



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Шаблон Customer Journey Map (CJM) для интегрированных коммуникаций

Визуальный фреймворк для синхронизации сообщений и действий бренда на пути клиента через разные каналы.

Профиль клиента/Персона

Имя Персоны	[Например: Анна, 32 года, менеджер среднего звена]
Демография	[Возраст, пол, доход, образование, семейное положение, место жительства]
Цели	[Что клиент хочет достичь? Какую проблему решить?]
Боли/Вызовы	[Какие препятствия или негативные переживания есть у клиента?]
Мотивы	[Что движет клиентом? Какие ценности для него важны?]
Поведенческие особенности	[Как клиент обычно принимает решения? Какие каналы предпочитает?]

Этапы пути клиента и взаимодействие с брендом

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

Оценка текущего клиентского опыта



Отметьте текущее состояние ваших интегрированных коммуникаций:

Ключевые выводы и план действий

- ☐ Определить 3-5 основных «болевых точек» клиента
Например, сложный процесс оформления заказа, где теряется до 69,8% клиентов (Baymard Institute).
- ☐ Разработать конкретные улучшения для каждой «болевой точки»

Например, добавить калькулятор доставки, сократить форму заказа с 12 до 6 полей, добавить популярные способы оплаты (пример e-commerce, увеличивший конверсию с 34% до 42% за 2 месяца).

☐ Синхронизировать сообщения и контент по всем каналам на каждом этапе

Обеспечить единый Tone of Voice и УТП.

☐ Настроить сквозную аналитику для отслеживания пути клиента

Используйте UTM-метки, CRM-системы и BI-инструменты (Yandex DataLens).

☐ Назначить ответственных за каждый этап и канал

Улучшает взаимодействие между отделами.

☐ Регулярно пересматривать и обновлять CJM

Путь клиента не статичен, он меняется со временем.

Почему это важно для вашего бизнеса

Компании, которые системно работают с Customer Experience (включая CJM), показывают рост выручки в 3,5 раза быстрее, чем те, кто этим пренебрегает (Aberdeen Group).

По данным консалтинговой компании McKinsey, системное улучшение клиентского пути приводит к росту выручки на 10–15% и снижению затрат на обслуживание на 15–20%.

Использование CJM помогает выявить «дыры» в воронке продаж, где компании теряют до 60% потенциальных покупателей, и превратить эти потери в продажи.

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу

