

**NPS®**  
Für jedes Unternehmen relevant und einsetzbar

NPS® steht für NetPromoterScore® und ist eine Kennzahl für die Loyalität der Kunden. Durch eine regelmäßige Messung können Unternehmen die Entwicklung der Beziehungsqualität mit ihren Kunden beobachten.

## Erhebung

Schriftlich, telefonisch oder Online-Befragung

Wie wahrscheinlich würden Sie [Marke X] einem Bekannten weiterempfehlen?



## Berechnung

Einfach und verständlich

**NPS® = % Promotoren - % Kritiker**

Der NPS® kann zwischen +100 und -100 liegen.

## NPS® Gruppen

Zufriedenheitsbezogene Kundensegmentierung

**Kritiker** sind unzufriedene Kunden, die keine Bindung zu Ihrem Unternehmen haben und meist von einem Kauf Ihrer Leistungen abraten.

**Passive** sind zufriedene aber nicht begeisterte Kunden, die recht einfach von der Konkurrenz abgeworben werden können.

**Promotoren** sind loyale und begeisterte Kunden, die Freunde und Bekannte von einem Kauf bei Ihnen überzeugen möchten.

## Vorteile NPS® Tracking

Durch sorgfältige Planung und Umsetzung bleibt der NPS® nicht nur ein Zahl

**1 Simpler, kurzer Fragebogen und einfache Erhebung** mittels Telefon- oder Onlinebefragung

**2 Vielseitig einsetzbar** – kann für einzelne Transaktionen oder auf Unternehmensebene verwendet werden

**3 Leicht verständlich** und für alle Unternehmensebenen, -bereiche **relevant** und in das Tagesgeschäft integrierbar

**4 NPS®-basierte Segmentierung** erlaubt Maßnahmen für unterschiedlich begeisterte Kunden

**5 Ermöglicht gezieltes Benchmarking** zwischen Unternehmen und Unternehmensbereichen

**6 Kontinuierliches Tracking** lässt Trends frühzeitig erkennen und Aktivitäten bewerten

## Unsere Leistung

Wir helfen Ihnen auf Basis des NPS® mit Ihren Kunden in einen Dialog zu treten

**Wir unterstützen Sie bei der Datenerhebung:**

- **Optimierung des Fragebogens**  
Durch ergänzende Fragen kann der NPS® richtig interpretiert werden (z.B. spontane Assoziationen, kritische Ereignisse, Bewertung zentraler Leistungsfaktoren)
- **Timing**  
Versand der Einladungen und Festlegung der Befragungsintervalle
- Auswahl des **Kunden-samples**
- Wahl der **geeigneten Erhebungsmethode**

**Wir beantworten in der Datenanalyse folgende Fragen:**

- Warum liegt Ihr NPS® auf dem **aktuellen Niveau** und warum hat sich der NPS® im **Zeitverlauf** verändert?
- Wie wirken sich konkrete Aktivitäten auf die **Kunden-zufriedenheit** aus?
- Welche **Assoziationen** löst Ihr Unternehmen bei Kunden mit unterschiedlicher Loyalität aus?
- Welche **Anforderungen** werden an Ihre Leistungen gestellt und welches sind Ihre zentralen **Zufriedenheitstreiber**?

**Wir helfen Ihnen beim Start Ihres Kundendialoges:**

- Wir bieten Ihnen die Möglichkeit direkt auf das Feedback Ihrer Kunden zu reagieren und damit gezielt einen **Dialog** zu starten
- Wir unterstützen Sie bei der Entwicklung der dafür notwendigen **internen Prozesse**
- Wir helfen Ihnen bei der Übersetzung der Befragungsergebnisse in **konkrete Handlungen**

## Referenzen

