



rijksuniversiteit
groningen

faculteit economie
en bedrijfskunde

customer insights center

Customer Feedback Metrics

De voorspellende kracht van klanttevredenheid, NPS
en andere metrics

Evert de Haan M.Sc.
Prof. dr. Peter C. Verhoef
Prof. dr. Thorsten Wiesel

Rapport RUGCIC-2014-01
ISBN 978-90-367-6950-1





Inhoudsopgave

- ✓ Samenvatting pag. 3
- ✓ De bestaande metrics pag. 8
- ✓ De inzichten van metrics pag. 15
- ✓ Metrics in relatie tot bedrijfsresultaten pag. 21
- ✓ Metrics in relatie tot retentie pag. 29
- ✓ Een dashboard van metrics pag. 45
- ✓ Gebruik van NPS in de praktijk pag. 53
- ✓ CV's van de auteurs pag. 57
- ✓ Belangrijkste referenties pag. 61
- ✓ Customer Insights Center pag. 65



rijksuniversiteit
groningen

faculteit economie
en bedrijfskunde

customer insights center

Samenvatting

Achtergrond en aanbevelingen





Waarom Customer Feedback Metrics monitoren?

- › Customer feedback metrics geven bedrijven inzichten over de attitudes van haar klanten.
- › Deze metrics zijn in staat om toekomstig klantgedrag en bedrijfsprestaties te voorspellen.
- › Hiernaast kunnen deze metrics gebruikt worden om de impact van marketing-activiteiten te kwantificeren en geven ze managers de kans om ‘slechte’ campagnes op tijd te stoppen en om ‘succesvolle’ campagnes sneller uit te rollen.
- › Tot slot kunnen metrics gebruikt worden om de ‘accountability’ en daarmee de positie van de marketingafdeling in het bedrijf te verbeteren, wat uiteindelijk positieve gevolgen heeft voor de financiële resultaten van het bedrijf.



Wat houden de begrippen in?

- › Customer Feedback Metrics (CFMs)
 - *Dit zijn niet direct observeerbare attitudes die een klant heeft over (onderdelen van) het bedrijf. Deze metrics worden gemeten met behulp van enquêtes.*
- › Klanttevredenheid
 - *Een veel gebruikte en onderzochte CFM die meet in welke mate de klant tevreden is over (onderdelen van) het bedrijf.*
- › Net Promoter Score (NPS)
 - *Een populaire CFM die meet in welke mate klanten bereid zijn het bedrijf aan vrienden of collega's aan te bevelen. Afhankelijk van de score kunnen klanten gecategoriseerd worden als 'detractors', 'passives' of 'promoters'.*
- › Customer Effort Score (CES)
 - *Een nieuwe CFM die meet hoeveel moeite het de klant kost om een verzoek in behandeling te laten nemen door het bedrijf.*



Hoe populair is dit onderwerp?

- › Hoe klanttevredenheid in relatie staat tot klantgedrag en bedrijfsresultaten heeft in de afgelopen jaren veel wetenschappelijke aandacht gekregen.
- › De populariteit van customer feedback metrics bij bedrijven is groot, met name met de komst van de Net Promoter Score (zie een kleine selectie van NPS-gebruikers in het overzicht hieronder).
- › Bedrijven hebben weinig zicht op de voorspellende kracht van bepaalde metrics, terwijl dit van cruciaal belang is om ze in te kunnen zetten als stuurvariabelen.





Hoe Customer Feedback Metrics te gebruiken?

- › Het gebruik van meerdere metrics geeft significant betere voorspellingen.
- › Klanttevredenheid en de Net Promoter Score versterken elkaar en zijn beide goede indicatoren voor toekomstig klantgedrag en bedrijfsresultaten.
- › Wees terughoudend met het adopteren van nog niet breed onderzochte (nieuwe) metrics. De beloftes van deze metrics zijn vaak rooskleuriger dan de werkelijkheid.
- › Om het meeste uit metrics te halen kies (1) voor een asset die gemonitord moet worden (bijvoorbeeld 'customer equity'), (2) een belangrijk meetbaar onderdeel van deze asset (bijvoorbeeld retentie), (3) kijk welke customer feedback metrics het beste (sterkst en vroegst) veranderingen in dit onderdeel kunnen voorspellen.
- › Het bijhouden/optimaliseren van metrics is geen doel op zich! Metrics bieden inzichten over de staat van het klantenbestand en kunnen helpen problemen in kaart te brengen, strategieën te ontwikkelen en de bedrijfsresultaten te verbeteren.



rijksuniversiteit
groningen

faculteit economie
en bedrijfskunde

customer insights center

De bestaande metrics

Welke customer feedback metrics zijn er

