



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 im sogenannten Net Promoter Score (NPS) gemessen wird, entscheidet sich der langfristige Erfolg eines Unternehmens.

INNOFACT misst daher 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.

Eine wesentliche Kennzahl (KPI), die in diesem Zusammenhang immer erhoben wird, ist der NPS, der insbesondere Auskunft darüber gibt, wie stark ein Anbieter weiterempfohlen wird – sicherlich eine der härtesten Währungen.



Wertvoll im Kundendialog: Das Feedback

Die Kundenzufriedenheit kann dabei einmalig oder wie bei einem Tracking laufend erhoben werden – Hauptsache, der Kunde wird mit seinem Feedback eingefangen.

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.

So kann beispielsweise im Handel die Zufriedenheit mit dem Personal, der Ladengestaltung, dem Sortiment oder der Auszeichnung der Waren abgefragt werden, während in der Industrie eher die Qualität des Außendienstes, die Preisgestaltung, die Service-wahrnehmung oder die Produktqualität im Zentrum stehen. Grundsätzlich lassen sich alle sogenannten „Touch Points“, also Schnittstellen, bei denen der Kunde Kontakt mit dem eigenen Unternehmen hat, in die Bewertung mit einbeziehen.

Als eine wichtige zentrale Kennzahl erhebt **INNOFACT** dabei 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 (siehe Abb.) in die Bewertung einfließen. 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

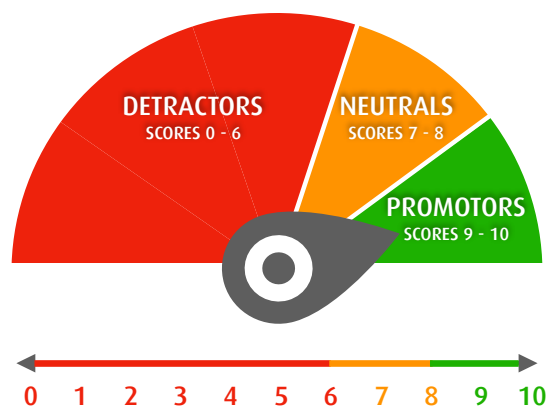


Foto: Fotolia.de