



команда роста на аутсорсе  
для системного улучшения ключевых метрик

## Карта Customer Journey для удержания клиентов

Визуальный шаблон для усиления лояльности и предотвращения оттока

### Как использовать эту карту: Краткое руководство

Эта карта пути клиента (CJM) сфокусирована на этапах ПОСЛЕ первой покупки. Ее цель — помочь вам визуализировать и оптимизировать взаимодействие с клиентами, чтобы усилить их лояльность и снизить отток.

1. Определите Персону Клиента: Прежде чем заполнять, подумайте о типичном клиенте, для которого вы создаете карту. Кто он? Какие у него цели и боли?

2. Заполните Этапы: Пройдитесь по каждому этапу, представленному в шаблоне, и опишите:

- \* Действия клиента: Что клиент делает на этом этапе?

- \* Мысли и чувства клиента: Что он думает, чувствует, какие у него ожидания и опасения?

- \* Точки контакта: Где клиент взаимодействует с вашей компанией (сайт, email, поддержка, продукт)?

- \* Действия компании (сейчас): Что вы уже делаете на этом этапе?

- \* Возможности для улучшения: Что еще вы можете сделать, чтобы улучшить опыт и удержать клиента? (Это самая важная часть!)

- \* Ответственные отделы: Кто в вашей команде отвечает за этот этап?

- \* Метрики: Как вы будете измерять успех на этом этапе?

3. Используйте Примеры: Примеры заполнения в шаблоне помогут вам начать. Адаптируйте их под свой бизнес.

4. Визуализируйте и Итерируйте: После заполнения, посмотрите на карту целиком. Где есть «болевы точки»? Где можно добавить «моменты восторга»? Регулярно пересматривайте и обновляйте карту, опираясь на обратную связь и аналитику.

### Общая схема Customer Journey Map (после покупки)

Ниже представлена общая схема этапов пути клиента после первой покупки. Она поможет вам увидеть целостную картину и понять, как различные взаимодействия влияют на удержание.

Этапы:

1. Онбординг / Первое использование: Клиент начинает активно пользоваться продуктом/услугой.

2. Регулярное использование / Повторная покупка: Клиент интегрирует продукт в свою жизнь, совершает повторные действия.

3. Обращение в поддержку: Клиент сталкивается с проблемой и ищет помощи.

4. Период неактивности: Активность клиента снижается или прекращается.

5. Попытка ухода / Отмены: Клиент принимает решение прекратить сотрудничество.

6. Возвращение / Реактивация: Клиент возвращается после периода неактивности или отмены (идеальный сценарий).

Каждый из этих этапов представляет собой возможность для вашей компании усилить лояльность или предотвратить отток.

### **Детальный шаблон для заполнения: Онбординг / Первое использование**

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

### **Детальный шаблон для заполнения: Регулярное использование / Повторная покупка**

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

### **Детальный шаблон для заполнения: Обращение в поддержку / Период неактивности**

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

### **Детальный шаблон для заполнения: Попытка ухода / Отмены**

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

# Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу

