A background image showing two people shaking hands in a professional setting. The image is overlaid with a semi-transparent blue filter. A white rectangular border frames the central text area.

Комплексный проект развития
клиентоцентричной организации

Подготовлено ЭКОПСИ Консалтинг
Октябрь, 2021

Зачем заниматься этой темой?

77% ТОП-менеджеров постоянно задумываются об изменении процесса взаимодействия с клиентом ([ссылка](#)).

Customer experience превращается в Business Experience – модель развития бизнеса, когда отправной точкой становятся боли и ожидания клиента, в ответ на которые компания выстраивает свой продукт или сервис.

Кто наш Клиент? Что для Него важно? За что Он готов платить больше, а какие факторы для него безразличны? С этих вопросов начинается построение клиентоцентричного бизнеса.

В каждой компании свой уникальный набор факторов и действий, важных для клиента. Эти факторы зависят от сферы и целевой аудитории (подробнее о метриках удовлетворенности клиентов [ссылка](#)).

Компания ЭКОПСИ помогает своим заказчикам выявлять значимые факторы и системно улучшать клиентский опыт, чтобы увеличивать прибыль и повышать лояльность клиентов.



Комплексный проект по развитию клиентоцентричности компании

включает следующие этапы:

01

Аудит внешней и внутренней клиентоориентированности

Комплексное исследование ценностей, процессов и практик компании, качества корпоративных коммуникаций и кросс-функционального взаимодействия.

02

Сессия с топ-командой: результаты исследования и «вижн»

Цели сессии – вовлечь ключевых стейкхолдеров в процесс развития клиентоориентированности, договориться о целях (что нам действительно важно, какими мы хотим быть, что нам это даст).

03

Реализация инициатив по развитию клиентоориентированности

Например, настройка HR-систем в соответствии с принципами клиентоцентричности, формирование проектных команд, нацеленных на работу с конкретными целевыми аудиториями компании и пр.

04

Разработка и внедрение регулярных практик клиентоцентричности

Практики разрабатываются на основе ролевых моделей лучших сотрудников компании (успешных по бизнес-показателям и имеющих высокие оценки от клиентов одновременно).

05

Построение системы мониторинга клиентоориентированности

Выбор метрик, разработка методологии оценки, настройка инструментов сбора информации

01 Аудит внешней и внутренней клиентоориентированности

ВНЕШНИЕ КЛИЕНТЫ:

- Оценить качество взаимодействия с клиентами – в чем мы уже сильны, что стоит улучшить
- Найти идеи развития продукта/услуги
- Найти идеи развития новых направлений бизнеса (new money)

ВНУТРЕННИЕ КЛИЕНТЫ:

- Понять, как сложившиеся процессы и процедуры влияют на эффективность сотрудников: что – способствует продуктивной деятельности, а что является барьером, раздражает, тормозит работу.
- Оценить общую удовлетворённость сотрудников текущими процессами
- Найти идеи развития процессов и продукта/услуги



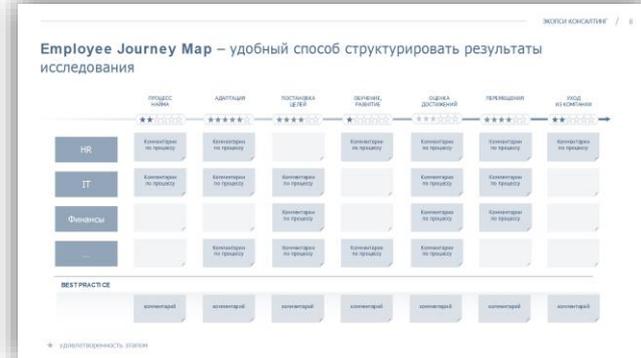
ЦЕЛЬ

повышение уровня удовлетворённости клиентов и сотрудников Компании для увеличения прибыли и/или лояльности



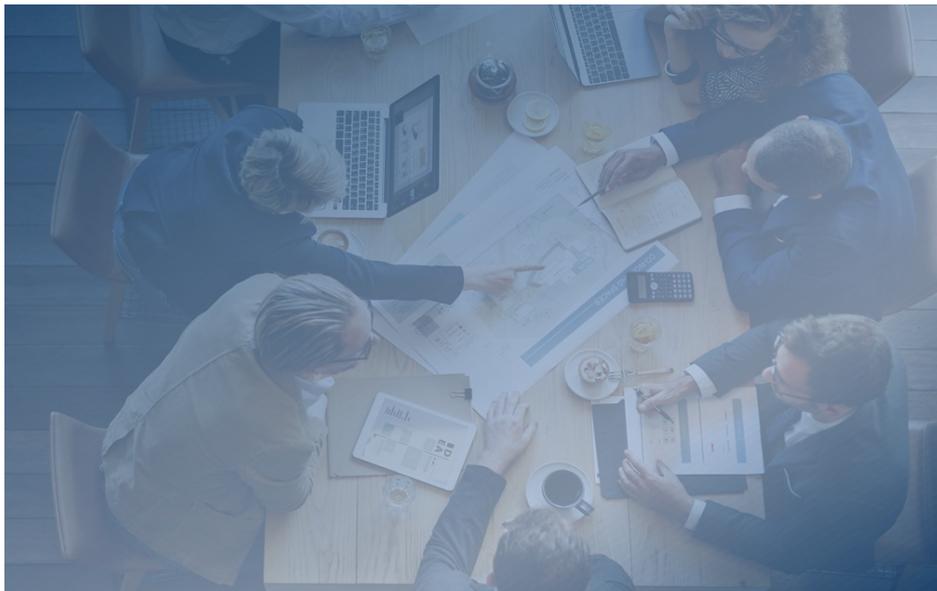
ЗАДАЧИ

1. Выявить драйверы и барьеры эффективности во взаимодействии. Разрезы:
 - Продукт/Услуга
 - Процессы и процедуры
 - Корпоративные коммуникации
2. Разработать инициативы по улучшениям



02

Сессия с топ-командой: результаты исследования и «вижн»



ЦЕЛЬ

вовлечь ключевых стейкхолдеров в процесс развития клиентоориентированности, договориться о целях (что нам действительно важно, какими мы хотим быть, что нам это даст)



ЗАДАЧИ

- 1. Обсудить результаты исследования**
где мы сейчас, в чем наши сильные стороны, где отстаем
- 2. Договориться о целевой «картинке»**
какими мы хотим быть и что для этого предстоит сделать

03

Сопровождение реализации инициатив по развитию клиентоориентированности

Фокус на клиенте – прошит в стратегии	Бизнес-процессы и политики заточены на клиента	Люди хотят быть клиентоориентированными	Есть конкретные инструменты
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мы договорились о принципах отношения к клиентам ▪ Удовольствие/опыт клиентов для нас не менее важны, чем прибыль ▪ Наши сотрудники – тоже наши клиенты ▪ Наши люди знают и верят, что эти изменения реальны 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мы видим каждый процесс сквозь призму клиентского опыта ▪ Мы последовательно перестраиваем процессы так, чтобы сделать их классными для клиентов. Сначала устраняем самые яркие проблемы, потом совершенствуем систему дальше 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мы настроили HR-систему, чтобы нанимать, мотивировать и продвигать клиентоориентированных сотрудников ▪ Мы сформировали систему обучения, чтобы помогать людям быть клиентоориентированными 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мы разработали комплекс инструментов, которые превращают клиентоориентированность из магии в конкретные и понятные действия ▪ Мы выбрали и регулярно отслеживаем метрики удовлетворенности клиентов

Набор инициатив формируется на сессии топ-команды с учетом особенностей компании, консультанты помогают выстроить методологию реализации каждой инициативы.

04

Разработка и внедрение практик клиентоцентричности

Набор практик определяется топ-командой и разрабатывается под задачи и специфику компании. Основания для выбора практик:

- Исследуется ролевая модель успешных и одновременно клиентоориентированных сотрудников, их поведение в типовых ситуациях описывается в формате практик.
- Определяются наиболее подходящие под процессы и специфику бизнеса инструменты для развития клиентоориентированности

Пример списка практик

Run (в поддержку операционной работы с клиентами)

- Обсуждение запроса
- Формирование предложения
- Сопровождение в процессе
- Работа со сложными кейсами/недовольством клиента

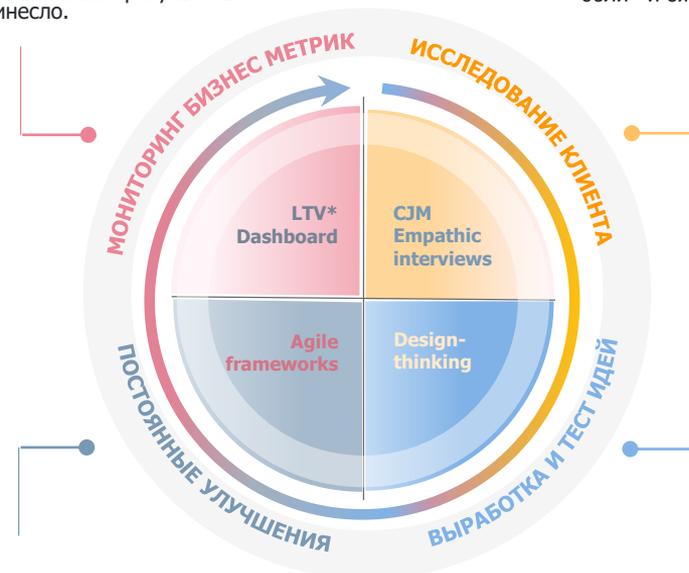
Change (для развития клиентского сервиса)

- Изучение клиентского опыта
- Генерация идей по улучшениям
- Тестирование MVP
- Мониторинг результатов

Цикл развития клиентского сервиса

Оценить результаты, понять, как внедренные идеи восприняты клиентами и какие результаты это принесло.

Проанализировать ситуацию глазами клиента, понять его «боли» и ожидания.



Быстро тиражировать решения, которые оказались успешными.

Сгенерировать идеи по улучшению сервиса для клиента. Быстро протестировать идеи, чтобы развивать хорошие и не тратить ресурсы на плохие.

* Здесь и далее перечислены примеры инструментов, способствующих развитию клиентоориентированности

05

Построение системы мониторинга клиентоориентированности

Цель

- Разработка единого подхода к регулярной оценке и управлению качеством внешних и внутренних сервисов



Процесс

- Интервью со стейкхолдерами: согласовать образ результата
- Исследование рынка – какие метрики используются в сфере
- Анализ существующих подходов к управлению качеством сервисов
- Анкетирование сотрудников: что хочет видеть персонал в оценке
- Разработка методологии сбора данных (включая проведение дискуссии в группах между Заказчиком и сотрудниками и между подразделениями)
- Сессия со стейкхолдерами – согласование метрик и инструментов мониторинга клиентоориентированности
- Разработка «дорожной карты внедрения мониторинга

Результат

- Общий формат инструмента оценки качества внешних и внутренних сервисов
- Описание ролей участников процесса работы с качеством внешних и внутренних сервисов
- Кластеризация пользователей сервисов по отношению к важности критериев оценки
- Описание основных шагов для внедрения процедур и практик контроля качества внешних и внутренних сервисов

Почему ЭКОПСИ?

КОНСАЛТИНГ

Компания ЭКОПСИ исторически развивается в логике клиентоцентричности и содержит в своей культуре ориентацию на клиента. **Мы придерживаемся принципа «сапожник в сапогах»**

В ЭКОПСИ **мощная методологическая база**, которая дает возможность системно выстраивать работу по развитию клиентоцентричности для наших Заказчиков

Успешный опыт в проектах по теме клиентоориентированности от аудита до внедрения конкретных инструментов и практик



КТО МЫ: ЭКОНОМИКА И ПСИХОЛОГИЯ
ВО ЧТО МЫ ВЕРИМ: БИЗНЕС ДЕЛАЮТ ЛЮДИ
НАША МИССИЯ: ЛЮДЯМ И ОРГАНИЗАЦИЯМ –
ЭФФЕКТИВНОСТЬ, РАЗВИТИЕ И ДРАЙВ

ЭКОПСИ – ЭТО...

ОБУЧЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА

ИССЛЕДОВАНИЯ И СОЦИОЛОГИЯ

HR-АНАЛИТИКА

УПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ

АВТОМАТИЗАЦИЯ HR

ОЧНАЯ И ДИСТАНЦИОННАЯ ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА

HR-МАРКЕТИНГ

ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ КОНСАЛТИНГ

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ И ОПЕРАЦИОННАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

№1
В РЕЙТИНГЕ *

498
ПРОЕКТОВ В ГОД

150+
КОНСУЛЬТАНТОВ

30
ЛЕТ НА РЫНКЕ

ЭКОПСИ Бизнес делают люди

Услуги Инсайты Мероприятия О компании Карьера Контакты Подписаться [rss-feed](#) [Q](#)

Подберем оптимальное решение для вашего бизнеса

Какую задачу вы хотите решить?

- Мобилизовать сотрудников в период кризиса
- Сделать организацию цифровой
- Осуществить слияние или поглощение
- Повысить управляемость бизнеса
- Внедрить культуру инноваций
- Повысить операционную эффективность
- Снизить травматизм
- Обеспечить реализацию стратегии
- Сплотить команду
- Внедрить современные практики в управлении персоналом
- Повысить компетентность сотрудников
- Обеспечить командно-люди
- Изменить ценности или культуру
- Автоматизировать процессы управления персоналом

Популярные инсайты

Все инсайты >



БЕЗКОМПЬЮТЕРНАЯ 20.04.2021

Что происходило с вовлеченностью в 2020 году? Результаты Всероссийского мониторинга вовлеченности

Запись вебинара от 20.04.2021



КОМПАНИИ 04.04.2021

Робот-хандриод: как искусственный интеллект ищет выгоревших сотрудников

Кадровики заинтересовались ИИ: "умные" программы анализируют причины конфликтов в коллективе, выявляют сотрудников, собирающихся покинуть компанию, а кому-то даже помогают сделать карьеру



КОМПАНИИ 04.04.2021

Напрасный труд: как компании вынуждают сотрудников работать бесплатно

Предприятия, которые не платят за помощь "тестовых заданий" или заставляют персонал совершать подвиги во имя высокой цели, в России прежнему много. Опасаться им придется не судябыть



ОПИСАНИЕ ПОДСИДКА 01.04.2021

Цифровые профили сотрудников. Как предсказывать результативность и текучесть кандидатов с точностью до 70%?

Запись вебинара от 01.04.2021



БИЗНЕС ДЕЛАЮТ **ЛЮДИ**

Анастасия Архипова

ТЕЛ. +7 (495) 645 21 15

E-MAIL: aarkhipova@ecopsy.ru

Направление «Организационные
изменения»