Le Net Promoter Score résultat 2015 et objectif 2016

Qu'est ce que le Net Promoter Score (NPS)

Le Net Promoter Score est un indicateur de fidélité client développé en 2003 par Bain & Company

L'objectif était de déterminer un indicateur facilement interprétable pour la satisfaction client qui permet de se comparer avec différentes industries.

Le NPS évalue dans quelle mesure la personne interrogée recommande une société, produit ou service à ses amis, ses proches ou ses collègues.

De nombreuses sociétés l'ont adopté dans l'aérien (KLM, Delta, Lufthansa, Easyjet, Southwest…) mais aussi dans d'autres domaines comme la SNCF, Nespresso, Apple, Microsoft, Samsung etc…

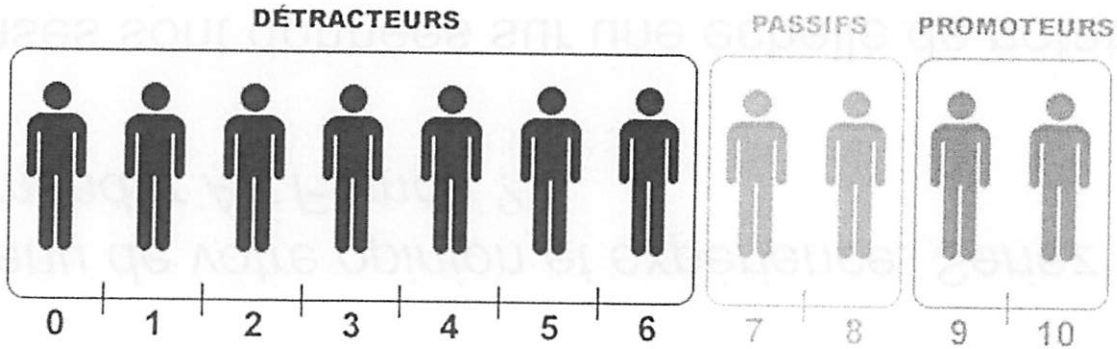
Qu'est ce que le Net Promoter Score (NPS)

Concrètement, après son voyage complet un mail est envoyé au client pour connaître sa satisfaction (E scores) Pour avoir une opinion spontanée la première question posée est :

Compte-tenu de votre opinion et expérience. Seriez vous prêt à recommander Air France ?

Les réponses sont données sur une échelle de notation de 11 points, allant de 0 (je ne la recommanderais absolument pas) à 10 (je la recommanderais sans hésiter).

Comment le NPS est-il calculé ?



Net Promoter Score = **% Promoteurs** − **% Détracteurs**

Un objectif de 27 fixé dans les contrats d'objectifs 2015

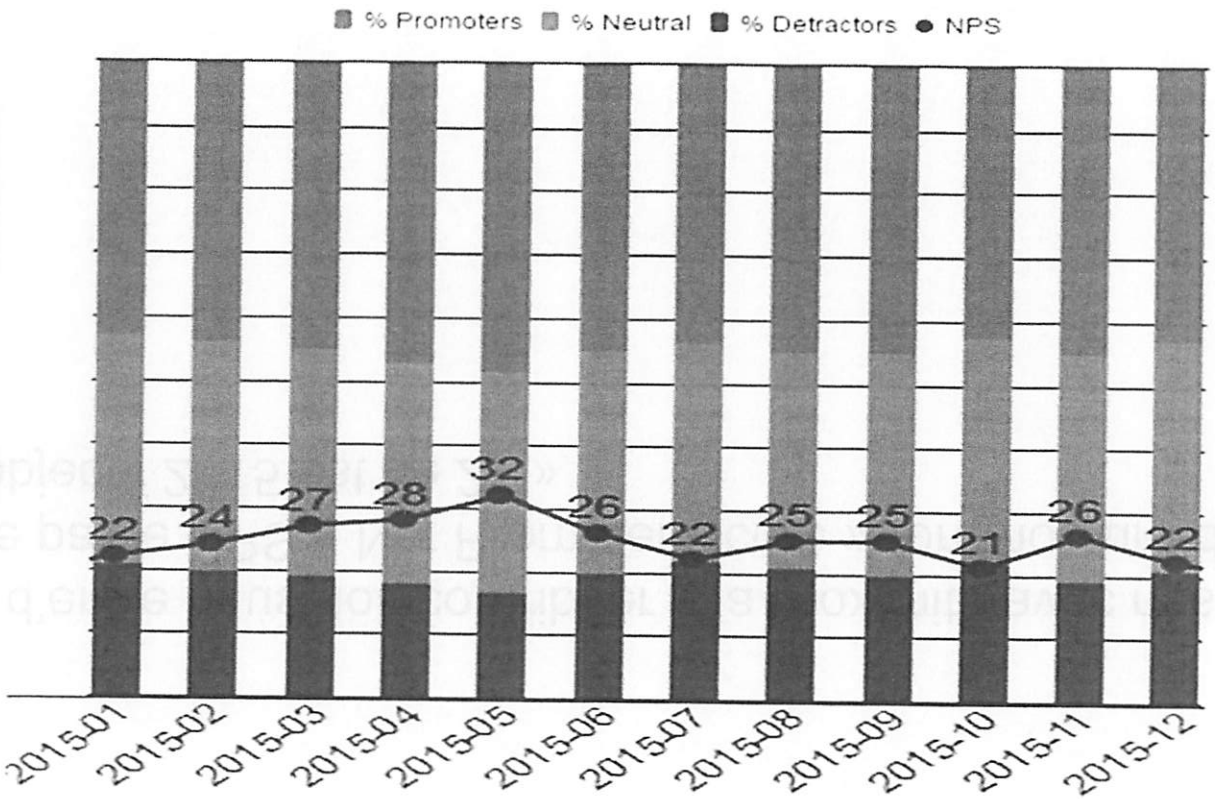
Cet objectif a été intégré dans les contrats d'objectifs SMI 2015 dans le chapitre Qualité Client

« Chacun d'entre nous doit contribuer à la proximité avec nos clients, évaluée par le NPS « Net Promoter Score » (promoteurs-détracteurs) dont l'objectif 2015 est de 27 »

Résultat du Net Promoter Score Air France 2015

Objectif 2015
27

Réalisé 2015
25



Le calcul de l'objectif annuel porte sur le cumul des données de l'année puis arrondi selon les critère suivants : ≥ 0,5 arrondi à l'unité supérieure
< 0,5 arrondi à l'unité inférieure

Il ne faut donc pas ajouter les résultats mensuels et diviser par 12 car chaque chiffre mensuel est déjà arrondi et le total peut être erroné.2

Objectif 2016 du Net Promoter Score Air France

Le résultat [illegible]14 s'élève à 2[illegible]jectif de 25

Réalisé
2015
25

Objectif
2016
30

Extrait des contrats d'objectifs SMI 2016

Orientations Qualité Client Corporate
Année 2016

Notre promesse client doit être tenue et notre positionnement sur la relation attentionnée doit être incarné et porté plus que jamais. Notre objectif Air France 2016 pour le NPS sera de 30

Les contrats d'objectifs SMI 2016 sont disponibles sur :
http://qualite.airfrance.fr/qualite/fr/public/g_standard_page/Documents/Contrats_Objectifs.html