



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Аудит-лист омниканальной стратегии B2B сервиса

Практическое руководство для оценки и улучшения клиентского сервиса

Общие принципы омниканальности

□ Единая база данных клиентов (CRM/CDP):

Оцените, насколько полно и актуально собираются данные о клиентах. Увеличение удержания клиентов всего на 5% может привести к росту прибыли компании на 25–95% (источник: статья).

□ История взаимодействия доступна во всех каналах:

Каждый сотрудник, работающий с клиентом, должен иметь доступ к полной истории общения (звонки, письма, чаты).

□ Сквозная аналитика по каналам:

Есть ли возможность отслеживать путь клиента и эффективность каждого канала коммуникации?

Каналы связи и их эффективность

Таблица не помещается на страницу PDF — она содержит слишком много столбцов. Полная таблица доступна для скачивания в файле Excel, который прилагается к этому материалу.

Технологическая инфраструктура

□ Интеграция CRM с Helpdesk:

Компании с сильной омниканальной стратегией удерживают значительно больше клиентов (источник: статья).

□ Использование чат-ботов/ИИ для первой линии:

Чат-боты могут отвечать на типовые вопросы 24/7 и маршрутизировать обращения (источник: статья).

□ Наличие базы знаний/FAQ для клиентов:

Хорошо обученный клиент реже обращается в поддержку, снижая нагрузку (источник: статья).

□ Наличие системы маршрутизации обращений:

Умная маршрутизация позволяет направлять обращения сразу на ответственного специалиста.

□ Использование платформ клиентских данных (CDP):

CDP объединяет данные из множества источников для глубокой персонализации (источник: статья).

□ Применение речевой аналитики:

Автоматический анализ разговоров для выявления потребностей и контроля качества (источник: статья).

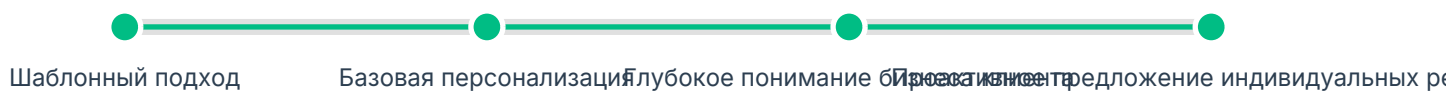
□ Использование BI-систем и аналитических дашбордов:

Для отслеживания KPI в реальном времени и принятия решений на основе данных (источник: статья).

Команда и процессы

- Обучение сотрудников работе в омниканальной среде:**
 Обучение продукту, soft skills и внутренним процессам (источник: статья).
- Единые стандарты обслуживания по всем каналам:**
 Обеспечивает консистентность клиентского опыта.
- Механизм сбора обратной связи по каналам:**
 Регулярный сбор CSAT, NPS, CES (источник: статья).
- Наличие выделенного аккаунт-менеджера для ключевых клиентов:**
 Аккаунт-менеджер выступает как консультант и единое окно для клиента (источник: статья).
- Внедрение методологии Account-Based Management (ABM) для ключевых клиентов:**
 Глубокая персонализация коммуникаций и предложений (источник: статья).

Оценка уровня персонализации



Отметьте, где находится ваша компания в подходе к персонализации B2B-клиентов. Большинство B2B-потребителей ожидают индивидуальных решений (источник: статья).

Резюме и рекомендации

Используйте это пространство для записи ваших выводов по результатам аудита. Выделите ключевые слабые места и сильные стороны вашей текущей омниканальной стратегии.

План действий:

1. Определите 2-3 приоритетных направления для улучшения на основе выявленных слабых мест.
2. Установите конкретные, измеримые цели для каждого направления (например, 'снизить среднее время ответа в чате до 2 минут к концу квартала').
3. Назначьте ответственных и сроки выполнения.
4. Регулярно отслеживайте прогресс с помощью KPI (CSAT, NPS, Churn Rate, CES) и BI-систем.

Помните, что до 30% клиентов уходят после первого же неудачного опыта. Инвестиции в качественный сервис окупаются многократно, поскольку удержать существующего клиента в 5–7 раз дешевле, чем привлечь нового (источник: статья).

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу



[🔗 rocketlab.bz](https://rocketlab.bz)

[📌 @rocketlab](https://twitter.com/rocketlab)