Moscow
Business School
Leadership Energy

Директор по клиентскому сервису. Организация сервиса на предприятии

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 3 дня

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 17.11.2025

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Современный клиентский сервис: лучшие практики

Клиентский опыт как ключевая ценность сервисной экономики

- 3 способа монетизации впечатлений клиентов
- 5 точек опоры лучшего клиентского сервиса
- 7 главных принципов актуального сервиса
- Особенности организации клиентского сервиса в B2B и B2C

Матрица сервисных сценариев

- Путь клиента в компании: до, во время заключения сделки и после
- Сервисные сценарии. Этапы взаимодействия клиента с компанией
- 100 точек касания и организация работы с ними
- Как определить проблемные зоны в сервисе и улучшить бизнес-процессы

Практикум: «Разработка матрицы сервисных сценариев для вашей

компании»

Организация сервиса на предприятии

- Как внедрить клиентоориентированный подход в компании: с чего начать и как продолжить
- Функционал директора по клиентскому сервису в компании
- Система показателей качества клиентского сервиса
- Клиент всегда прав?

Практикум: «Ключевые метрики клиентского сервиса: преимущества и недостатки»

Управление претензиями и жалобами клиентов

- Жалоба как подарок и как извлечь выгоду из жалоб и претензий клиентов
- 10 основных причин возникновения претензий
- Алгоритм отработки возражений клиента в общении. 5 шагов для перевода эмоций в конструктивное русло
- Особенности работы с письменной претензией

Практикум:

- Управление претензией клиента
- Работа с претензией по электронной почте

День 2

Клиентоориентированный персонал: повышение качества обслуживания клиентов

Управление качеством сервисного поведения сотрудников

- Определение желаемой модели сервисного поведения сотрудников

- Построение модели компетенций сотрудника, предоставляющего сервис
- Использование модели компетенций для управления сервисным поведением

Практикум: «Разработка модели компетенций сотрудника, осуществляющего сервис»

Мотивация сотрудников к сервисному поведению

- Принципы материальной мотивации сотрудников, осуществляющих сервис
- Примеры материальной мотивации сервисного поведения
- Нематериальная мотивация сервисного поведения
- Примеры нематериальной мотивации сервисного поведения

Практикум: «Выбор способов нематериальной мотивации сервисного поведения для своей компании»

Обучение сервисному поведению

- Принципы и технологии обучения сервисному поведению
- Система поддержки после обучения: внедрение полученных знаний и инструментов в работу
- Хвалим и критикуем: корректируем поведение сотрудников с помощью техник обратной связи
- Примеры программ обучения для сотрудников, осуществляющих сервис

Практикум: «Способы повышения эффективности обучения для своей компании»

Контроль качества сервисного поведения сотрудников в организации

- Способы контроля сервисного поведения сотрудников
- Внутренняя и внешняя оценка качества сервисного поведения
- «Тайный покупатель» как инструмент оценки качества сервиса

Практикум: «Выбор инструментов контроля качества сервисного поведения»

День 3

Потребительская лояльность. Завоевание и удержание клиентов

Лояльность потребителей в XXI веке

- Понятие потребительской лояльности
- Чем истинная лояльность отличается от фальшивой лояльности
- Ключевые тренды развития рынков и лояльность потребителей. Что изменилось с лояльностью потребителей за последние 300 лет. Какие факторы будут играть ключевую роль в ближайшие 10 лет
- От чего зависит лояльность потребителей: основные факторы и как на них влиять
- Принципиальные отличия подходов к лояльности в России и за рубежом
- Основные показатели измерения лояльности: преимущества и недостатки
- В каких случаях компании необходимо запускать программу лояльности

Практикум: «Мифы о лояльности потребителей»

Сегментация клиентов и разработка адресных предложений

- Как понять, каких клиентов следует удерживать
- 3 способа сегментации клиентов
- Практические инструменты сбора информации о клиентах
- 30 причин, по которым ваши клиенты покупают

Практикум: «Сегментация клиентов вашей компании и разработка рекомендаций по каждому сегменту»

Инструменты удержания клиента

- Работа с оттоком клиентов: как удерживать клиентов в момент попытки ухода
- Чем инструменты формирования лояльности отличаются от маркетинговых способов стимулирования продаж
- 50 способов «привязать» клиента к компании
- Материальные формы поощрения лояльности: преимущества и недостатки
- Нематериальные формы поощрения клиентов: особенности использования
- Измерение показателей качества удержания клиентов

Практикум: «Разработка инструментов поощрения клиентов»

Разработка программы лояльности потребителей

- Алгоритм разработки программы лояльности
- 3 кита успешной программы лояльности
- Зона приемлемых решений при разработке программы
- 20 типовых ошибок программ лояльности: как не наступить на грабли
- Лучшие практики: кейсы успешных программ лояльности
- Чек-лист «Оценка успешности программы лояльности потребителей с точки зрения клиента»
- Чек-лист «Оценка успешности программы лояльности потребителей с точки зрения компании»

Практикумы:

- Упражнение «Постановка целей программы лояльности»
- Разработка программы лояльности