

Das ultimative NPS®-Cheat-Sheet



Was ist der NPS?

NPS steht für Net Promoter Score® bzw. Net Promoter System®. Es bezeichnet eine Methodik zur Ermittlung und Steigerung der Kundenzufriedenheit und -bindung, indem ermittelt wird, mit welcher Wahrscheinlichkeit Kunden ein Unternehmen oder Produkt an Freunde oder Kollegen weiterempfehlen würden.



Durch den Einsatz des Net Promoter Systems lassen sich:

- ✓ Unzufriedene, potenziell abwandernde Kunden schnell erkennen und relevante Stakeholder alarmieren
- ✓ Abwanderungsgründe verstehen und Verbesserungspotentiale identifizieren
- ✓ Kritiker mit personalisierten Maßnahmen zurückgewinnen und Fans für Weiterempfehlungen aktivieren

Wie berechnet man den NPS?

Schritt 1: Kunden befragen

Schritt 2: Antworten anhand des abgegebenen Scores kategorisieren

😊 Promotoren (9–10 Punkte auf der Skala)

Sie sind loyale Fans und Fürsprecher eines Unternehmens, die eine Wahrscheinlichkeit zur Weiterempfehlung sowie hohe Wiederkaufsraten aufweisen.

😐 Passive (7–8 Punkte auf der Skala)

Sie sind grundsätzlich zufrieden, weisen aber keine emotionale Bindung zu Produkt oder Firma auf. Sie kaufen ggf. auch bei der Konkurrenz.

😞 Detraktoren: (0–6 Punkte auf der Skala)

Sie sind unzufrieden und neigen dazu, schnell abzuwandern. Unter Umständen verleihen ihrem Unmut in Form negativer Rezensionen oder Kommentare in den sozialen Medien Ausdruck.

Schritt 3: Den Score berechnen

Basierend auf der Gesamtzahl der erhaltenen Antworten wird der Prozentsatz der Detraktoren von dem der Promotoren subtrahiert. Die Passiven gehen dabei nicht in die Gleichung mit ein. Das Ergebnis ist eine Zahl zwischen -100 und +100. Ein Beispiel:

Gesamtzahl der erhaltenen Antworten: 150
Promotoren: 98 | **Passive: 20** | **Detraktoren: 32**



Promotoren: in %: 65 | **Detraktoren in %: 21**



Promotoren: in % - Detraktoren in % = NPS

65 - 21 = 44

NPS Follow-ups

😊 Promotoren:

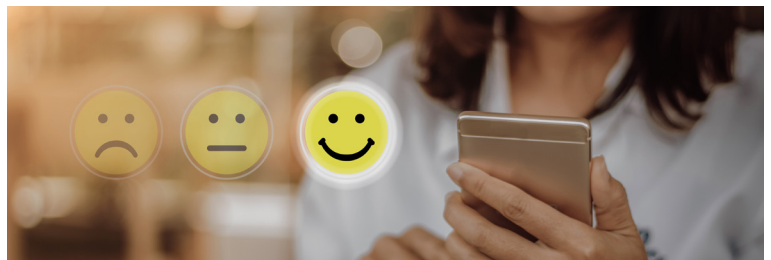
- Gründe für ihr positives Erlebnis ermitteln
- Um Einträge auf Bewertungsportalen bitten
- Mittels Referral-Programmen weiter binden
- Wertschätzung mit Dankes-Nachrichten zeigen

😐 Passive:

- Nutzerverhalten ermitteln und analysieren
- Verbesserungspotenzial abfragen
- Zusätzlichen Service & Support anbieten
- Angebote der Wettbewerber prüfen & bessere Optionen bieten

😞 Detraktoren:

- Tickets im Kundenservice öffnen und aktiv auf den Kunden zugehen, um Probleme zu beheben
- Entschuldigungs- & Versöhnungsmaßnahmen einleiten
- Gründe für negative Erfahrung hinterfragen und analysieren
- Verbesserungen auf Basis des Feedbacks einleiten



Dafür können NPS-Daten genutzt werden:

- ✓ Mitarbeitende schulen und Servicequalität verbessern
- ✓ Produkt- und Prozessverbesserungen einführen
- ✓ Kunden personalisiert je nach Erfahrung ansprechen
- ✓ Gründe für Unzufriedenheit und Abwanderung erkennen
- ✓ Customer Health Check durchführen und Kritiker identifizieren
- ✓ Promotoren für kostenlose Weiterempfehlungen nutzen
- ✓ Wachstums- und Umsatzprognosen erstellen
- ✓ Kundenloyalität und -bindung aufbauen und steigern
- ✓ Customer Lifetime Value und Wiederkaufsraten steigern

NPS mit zenloop

zenloop bietet maßgeschneiderte NPS-Umfragen für jeden Kontaktpunkt. Dadurch garantieren wir höchste Antwortraten und umsetzbares Feedback. Unsere Plattform ermöglicht es, Kundenfeedback automatisiert über verschiedene Kanäle entlang der gesamten Customer Journey einzuholen und zu analysieren. Infolge können personalisierte Maßnahmen abgeleitet werden, um zufriedene Kunden zu binden und unzufriedene Kunden zurückzugewinnen.