

Förstå eNPS och utforska strategier för mätning av medarbetarengagemang och nöjdhet

Whitepaper av Drive Management

2024



De fyra viktigaste insikterna

1. NPS och anpassningar

Det är en fördel hur NPS ses som ett standardiserat mått av kundlojalitet och används i stor utsträckning av Fortune 1000. Anpassningar som bNPS, rNPS och pNPS ger skräddarsydda insikter inom områden som varumärkesuppfattning och produktnöjdhet. NPS förenklar dock komplexa frågor om kundnöjdhet och saknar detaljerade insikter om underliggande faktorer.

2. eNPS

En styrka för eNPS är dess okomplicerade metod för att mäta medarbetarengagemang och lojalitet. Det är ett standardiserat mått för att jämföra och följa förändringar över tid. Därför användes det också som ett enkelt och praktiskt jämförbarhetsnummer mellan branscher. Men i likhet med NPS kan eNPS förenkla komplexa arbetsplatsfrågor och misslyckas med att ge detaljerad insikt i grundorsakerna till anställdas tillfredsställelse eller missnöje.

3. Utforskning av alternativ till eNPS

Det finns flera alternativ till eNPS till exempel NMI, Employee Engagement Score, och JDI, som erbjuder nyanserade metoder för att mäta tillfredsställelse och engagemang med anställda. De ger också djupare insikter i specifika aspekter av arbetsplatsen som eNPS inte tar upp. Dock uppnår de detta genom mer omfattande undersökningar som kan leda till potentiell respondentutmattning. Därefter saknar dessa metoder den enkelhet och lättjämförbarhet som eNPS erbjuder.

4. Implementeringsöverväganden

Det har belysts hur noggrann implementering och tolkning av eNPS och alternativa metriker är avgörande för att få meningsfulla insikter. Om dessa mätvärden utförs på rätt sätt kan de ligga till grund för strategiskt beslutsfattande och leda till förbättringar av tillfredsställelsen. Utan korrekt implementering och tolkning finns det en risk för feltolkning, manipulation eller överförenkling av komplexa frågor, vilket leder till ineffektiv användning av dessa mätvärden för att driva organisatoriska

Exekutiv sammanfattning

Detta whitepaper inleds med att undersöka Net Promoter Score (NPS), som följs upp med målet att fördjupa med fokuserad forskning om dess variation Employee Net Promoter Score (eNPS) och de andra alternativen till eNPS. Syftet är att introducera medarbetarmätningsverktyg, ge exempel och beskriva deras respektive fördelar och nackdelar. Whitepaperen syftar inte till att ge några rekommendationer, utan endast att objektivt rapportera om eNPS och utforska andra strategier för mätning av medarbetarengagemang och tillfredsställelse.

NPS är ett allmänt använt mätverktyg för kundlojalitet. NPS popularitet framgår av dess användning bland t.ex. Fortune 1000-företag. NPS har utvecklats över tid, vilket gör att det finns variationer av NPS. En av dem är eNPS som mäter medarbetarnas engagemang inom en organisation genom en fråga om hur sannolikt det är att de skulle rekommendera sitt företag som arbetsplats till en vän. Baserat på vad den anställda sätter som poäng är de anställda antingen ambassadörer, neutrala eller kritiker. Ambassadörer är engagerade i sitt företag och neutrala inte är helt nöjda och mer benägna att lämna, medan kritiker är den värsta kritikern av företaget.

Att eNPS är en enkel mätning, har både styrkor och svagheter, vilket diskuteras i relation till dess ursprung från NPS. Eftersom fler och fler organisationer fokuserar på NPS och eNPS finns det en möjlighet att se och jämföra dessa resultat. Genom att undersöka kända företag inom olika branscher som använder NPS och eNPS visar det den omfattande användningen av dessa metoder.

Det finns dock en mängd alternativ för att mäta anställdas engagemang och lojalitet gentemot sin arbetsplats. Denna whitepaper utforskar tre sådana alternativ där var och en har liknande egenskaper till eNPS genom att ha ett numerisk poäng som visar antingen medarbetarnöjdhet, medarbetarengagemang eller arbetstillfredsställelse. De diskuterade alternativen är Nöjd Medarbetarindex (NMI), Employee Engagement Score och Job Descriptive Index (JDI). De tre alternativen presenteras med utförliga förklaringar, illustrativa exempel samt en diskussion om deras fördelar och nackdelar.

Innehållsförteckning

De fyra viktigaste insikterna	2
Exekutiv sammanfattning.....	3
1. NPS och dess anpassningar.....	5
2. eNPS: Komponenter och applikationer	7
3. För- och nackdelar med att använda NPS och eNPS	8
4. NPS och eNPS för toppföretag toppföretag.....	10
5. Utforska alternativ till eNPS.....	11
5.1 Nöjd medarbetarindex (NMI)	11
5.2 Employee Engagement Score.....	11
5.3 Job Descriptive Index (JDI).....	13
Referenser	16
Bilaga1: Företagens 2023 NPS.....	20
Bilaga 2: Företagens 2022 eNPS.....	21

1. NPS och dess anpassningar

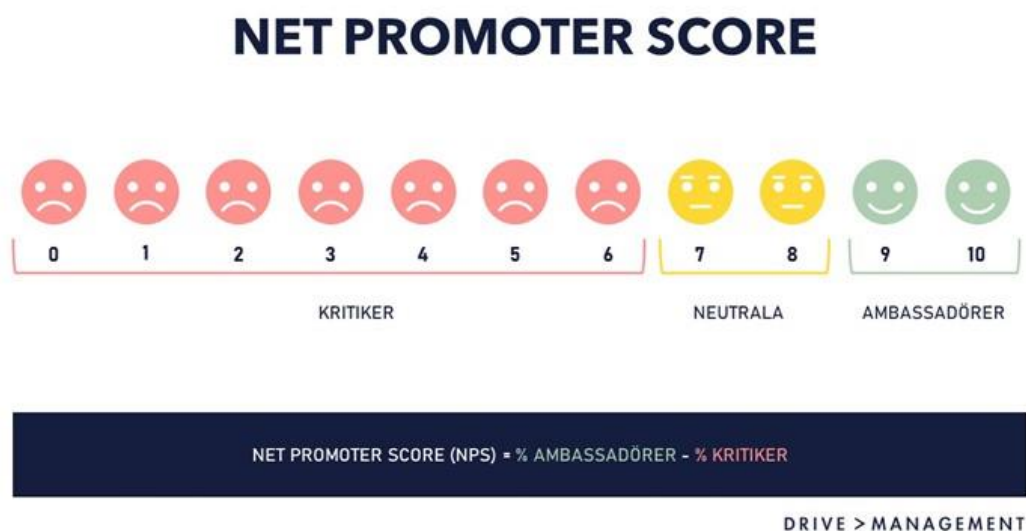
År 2003 introducerades Net Promoter Score (NPS) av Frederick Reichheld i artikeln "The one number you need to grow" i Harvard Business Review (Vélez, Ayuso, Perales-González & Rodríguez, 2020). Idag används det av två tredjedelar av Fortune 1000-företagen (Reichheld, Darnell & Burns, 2021). NPS är ett kundrelationshanteringssystem för att mäta kundnöjdhet och kundlojalitet i realtid och är baserat på en enkel fråga:

"Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera [företag X] till en vän eller kollega?" (Reichheld, 2003, s.50).

Denna fråga är rotad i att mäta kundlojalitet, eftersom kunder riskerar sitt rykte baserat på de rekommendationer de ger till sina vänner (Baehre, O'Dwyer, O'Malley, & Lee, 2022).

Respondenterna svarar på frågan på en skala från 0 till 10 och baserat på deras svar grupperas de senare in i tre kundkategorier. Kundkategorierna är:

- **"Ambassadörer"**: Kunden som ger de högsta poängen på 9 eller 10 hamnar i denna kategori. De är mycket nöjda och lojala kunder som är benägna att rekommendera företaget till andra (Reichheld, Darnell & Burns, 2021).
- **"Neutrala"**: Dessa är kunder som svarar med en poäng på 7 eller 8. De är måttligt nöjda kunder som kan eller inte aktivt rekommendera företaget (Reichheld et al., 2021).
- **"Kritiker"**: Kunden som ger ett poäng mellan 0 och 6 betraktas som kritiker. De är missnöjda kunder som potentiellt kan skada företagets rykte och tillväxt (Reichheld et al., 2021).



Figur 1: Beräkningsbild för Net Promoter Score av Drive Management

Som visat i figur 1, beräknas NPS sedan genom att subtrahera procentandelen av kunder som är kritiker från procentandelen som är ambassadörer (Reichheld et al., 2021). Det resulterande poängintervallet sträcker sig från -100 till +100 där en högre poäng indikerar

en starkare och positiv kundlojalitet, medan ett lägre poäng tyder på förbättringsområden (Grisaffe, 2007).

NPS används ofta av företag som ett enkelt och effektivt sätt att bedöma kundnöjdhet, spåra förändringar över tid och identifiera förbättringsområden för att förbättra den övergripande kundupplevelsen (Reichheld, 2011). NPS är dock en kraftfull metod och har anpassats för att inte bara mäta kundlojalitet (Jankiraman, 2021). Därför finns det endast en standardiserad version av NPS, men det finns anpassningar och tillämpningar av NPS i andra specifika sammanhang (Khandelwal, 2023).

Några anpassningar av NPS i specifika sammanhang är:

- Brand NPS (bNPS): bNPS mäter lojaliteten och rekommendationerna från kunder specifikt gentemot ett varumärke (Jankiraman, 2021). Det hjälper organisationer att förstå hur väl deras varumärke uppfattas och hur benägna kunderna är att rekommendera det till andra (Jankiraman, 2021). Denna variant av NPS fokuserar på varumärket snarare än en specifik produkt eller tjänst (Jankiraman, 2021).
- Relationship NPS (rNPS): rNPS bedömer kundlojaliteten och rekommendationerna gentemot en pågående relation med ett företag (Khandelwal, 2023). Det ger insikter i den övergripande kundupplevelsen och sannolikheten att kunderna fortsätter att göra affärer med organisationen över tid (Khandelwal, 2023).
- Product NPS (pNPS): pNPS fokuserar på att mäta kundlojalitet och rekommendationerna gentemot en specifik produkt eller tjänst som erbjuds av ett företag (Jankiraman, 2021). Det hjälper organisationer att bedöma kundnöjdhet med specifika erbjudanden och identifiera områden för produktförbättringar (Jankiraman, 2021).

Dock kommer vi specifikt att fördjupa oss i ytterligare en anpassning av NPS som kallas Employee Net Promoter Score (eNPS).

2. eNPS: Komponenter och applikationer

Employee Net Promoter Score (eNPS) är en anpassning av NPS-frågan. Därför använder eNPS samma NPS-skala och metodik, men frågan är riktad till anställda och frågar hur sannolikt det är att de skulle rekommendera sitt företag som en arbetsplats till en vän (Khandelwal, 2023). Det finns fler och fler organisationer som fokuserar på eNPS (Yaneva, 2018). Användningen av eNPS marknadsför inte bara företaget som arbetsgivare utan även produkterna eller tjänsterna från företaget de är engagerade i (Yaneva, 2018). Därför är eNPS ett mått på medarbetarnas engagemang inom en organisation (McPherson, 2017; Yaneva, 2018).

Inom eNPS är de tre kategorierna av anställda fortfarande ambassadörer, neutrala och kritiker. Ambassadörer är dock de anställda som är lojala entusiaster, engagerade i sitt företag och uppmuntrar sina vänner att följa efter (Yaneva, 2018). De är mer produktiva, stannar längre på företaget, undviker misstag och är mindre benägna att stjäla från sitt företag (Yaneva, 2018). Ambassadörer får sina arbetsbehov tillgodosedda av företaget, vilket gör att de förespråkar och potentiellt påverkar andra att också arbeta för samma företag (Yaneva, 2018).

De neutrala anställda är inte lika nöjda med sitt företag och därför mer benägna att ansluta sig till konkurrenterna (Yaneva, 2018). De ses som ett företags största osäkerhet eftersom de kan vara produktiva på jobbet men inte känna sig lojala mot sitt företag (Yaneva, 2018). Deras arbetsbehov tillgodoses inte fullt ut, och de är därför mer benägna att missa arbetsdagar eller lämna företaget (Yaneva, 2018).

I kategorin kritiker finns de anställda som kan vara den värsta kritikern av företaget och påverka nuvarande eller potentiella anställda att hålla med om deras känslor, genom att insistera på att dela sitt missnöje med företaget med andra (Yaneva, 2018). Kritikerna är vanligtvis missnöjda anställda som känner sig fångade i jobbet baserat på omständigheter, såsom bekvämlighet, brist på alternativ och så vidare (Yaneva, 2018). Kritiker kan vara fysiskt på jobbet, men de är mentalt någon annanstans på grund av att de flesta av deras arbetsbehov inte tillgodoses (Yaneva, 2018).

Liksom NPS kan eNPS-poängen variera från -100 till 100 och företagspoängen kan variera beroende på bransch och företagsstorlek (Smith, 2022). Om ett företags eNPS är negativt är det en indikation på större underliggande problem för poängen som bör åtgärdas (Smith, 2022). Det är dock vanligast att företag har en eNPS mellan 0 och 30, vilket gör allt över 40 till en utmärkt eNPS-poäng (Smith, 2022).

3. För- och nackdelar med att använda NPS och eNPS

Eftersom eNPS är härlett från NPS-metodiken är det rimligt att göra en analys av deras för- och nackdelar tillsammans. Metodiken är ett enkelt sätt att mäta nöjdhet och lojalitet samt har analyserats av branschexperter som har olika uppfattningar om mätsystemets för- och nackdelar (Staff Reports, 2010). Dess enkelhet lyfts fram som en fördel, eftersom det är en sifferpoäng och en lättförståelig formel som kan anpassas och förstås oavsett bransch eller ens position i företaget (Staff Reports, 2010). Därför resulterar eNPS enkelhet i att det inte behövs någon särskild instruktion, vilket gör det lätt att förstå för respondenter och ledning och ett praktiskt verktyg för att mäta en allmän åsikt (Sedlak, 2020).



Vidare konstaterar Reichheld (2011) att NPS är en enkel och praktisk indikator på vad kunderna tycker, som varje företag kan anpassa gratis för att öka insikten och transparensen, samt att det är lätt att förstå och förbättra. Whitepapers och akademiska artiklar har dock hävdad hur NPS inte fungerar (Reichheld, 2011). Kritiker hävdar att det är för

enkelt och inte kan identifiera problem eller erbjuda några lösningar samt att det inte förstår de personliga och relationella aspekterna av kundnöjdhet (Staff Reports, 2010). Följt av det relaterade argumentet att eNPS-måttet med en enda siffra ger information om huruvida de anställda är nöjda eller inte, men ingen ytterligare information om skälen till deras svar (Sedlak, 2020). Därmed ger eNPS inte hjälp för att förbättra en situation eftersom den inte specifikt nämner grundorsaken till tillfredsställelse eller missnöje (Sedlak, 2020).

Reichheld (2011) förespråkar dock att NPS ska vara ovärderligt och ger hjälp med att driva ett företag. Dessutom erbjuder det enkla måttet ett jämförelseelement som gör att poängen kan mätas mot andra företag (Staff Reports, 2010), även känd som benchmarking. Ett problem som påstås vara den största nackdelen med eNPS uppstår dock när det används av personer som inte vet hur poängen beräknas, vilket kan leda till att poängen blir under 0 i de fall då de flesta väljer till exempel 7 och 8 på skalan 0 till 10 (Sedlak, 2020). Vilket resulterar i en felaktig eNPS som kan hindra en korrekt företagsjämförelse.

Med fokus enbart på NPS har Reichheld (et al., 2021) argumenterat för hur dess trovärdighet har minskat. Nämda metoder som har bidragit till mindre trovärdighet är genom plädering, mutor och manipulation samt brist på transparens kring de undersökta

individerna, urvalsstorlekar, svarsfrekvenser och om undersökningen utlöstes av specifika transaktioner (Reichheld et al., 2021). Trots detta visar företag med höga NPS-poäng hållbar intäkstillväxt genom återkommande kunder och deras rekommendationer (Reichheld et al., 2021). Därför argumenteras det för att du verkligen inte bör fuska med din NPS eftersom det kan leda till kostsamma misstag i strävan att vinna kundlojalitet (Colvin, 2020).

Genom att skifta fokus på hur detta påverkar eNPS, understryks hur förfalskning av eNPS kan hindra en möjlighet till verklig insikt i företagets medarbetarnöjdhet, vilket kan hindra lösningar för en förbättring. Dessutom rekommenderas det inte att dölja eNPS-poängen för de anställda eftersom transparens kan få de anställda att känna sig inkluderade och investerade samt visa att företaget är engagerat i att förbättra resultaten (Leapsome Team, 2023). Smith lyfter fram hur eNPS ses som ett verktyg för att mäta snabbdata och sedan eventuellt kunna laserfokusera på nödvändiga lösningar innan problemen gror och växer (Smith, 2022). Att hindra eller manipulera sin eNPS kan därför minska denna möjlighet.

4. NPS och eNPS för toppföretag

Alla företagsledare vet att det är avgörande att hålla både kunder och anställda nöjda, och det är där användningen av NPS och eNPS kommer in (YEC, 2023). Ända sedan den första artikeln 2003 har Reichheld släppt en 2.0- och 3.0-version av den allmänt använda NPS (Reichheld, Darnell, & Burns, 2021). Författarna uppger att:

"Sedan dess har NPS spridit sig snabbt över hela världen. Det har blivit det dominerande ramverket för kundframgång – som idag används av två tredjedelar av Fortune 1000" (Reichheld et al., 2021, s.2).

Jämförelsevis använder företag både NPS och dess variant eNPS för att mäta kund- och medarbetarnöjdhet (YEC, 2023). I tabellen nedan finns exempel på kanske välkända företag där vissa till och med är Fortune 500, inom olika branscher som använder NPS och eNPS. Tabellen är sammanställd av data från Goodey (2022), Le Bras (u.å.) och statistik från comparably.com från och med juni 2023. En PDF-länk med de 100 bästa företagens NPS-poäng finns i *Bilaga 1: Företagen 2023 NPS* och en fullständig tabell över NPS-poängen finns i *Bilaga 2: Företagen 2022 eNPS*.

Företag	Industri	NPS 2023	eNPS 2022
Google	Konsumentvarumärken / Internet	58	37
Netflix	Konsument Varumärken / Underhållning	67	36
Apple	Konsument Varumärken / Elektronik	61	19
Amazon	Konsumentvarumärken / Internet	73	15
Nike	Kläder	50	25
Spotify	Underhållning	53	15
McDonald's	Konsumentvarumärken / Snabbmat	23	-14
Samsung	Konsument Varumärken / Elektronik	21	18

Tabell 1: 2023 NPS och 2022 eNPS för företag

5. Utforska alternativ till eNPS

De alternativ till eNPS som vi har valt att inkludera har liknande egenskaper som eNPS genom att vara en numerisk poäng som visar antingen medarbetarnöjdhet, medarbetarengagemang eller arbetstillfredsställelse.

5.1 Nöjd medarbetarindex (NMI)

Nöjd medarbetarindex (NMI) är en undersökning som mäter hur nöjda medarbetarna är med sitt jobb (Paulyne, 2022). NMI liknar eNPS med hjälp av ett metriskt tal som kan användas för att jämföra över tid och genom benchmarking (Netigate Marketing, 2014). NMI baseras dock på tre frågor, medan eNPS baseras på en fråga (Smith, u.å.).

Det anges att dessa tre frågor är:

1. Hur nöjd är du med din nuvarande arbetsplats?
2. Hur väl uppfyller din nuvarande arbetsplats dina förväntningar?
3. Hur nära är din nuvarande arbetsplats den ideala? (Paulyne, 2022; Smith, u.å.).

Medarbetarna svarar på dessa frågor på en skala från 1 till 10, där 1 är lägst och 10 är högst (Netigate Marketing, 2014). När resultaten har samlats in används följande formel för att beräkna NMI-poängen:

$$\text{NMI} = \left[\left(\frac{\text{frågans medelvärde}}{3} - 1 \right) \div 9 \right] * 100$$ (Netigate Marketing, 2014; Paulyne, 2022).

NMI-resultatet kan variera från 0 till 100, där en högre poäng eller ett högre index är en indikator på nöjdare medarbetare (Netigate Marketing, 2014; Smith, u.å.). Ett NMI under 50 är väldigt lågt, medan ett värde mellan 62-69 är acceptabelt, allt mellan 70-80 är högt och över 80 är mycket högt (Employee Satisfaction Index - ESI-undersökning, u.å.)

Det hävdas att NMI är ett bra första steg för att analysera den nuvarande nöjdhetsnivån i ett företag (Paulyne, 2022). På grund av sina enkla tre frågor anses det vara lättare att bryta ner och beräkna för sitt NMI-värde (Netigate Marketing, 2014). Jämfört med eNPS, som fokuserar på lojalitet och kretsar kring en enda fråga, har NMI tre frågor och mäter mer omfattande med djupgående frågor (Netigate Marketing, 2014). Det betonas dock hur viktigt det är att kombinera NMI med andra verktyg för att få ett mer detaljerat svar (Paulyne, 2022) eftersom NMI bygger på endast tre frågor (Netigate Marketing, 2014).

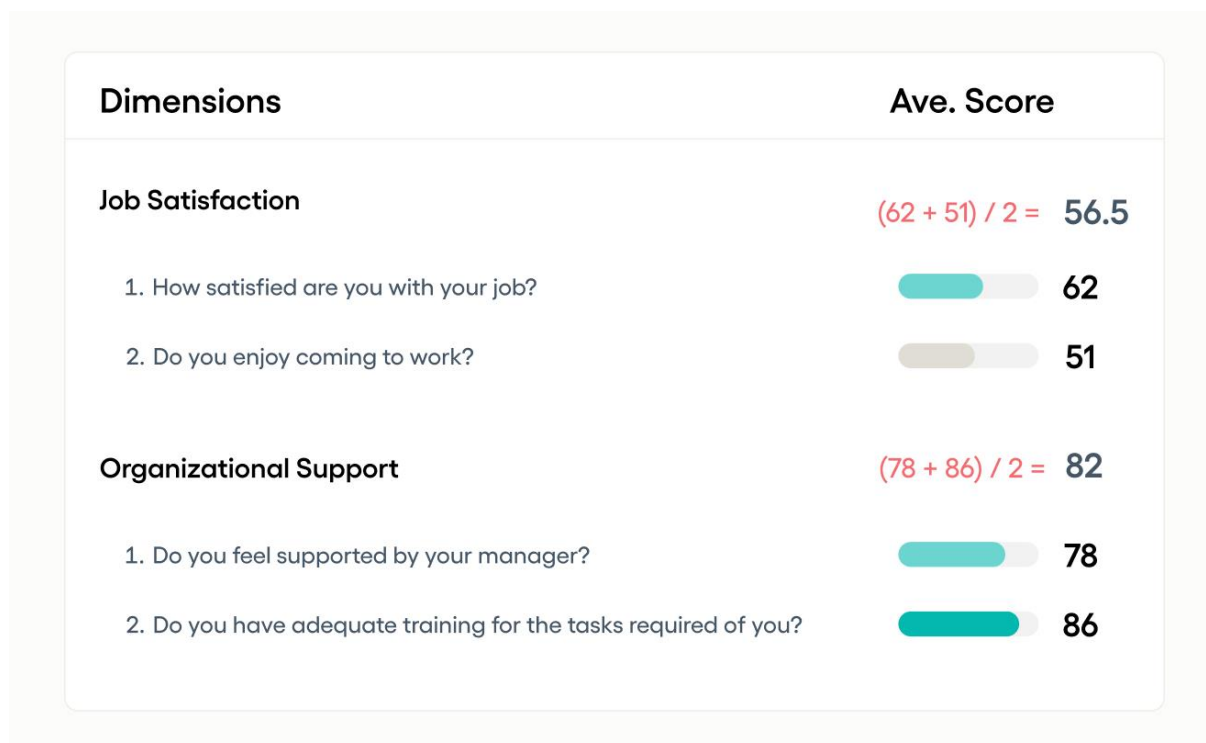
5.2 Employee Engagement Score

Ett andra alternativ till eNPS är Employee Engagement Score som mäter medarbetarnas engagemang, motivation och engagemang för sitt jobb (Ramirez, 2023). Employee Engagement Score är ett numeriskt värde som härstammar från att ställa en uppsättning av frågor till de anställda om medarbetarengagemang (Ganesh, 2023). Frågorna bör kureras utifrån företagets mål, värderingar och kultur (Ramirez, 2023). Svaren samlas vanligtvis in

genom en enkät eller ett frågeformulär och bedömer olika dimensioner av engagemang som arbetstillfredsställelse, organisatoriskt stöd, karriärtillväxt, arbetsbelastning, känsla av tillhörighet och motivation (Ganesh, 2023; Ramirez, 2023).

Vanligast är att resultaten från undersökningen är på en likertskala där varje fråga skulle ha fem svarsalternativ vilket resulterar i ett 1 till 5-poängssystem (Ramirez, 2023). De högre poängen visar på högre nivåer av medarbetarengagemang (Ganesh, 2023). När man beräknar engagemangspoängen per anställd lägger man ihop poängen och dividerar summan med antalet frågor som ställs (Ramirez, 2023). En låg poäng för medarbetarengagemang skulle vara 0-29 %, en neutral poäng är 30-69 % medan en hög engagemangspoäng är 70-100 % (Ramirez, 2023).

Nedan följer ett exempel på en Employee Engagement Score som visar exemplet med två dimensioner, arbetstillfredsställelse och organisatoriskt stöd. I varje dimension visas de frågor som ställs till de anställda, samt poängen för dimensionerna och de enskilda frågorna.



Figur 2: Exempel på Employee Engagement Score (Ramirez, 2023).

Författaren Ramirez (2023) nämnde hur viktigt det är att utforma en enkät som är tydlig, lätt att förstå och anpassad till ens företag. Dessutom är syftet med att mäta poängen att kunna identifiera förbättringsområden med medarbetarnas engagemang och tillfredsställelse (Ramirez, 2023). Det rekommenderas dock att du kombinerar medarbetarnas engagemangspoäng med andra kontextuella faktorer för att få en omfattande förståelse för de underliggande drivkrafterna för engagemang (Ganesh, 2023; Ramirez, 2023).

5.3 Job Descriptive Index (JDI)

När det gäller ett tredje alternativ till eNPS finns Job Descriptive Index (JDI) som mäter arbetstillfredsställelse. Många studier och teorier har syftat till att avslöja de positiva eller negativa aspekterna av anställdas arbetsupplevelser (Tutuncu & Kozak, 2007). En av metoderna för att undersöka detta är genom den tidigare nämnda JDI som introducerades av Smith, Kendall och Hulin 1969 och det är det mest använda analysverktyget för att mäta arbetstillfredsställelse (Spector, 1997). JDI omfattar fem kategorier, vanligen kallade *aspekter*, som täcker aspekter som arbetsuppgifter, lön, befordringsmöjligheter, interaktion med kollegor och handledning (Spector, 1997).

Under de senaste 50 åren har JDI Research Group utvecklat skalor som kompletterar den ursprungliga JDI (Lake, Gopalkrishnan, Sliter & Withrow, 2010). JDI uppdaterades således av JDI Research Group tre gånger, en gång 1985 och en andra gång 1997 och tredje gången 2009 (Castanheira, 2014). Syftet med den första uppdateringen av JDI var att lägga till en skala som mäter den totala tillfredsställelsen genom Job in General Index (JIG) (Kinicki, McKee-Ryan, & Schriesheim, 2002). JIG består av 18 ord och etablerades som ett komplement till JDI (Tasios & Giannouli, 2017).

JDI Research Group har inte bara skapat nöjdhetsskalor utan har också utarbetat mätningar för andra viktiga arbetsrelaterade begrepp (Lake et al., 2010). Till exempel bedömer SIG-skalan (Stress in General) arbetsrelaterad stress, och de har också en TIM-skala (Trust in Management) (Lake et al., 2010; Job Descriptive Index, u.å.). Som nämnts hade JDI och JIG tidigare genomgått en normeringsprocess (Lake et al., 2010) medan SIG och TIM för närvarande genomgår sina första normeringsförfaranden (Lake et al., 2010; Job Descriptive Index, u.å.).

Den fullständiga skalan för JDI består av 72 punkter där varje aspekt består av antingen 9 eller 18 punkter (Spector, 1997). Alla punkter består av kortfattade ord eller fraser som är utformade för att beskriva jobbet, till exempel "låg" för arbetstillfredsställelse, "lat" för arbetstillfredsställelse (Kinicki et al., 2002; Spector, 1997). Respondenterna instrueras att markera ett "Y" bredvid ett objekt om det noggrant beskriver en specifik aspekt av arbetet, vilket tilldelas 3 poäng. Ett "N" ska markeras om det inte stämmer överens med arbetsaspekten och detta tilldelas 1 poäng. Om respondenten är osäker eller inte kan besluta, ska de markera ett "?" vilket motsvarar 0 poäng (Kinicki et al., 2002; Tutuncu & Kozak, 2007). För varje fasettskala föregår ett kortfattat förtydligande av de objekt som är relaterade till just den aspekten. Både positiva, positivt formulerade och negativa, negativt formulerade frågor ingår (Spector, 1997).

Sammanfattningsvis innehåller JDI 72 punkter grupperade i fem grupper, medan JIG består av 18 punkter som skapar en grupp, vilket gör den reviderade versionen av JDI till 90 punkter och sex grupper (Tasios & Giannouli, 2017). Ett exempel på en reviderad JDI från Bowling Green State University illustreras nedan, men på deras begäran kommer endast tre objekt per aspekt att inkluderas. JDI:s poängsystem finns i användarmanualen (Kiefer, Harris-Kojetin, Brannon, Barry, Vasey & Lepore, 2005).

Tänk på det arbete du gör för närvarande.
Hur bra beskriver varje av följande
ord eller fraser ditt arbete?

I det tomma fältet bredvid varje ord
eller frasen nedan, skriv:

Y för "Ja" om det beskriver ditt arbete
N för "Nej" om det inte beskriver det
? för "?" om du inte kan bestämma dig

Arbeta på nuvarande jobb

- ☐ Fascinerande
- ☐ Rutin
- ☐ Tillfredsställande

Personer på ditt nuvarande jobb

- ☐ Stimulerande
- ☐ Tråkigt
- ☐ Långsam

Lön

- ☐ Dåligt
- ☐ Bekvämt
- ☐ Mindre än jag förtjänar

Möjligheter till befordran

- ☐ Goda möjligheter till befordran
- ☐ Möjligheterna något begränsade
- ☐ Befordran på förmåga

Uppsikt

- ☐ Stödjande
- ☐ Svårt att behaga
- ☐ Oartigt

Jobb i allmänhet

- ☐ Behagligt
- ☐ Dåligt
- ☐ Jättebra

Tabell 2: Exempel på Job Descriptive Index © Bowling Green State University, 1975–2009
(Job Descriptive Index, u.å.)

JDI beskrivs som en användarvänlig metod för att mäta arbetstillfredsställelse eftersom respondenterna väljer mellan tre svarsalternativ: "Ja", "Osäker" eller "Nej" (Tutuncu & Kozak, 2007). Begreppet arbetstillfredsställelse är dock betydligt mer invecklat eftersom det är direkt kopplat till personliga erfarenheter (Tutuncu & Kozak, 2007). Vissa forskare hävdar att arbetstillfredsställelse kommer från en blandning av anställdas förväntningar, ambitioner, nuvarande omständigheter och komplexa attityder till arbete (Clark & Oswald, 1996; Hamermesh, 2001). Detta tyder på att arbetstillfredsställelse kan variera beroende

på arbetsförhållanden, demografi, karriärförväntningar och arbetsegenskaper (Tutuncu & Kozak, 2007). Forskning visar att anställda kan vara nöjda med vissa aspekter av arbetet medan de är missnöjda med andra aspekter (Qu & Tse, 1996). Därför, baserat på dessa argument, är arbetstillfredsställelse en sammansättning av flera faktorer på ens arbetsplats (Tutuncu & Kozak, 2007).

Det hävdas att en av JDI:s största begränsningar är att den är begränsad till fem aspekter, även om dessa omfattar några av de mest frekvent bedömda aspekterna (Spector, 1997). Dessutom finns det en besläktad oro när det gäller JDI:s längd (Kinicki et al., 2002). Även om eNPS är en fråga, kräver JDI ett femsidigt frågeformulär med ett betydande antal frågor (72) jämfört med det relativt lilla antalet aspekter (fem) (Kinicki et al., 2002). Det har också förekommit kritik som tyder på att vissa punkter kanske inte gäller för alla anställdas demografi (Buffum & Konick, 1982; Cook et al., 1981). JDI har dock förblivit ett av de mest använda verktygen för att mäta arbetstillfredsställelse (Spector, 1997), vilket påstås bero på dess motståndskraftiga betoning på psykometrisk noggrannhet och frekventa uppdateringar genom åren (Lake et al., 2010). Det är också värt att notera att denna kritik gäller de flesta arbetstillfredsställelseskalor (Spector, 1997).

Referenser

- Baehre, S., O'Dwyer, M., O'Malley, L., & Lee, N. (2022). The use of Net Promoter Score (NPS) to predict sales growth: insights from an empirical investigation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(1), 67-84.
<https://doi.org/10.1007/s11747-021-00790-2>
- Castanheira, F. (2014). Job Descriptive Index. In *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research* (pp. 3439-3441). Springer Netherlands.
- Clark, A., Oswald, A., & Warr, P. (1996). Is job satisfaction U-shaped in age? *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 69(1), 57-81.
<https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.1996.tb00600.x>
- Colvin, G. (2020, May 18). The simple metric that's taking over big business. *Fortune*. <https://fortune.com/longform/net-promoter-score-fortune-500-customer-satisfaction-metric/>
- Davis, K. (1977). *Human behavior at work: Organizational behavior*. New York: McGraw-Hill.
- Employee Satisfaction Index - ESI Survey. (n.d.). *IP1survey*.
<https://ip1survey.com/esi>
- Ganesh, K. (2023, May 27). What is an employee engagement score? What does a good score look like? *CultureMonkey*. <https://www.culturemonkey.io/employee-engagement/employee-engagement-score/>
- Goodey, B. (2022, August 30). Highest NPS scores: Best NPS scores from top companies in 2023. *NPS Benchmarks; #creator*.
<https://customergauge.com/benchmarks/blog/top-highest-nps-scores>
- Grisaffe, D. B. (2007). Questions about the ultimate question: conceptual considerations in evaluating Reichheld's net promoter score (NPS). *The Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 20, 36-53.
- Hamermesh, Daniel. (2001). The Changing Distribution of Job Satisfaction. *Journal of Human Resources*. 36. 1-30. 10.2307/3069668. *Resources*, 36(1), 1-30.
- Jankiraman, P. (2021). Different types of NPS - why and when to use them. *Resonate Solutions*. <https://global.resonate.cx/blog/different-types-of-nps-why-and-when-to-use-them/>

- Job Descriptive Index*. (n.d.). Bowling Green State University.
<https://www.bgsu.edu/arts-and-sciences/psychology/services/job-descriptive-index.html>
- Khandelwal, M. (2023, May 26). Types of net promoter score and when to use them. *Surveysensum.com*. <https://www.surveysensum.com/blog/types-of-net-promoter-score/>
- Kiefer, K. M., Harris-Kojetin, L., Brannon, D., Barry, T., Vasey, J., & Lepore, M. (2005, Mar 31). *Measuring long-term care work: A guide to selected instruments to examine direct care worker experiences and outcomes*. ASPE.
<https://aspe.hhs.gov/reports/measuring-long-term-care-work-guide-selected-instruments-examine-direct-care-worker-experiences-1>
- Kinicki, A. J., McKee-Ryan, F. M., & Schriesheim, C. A. (2002). *Assessing the Construct Validity of the Job Descriptive Index: A Review and Meta-Analysis*. Researchgate.net.
https://www.researchgate.net/publication/11448826_Assessing_the_Construct_Vaildity_of_the_Job_Descriptive_Index_A_Review_and_Meta-Analysis
- Lake, C., Gopalkrishnan, P., Sliter, M., & Withrow, S. (2010). The Job Descriptive Index: Newly updated and available for download. *The Industrial-Organizational Psychologist*. 48. 47-79.
- Le Bras, M. (n.d.). How to calculate eNPS scores for top companies. *Engagerocket.Co*. Retrieved June 30, 2023, from
<https://blog.engagerocket.co/calculate-enps-scores-for-top-companies>
- Leapsome Team. (2023, March 24). ENPS: What Employee Net Promoter Score is & why it matters. *Leapsome.com*.
<https://www.leapsome.com/blog/employee-net-promoter-score-enps-what-is-it-why-should-you-measure-it-and-why-does-it-matter>
- McPherson, J. (2017, February 12). Understanding the employee net promoter score (eNPS). *Culture Amp*. <https://www.cultureamp.com/blog/employee-net-promoter-score>
- Netigate Marketing. (2014, April 29). How the Employee Satisfaction Index (ESI) works and how to use it. *Netigate*. <https://www.netigate.net/articles/human-resources/how-the-employee-satisfaction-index-esi-works-and-how-to-use-it/>

- Paulyne. (2022, September 27). How to measure employee satisfaction? 7 tips. *Deskbird.com*. <https://www.deskbird.com/blog/how-to-measure-employee-satisfaction>
- Qu, H., & Tse, S. C. S. (1996). An analysis of employees' expectations satisfaction levels and turnover in the Hong Kong hotel industry. *Tourism Recreation Research*, 21(2), 15-23. <https://doi.org/10.1080/02508281.1996.11014771>
- Ramirez, J. (2023, April 14). A quick guide to calculating the employee engagement score. *Erudit.Ai; Erudit*. <https://www.erudit.ai/blog/how-to-calculate-employee-engagement-score>
- Reichheld, F. F. (2003). The one number you need to grow. *Harvard Business Review*, 81(12), 46-54, 124. <https://hbr.org/2003/12/the-one-number-you-need-to-grow>
- Reichheld, F. (2011). The ultimate question 2.0 (revised and expanded edition): How net promoter companies thrive in a customer-driven world. *Harvard Business Review Press*.
- Reichheld, F., Darnell, D., & Burns, M. (2021). Net Promoter 3.0. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2021/11/net-promoter-3-0>
- Sedlak, P. (2020). Employee Net Promoter Score (eNPS) as a single-item measure of employee work satisfaction. An empirical evidence from companies operating in Poland. *Contemporary Organisation and Management. Challenges and Trends*, Michałkiewicz A. and Mierzejewska W.(eds), Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łód, 347-357.
- Smith, A. (2022). Why employee net promoter score should be employers' go-to metric. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2022/11/14/why-employee-net-promoter-score-should-be-employers-go-to-metric/?sh=5761922825b7>
- Smith, R. (n.d.). Measuring employee satisfaction. *Goodays.Co*. Retrieved August 9, 2023, from <https://community.goodays.co/en/blog/measuring-employee-satisfaction>
- Spector, P. (1997). *Job Satisfaction: Application, Assessment, Causes, and Consequences*. SAGE Publications, Inc.

- Staff Reports. (2010). The pros and cons of Net Promoter. *Professional Remodeler* (Des Plaines, Ill.), 14(2), 18-.
- Tasios, T., & Giannouli, V. (2017). Job Descriptive Index (JDI): Reliability and validity study in Greece. *American Board of Assessment Psychology*, 7(1), 31-61.
- Tutuncu, O., & Kozak, M. (2007). An investigation of factors affecting job satisfaction. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 8(1), 1-19. https://doi.org/10.1300/j149v08n01_01
- Vélez, Ayuso, A., Perales-González, C., & Rodríguez, J. T. (2020). Churn and Net Promoter Score forecasting for business decision-making through a new stepwise regression methodology. *Knowledge-Based Systems*, 196, 105762-. <https://doi.org/10.1016/j.knosys.2020.105762>
- Yaneva, M. (2018). Employee satisfaction vs. employee engagement vs. employee NPS. *European Journal of Economics and Business Studies*, 4(1), 221-227.
- YEC. (2023, January 31). NPS and ENPS: Why and how to make measuring count. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/theyec/2023/01/31/nps-and-enps-why-and-how-to-make-measuring-count/?sh=7ab0ead9b0c1>

Bilaga1: Företagen 2023 NPS

PDF: [NPS-poäng för topp-företag \(rankade högst till lägst\), 2023](#)

PDF 1: Företag 2023 NPS (Goodey, 2022)

Bilaga 2: Företagen 2022 eNPS

Company	Industry	eNPS SCORE	Rated by Employees
Google	Consumer Brands / Internet	37	4437
Apple	Consumer Brands / Electronics	19	1760
Walt Disney	Entertainment	19	572
Amazon	Consumer Brands / Internet	15	7364
Microsoft	Technology / Software	38	2699
Netflix	Consumer Brands / Entertainment	36	261
GE	Diversified	-6	378
Costco	Consumer Brands / Grocery	43	1275
Spotify	Entertainment	15	139
Peloton	Equipment and Media	77	223
Nike	Apparel	25	788
Hubspot	Software	77	1661
Meta	Consumer Brands / Internet	34	2676
McDonald's	Consumer Brands / Fast Food	-14	3350
Samsung	Consumer Brands / Electronics	18	272

Tabell 2: Företag 2022 eNPS ((Le Bras, u.å.)

Ett managementkonsultbolag specialiserat på förändring

Vi är ett managementkonsultbolag helt specialiserat på att hjälpa organisationer att framgångsrikt lyckas med strategiskt viktiga förändringsarbeten och transformationer. Vi är experter på att få till nödvändiga beteendeförändringar och på att få organisationer att göra rätt saker på rätt sätt. För att så effektiv som möjligt realisera er strategi och snabbare nå era övergripande mål.

Sedan 2001 har vi framgångsrikt genomfört några av Sveriges mest spännande och utmanande förändringsarbeten, inom såväl privat som offentlig sektor. Vi jobbar med flera av Sveriges mest välkända varumärken och är involverade i uppdrag från snabbväxande techbolag till internationella storbolag.

Vi uppnår snabbt mätbara och bestående resultatförbättringar genom 100% kundfokus, nära samarbete och stegvisa förflyttningar. Genom att lösa de bakomliggande problemen och göra det lätt att lyckas får vi din organisation att proaktivt vilja driva utveckling, förändring och förbättringar löpande i vardagen. Allt med fokus på att snabbt och effektivt realisera er strategi, nå era övergripande mål samt skapa en hållbar och mycket konkurrenskraftig organisation.

Strategy Excecution & Transformation

Sales & Business Improvement

Business Planning & Leadership

People & Organizational Performance

Vi hjälper dig att realisera er strategi

Drive Management | Birger Jarlsgatan 2 | 114 34 Stockholm | Sverige | www.drive.se