Moscow
Business School
Leadership Energy

Системный клиентский сервис: пошаговое внедрение

Формат обучения: Онлайн

Срок обучения: 60 дней

Время проведения: 1 раз в неделю с 18:00 до 21:00

Дата начала: 22.01.2026

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

Программа обучения

День 1

Путь клиента и точки взаимодействия

Задача: Определить путь клиента и зоны его взаимодействия с компанией

Теория:

- Введение в понятие пути клиента
- Этапы взаимодействия клиента с брендом: от первого контакта до постпродажного обслуживания
- Основные цели анализа пути клиента: улучшение опыта и повышение удовлетворенности на каждом этапе

Практика:

- Работа с картой пути клиента: участники идентифицируют основные точки взаимодействия и выявляют потенциальные проблемные зоны
- Обсуждение группами: какие инструменты можно использовать для улучшения пути клиента?

Результат (итоги дня): Готовая карта пути клиента для компании с указанием ключевых точек и проблемных зон, а также план улучшения

взаимодействия на каждом этапе

День 2

Влияние клиентского сервиса на прибыль

Задача: Выяснить реальное влияние клиентского сервиса на бизнес-результаты

Теория:

- Клиентский сервис как стратегический элемент компании
- Лояльность клиентов, повторные покупки и их связь с уровнем обслуживания
- Влияние качественного сервиса на рост среднего чека и сокращение затрат на привлечение новых клиентов
- Примеры успешных компаний с высоким уровнем сервиса и их финансовые результаты

Практика:

- Сравнительный анализ успешных компаний, использующих стратегии улучшения клиентского опыта
- Создание стратегии для увеличения лояльности клиентов компании на основе анализа

Результат: Разработанная стратегия увеличения прибыли за счет улучшения клиентского сервиса

День 3

Стандарты клиентского сервиса

Задача: Разработать и начать внедрять стандарты обслуживания

Теория:

- Что такое стандарты клиентского обслуживания и почему

они важны?
- Роль стандартов в поддержании высокого уровня обслуживания и удовлетворенности клиентов
- Примеры успешных стандартов от мировых компаний

Практика:

- Участники в группах разрабатывают стандарты для различных сценариев взаимодействия с клиентами (жалобы, вопросы, обслуживание на точках)
- Обсуждение лучших мировых практик внедрения стандартов

Результат: Готовые стандарты обслуживания для различных этапов взаимодействия с клиентом в компании

День 4

Корпоративная культура и ценности

Задача: Сформировать внутри компании клиентоориентированную корпоративную культуру

Теория:

- Что такое корпоративная культура и как она влияет на клиентоориентированность компании
- Модель системы ценностей клиентоориентированной компании: видение, миссия, корпоративная культура
- Методики разработки миссии и видения (Golden Circle от Саймона Синека, метод «5 почему»)
- Роль руководителей в поддержке и внедрении культуры

Практика:

- Участники в группах формулируют видение и миссию своей компании
- Разработка плана внедрения корпоративной культуры: воркшопы, примеры, внутренняя коммуникация, программы менторства

Результат: Проект внедрения корпоративной культуры, включающий ценности, миссию и конкретные шаги по внедрению

День 5

Эмоциональный интеллект и путь клиента

Задача: Установить влияние эмоционального интеллекта на работу с клиентами

Теория:

- Понятие эмоционального интеллекта (EQ) и его роль в клиентском обслуживании
- Как EQ помогает справляться с жалобами клиентов, предотвращать конфликты и повышать лояльность
- Примеры успешных компаний, активно использующих эмоциональный интеллект в своих стратегиях обслуживания

Практика:

- Ролевая игра: участники разыгрывают конфликтные ситуации с клиентами, демонстрируя навыки эмоционального интеллекта
- Анализ ситуаций и выработка лучших стратегий поведения в конфликтных ситуациях

Результат: План по развитию эмоционального интеллекта у сотрудников для повышения качества обслуживания клиентов

День 6

Сбор и анализ обратной связи

Задача: Определить метрики и показатели эффективности клиентского обслуживания

Теория:

- Обзор ключевых метрик клиентского опыта: NPS, CLV, Churn Rate, CSAT
- Методы сбора обратной связи: опросы, мониторинг социальных сетей, платформы обратной связи
- Важность использования метрик для повышения качества обслуживания

Практика:

- Работа с реальными данными: участники проводят анализ клиентской обратной связи и рассчитывают ключевые метрики
- Выявление проблемных зон на основе полученных данных

Результат: Составленный отчет по основным показателям клиентского опыта компании и план по их улучшению

День 7

Работа с жалобами клиентов

Задача: Настроить методы и схемы работы с жалобами клиентов

Теория:

- Обзор методов работы с жалобами: модели L.E.A.R.N., A.C.E.S. и методика «УЛУЧШИ»
- Как эффективно превращать недовольных клиентов в лояльных
- Стратегии работы с негативными отзывами в социальных сетях

Практика:

- Ролевая игра: моделирование работы с жалобами клиентов в различных ситуациях
- Разработка плана действий по работе с негативными отзывами и жалобами

Результат: Готовый план работы с жалобами и негативными отзывами, основанный на лучших мировых практиках

День 8

Внедрение автоматизации в клиентский сервис (продолжение)

Задача: Научиться использовать технологии и системы автоматизации в клиентском сервисе

Практика:

- Участники разрабатывают стратегию внедрения CRM-систем и автоматизации в своей компании
- Обсуждение возможностей речевой аналитики и чат-ботов для улучшения качества обслуживания и снижения времени на решение проблем

Результат: Разработанная стратегия внедрения технологий автоматизации для повышения эффективности и качества клиентского сервиса

День 9

Лояльность и удержание клиентов

Задача: Как удерживать клиентов и повышать их лояльность

Теория:

- Важность удержания клиентов: почему удержание обходится дешевле привлечения новых клиентов
- Как работа с обратной связью и персонализация могут повысить лояльность клиентов
- Программы лояльности: виды, примеры успешных программ, внедрение

Практика:

- Разработка программы лояльности для вашей компании, включающей персонализацию и работу с жалобами
- Выявление и анализ причин ухода клиентов на основе анализа обратной связи и других данных

Итог дня: Созданная программа лояльности и план удержания клиентов с использованием персонализированных предложений

День 10

Долгосрочное развитие клиентского сервиса

Задача: Выстроить долгосрочное развитие и поддержание клиентского сервиса

Теория:

- Как удерживать высокий уровень клиентского сервиса на долгосрочной основе
- Стратегии непрерывного улучшения на основе метрик, обратной связи и анализа опыта
- Интеграция клиентоориентированного подхода в бизнес-процессы компании
- Как создать культуру постоянного совершенствования в компании

Практика:

- Разработка долгосрочной стратегии для вашей компании по поддержанию высокого уровня сервиса
- Обсуждение примеров успешных компаний и реализация их методик

Результат: Стратегия долгосрочного развития клиентского сервиса на основе анализа данных и обратной связи