

Badanie satysfakcji klientów



Zewnętrzny Dział Personalny

wrzesień 2012

Metodologia

Metodologia badania

CELE BADANIA

1. Ocena zadowolenia klientów z Firmy Zewnętrzny Dział Personalny
2. Ocena współpracy z Firmą Zewnętrzny Dział Personalny
3. Ocena prawdopodobieństwa rekomendacji Firmy Zewnętrzny Dział Personalny
4. Ocena obsługi telefonicznej Firmy Zewnętrzny Dział Personalny

REALIZACJA BADANIA

Badanie zostało zrealizowane techniką CAWI w sierpniu 2012.

PRÓBA

Badanie CAWI zostało zrealizowane na próbie N=16 klientów Firmy Zewnętrzny Dział Personalny na podstawie bazy przekazanej przez Klienta.

WNIOSKI I REKOMENDACJE

Wnioski

- Zewnętrzny Dział Personalny posiada w oczach klientów wizerunek solidnej firmy. Wszyscy respondenci postrzegają Zewnętrzny Dział Personalny jako firmę godną zaufania oraz spełniającą obietnice składane klientom.
- Ponadto, zdaniem klientów Zewnętrzny Dział Personalny pozytywnie wyróżnia się na tle konkurencji i dobrze zaspokaja potrzeby klientów.
- Stosunkowo niższe, choć w dalszym ciągu bardzo wysokie oceny, dotyczyły zadowolenia klientów z usług świadczonych przez Zewnętrzny Dział Personalny (94%) oraz wysokiej jakości tych usług (84%).
- Respondenci niezwykle wysoko ocenili współpracę z Zewnętrznym Działem Personalnym – wszystkie oceny wyniosły 100%: indywidualne podejście do klienta, jasne zasady współpracy, profesjonalizm, uczciwość, terminowość oraz łatwość kontaktu.
- Szczególnie mocną stroną Zewnętrznego Działu Personalnego okazuje się indywidualny stosunek do klienta (maksymalna średnia odpowiedzi równa 5,0).

Wnioski

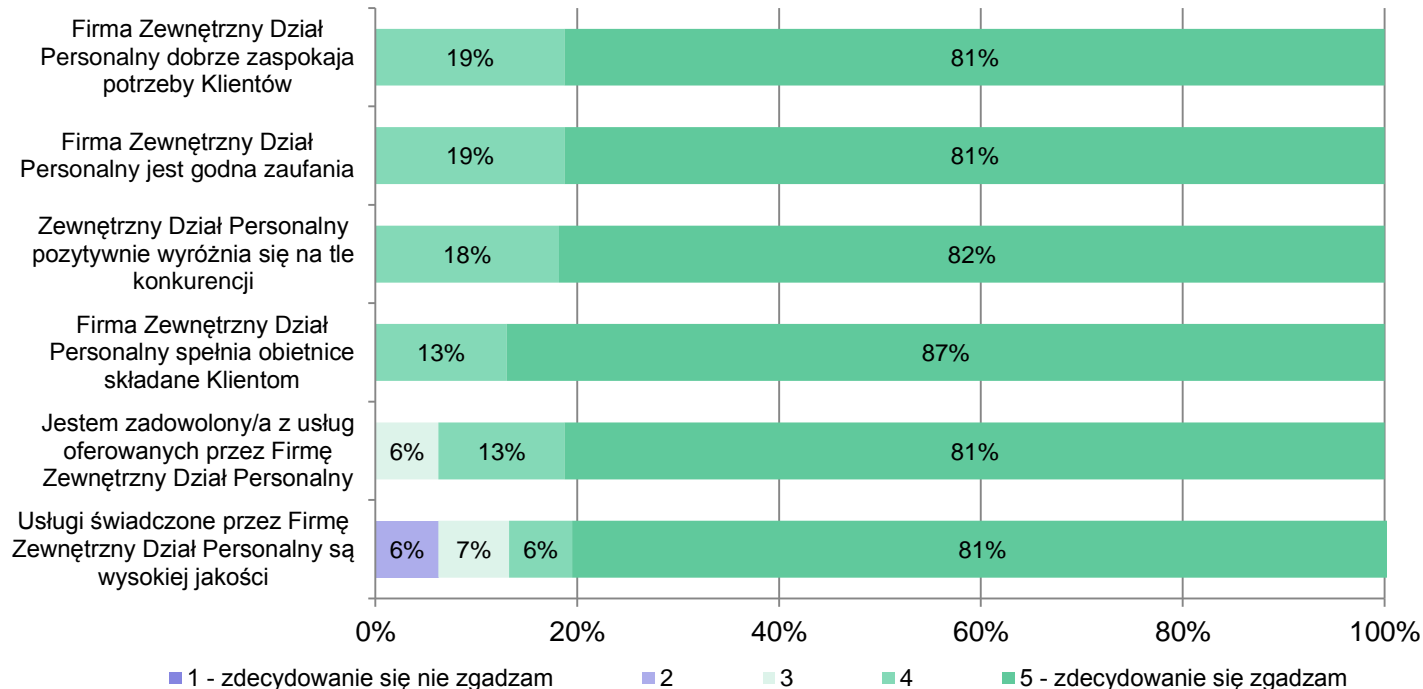
- Aż 94% respondentów zadeklarowało skłonność do rekomendacji Zewnętrznego Działu Personalnego, co jest wręcz niespotykanym wynikiem. W gronie osób badanych nie znalazła się ani jedna osoba nieprzychylna Firmie. Z tego powodu niemożliwe było wyliczenie wartości indeksu NRI.
- Klienci bardzo wysoko ocenili telefoniczną obsługę Firmy Zewnętrzny Dział Personalny. Wszyscy respondenci ocenili pracowników obsługi telefonicznej jako uprzejmych, kompetentnych, chętnych do pomocy i szybko rozwiązujących zgłaszane sprawy.
- Podsumowując uzyskane wyniki, rekomendujemy utrzymanie działań przekładających się na tak wysokie zadowolenie klientów z Zewnętrznego Działu Personalnego na wszystkich badanych wymiarach.

SZCZEGÓŁOWE WYNIKI BADANIA

Ogólne zadowolenie z Zewnętrzny Dział Personalny

- Zewnętrzny Dział Personalny jest postrzegany jako firma dobrze zaspokajające potrzeby Klientów, godna zaufania i spełniająca składane obietnice.

Próba N=16

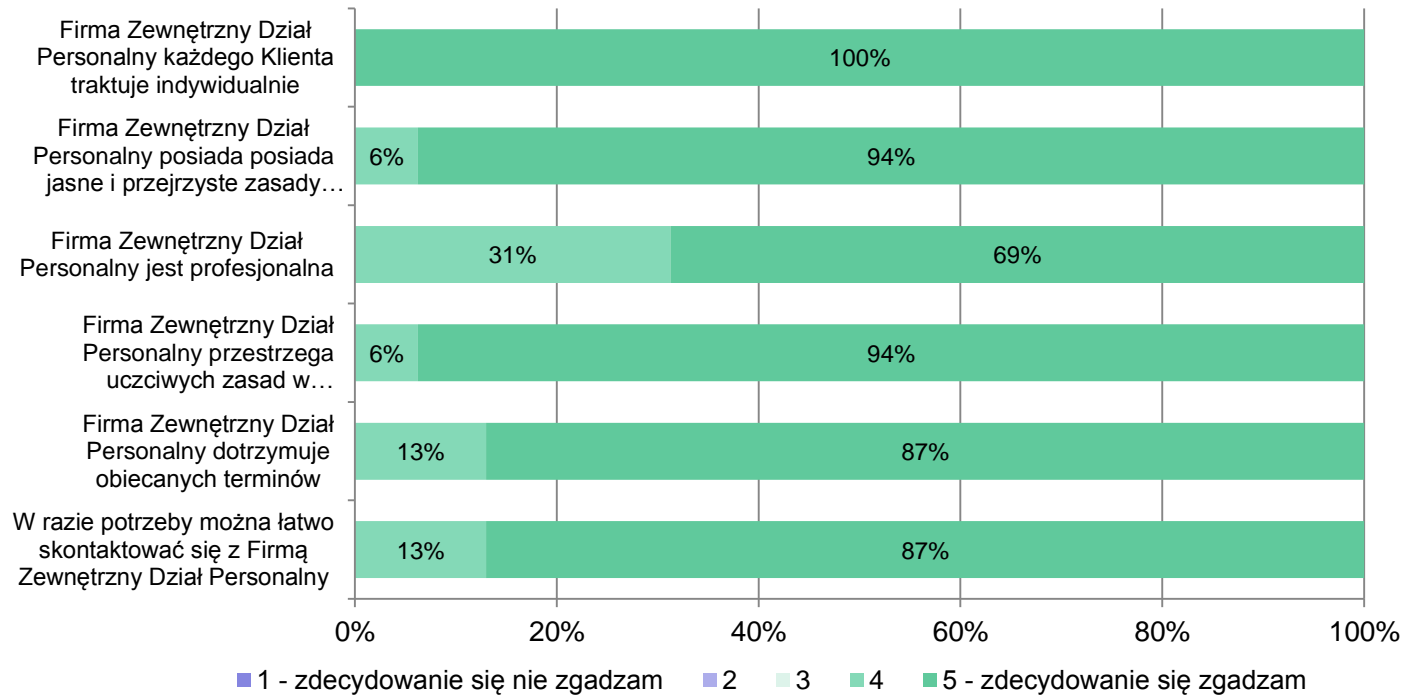


Średnia	Top 2 Box
4,8	100%
4,8	100%
4,8	100%
4,9	100%
4,8	94%
4,3	84%

Ocena współpracy z Zewnętrznym Działem Personalnym

- Klienci bardzo wysoko ocenili współpracę z Zewnętrznym Działem Personalnym na wszystkich badanych wymiarach.

Próba N=16



Średnia	Top 2 Box
5,0	100%
4,9	100%
4,7	100%
4,9	100%
4,9	100%
4,9	100%

Net Recommendation Index

Recommendation Index (NRI) pozwala na sklasyfikowanie klientów do jednej z trzech grup bazując na deklarowanej chęci polecenia firmy lub produktu rodzinie lub znajomym:

- **Ambasadorzy firmy (9-10)** - najbardziej lojalni, którzy regularnie kupują i polecają markę / produkt zapewniając jej wzrost
- **Neutralni (6-8)** – są zadowoleni, ale nie entuzjastyczni, z marki / usługi
- **Wichrzyciele (1-5)** – są niezadowolonymi konsumentami, którzy poprzez negatywne opinie na temat marki / produktu przekazywane innym mogą przyczynić się do spadku sprzedaży

Net Recommendation Index

Wskaźnik siły oddziaływania „word of mouth” firmy identyfikuje potencjalne zagrożenia związane z negatywnymi opiniami Klientów.

Zastosowana metodologia uwzględnia siłę rekomendacji danej firmy skorygowanej przez siłę oddziaływań komunikatów pozytywnych oraz negatywnych - zgodnie z wynikami badań, zadowolony Klient powie o tym 3 bliskim mu osobom, natomiast niezadowolony Klient poinformuje o swojej frustracji trzykrotnie więcej osób.

Sposób obliczania NRI przedstawia się następująco:

$$\text{NRI} = \frac{\text{ambasadorzy marki}}{3 \times \text{wichrzyciele}}$$

Sposób interpretacji wskaźnika NRI:

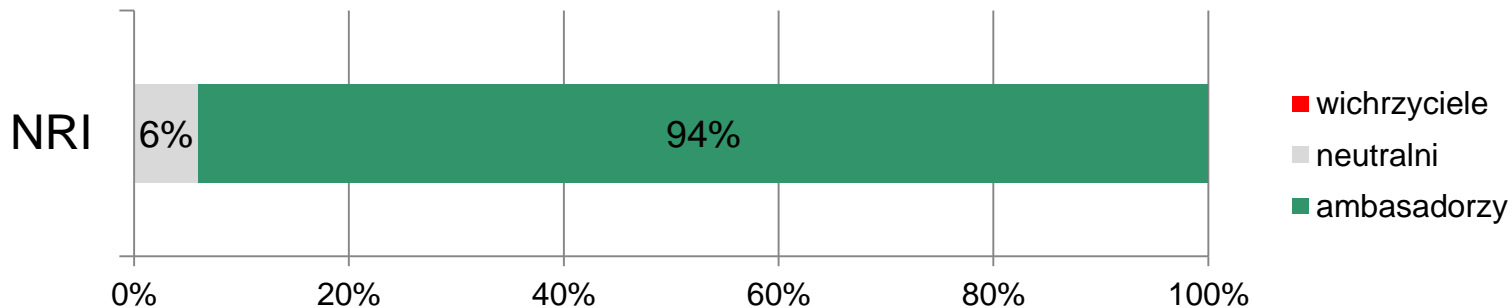
- wartości poniżej 1 ($\text{NRI} < 1$) – siła oddziaływania komunikatów pozytywnych jest niższa niż siła oddziaływania komunikatów negatywnych
- wartości powyżej 1 ($\text{NRI} > 1$) – siła oddziaływania komunikatów pozytywnych jest wyższa niż siła oddziaływania komunikatów negatywnych



Net Recommendation Index

- Prawie wszyscy klienci są skłonni zarekomendować Zewnętrzny Dział Personalny swoim przyjaciołom lub znajomym.
- Ze względu na brak wichrzycieli niemożliwe było wyliczenie wartości indeksu NRI, który uwzględnia dzielenie przez odsetek tych osób.

Próba N=16

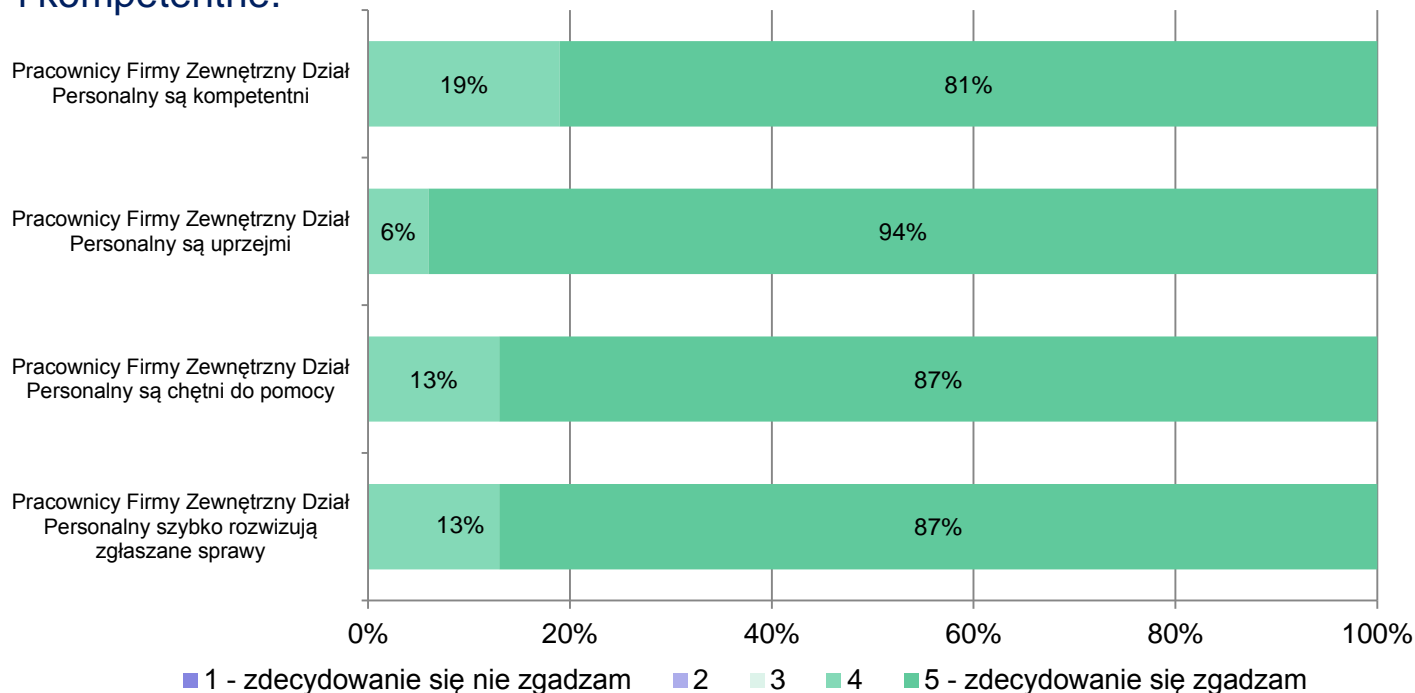


P4. Proszę ocenić, na ile prawdopodobne jest, że polecił/a/by Pan/i korzystanie z usług oferowanych przez Zewnętrzny Dział Personalny swoim przyjaciołom lub znajomym zainteresowanym ofertą w tej dziedzinie. Do oceny proszę posłużyć się skalą 1 – 10, gdzie 1 oznacza, że zdecydowanie nie polecił/a/by Pan/i usług oferowanych przez Zewnętrzny Dział Personalny, a 10 oznacza, że zdecydowanie polecił/a/by Pan/i te usługi.

Ocena obsługi telefonicznej firmy Zewnętrzny Dział Personalny

- Klienci są bardzo zadowoleni z telefonicznej obsługi Firmy Zewnętrzny Dział Personalny. Pracownicy są postrzegani jako osoby chętne do pomocy, uprzejme i kompetentne.

Próba N=16

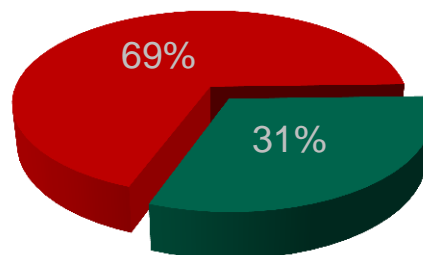


Średnia	Top 2 Box
4,9	100%
4,9	100%
4,9	100%
4,8	100%

DEMOGRAFIA

Dane demograficzne o respondentach

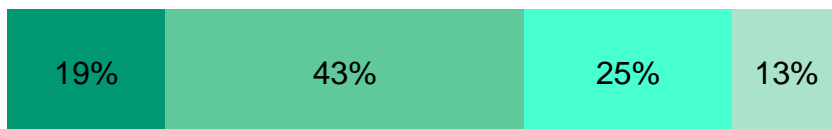
Płeć respondenta



■ kobieta

■ mężczyzna

Wiek respondentów



■ poniżej 25 lat

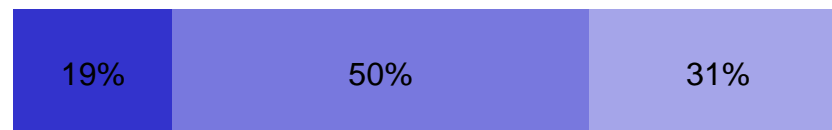
■ od 26 do 35 lat

■ od 36 do 45 lat

■ od 46 do 55 lat

■ powyżej 55 lat

Czas współpracy z Zewnętrznym Działem
Personalnym



■ poniżej 1 roku

■ od 1 roku do 2 lat

■ powyżej 2 lat do 5 lat

■ powyżej 5 lat

Kontakt:

Rafał Klepacz
specjalista ds. badań

tel: +22 314 14 29
rafal.klepacz@obserwatorium.pl