



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Карта пути B2B клиента (Customer Journey Map): от осознания до повторной покупки

Визуализированная карта для оптимизации взаимодействия и улучшения клиентского опыта в B2B.

Введение: Зачем нужна CJM в B2B?

Customer Journey Map (CJM) — это визуальная карта, которая фиксирует, что клиент делает, думает и чувствует на каждом шаге пути к цели. В B2B этот путь значительно сложнее и длиннее, чем в B2C, включает множество лиц, принимающих решения (ЛПР), и этапов согласования. CJM помогает выявить «узкие места», оптимизировать взаимодействие и улучшить клиентский опыт.

По данным Baymard Institute, 69,8% покупателей бросают корзину на этапе оформления заказа в B2C. В B2B ситуация схожая: большая часть лидов не доходят до коммерческого предложения из-за барьеров на пути клиента. Компании, активно использующие картирование путей клиентов, увеличивают уровень удержания клиентов на 15-20% и сокращают стоимость привлечения новых на 10-15% (Gartner).

Структура B2B Customer Journey Map

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

Роли DMU (Decision Making Unit) на каждом этапе

Осознание проблемы	Инициатор, Пользователь
Поиск решения	Инициатор, Пользователь, Влияющий
Оценка поставщиков	Инициатор, Пользователь, Влияющий, ЛПР, Финансист
Принятие решения	ЛПР, Финансист, Юрист, Влияющий
Внедрение/Использование	Пользователь, Инициатор, Технический специалист
Удержание/Развитие	Пользователь, Инициатор, ЛПР, Финансист

Пример заполнения карты для типового B2B продукта (SaaS для автоматизации маркетинга)

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 выводы и рекомендации

- ❑ **Фокусируйтесь на одной персоне и одном пути**

Попытка уместить всех клиентов и сценарии в одну карту делает CJM бесполезной (MWI.me).

- ❑ **Используйте реальные данные**

CJM приносит пользу только тогда, когда строится на реальных данных, а не на предположениях (MWI.me).

- ❑ **Превращайте барьеры в план действий**

CJM помогает найти барьеры (например, 'непонятные сроки доставки') и превратить их в план улучшений (добавить калькулятор доставки → конверсия +8%) (MWI.me).

- ❑ **Регулярно пересматривайте CJM**

Клиентский путь не статичен, он меняется с развитием продукта и рынка.

- ❑ **Оценивайте удовлетворенность на каждом шаге**

Используйте оценки от 1 до 5 для каждой точки контакта, чтобы быстро увидеть трение и удачные моменты (MakeCharts).

- ❑ **Покажите зоны ответственности команд**

Вид с участниками помогает быстро увидеть зоны ответственности между командами (MakeCharts).

Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

