



команда роста на аутсорсе  
для системного улучшения ключевых метрик

# NPS для малого бизнеса: шаблон опроса + экшн-план по работе с отзывами

Практический гайд для систематизации работы с клиентами и роста лояльности

## Почему NPS важен для малого бизнеса

Индекс потребительской лояльности (NPS) — это не просто цифра, а мощный инструмент для понимания истинного отношения клиентов к вашему бизнесу. В отличие от простой удовлетворенности, NPS измеряет готовность клиента активно рекомендовать вас, что является прямым показателем доверия и лояльности.

Для малого бизнеса это критически важно, так как каждый клиент на счету. Промоутеры (лояльные клиенты) не только покупают чаще и тратят больше, но и приводят новых клиентов через рекомендации, снижая ваши затраты на привлечение. Игнорирование NPS — это управление бизнесом вслепую, упуская возможность для органического роста и улучшения сервиса.

## Шаблон NPS-опроса для малого бизнеса

### □ Основной вопрос

«С какой вероятностью от 0 до 10 вы порекомендуете [Название вашей компании/продукта/услуги] своим друзьям или знакомым?» (Источник: retailcrm.ru, testograf.ru)

### □ Уточняющие вопросы для Промоутеров (оценка 9-10)

«Что вам понравилось больше всего в нашем продукте/услуге/сервисе?»

### □ Уточняющие вопросы для Нейтралов (оценка 7-8)

«Что мы могли бы улучшить, чтобы вы стали рекомендовать нас?»

### □ Уточняющие вопросы для Критиков (оценка 0-6)

«Что пошло не так? Что вас разочаровало?»

## Рекомендуемые каналы для проведения опроса

<b>Email</b>	Идеально для B2B и после сложных покупок. Позволяет дать развернутый ответ. (Источник: sendsay.ru)
<b>SMS или мессенджеры</b>	Высокий процент открытия. Отлично для быстрых опросов после оказания услуги (например, автосервис, доставка). (Источник: sendsay.ru)
<b>Pop-up на сайте или в приложении</b>	Для оценки взаимодействия с цифровым продуктом или сайтом. (Источник: sendsay.ru)
<b>QR-код в точке продаж</b>	Удобно для офлайн-бизнеса (рестораны, магазины).

## Пошаговый экшен-план по работе с критиками (0-6 баллов)

### Цель

Превратить в нейтралов или даже промоутеров. Критики — это источник ценной информации для выявления слабых сторон. (Источник: testograf.ru)

### Мгновенная реакция

Настройте уведомления о негативных отзывах. Идеальное время реакции – до 24 часов. (Источник: sendsay.ru)

### Личный контакт

Свяжитесь с клиентом (телефон, email). Поблагодарите за отзыв и искренне извинитесь. Пример скрипта: 'Мы очень сожалеем, что ваш опыт был негативным. Мы ценим ваше мнение и хотим разобраться в ситуации, чтобы исправить ее.' (Источник: sendsay.ru)

### Решение проблемы

Предложите конкретное решение: возврат средств, замена товара, скидка на следующую покупку, бесплатная услуга. Главное — показать, что их мнение важно и влияет на изменения. (Источник: sendsay.ru)

### Последующий контроль

Убедитесь, что проблема решена и клиент остался доволен. Спустя некоторое время можно провести повторный опрос.

## Пошаговый экшен-план по работе с нейтралами (7-8 баллов)

### Цель

Превратить в промоутеров. Нейтралы удовлетворены, но не лояльны, и могут уйти к конкурентам. (Источник: testograf.ru)

### Анализ отзывов

Внимательно изучите ответы на вопрос 'Что мы могли бы улучшить?'. Часто они указывают на мелкие неудобства или отсутствие желаемых функций.

### Персонализированные предложения

Предложите скидку на сопутствующий товар/услугу, которая решит их 'боли', или эксклюзивный доступ к новым функциям/продуктам. (Источник: sendsay.ru)

### Демонстрация улучшений

Если вы внедрили изменение на основе их обратной связи, обязательно сообщите им об этом. Например: 'Спасибо за ваш отзыв! Мы учли ваше пожелание и теперь [описание улучшения]. Надеемся, вам понравится!'

### Программы лояльности

Пригласите их в бонусные программы, чтобы стимулировать повторные покупки и повысить приверженность.

## Пошаговый экшен-план по работе с промоутерами (9-10 баллов)

### Цель

Поддерживать лояльность и стимулировать рекомендации, так как они приносят до 80% реферальных продаж. (Источник: sendsay.ru)

### Благодарность

Отправьте искреннее письмо с благодарностью: 'Спасибо, что вы с нами! Мы очень ценим вашу лояльность.' (Источник: sendsay.ru)

### Реферальные программы

Запустите программу 'Приведи друга', где промоутеры получают бонус (скидку, подарок) за каждого нового клиента. (Источник: sendsay.ru)

### Эксклюзивные предложения

Предоставьте ранний доступ к новым продуктам/услугам, специальные скидки, приглашения на закрытые мероприятия. (Источник: sendsay.ru)

### Стимулирование отзывов

Попросите их оставить отзыв на публичных площадках (Google Maps, 2ГИС, Яндекс.Карты, специализированные агрегаторы). Это усилит ваш маркетинг.

## Рекомендуемые бесплатные или бюджетные инструменты для сбора NPS

Инструмент	Тип	Особенности для малого бизнеса
Google Forms	Бесплатный	Простота создания опросов, интеграция с Google Sheets для анализа. (Источник: retailcrm.ru)
Simpoll	Бюджетный	Удобный интерфейс, готовые шаблоны, базовая аналитика. Есть бесплатный тариф с ограничениями.
Testograf	Бюджетный/Платный	Готовые шаблоны NPS, расширенные возможности аналитики и брендирования. От 750₽/мес. (Источник: testograf.ru)

### Важные нюансы и бенчмарки

<b>Частота опросов</b>	Транзакционные (после взаимодействия) – сразу; Реляционные (общая лояльность) – не чаще 1 раза в квартал для одного клиента. (Источник: emailsoldiers.ru)
<b>Хороший NPS</b>	Выше 50 считается отличным. От 30 до 50 – хороший результат. Но важнее динамика роста, чем абсолютное значение. (Источник: emailsoldiers.ru)
<b>Культурные особенности</b>	В некоторых культурах (включая российскую) люди склонны ставить 7-8 баллов, избегая крайностей. Это может занижать NPS. (Источник: sendsay.ru)
<b>Минимальная выборка</b>	Для малого бизнеса даже 15-20 ответов уже дадут ценную качественную информацию. (Источник: emailsoldiers.ru)

# Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу

