



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Чек-лист: Аудит клиентского опыта и точек контакта

Оцените текущий клиентский опыт и найдите точки роста для вашего малого бизнеса

Описание материала

Этот подробный чек-лист разработан для самостоятельной оценки текущего клиентского опыта в вашем малом бизнесе. Он поможет выявить слабые места на каждом этапе взаимодействия с клиентом, от первого контакта до послепродажного обслуживания, и определить конкретные возможности для улучшения вовлеченности и лояльности. Используйте его, чтобы систематизировать работу с клиентами и превратить разовые покупки в стабильную прибыль.

1. Первое касание и привлечение

Вопрос-проверка	Да/Нет/Частично	Комментарии	Идеи по улучшению
Насколько легко найти информацию о вашей компании в интернете (поиск, соцсети, карты)?			Оптимизация SEO, актуализация данных на картах (Google Maps, Яндекс.Карты), активное ведение соцсетей.
Есть ли четкое и уникальное торговое предложение (УТП), которое сразу понятно потенциальному клиенту?			Разработка или уточнение УТП, размещение его на всех ключевых точках контакта (сайт, соцсети, рекламные материалы).
Ваши рекламные сообщения соответствуют ожиданиям клиентов и не вводят в заблуждение?			Проведение A/B-тестирования рекламных объявлений, анализ отзывов о соответствии рекламы реальности.
Насколько удобен и интуитивно понятен ваш сайт/лендинг для первого знакомства?			Проведение юзабилити-тестирования, анализ веб-аналитики (Яндекс.Метрика, Google Analytics) для выявления проблемных зон.
Предоставляете ли вы бесплатную ценность (гайды, чек-листы, консультации) для потенциальных клиентов?			Создание экспертного контента (статьи, видеоуроки, вебинары), offer-магниты для сбора контактов.

2. Первая покупка/заказ

Вопрос-проверка	Да/Нет/Частично	Комментарии	Идеи по улучшению
Прост ли процесс оформления заказа/покупки (минимум шагов, понятные формы)?			Сокращение количества полей в формах, внедрение авторизации через соцсети, гостевой заказ.
Получает ли клиент автоматическое подтверждение заказа/покупки (email/SMS)?			Настройка автоматических уведомлений о статусе заказа, сроках доставки/выполнения.
Доступны ли различные удобные способы оплаты?			Интеграция популярных платежных систем, возможность оплаты частями/кредит.
Есть ли возможность получить консультацию или поддержку в процессе оформления (чат, телефон)?			Внедрение онлайн-чата на сайте, указание контактных телефонов на видном месте.
Соответствует ли скорость обработки заказа/доставки заявленным срокам?			Регулярный мониторинг сроков, информирование клиента о возможных задержках заранее.

3. Использование продукта/услуги

Вопрос-проверка	Да/Нет/Частично	Комментарии	Идеи по улучшению
Насколько легко начать пользоваться продуктом/услугой (инструкции, онбординг)?			Создание понятных инструкций, видеогайдов, проведение вводных консультаций.
Доступна ли оперативная техническая поддержка или консультации по использованию?			Организация горячей линии, чата поддержки, базы знаний (FAQ).
Соответствует ли продукт/услуга изначально заявленным характеристикам и ожиданиям клиента?			Сбор обратной связи после начала использования, проведение контрольных проверок качества.
Предоставляете ли вы дополнительные материалы, которые помогают клиенту получить максимум пользы?			Рассылка полезных советов, кейсов использования, приглашения на вебинары.

4. Послепродажное обслуживание

Вопрос-проверка	Да/Нет/Частично	Комментарии	Идеи по улучшению
Собираете ли вы обратную связь после совершения покупки/оказания услуги?			Отправка автоматических писем с просьбой оценить опыт, короткие опросы (NPS).
Есть ли у вас система follow-up (последующих контактов) с клиентом?			Настройка цепочек писем с полезным контентом, предложениями по допродажам/кросс-продажам.

Вопрос-проверка	Да/Нет/Частично	Комментарии	Идеи по улучшению
Предлагаете ли вы гарантийное/постгарантийное обслуживание или поддержку?			Разработка программ лояльности для клиентов, которые пользуются обслуживанием.
Поздравляете ли вы клиентов с праздниками или значимыми датами?			Настройка автоматических поздравлений, персонализированные скидки ко дню рождения.

5. Повторные покупки/удержание

Вопрос-проверка	Да/Нет/Частично	Комментарии	Идеи по улучшению
Есть ли у вас программа лояльности (бонусы, скидки, накопительная система)?			Разработка и внедрение программы лояльности, информирование клиентов о ее преимуществах.
Предлагаете ли вы персонализированные товары/услуги на основе предыдущих покупок?			Сегментация клиентской базы в CRM, настройка персонализированных рассылок и предложений.
Информируете ли вы клиентов о новинках, акциях, специальных предложениях?			Регулярные email-рассылки, публикации в соцсетях, SMS-уведомления.
Создаете ли вы закрытые сообщества или клубы для постоянных клиентов?			Создание чата в Telegram/WhatsApp, закрытой группы в соцсетях для эксклюзивного контента и предложений.

6. Работа с обратной связью

Вопрос-проверка	Да/Нет/Частично	Комментарии	Идеи по улучшению
Как быстро вы реагируете на позитивные отзывы и благодарите клиентов?			Разработка шаблонов благодарностей, назначение ответственного за работу с отзывами.
Как быстро и эффективно вы обрабатываете негативные отзывы и жалобы?			Разработка регламента обработки негатива, обучение персонала, оперативное решение проблем.
Используете ли вы обратную связь для улучшения продукта/услуги?			Регулярный анализ отзывов, внедрение предложений клиентов в дорожную карту развития продукта.
Публично ли вы демонстрируете, как реагируете на обратную связь и что меняете?			Публикация кейсов решения проблем, новостей об улучшениях на основе отзывов клиентов.

Важность измерения вовлеченности

Повышение вовлеченности клиентов — это постоянная работа по выстраиванию долгосрочных отношений, а не разовый проект. Это прямой путь к росту лояльности, увеличению повторных продаж и снижению затрат на привлечение новых покупателей. Для этого не нужны миллионные бюджеты. Главное, понимать свою аудиторию, проявлять к ней искренний интерес и использовать правильные, зачастую недорогие, инструменты. Компании, которые системно работают с вовлеченностью, видят рост повторных продаж на 15–20% уже в первые полгода (vc.ru).

Ключевые метрики вовлеченности

LTV (Lifetime Value)	Общая сумма денег, которую приносит клиент за все время взаимодействия с компанией.
Удержание клиентов	Удерживать клиента в 5–7 раз дешевле, чем привлекать нового (HubSpot).
NPS (Net Promoter Score)	Индекс потребительской лояльности, показывающий готовность клиентов рекомендовать вашу компанию.
RPR (Repeat Purchase Rate)	Процент клиентов, совершивших повторную покупку.
Churn Rate (Коэффициент оттока)	Процент клиентов, которые перестали пользоваться услугами.

Оценка вашей текущей ситуации с вовлеченностью



Клиенты приходят и уходят Это разовые покупки Некоторые возвращаются Ядро лояльных клиентов Клиенты - амбассадоры бренда

Отметьте, где находится ваша компания по уровню вовлеченности клиентов:

Приоритетные действия

№	Действие (из 'Идей по улучшению')	Ответственный	Срок
1			
2			
3			
4			
5			

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу



 rocketlab.bz

 [@rocketlab](https://t.me/rocketlab)