

MALL: FRÅN KUNDINSIKT TILL RÄTT PRIORITERING

- Fokusera där utveckling ger effekt.

Korrelationsanalys: Identifierar vad som faktiskt driver lojalitet

En praktisk mall för att identifiera vilka delar av kundresan som påverkar lojalitet och affär mest med utgångspunkt för kunddriven affärsutveckling med stöd av NPS-metoden.

Lojalitetsarbete kopplat till NPS-metoden handlar inte om att förbättra allt. Det handlar om att förbättra rätt saker. NPS-metoden används för att förstå vad som faktiskt driver lojalitet och hur olika delar av kundresan påverkar relationen. När analysen kopplas till tydlig prioritering blir den ett konkret verktyg för affärsutveckling.

➔ Den här mallen hjälper er att omsätta insikterna i praktisk handling.

Steg 1: Fastställ vad som påverkar lojaliteten mest

Utgå från de delar av kundresan ni mäter, till exempel:

- Onboarding
- Leverans
- Tillgänglighet
- Bemötande
- Fakturering
- Produktkvalitet
- Support

Genomför en korrelationsanalys mellan:

- Betyget på varje delområde
- NPS-frågan ställd i en relationsundersökning (ej i touchpoint)



Detta visar vilka delar som har starkast samband med lojalitet.

Steg 2: Fokusera på rätt saker – skilj på viktigt och mindre viktigt

Alla delar av kundresan är inte lika avgörande för lojaliteten. Med stöd av korrelationsanalysen kan ni skilja på:

- Det som verkligen driver lojalitet
- Det som mest är bakgrundsbrus

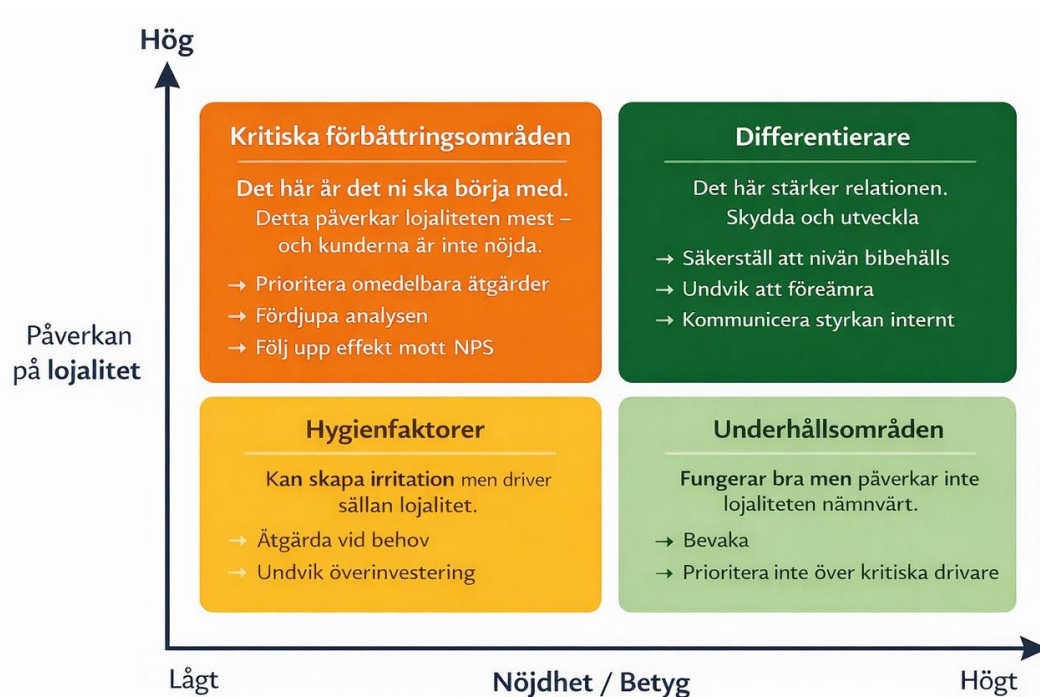
När detta kombineras med kundernas betyg framträder vilka förbättringar som ger störst effekt. Det är här skillnaden mellan kundnöjdhet och lojalitet blir tydlig.

Genom att kombinera påverkan på NPS med aktuella betyg ser ni:

- Vad som är affärskritiskt
- Vad som är viktigt men inte avgörande
- Vad som kan vänta

Steg 3: Identifiera kritiska förbättringsområden

Ta fram en prioriteringsmatris som tydligt visar respektive områdes påverkan på lojaliteten. Notera området som har starkast påverkan på lojaliteten och där kunderna samtidigt ger låga betyg. Där hittar du er kritiska förbättringsområde. Det innebär att varje förbättring här har potential att ge tydlig effekt på NPS och relationen.



Steg 4: Rekommenderad hantering av olika prioriteringsgrader

Hög påverkan + Lågt betyg

Kritiska förbättringsområden

Det här är det ni ska börja med.

Detta påverkar lojaliteten mest – och kunderna är inte nöjda.

- Prioritera omedelbara åtgärder
- Fördjupa analysen
- Sätt tydligt ägarskap
- Följ upp effekt mot NPS



Hög påverkan + Högt betyg

Möjligheter att stärka / Differentierare

Det här stärker relationen. Skydda och utveckla.

- Säkerställ att nivån bibehålls
- Undvik att försämma
- Kommunicera styrkan internt



Låg påverkan + Lågt betyg

Lägre prioriterade / Hygienfaktorer

Kan skapa irritation men driver sällan lojalitet.

- Se till att de fungerar
- Åtgärda vid behov
- Undvik överinvestering



Låg påverkan + Högt betyg

Hålla och bevaka / Underhållsområden

Fungerar bra men påverkar inte lojaliteten nämnvärt.

- Bevaka
- Prioritera inte över kritiska drivare



→ Glöm inte att följa upp hur utvecklingen påverkar resultatet över tid.

Sammanfattning

Kundinsikt skapar inte affärsvärde i sig. Det gör prioriterade åtgärder.

Genom att kombinera korrelationsanalys med kundernas betyg blir det tydligt vad som faktiskt driver lojalitet – och var utvecklingsinsatser ger störst effekt. Det gör att ni kan fokusera resurserna där de påverkar relation, retention och affär mest.

Att arbeta med NPS-metoden på det här sättet innebär att gå från mätning till styrning. Från insikt till beslut. Från aktivitet till effekt.

Det är så kunddriven affärsutveckling blir konkret. Det handlar inte om att göra mer. Det handlar om att göra rätt saker.

Tack för att du ville ta del av denna mall!

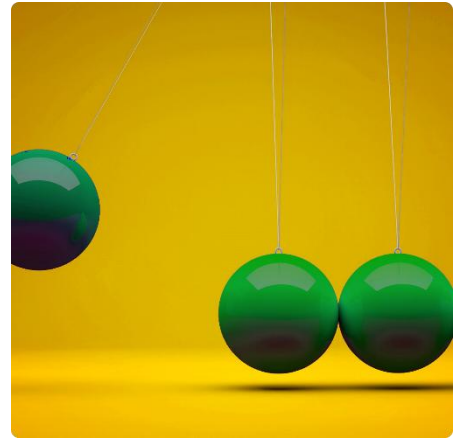
Vi på MarketDirection arbetar med kunddriven affärsutveckling och NPS-metoden – från analys till affärseffekt.

Vill du diskutera hur detta kan appliceras i din organisation?

Hör gärna av dig.

Nina Laudon
MarketDirection
nina@marketdirection.se

Följ oss gärna på LinkedIn >>>



Copyright MarketDirection Sweden AB 2026