

# CSAT: Mål kundetilfredsheden med Customer Satisfaction Score



## RESUMÉ

Hvis du arbejder eller ønsker at arbejde med kundetilfredsheden i din virksomhed, så er Customer Satisfaction Score (CSAT) en meget simpel og velkendt metode. CSAT kan være et værdiskabende værktøj, idet det kan hjælpe dig med at forbedre kundetilfredsheden. I denne artikel gennemgår vi CSAT, ligesom vi har udarbejdet en guide til at komme i gang.

### Customer Satisfaction Score (CSAT) er en af de mest populære metoder til at måle kundetilfredsheden

Der findes, som nævnt i vores NPS-artikel, flere måder at måle og undersøge kundetilfredsheden i din virksomhed. Det kan være udfordrende at vælge mellem disse. Vi har derfor forsøgt at skabe et overblik over et par af mulighederne, som vi finder relevante i denne serie af artikler. Vi vil indenfor den nærmeste fremtid udgive en artikel i forlængelse af denne omkring Customer Effort Score (CES).

Der er naturligvis fordele og ulemper ved de forskellige undersøgelser, ligesom de kan dække dit behov forskelligt. Det er derfor vigtigt, at du danner dig et overblik over mulighederne inden udvælgelsen, så du får dækket din virksomheds behov bedst muligt.

I denne artikel vil vi gennemgå en af de mest populære metoder til måling af kundetilfredsheden: Customer Satisfaction Score (CSAT).

CSAT er en meget ligetil metode til undersøgelse af kundetilfredsheden og kan bruges til at måle kundernes tilfredshedsgrad af f.eks. din virksomhed, en interaktion eller et køb. En fordel ved CSAT er undersøgelsens simplicitet. Det er et nemt måleværktøj at gå til og en simpel måde f.eks. at afgøre om en service eller et produkt er tilfredsstillende for kunderne.

### Hvordan udregnes CSAT?

For at måle virksomhedens score, hvad enten det er i forbindelse med en service, interaktion eller et produkt, skal kunderne stilles et spørgsmål i stil med:

**Hvor tilfreds er du overordnet set med [varen/service], som du netop har modtaget?**

Kunderne skal besvare spørgsmålet på en skala, som du definerer. Ofte benyttede skalaer er 1-3, 1-5, 1-7 eller 1-10. Du definerer selv, hvad du anser som et tilfredsstillende svar. Vores umiddelbare anbefaling er at benytte skalaen 1-5, da det er nemt at tage stilling til som kunde, ligesom vi ikke mener, at de yderligere svarmuligheder som ved f.eks. 1-10 skalaen umiddelbart er mere fordelagtige. Derimod kan du, som ved NPS, tilføje muligheden for at den enkelte respondent kan uddybe sit svar med tekst, således at du samtidig indhenter noget kvalitativt data, som kan give et mere nuanceret billede end blot ét tal. Hvis det ønskes og er muligt, kan svarene oplistes som følger:

- 1) Meget utilfreds
- 2) Utilfreds
- 3) Hverken eller
- 4) Tilfreds
- 5) Meget tilfreds

For at udregne din CSAT skal du bruge summen af 'Tilfreds' og 'Meget tilfreds' (4-5). Dette tal skal trækkes fra det samlede antal respondenter og derefter ganges med 100 procent.

Antal tilfredse kunder (svar 4 + 5)

X 100% =

Tilfredse kunder i procent

Antal svar i alt i undersøgelsen

### Hvad fortæller scoren, og hvad er en god score så?

Scoren, som udregnes, også kaldet CSAT, fortæller, hvor stor grad af respondenterne, som er tilfredse. Der findes ingen generel definition af, hvad en god score er. Scoren bestemmes i høj grad af dig, da du definerer skalaen, samt hvilke svar der anses som tilfredsstillende, og dermed indgår i den endelige score. En mere generel og logisk målsætning er selvfølgelig at arbejde henimod at komme så tæt på 100% i score som muligt. Det kan være nyttigt for dig at sammenligne scoren med andre virksomheder i branchen. Dette er dog en meget svær, og tæt ved umulig, øvelse, da der ikke findes nogle faste retningslinjer ved udarbejdelsen af CSAT. For at resultaterne skal være sammenlignelige kræver det, at samme intervalberegning er valgt, ligesom spørgsmålet skal være stillet til samme kundesegment, hvilket for mange vil være usandsynligt.

Vi anbefaler derfor, at scoren primært bruges som internt sammenligningsgrundlag. Det kræver dog, at undersøgelsen foretages konsekvent og om ikke andet flere gange.

En af styrkerne ved CSAT er, som tidligere beskrevet, simpliciteten. Dette betyder, at der er flere muligheder for, hvornår spørgsmålet kan stilles. Metoden kan, som sagt, bruges til undersøgelse af flere forskellige processer, produkter eller interaktioner. Spørgsmålet kan f.eks. stilles flere gange i løbet af kundens livscyklus, hvilket kan bruges i forlængelse af din Customer Journey Map. Idet CSAT er en simpel undersøgelse, som ligeledes er forholdsvis nem og brugervenlig, så kan du altså få indblik i, hvad kunderne synes ved udvalgte 'touch points' i processen. Dette kan bruges til at forbedre kundeoplevelsen.

### 3 trin: Sådan kommer du i gang med CSAT

Der findes utvivlsomt flere marketingfirmaer, som vil tilbyde at foretage undersøgelsen for dig. Dette er dog meget sjældent omkostningsfrit. Hvis du som SMV selv vil lave din egen undersøgelse, har vi lavet en kort guide til, hvordan du nemmest kommer i gang.

#### 1) Lav spørgeskema

Du bygger et spørgeskema op. Det kan nemt gøres via hjemmesider som surveymonkey.com. Spørgsmålet skal være i stil med følgende:

**"Hvor tilfreds er du overordnet set med [varen/service], som du netop har modtaget?"**

Svarmuligheder vælger du selv, men vi anbefaler, at der skal være 1-5, som beskrevet i starten af artiklen:

- 1) Meget utilfreds
- 2) Utilfreds

- 3) Hverken eller
- 4) Tilfreds
- 5) Meget tilfreds

Du kan, afhængigt af hvad du ønsker at undersøge, og hvornår kunderne bliver stillet spørgsmålet, vælge at tilføje et kommentarfelt, hvori de kan uddybe deres svar.

#### 2) Udsend spørgeskema

Du sender spørgsmålet til dine kunder. Kunderne udvælges alt efter, hvad du ønsker at undersøge. Hvis du f.eks. gerne vil sammenligne flere forskellige udvalgte processer, så kan den enkelte kunde få spørgsmålet, når I indgår en aftale og igen, når kunden får produktet. På den måde kan du sammenligne kundernes tilfredshed i de forskellige faser af kundeforholdet.

#### 3) Indhent besvarelser

Du indhenter svarene fra undersøgelsen. Dette kan du gøre ved at overføre dine data til Excel eller i et CRM-system. Derefter kan du analysere dine nye data.

#### Kilder:

- 1) <https://blog.hubspot.com/service/customer-satisfaction-score>
- 2) <https://www.qualtrics.com/uk/experience-management/customer/customer-satisfaction/?rid=ip&prevsite=en&newsite=uk&geo=FI&geomatch=uk>
- 3) <https://www.talkdesk.com/blog/csat-improve-call-center/>