

NPS

(Net Promoter Score)

C'est un outil simple et puissant pour mesurer l'expérience client et évaluer la satisfaction et la fidélité de vos clients. Il aide les entreprises à identifier les points forts de leur service et à repérer les axes d'amélioration pour fidéliser leur clientèle et stimuler leur croissance.

Principe

Poser une question unique et directe aux clients



« Sur une échelle de 1 à 10, quelle est la probabilité que vous recommandiez notre entreprise à un ami ou un collègue ? »

Comment fonctionne le NPS ?

✓ Les promoteurs (score 9-10) : clients enthousiastes qui recommandent activement votre entreprise.

😞 Les passifs (score 7-8) : clients satisfaits mais pas totalement engagés.

⚠ Les détracteurs (score 0-6) : clients insatisfaits qui risquent de nuire à votre réputation.

Le NPS se calcule ainsi :

$\% \text{ de promoteurs} - \% \text{ de détracteurs} = \text{NPS}$

Par exemple, si 60 % de vos clients sont promoteurs et 20 % sont détracteurs, votre NPS est de 40.

A partir de 30, votre NPS est de qualité, à partir de 50 il est excellent.

Pourquoi c'est un indicateur précieux ?

- Il permet d'anticiper la satisfaction client avant que des problèmes ne surgissent.
- Il est facile à suivre et à comparer dans le temps.
- Il aide à identifier des axes d'amélioration concrets pour renforcer l'engagement client.

💡 Bien que simple à mettre en place, le NPS doit être complété par des questions ouvertes pour mieux comprendre les raisons derrière les notes et affiner les actions à mener.

