

9.9 NPS报告

报告撰写：XX&云翔

项目支持: XXXXX

撰写时间：2021.6.20





目录

- 01 NPS介绍
- 02 指标介绍
- 03 核心发现
- 04 详细数据





1.1 NPS帮助发现推荐和贬低的元素，优化用户体验，提升忠诚度，最终实现盈利

- NPS体系通过提升用户体验，打造高忠诚度用户，提升推荐比率、增加留存率、通过交叉/升级销售提升消费金额
- NPS的核心思想是按照忠诚度对用户进行分类，并深入了解用户推荐或不推荐产品的原因，然后鼓励企业采取多种措施，尽量增加推荐者和减少批评者，从而赢得企业的良性增长



- 推荐者（得分在9-10分之间）：是产品忠诚的用户，他们会继续使用或购买产品，并愿意将产品引荐给其他人
- 被动者（得分在7-8分之间）：是满意但不热心的用户，他们几乎不会向其它人推荐产品，并且他们可以被竞争对手轻易拉拢
- 贬损者（得分0-6分之间）：是不满意的用户，他们对产品感到不满甚至气愤，可能在朋友和同事面前讲产品的坏话，并阻止身边的人使用产品



1.2 目前用研团队推进的NPS包括：战略NPS+交易NPS

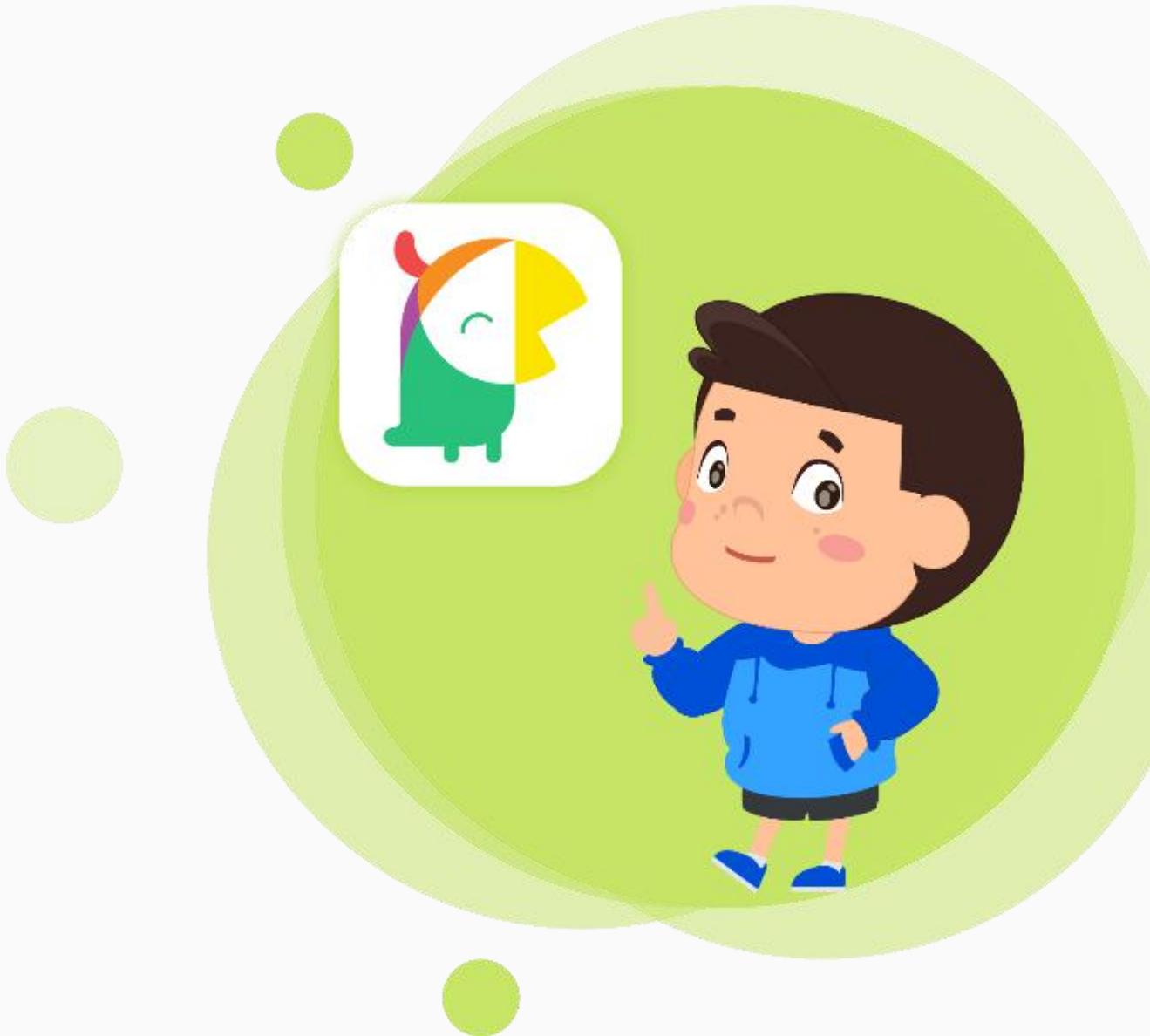
NPS类型	测试频率	解决问题
战略NPS	每季度或半年测试一次	<ul style="list-style-type: none">✓ 本品NPS与竞品NPS对比的市场地位✓ 与竞品相比，哪些体验目前表现不足✓ 未来提升NPS的方向
交易NPS	<ul style="list-style-type: none">每期运营结束，即时短信触发每期运营结束，即时短信触发	<ul style="list-style-type: none">✓ 监测两种关键课程的用户反馈，以确保重要体验环节的持续改善体验✓ 可设为负责关键节点部门之绩效指标✓ 实时发现严重性问题

用研推进的NPS → 战略NPS → 交易NPS → 9.9课程
用研推进的NPS → 交易NPS → 正价课



目录

- 01 NPS介绍
- 02 指标介绍
- 03 核心发现
- 04 详细数据





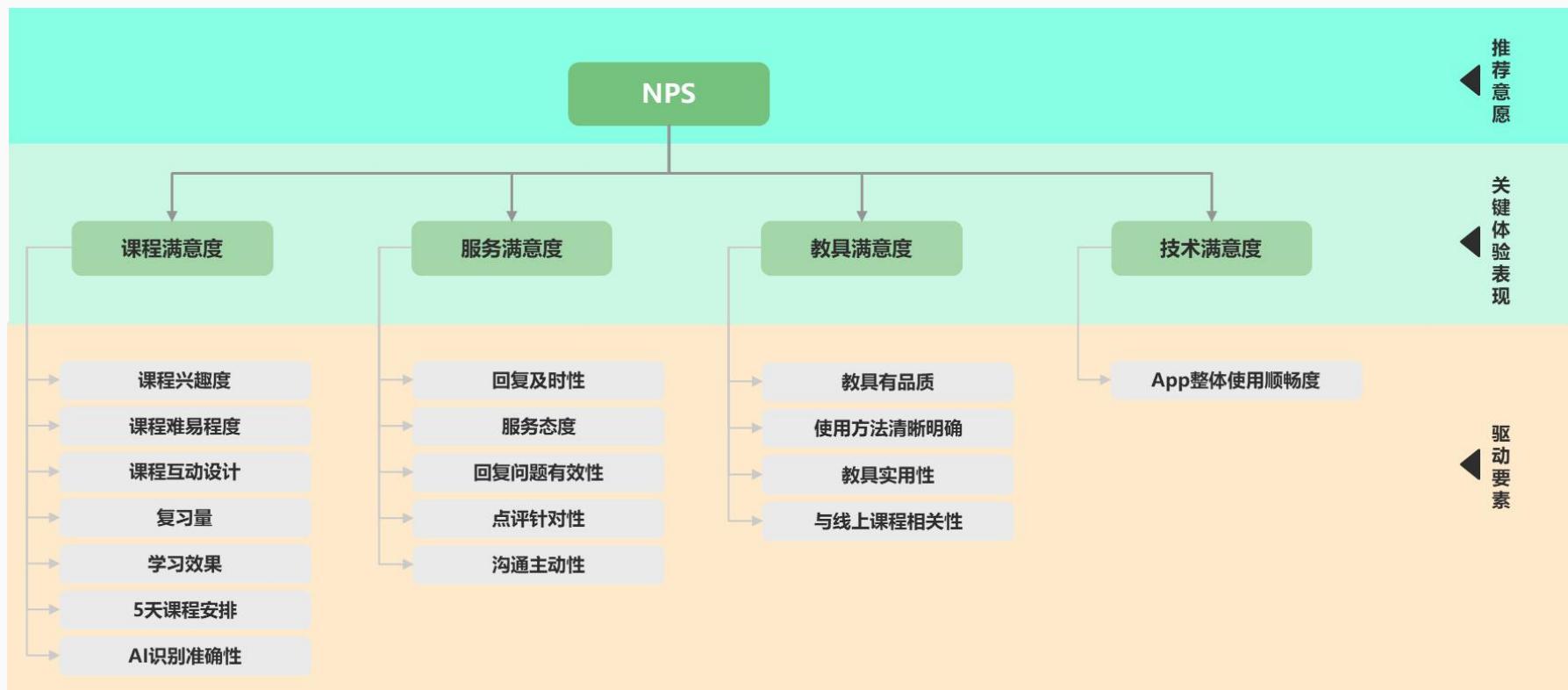
2.1 NPS调研的问题结构和测试方法

- 问卷结构和分析分三层：

第1层：用户对各关键体验维度进行满意度打分，例如对课程总体满意度、服务总体满意度等分别打分

第2层：用户对驱动要素打分，如课程中的兴趣度、难易程度、互动设计、复习量等分别打分

第3层：用户综合考虑以上因素后对NPS打分，可计算NPS与各指标之间的相关系数，找出哪个体验会让用户进行推荐





2.2 问卷回收及计算说明

- 问卷回收时间：2021年4月26日-6月15日，均为2.5迭代后课程
- 问卷发送方式：短信推送
- 推送时间节点：每期9.9运营期结束即刻推送NPS问卷
- 问卷回收量：共回收1393份，具体如下：

城市等级	
超1线	16.5%
1线	23.5%
2线	21.8%
3线	18.8%
4线及以下	19.4%

孩子年龄	
0-2岁	9.3%
2-3岁	23.4%
3-4岁	20.2%
4-5岁	20.4%
5-6岁	10.3%
6-7岁	7%
7岁及以上	8.1%
NULLTYPE	1.2%

9.9转化类型	
大课包	36.9%
未购买正价课	63.1%



20210419期	20210426期	20210503期	20210510期	20210517期	20210524期	20210531期	20210607期	20210614期
10.2%	8.9%	9.3%	10.3%	9.2%	8.3%	7.7%	6.5%	5.8%

数据加权处理方案

根据调研覆盖期数，看到用户实际转化率≈7.3%，为了防止调研结果的偏差，我们对调研数据进行加权处理，即放大未转化人群声量，缩小转化人群声量：

$$\text{权重} = \frac{\text{某类用户实际数据占总体比重}}{\text{某类用户调研数据占总体比重}}$$



目录

- 01 NPS介绍
- 02 指标介绍
- 03 核心发现**
- 04 详细数据

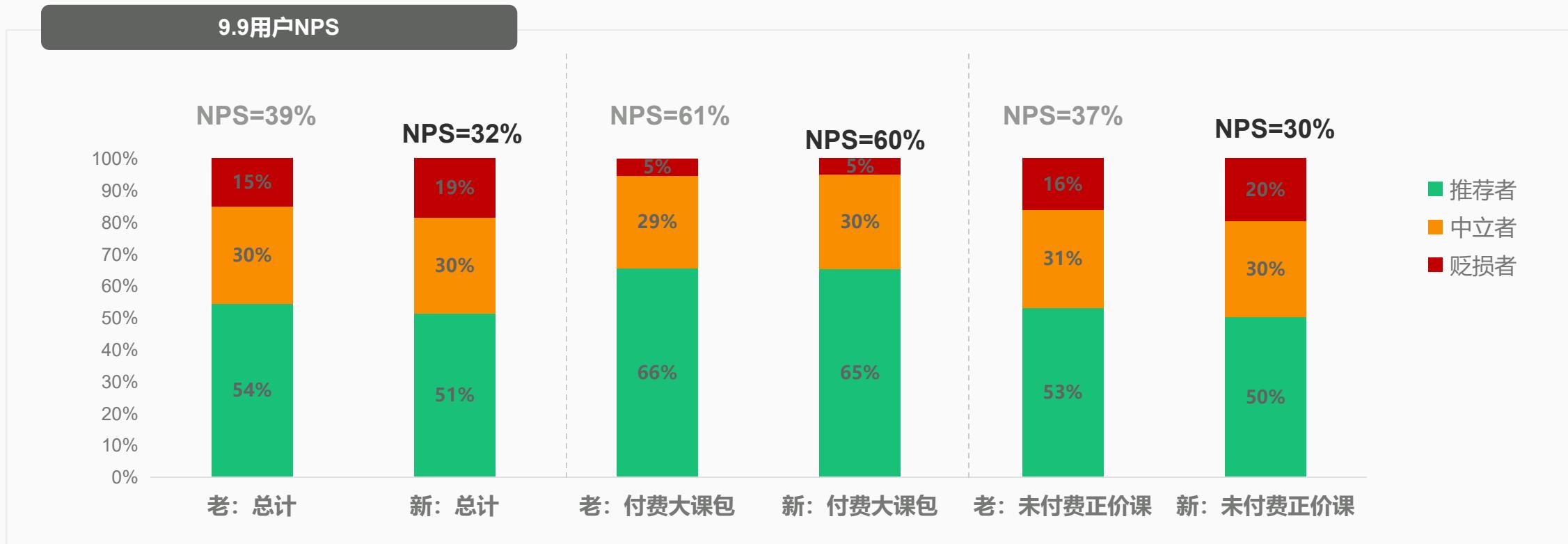




3.1 总体9.9NPS指数下降7%，转大包用户NPS下降1%

用户原话

- 总体NPS由39%下降至32%，显著下降7%
- 付费用户NPS变化不大（下降1%），但未付费用户显著下降7%，主要因为推荐者减少3%，同时贬损者增加4%



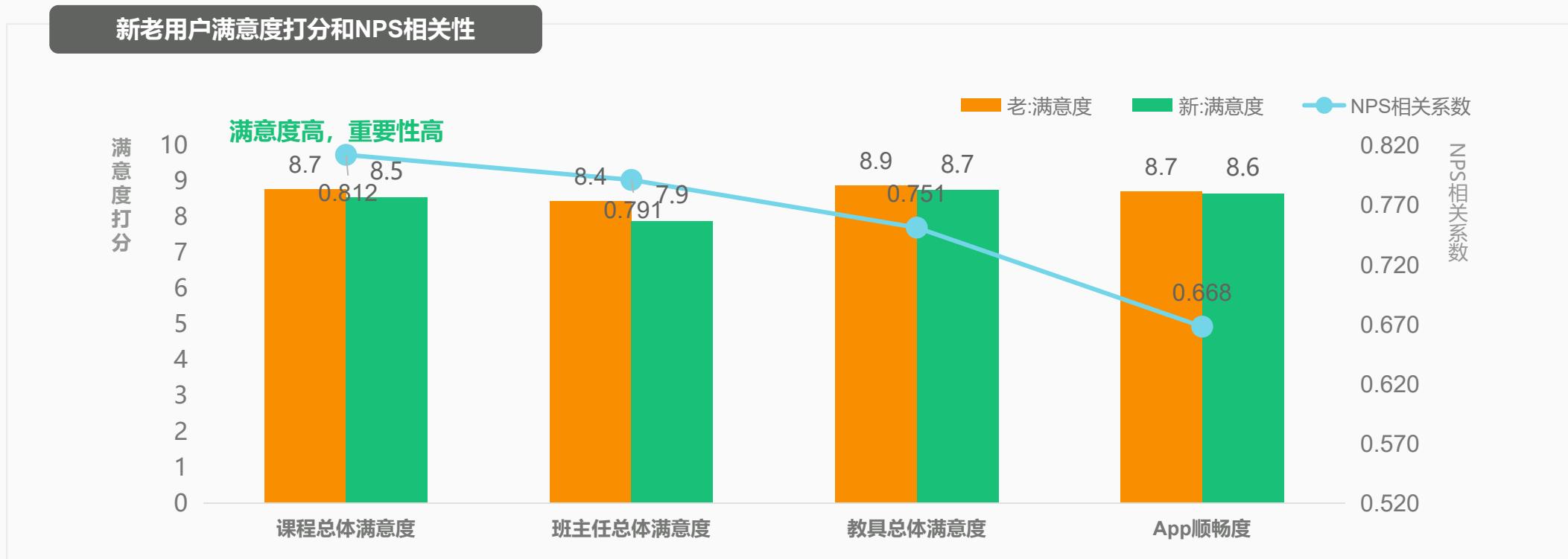
加权样本量

老呱英: 总样本N=2086; 付费大课包N=204, 未付费N=1882
新呱英: 总样本N=1395; 付费大课包N=103, 未付费N=1292



3.2 总体：除APP顺畅度外，其余各项满意度均有显著下降

- NPS与课程满意度的关联性最高，其次是与班主任满意度
- 除App顺畅度外，其余各项满意度均有显著下降，其中班主任满意度下降幅度最大



加权样本量

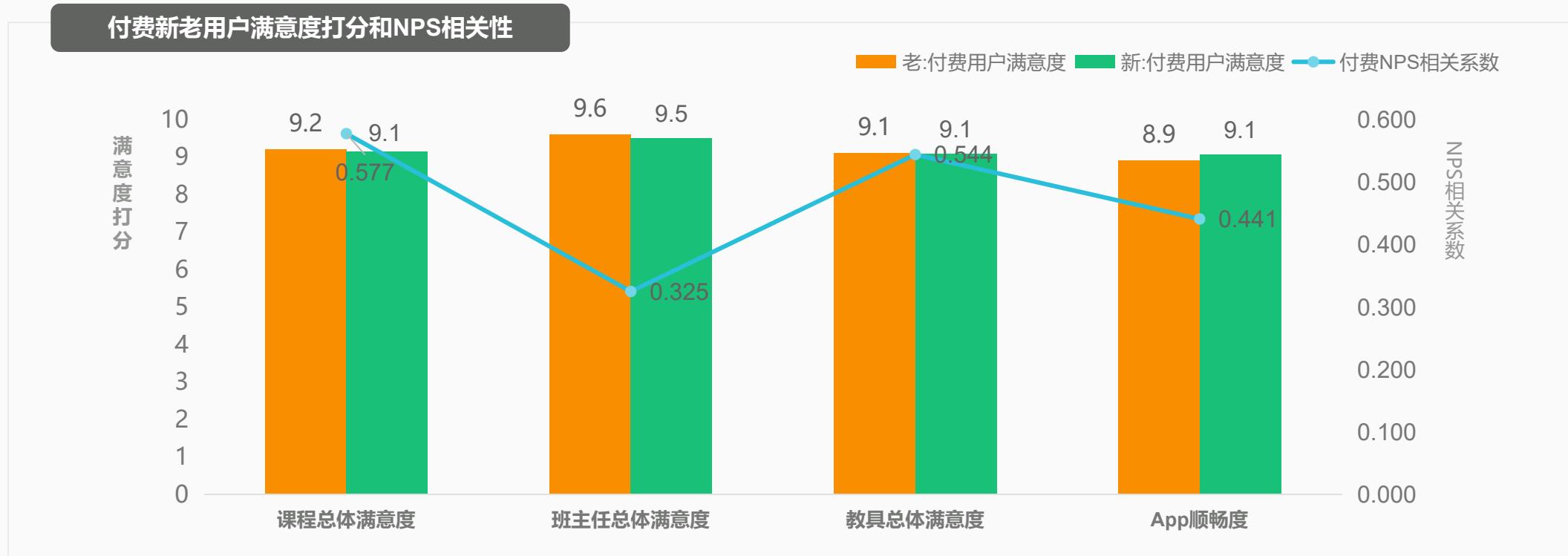
老呱英：课程N=1780，班主任N=801，教具N=1591，app顺畅度N=2086

新呱英：课程N=1166，班主任N=608，教具N=1017，app顺畅度N=1395



3.3 付费用户：新9.9与老课相比课程总体满意度持平，APP顺畅度提升明显

- 付费用户的课程总体满意度，班主任总体满意度，教具满意度基本持平，app顺畅度有显著提升



加权样本量

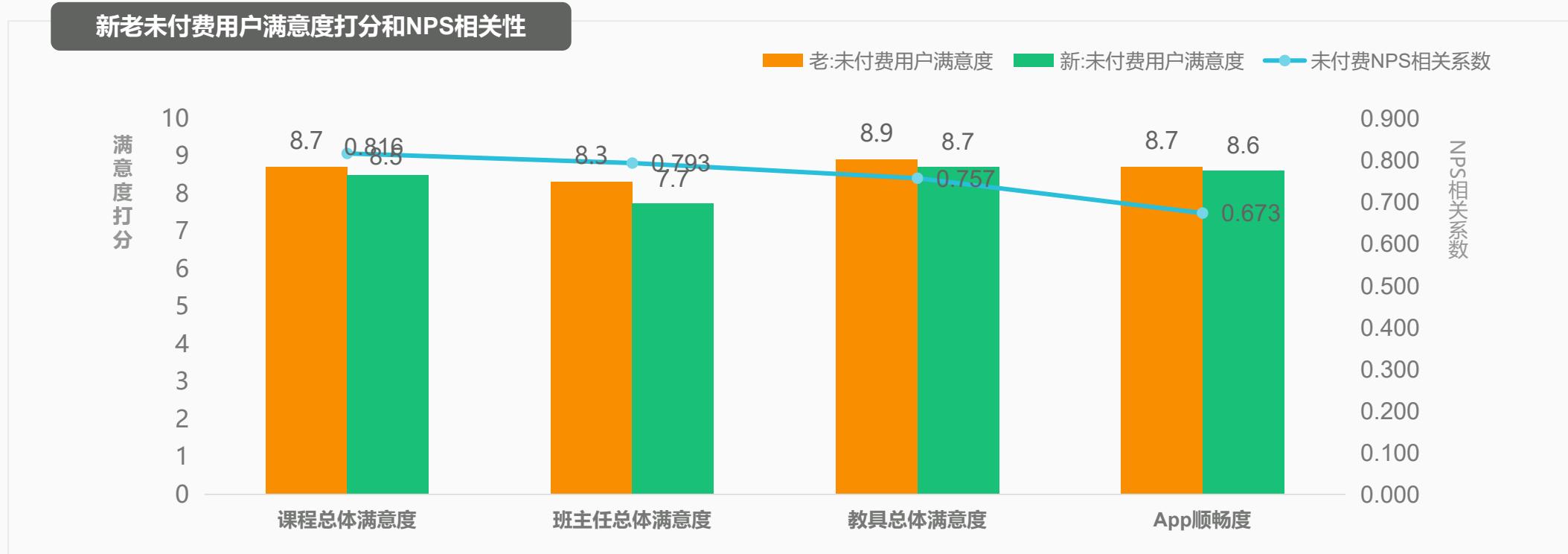
老呱英：课程N=1780，班主任N=801，教具N=1591，app顺畅度N=2086

新呱英：课程N=1166，班主任N=608，教具N=1017，app顺畅度N=1395



3.4 未付费用户：课程总体满意度、班主任总体满意度显著下降

- 9.9未付费用户的NPS与课程总体满意度相关系数最高
- 9.9未付费用户对课程总体满意度、班主任总体满意度显著下降，其中班主任总体满意度下降幅度较大



加权样本量

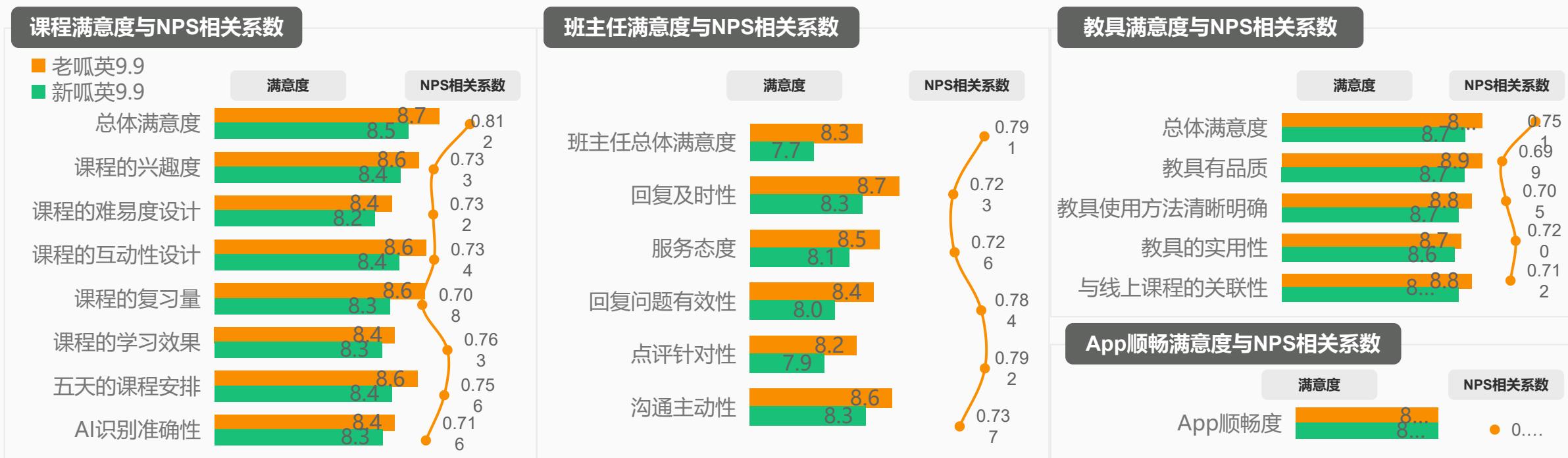
老呱英：课程N=1780，班主任N=801，教具N=1591，app顺畅度N=2086

新呱英：课程N=1166，班主任N=608，教具N=1017，app顺畅度N=1395



3.5 总体：APP顺畅度基本持平，其余各项满意度略下降

- 用户对课程兴趣度、课程互动性设计、课程的复习量、课程的学习效果及五天的课程安排的满意度均显著下降
- 用户对班主任的各项满意度均显著下降
- 教具满意度略微下降但不显著
- App顺畅度基本持平



加权样本量

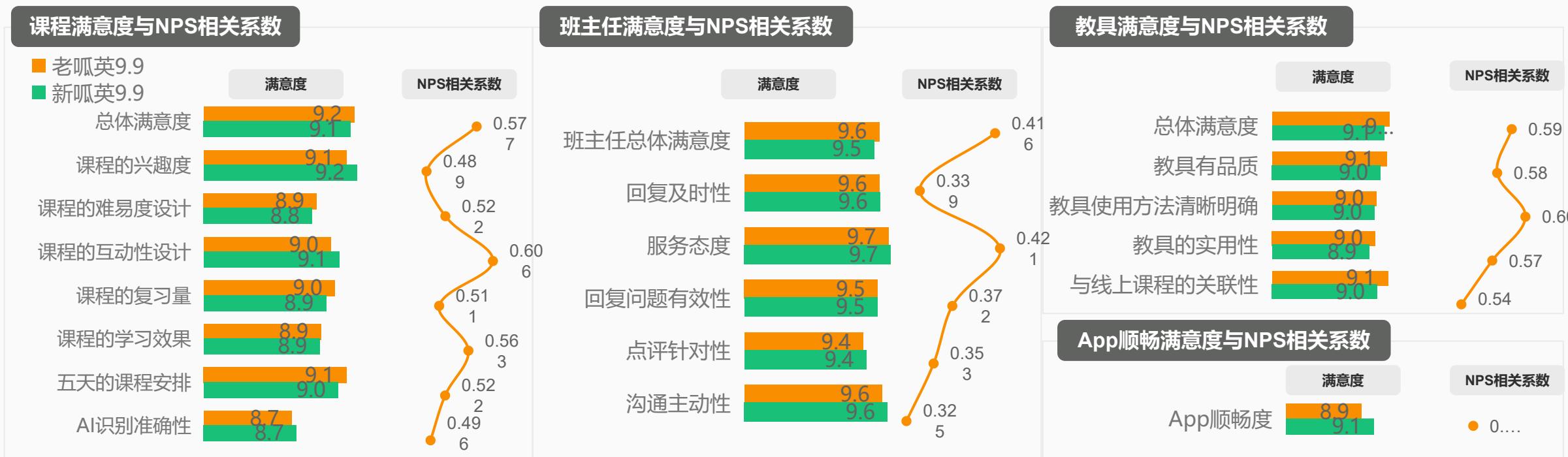
老呱英：课程N=1780，班主任N=801，教具N=1591，app顺畅度N=2086

新呱英：课程N=1166，班主任N=608，教具N=1017，app顺畅度N=1395



3.6 付费：课程满意度基本持平，班主任满意度下降，教具满意度持平

- 课程满意度、班主任满意度、教具满意度基本持平
- APP顺畅度有显著提升



加权样本量

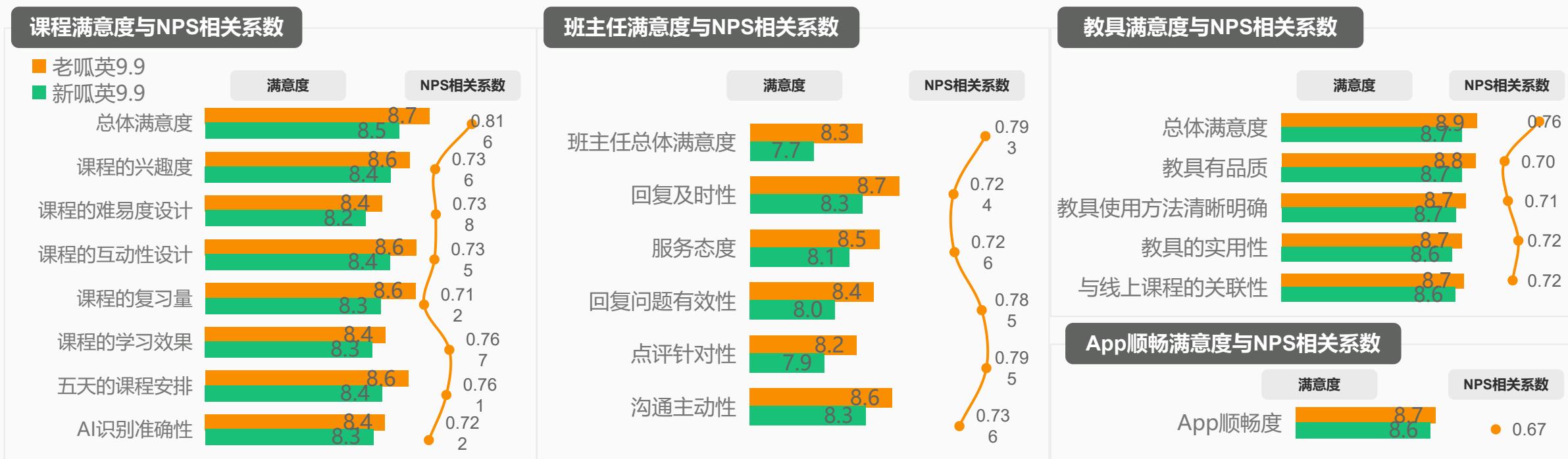
老呱英：课程N=90，班主任N=178，教具N=141，app顺畅度N=204

新呱英：课程N=84，班主任N=49，教具N=73，app顺畅度N=103



3.7 未付费：各项满意度均略有下降

- App课程总体满意度、课程的互动性设计、课程的复习量、五天的课程安排满意度显著下降
- 班主任服务总体满意度、回复及时性、回复问题有效性显著下降



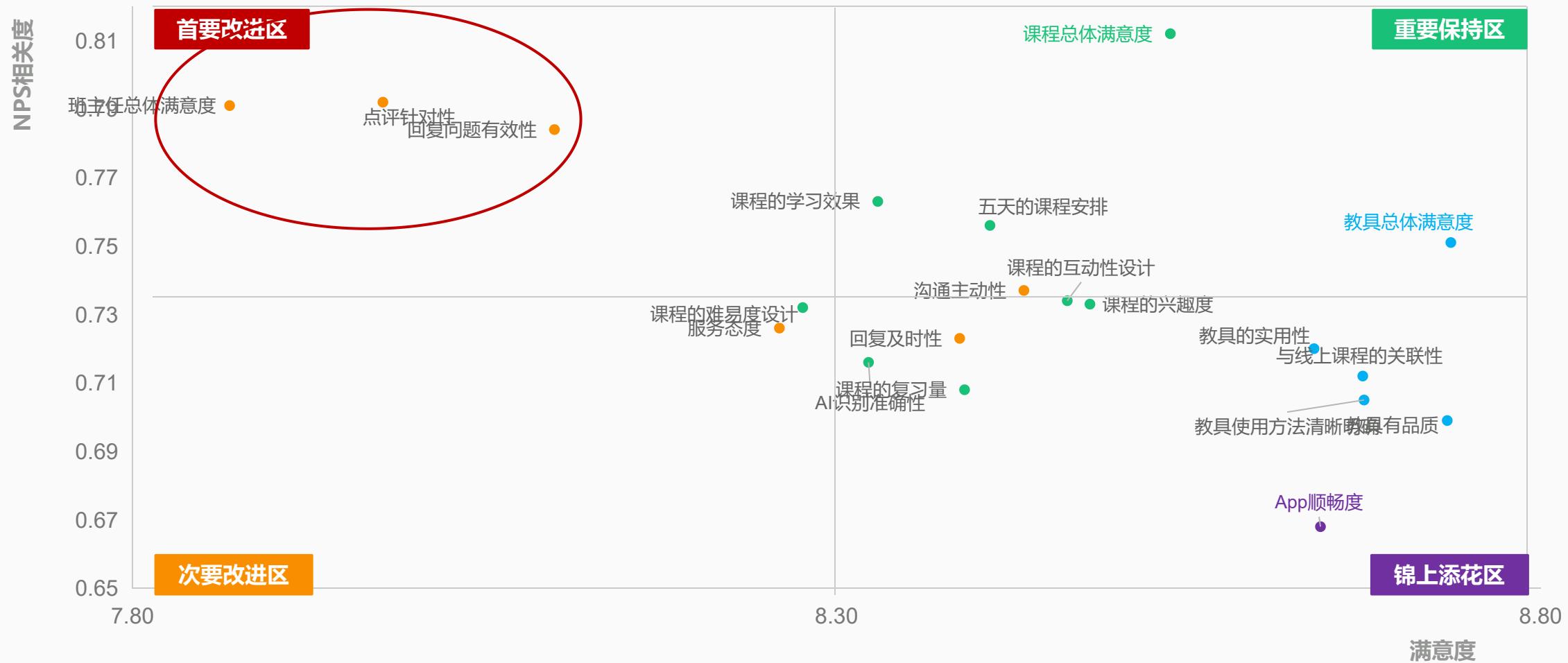
加权样本量

老呱英: 课程N=711, 班主任N=1602, 教具N=1450, app顺畅度N=1882

新呱英: 课程N=1082, 班主任N=559, 教具N=944, app顺畅度N=1292



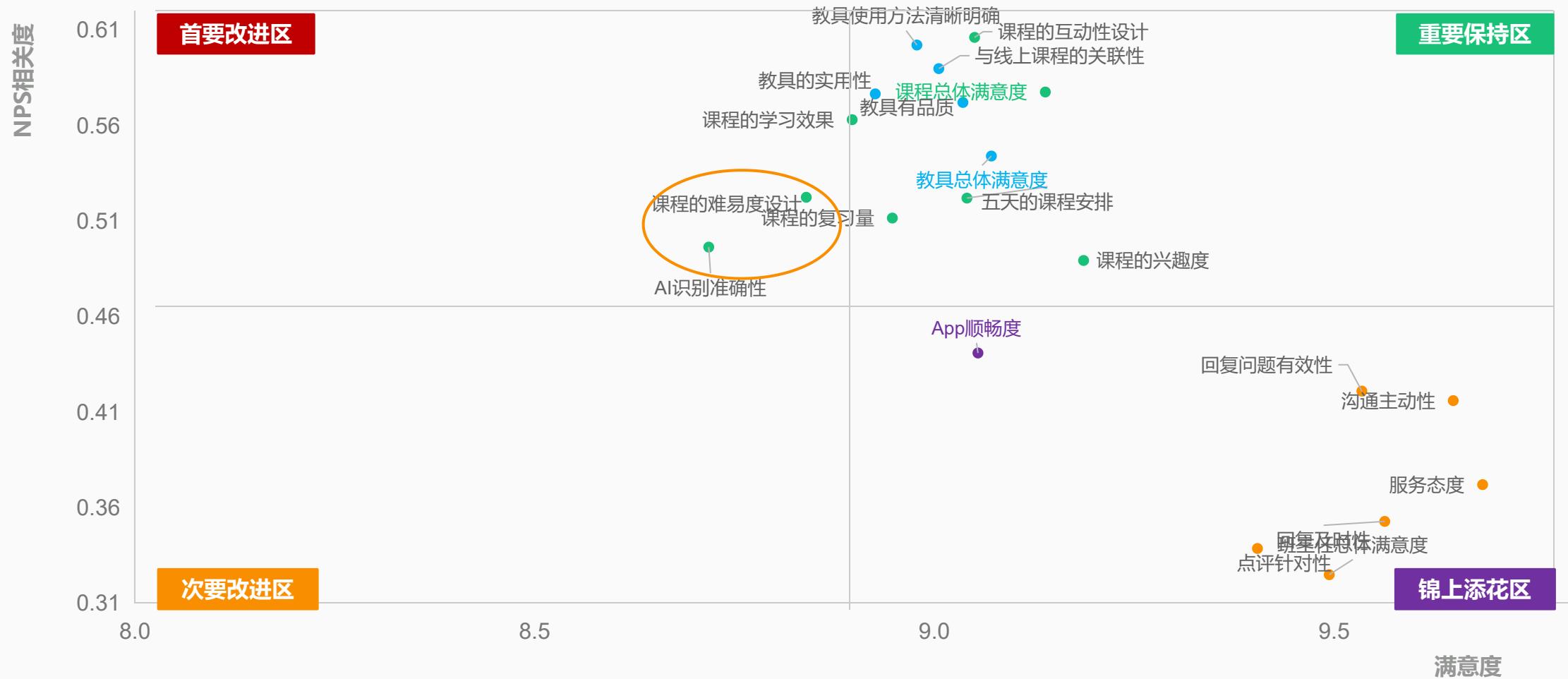
3.8 提升9.9NPS首要改善班主任满意度、点评针对性、回复问题有效性



样本量权重后：课程N=1166，班主任N=608，教具N=1017，app顺畅度N=1395



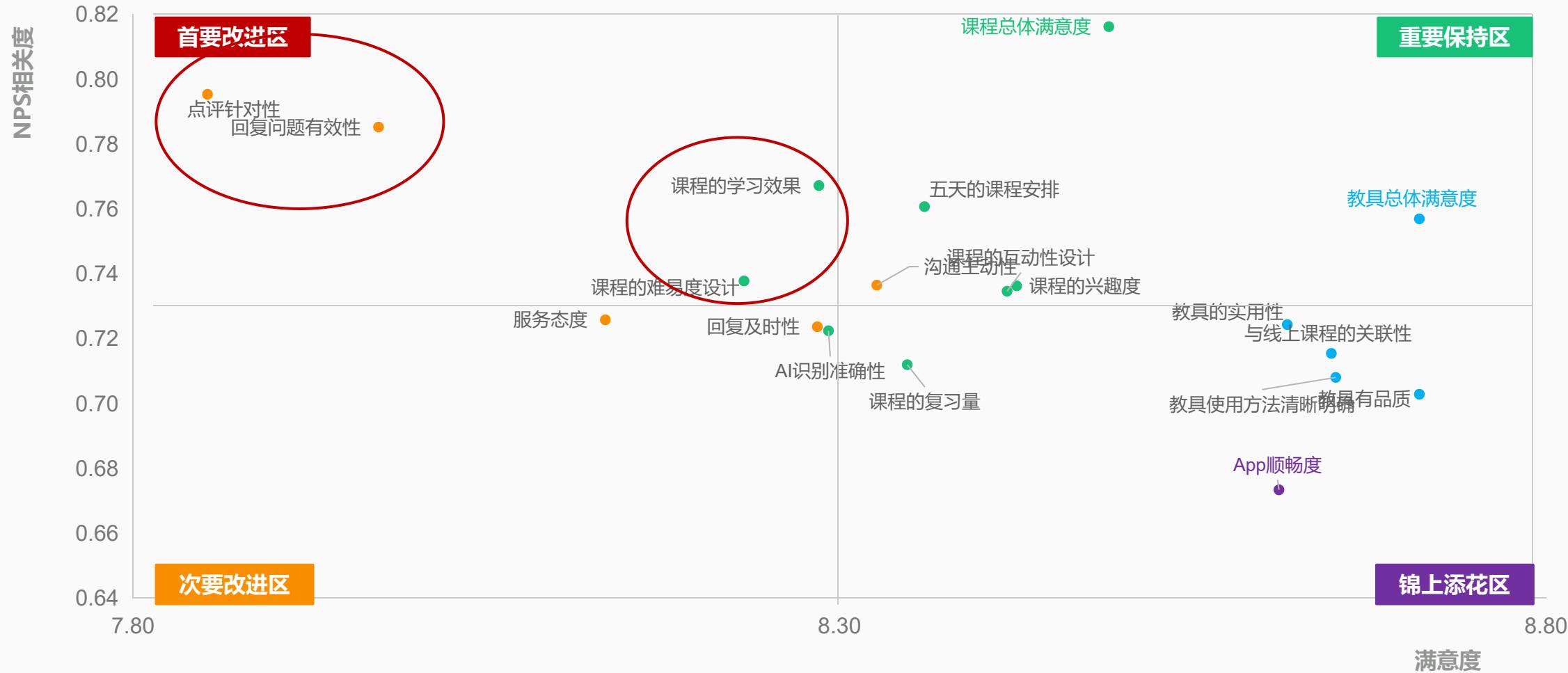
3.9 提升9.9转化用户NPS首要改善AI识别准确性、课程的难易度设计



样本量权重后：课程N=84，班主任N=49，教具N=73，app顺畅度N=103



3.10 提升9.9未转化用户NPS主要是改善点评针对性、回复问题有效性、课程难易度设计、及课程的学习效果

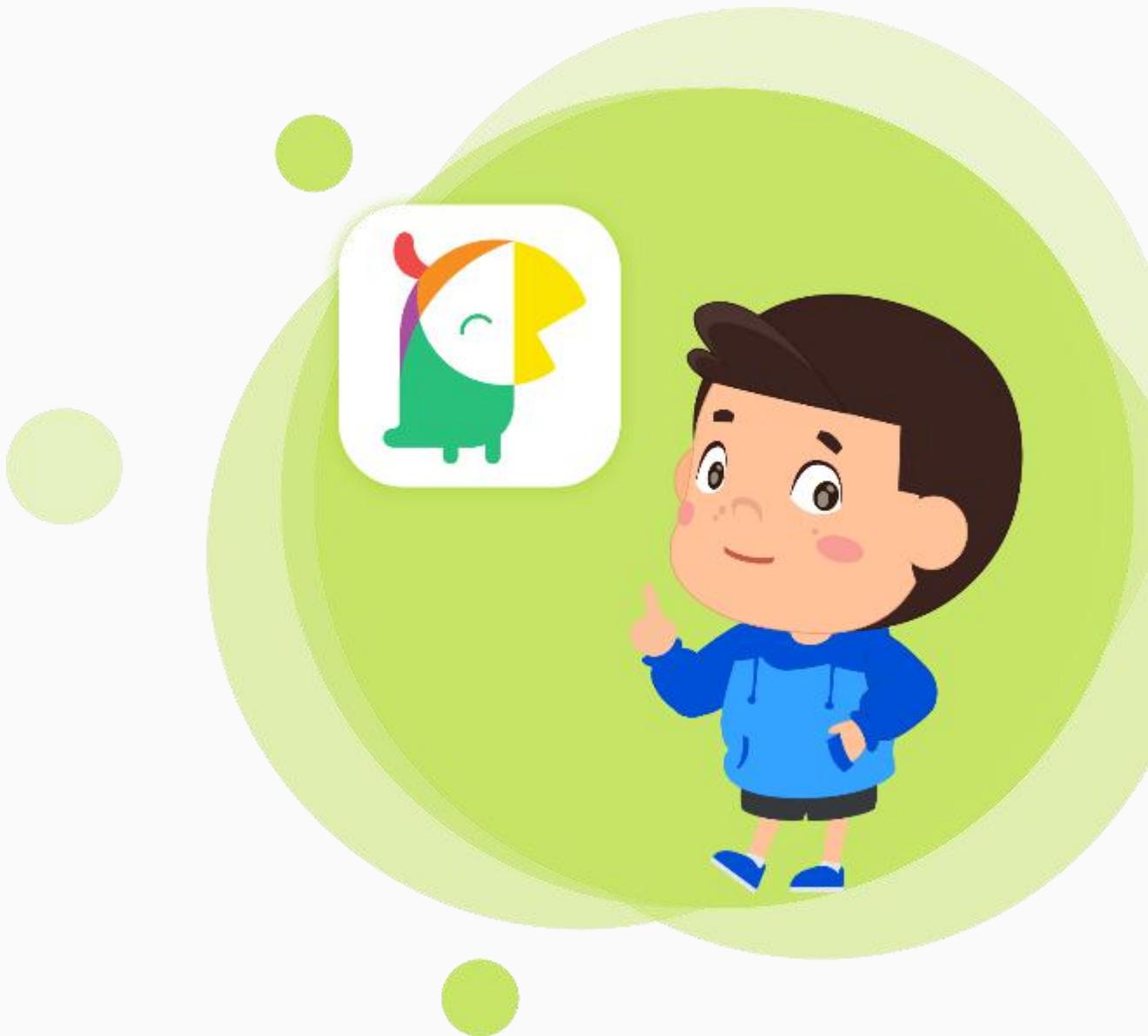


样本量权重后：课程N=1082，班主任N=559，教具N=944，app流畅度N=1292



目录

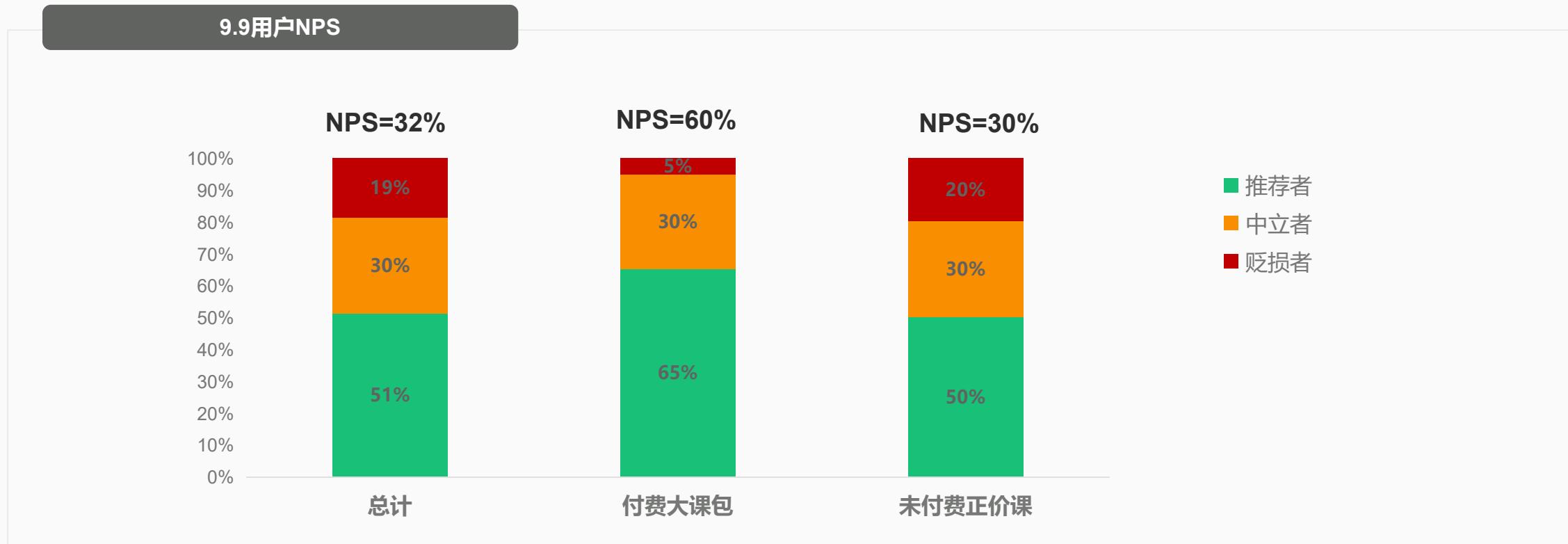
- 01 NPS介绍
- 02 指标介绍
- 03 核心发现
- 04 详细数据





4.1.1 用户综合考虑课程、服务、教具、APP顺畅度元素后，9.9的NPS=32%

- 总体来看，9.9的NPS=32%，其中推荐者占51%，中立者占30%，贬损者占19%
- 9.9转化大课包用户的NPS=60%，9.9未转化用户的NPS=30%，NPS与9.9用户是否转化大课包相关性较强

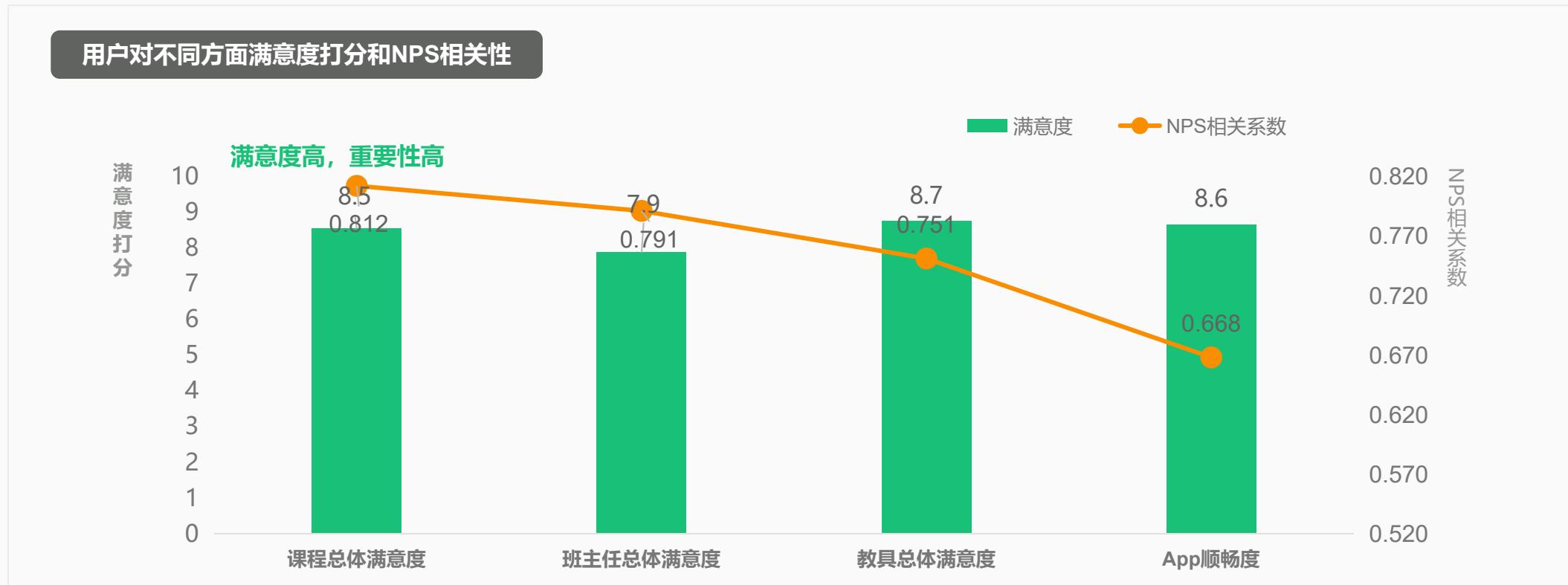


样本量权重后：总样本N=1395；付费大课包N=103，未付费N=1292



4.1.2 9.9除班主任以外满意度均较高，其中课程满意度对NPS的影响最大

- 9.9在课程、教具及App顺畅度上的打分均较高，达到8.5分及以上，其中教具打分最高为8.7；班主任打分较低，为7.9。
- 课程满意度对NPS的影响最大，其次是班主任满意度

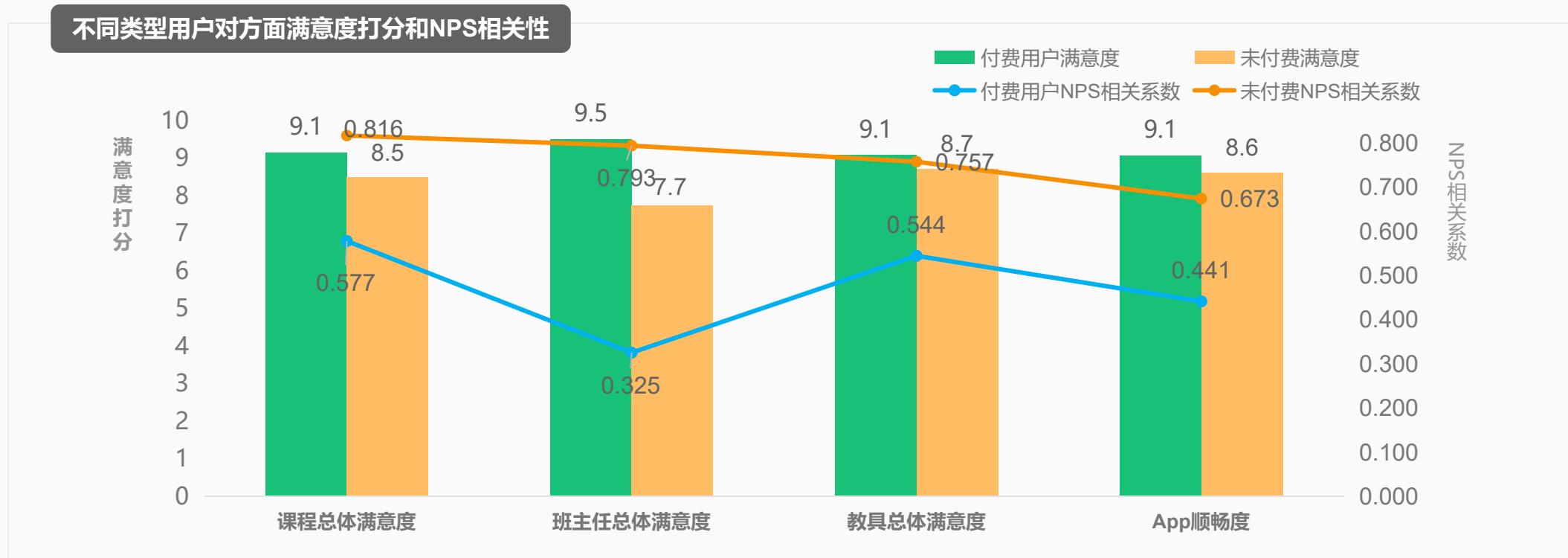


样本量权重后：课程N=1166，班主任N=608，教具N=1017，app顺畅度N=1395



4.1.3 9.9转化用户满意度均高于未转化用户，未转化用户要推荐前提标准更高

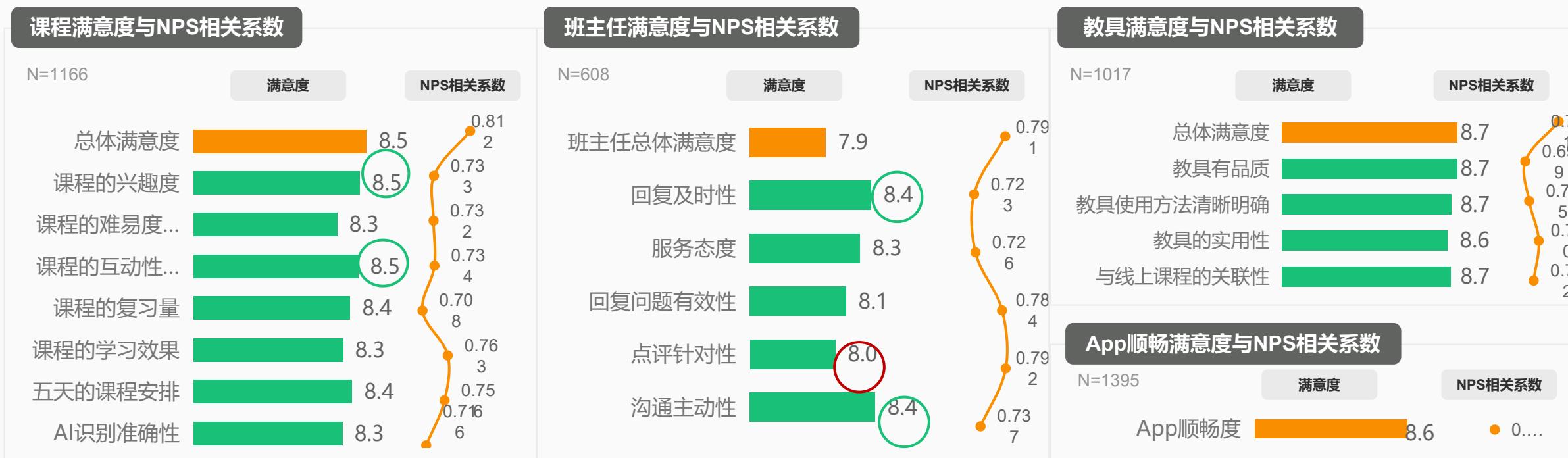
- 9.9转化用户在课程、班主任、教具及App顺畅度上的打分均高于未转化用户
- 未转化用户是否推荐更依赖于这些元素满意度（推荐的要求和标准更高）





4.1.4 总体：9.9教具满意度最高的是教具有品质，满意度最低的是点评针对性

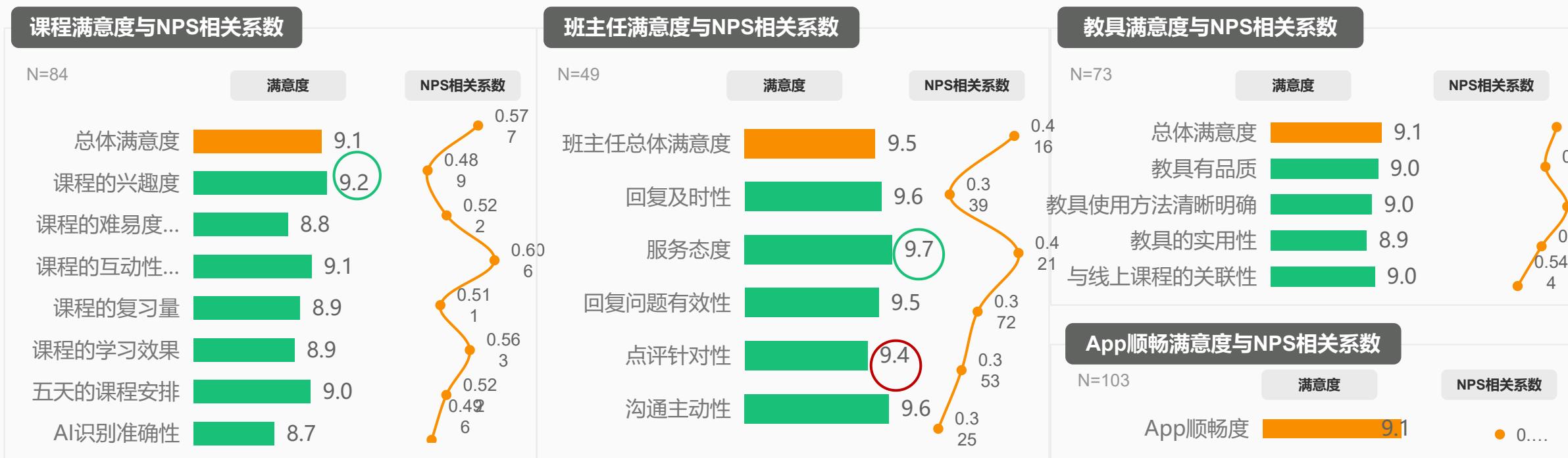
- 课程中，课程兴趣度和互动性得分最高8.5，AI识别准确性、课程难易度、学习效果得分最低8.3
- 班主任中，回复及时性和沟通主动性得分最高8.4，点评针对性得分最低8.0
- 教具中，教具有品质得分最高8.7
- App顺畅度得分8.6





4.1.5 付费：9.9教具满意度最高的是教具有品质，满意度最低的是点评针对性

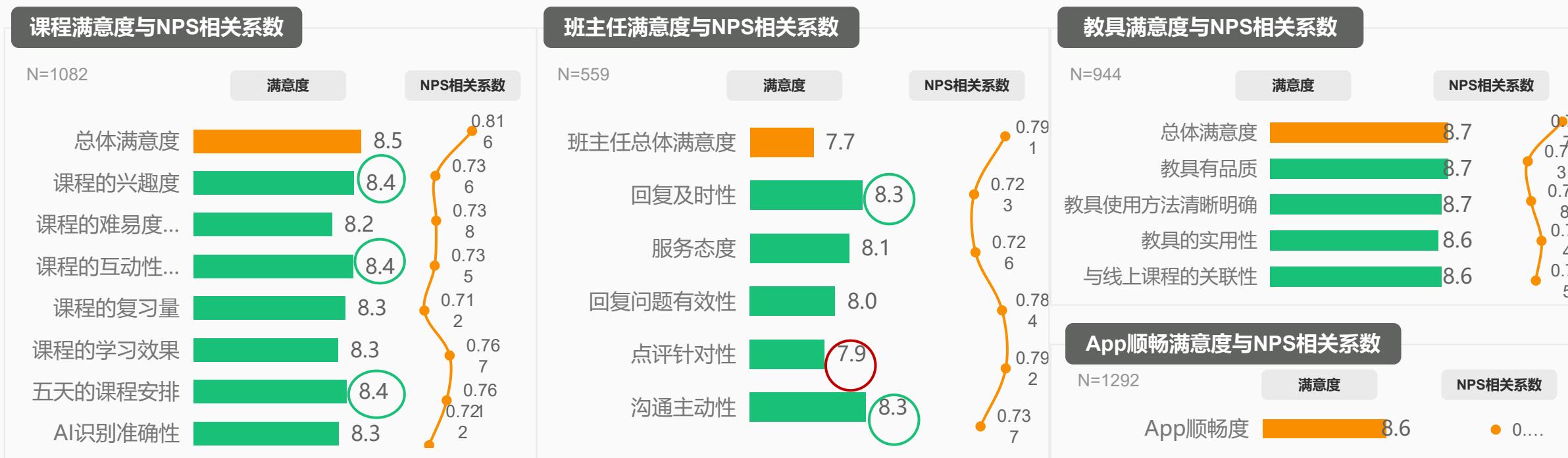
- 课程中，课程兴趣度得分最高9.2，AI识别准确性最低8.7
- 班主任中，服务态度得分最高9.7，点评针对性得分最低9.4
- 教具中，教具的实用性得分最低8.9
- App顺畅度得分9.1





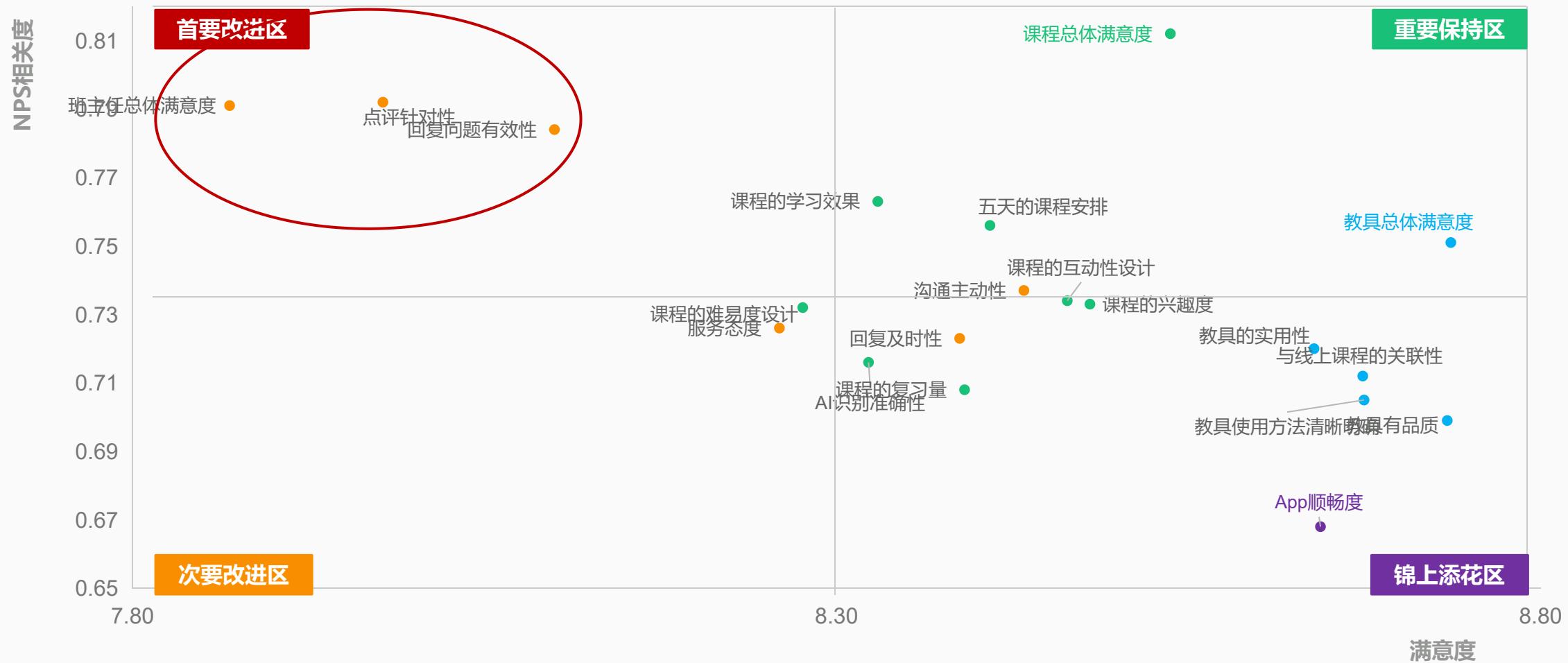
4.1.6 未付费：9.9教具满意度最高的是教具有品质，满意度最低的是点评针对性

- 课程中，课程兴趣度、互动性和课程安排得分最高8.4，课程难易度得分最低8.2
- 班主任中，回复及时性和沟通主动性得分最高8.3，点评针对性得分最低7.9
- 教具中，教具有品质，教具使用方法清晰明确得分最高8.7
- App顺畅度得分8.6





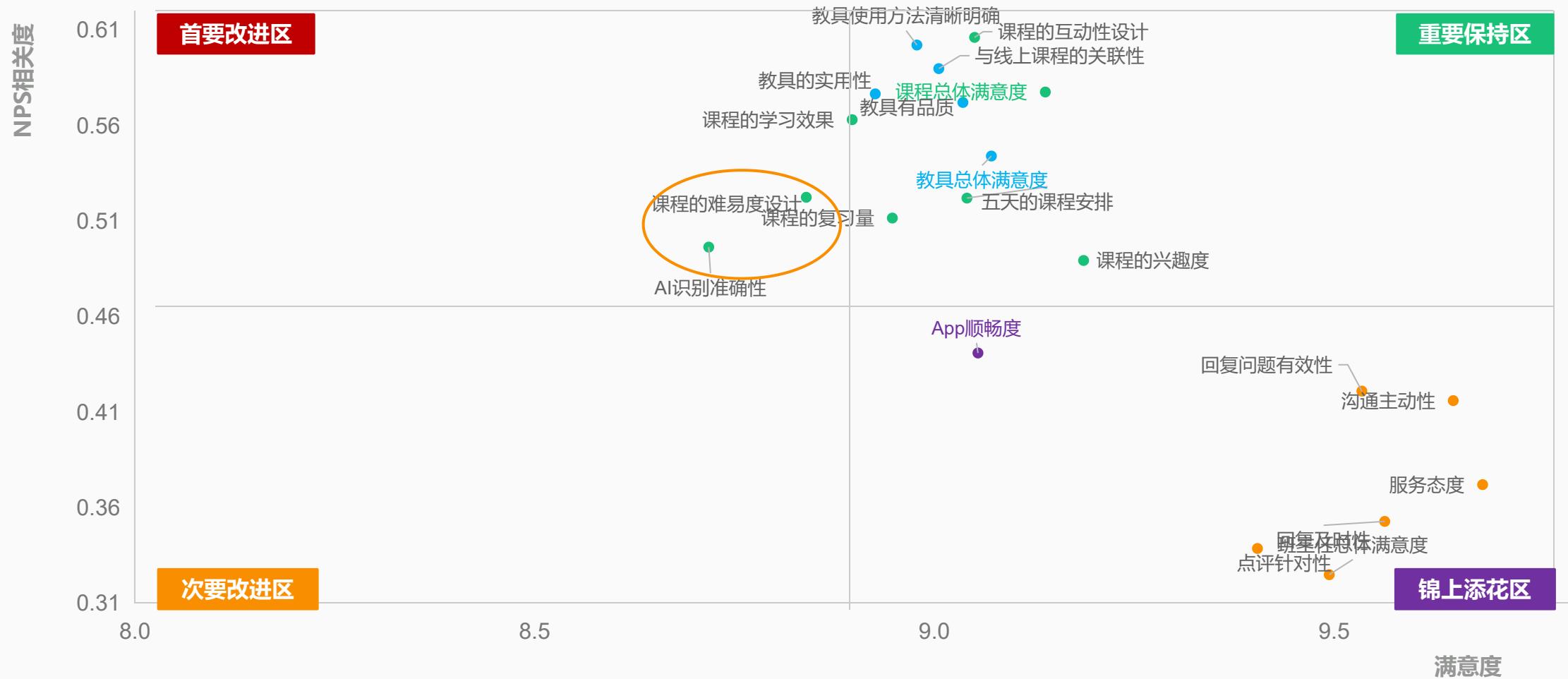
4.1.7 提升9.9NPS首要改善班主任满意度、点评针对性、回复问题有效性



样本量权重后：课程N=1166, 班主任N=608, 教具N=1017, app顺畅度N=1395



4.1.8 提升9.9转化用户NPS首要改善AI识别准确性、课程的难易度设计



样本量权重后：课程N=84，班主任N=49，教具N=73，app顺畅度N=103



4.1.9 提升9.9未转化用户NPS主要是改善点评针对性、回复问题有效性、课程难易度设计、及课程的学习效果

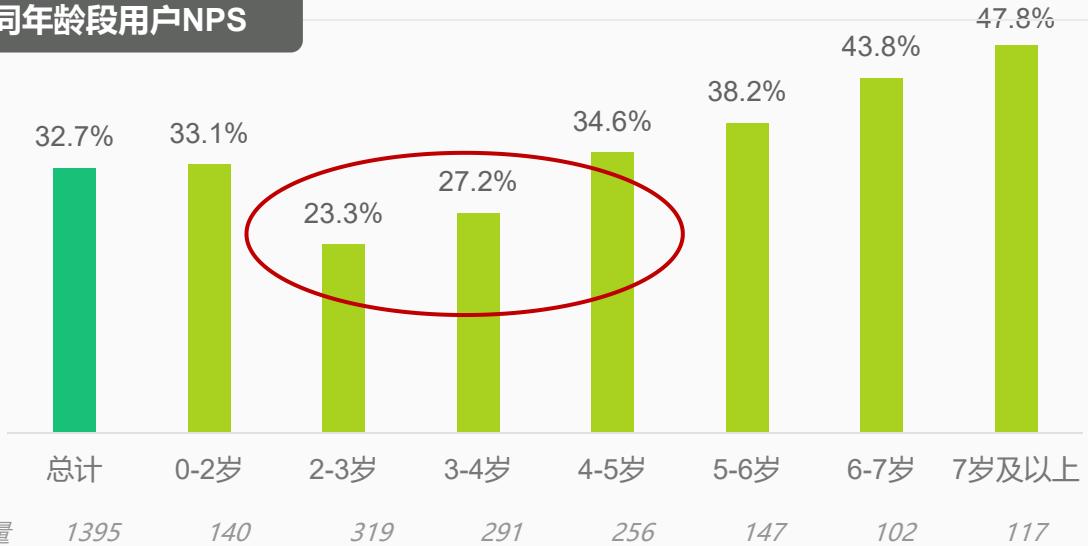


样本量权重后：课程N=1082，班主任N=559，教具N=944，app流畅度N=1292

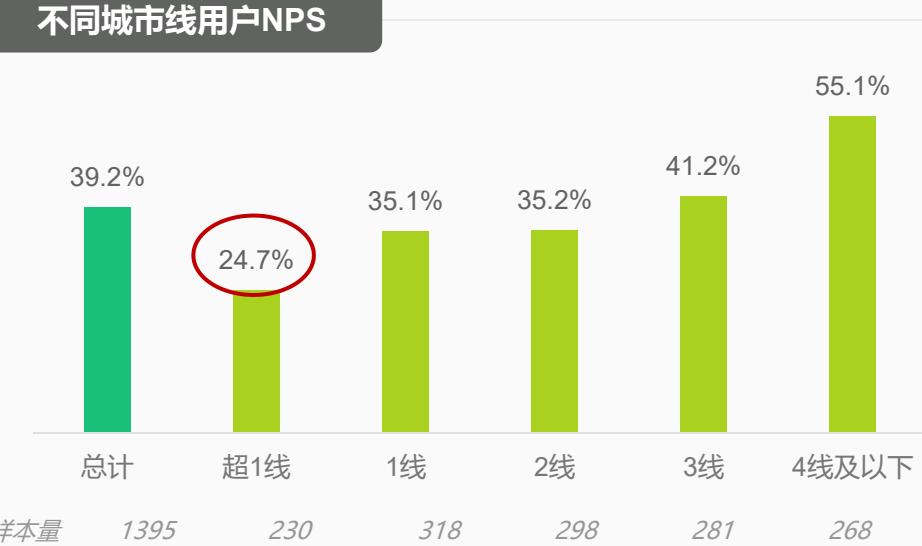


4.1.10 NPS指数：分不同年龄段、不同城市线、是否付费等【加权结果】

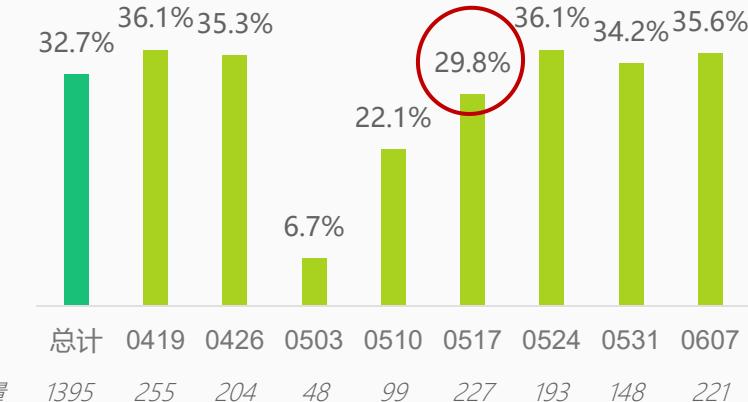
不同年龄段用户NPS



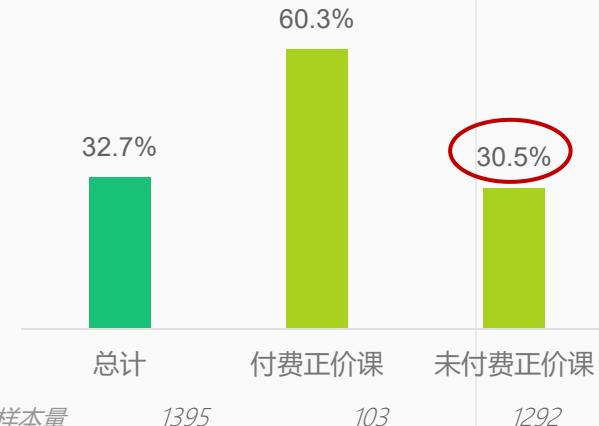
不同城市线用户NPS



不同期次用户NPS



是否购买大课包NPS

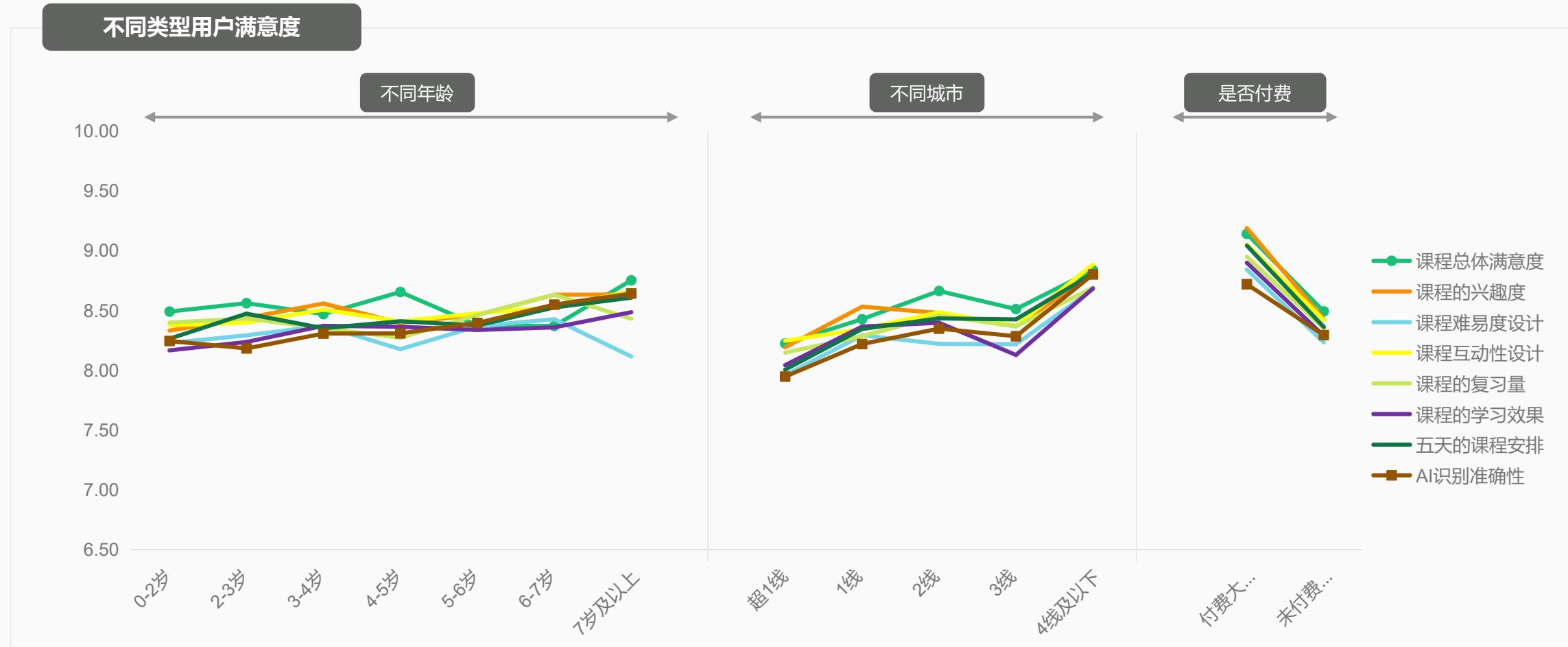


不同完课情况用户NPS





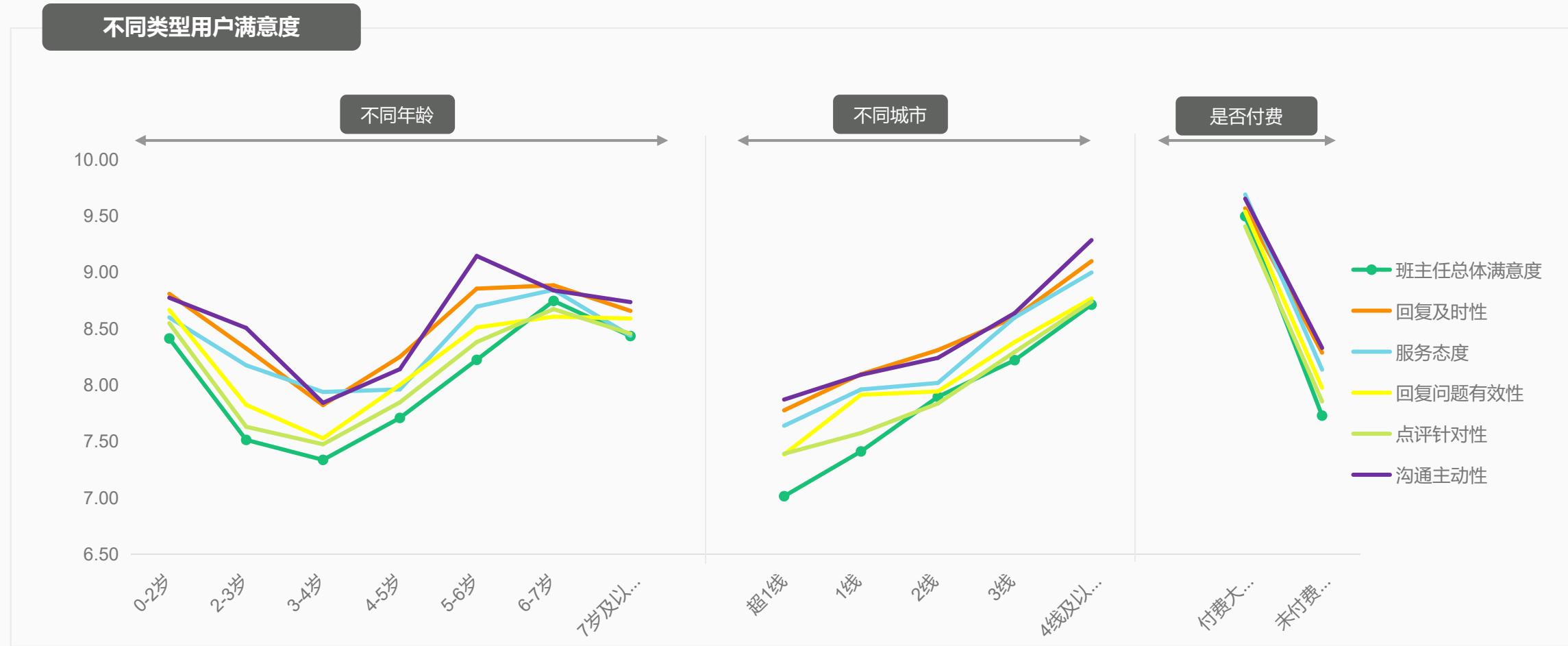
4.2.1 课程满意度：分不同年龄、不同城市、是否付费【加权结果】



样本量：课程N=1166



4.2.2 班主任满意度：分不同年龄、不同城市、是否付费【加权结果】



样本量：班主任N=608



4.2.3 教具满意度：分不同年龄、不同城市、是否付费【加权结果】



样本量：教具N=1017



4.3.1 推荐意愿≥9分的用户愿意推荐的原因主要是课程本身（开放题）

分类	关键点	提及人数	用户原话示例
课程	课程的兴趣度高	193	<ul style="list-style-type: none">• 孩子一边玩一边就学习了，孩子特别爱看，主动要求学英语
	课程的难易度设计合适	52	<ul style="list-style-type: none">• 简单易学，内容生动• 不是很容易，是我比较喜欢的，而且还有句型
	适龄性强	44	<ul style="list-style-type: none">• 动画的形式学英语，小月龄的宝宝特别容易接受，很喜欢看，不会让宝宝感觉无聊
	课程的互动性设计好	32	<ul style="list-style-type: none">• 互动性比较好，孩子很容易学习
	课程的学习效果好	23	<ul style="list-style-type: none">• 孩子学会一些简单的单词和句型
	课程的复习量合适	6	<ul style="list-style-type: none">• 每天上课的时间短，反复性强，学习有效果
	五天的课程安排合理	5	<ul style="list-style-type: none">• 课程设置比较合理
教具	发音标准	4	<ul style="list-style-type: none">• 互动性强，发音标准。
	教具有品质	6	<ul style="list-style-type: none">• 教具丰富质量好
	价格合适 & 课程终身有效	43	<ul style="list-style-type: none">• 价格优惠，无限回放
服务态度好	服务态度好	13	<ul style="list-style-type: none">• 本次接触到的老师沟通很积极负责

样本量：N=777

题目：请问您愿意推荐叽里呱啦课程的原因是？ [填空]





4.3.2 推荐意愿≤6分的用户不愿意推荐的原因主要是班主任和课程（开放题）

分类	关键点	提及人数	用户原话示例
班主任	班主任推销过激	30	<ul style="list-style-type: none">• 班主任不负责，推销太强，但又缺乏水平• 体验一节课就开始狂轰滥炸推广课程，严重影响对课程本身体验• 教程很好，小朋友很喜欢，但是营销做得有点过了，无下限地轰炸销售课程真的很败好感！！
	服务态度差	14	<ul style="list-style-type: none">• 班主任垃圾，服务态度太差，真心想报还爱理不理，处处怼人• 班主任服务太差了，天天各种微信，语音，我家里确实这段时间有事，她说我爱去不去，谁求着去呢
	回复问题有效性差	3	<ul style="list-style-type: none">• 班主任就跟机器人一样，答非所问
	没有提供学习指导	3	<ul style="list-style-type: none">• 班主任一直在推荐买课，没有关注孩子体验感觉
	沟通有效性差	2	<ul style="list-style-type: none">• 班主任机械性回复，话术一般的群发内容• 班主任说是建群学习，也没有收到任何群通知
课程	课程的难易度设计不合适	8	<ul style="list-style-type: none">• 孩子月龄太小，体验课太难，没有按月龄来划分（1-2岁）• 太累赘，几个字母学这么多天（5-6岁）
	课程的学习效果不佳	4	<ul style="list-style-type: none">• 自己孩子，学的不是太好
	AI识别准确性不佳	3	<ul style="list-style-type: none">• 根本没用，既然无法判断孩子发音是否准确，学了有什么用？• 孩子跟读时让再读一遍，孩子就会觉得自己做的不好很迷茫，然后就不开口了
	课程内容少	3	<ul style="list-style-type: none">• 内容太少
	课程的兴趣度不高	2	<ul style="list-style-type: none">• 孩子自己说趣味性没有腾讯开心鼠英语好
App性能	课程教学设计不符合预期	2	<ul style="list-style-type: none">• 个人觉得每个环节都不错，稍微不太满意的是场景句式不高频，不好运用的日常生活中，游戏有些部分稍微有点不太合理，记忆和识别的目的不强
	App卡顿、闪退、加载慢	6	<ul style="list-style-type: none">• 加载不成功，闪退• app有时很卡
教具	教具的品质不佳	2	<ul style="list-style-type: none">• 教具质量一般
	教具的实用性不佳	2	<ul style="list-style-type: none">• 教具少，没有点读笔，赠送的东西不实用
	教具使用方法不清晰	1	<ul style="list-style-type: none">• 教具没有引导使用好
	教具与线上课程的关联性不佳	1	<ul style="list-style-type: none">• 教具不是配合课程中使用

样本量：N=199

题目：请问您不愿意推荐叽里呱啦课程的原因是？ [填空]



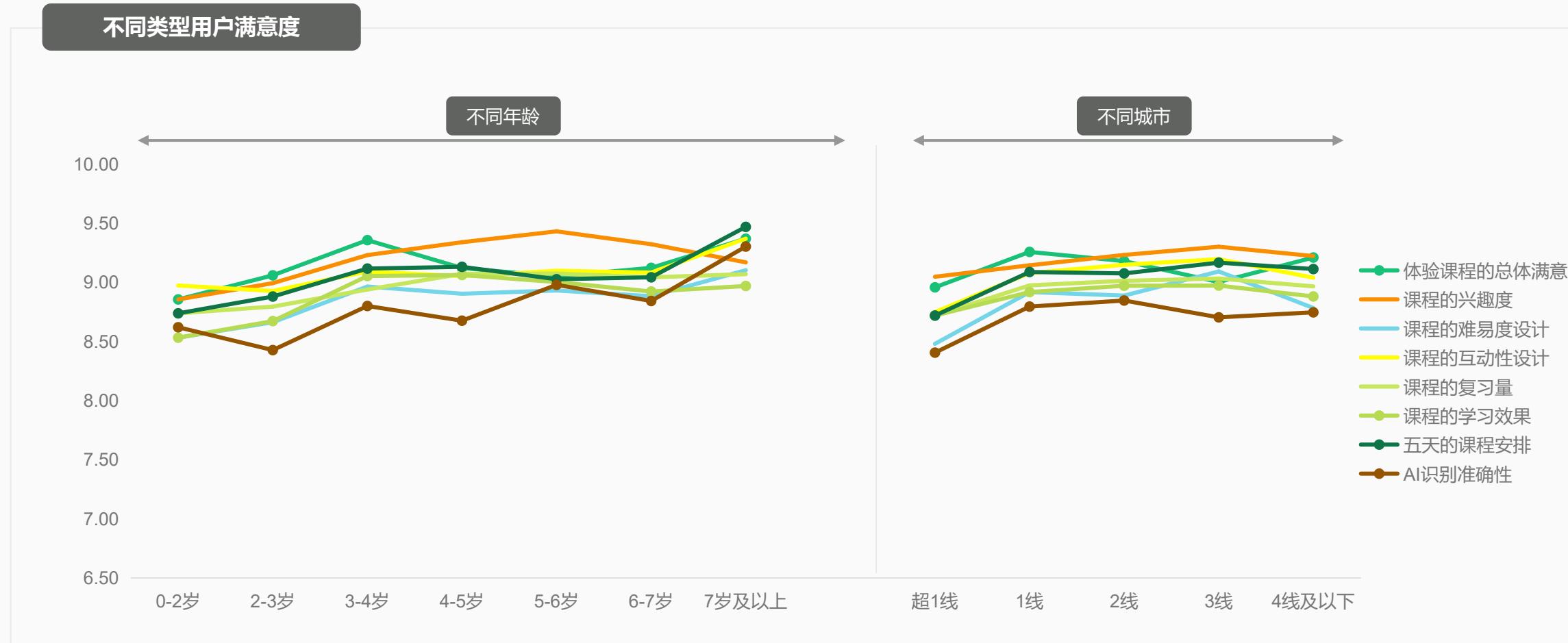


4.4 推荐者、中立者、贬损者基础特征【加权结果】

		贬损者	中立者	推荐者
年龄	总计	260	420	715
	0-2岁	8.00%	12.40%	9.40%
	2-3岁	26.20%	26.00%	19.90%
	3-4岁	22.30%	22.90%	19.20%
	4-5岁	21.30%	13.50%	20.10%
	5-6岁	9.90%	9.30%	11.50%
	6-7岁	5.30%	7.20%	8.20%
	7岁及以上	5.30%	8.00%	9.70%
城市级别	超1线	17.40%	19.00%	14.70%
	1线	26.40%	21.70%	22.10%
	2线	21.00%	22.20%	21.00%
	3线	18.40%	19.30%	21.30%
	4线及以下	16.90%	17.70%	20.90%
期次	0419	16.00%	19.00%	18.70%
	0426	15.00%	12.90%	15.50%
	0503	4.70%	4.90%	2.10%
	0510	8.00%	8.50%	6.00%
	0517	15.00%	19.40%	14.90%
	0524	12.10%	14.40%	14.20%
	0531	11.60%	9.00%	11.30%
	0607	17.70%	12.00%	17.40%
是否完成试听课	完成试听课	74.40%	84.80%	82.60%
	未完成试听课	25.60%	15.20%	17.40%
是否付费正式课	付费大课包	2.00%	7.20%	9.40%
	未付费正价课	98.00%	92.80%	90.60%



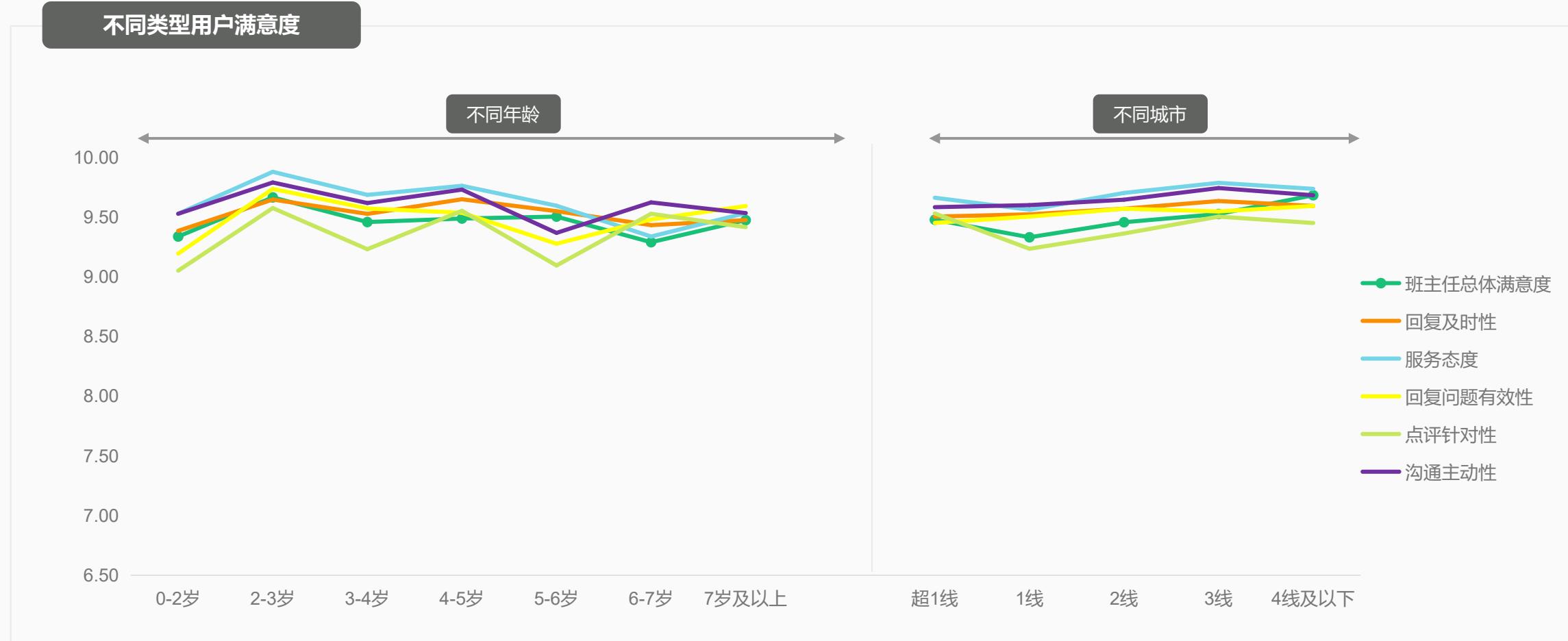
4.5.1 课程满意度：分不同年龄、不同城市【付费】



样本量：课程N=418



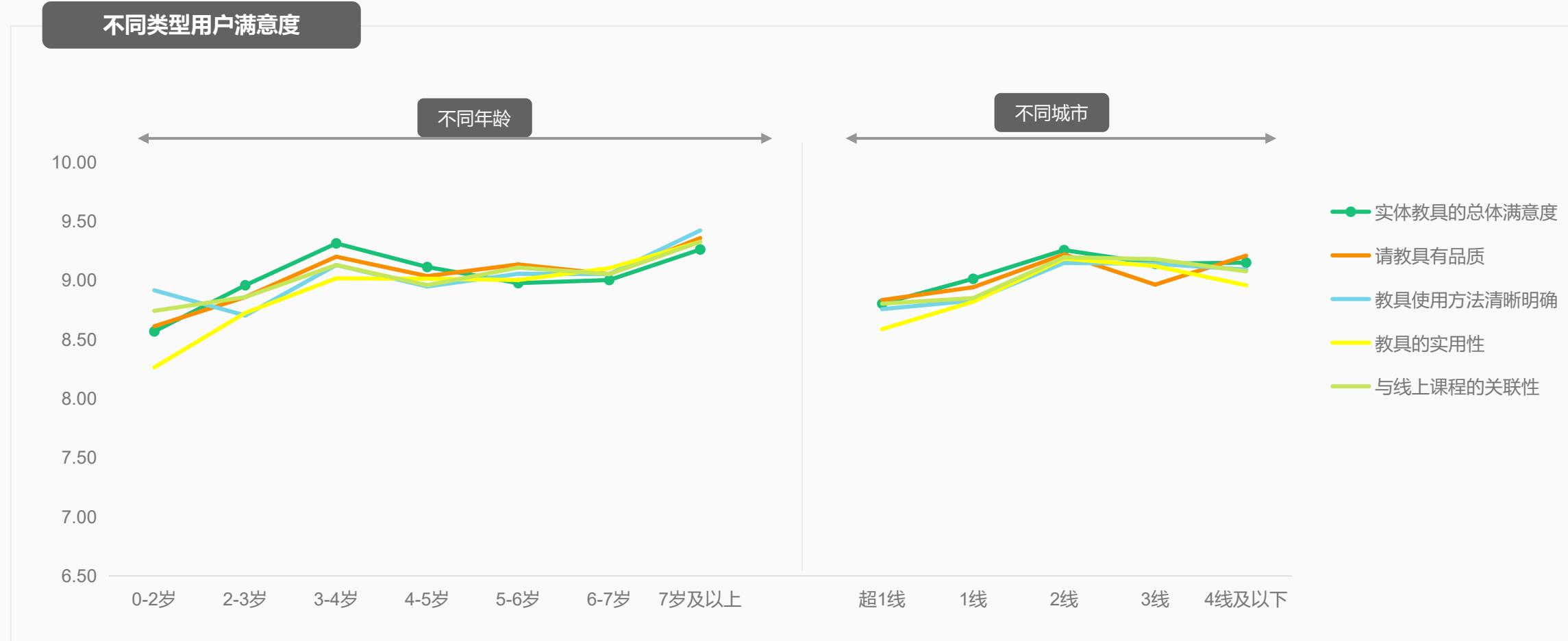
4.5.2 班主任满意度：分不同年龄、不同城市【付费】



样本量：班主任N=245



4.5.3 教具满意度：分不同年龄、不同城市【付费】



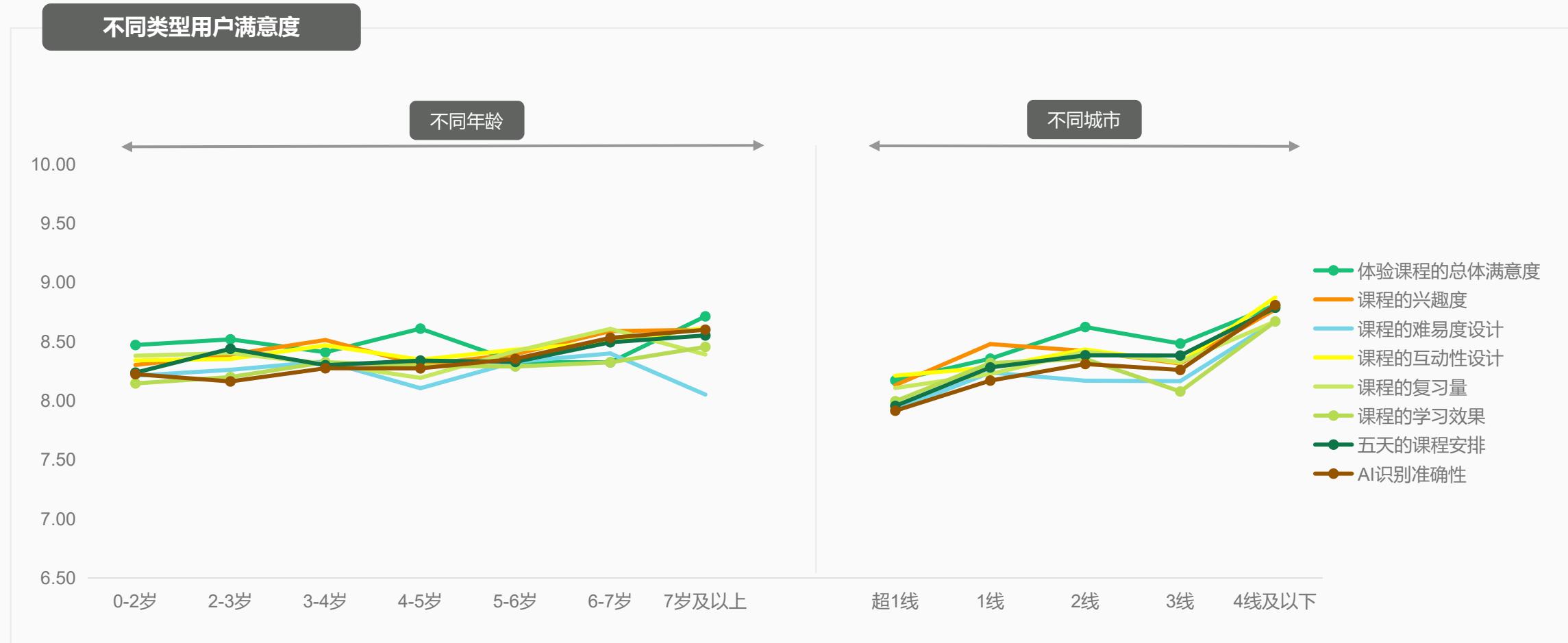


4.6 推荐者、中立者、贬损者基础特征【付费】

		贬损者	中立者	推荐者
年龄	总计	26	152	336
	0-2岁	3.80%	11.80%	6.00%
	2-3岁	34.60%	25.00%	23.50%
	3-4岁	11.50%	17.10%	20.20%
	4-5岁	19.20%	27.00%	24.10%
	5-6岁	15.40%	7.90%	10.40%
	6-7岁	7.70%	7.20%	6.00%
	7岁及以上	7.70%	3.90%	9.20%
城市级别	超1线	19.20%	16.40%	16.40%
	1线	15.40%	29.60%	23.50%
	2线	30.80%	21.10%	22.60%
	3线	11.50%	15.10%	16.70%
	4线及以下	23.10%	17.80%	20.80%
期次	0419	34.60%	20.40%	21.40%
	0426	11.50%	13.80%	16.10%
	0503	7.70%	4.60%	5.40%
	0510	3.80%	5.90%	6.50%
	0517	11.50%	16.40%	18.50%
	0524	11.50%	15.10%	10.70%
	0531	11.50%	12.50%	10.70%
	0607	7.70%	11.20%	10.70%
是否完成试听课	完成试听课	92.30%	92.80%	94.00%
	未完成试听课	7.70%	6.00%	7.20%



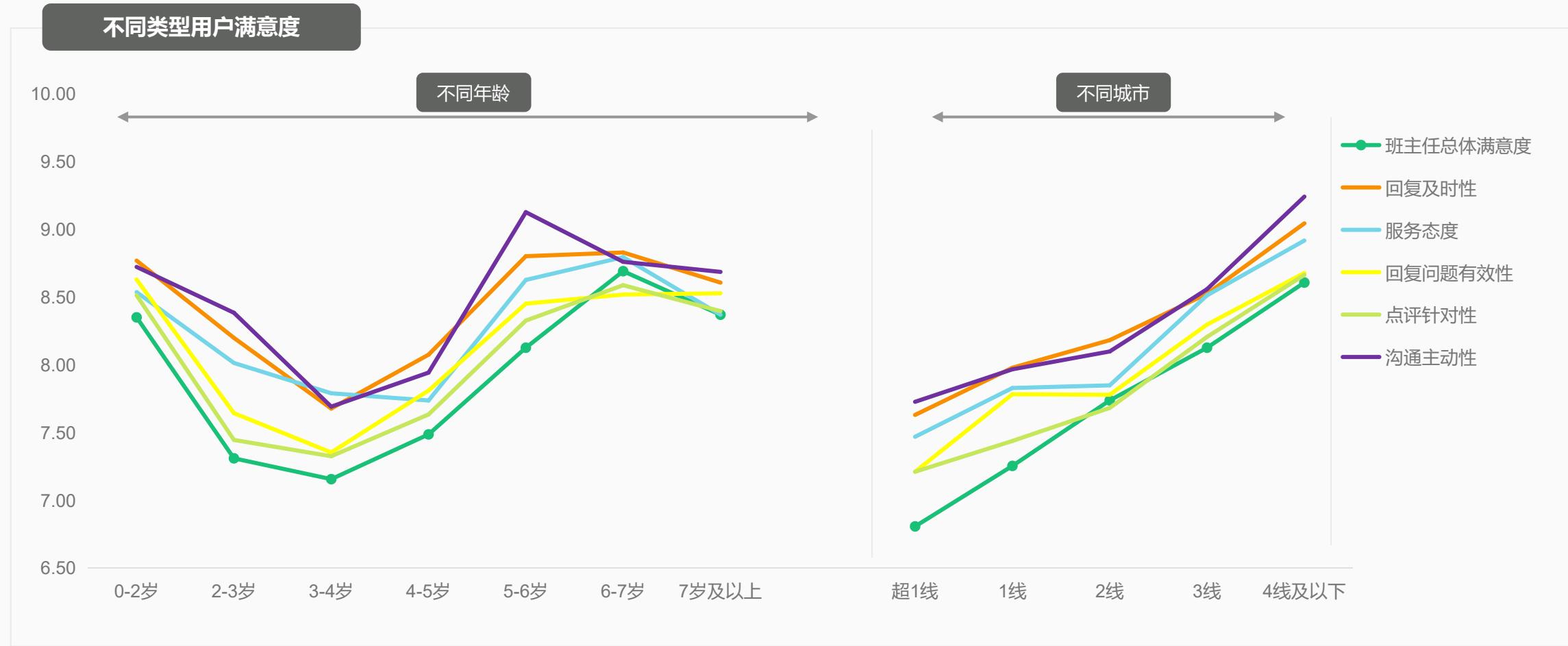
4.7.1 课程满意度：分不同年龄、不同城市【未付费】



样本量：课程N=736



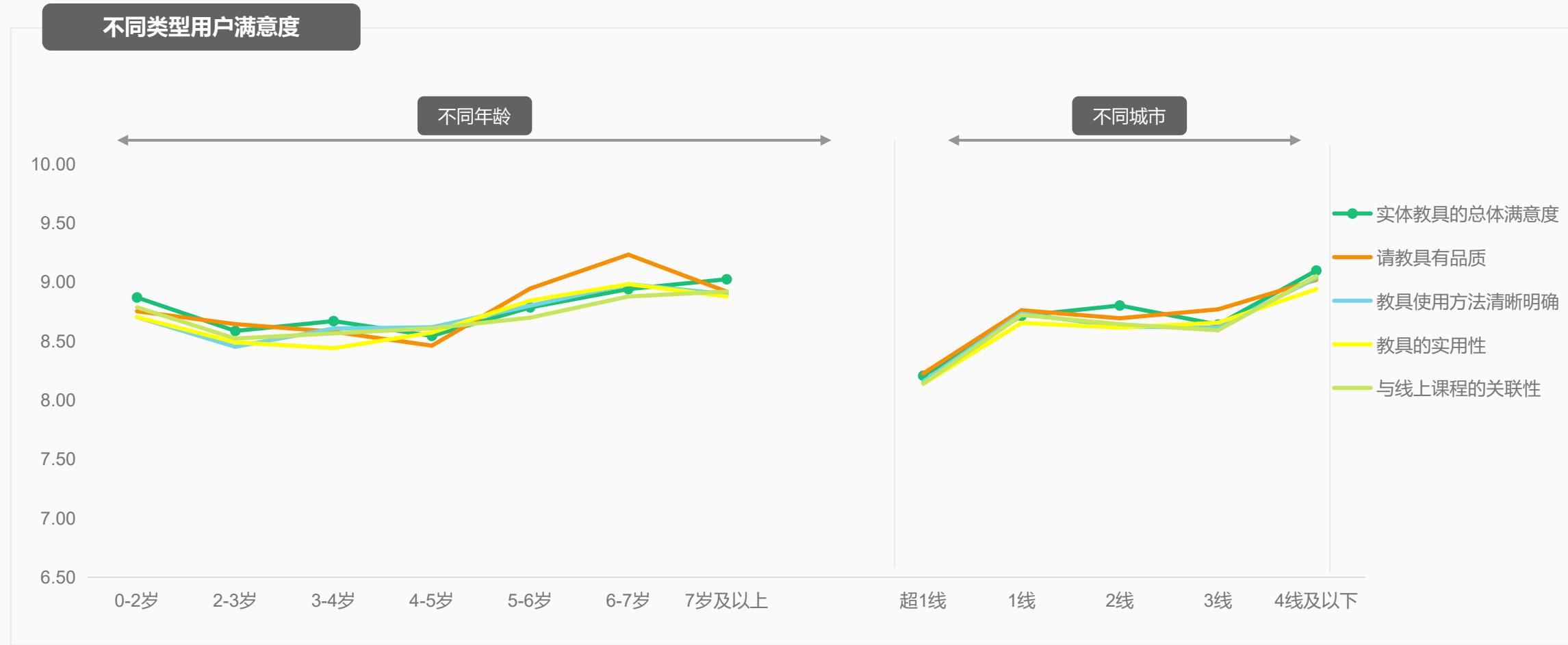
4.7.2 班主任满意度：分不同年龄、不同城市【未付费】



样本量：班主任N=380



4.7.3 教具满意度：分不同年龄、不同城市【未付费】



样本量：教具N=642



4.8 推荐者、中立者、贬损者基础特征【未付费】

		贬损者	中立者	推荐者
年龄	总计	173	265	441
	0-2岁	8.10%	12.50%	9.80%
	2-3岁	26.00%	26.00%	19.50%
	3-4岁	22.50%	23.40%	19.00%
	4-5岁	21.40%	12.50%	19.70%
	5-6岁	9.80%	9.40%	11.60%
	6-7岁	5.20%	7.20%	8.40%
	7岁及以上	5.20%	8.30%	9.80%
城市级别	超1线	17.30%	19.20%	14.50%
	1线	26.60%	21.10%	22.00%
	2线	20.80%	22.30%	20.90%
	3线	18.50%	19.60%	21.80%
	4线及以下	16.80%	17.70%	20.90%
期次	0419	15.60%	18.90%	18.40%
	0426	15.00%	12.80%	15.40%
	0503	4.60%	4.90%	1.80%
	0510	8.10%	8.70%	5.90%
	0517	15.00%	19.60%	14.50%
	0524	12.10%	14.30%	14.50%
	0531	11.60%	8.70%	11.30%
	0607	17.90%	12.10%	18.10%
是否完成试听课	完成试听课	74.00%	84.20%	81.40%
	未完成试听课	26.00%	15.80%	18.60%



4.9.1 推荐意愿≥9分的用户愿意推荐的原因主要是课程本身（开放题）【付费&未付费】

付费用户

分类	关键点	提及人数
课程	课程的兴趣度高	106
	适龄性强	25
	课程的难易度设计合适	16
	课程的学习效果好	12
	课程的互动性设计好	11
	课程的复习量合适	3
	五天的课程安排合理	3
	发音标准	2
教具	教具有品质	1
价格	价格合适 & 课程终身有效	30
班主任	服务态度好	6

未付费用户

分类	关键点	提及人数
课程	课程的兴趣度高	87
	课程的难易度设计合适	36
	课程的互动性设计好	21
	适龄性强	19
	课程的学习效果好	11
	课程的复习量合适	3
	发音标准	2
	五天的课程安排合理	2
教具	教具有品质	5
价格	价格合适	13
班主任	服务态度好	7

样本量：付费N=336，未付费N=441

题目：请问您愿意推荐叽里呱啦课程的原因是？ [填空]



4.9.2 推荐意愿≤6分的用户不愿意推荐的原因主要是班主任和课程【付费&未付费】

付费用户

分类	关键点	提及人数
课程	课程的难度偏简单	1
班主任	推销过激	2
App性能	App加载速度慢	1

未付费用户

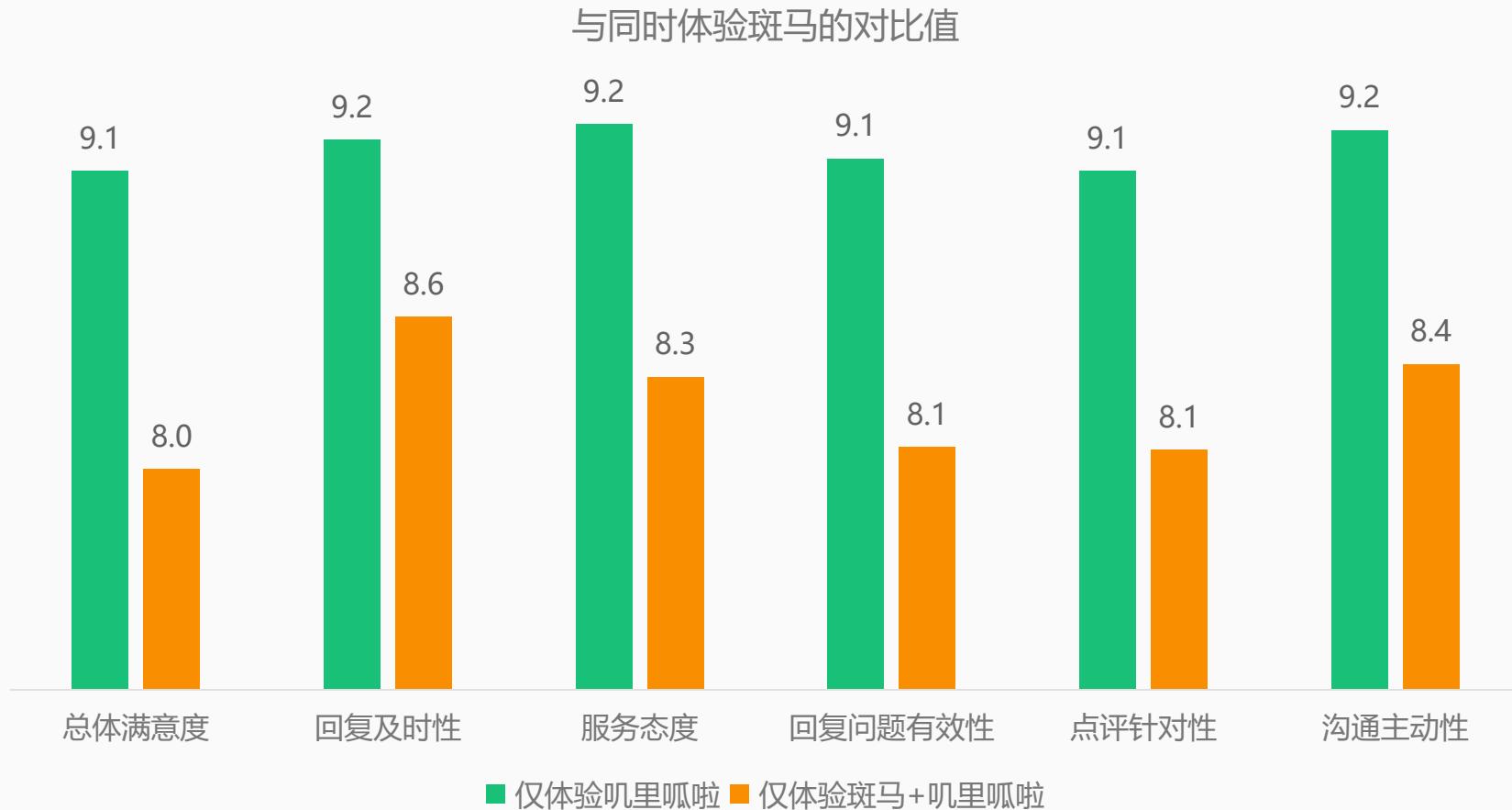
分类	关键点	提及人数
班主任	推销过激	28
	服务态度差	14
	没有提供学习指导	3
	回复问题有效性差	3
	沟通有效性差	2
课程	课程的难易度设计不合适	7
	课程的学习效果不佳	4
	AI识别准确性不佳	3
	课程内容少	3
	课程的兴趣度不高	2
	课程教学设计不符合预期	2
	课程的复习量不足	1
	五天的课程安排不合理	1
教具	教具的品质不佳	2
	教具的实用性不佳	2
	教具使用方法不清晰	1
	教具与线上课程的关联性弱	1
价格	价格高	4
	付费周期长	2
	App加载速度慢	2
App性能	App卡顿	1
	App闪退	1
	App不稳定	1

样本量：付费N=26, 未付费N=173

题目：请问您不愿意推荐叽里呱啦课程的原因是？ [填空]



4.10 与同时体验斑马的对比值：班主任满意度情况&NPS



样本量：仅体验叽里呱啦N=195, 仅体验斑马&叽里呱啦N=87

THANKS

任何疑问可联系我们：

用户研究 Grace & Bella

