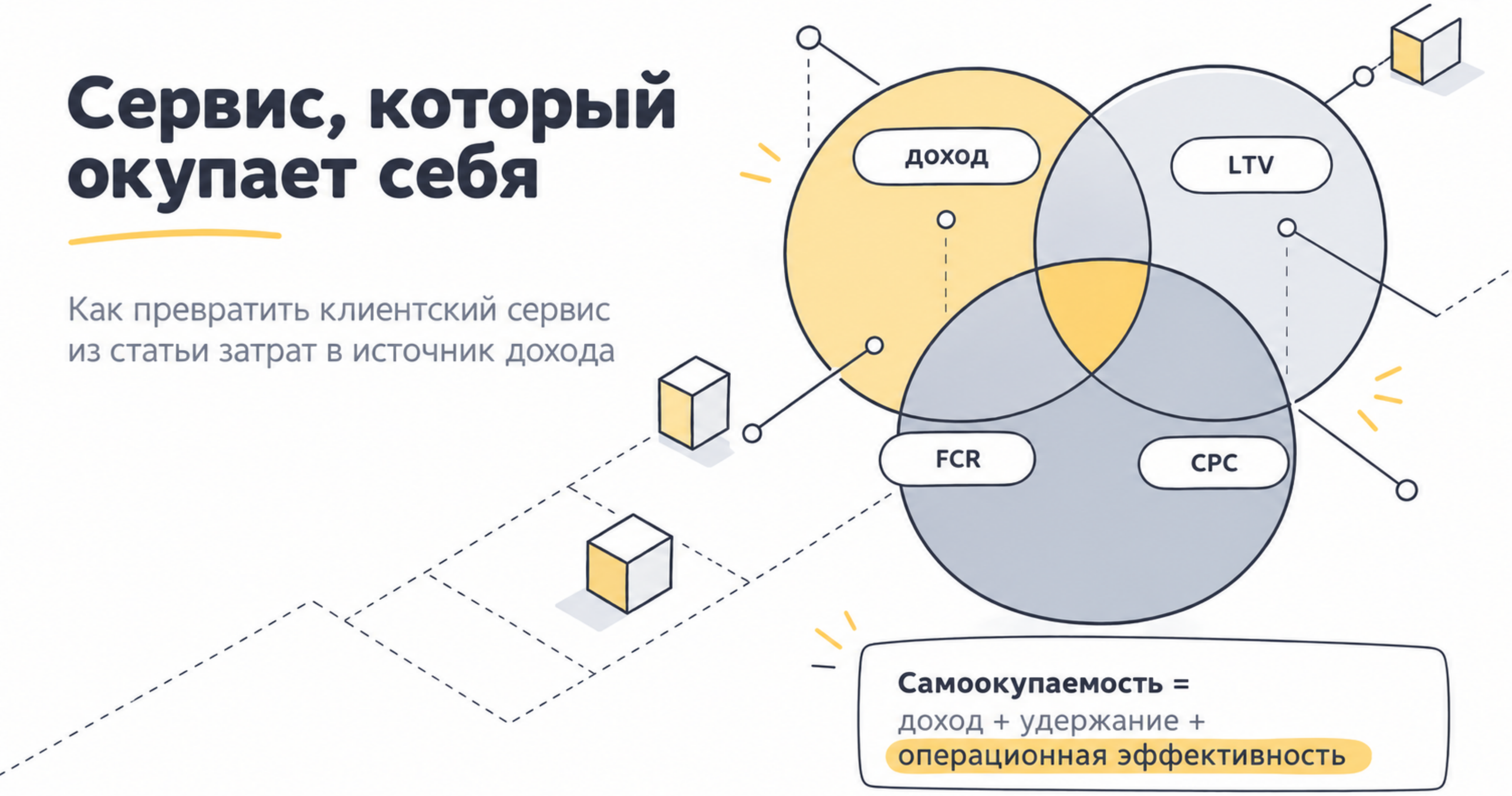
Сервис, который окупает себя

Как превратить клиентский сервис
из статьи затрат в источник дохода



Самоокупаемость =
доход + удержание +
операционная эффективность

Экспертиза

Клиентский опыт, сервис и экономика функции

01

Проектный опыт

SberPrivate, «Впрок. Перекрёсток», ВТБ, А101, КРОК, гипермаркет «Азия» (Кыргызстан)

02

Опыт работы

Лидер клиентского опыта и качества Capital Group, ex «Яндекс», «Самолёт», Иви, Альфа-Банк, Дом.ru

03

Автор

Классного уникального курса для сотрудников сервиса: 2 000 участников, NPS 98%

КОНТАКТЫ

+7 (985) 685-59-59

Telegram: @annagubanna

Telegram-канал
«Мой клиентский опыт»
@customerexser

CX, который приносит прибыль

Эффективность сервиса — это не только «сколько потратили»,
но и «сколько ценности создали».

Иви

70%

ФОТ сервиса
достигли за год

98%

CSI

Самолёт

180%

ФОТ клиентских офисов
рост доходов в 3 раза

95%

CSI +20 п. п. за год

**Ценность измеряется не только дополнительной выручкой,
но и ростом лояльности и удовлетворённости**

Клиентский сервис как бизнес-функция

Доход и удержание должны стоять в одном уравнении со стоимостью обслуживания.

01

Upsell + Cross-sell

+

02

Удержанный LTV

+

03

Экономия затрат

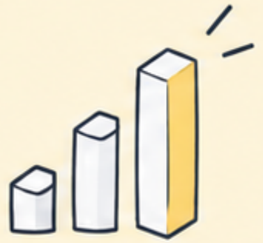
−

04

Стоимость сервиса

=

05



Экономика сервиса

Экономика контакта = ценность − стоимость

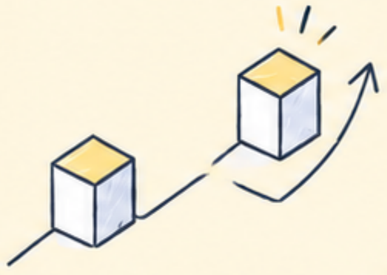
Зарабатывать на существующем потоке

каждый контакт может создавать дополнительную ценность, если предложение релевантно клиенту.

01

Upsell

Повысить чек текущей потребности



02 Cross-sell

Смежные продукты и услуги

03 Retention

Удержание = продолже LTV

Воронка ценности

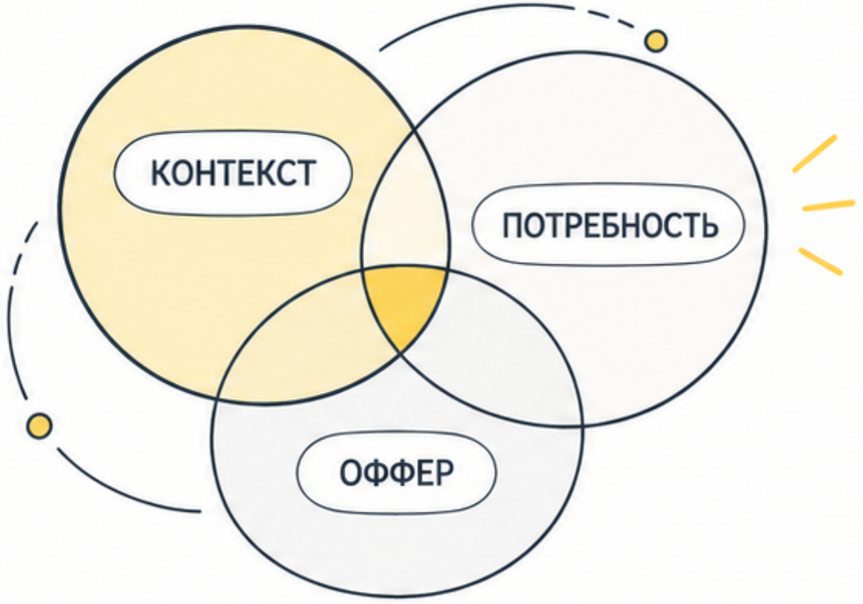
01	02	03	04
Контакт	Возможность оффера	Оффер озвучен	Продажа / удержание

Кейс Иви

Оффер на удержание - в каждом релевантном контакте, включая сценарии бота. Результат: 3% удержанных клиентов.

Как сделать правильный оффер

Оффер не раздражает клиента, если логично продолжает решение его задачи.



01

Из контекста клиента

Предлагать то, что полезно именно сейчас

→

02

Чем короче контакт, тем короче оффер

Звонок: 1–2 фразы
Чат: короткий скрипт

→

03

Упаковать в понятное решение

Не список услуг, а готовый сценарий

→

04

Просто для сотрудника

Кому предложить → что сказать → что дальше

Кейс Самолёт | Рост продаж в 3 раза за первый месяц после упаковки услуг заселения в бандлы

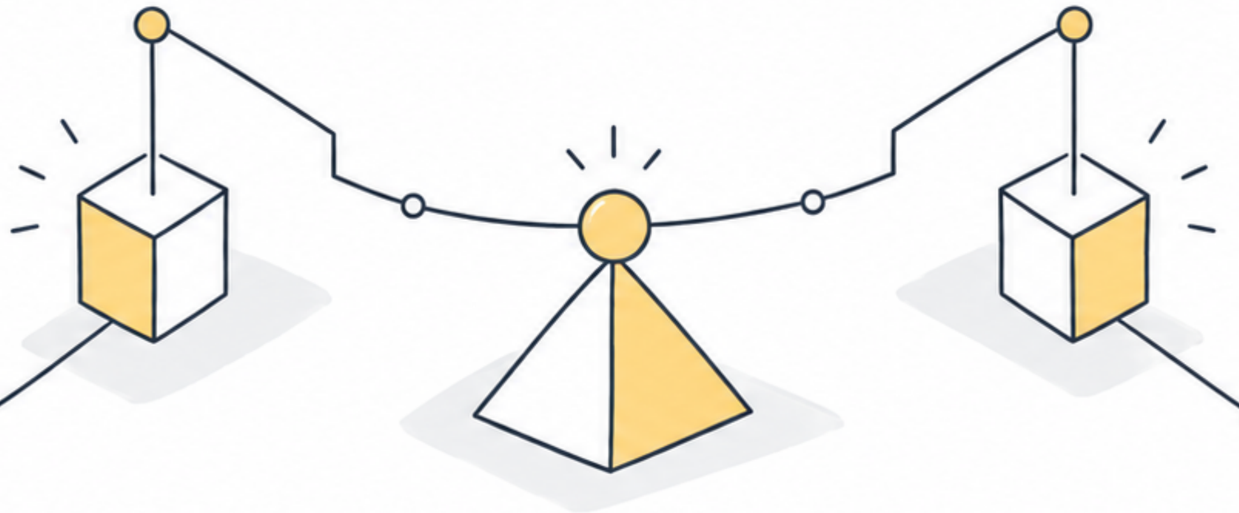
Ситуация клиента → Потребность → Оффер → Следующий шаг

Баланс KPI

Сильная система KPI удерживает баланс между клиентской лояльностью и экономикой бизнеса.

Лояльность

NPS • CSI • CES



Деньги

Revenue • LTV • Cost

ЛОКАЛЬНЫЙ KPI НЕ ДОЛЖЕН ЛОМАТЬ БАЛАНС МЕЖДУ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ И ДЕНЬГАМИ

Мотивация сотрудников

Локальные KPI должны одновременно удерживать качество сервиса и экономику бизнеса.

Иви

- **CSAT** — качество каждого клиентского взаимодействия
- **SLA** — командная доступность сервиса

Самолёт

- **План** — выполнение плана продаж клиентского офиса
- **CSI** — качество клиентского опыта
- **SLA** — доступность и скорость обслуживания

Кейс Иви

Короткий скрипт на удержание в каждом обращении

Кейс Самолёт

Рост продаж в 3 раза за первый месяц после упаковки услуг заселения в бандлы

Самоокупаемый сервис

1. **Релевантный для клиента оффер**

   Продукт должен приносить ценность или закрывать потребности.

2. **Упакуйте понятно для сотрудника**

   Просто и быстро!

3. **Упакуйте понятно для клиента!**

   Ценность на первом месте.

4. **Положите в основу правильную мотивацию**

   Она должна поддерживать ваши цели.

5. **Данные — must have**

   Анализируйте и перестраивайтесь по необходимости.

Keep in touch

Анна Губанова

Эксперт по клиентскому сервису и CX

Спикер · Автор Telegram-канала «Мой клиентский опыт»

КОНТАКТЫ

+7 (985) 685-59-59

Telegram: @annagubanna

Telegram-канал
«Мой клиентский опыт»
@customerexser