



Fra analyse til handlinger der gør en forskel for kunderne

Apsis havde på egen hånd arbejdet med Net Promoter Score (NPS) i halvandet år, men tingene var gået i stå, og der var ingen udvikling i tallene. Man målte på NPS, men tiltaget var ikke implementeret i organisationen, og det førte ikke til handlinger eller forbedringer for kunderne.

Det har været en kæmpe hjælp at få eksternt rådgivning til optimering af arbejdet med kundeloyalitet. Kents store erfaring gav os den helt rigtige sparring på projektet.

Louise Olsson,
Customer Journey Manager

Der blev gennemført en evaluering af det eksisterende Net Promoter System og udarbejdet en beskrivelse af målsætninger og ambitioner, herunder et roadmap med aktiviteter der kunne føre projektet i mål. Undervejs blev der gennemført træning og involvering af alle kundevedtede medarbejdere med henblik på at skabe ejerskab, læring og udvikling.

Som resultat blev NPS forankret og forstået som nøgletal lige fra direktionen og ud til den enkelte medarbejder, og det optimerede Net Promoter System blev meningsfuldt og relevant for både kunder og medarbejdere. NPS er nu en integreret del af det daglige arbejde med kunderne, og det har både forbedret kundeloyaliteten og reduceret kundeafgangen.

For yderligere info om denne case kontakt Kent Bredahl på kent@cuori.dk eller +45 5240 2340.