



## GR NKI (Nöjd-Kund-Index)

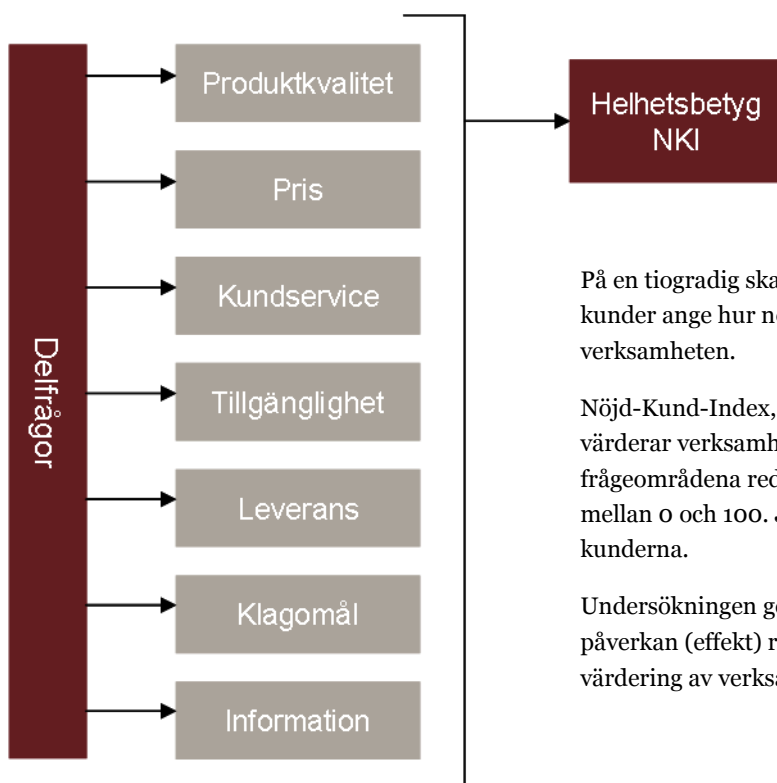
Det är viktigt att ta reda på hur kunderna värderar din verksamhet. GR NKI är ett ledningsverktyg som på ett tydligt sätt visar vad som behöver förbättras för att göra kunderna nöjdare.

### Vårda kunderna

Kostnaderna för att ersätta en förlorad kund är fem till sju gånger högre än att utöka leveranserna till en befintlig. Att vårda och behålla kundrelationer är därför avgörande för de flesta organisationers välmående.

En framgångsfaktor för att bygga starka kundrelationer är att kontinuerligt mäta, utvärdera och åtgärda kundnöjdheten. GR NKI är ett verktyg som erbjuder de möjligheterna.

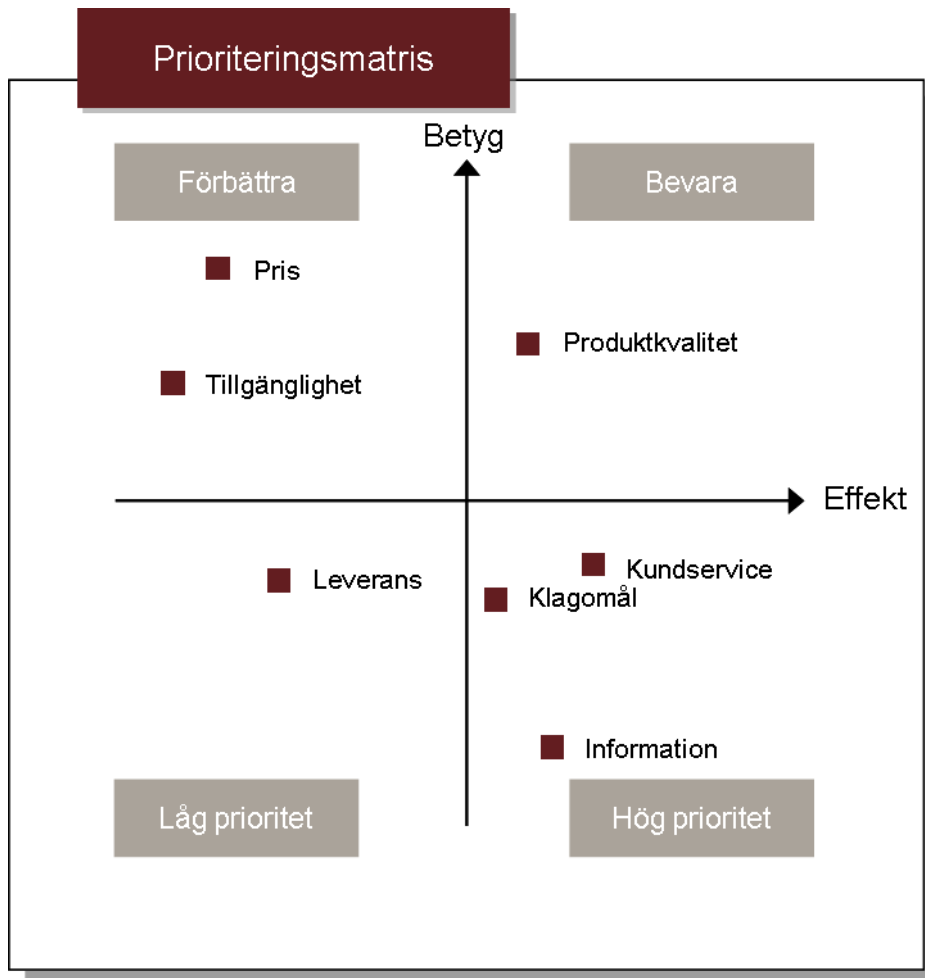
### Exempel på en kundundersökning



På en tiogradig skala för respektive fråga får era kunder ange hur nöjda de är med olika delar av verksamheten.

Nöjd-Kund-Index, NKI, ger ett mått på hur kunderna värderar verksamheten i sin helhet. NKI och de olika frågeområdena redovisas sedan som indexvärden mellan 0 och 100. Ju högre värde desto nöjdare är kunderna.

Undersökningen ger även information om hur stor påverkan (effekt) respektive frågeområde har på värdering av verksamheten i sin helhet (NKI).



Prioriteringsmatrisen är ett viktigt verktyg. I den kan man se hur nöjda kunderna är samt hur stor effekt respektive frågeområde har på helhetsbetyget Nöjd-Kund-Index (NKI).

I den nedre högra delen av prioriteringsmatrisen återfinns de frågeområden som bör prioriteras. Dessa frågeområden har relativt stor effekt på helhetsbetyget NKI och relativt låga betygsindex. I det här exemplet är Information, Klagomål samt Kundservice de områden som i första hand bör prioriteras.

**Datainsamlingen** sker via elektronisk enkät eller pappersenkät

**För mer information kontakta:**

Global Responsibility AB info@global-responsibility.com Telefon +46 470 70 90 00