

## Cosa significa esattamente «NPS clienti»?

Per «NPS clienti» si intende il Net Promoter Score relativo (NPS) ai nostri clienti, vale a dire la raccomandazione dei nostri clienti a raccomandare i nostri servizi. Presso UFD, l'indice NPS viene annualmente misurato dall'acclamato istituto *Link* coinvolgendo circa 200 clienti.



## Come viene calcolato l'«NPS clienti»?

Il Net Promoter Score (NPS) – o punteggio netto dei promotori – è un indice che rileva in che misura i consumatori raccomanderebbero un prodotto o un servizio.

L'indice si ottiene dalla differenza tra i promotori e i detrattori dell'impresa in questione. La percentuale di promotori e detrattori viene determinata ponendo esclusivamente la seguente domanda a un gruppo target di clienti: **«Quanto è probabile che lei raccomandi [marchio della farmacia] a un'altra persona (per es. parenti, amici o colleghi)?»**

Le risposte vengono classificate su una scala da 0 (improbabile) a 10 (molto probabile).

«Promotori» sono coloro che rispondono con un punteggio di 9 o 10. Sono considerati «detrattori» coloro che rispondono con un punteggio da 0 a 6.

I clienti che rispondono con un punteggio di 7 o 8 sono considerati «passivi».

Il Net Promoter Score è calcolato tramite la seguente formula:  

$$\text{NPS} = \text{promotori (\% di tutti gli intervistati)} - \text{detrattori (\% di tutti gli intervistati)}$$

L'intervallo di valori dell'NPS è quindi compreso tra +100 e -100.

Fonte: Wikipedia