

NPS – hur vi följer upp kvalitet och förtroende

På Astar tar vi ansvar för kvalitet i allt vi gör – i utbildning, bemötande och resultat.

NPS (Net Promoter Score) är ett av de verktyg vi använder för att följa upp hur väl vi lyckas skapa förtroende och långsiktiga relationer.

Mätningen bygger på en enkel men viktig fråga:

”Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera Astar till en vän eller kollega?”

Svaret ges på en skala från **0 till 10**.

Så tolkar vi svaren

- **0–6: Detrakterer**
Här finns signaler om att vi inte fullt ut har mött förväntningarna. Dessa svar är viktiga eftersom de hjälper oss att ta ansvar och förbättra kvaliteten.
- **7–8: Passiva**
Upplevelsen är god, men ännu inte tillräckligt stark för att leda till en rekommendation.
- **9–10: Promotorer**
Personer som känner förtroende, upplever kvalitet och gärna rekommenderar Astar vidare.

Hur NPS beräknas

NPS = andel promotorer (%) – andel detrakterer (%)

Ett positivt NPS-värde visar att fler upplever Astar positivt än negativt. Ju högre värde, desto starkare förtroende och lojalitet.

Varför NPS är viktigt för Astar

För oss är NPS inte ett betyg i sig, utan ett **verktyg för lärande och utveckling**. Det hjälper oss att:

- ta ansvar för kvalitet och upplevelse
- identifiera förbättringsområden
- stärka långsiktiga relationer
- leva vår värdegrund i praktiken: **Yrkesstolthet, Engagemang och Arbetsglädje (YEA)**

Vad är NPS?

NPS (Net Promoter Score) mäter kundernas lojalitet genom frågan:

”Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera oss till en vän eller kollega?”

Skala 0–10:

NPS-Skala (0–10)



$NPS = \% \text{ Promotorer} - \% \text{ Detrakterer}$

- NPS över 0 = Bra
- NPS över 50 = Utmärkt