



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Шаблон Customer Journey Map для SaaS-продукта

Систематизируйте путь клиента и улучшите пользовательский опыт

Введение: Зачем нужна CJM для SaaS?

Customer Journey Map (CJM) – это визуальное представление пути, который проходит клиент, взаимодействуя с вашим SaaS-продуктом. От первого знакомства до удержания и адвокации. В отличие от традиционных продуктов, SaaS требует глубокого понимания долгосрочных отношений с клиентом, где каждый этап влияет на LTV (Lifetime Value) и Churn Rate (отток).

Создание CJM помогает:

- Выявить болевые точки и фрустрации клиентов на каждом этапе.
- Определить возможности для улучшения продукта, маркетинга и поддержки.
- Синхронизировать работу разных команд (маркетинг, продажи, продукт, поддержка).
- Повысить удержание клиентов и их лояльность, что критически важно для SaaS-модели.

Шаблон Customer Journey Map для SaaS-продукта

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

Ключевые метрики для каждого этапа

Осознание проблемы	Трафик из поисковых систем, количество просмотров контента по информационным запросам.
Исследование решений	Трафик на целевые страницы, CTR рекламных объявлений, количество запросов на демо/консультацию.
Сравнение и выбор	Конверсия из посетителя в регистрацию (CVR), количество регистраций на пробный период.
Регистрация/Пробный период	Коэффициент завершения регистрации, время до первого входа, процент пользователей, начавших онбординг.
Активация	Коэффициент активации (процент пользователей, достигших 'Aha! moment'), конверсия из триала в платящего клиента.
Использование/Удержание	MRR (Monthly Recurring Revenue), ARR (Annual Recurring Revenue), Churn Rate (отток), LTV (Lifetime Value), NPS (Net Promoter Score), частота использования продукта.
Адвокация/Отток	NPS, количество рекомендаций, Churn Rate, причины оттока (из exit-опросов).

Важность Customer Success для снижения Churn Rate

В SaaS-бизнесе удержание клиентов – это не просто задача поддержки, а стратегический приоритет. Проактивный Customer Success (CS) играет здесь ключевую роль. Компании, внедряющие проактивный Customer Success, снижают Churn Rate на 20-30% в первый же год (данные из статьи).

Пример: Один из наших клиентов, сервис для онлайн-школ, после внедрения CS-менеджеров сократил месячный отток с 7% до 4% (данные из статьи). Это демонстрирует прямую корреляцию между инвестициями в CS и стабильностью клиентской базы.

Что включает проактивный Customer Success:

- Раннее выявление проблем: Мониторинг активности пользователя, чтобы предсказать потенциальный отток.
- Обучение и адаптация: Помощь в освоении продукта, проведение вебинаров, предоставление обучающих материалов.
- Сбор обратной связи: Регулярные опросы и интервью для понимания потребностей и проблем клиентов.
- Демонстрация ценности: Постоянное напоминание клиенту о том, как продукт помогает ему достигать целей.

Оценка вашей текущей стратегии удержания клиентов



Отметьте, насколько проактивно ваша компания работает над удержанием клиентов:

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу

