

# Kundenbindung leicht gemacht

„Würden Sie uns weiterempfehlen“?  
Der Net Promoter Score gibt Antwort.



## Würden Sie uns weiterempfehlen?

Auf diese eine Frage lässt sich das Thema Kundenzufriedenheit und Kundenbindung reduzieren.

Die daraus resultierende Kennziffer "Net Promoter Score" hilft Unternehmenswachstum und Kundenbindung vorherzusagen.

Für eine Kundenbefragung mit dem NPS haben wir ein sehr kostengünstiges Online-Tool entwickelt.

### Kontakt

INTERCONNECTION CONSULTING GROUP  
Osterwaldstraße 96 · 80805 München

Tel +49 89 368143 0 Fax +49 89 368143 55  
info@interconnectionconsulting.de  
www.interconnectionconsulting.de

Die INTERCONNECTION CONSULTING GROUP ist ein international tätiges Unternehmen für Consulting, Training und Marketingforschung mit den Schwerpunkten Kundenorientierte Unternehmensführung, Marketing- und Vertriebsstrategie, Sales Excellence, Key Account Management, Customer Relationship Management, Human Resource Management, Kundenzufriedenheit und Kundenbindung.

# Der Net Promoter Score

## Systematisch zum sicheren Unternehmenserfolg

Wie viele Fragen muss man stellen, wenn man herausfinden will, ob ein Kunde zufrieden ist oder nicht? Fünf? Zehn? Wie wär's mit einer einzigen:

**"Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie uns Ihren Freunden oder Kollegen weiterempfehlen?"**

Studien belegen, dass sich mit dieser einfachen Frage alle relevanten Fakten zur Kundenzufriedenheit ermitteln lassen.

Frederick F. Reichheld, ehemals Consultant bei Bain, entdeckte den "Net Promoter Score". In seinem Artikel "The one number you need to grow" beschreibt er, wie er und sein Team die Zahl der Kunden, die zu Weiterempfehlungen bereit waren (Promotoren), mit den durchschnittlichen Wachstumsraten von Unternehmen verknüpften - und herausfanden, dass sie unabhängig von der Branche deutlich korrelieren.

### Hohe Teilnahmebereitschaft

Kurz und bündig – das ist das Motto für den Net Promoter Score. 90 Prozent der Kunden beantworten die Frage.

Das ist ein wesentlich höherer Anteil als bei einer klassischen Umfrage mit vielen Fragen. Ist ein Kunde besonders begeistert oder extrem enttäuscht, darf ihm der Callcenter-Mitarbeiter eine zweite Frage stellen: "Ist es Ihnen recht, wenn wir Sie noch einmal anrufen?" Über 80 Prozent sagen Ja.

Dabei kommt die ganze Stärke des Bottom-up-Ansatzes zur Geltung: Meist wird der jeweils zuständige Mitarbeiter seine Kunden anrufen und von ihnen unmittelbar erfahren, warum sie sein Unternehmen empfehlen wollen -oder von dem Unternehmen abraten.

### Der Nutzen für Sie

- Sie erhalten extrem kostengünstig einen Kundenzufriedenheits- und Kundenbindungsindex.
- Sie können die Untersuchung laufend wiederholen, auch per Onlinebefragung.
- Sie können abwanderungsbereite Kunden frühzeitig entdecken und gegensteuern.
- Sie können Ihre Kunden leicht segmentieren

### Feedback aus erster Hand hilft

Informationen aus erster Hand sind besser, besonders bei Problemen. Ein Feedback-Telefonat ist eine riesige Chance, sich in den Kunden hineinzusetzen.

"Es hat schon immer Kunden gegeben, die sich beschweren", merkt Uwe Michel an. "Aber es ist sehr wertvoll, auch von den anderen eine Rückmeldung zu bekommen. Ein positives Feedback motiviert die Mitarbeiter und Kritik hilft, den Service zu verbessern, besonders, wenn sie von Kunden kommt, die sich nicht beschweren würden, wohl aber über den Wechsel zu einem Konkurrenten nachdenken."

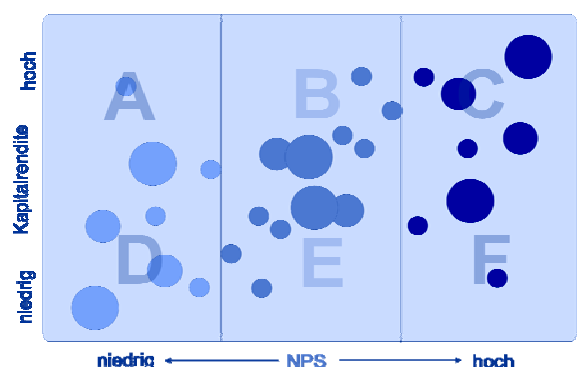
### Loyalty Temperature



Kunden werden angerufen und gefragt: "Auf einer Skala von 0 bis 10 – wie wahrscheinlich ist es, dass Sie unser Unternehmen Ihren Freunden oder Kollegen weiterempfehlen?"

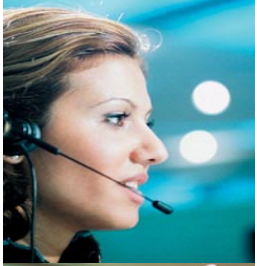
Als "Promotor" (Förderer) gilt, wer das Unternehmen mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit empfehlen wird (9 und 10 auf der Skala), wer 7 oder 8 als Wahrscheinlichkeit angibt, ist "passiv zufrieden". Kunden, die vermutlich keine Empfehlung aussprechen werden (die also Wahrscheinlichkeiten zwischen 0 und 6 angeben), werden "Detraktoren" oder Skeptiker genannt.

Um den Net Promoter Score zu berechnen, wird der Prozentsatz der Detraktoren einfach von dem der Promotoren abgezogen.



# Der Net Promoter Score

## Durchführung und Kosten



### Online

1. Wir versenden für Sie Emails an Ihre Kunden zur Einladung an der Teilnahme an der NPS-Befragung.
2. Wir führen die Online-Befragung durch.
3. Kunden mit den Scores 7-8 und 0-6 erhalten zusätzliche Fragen.
4. Nichtteilnehmer erhalten bis zu dreimal ein Reminder-Mail.
5. Wir werten die Daten aus und sagen Ihnen konkret **welche Kunden namentlich** welche NPS-Scores abgegeben haben.
6. Wir segmentieren Ihre Kunden auf Grund der Ergebnisse.
7. Sie erhalten konkrete Empfehlungen für Ihre Marketing- und Vertriebsstrategie.

### Telefonisch

1. Wir rufen Ihre Kunden an.
2. Wir führen eine telefonische Befragung durch.
3. Verweigerer werden besonders gekennzeichnet.
4. Kunden mit den Scores 7-8 und 0-6 erhalten zusätzliche Fragen.
5. Wir werten die Daten aus und sagen Ihnen konkret **welche Kunden namentlich** welche NPS-Scores abgegeben haben.
6. Wir segmentieren Ihre Kunden auf Grund der Ergebnisse.
7. Sie erhalten konkrete Empfehlungen für Ihre Marketing- und Vertriebsstrategie.



### Kosten

Unabhängig von der Anzahl der befragten Kunden

Festpreis €4.800,-

### Kosten

In Abhängigkeit der Anzahl der befragten Kunden

Grundpreis €5.800,-

Pro 100 Kunden €300,-

INTERCONNECTION  
CONSULTING GROUP  
Osterwaldstraße 96  
80805 München  
Tel +49 89 368143 0  
Fax + 49 89 368143 55

# Faxantwort +49 89 368143 55

Bitte nehmen Sie mit uns Kontakt auf.

Wir interessieren uns für

- Net Promoter Score Befragung online
- Net Promoter Score Befragung telefonisch

## Absender

\_\_\_\_\_  
Name, Vorname

\_\_\_\_\_  
Abteilung/Funktion

\_\_\_\_\_  
Firma, Straße, PLZ, Ort

\_\_\_\_\_  
Tel, Fax, Email

## Weitere Leistungsangebote

Bitte senden Sie uns Informationsmaterial zu folgenden Themen:

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Customer Relationship Management       | <input type="checkbox"/> Neuro Marketing & Sales        |
| <input type="checkbox"/> Beschwerde- & Rückgewinnungsmanagement | <input type="checkbox"/> Sales Excellence               |
| <input type="checkbox"/> Key Account Management                 | <input type="checkbox"/> Verkaufsteams führen           |
| <input type="checkbox"/> Wirkungsvolle Mitarbeiterführung       | <input type="checkbox"/> Persönliche Erfolgsplanung     |
| <input type="checkbox"/> Neukundengewinnung & Leadmanagement    | <input type="checkbox"/> Kundenbindungsmanagement       |
| <input type="checkbox"/> Konfliktmanagement                     | <input type="checkbox"/> Psychologie für Führungskräfte |
| <input type="checkbox"/> _____                                  | <input type="checkbox"/> _____                          |
| <input type="checkbox"/> _____                                  | <input type="checkbox"/> _____                          |