

Управленческий консалтинг, повышение NPS компаний

NPS (Net Promoted Score) – индекс потребительской лояльности – оценивает готовность Клиентов к повторным покупкам. В условиях сильной конкурентной борьбы за привлечение новых клиентов крайне важно обеспечить «возвращение» клиента за повторными покупками / услугами, превратить его в приверженца бренда, создать у него стойкие позитивные ассоциации с компанией.

Сила рекомендации в современном мире заметно растет. В условиях информационного изобилия родственники, коллеги и партнеры Ваших Клиентов прислушиваются к мнению тех, кому Доверяют. И, наоборот, негативный опыт Клиента волной разносится по его окружению, снижая до нуля потенциальную возможность работы с его близким окружением.

Кроме того, инструмент NPS используется для повышения уровня внутренней лояльности персонала, развития корпоративной культуры, снижения текучки, роста «гордости за компанию» и проактивности в рабочих вопросах.

Повышение NPS – прямой путь к лидерству и устойчивости на рынке в Вашей нише

Данная услуга интересна компаниям, ставящим цель:

- Создать позитивную репутацию своего бренда, товаров и услуг
- Обеспечить растущий клиентский поток при сокращении прямых маркетинговых расходов
- Повысить «гордость за компанию» среди персонала и уровень внутренней лояльности
- Создать самоподдерживающуюся волну «популяризации бренда» среди клиентов компании

Кейсы

1. Корпоративный университет РН-Информ. Рост значимости Университета в компании

Моя роль:

- Повышение популярности Университета РН-Информ среди персонала Компании
- Создание потока запросов на услуги Университета со стороны НК «Роснефть»

2. ИК «Сибинтек». Проект «Опережающий сервис»

Моя роль:

- Формирование новой корпоративной философии оказания услуг. От принципа «Чиним, что сломалось» к принципу «Уберегаем от проблем в будущем»

3. Академия РwC. Повышение лояльности среди «проблемных» клиентов

Моя роль:

- Выявление типовых жалоб на работу Академии
- Координация проекта по модернизации бизнес-процессов для ликвидации причин недовольства клиентов
- Автор и ведущий цикла публичных мероприятий «Вечерние встречи Академии» для популяризации Академии в Клиентской среде

4. «Кашемир Москвы». Повышение внутренней лояльности персонала, рост NPS компании

Моя роль:

- Исследование причин недовольства в рабочем коллективе
- Формирование пакета мероприятий, направленных на повышение внутренней лояльности персонала
- Обсуждение с Собственником бизнеса решений, направленных на рост прибыльности компании и увеличение NPS

5. BSS. Повышение внутренней лояльности персонала

Моя роль:

- Анализ проблемных зон и причин текучки / недовольства персонала
- Разработка сценария стратегической сессии / корректирующих мероприятий для нормализации ситуации
- Проведение данной стратегической сессии
- Проведение серии индивидуальных коучинговых встреч с топ-менеджерами компании
- Формирование пакета предложений, направленных на рост внутренней лояльности персонала

Примерный перечень активностей в рамках проектов по повышению NPS:

- Диагностика текущего уровня внутренней / внешней лояльности
- Взаимодействие с «ушедшими» клиентами и сотрудниками для понимания ключевых «болевых зон» компании
- Формирование совместно с топ-менеджментом целевого (желаемого) уровня внутренней / внешней лояльности
- Формирование и запуск тактических (quick wins) инициатив для роста «воодушевления» и демонстрации позитивных перемен
- Разработка стратегических (долговременных) проектных инициатив, направленных на рост NPS компании
- Согласование с топ-менеджментом и запуск стратегических инициатив в соответствии со стратегией развития компании и установленной приоритетностью
- Постоянный контроль динамики изменения NPS
- Контроль эффективности проводимых мероприятий, «корректировка курса» в соответствии с внешними и внутренними факторами