NPS – Net Promoter Score

Net Promoter Score (NPS) je metrika, která měří loajalitu zákazníků a jejich ochotu doporučit daný produkt nebo službu ostatním. Na rozdíl od běžných průzkumů spokojenosti se NPS zaměřuje na dlouhodobý vztah a potenciál růstu firmy skrze doporučení (Word-of-Mouth).

1. Metodika výpočtu

Základem NPS je jedna jednoduchá otázka:

> **„Na stupnici od 0 do 10, jak pravděpodobné je, že byste tento produkt/službu doporučili svému příteli nebo kolegovi?“**

Na základě odpovědi se uživatelé dělí do tří kategorií:

- **Promotéři (9–10):** Nadšení a loajální zákazníci, kteří budou produkt dále propagovat.
- **Pasivní (7–8):** Spokojení, ale nikoliv nadšení uživatelé. Jsou náchylní k přechodu ke konkurenci.
- **Detruktoři (0–6):** Nespokojení zákazníci, kteří mohou šířit negativní reference a poškodit značku.

Výsledný vzorec:

Výsledek se udává jako celé číslo v rozmezí od **-100** do **+100**.

$$NPS = \% \text{Promotérů} - \% \text{Detruktorů}$$

---

2. Interpretace výsledků

Obecně se výsledky NPS interpretují následovně:

- **Nad 0:** Dobrý výsledek (máte více příznivců než odpůrců).
- **Nad 50:** Vynikající výsledek (silná loajalita zákazníků).
- **Nad 70:** Světová špička (např. značky jako Apple nebo Tesla).

---

3. NPS v IT a vývoji softwaru

V technologických firmách se NPS často používá v rámci:

- **SaaS (Software as a Service):** Sledování spokojenosti po aktualizacích systému.
- **Produktového managementu:** Prioritizace funkcí, které by mohly zvýšit spokojenost

detruktorů.
- **UX Research:** Kombinování NPS s kvalitativními daty (následná otázka „Proč jste udělili toto hodnocení?“).

---

4. Výhody a limity metricky

Výhody	Nevýhody
Jednoduchost: Krátký dotazník má vysokou míru návratnosti.	**Nedostatek kontextu:** Číslo samo o sobě neřekne, CO je špatně.
Srovnatelnost: Existují benchmarky pro všechna odvětví.	**Kulturní rozdíly:** V některých zemích lidé neradi dávají 10/10.
Predikce růstu: Vysoké NPS koreluje s nízkým odchodem zákazníků (churn).	**Možná manipulace:** Firmy mohou dotazník posílat jen v momentě úspěchu.

---

5. Další související metriky

NPS je často doplňováno dalšími metrikami pro komplexní pohled na uživatele:

- **CSAT (Customer Satisfaction Score):** Měří spokojenost s konkrétní transakcí (např. nákupem).
- **CES (Customer Effort Score):** Měří, jak snadné bylo pro uživatele vyřešit jeho požadavek.
- **SUS (System Usability Scale):** Měří konkrétně použitelnost rozhraní.

Související články:

- UX Design a uživatelská zkušenost
- HCI – Interakce člověka a počítače
- Produktový management v IT

Tagy: ux business kpi nps marketing customer-experience data-analysis

From:
https://serviceit.cz/ - **IT ENCYKLOPEDIE**

Permanent link:
https://serviceit.cz/doku.php?id=nps

Last update: **2026/01/02 17:33**