



- ✓ **Ergebnisse des puls Benchmarking Barometers zum Net Promoter Score von 284 Marken aus 18 Branchen.**
- ✓ **Lernen von den Besten.**

Einladung zu „Best Practice Round Tables“

Wann und wo?

27. Mai 2019: 18:00 – 20:00 Uhr, bei *puls* Marktforschung in Schwaig bei Nürnberg




24. Juni 2019: 18:00 – 20:00 Uhr, bei *puls* Marktforschung in Schwaig bei Nürnberg

25. Juni 2019: 18:00 – 20:00 Uhr, in Frankfurt am Main

Der **Net Promoter Score (NPS)** hat sich als **zuverlässiger Key Performance Indicator (KPI)** zur **Messung der Kundenloyalität** etabliert. Neben internationaler Skalierbarkeit bietet der NPS die Möglichkeit, die Performance von Marken verschiedener Branchen miteinander zu vergleichen.

Die Chance des Blicks über den Tellerrand war für uns Anlass zur Konzeption und Durchführung der **ersten branchenübergreifenden NPS Studie in Deutschland**. Zur **Vorstellung der Ergebnisse unseres Benchmarking Barometers** laden wir ausgewählte Kunden und Partner von *puls* zu „**Best Practice Round Tables**“ ein.

Diese einzigartige Studie bietet lernbereiten Führungskräften und Markenverantwortlichen Antworten auf folgende Fragen:

- | | | |
|--|---|--|
| 1. Welchen NPS erreichen ausgewählte Marken in Deutschland bei Endkunden?
Was können wir von den Besten lernen? |  | Orientierung und Benchmarking innerhalb und außerhalb der eigenen Branche. |
| 2. Wie ticken die Fans und potenziellen Kunden einer Marke? |  | Loyalisierung bestehender und Gewinnung neuer Kunden. |
| 3. Bei welchen anderen Marken, Vertriebspartnern und Medien sind die Fans einer Marke noch Fans? |  | Entwicklung kollaborativer Markenstrategien.
Gemeinsame Produkte und Werbekampagnen.
Austausch von Zielgruppen.
Identifikationen und Selektion von Vertriebs- und Medienpartnern. |

Hervorzuheben ist insbesondere die durch unser NPS Benchmarking mögliche **Markenkorrespondenzanalyse** und das darauf aufbauende **Co Branding mit anderen Marken**.

Bei den Round Tables stellen wir die **Kernergebnisse unseres NPS Benchmarking Barometers** vor und bieten den **Teilnehmern/innen** die Möglichkeit, sich gegenseitig in lockerer Atmosphäre **zu inspirieren**.

Als Input für bessere Strategien und Entscheidungen bieten wir zusätzlich individuelle Markenreports als Sonderauswertungen aus unserem bestehenden NPS Benchmarking sowie individuelle Vertiefungsstudien/ Beteiligungen an der nächsten Erhebungswelle mit interessanten Synergien an.

Studiendesign puls NPS Benchmarking Barometer

Stichprobe: 1.995 bevölkerungsrepräsentative Online-Interviews in Deutschland

Erhebungszeitraum: Februar 2019

Abgefragte Marken: 284

Branchen: Automobil, Bier, Digitalmarken/ Plattformen, Elektro und Haushalt, Braune Ware/ Unterhaltungselektronik, Finance, Flughäfen, Gastronomie, Handel – Food, Handel – Non Food, Medien, Mobilfunk, Soziale Netzwerke, Sport/ Outdoor, Städte, Tankstellen, Verkehrsmittel, Versicherungen/ Krankenkassen

Wir hoffen, dass einer der genannten Termine bei Ihnen passt und freuen uns auf Ihre **Anmeldung per E-Mail an wessner@puls-marktforschung.de bis 20. Mai 2019!** Die Teilnahme ist kostenfrei.

Gerne bieten wir Ihnen auch unternehmensindividuelle Round Tables mit Vorstellung der Ergebnisse und der gemeinsamen Ableitung von Maßnahmen an.

Ihr Dr. Konrad Weßner

