



NET PROMOTER SCORE®

Scopri come sei agli occhi del cliente



RIDURRE IL NUMERO
DI DETRATTORI



A CHI È RIVOLTO

Il Net Promoter Score® è la soluzione per le aziende che desiderano:

- Conoscere la fedeltà dei propri clienti
- Misurare il passaparola sui propri prodotti e/o servizi
- Sviluppare nuovi promotori
- Cogliere nuove opportunità di vendita
- Ridurre il numero dei detrattori



AUMENTARE LA
FREQUENZA DI ACQUISTO

Il Net Promoter Score® non è una semplice metrica di misurazione dell'indice di fedeltà e della forza del "passaparola", ma una disciplina di change management che consente alle aziende di comprendere il valore loro riconosciuto dai clienti, di diffondere all'interno dell'intera organizzazione i principi della cultura di attenzione al cliente a livello bottom-up e top-down, di misurare il valore del proprio prodotto e servizio offerto lungo l'intera mappa di contatto con il cliente, di implementare azioni mirate di loyalty al fine di incrementare le vendite. Comprendere perché un promotore compra di più, compra più spesso e quanto i suoi feedback positivi veicolano nuovi potenziali clienti



RACCOGLIERE FEEDBACK
COSTRUTTIVI

TARGET

- B2B
- B2C
- Personale aziendale
- Partner e Investitori

COME FUNZIONA

ATTIVITÀ DI PROGETTAZIONE DEL SERVIZIO

Definizione degli obiettivi di rilevazione a medio e lungo termine

- Implementazione del volume, della frequenza e della gamma prodotti acquistata
- Riduzione del numero dei detrattori e sviluppo di nuovi promotori
- Generazione di una mappa di feedback costruttiva e di supporto allo sviluppo di nuove opportunità di vendita

Definizione della customer journey map e dei touchpoints

Identificazione dei target obiettivo e/o loro stratificazioni

- Portfolio clienti B2B
- Portfolio clienti B2C
- Personale aziendale (Front Line, Management, Executive)
- Partner e investitori

Scelta della metodologia (Transactional/Relationship)

Scelta del canale/i di contatto più efficace/i

RISULTATI ATTESI

- Definire le tempistiche di follow up su detrattori e regole/ruoli per le escalation di contatto
- Promuovere azioni di loyalty improvement su promotori e passivi
- Identificare gli indicatori/item di performance da monitorare
- Pianificare le tempistiche di revisione dei risultati per singola funzione e cross-functional