



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Шаблон 'Выходное интервью' для анализа причин оттока клиентов

Систематический сбор и анализ обратной связи от уходящих клиентов

Подготовка к интервью: Максимизация эффективности

❑ Определите цель интервью

Цель: выявить корневые причины оттока, собрать конструктивную обратную связь для улучшения продукта/сервиса, понять условия потенциального возвращения клиента.

❑ Выберите респондентов

Приоритет: клиенты, которые активно взаимодействовали с продуктом/сервисом, имели значимый LTV, или те, чей отток является неожиданным. Стремитесь к выборке в 10-15% от общего числа ушедших клиентов для получения репрезентативных данных (источник: 'Customer Success: How Innovative Companies Are Reducing Churn and Growing Recurring Revenue', Lincoln Murphy).

❑ Настройте тон беседы

Подход: эмпатичный, нейтральный, без попыток 'переубедить' или 'продать'. Фокус на слушании и понимании. Клиент должен чувствовать, что его мнение ценно и будет учтено.

❑ Подготовьте интервьюера

Интервьюер должен быть обучен активному слушанию, умению задавать открытые вопросы и не перебивать. Идеально, если это не менеджер по продажам, а представитель отдела по работе с клиентами или продуктового отдела.

❑ Определите формат и продолжительность

Рекомендуемый формат: телефонный звонок или видеоконференция. Оптимальная продолжительность: 15-20 минут. Заранее сообщите клиенту о предполагаемом времени.

❑ Предложите небольшой бонус за участие

Например, подарочный сертификат на небольшую сумму или скидку на будущие услуги (если возможно возвращение). Это повышает готовность клиента к откровенному разговору.

Основные вопросы: Глубокое понимание причин оттока

Категория: Причины ухода

1. Что послужило основной причиной вашего решения прекратить сотрудничество с нами?
2. Какие аспекты нашего продукта/сервиса не соответствовали вашим ожиданиям или потребностям?
3. Рассматривали ли вы альтернативные решения? Если да, что вас привлекло у конкурентов?
4. Были ли проблемы с ценой или ценообразованием? Если да, то какие?

Категория: Что можно было улучшить

1. Если бы вы могли изменить одну вещь в нашем продукте/сервисе, что бы это было?
2. Какие функции или возможности, на ваш взгляд, отсутствуют или реализованы недостаточно хорошо?
3. Как бы вы оценили качество нашей службы поддержки? Были ли у вас проблемы с получением помощи?
4. Что мы могли бы сделать, чтобы удержать вас как клиента?

Категория: Опыт взаимодействия

1. Опишите ваш общий опыт взаимодействия с нашей компанией с момента первого контакта.
2. Были ли какие-либо 'болевые точки' или моменты разочарования на вашем пути клиента?
3. Как часто вы использовали наш продукт/сервис? Соответствовало ли это вашим первоначальным планам?
4. Получали ли вы достаточно информации или обучения для эффективного использования нашего продукта/сервиса?

Категория: Вероятность возвращения

1. При каких условиях вы могли бы рассмотреть возможность возвращения к нам в будущем?
2. Что должно измениться в нашем предложении, чтобы вы снова стали нашим клиентом?
3. Есть ли что-то, что мы могли бы предложить прямо сейчас, чтобы изменить ваше решение?

Анализ и действия: Превращение обратной связи в улучшения

После проведения интервью критически важно систематизировать полученные данные. Недостаточно просто собрать обратную связь; необходимо выявить повторяющиеся паттерны, определить приоритеты для изменений и назначить ответственных.

Шаги по анализу:

1. Транскрибируйте и кодируйте: Запишите или транскрибируйте интервью. Затем присвойте каждому ответу коды, соответствующие категориям (например, 'Цена', 'Функционал', 'Поддержка', 'Конкуренты').
2. Выявите повторяющиеся проблемы: Подсчитайте частоту упоминания каждой проблемы. Проблемы, упомянутые более чем 20% респондентов, должны быть в центре внимания (источник: 'The Ultimate Guide to Customer Churn', HubSpot).
3. Оцените влияние: Определите, какие проблемы имеют наибольшее влияние на отток и LTV.
4. Сформируйте гипотезы: На основе анализа сформулируйте гипотезы о корневых причинах оттока.
5. Разработайте план действий: Для каждой выявленной проблемы разработайте конкретные шаги по улучшению, назначьте ответственных и установите сроки.
6. Отслеживайте изменения: Внедрите метрики для отслеживания эффективности внесенных изменений (например, снижение Churn Rate, рост NPS).

Шаблон для агрегации ответов и плана действий

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 уровня работы с оттоком



Реактивный (реагируем на события) Базовый (собираем данные, но не все анализируем) Прогнозный (выявляем риски и угрозы) Обратный (используем обратную связь в развитии)

Отметьте, где находится ваша компания в работе с оттоком клиентов

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу

