

A background image showing a close-up of two hands shaking in a firm grip, symbolizing agreement or partnership. The image is overlaid with a semi-transparent blue filter.

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



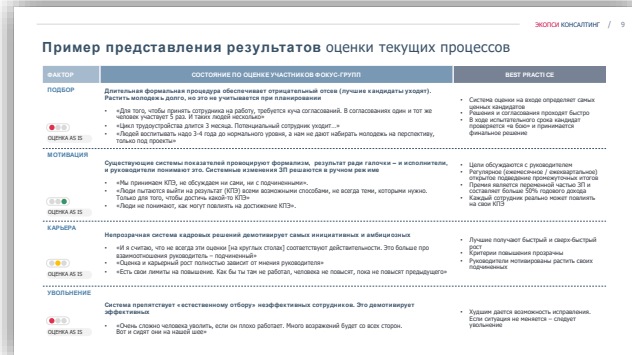
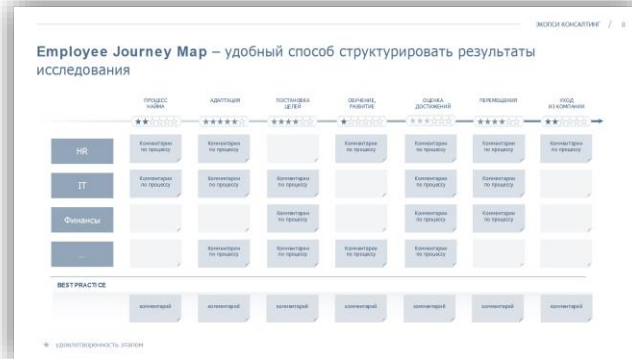
### ЗАДАЧИ

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

**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

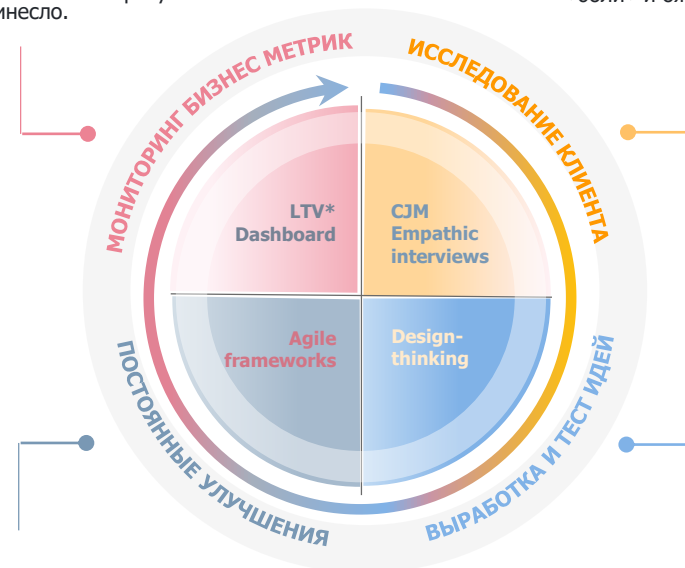
**Change** (для развития клиентского сервиса)

- 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 >



Бизнес-статья 20.04.2021

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

Запись вебинара от 20.04.2021



Комментарий 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



Комментарий 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 подвига 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](mailto:aarkhipova@ecopsy.ru)

Направление «Организационные  
изменения»