

NPS客户忠诚度和NSS满意度预测模型

Michael Hou

@boona

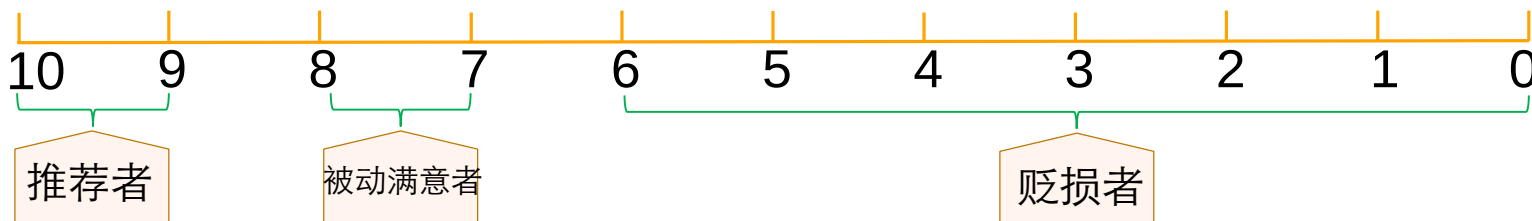
Agenda

1. NPS客户忠诚度的理解
2. NPS客户忠诚度与NSS客户满意度模型关系

NPS客户忠诚度的理解

净推荐值（Net Promoters Score, NPS），用来测量客户的忠诚度的工具。

问客户：您有多大可能向您的朋友或同事推荐我们公司的产品或服务？（0-10分）



推荐意愿评分	受访者分类
9 - 10分	推荐者/Promoters
7 - 8分	被动满意者/Passives
0 - 6分	贬损者/Detractors

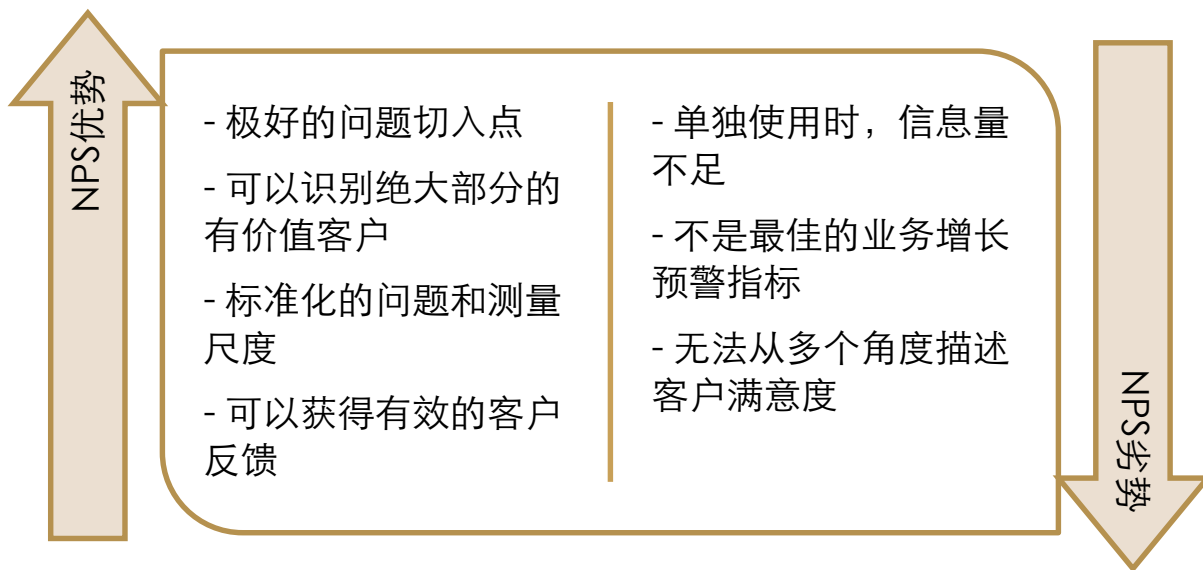
$$\text{净推荐值 (NPS)} = \frac{\text{推荐者数}}{\text{总样本数}}\% - \frac{\text{贬损者数}}{\text{总样本数}}\%$$

(NPS得分在-100到100之间浮动)

NPS的目的 --- 让客户成为品牌的追随者

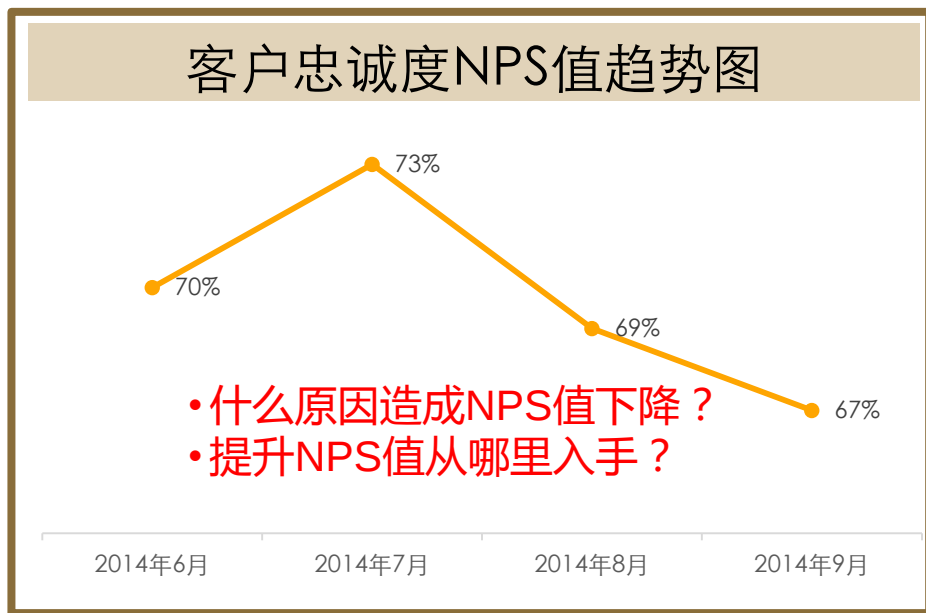
如何提高消费者忠诚度与NPS，并推动增长？有四个步骤：

1. 解决贬低型客户与被动满意型客户不满意的问题，阻止客户进一步流失。
2. 加强对消费者的了解，并提供量身定做的产品来满足细分市场客户独特的需求和品位。
3. 除了提供出色的产品之外，还要努力为消费者提供卓越的消费体验。
4. 谨守对消费者的承诺。



NPS+NSS

- NPS为管理者提供了先进管理工具，采用NPS 方法可以充当客户忠诚度的“预警装置”；
- 因为NPS本身的简洁性，无法为如何改进公司的产品或服务提供具体的建议。所以，正确的应用方法是在NPS 指标报警之后再进行更为深入的NSS (Net Satisfaction Score) 客户满意度分析研究，以确定发生问题的具体原因。



客户满意度NSS

资费满意度

投诉满意度

产品满意度

网络满意度

营业厅满意度

促销优惠满意度

电子渠道满意度

提醒满意度

建议采用NPS客户忠诚度+ NSS客户满意度两个层面的结合！

NPS客户忠诚度的样本获取途径

客户问卷调查设计示例（NPS+NSS）：

态度	价值/差别化
溢价：	体现价值：
你愿意比X品牌多支付多少钱来购买本品牌产品？	这一品牌所提供的价值与其价格匹配
X品牌应比品牌价格低多少，才能使您转换品牌？	有足够的理由购买该品牌而非竞争品牌
在上次使用该产品或服务是否满意？ 不满意/满意/很满意	公司品牌：
我会在下一个可能的机会购买该品牌	我信赖该品牌的公司
您有多大可能向您的朋友或同事推荐我们公司的产品或服务？（0-10分）	差别化：
	该品牌与其竞争品牌是不同的 该品牌与其竞争品牌基本相同
产品价值/领导地位	沟通
体现质量：	品牌认知：
网络整体质量(具有高质量/平均质量/低质量)	你听说过该品牌吗？
业务整体质量(具有高质量/平均质量/低质量)	请回忆你所知道的这类产品的品牌
客户服务整体质量(具有高质量/平均质量/低质量)	我知道这一品牌的有关知识
网络覆盖/信号强度整体质量(具有高质量/平均质量/低质量)	
领导地位：	市场行为
与其他品质相比，这一品牌：	市场占有率：
是领导品牌/领导品牌之一/非领导品牌	占有总市场的百分比
接受度不断提高	
具有创新性	

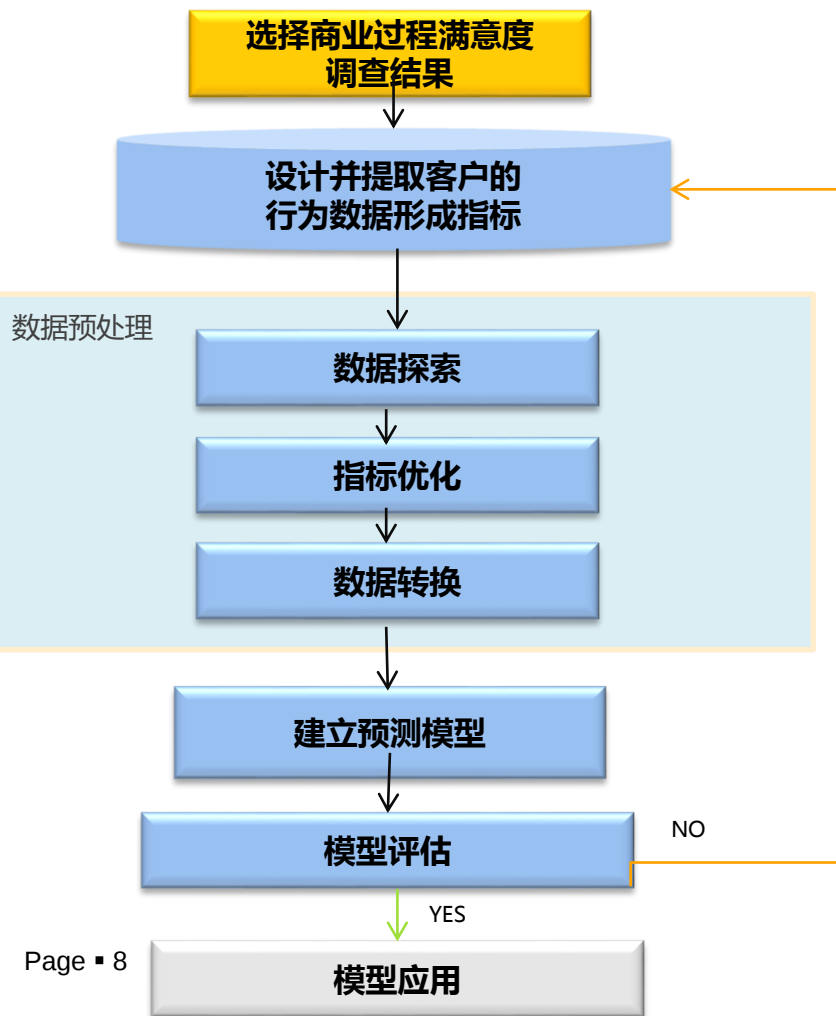
Agenda

1. NPS客户忠诚度的理解
2. NPS客户忠诚度与NSS客户满意度模型关系

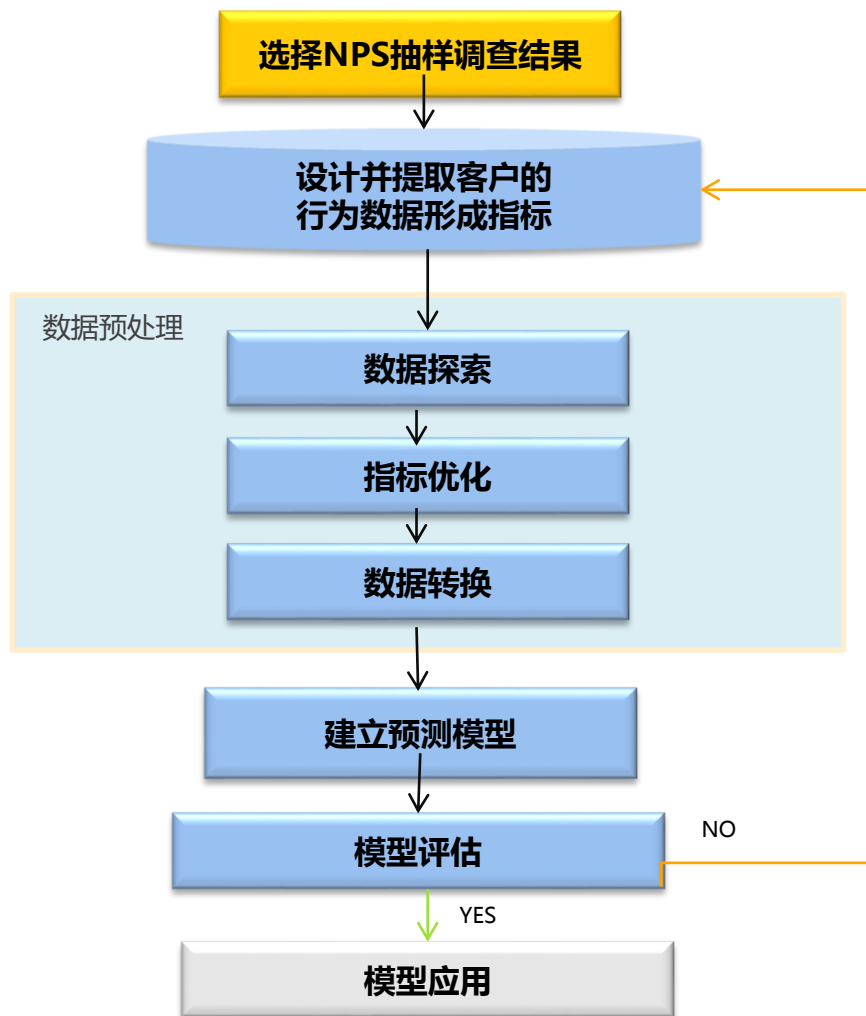
NPS客户忠诚度模型与客户满意度模型的关系

1、建模方法论相类似

客户满意度预测模型建模过程



NPS客户忠诚度预测模型建模过程



NPS客户忠诚度模型与客户满意度模型的关系

2、模型指标有可复用项和强相关性

客户满意度建模指标

变量类型	变量	权重
		2.76%
		2.57%
		1.29%
		2.48%
		2.18%
		2.03%
		1.80%
		1.67%
		1.10%
		3.14%
		2.90%
		2.30%
		2.22%
		1.49%
		3.23%
		1.41%
		3.65%
		3.31%
		2.91%
		4.00%
		3.02%
		2.21%
		2.09%
		1.39%
		4.81%
		2.50%
		2.31%
		1.55%
		1.08%
		1.98%
		1.53%
		4.32%
		3.41%
		1.71%
		1.36%
		1.29%
		3.73%

NPS客户忠诚度建模指标

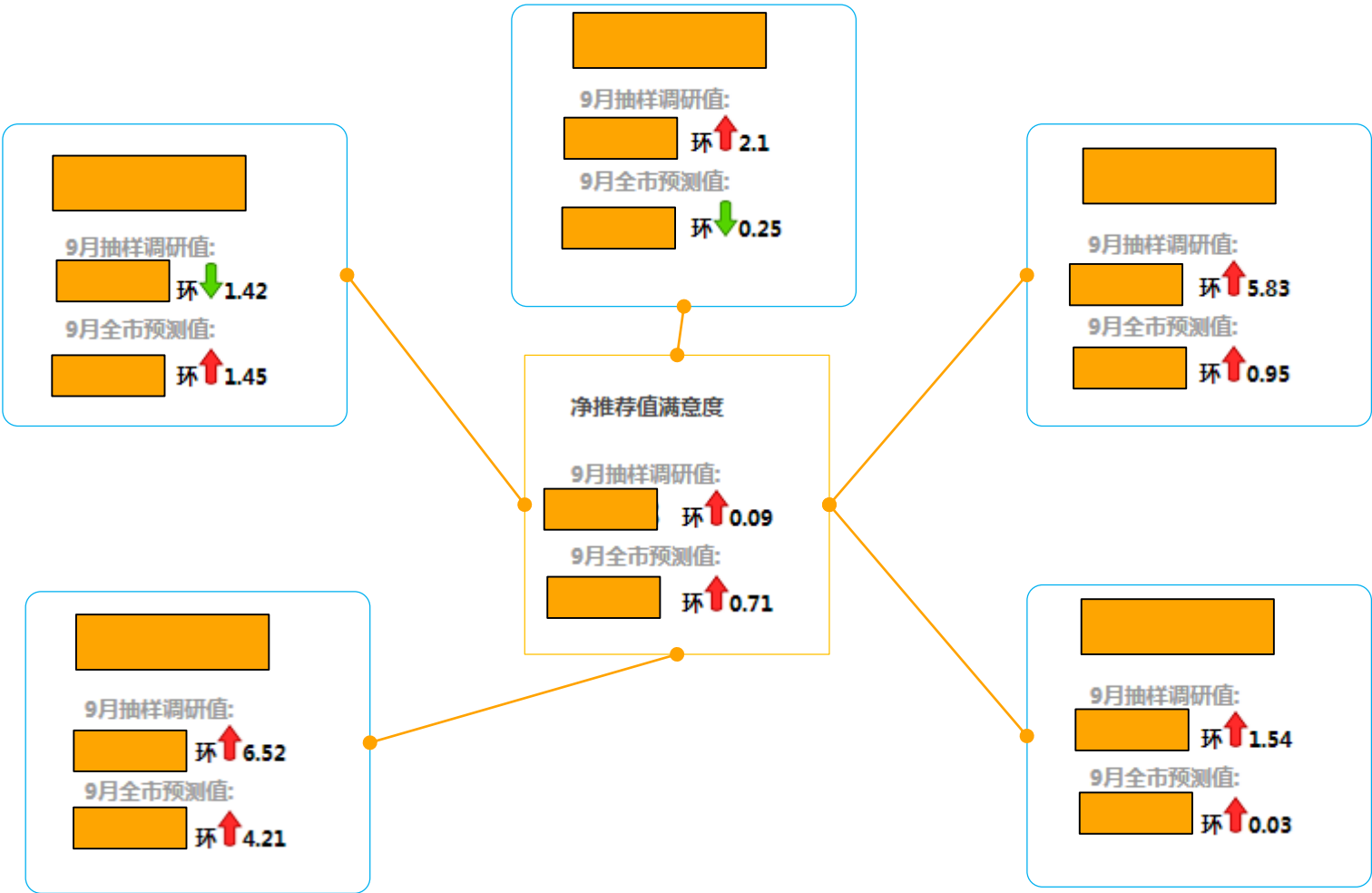
变量类型	变量	权重
基础信息		8.41%
流量行为		5.63%
通话		3.15%
费用信息		1.90%
		1.97%
		1.97%
		1.34%
		1.11%
提醒时机		0.92%
		1.38%
		8.53%
		7.83%
		3.26%
		3.20%
		1.89%
提醒内容		1.59%
		1.50%
		1.45%
		3.05%
		2.98%
资费优惠		2.69%
		1.87%
		1.75%
		1.28%
		8.85%
		3.46%
		2.61%
		1.08%

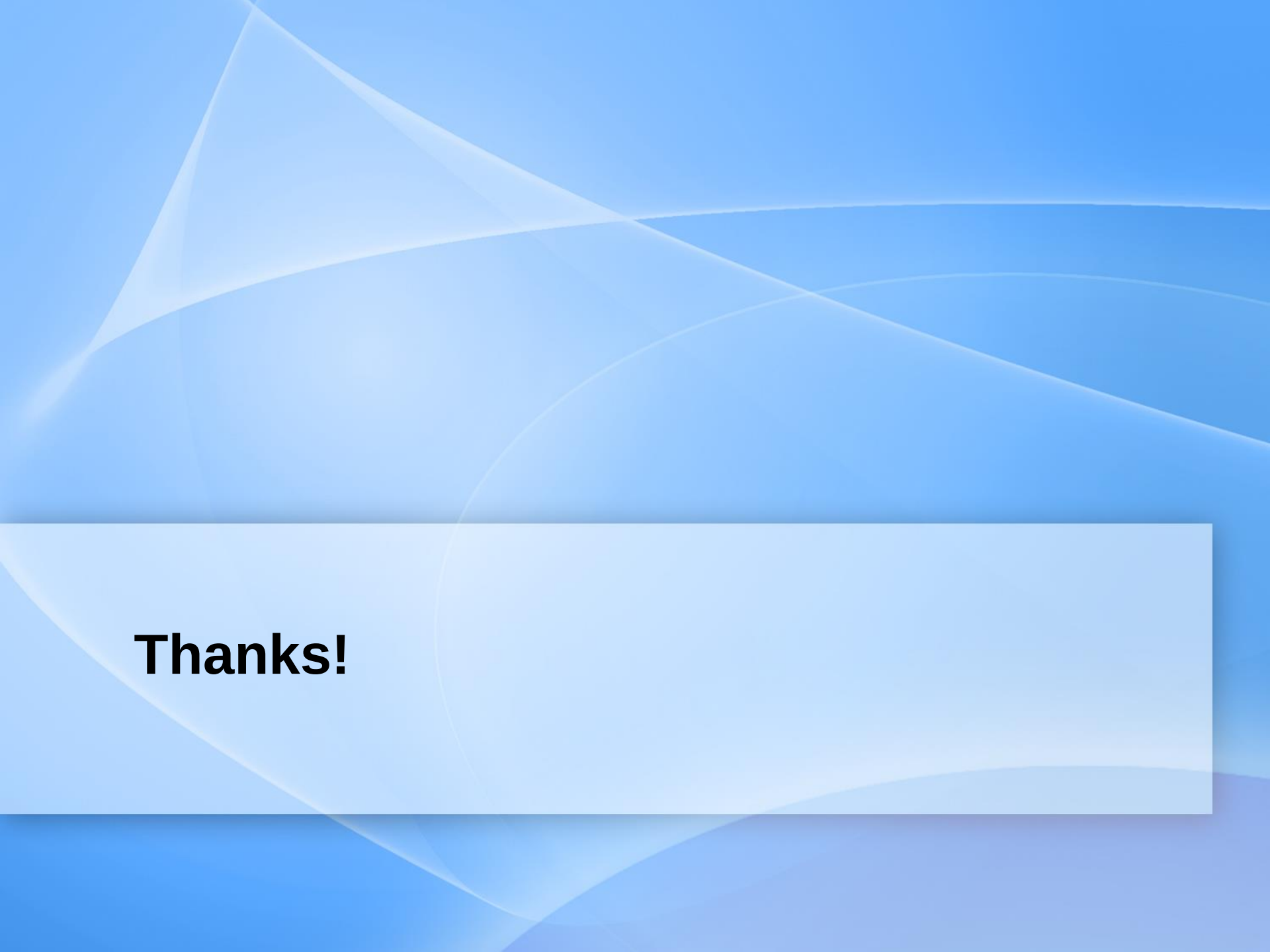
两个模型的输入指标有很多可以重用，并且权重计算结果也有相关性，可以互相参考。

NPS客户忠诚度模型与客户满意度模型的关系

3、模型输出结果有强相关性

当客户忠诚度NPS值升高时，其他商业过程满意度都大部分都有所提升。显示出很强的正相关性，便于进一步分析客户在具体哪些商业过程上有改善和仍然存在不足。



The background is a solid blue color with several large, overlapping, white, curved lines that create a sense of motion and depth. These lines are smooth and fluid, resembling waves or stylized paths. A horizontal white bar is positioned in the lower half of the image, serving as a background for the text.

Thanks!