



*'Net Promoter Score ...'*

## De kracht van enthousiaste klanten

Het creëren van enthousiaste klanten en promoters door te excelleren in klantgerichtheid. Hoe helpt NPS hierbij om direct te anticiperen op detractors en (super)promoters in kaart te brengen en te activeren.

Utrecht, 23 januari 2013

**Wouter Wijma**  
Managing Consultant  
055 - 542 37 00

**1**

**Gedrag van loyale klanten**

---

**2**

**De Net Promoter Score**

---

**3**

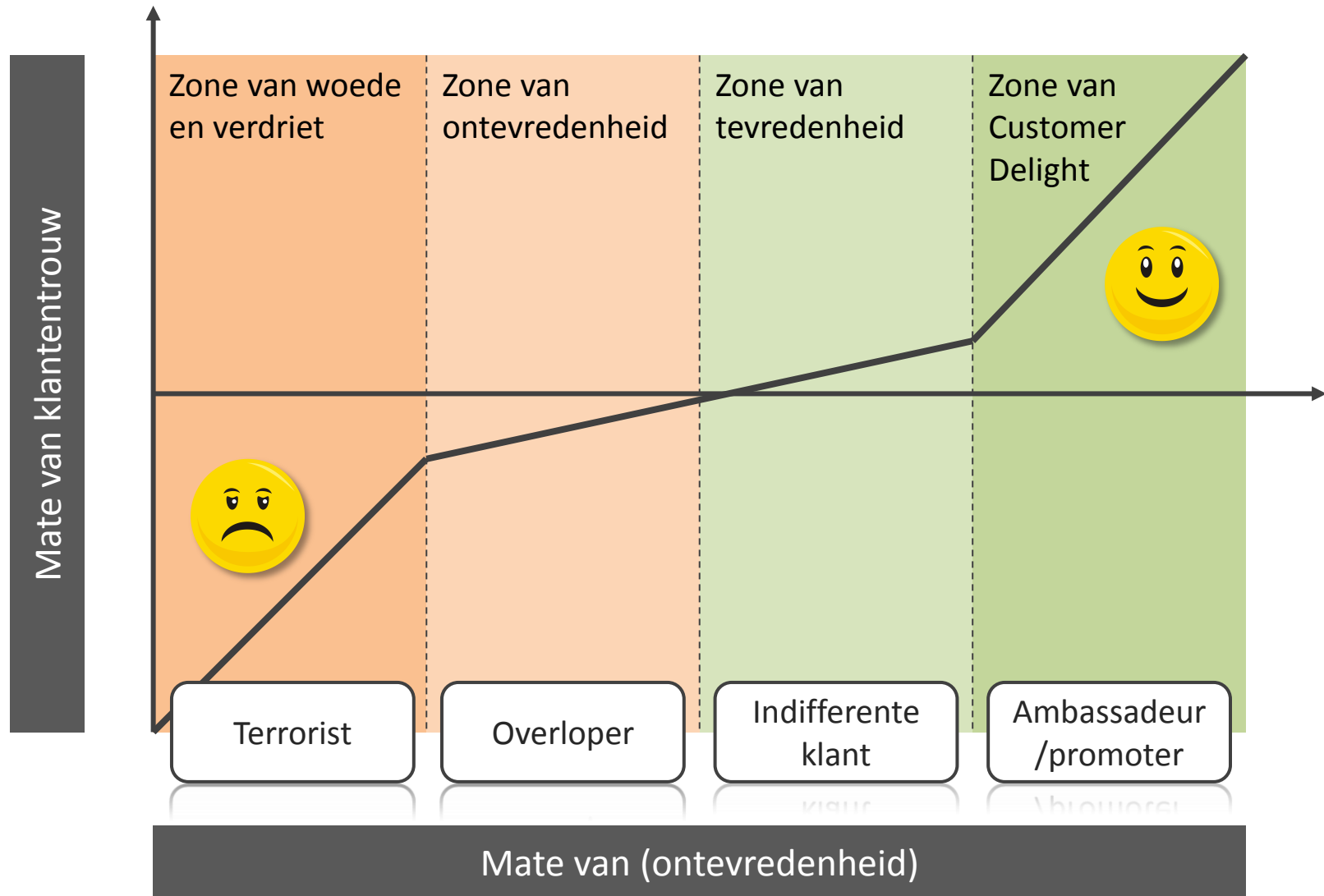
**Het creëren van enthousiaste klanten**

---

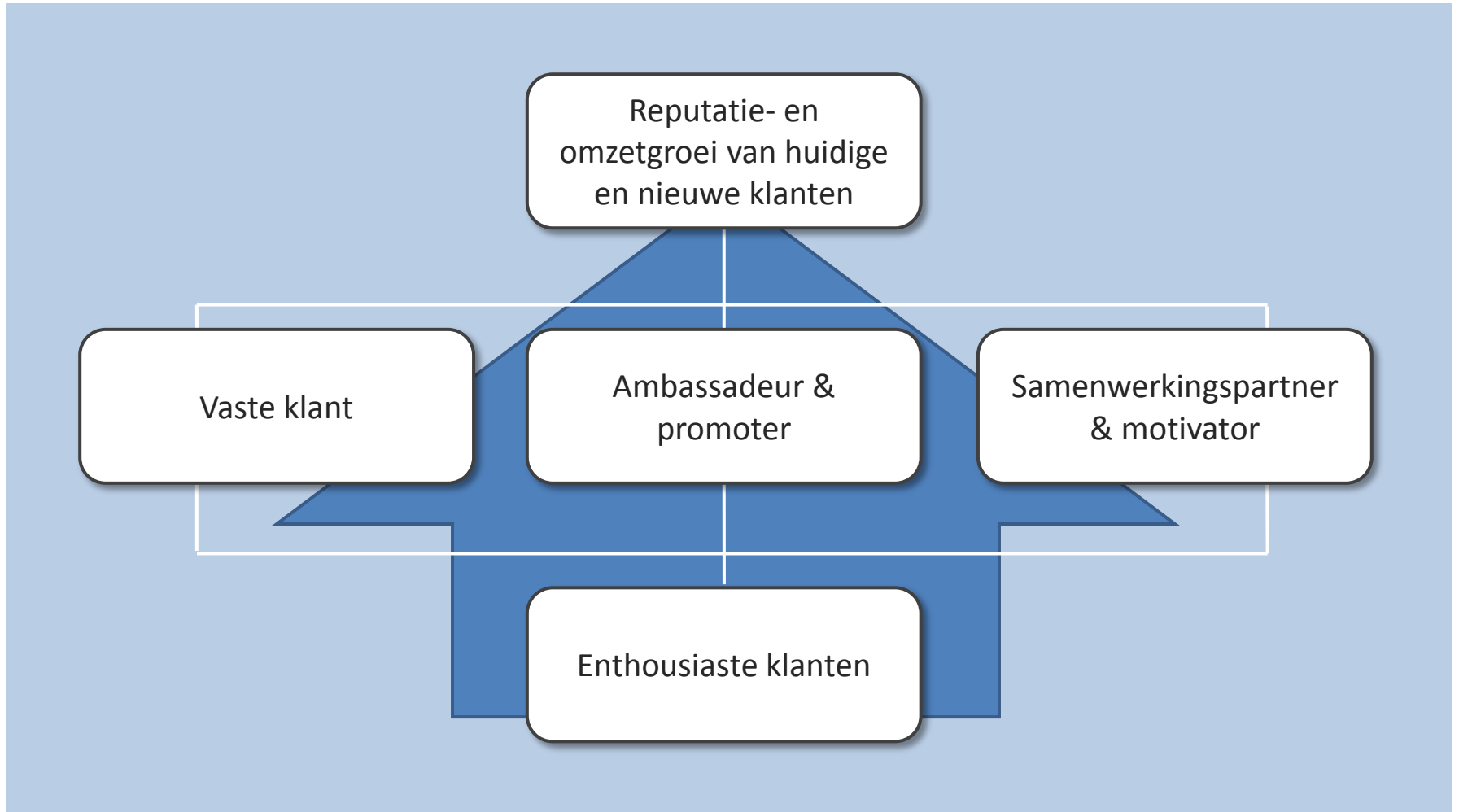
**4**

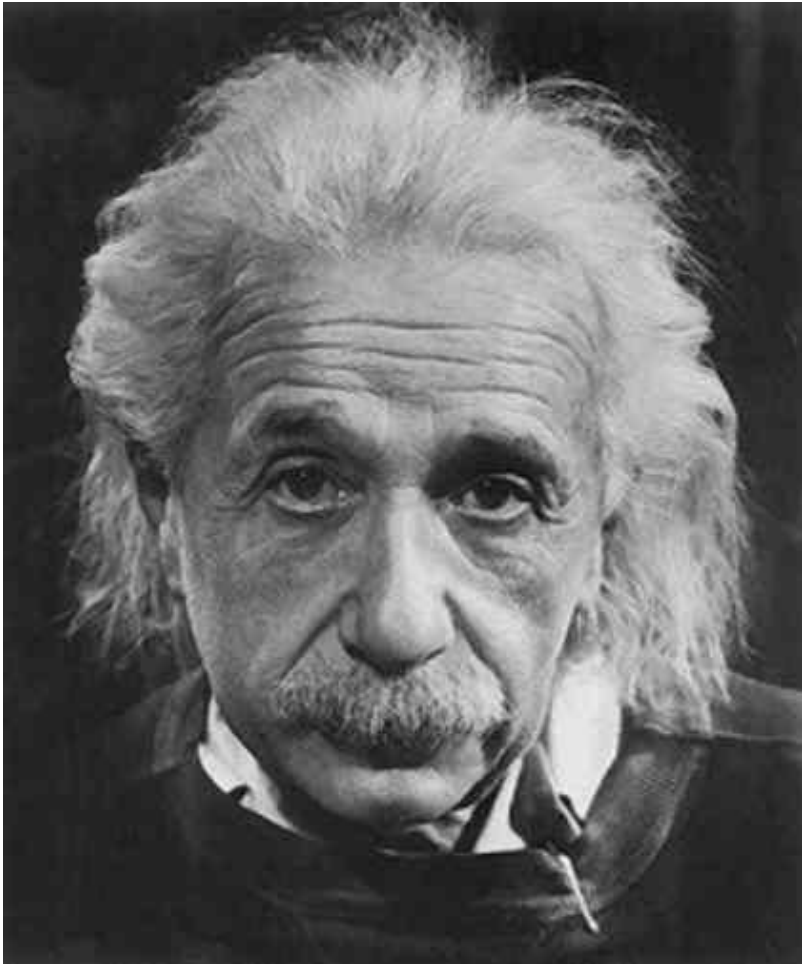
**De superpromoter**

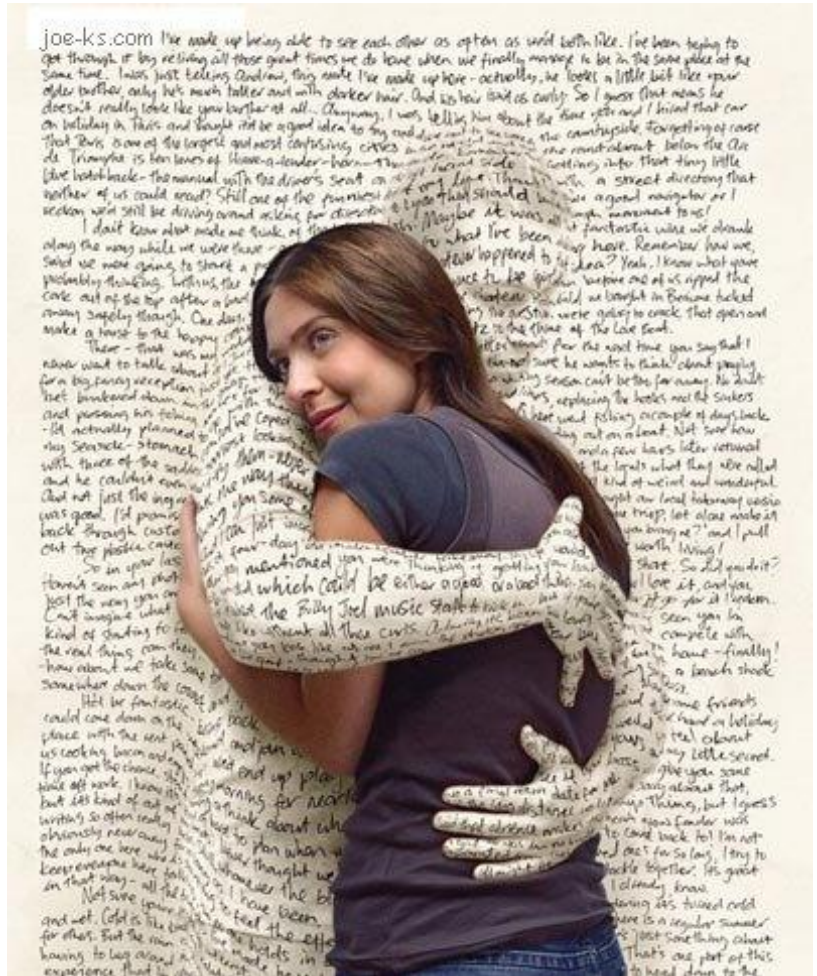
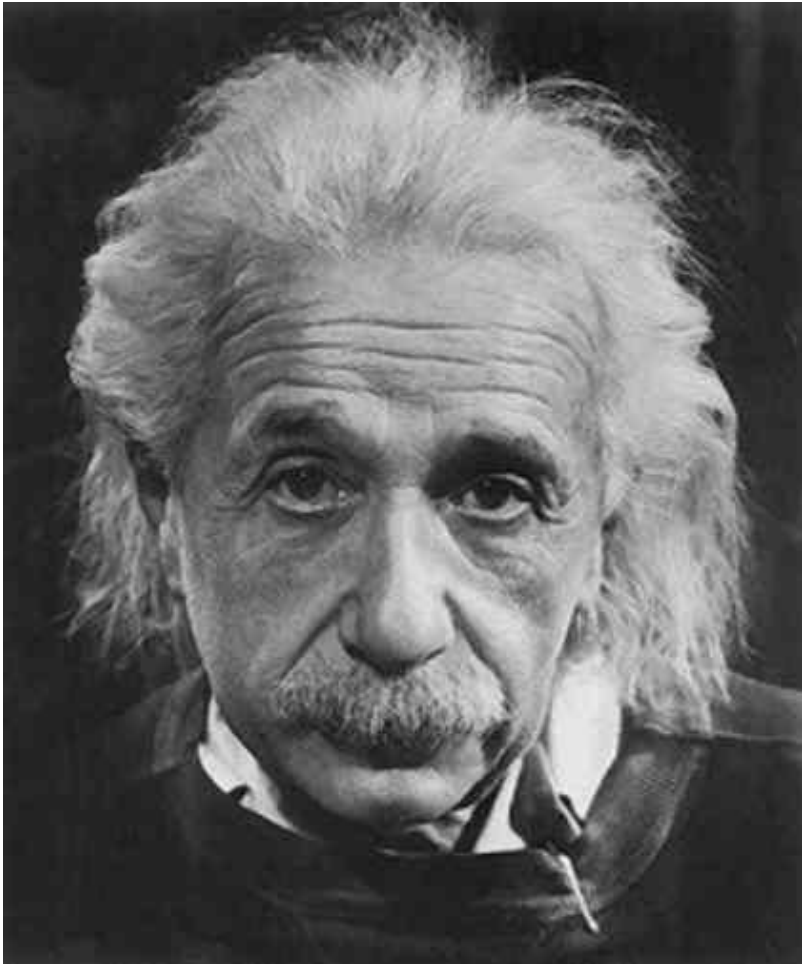
# Een tevreden klant is nog geen trouwe klant



# Gedrag van klanten

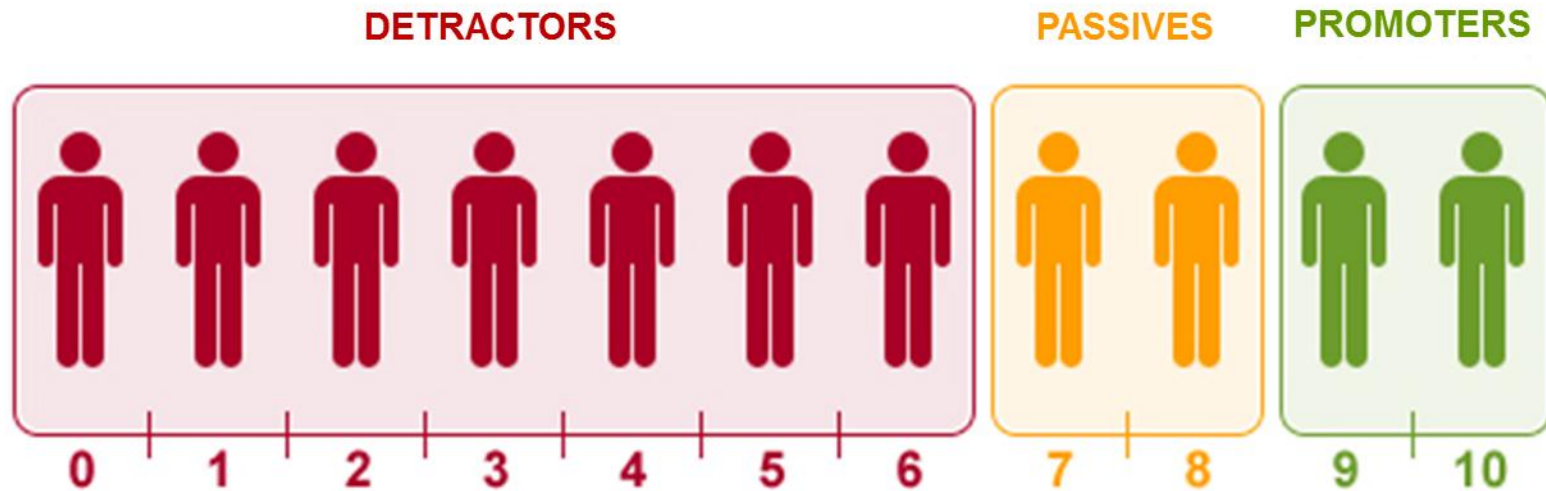




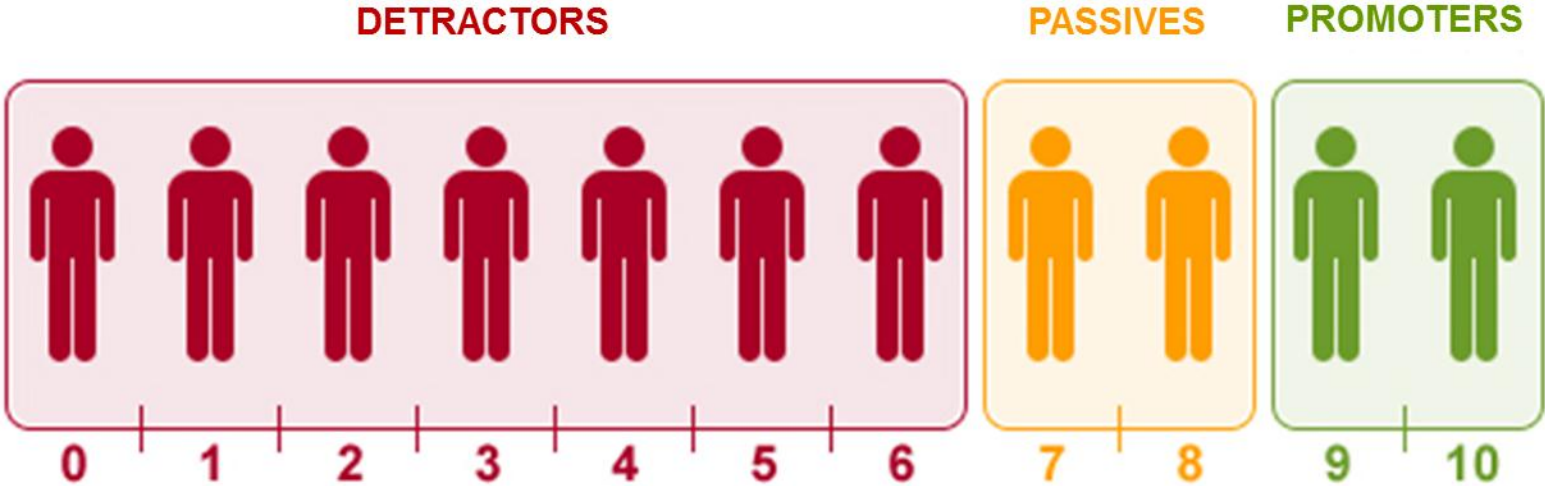


# De Ultieme vraag

Hoe waarschijnlijk is het dat je bedrijf X zal aanbevelen aan een vriend of collega?

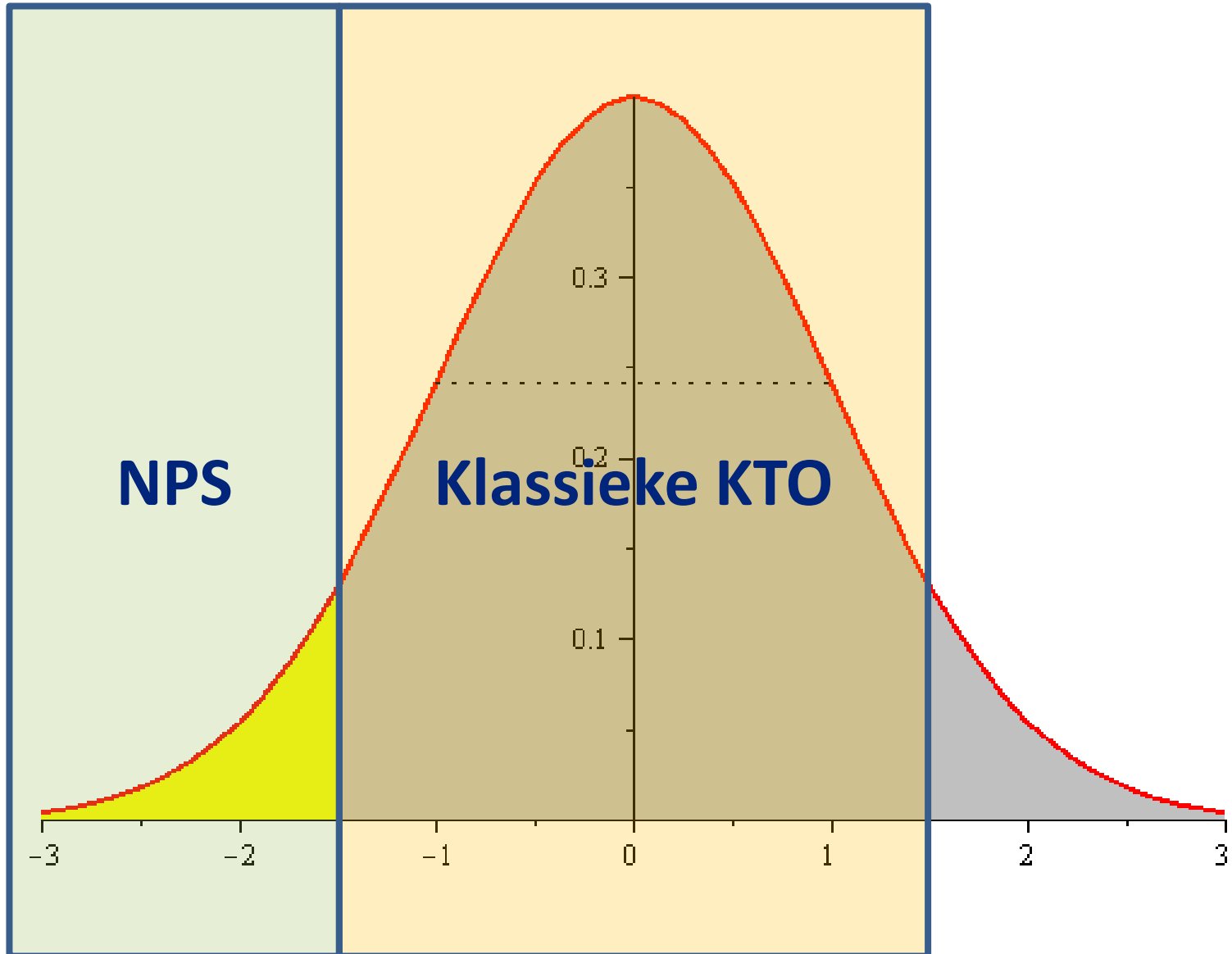


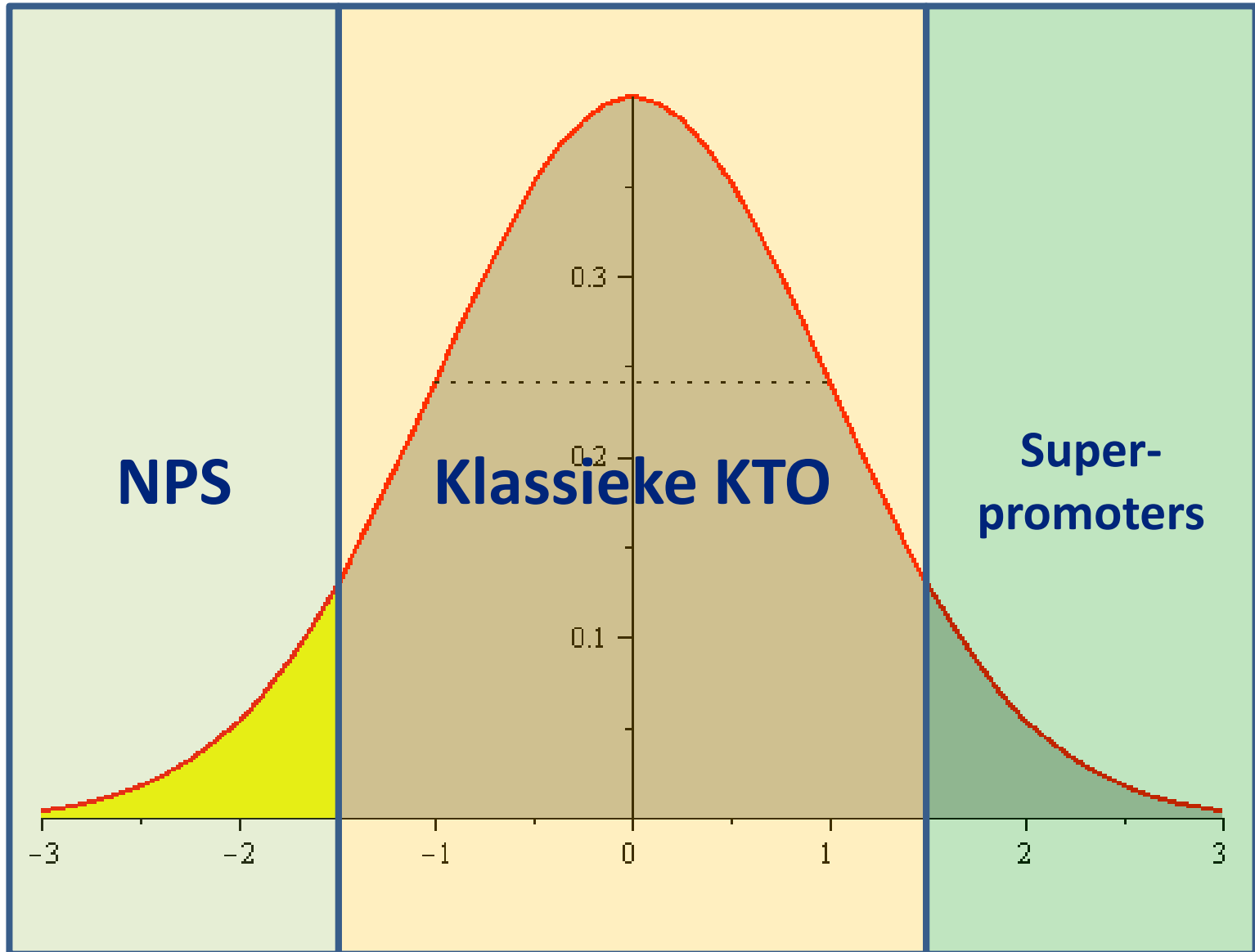
# De Net Promoter Score



$$\text{Net Promotor Score} = \% \text{ Promoters} - \% \text{ Detractors}$$







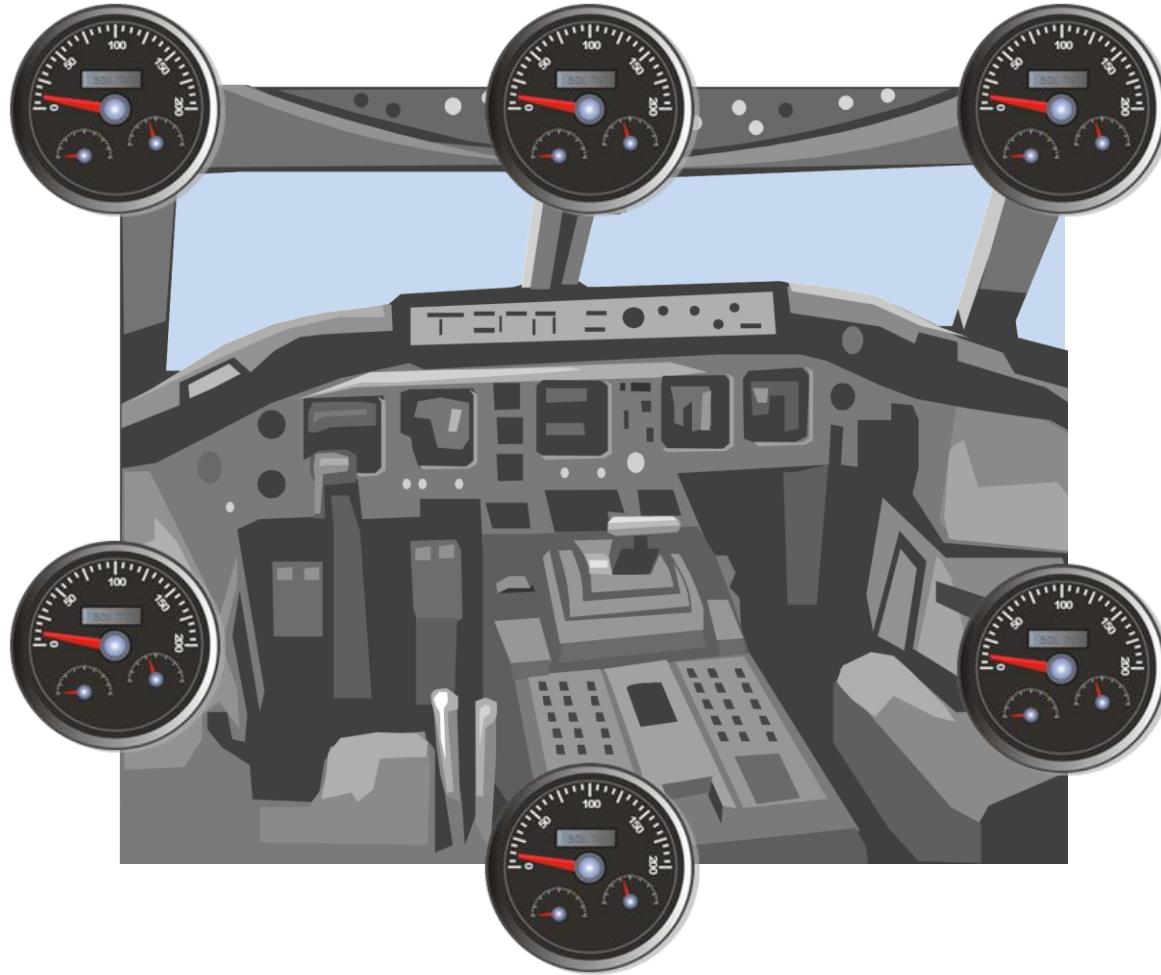
# Het creëren van enthousiaste klanten



# Emoties van klanten

% zeer/uiteerst tevreden en enthousiaste klanten

Complimenten van klanten



Aanbevelingen NPS

Websentiment

Herhaalaankopen/  
retentie

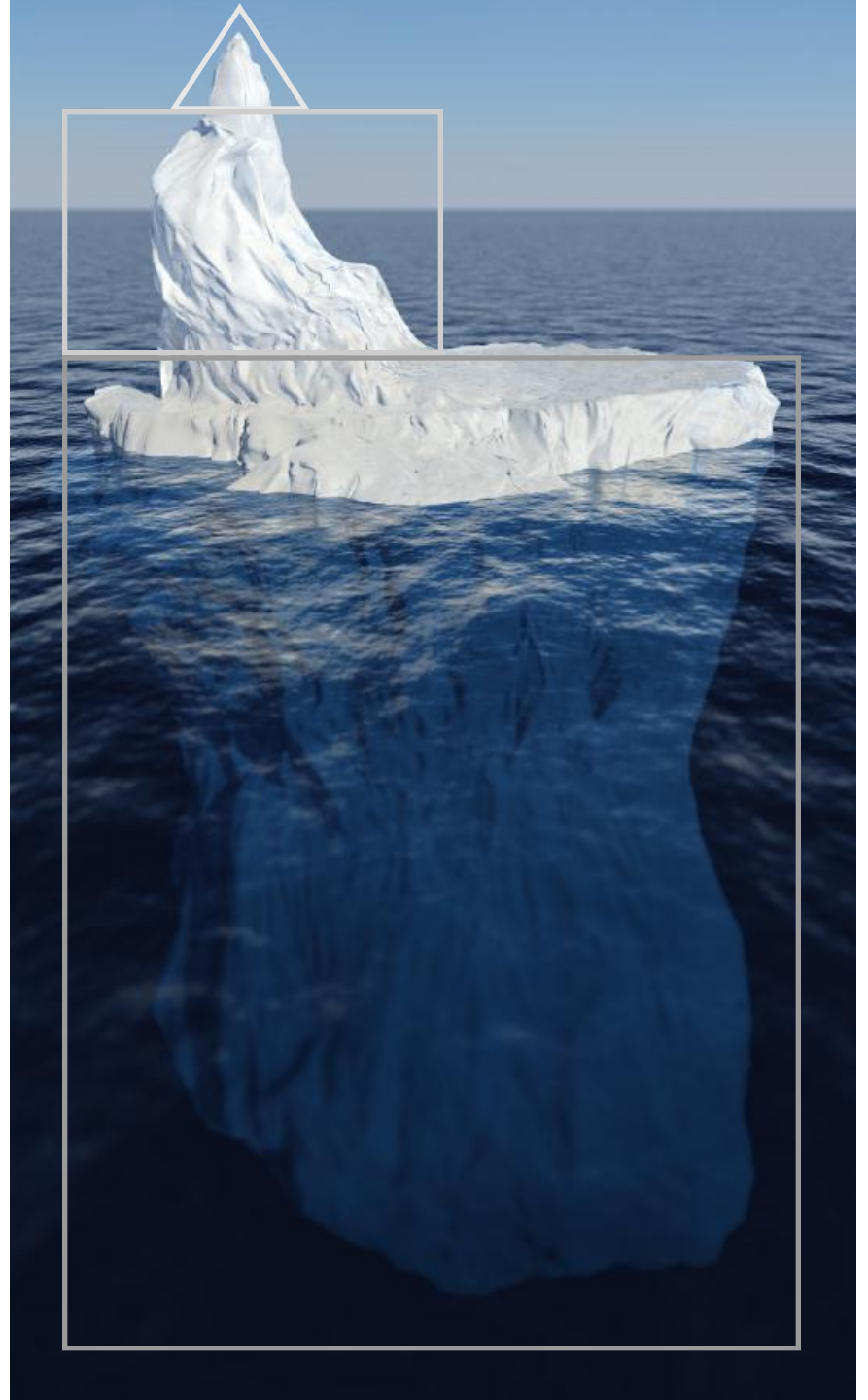
# Klantwaarden die passen bij het creëren van enthousiaste klanten

<b>Klantwaarden gericht op het overtreffen van de verwachtingen van de klant</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Verrassend</li><li>- Uniek</li><li>- Uitzonderlijk</li><li>- Speciaal</li><li>- Plezier</li></ul>
<b>Klantwaarden gericht op herkenning en erkenning</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Persoonlijk</li><li>- Maatwerk</li><li>- Attent</li></ul>

**aanbevelen**

**praten**

**kopieren**



## De ideale co-creator?

# Superpromoters ...

- ... zijn bereid om te participeren
- ... beschikken over voldoende kennis
- ... zijn bekend met de omgeving
- ... zullen waarschijnlijk nog meer aanbevelen

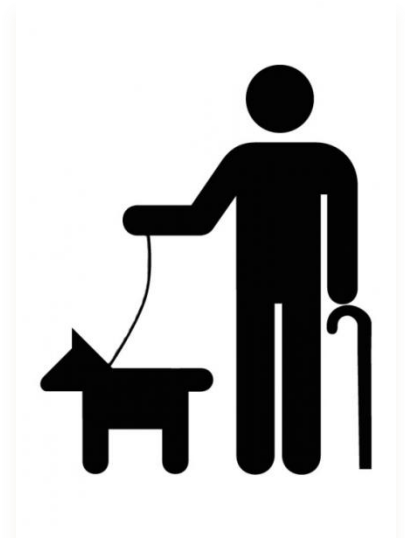
# Superpromoter blindheid?



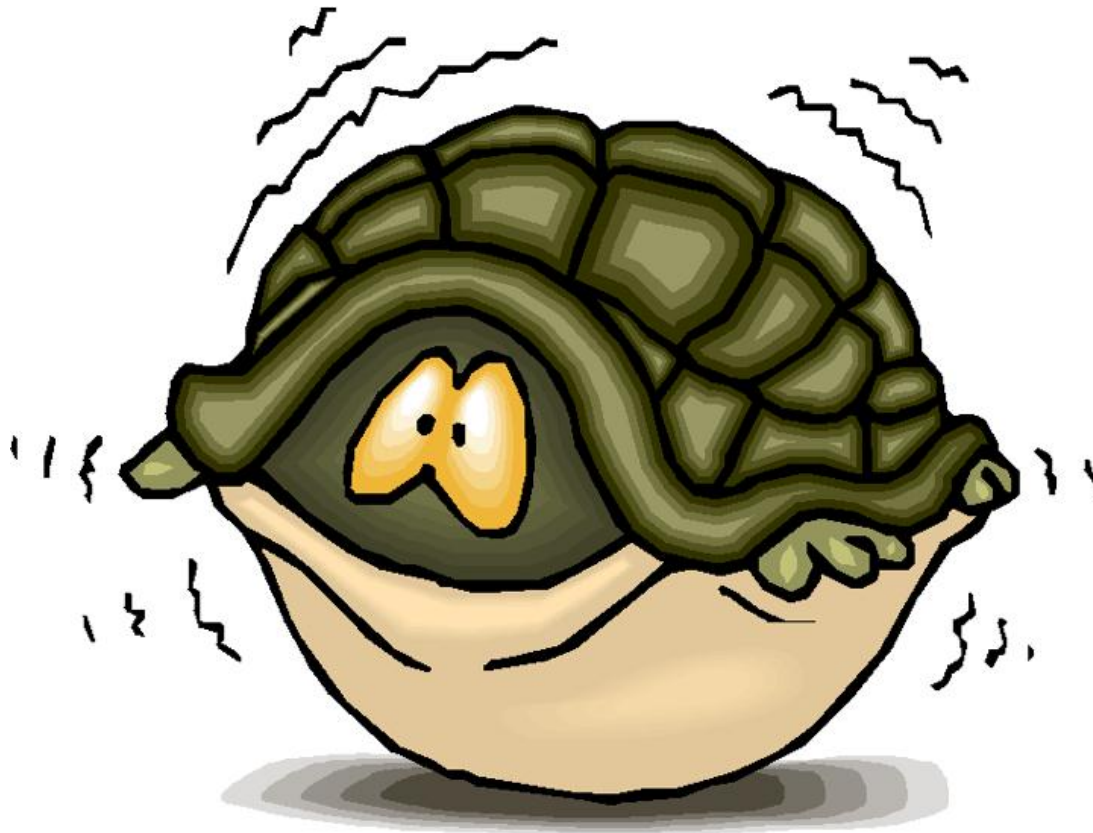


# Waarom zijn we blind?

1. Focus op verbeteringen
2. Enthousiste klanten zijn sowieso al loyaal
3. Focus op nieuwe klanten (acquisitie)
4. Enthousiasme is naief



# Bang voor klanten



**klassieke conditionering:**  
**klant = een probleem**

# Hoe creëer je (super)promoters?

1. Verplaats je in de klant ... ABC
2. Beter dan verwacht!
3. Geduld

# Niet alleen sexy brands hebben ze!

We hebben superpromoters gevonden voor ...

- Energie bedrijven
- Verzekeraars
- Financiële dienstverlening
- Technische dienstverleners
- etc.

# Wat te doen?



1. Definiëren en vinden

2. Luisteren en begrijpen



3. Helpen

