**28.05.2020 г.**

**г. Москва**

**Индекс лояльности клиентов ПЭК за апрель вырос на 7%**

*В компании регулярно замеряют индекс NPS (Net Promoter Score) при помощи сбора, систематизации и обработки информации из различных источников. В апреле показатель NPS вырос на 7% и составил 48%.*

Компания начала проводить регулярный опрос клиентов для определения NPS в 2018 году. Если начальные показатели индекса составляли 37%, то уже в 2019 году эти цифры выросли до 41%. На сегодняшний день в исследовании уже приняло участие более 50 000 клиентов. NPS помогает понять уровень приверженности клиентов бренду или компании, насколько они готовы рекомендовать компанию друзьям или знакомым.

В компании «ПЭК» существует несколько каналов получения обратной связи от клиентов. Некоторым потребителям услуг направляется письмо по электронной почте с предложением оценить уровень качества обслуживания по 10-балльной системе. Похожий опрос может пройти любой желающий на корпоративном сайте компании. Кроме того, сотрудники колл-центра также просят оценить всех обратившихся уровень консультаций и качество решения по обращению.

Все полученные данные учитываются в Системе фиксации и накопления клиентских обращений (СФИНКС) – ИТ-платформа компании, внедренная для автоматизации работы с обратной связью от клиентов. Она позволяет комплексно анализировать полученные данные, в случае необходимости принимать оперативные меры, а также совершенствовать бизнес-процессы, требующие доработки.

*«Мы связываем такой заметный рост индекса NPS с возросшей важностью логистических услуг в период карантинных ограничений. ПЭК как системно значимое для экономики предприятие продолжало работать весь апрель, хотя и с внедрением строгих мер безопасности, предотвращающими распространение вируса,* - рассказывает директор департамента по работе с клиентами компании «ПЭК» **Игорь Коптев**. – *В то время, когда большинство компаний были закрыты, ПЭК продолжал осуществлять перевозки, ввел бесконтактную доставку, минимизировал необходимость посещения клиентского офиса – все это положительно сказалось на отношении клиентов к компании».*

Международные логистические компании также регулярно осуществляют анализ индекса потребительской лояльности. По данным исследовательской компании Costomer.Guru, среднее значение индекса NPS среди ТОП5 крупнейших логистических операторов США находится на уровне 10%.