

Kundrekommendationer vs Kundnöjdhet

Kundnöjdhet är mått på hur väl en butik lyckas, men enligt en ny rapport från Lunds universitet finansierad av Handels Utvecklingsråd, är sambandet mellan vilka butiker kunder rekommenderar och tillväxt något starkare. I rapporten tas de faktorer som driver kunder att rekommendera en butik upp.

Intresset för kundrekommendationer har ökat inom forskning såväl som praktik de senaste åren och den aktuella rapporten har blivit uppmärksammas i branschpressen.

– Orsakerna till det växande intresset för kundrekommendationer har tillskrivits sociala medier, ökat mediebrus samt försämrat förtroende för traditionell kommunikation, säger **Ulf Johansson**, professor på **Lunds universitet**. Detta är ett av de första försöken att systematisera vad i ett erbjudande som driver Word-Of-Mouth, WOM.

Tidigare forskning har fokuserat på avsändarens karaktär och motiv, snarare än vad i det som företaget gör som driver WOM. Dessutom är detta en av de första studierna kring WOM som uteslutande fokuserar på detaljhandel.

Studien tar upp sambandet mellan kundens vilja att rekommendera en butikskedja och butikskedjans tillväxt samt vad det är i butikskedjans marknadsföring och erbjudande till kunden som får kunden att prata och rekommendera butiker och butikskedjor till vänner och bekanta.

Resultaten visar att kedjorna till skillnad från den gängse uppfattningen inte i första hand ska lyfta fram unika och extrema saker. Det är snarare ganska basala saker som prisvärdhet, sortimentskvalitet och sortimentsbredd som får kunderna att rekommendera butiken.

Rapporten "Kundrekommendationer vs Kundnöjdhet" ingår i forskningssatsningen "Butiken som marknadsplats", som finansieras av Handels Utvecklingsråd, och finns att ladda ned i sin helhet på www.hur.nu.

För ytterligare information och kommentarer kontakta:

Jenny Dahlerus, informatör, Handels Utvecklingsråd, 010-471 86 29 eller

jenny.dahlerus@hur.nu

Ulf Johansson, professor, Lunds universitet, 046-222 39 16/070-522 73 74 eller

ulf.johansson@fek.lu.se