

方針2

お客様の最善の利益の追求

お客様の最善の利益を追求し、お客様によりご満足いただける保険商品・サービスを提供するため、お客様の声を経営資源のひとつと位置づけて改善・向上に活用します。

Net Promoter Score® (NPS)調査の実施

Net Promoter Score® NPSは、ベイン・アンド・カンパニーのフレッド・ライクヘルド氏が提唱した顧客ロイヤルティを測るための指標です。

「チューリッヒの商品をご家族やご友人にお薦めしますか？」という質問に回答いただき、計測します。10-0の11段階の評価を、以下の3つのグループにわけて、算出します。

- | | | |
|------|-----------|-------|
| 10-9 | : 薦める | (推奨者) |
| 8-7 | : どちらでもない | (中立者) |
| 6-0 | : 薦めない | (批判者) |



$$\text{Net Promoter Score} = \text{推奨者の割合(\%)} - \text{批判者の割合(\%)}$$

「保険料のお見積り」「新契約」「ご契約内容の変更」「ご契約の更新」「事故発生時の初期対応」「保険金支払い」の6つのお手続きでNPS調査を実施しています。

特に、NPSで6以下（批判的な立場）のスコアのお客様には、ご意見や改善すべき点を伺っています。いただいたご意見は、商品サービス、業務の改善に反映させています。

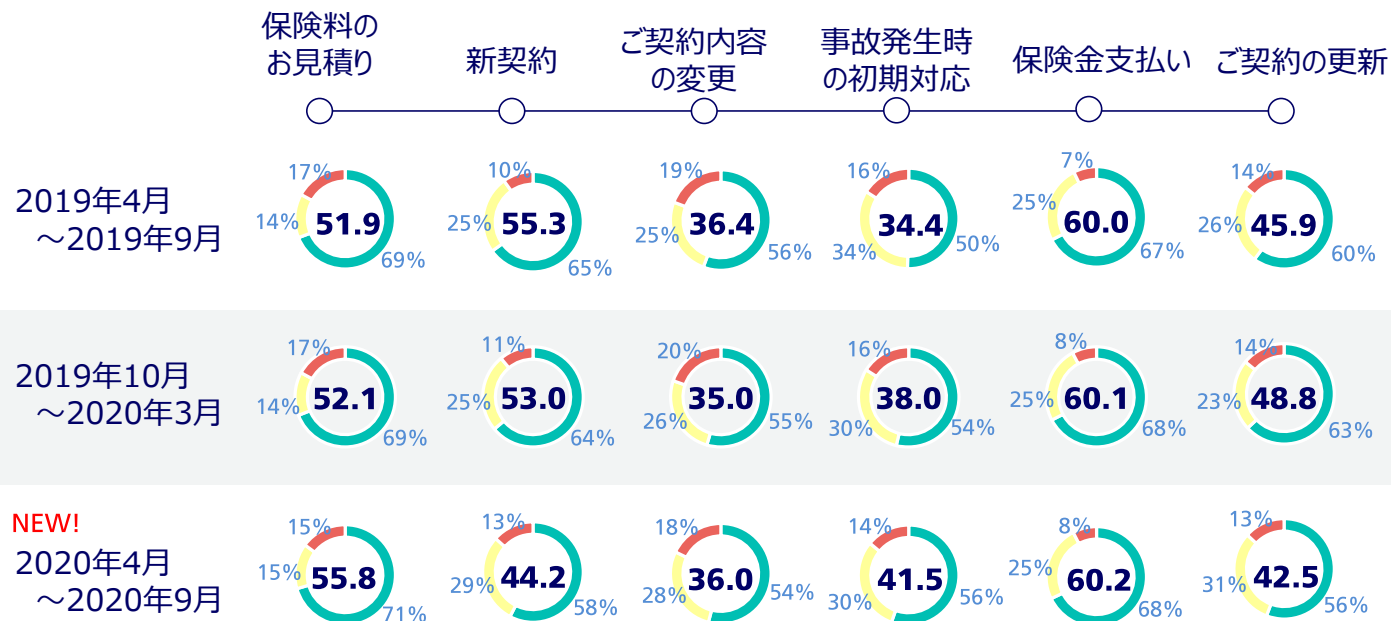


2020年4月～2020年9月 NPS結果

方針2

お客さまの最善の利益の追求

お客さまの最善の利益を追求し、お客さまによりご満足いただける保険商品・サービスを提供するため、お客さまの声を経営資源のひとつと位置づけて改善・向上に活用します。



■ 推奨者 ■ 中立者 ■ 批判者
 NPS = 推奨者の割合(%) - 批判者の割合(%)