



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Аудит-лист: 40+ проверок для предотвращения оттока клиентов

Практический инструмент для малого бизнеса по выявлению слабых мест и систематическому улучшению клиентского опыта.

Этот аудит-лист разработан для малого бизнеса, чтобы помочь вам систематически оценить ваши текущие процессы и выявить слабые места, которые могут приводить к оттоку клиентов. Пройдите по всем пунктам, отметьте ответы и определите приоритеты для дальнейших действий.

Инструкция по использованию:

1. Прочитайте каждый вопрос и ответьте на него, используя чекбоксы 'Да', 'Нет' или 'Не применимо'.
2. Оцените приоритет проблемы, если ответ 'Нет' или 'Не применимо' указывает на потенциальное улучшение: 'Низкий', 'Средний', 'Высокий'.
3. В конце аудита заполните секцию 'Резюме и план действий', чтобы сфокусироваться на самых важных улучшениях.

Легенда

Ответ	Описание
Да	Действие выполняется или условие соблюдается.
Нет	Действие не выполняется или условие не соблюдается. Требуется внимание.
Не применимо	Пункт не относится к вашей специфике бизнеса.

Шкала приоритета

Приоритет	Описание
Низкий	Проблема не критична, можно отложить решение.
Средний	Проблема важна, но не требует немедленного вмешательства.
Высокий	Проблема критична, требует немедленного решения, так как напрямую влияет на отток.

Раздел 1: Качество продукта/услуги

Соответствует ли продукт/услуга заявленным характеристикам?

Проверяется ли это регулярно?

- Есть ли известные 'боли' продукта, которые не решаются?

Проблемы, о которых часто говорят клиенты.

- Собираем ли мы обратную связь по качеству продукта/услуги регулярно?

Например, через опросы, отзывы.

- Проводим ли мы внутренний контроль качества (например, 'тайный покупатель' для услуг)?

Позволяет оценить качество обслуживания по точкам взаимодействия с клиентами (proclientservice.com).

- Есть ли у нас стандарты качества продукта/услуги?

Документированы ли они и соблюдаются ли?

- Регулярно ли мы обновляем или улучшаем наш продукт/услугу?

Соответствует ли он ожиданиям рынка и конкурентов?

Раздел 2: Клиентский сервис и поддержка

- Среднее время ответа на запрос клиента соответствует нашим стандартам?

Например, ответ в чате в течение 1 минуты, на email — в течение 24 часов.

- Доступны ли разные каналы связи (чат, телефон, email, мессенджеры)?

Клиенты предпочитают выбирать удобный для них канал (proclientservice.com).

- Есть ли скрипты для работы с негативом и возражениями?

Обучены ли сотрудники их использовать?

- Проводим ли мы обучение сотрудников клиентского сервиса?

Регулярные тренинги по продукту и коммуникациям.

- Есть ли система для отслеживания и решения проблем клиентов?

Например, CRM-система (Битрикс24, amoCRM).

- Проактивно ли мы информируем клиентов о возможных проблемах или задержках?

Предупреждение лучше, чем реакция на жалобу.

- Оцениваем ли мы удовлетворенность клиентов после обращения в поддержку (CSI)?

Позволяет выявить слабые места в работе поддержки.

Раздел 3: Онбординг и первое впечатление

- Понятен ли процесс активации/первого использования продукта/услуги?

Легко ли новый клиент может начать работу?

- Есть ли обучающие материалы (видео, инструкции, FAQ)?

Доступны ли они и понятны?

- Проводим ли проактивную помощь новым клиентам?

Например, приветственные письма, звонки, демонстрации.

- Собираем ли мы обратную связь от новых клиентов по процессу онбординга?

Например, после первой недели использования.

- Есть ли у нас 'приветственная' серия писем/сообщений?

Помогает вовлечь клиента в продукт.

- Предлагаем ли мы возможность пройти обучение или консультацию для новых клиентов?

Особенно важно для сложных продуктов/услуг.

Раздел 4: Персонализация и коммуникации

- Сегментируется ли клиентская база?
По истории покупок, интересам, поведению.
- Персонализируются ли рассылки и предложения?
Массовые, безликие коммуникации больше не работают.
- Есть ли программа лояльности (бонусы, скидки, кэшбэк)?
Мотивирует клиентов возвращаться.
- Отправляем ли мы персонализированные поздравления с праздниками?
Небольшие жесты укрепляют связь.
- Используем ли мы данные о предыдущих покупках для рекомендаций?
Например, 'Вам может понравиться...'
- Есть ли у клиентов возможность настроить продукт/услугу под себя (кастомизация)?
Повышает ценность для клиента.
- Регулярно ли мы информируем клиентов о новинках и улучшениях?
Показывает развитие продукта.

Раздел 5: Обратная связь и реакции

- Проводим ли опросы NPS/CSI?
Например, с помощью Testograf (testograf.ru).
- Анализируем ли причины оттока клиентов?
Проводим ли exit-интервью или опросы ушедших клиентов?
- Есть ли процесс реагирования на негативные отзывы и жалобы?
96% клиентов готовы продолжить сотрудничество, если компания признает ошибку (HubSpot).
- Публично ли мы отвечаем на отзывы (как позитивные, так и негативные)?
Показывает открытость и заботу.
- Используем ли обратную связь для улучшения продукта/сервиса?
Клиенты должны видеть, что их слышат.
- Есть ли у нас система для сбора предложений по улучшению от клиентов?
Например, форма на сайте или специальный email.

Раздел 6: Проактивное удержание

- Отслеживаются ли 'тревожные звоночки' в поведении клиентов (снижение активности, редкие покупки)?
Используются ли для этого CRM-системы или аналитические платформы.
- Есть ли стратегия реактивации 'спящих' клиентов?
Например, специальные предложения или напоминания.
- Прогнозируем ли мы отток клиентов?
Используем ли аналитические инструменты для этого?
- Отправляем ли мы сервисные напоминания (о записи, окончании подписки, пополнении запасов)?
Полезные напоминания, а не навязчивые.
- Есть ли у нас индивидуальный аккаунт-менеджер для ключевых клиентов (особенно в B2B)?
Помогает строить долгосрочные отношения.
- Проводим ли мы регулярные встречи с ключевыми клиентами (QBR) для обсуждения результатов и планов?
Особенно актуально для B2B.

- Предлагаем ли мы альтернативные тарифы или условия при попытке клиента отменить подписку?

Последний шанс удержать клиента.

Резюме и план действий

Топ-3 проблемные зоны	Приоритет	Предлагаемое решение	Ответственный	Срок

Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

