



LÖSUNGEN



Weiterempfehlung ist die beste Bewertung

INNOFACT Net Promoter Score & Kundenzufriedenheit

Kundenzufriedenheit ist die Maßgröße in der Interaktion mit dem Kunden schlechthin. Daran und an der Weiterempfehlungsbereitschaft, die anhand der Kennzahl Net Promoter Score (NPS) erhoben wird, entscheidet sich der langfristige Erfolg eines Unternehmens.

INNOFACT misst für viele Kunden die Kundenzufriedenheit in verschiedensten Märkten und Branchen in Deutschland und international. Auf diese Weise können Verbesserungspotenziale sichtbar gemacht und frühzeitig Fehlentwicklungen erkannt werden.



Wertvoll im Kundendialog: Das Feedback

Die Kundenzufriedenheit kann einmalig oder wie bei einem Tracking laufend erhoben werden – die Hauptsache ist es, das Feedback des Kunden nutzbar zu machen.

So funktioniert es

INNOFACT hat weitreichende Erfahrungen mit der Messung der Kundenzufriedenheit. Zunächst werden in den Projekten die Unternehmensbereiche definiert, zu denen der Kunde befragt werden soll. Das kann von „A“ wie Angebot bis „Z“ wie Zustellung gehen.

Im Handel beispielsweise kann die Zufriedenheit mit dem Personal, der Ladengestaltung, dem Sortiment oder der Auszeichnung der Waren abgefragt werden. In der Industrie dagegen stehen eher die Qualität des Außendienstes, die Preisgestaltung, die Servicewahrnehmung oder die Produktqualität im Zentrum. Grundsätzlich lassen sich alle Schnittstellen („Touch Points“), bei denen der Kunde Kontakt mit dem eigenen Unternehmen hat, in die Bewertung mit einbeziehen.

Als eine wichtige zentrale Kennzahl erhebt **INNOFACT** standardmäßig den Net Promoter Score (NPS). Diese Kennzahl ist eine Maßzahl für die Weiterempfehlung. Üblicherweise bekommt der Befragte hier eine Skala von 0 bis 10 vorgegeben, auf der er angeben muss, wie stark er das jeweilige Unternehmen weiterempfehlen würde.

Der Clou ist, dass nur die Werte 9 und 10 als echte Weiterempfehlen in die Bewertung einfließen (siehe Abbildung). Die Werte von 0 bis 6 werden sogar von den Promotoren abgezogen. Das heißt: Die Promotoren müssen in der Befragung überwiegen, damit das Unternehmen auf einen positiven Wert kommen kann. Definitiv eine harte Währung!

Das liefert INNOFACT

Bei der Kundenzufriedenheit werden regelmäßig Kennzahlen erhoben, die Auskunft über den Status der Zufriedenheit mit dem Unternehmen geben.

Exemplarische KPIs, die **INNOFACT** in diesem Zusammenhang für seine Kunden regelmäßig misst, sind:

- Globale Kundenzufriedenheit
- Detail-Kundenzufriedenheit (Produkt, Preis, Vertrieb, Service, Warenpräsentation, Kommunikation)
- Net Promoter Score (NPS)
- Über eine Treiberanalyse kann zudem analysiert werden, welche Faktoren die Zufriedenheit der Kunden steuern und beeinflussen

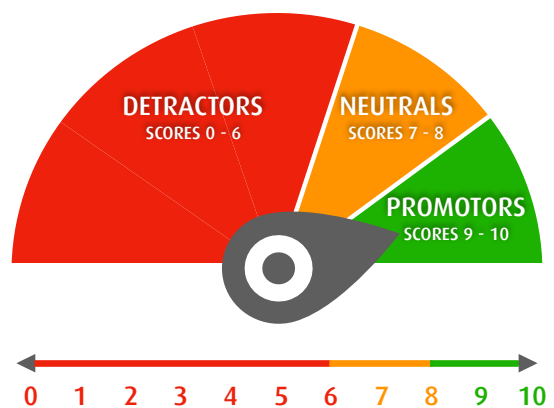


Foto: Fotolia.de