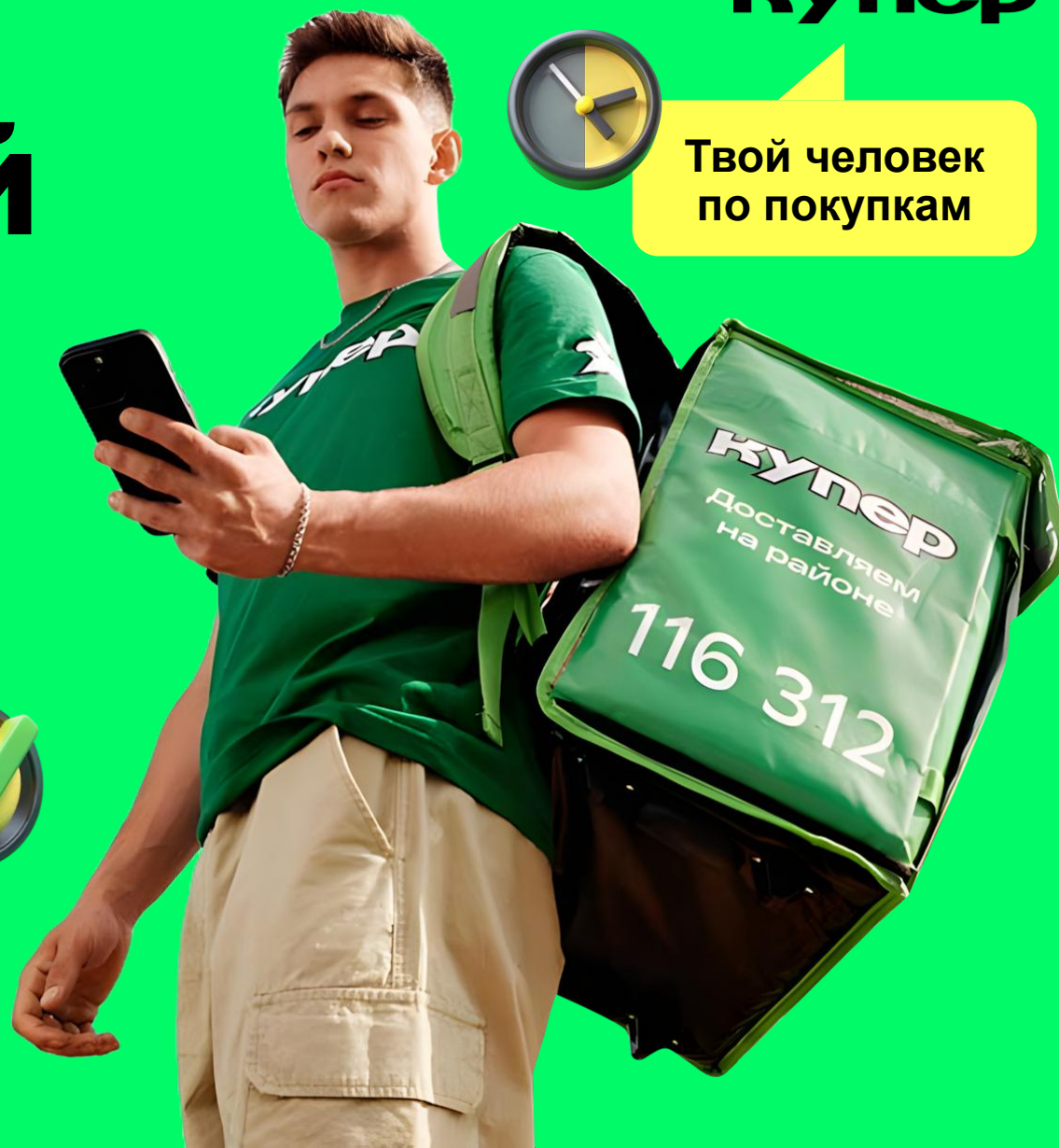


# Клиентский ДОЛГ

боли и проблемы клиента  
через VOC



**купер**



Твой человек  
по покупкам

# Мы сегодня

купер

**8+ млн**

Клиентов, человек

**37 К**

Ритейлеров



**3 вертикали b2c:**

Grocery, Restaurants, Non-Food

**360**

Городов  
присутствия



**32 К**

Брендов

купер  
бизнес

Купер доставляет свежие продукты, готовую еду, лекарства, косметику, цветы, товары для дома и любимых питомцев, детские и цифровые товары и многое другое



# Операционный масштаб Службы заботы о клиентах

купер

## **V2C & B2B клиентов**

почта

заявки

чат

голос

## **Рестораны, мерчанты** по договору и по заказу

чат

голос

## **Курьеров и сборщиков** вне заказа

почта

заявки

чат

голос

## **Курьеров и сборщиков** по заказам

чат

голос

**120**

городов



**1500**

FTE в поддержке

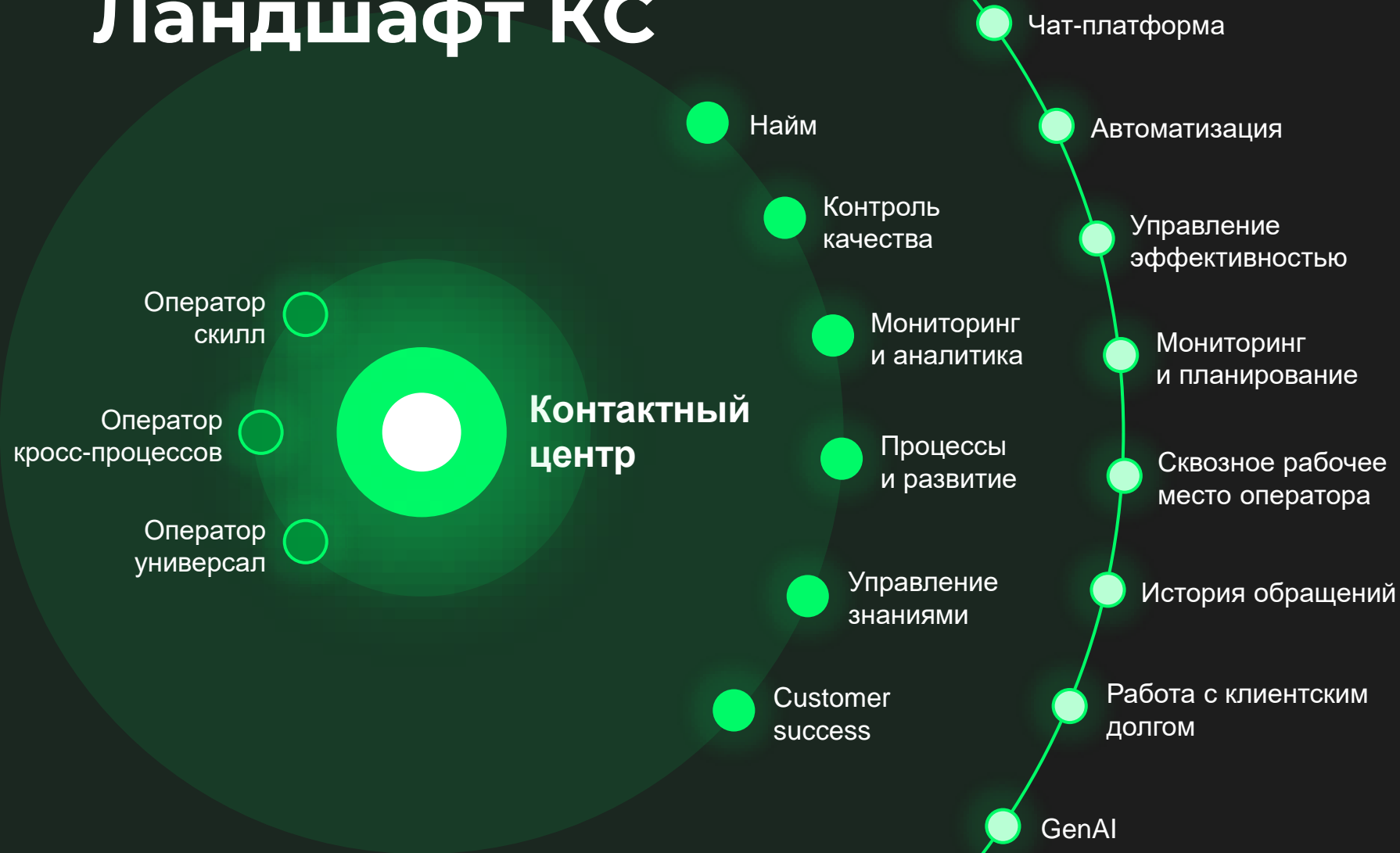
**Площадки:** Орел и Удаленный департамент

это  
супер!

купер

# Ландшафт КС

купер



## Структура и компоненты

- Оператор
- Support и процессы
- Технологии

**купер**

# Клиентский ДОЛГ



# Клиентский долг

купер

- обязанность компании совершенствовать сервис ради клиента



## Исторически сложилось Фича > CJM Клиента

Процессы часто запускаются без внимания к CJM клиента/оператора.  
Клиентский сервис работает с CR, но не управляет бэклогом доработок бизнес-направлений.



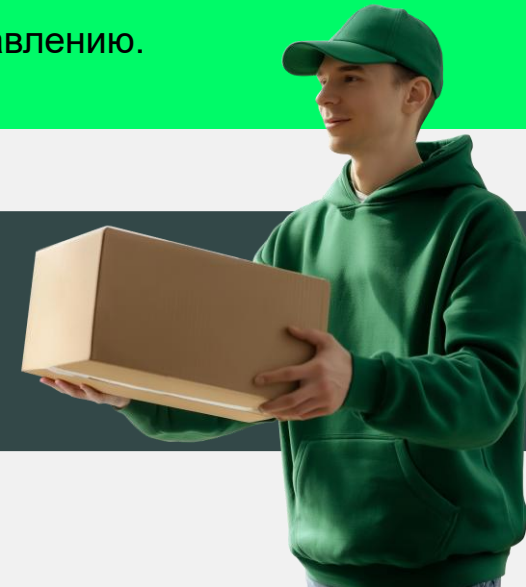
## Шаг к идеальной картине «Ничьих» обращений не бывает!

Каждая строка в классификаторе обращений принадлежит какому-то бизнес-направлению.



## Но есть нюанс Нет места в бэклоге на CR

Отсутствие мотивации, ресурсов и времени  
в бизнес-направлениях на улучшение Customer Experience.



# Проблемы лучше предотвращать, чем решать



Запросы, которые можно предвидеть и предотвратить

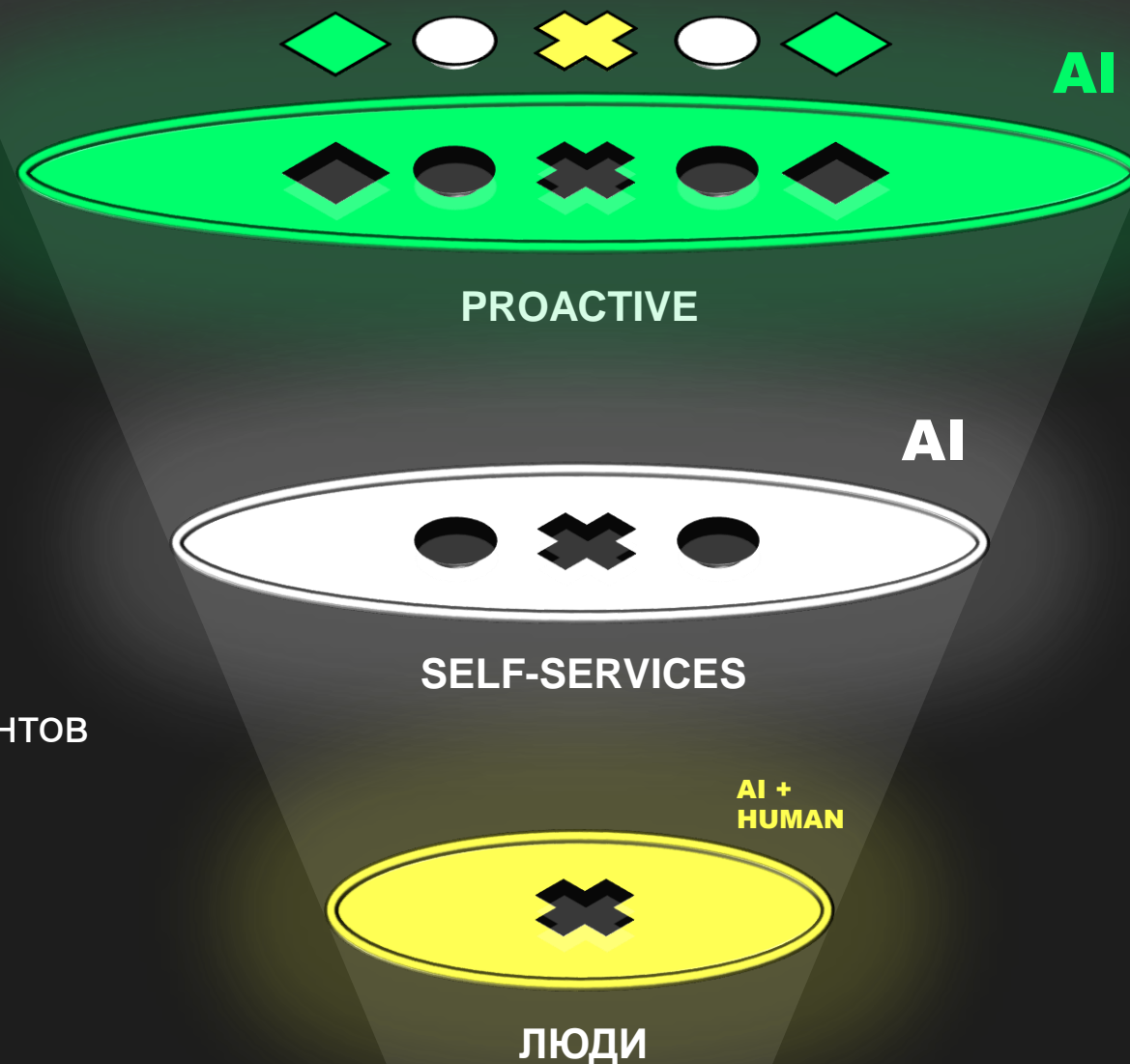


Запросы, которые можно решить с помощью ботов/виртуальных ассистентов



Сложные запросы, которые требуют участия оператора

купер



# Workflow по работе с клиентским долгом

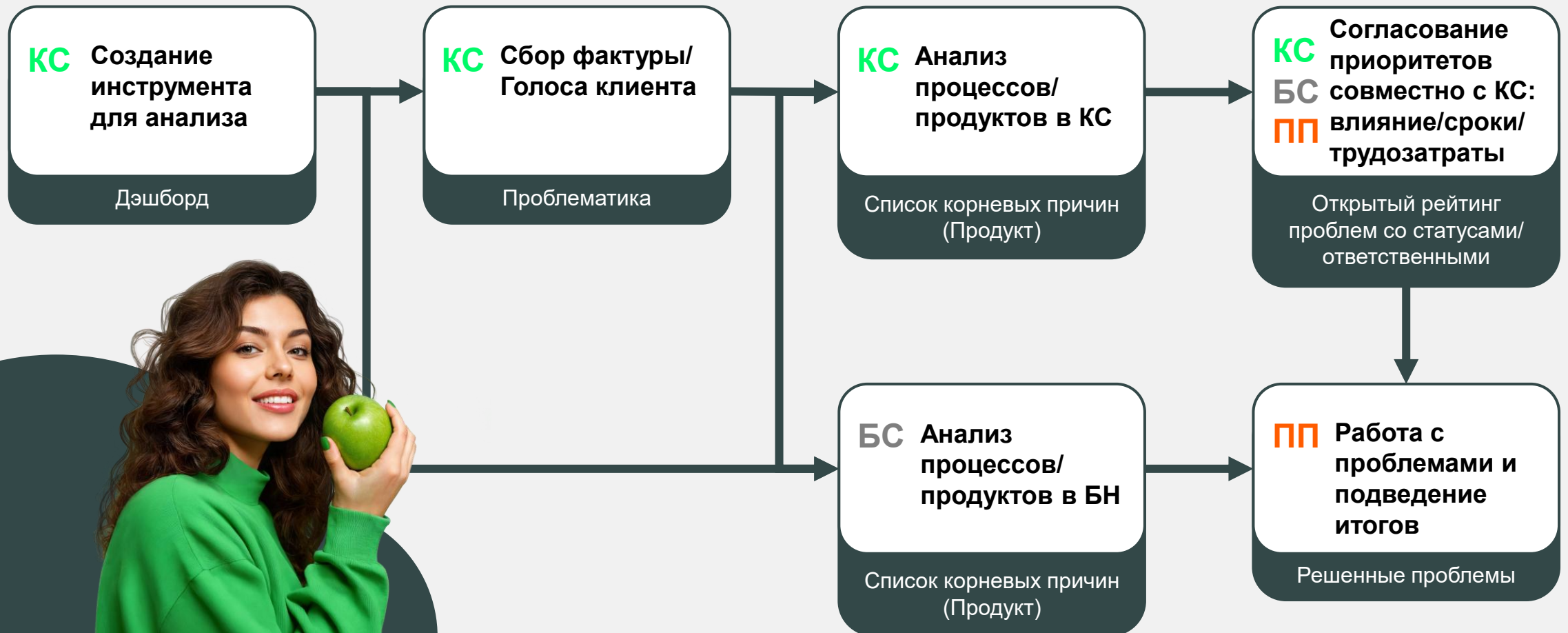
купер

**КС** Клиентский сервис

**БС** Бизнес направление

**ПП** Продукт/Процесс

😊 Результат



# Присвоение скорбалла корневым причинам (рейтинг)

купер

Для правильной приоритезации клиентских долгов им присваивается скорбалл по следующим метрикам:

## Кол-во обращений

по данной тематике

+

Доля от всего входа

## FCR

данной тематики

## CSI

данной тематики

## Кол-во и доля отложенных обращений

по данной тематике

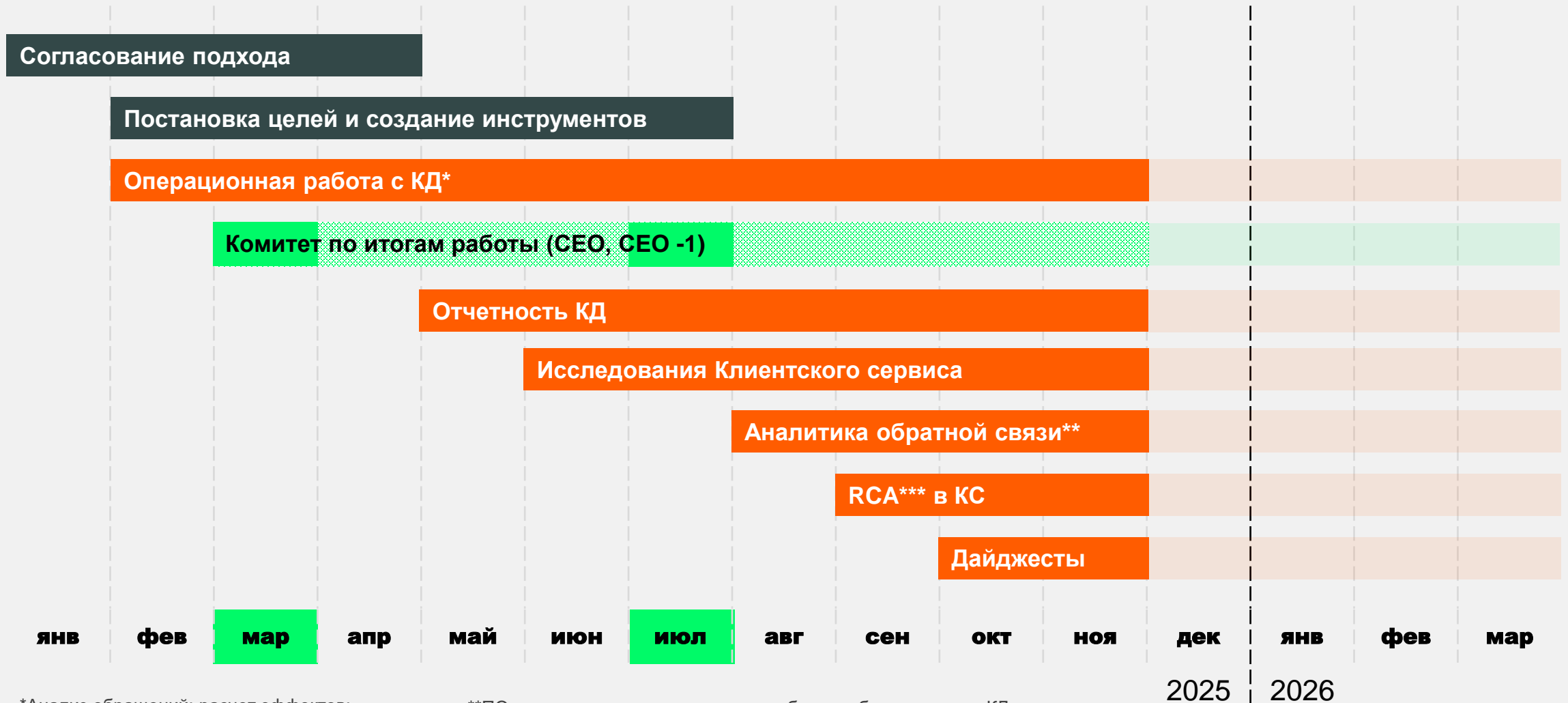
## Кол-во обращений с жалобами

по данной тематике



# Клиентский долг 2025

купер



\*Анализ обращений; расчет эффектов; формирование бэклога и контроль исполнения задач

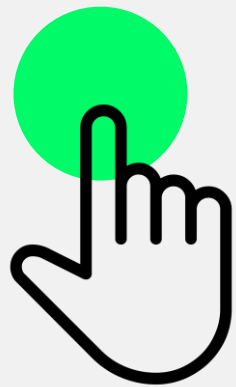
\*\*ПО для автоматизации процесса работы с обращениями в КД  
\*\*\*RCA (Root Cause Analysis) – анализ корневых причин

2025

2026

# Инструменты КД

купер



Клиентский долг

Детализация: Обращения Точки Возвраты (админка) Возвраты (клиенты) Согласование замен/отмен

Фильтры:

Отчетный период:  
Начало периода: 01.01.2026  
Конец периода: 31.03.2026  
Гранулярность: Месяц

Бизнес фильтры:  
MoM/MoS  
MoM  
Канал обращения (All)  
Вертикаль (Группа) (All)  
Вертикаль (All)  
Тип сборки (All)  
Платформа (All)  
Город (All)  
Категория ретейлера (All)  
Ретейлер (All)

Блоки тематик КД

CR MoM KPI

09 мар. 19 мар. 29 мар.

Качество сборки/доставки 77% 33 н.п.

Логистика - 0,0

Финансовые операции 0,9 - 0,0

Перенос/Отмена заказа 0,6 - 0,0

Промокоды и акции 0,6 - 0,0

Прочее 0,5 + 0,0

Причины отмены заказа 0,5 - 0,0

Изменение данных в заказе 0,4 - 0,0

Жалоба на курьера/сборщика 0,3 + 0,0

Добавить/убрать товар 0,2

Тематики КД

Тематика (All) Подтематика (All) Ответственный (All)

	Кол-во обращений	Кол-во проблем	CR	Delta	CR vs Plan	KPI (Final)
<b>Total</b>						
Хищ./Д./Пе...	5	3	9,71%	+ 0,03 н.п.	- 4,4 н.п.	%
Качество сборки/доставки	5	3	9,71%	+ 0,03 н.п.	- 4,4 н.п.	%
Опоздание	6	4	1,91%	- 0,42 н.п.	- 4,0 н.п.	%
Статус заказа	0		1,26%	- 0,17 н.п.	- 2,5 н.п.	%
Перенос/Отмена заказа	1		0,62%	- 0,03 н.п.	+ 0,0 н.п.	%
Статус "доставлен" - Зак...	1		0,50%	- 0,02 н.п.	- 2,1 н.п.	%
<b>Прочее</b>						
Прочее	1		0,57%	+ 0,05 н.п.	- 0,9 н.п.	%
Тех. ошибка	9		0,21%	- 0,05 н.п.	+ 0,0 н.п.	%
Почему отменен заказ	4		0,16%	- 0,01 н.п.	+ 0,0 н.п.	%
Звонок от курьера	7		0,13%	- 0,01 н.п.	- 0,2 н.п.	%

Динамика CR по т

01 мар. 01 апр.

Качество сборки/доставки 9,9 %

Опоздание 1,3 %

Статус заказа 1,1 %

Перенос/Отмена заказа 0,6 %

Прочее 0,5 %

Промокод 0,6 %

Срок возврата 0,3 %

Статус "доставлен" - Заказ не доставлен 0,3 %

Жалоба на курьера/сборщика 0,3 %

Отказ 0,1 %

Тех. ошибка 0,1 %

Почему отменен заказ 0,1 %

Комментарий для курьера 0,1 %

СберСпасибо 0,1 %

Вертикали

Тип CR: От всех заказов

	Кол-во заказов	Кол-во обраще ..	Кол-во проблем	CR	Delta	CR vs Plan	KPI (Final)
<b>Total</b>							
On_demand_KUPER	93	30	30	6,54%	- 0,16 н.п.	- 8,7 н.п.	2%
Planned_Kuper_tena..	11	4	4	6,00%	- 0,13 н.п.	+ 0,3 н.п.	%
Без связи с заказом	98	3	3	2,05%	- 0,13 н.п.		%
On_demand_DBS	17	0	0	1,77%	- 0,13 н.п.	- 1,7 н.п.	1%
RTE	71	4	4	1,37%	- 0,08 н.п.	- 1,6 н.п.	0%

Динамика CR по е

01 мар. 01 апр.

On\_demand\_KUPER 6,1 %

Planned\_Kuper\_tenant 5,6 %

Без связи с заказом 1,6 %

On\_demand\_DBS 1,4 %

RTE 1,2 %

Non-food 0,6 %

# Инструменты КД

купер

**призма**

- Лента обратной связи
- ✓ Проверка комментариев
- Источники

## Лента обратной связи

### Фильтры

Дата начала

02.02.2026

Дата конца

08.02.2026

Опрос

- Отзывы к приложению
- UXFB
- Удовлетворенность

### Обратная связь 51056 Комментариев

Поиск

- Чат-диалоги поддержки Купер  
Чат  
Деньги так и не вернулись  
СРОК ВОЗВРАТА ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ
- Чат-диалоги поддержки Купер  
Чат  
Заказ из аптеки вчера не был доставлен, но время доставки не изменилось  
АПТЕКИ
- Чат-диалоги поддержки Купер

# Итоги КД 2025

купер



**115**  
задач

**44%**  
DONE

**25%**  
IN PROGRESS

**31%**  
TO DO

▼ **-12% CR**

▼ **-2% CPO**

▲ **+10 пп CSI**

**купер**

# Клиентский опыт

или контактный центр

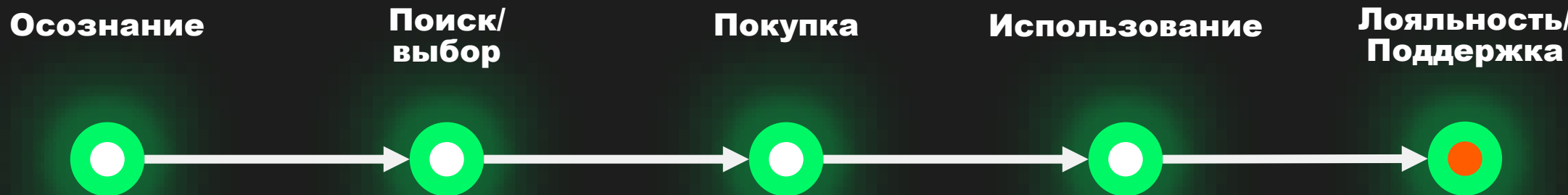


# Контактный центр

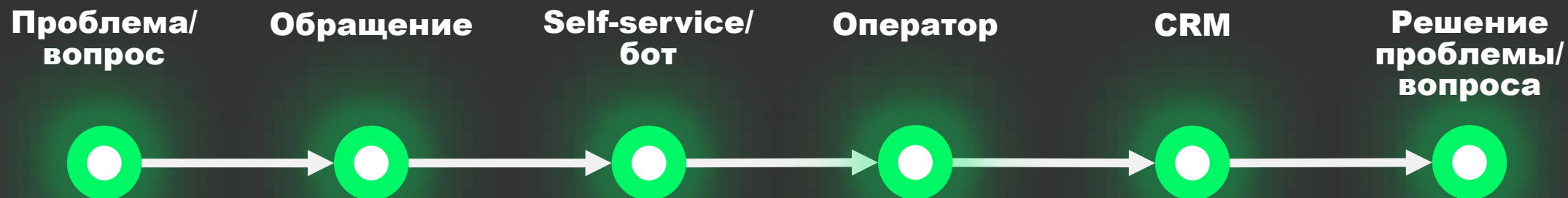
купер

- лишь одна из точек, где формируется клиентский опыт (CX)

## Упрощённая схема CX



## Контактный центр – этап CX



# Контактный центр

купер

- лишь одна из точек, где формируется клиентский опыт (CX)

	Клиентский опыт (CX)	Контактный центр
<b>Цель</b>	Сформировать положительную эмоциональную связь с брендом, повысить лояльность и повторные продажи	Оперативно решать запросы клиентов, повышать их удовлетворённость на этапе поддержки
<b>Роль в бизнесе</b>	Стратегическая концепция, определяющая долгосрочные отношения с клиентами	Тактический инструмент для поддержки клиентов здесь и сейчас
<b>Охват</b>	CJM клиента: знакомство с компанией, выбор продукта, покупка, использование, поддержка	Этап поддержки — обработка обращений и запросов клиентов
<b>Компоненты</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>— Репутация бренда и реклама;</li><li>— Удобство сайта/приложения;</li><li>— Качество предоставляемого сервиса</li><li>— Культура сервиса</li><li>— Программы лояльности;</li><li>— Впечатления от продукта/услуги</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>— Обработка обращений</li><li>— Поддержка клиентов (решение проблем, консультации, проактив);</li><li>— Участие в продажах и маркетинговых кампаниях;</li><li>— Передача инсайтов в продукт/бизнес</li></ul>

# Контактный центр

купер

- лишь одна из точек, где формируется клиентский опыт (CX)

	Клиентский опыт (CX)	Контактный центр
<b>Ключевые метрики</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>— NPS</li><li>— CSAT/CSI</li><li>— RR/LTV</li><li>— CR/CES</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>— SL/LCR</li><li>— E2E/AHT</li><li>— Occupancy/Utilization</li><li>— CSI/CSAT</li><li>— CR/PR/FCR/CES</li><li>— Occupancy/Utilization</li></ul>
<b>Инструменты</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>— CRM</li><li>— BI системы</li><li>— Исследования</li><li>— AI/ML для персонализации</li><li>— AI/ML для кластеризации и маршрутизации VOC</li><li>— Инструменты для визуализации опыта клиента</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>— VoiP и Облачные АТС</li><li>— Чат/омниканальные платформы</li><li>— CRM системы</li><li>— Knowledge Management</li><li>— WFM</li><li>— Речевая аналитика</li><li>— QM</li><li>— BI системы</li></ul>

**купер**

# От NPS к проблемам



# От NPS к проблемам

**Внешний**

**Внутренние**

**Операционные**



**купер**

Анкетирование в рамках  
Brand Health Tracking

Run процесс телефонного опроса  
действующих клиентов

**Транзакционные опросы**

CR, UX Feedback,  
Отзывы в сети

**NPS** ПРОМОУТЕРЫ (%) –  
КРИТИКИ (%)

Насколько Вы готовы рекомендовать компанию своим друзьям?

1

2

3

4

5

6

Критики

Нейтралы

Промоутеры

7

8

9

10

# Переход от NPS к операционным метрикам и тематикам (CR)

**купер**

**Всё живёт  
в цикле!**



Параметры  
NPS

VOC параметров  
NPS

Корреляция  
операционных  
метрик сервиса

Корреляция  
метрик  
поддержки

**NPS**



**Единые метрики  
контроля**



**Мероприятия  
по достижению**



**Health-check**

# Workflow - эволюция

купер

## 1.1 NPS

Top-down  
Bottom-up

unTop факторов

Голос клиента

По параметрам NPS

Воспринимаемое качество

## 1.2 Маркетинг

Исследования/Эксперименты/  
Доработки

Усиление бренда/  
воспринимаемого качества

## 1.3 Клиентский сервис (КС)

FCR/CES/CR  
CSI

unTop тематик

## 2. Бэклог разработки

Гипотезы

Корневые причины

Влияние на КС/Клиента

Оценка и приоритеты

Оценка трудозатрат

## 1.4 Продукт

UI/UX тесты

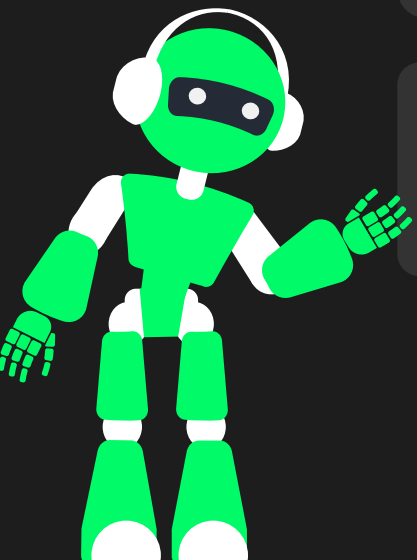
## 3. Разработка

Подтверждение/  
Отказ

Список задач/  
Сроки

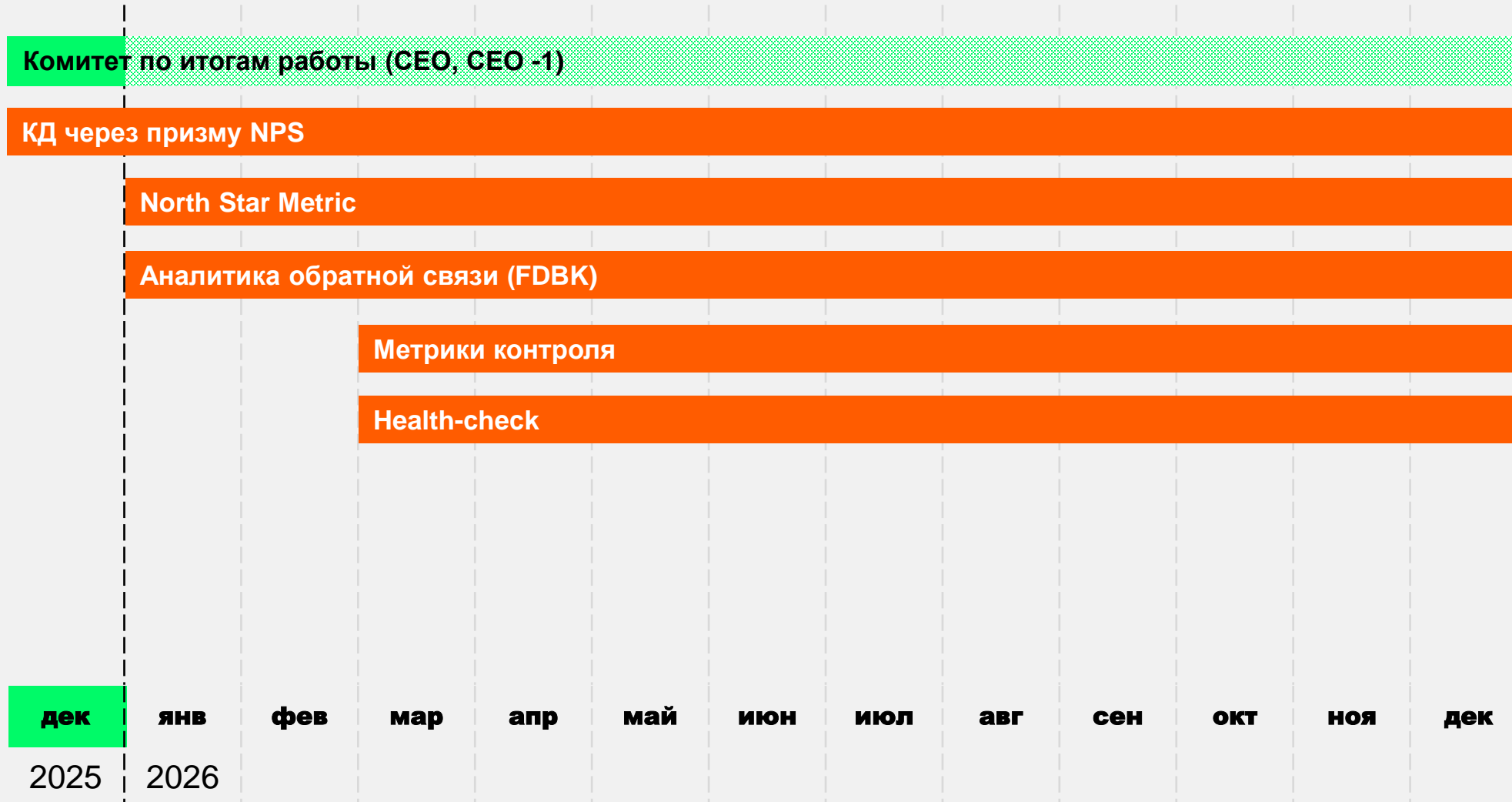
Реализация и  
оценка

CX



# Клиентский долг 2026

купер



# Залог успеха – North Star Metric

каскадирующая в департаменты компании/сервиса

купер

Она должна  
быть у всех!

**NPS**

**RR**

**LTV**

**CR**

**?**

**купер**

**Спасибо  
за внимание!**

