

Исследование клиентского опыта в b2b: цели, методы, инсайты



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 судябыль



Описание подвига 01.04.2021

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

Запись вебинара от 01.04.2021



Анастасия Архипова

Директор проектов ЭКОПСИ Консалтинг

Правила вебинара



ВРЕМЯ

с 11:00 до 12:00
(по Московскому времени)



ВОПРОСЫ

Вопросы можно задавать
в «общем чате» в течение
всего вебинара



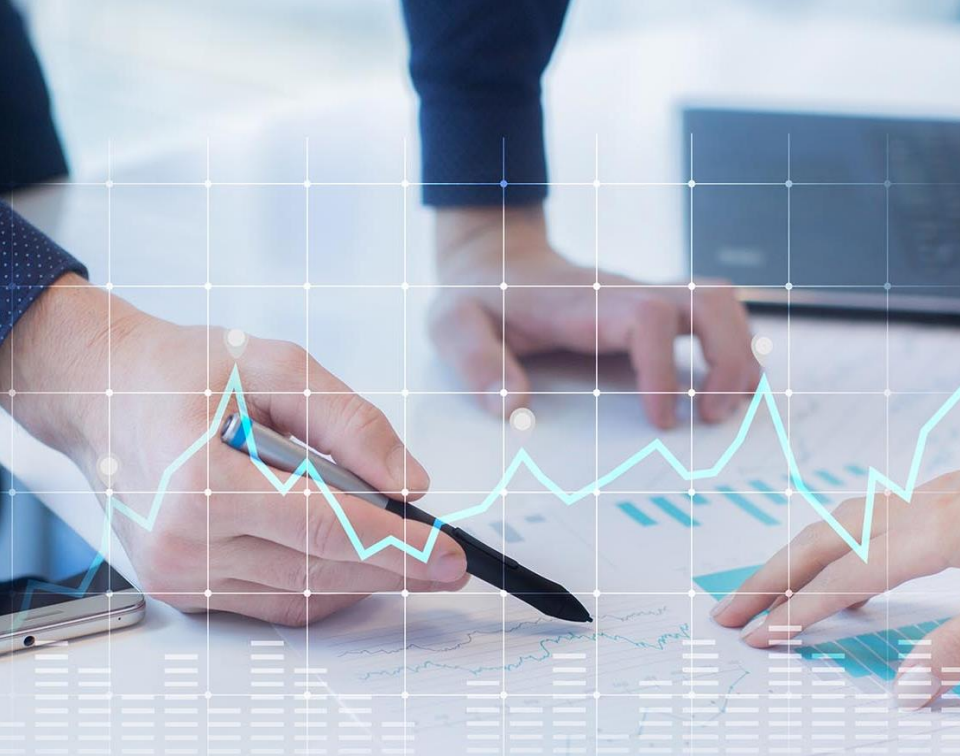
ТЕХНИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

Если есть технические
вопросы – пишите
в «общий чат»



Какие темы сегодня обсудим

- почему компании **все больше внимания уделяют теме клиентского опыта**
- **3 уровня взаимодействия с клиентами** – как структурировать клиентский опыт
- в чем ценность **исследования мнений** (а не только фактов)
- кейс исследования клиентского опыта b2b: **инсайты и решения**
- **Секреты успеха** качественного исследования удовлетворенности клиентов в b2b



Почему тема клиентского опыта
на повестке у руководителей
компаний

43 %

клиентов готовы **платить больше** за отличный клиентский опыт

PWC, 2018

9,5 %

выручки теряют компании, чьи клиенты не довольны своим опытом взаимодействия

Qualtrics, 2021

77 %

СЕО считают, что для **устойчивости и роста их бизнеса** необходим лучший клиентский опыт

Accenture, 2020

Для чего компании проводят **исследования клиентского опыта?**

**ВИДЕТЬ ГЛАЗАМИ
КЛИЕНТА** свои сильные
и слабые стороны, в том
числе, по сравнению
с конкурентами

МОНИТОРИТЬ ДИНАМИКУ
отношений с клиентами,
отслеживать как реагируют
клиенты на изменения

**ВЫБИРАТЬ
НАПРАВЛЕНИЯ**
для дальнейшего развития
бизнеса

Виды исследований клиентского опыта

	КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ	КАЧЕСТВЕННЫЕ
Статистика	+	—
big picture	+	+ / —
глубина	—	+
персонализация	—	+

Идеальный вариант – микс двух методов.

На первом этапе количественное исследование, которое помогает собрать общую картинку в первом приближении и сформулировать гипотезы.

А затем на этапе качественного исследования выяснить причины и возможные варианты решений.



УПРАВЛЕНИЕ КЛИЕНТСКИМ ОПЫТОМ:

- это **система действий** компании
- значимо влияющая на **объем продаж**
- и / или **лояльность клиентов**

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. я

Модель клиентоориентированности ЭКОПСИ



Методология исследования

Шаг 1

Формируем критерии
удовлетворенности

Шаг 2

Определяем круг лиц,
чье мнение для нас
важно

Шаг 3

Проводим серию
полуструктуриро-
ванных интервью

Шаг 4

Формируем отчет –
структурированный и с
яркими цитатами

Важно:

- Знать, что КТО ваши клиенты
- Понимать, ЧТО для них важно
- Решить, КАКОЙ ОПЫТ вы хотите для них создавать

Структура отчета

- Интегральные оценки по уровням
- Подробные оценки по каждому параметру и яркие цитаты, раскрывающие суть позиции клиента
- Идеи и пожелания клиента
- Рекомендации ЭКОПСИ

Удовлетворенность компании Монблан сотрудничеством с Эверестом

экопси / 14

Организационный уровень: 8,3

Процессный уровень: 8,6

Личностный уровень: 8,9

Уровень технологичности
Условия оплаты

В целом компания Монблан удовлетворена работой с Эверестом как в количественных оценках, так и в отдельных высказываниях: «Эверест – просто лучше»

Возможные рекомендации. Организационный уровень

экопси / 28

ПОДДЕРЖИВАТЬ

1. Продолжать транслировать ценность «Фокус на клиенте» от уровня руководства до уровня рядовых сотрудников. Продолжать проактивный поиск новых идей и

РАЗВИВАТЬ

1. Еще больше PR-ить проекты и мини-решения, заточенные на Монблан. Рассказывать об этом как в личной коммуникации, так и по официальным каналам
2. PR-ить Монблан как партнера в целом и работу отдельных людей

Ключевые сильные стороны на организационном уровне

экопси / 17

Оценки по параметрам	Средняя оценка	Ключевые преимущества
«УРОВЕНЬ ТЕХНОЛОГИЧНОСТИ»	9,6	• Непрерывное совершенствование методов и технологий производства аппаратуры
«СТАБИЛЬНОСТЬ АССОРТИМЕНТА»	9,4	• Стабильный, постоянно развивающийся ассортимент
«НАЛИЧИЕ СЕРТИФИКАТОВ»	9,3	• Продукция в обязательном порядке имеет сертификат
«КАЧЕСТВО ОБОРУДОВАНИЯ»	9,1	• Как правило, отличное качество оборудования, хотя иногда клиент не доволен качеством комплектующих
«УСЛОВИЯ ОПЛАТЫ»	9,0	• Условия оплаты гибче, чем у конкурентов
		Ключевая зона развития
		• Модернизация действующего парка российского оборудования

▲ Подразделение 1 «Мы в текущем году получили проблематику с поставкой комплектующих в срок. Мы первый квартал текущего года были параллельно в работе исходя из того, что комплектация системы страдала. Я думаю, что это всё-таки влияние качества оборудования в целом, нужна локализация комплектующих для повышения качества оборудования. Хотим и замкнуть эти позиции»

△ Подразделение 2 «Часто ищут что-то новое. Сейчас занимается решением проблемы неконтролируемых выбросов. Я думаю, что тема важная. Мало еще что понимают здесь, а надо бы. Отрасль нуждается оборудование, которое бы свело к минимуму объем выбрасываемого газа»

▲ Подразделение 3 «Эверест гораздо гибче в вопросах отсрочки платежей, то есть компания проявляет достаточно финансовую гибкость, учитывая специфику клиента и его внутренние процедуры»

и не только про бизнес, для нас значимы

решений. При принятии решения продумывать, и же решения, но и Монблан подстраховать.

продукта, для сотрудников Монблан всех

то ценнообразованию им необходимы и для чего. ные Эверест будет готова предоставить ть их задачи по обоснованию своих бюджетов и

уровне, транслировать, что у Эвереста тоже есть ков (для лучшего будущего, устойчивое развитие

Just business, nothing personal



Компания

Крупное промышленное производство

Продажи b2b по длинным контрактам

ЗАДАЧА

Укрепление стратегического партнерства, определение приоритетов развития бизнеса

Запрос к ЭКОПСИ – исследовать удовлетворенность работой одного из ключевых заказчиков компании, найти точки роста, понять ключевые, нереализованные на данный момент, ожидания

Контекст: регулярные исследования удовлетворенности проводятся.

Что хотелось бы изменить в исследовании:

- Предыдущие исследования были полезны, но были очень объемны и скорее описывали мнения сотрудников. Не хватало структуры
- Часть проблем оставалась недораскрытой из-за высокой специфичности бизнеса, обилия терминов
- Заказчику приходилось всерьез перерабатывать материал и формулировать план действий

Удовлетворенность компании Монблан сотрудничеством с Эверестом



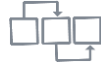
ПРИМЕР

- В целом компания Монблан удовлетворена работой с Эверестом как в количественных оценках, так и в отдельных высказываниях: **«Эверест – просто лучшие»**
- По сравнению с прошлым годом **оценки незначительно выросли**
- Личностный уровень (доступность, тактичность, коммуникация, сотрудники в целом) – ключевая сильная сторона
- Достаточно высоко и стабильно сотрудники Монблан оценивают процессный уровень – документооборот в целом, скорость и комплектность документов, условия оплаты
- **Зоны развития – это работа в нестандартных ситуациях (скорость и качество решения проблем, работа с рекламациями), а также качество оборудования**

Удовлетворенность компании Монблан сотрудничеством с Эверестом



ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ УРОВЕНЬ



ПРОЦЕССНЫЙ УРОВЕНЬ

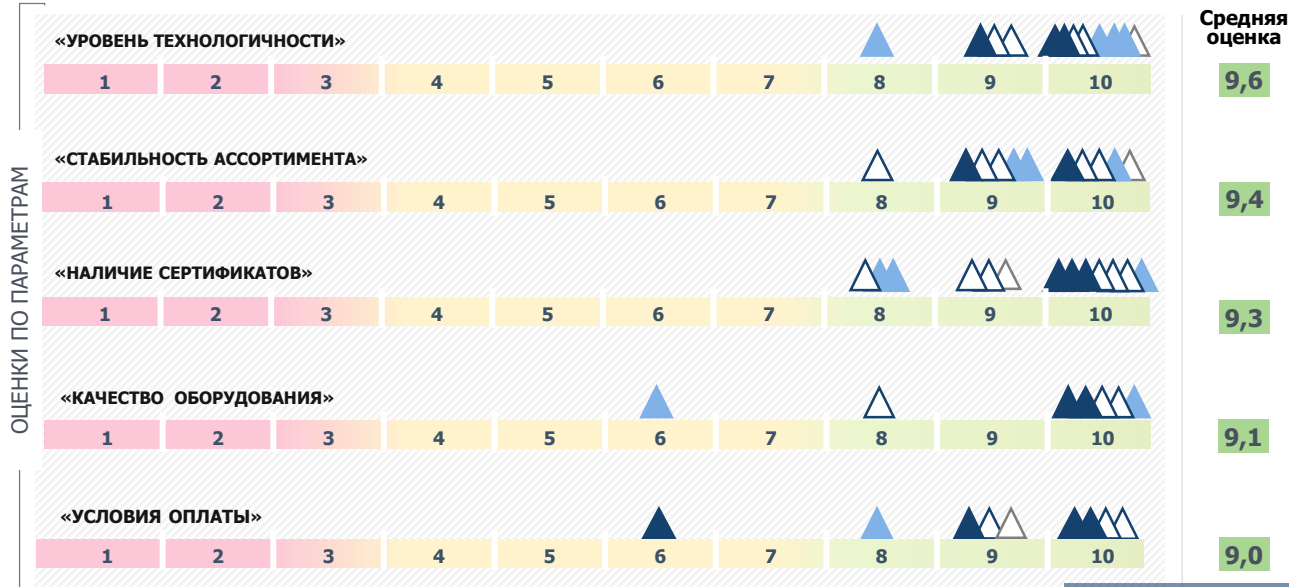


ЛИЧНОСТНЫЙ УРОВЕНЬ



1. Указаны значения только тех показателей, которые больше или равны «9» и меньше «8» (исключение – показатели с модулем отклонения более «1»).
2. Показатель в скобках зеленого цвета отражает положительные отклонения по сравнению с идентичным показателем XXXX года, показатель в скобках красного цвета – отрицательные.
3. Указаны только показатели отклонения «1» или более по модулю.

Ключевые сильные стороны на организационном уровне



Ключевые преимущества

- Непрерывное совершенствование методов и технологий производства аппаратуры
- Стабильный, постоянно развивающийся ассортимент
- Продукция в обязательном порядке имеет сертификат
- Как правило, отличное качество оборудования, хотя иногда клиент не доволен качеством комплектующих
- Условия оплаты гибче, чем у конкурентов

Ключевая зона развития

- Модернизация действующего парка российского оборудования

ПРИМЕР



Подразделение 1

«Мы в текущем году получили проблематику с поставкой комплектующих в срок. Мы первый квартал текущего года были парализованы в работе исходя из того, что комплектация системы страдала. Я думаю, что это всё-таки влияние качества оборудования в целом, нужна локализация комплектующих для повышения качества оборудования. Поэтому я занизила эти позиции».



Подразделение 2

«Часто ищут что-то новое. Сейчас занимаются решением проблемы неконтролируемых выбросов. Я думаю, что тема важная. Мало еще что понимаем здесь, а надо бы. Отрасли необходимо оборудование, которое бы свело к минимуму объем выбрасываемого газа».



Подразделение 3

«Эверест гораздо гибче в вопросах отсрочки платежей, то есть компания проявляет достаточную финансовую гибкость, учитывая специфику клиента и его внутренние процедуры».

Главные инсайты клиента

1. Мнения могут не соответствовать объективным фактам. Это нормально. И с этим надо работать.
2. Мы думали, что мантра «Just business, nothing personal» помогает нам в работе, а оказалось наоборот.
3. «Мы не думали, что для них это [...] НАСТОЛЬКО важно!»



В каких случаях именно такой формат исследования наиболее полезен?

Вы строите **долгосрочные, партнерские отношения с клиентами**

Есть понятный круг лиц на стороне заказчика, чье мнение всерьез влияет на ваше сотрудничество

Вы действительно готовы меняться и не оставите обратную связь от клиента без внимания

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

Спасибо и до новых встреч!