Seria necessário fazer uma análise para poder determinar com um mínimo de certeza as razões para os clientes não enxergarem valor na atitude de responder o formulário do NPS. Existem diversas metodologias que podem auxiliar os responsáveis a chegar em uma (ou mais) causa raiz para esse problema, como por exemplo a técnica dos “N porquês”. Alguns exemplos que podem estar relacionados a isso são: a forma como é feito o contato com o cliente, a geração de valor relacionada às mudanças que seriam feitas pela empresa em função dos clientes.