

Управление клиентским опытом: достигая максимума в обслуживании клиентов

Управление клиентским опытом требуется в тех случаях, когда:

- вы хотите повысить лояльность клиентов к компании и бренду,
- покупатели имеют значительное влияние на ваш рынок,
- вы видите возможности для увеличения размера «среднего чека»,
- на ваш взгляд, количество повторных продаж ниже, чем могло бы быть,
- отток клиентов к конкурентам мешает стабильному развитию бизнеса.

52%

руководителей крупнейших компаний мира обеспокоены изменениями в поведении покупателей*

* Результаты 17-го Ежегодного опроса руководителей крупнейших компаний мира, проведенного PwC

Управление клиентским опытом нацелено на улучшение впечатлений и увеличение выгоды, получаемой клиентами от взаимодействия с компанией (наряду с использованием продуктов компании).

Управление клиентским опытом призвано сделать обслуживание клиентов эффективным и соответствующим их запросам, что в конечном итоге стимулирует рост выручки и сокращает расходы на работу с клиентами.



Цель настоящего документа - дать общее представление о рассматриваемых в нём вопросах, и документ не является профессиональной консультацией.

© 2014 «ПрайсвотерхаусКуперс Раша Б.В.». Все права защищены.
Под «PwC» понимается компания «ПрайсвотерхаусКуперс Раша Б.В.» или, в зависимости от контекста, другие фирмы, входящие в глобальную сеть PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL). Каждая фирма сети является самостоятельным юридическим лицом. Бренд PwC объединяет фирмы, входящие в глобальную сеть фирм PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL). «PwC в России» означает фирмы сети PwCIL, осуществляющие деятельность в России.

Состав проекта по управлению клиентским опытом

Клиенто-ориентированные организации

- Понимают потребности и желания клиентов
- Владеют информацией о различных типах клиентов
- Влияют на формирование новых потребностей клиента, заблаговременно и инициативно определяют спрос на свои продукты и услуги
- Создают и предлагают востребованные соответствующими группами клиентов продукты и услуги, с соответствующим уровнем сервиса
- Имеют единые стандарты обслуживания
- Постоянно работают над улучшением клиентского опыта

1

Этап

Анализ текущей ситуации

- Аудит клиентского опыта в организации и анализ «пути клиента».
- Текущая картина удовлетворенности клиентов клиентским сервисом.
- Значения показателей удовлетворенности, сравнение показателей с показателями конкурентов.
- Потенциальный список «быстрых побед» – эффективных идей, которые можно немедленно использовать в работе и которые принесут быстрые и видимые результаты.

2

Этап

Оценка взаимодействия с клиентами

- Исчерпывающая «тепловая карта» «пути клиента» – проблемные зоны и позитивные моменты в рамках полного цикла обслуживания (от первого контакта до послепродажного обслуживания).
- Приоритизированный список проблемных зон с оценкой важности и сложности каждой зоны.
- Оценка эффективности работы каналов обслуживания клиентов.

3

Этап

Дизайн целевого опыта клиентов

- Целевой «путь клиента» в каждой клиентской группе.
- Стандарты клиентского сервиса и ключевые параметры обслуживания.
- Клиентоориентированная организационная структура и процессы.
- Концепция и план проекта по внедрению.

4

Этап

Внедрение и мониторинг

- Внедрение обновленных процессов клиентского обслуживания и организационной структуры.
- Внедрение подхода к непрерывному совершенствованию клиентского опыта на основе процедур отслеживания обратной связи и внедрения изменений в обслуживание клиентов.

Наш опыт

Оргкомитет «Сочи 2014»

- **Впервые в истории Игр** разработана и применена концепция планирования Игр с ориентацией на клиента. Ожидания и требования гостей Игр стали основой для планирования операций мероприятия.
- Разработана программа «Путешествие зрителя», в рамках которой составлен подробный «путь зрителя» (более **300 шагов клиента**), проанализированы впечатления зрителей и определены требования к обслуживанию зрителя на каждом шаге.
- Разработано **9 соглашений** об уровне сервиса для всех клиентов Игр, которые были объединены в более чем **100 клиентских подгрупп**.

Крупный международный банк

- Разработаны «пути клиентов» в сегментах B2B и B2C.
- Проведена серия семинаров с вовлечением сотрудников всех уровней с целью определения и устранения ключевых проблемных зон в обслуживании клиентов.
- Разработана организационная структура нового департамента по управлению клиентским опытом и определен набор кросс-функциональных проектов по улучшению процессов работы с клиентами.

Крупные международные компании, работающие в таких сферах, как телекоммуникации, финансовые услуги, автомобилестроение и др.

Контактная информация



Иван Чумаченко
Директор

Тел.: +7 495 967 6000
ivan.chumachenko@pwc.com



Алексей Кугушев
Директор

Тел.: +7 495 967 6000
alexey.kugushev@pwc.com