

# Метрики клиентского счастья: что это и зачем нужно банку

*Качалкин Михаил*

# 15.11.2022 - население Земли 8 млрд. человек

## Следующий миллиард – к 2037 году

- Рост замедляется
- Число детей уменьшается
- Жизнь удлиняется
- Люди перемещаются
- Население стареет
- Женщины переживут мужчин
- Влияние пандемий ВИЧ и КОВИД
- Центры роста смещаются



*«Мы больше не организуем полеты, мы удовлетворяем потребности наших клиентов в авиа-грузо-перевозках»*

2015

Ян Нильсон,  
Вице-Президент по Корпоративным клиентам группы  
компаний Скандинавские авиалинии (SAS)



*«Мы больше не организуем полеты, мы делаем наших клиентов и их сотрудников счастливыми людьми»*

2020

Ян Нильсон,  
Вице-Президент по Корпоративным клиентам группы  
компаний Скандинавские авиалинии (SAS)

# Сервисная экономика: экономика впечатлений



Сервис важнее  
продукта



Скрипты не работают.  
Продают люди



Ожидания  
качества сервиса  
формируются  
не конкурентами



Сервис - это  
отношения,  
построенные на  
эмоциональной связи

Клиентские впечатления от взаимодействия с менеджером, брендом Банка, средой и продуктом/услугами формируют пользовательский опыт.

**Эмоциональная связь с Брендом  
формируется, в результате  
прохождение клиентом всего пути:**

- знакомства
- первого опыта
- проверкой временем
- совместно преодоленными  
проблемами
- закрепленная WOW  
эффектом



# Метрики

ОСНОВНЫЕ

1. **NPS** – индекс лояльности клиентов через готовность рекомендовать
2. **CSI** - индекс удовлетворенности клиента в момент предоставления услуг или продукта.

# Плюсы и минусы NPS

## Плюсы:

Простота и скорость проведения измерений и расчётов  
Хорошо отражает лояльность клиентов к компании  
Удобно для сравнения с конкурентами  
Мотивирует персонал на улучшение работы с клиентами

## Минусы:

Не даёт детального представления о причинах неудовлетворённости  
Зависит от формулировки вопроса и шкалы оценки  
Восприимчив к сезонным и случайным колебаниям  
Не работает для специфических сегментов услуг  
Может манипулироваться при опросах



# Плюсы и минусы CSI

## Плюсы:

Можно оценить восприятие  
бренда и репутацию  
Выявляет конкретные  
проблемные зоны в  
обслуживании клиентов  
Возможность бенчмаркинга -  
сравнения с лучшими  
компаниями отрасли  
Мотивирует сотрудников на  
улучшение качества работы  
Влияет на лояльность сам по  
себе, клиенту важно, что вам  
важно

## Минусы:

Требует значительных  
трудозатрат на сбор и анализ  
данных  
Невозможно полностью  
исключить субъективность  
оценок  
Зависит от методики проведения  
исследований  
Не дает быстрых результатов - это  
долгосрочный показатель  
Сложно формализовать процесс  
внедрения изменений

# Какие еще метрики и зачем?

**CES** (Customer Effort Score) - оценка усилий клиента. Показывает, насколько сложно клиенту получить желаемый результат при взаимодействии с компанией.

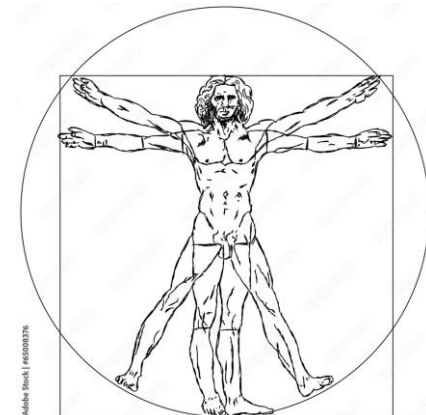
**CSAT** (Customer Satisfaction Score) - общая оценка удовлетворенности клиента сервисом по шкале от 1 до 5. Проста в измерении.

**CRT** (Customer Recovery Time) - время восстановления лояльности клиента после разрешения конфликта / отработки жалобы.

**Customer Effort Across Channels** - оценка усилий клиента при использовании разных каналов взаимодействия: отделение, интернет-банк, приложение и т.д.

**Customer Journey Map и Metrics** - анализ пути клиента и оценка его удовлетворенности на каждом этапе. Помогает выявить "болевые точки".

# Не бойтесь экспериментировать



«Индекс Тагил» - история из практики  
внедрения индексов клиентского счастья

# Summary

1. Метрики клиентского счастья (NPS, CSI, CSAT) - важный инструмент измерения лояльности в банковском секторе
2. Позволяют выявить "болевые точки" и скорректировать работу для повышения удовлетворённости клиентов
3. Способствуют росту пожизненной ценности клиента, увеличению количества продуктов на одного клиента, и к улучшению финансовых показателей за счет большей прибыльности лояльных клиентов
4. Внедрение KPI клиентского счастья - важный шаг на пути построения клиентоцентричного банка и повышения его конкурентоспособности.