マーキットワンが新感覚の「NPSウェビナー」をスタート！実際にご相談があった現場のリアルなお悩みをQ&A形式で解決

マーキットワン株式会社（東京都千代田区、代表取締役社長：望月俊成、以下、マーキットワン）は、新年度になり顧客アンケートを実施／検討される企業様やNPSについて学ぶ方が増えると想定されることから、4月より新感覚の「NPSウェビナー」を定期的に開催いたします。

新感覚NPSウェビナーとは？
このウェビナーは「リアル×動画」をコンセプトとしており、NPS調査のよくあるお悩みについて短く分かりやすい動画解説でサクッと回答します。参加者には解説動画をプレゼント！後からも振り返ることができ、自社での説得などにもご活用いただけます。さらに、参加者様の疑問にはリアルタイムでお答えし、業種ごとの深いお悩みなどは専門家に無料で相談できます。顧客アンケートの適切な設問設計方法、アンケート回答率の上げ方、分析方法、社内の改善活動、顧客ロイヤルティの向上など、課題感がある方はぜひご参加ください！

まず最初に下記の4回を開催予定ですので、気になる回の詳細をご確認ください。
第1回：”NPS調査を始めた後”のよくあるお悩み
第2回：”NPS導入を検討中”のよくあるお悩み
第3回：”BtoC企業”におけるNPS調査でよくあるお悩み
第4回：”BtoB企業”におけるNPS調査でよくあるお悩み

4月以降も、定期的に開催いたします！
こちらのリンクより最新情報をご確認いただき、お申込みいただけます。
https://markitone.co.jp/seminar/

第1回 ” NPS調査を始めた後” のよくあるお悩みを解決！
日時：2023年4月12日（水）　13:30 14:00
詳細／お申込みはこちら：https://markitone.co.jp/seminar/nps-qa-20230412/

■このウェビナーで解決する疑問
①NPSがマイナスの場合はどのように捉えればいい？
②社内の事情で改善できないことについては質問項目に入れない方がいい？
③NPSと収益の相関を証明する方法は？

④アンケート回答結果から、確実に改善アクションに結びつける方法は？
⑤NPSの目標設定は、どれくらいのプラス値で設定するのが妥当？

▼こんな方におすすめ！
・NPS調査を既に実施したことがある方
・NPSを導入したが、イマイチ運用が上手く回っていない方

第2回 ”NPS導入を検討中”のよくあるお悩みを解決！
日時：2023年4月19日（水）　13:30 14:00
詳細／お申込みはこちら：https://markitone.co.jp/seminar/nps-qa-20230419/

■このウェビナーで解決する疑問
①NPSは中小企業向きではないのでは？また、商品によるNPSの向き／不向きは？
②NPSの設問設計はどのように行えばいい？顧客満足度調査を既に行っている場合は、単にNPS設問を加えるだけでいい？
③現状の課題は把握しているが、改めてNPSを取得する必要性はある？
④口コミサイトの評価を現在KPIとして採用しているが、NPSを指標にするメリットはある？
⑤ベンチマークがないと、業界における自社の立ち位置が分からないので、NPS調査を実施しても意味がないのでは？
⑥NPSがプラスの場合とマイナスの場合では、スコアの捉え方や改善の方向性が根本的に変わる？

▼こんな方におすすめ！
・NPSの導入を検討されている方
・顧客満足度調査は実施しているが、NPSはまだ取得していない方

第3回 ”BtoC企業におけるNPS調査”でよくあるお悩みを解決！
日時：2023年4月26日（水）　13:30 14:00
詳細／お申込みはこちら：https://markitone.co.jp/seminar/nps-qa-20230426/

■このウェビナーで解決する疑問
①顧客ロイヤルティを高めるにはどうすればいい？
②NPS調査から外部の口コミ評価UPに繋げる方法はある？
③BtoCの平均回答率はどのくらい？高い／低いのボーダーラインはある？
④口コミサイトの評価を現在KPIとして採用しているが、NPSを指標にするメリットは？
⑤アンケートのインセンティブは何をどのくらい用意するのが適当？
⑥自社サービスの会員にアンケートを取ると推奨的なコメントばかりになるが、NPS調査を実施する意味はある？

▼こんな方におすすめ！
・BtoC企業で、NPS調査を実施されている方
・BtoC企業で、NPSの導入をご検討されている方

第4回 ”BtoB企業におけるNPS調査”でよくあるお悩みを解決！
日時：2023年5月10日（水）　13:30 14:00
詳細／お申込みはこちら：https://markitone.co.jp/seminar/nps-qa-20230510/

■このウェビナーで解決する疑問
①なかなかアンケートの回答数が集まらず困っているが、良い方法はある？

②BtoBの平均回答率はどのくらい？高い／低いのボーダーラインはある？
③競合のベンチマークは意識すべき？ベンチマークがない場合は、業界における自社の立ち位置が分からないので、NPS調査を実施しても意味がないのでは？
④お客様に対して自社の営業担当者の正直な評価を聞きたいときは、どのようなアンケートの取り方にすべき？
⑤コメント数が月10件や20件ほどであれば、コメント分析してもあまり意味ない？
⑥顧客対応をした担当者別にNPSを取得すべき？

▼こんな方におすすめ！
・BtoB企業で、NPS調査を実施されている方
・BtoB企業で、NPSの導入をご検討されている方

マーキットワン株式会社について
マーキットワンは2016年の設立以来、クライアント企業様の顧客ロイヤルティ向上のお手伝いをして参りました。NPS・CSを中心としたアンケート作成・配信から集計・分析までを簡単に行えるクラウドツール「M-ONE」を活用する事で、顧客の声を基に改善活動に繋げ、良質な顧客体験の提供をするお手伝いをしております。
アンケートの設計や分析サービス・レポーティングやパネル調査などオプションサービスも充実しており、サポート力・負担の少なさ・手頃な価格で、BtoB・BtoC問わず多くの企業様に選ばれています。

M-ONE詳細をチェック → https://markitone.co.jp/solution/m-one/

【会社概要】
会社名：マーキットワン株式会社
業務内容：マーケティングリサーチ・クラウドサービス
所在地：〒102-0073 東京都千代田区九段北1-15-2 九段坂パークビル 5F
代表者：代表取締役社長 望月 俊成
設立日：2016年4月27日

【お問合せ先】
Email：contact@markitone.com
TEL：03-4500-9080
WEBサイト：https://markitone.co.jp/

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com