiksi

- Asiakas on tehnyt oston tai aloittaa koekäytön
- Asiakas on ollut yhteydessä asiakaspalveluun tai tukeen
- Asiakas tekee tietyn toimenpiteen www sivustolla
- Ennen tuotetta tai palvelua käyttäneen asiakkaan fyysistä tapaamista
- Ennen asiakkaan sopimuskauden loppumista
- Milloin tahansa kun halutaan tietää asiakkaan suhde tuotteeseen tai palveluun

NPS kyselyssä käytetään asteikkoa 0 – 10

0 ei suosittele ollenkaan
10 suosittelee varmasti

0-6 = arvostelija = asiakas ei ole tyytyväinen ja pahimmillaan käyttäytyy arvostelevasti.

7-8 = passiivinen = asiakas ei ole tyytyväinen eikä tyytymätön. Asiakas vaihtaa, jos parempaa tulee eteen

9-10 = Suositteleva = asiakas on lojaali, aktiivinen sekä suosittelee yritystä/tuotetta/palvelua

Kysymys voi olla myös avoin kysymys tiettyyn kysymykseen, jolloin ei käytetä pisteytystä

Tyypillisiä lisäksi käytettäviä taustatietoja: asiakkaan koko, asiakkaan ikä, asiakkaan yhteyshenkilö.

NPS pisteen laskentakaava: (suosittelevien lukumäärä – arvostelijoiden lukumäärä) / (vastaajien lukumäärä) x 100

Hinnoittelu

- Perustamiskustannus (sisältää kyselykampanjan suunnittelun ja toteutuksen) eur
- Lähetetyt kyselyt eur/kpl
- Tulosanalyysi ja raportointiportaalin käyttö eur/kk

