

NPS



Erfiðleikastig

NPS (Net Promoter Score) er ein af þessum hugmyndum sem þú verður að gefa þér tíma til að skoða þar sem þessi hugmynd getur breytt öllu sem þú ert að gera. **NPS** er meðmælaskor eða einkunn sem þínir hagsmunaaðilar (viðskiptavinir/ starfsfólk/ birgjar) gefa vöru, þjónustu eða fyrirtækinu þínu. Klassísk NPS-spurning hljómar svona:

Hversu líklegt eða ólíklegt er að þú mælir með vörum eða þjónustu fyrirtæk isins á bilinu 0-10 þar sem 0 er mjög ólíklegt og 10 er mjög líklegt.



Tilgangur
Varðveisla

Þú hefur líklega oft tekið þátt í svona könnun en þeir sem svara á bilinu 0-6 eru kallaðir letjendur, 7 og 8 eru hlutlausir í **NPS** fræðunum og 9 og 10 eru hetjurnar í sögunni og eru í daglegu tali kallaðar hvetjendur.

Hvernig?

Það eru tvær leiðir til þess að gera **NPS** könnun inni í Zenter:

- Með ferli
- Með almennu verki.



Hver vinnur?
Viðskiptavinurinn

Við mælum með því að þú horfir á myndbandið hér að neðan sem sýnir þér hvernig **NPS** könnun er sett upp í Zenter.

Af hverju?

Ein stærsta ástæðan fyrir því að þú átt að vinna með **NPS** er að meðmæli vina og vandamanna eru einn albesti mælikvarði á hversu góð þjónustan eða varan þín er.



Kostnaður
Enginn

Þetta hefur verið margsannað í fjölda rannsókna og t.d. tók Toyota upp þessa aðferðafræði á fyrir allar söluskrifstofur sínar á árinu 2015. Þú nærð strax árangri með **NPS** þar sem svörin gefa þér strax vísbendingu um hvað þú getur gert betur. Hverju svari fylgir ein opin spurning þar sem þátttakandi er beðin um að rökstyðja svar sitt. Í þeim svörum finnur þú oft leiðir til þess bæta reksturinn þinn.

Hvað þarf ég að kunna?

- Gera könnun
- Stofna feril
- Tengja svör í könnun við markhóp
- Lesa úr skýrslum