



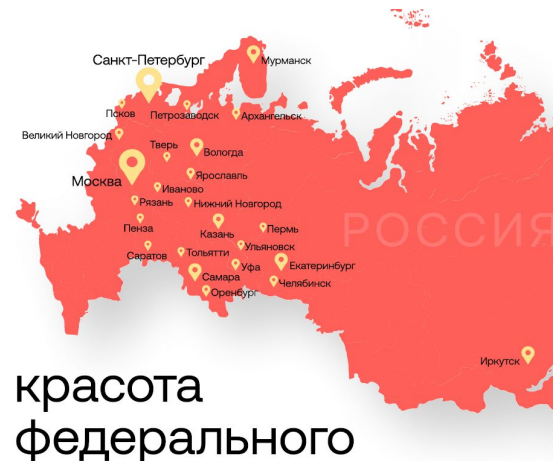
## Этапы путешествия клиентской оценки

Андрей Новиков, ССО  
Улыбка радуги

# лидер двух столиц

Улыбка радуги — федеральная сеть магазинов по уходу за собой и домом. Компания работает в формате дрогери и является крупнейшей на Северо-Западе и Поволжье и второй по величине в России

Наша миссия — вдохновлять женщин выбирать свою красоту



## красота федерального масштаба

## у дома = удобно

дрогери — компактный магазин самообслуживания у дома с площадью 100–200м<sup>2</sup>, где представлен широкий выбор самых необходимых товаров для красоты, заботы о себе и о доме

# этапы путешествия оценки



**покупатель**



**сбор**

- четная-нечетная шкала
- цифры/звезды/смайлы
- длина шкалы
- манипуляции на местах продаж

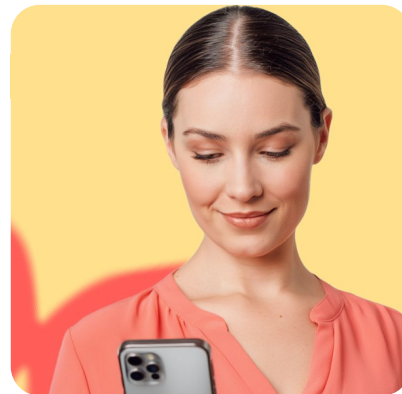


**менеджер**



**анализ**

- смещение оценок по шкале
- стат значимость отклонений
- как учесть аудиторию и канал



**руководитель**

**решение**

- промоутеры или детракторы
- среднее, доли или абсолюты
- какой у нас CSAT?

# этап 1

# покупатель

сбор данных  
шкала для покупателя  
влияние на результат



# красный, желтый, голубой, выбирай себе.... какой?

## визуализация и шкала

Вам понравилось?



Оцените процесс оплаты покупки в интернете с помощью сервиса



ПОЖАЛУЙСТА ОЦЕНИТЕ  
КАЧЕСТВО ОБСЛУЖИВАНИЯ.



Оцените качество сервиса

Пожалуйста, выберите цифру на шкале ниже, где 1 — «был разочарован», а 7 — «все прошло отлично».

1

2

3

4

5

6

7

4. Оцените работу сотрудников на выходе на посадку:



# «классика жанра»

## метрики и шкалы

### CSAT

Удовлетворенность конкретным взаимодействием/ покупкой

**Шкала:**

5-балльная (от "очень недоволен" до "очень доволен")  
или 3-10 балльная

### NPS

Готовность рекомендовать компанию друзьям и коллегам

**Шкала:**

11-балльная (от 0 до 10)

### CES

Оценка усилий, которые пришлось приложить клиенту для решения проблемы

**Шкала:**

5- или 7-балльная (от "полностью не согласен" до "полностью согласен")

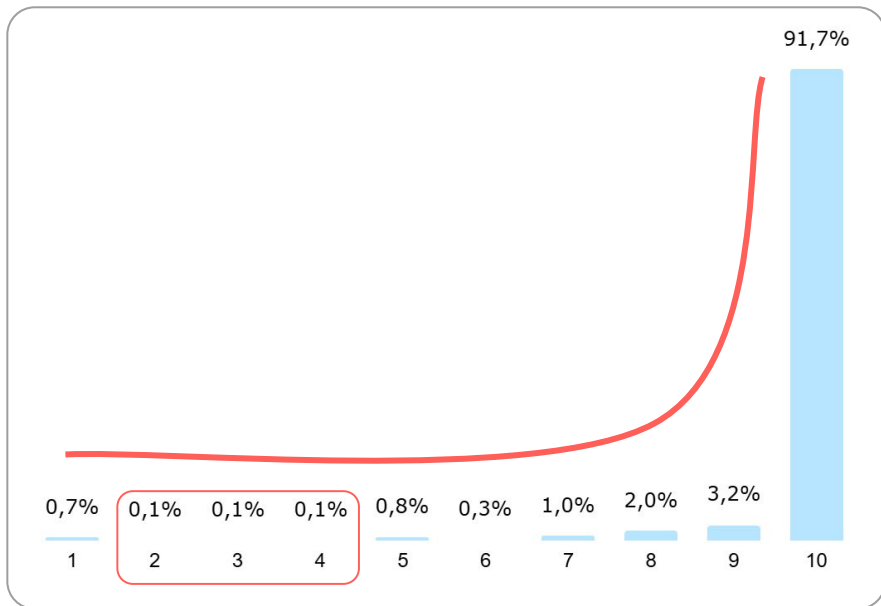


# размер имеет значение

## распределение оценок CSAT (10 → 5)

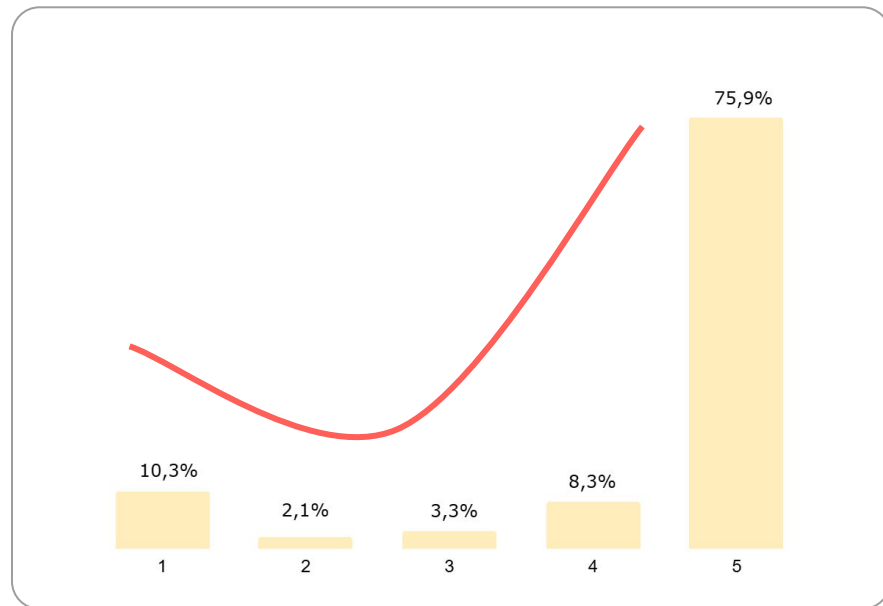
### 10-балльная шкала

CSAT «посещение магазина»



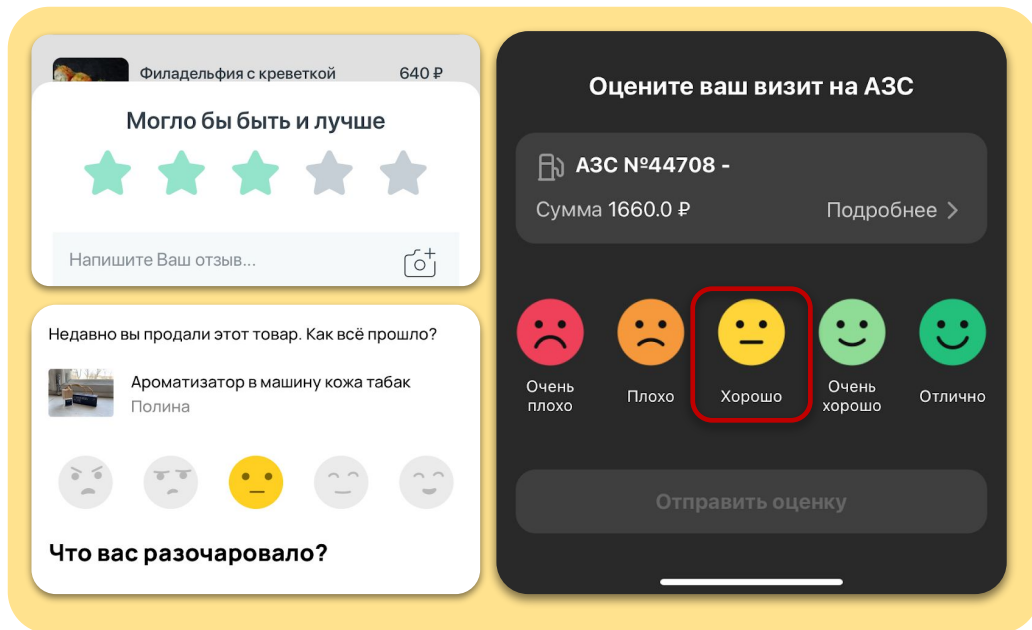
### 5-балльная шкала

CSAT «посещение магазина»



# «Синдром отличника»

3 из 5 это...

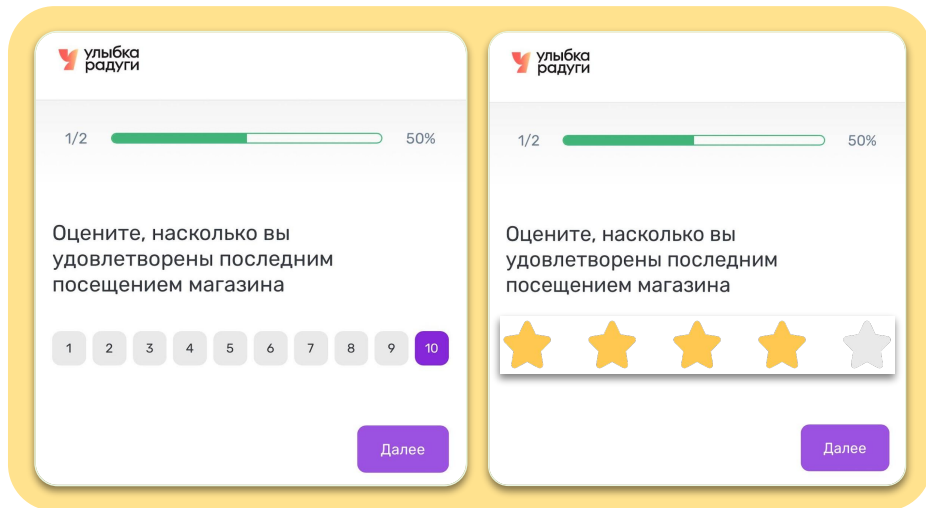


ужасно / плохо / удовл-но / хорошо / отлично

**не очень?  
нормально?  
хорошо?**

# СВЕТИТ ПЯТИБАЛЛЬНАЯ ЗВЕЗДА...

## меняем шкалу



1

У покупателей нет времени думать об оттенках своих эмоций

2

Большинство покупателей не использует шкалу как 10-балльную

3

Громоздко выглядит на экранах

Сложно анализировать со «скошенным» распределением в связке с другими показателями →

# подсмотрено в ....

**Уверены, что Вам  
понравилось на  
нашей АЗС!**

Оцените АЗС



очень плохо    плохо    хорошо    очень хорошо    отлично

**нажми  
зеленый смайлик!**



Оцените, пожалуйста, Ваше  
посещение ресторана

Еда



Напитки



Насколько вероятно, что вы порекомендуете  
банк своим друзьям и знакомым?

Оцените по шкале от 0 до 10, где 0 — «Точно не порекомендую», 10 — «Точно порекомендую».



Вы можете оставить комментарий к  
оценке

\* Насколько вероятно, что вы  
порекомендуете  
знакомым?

1 — не порекомендую, а 10 — порекомендую

1	2	3	4	5	6
7	8	9	10		

Почему вы поставили именно такую оценку?

Ставлю 1 только потому, что вы не  
знаете как правильно считать NPS -  
надо от нуля, а не от единицы..



# этап 2

# менеджер

обработка результатов  
влияние аудитории и канала

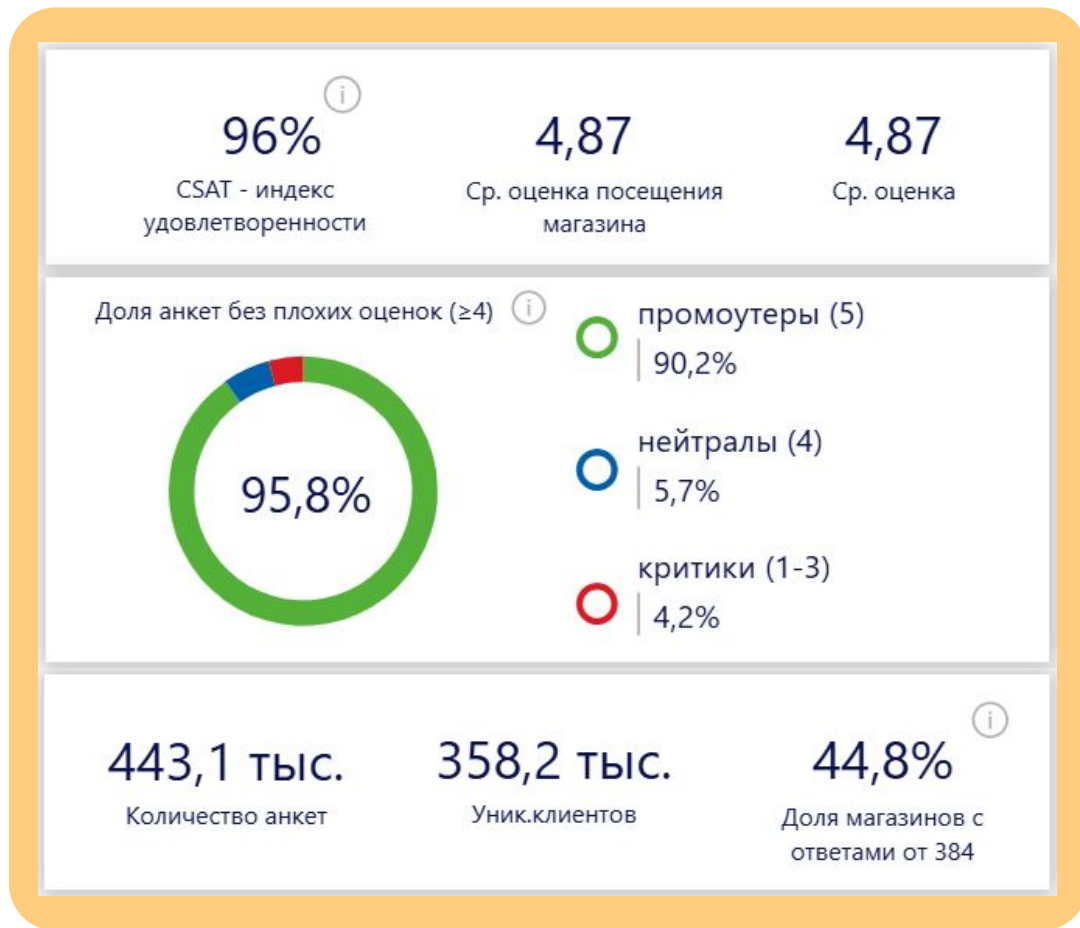


# летим по приборам, ничего не видно



Оценки высокие!

Почему клиенты  
уходят?



# «девочки такие разные»

## сравнение по статусам

оценка растет с ростом статуса

снижение оценок - риск оттока

	посещение магазина	выбор товаров	уровень цен	программа лояльности	сотрудники в магазине	комфорт в магазине
новичок	4,86	4,87	4,78	4,86	4,88	4,91
редкий	4,85	4,87	4,75	4,84	4,89	4,89
обычный	4,87	4,88	4,81	4,87	4,90	4,90
лучший	4,89	4,90	4,85	4,89	4,92	4,92
предотток	4,84	4,86	4,73	4,82	4,85	4,89
итог	4,88	4,89	4,82	4,88	4,90	4,91

# характер портится с возрастом

сравнение по возрастам

молодежь менее требовательна

	посещение магазина	выбор товаров	уровень цен	программа лояльности	сотрудники в магазине	комфорт в магазине
20-29	4,90	4,90	4,84	4,89	4,90	4,92
30-39	4,89	4,89	4,84	4,88	4,91	4,91
40-49	4,87	4,88	4,80	4,86	4,90	4,90
50-59	4,85	4,88	4,79	4,86	4,90	4,89
60-69	4,84	4,85	4,77	4,86	4,89	4,90
ИТОГ	4,88	4,89	4,82	4,88	4,9	4,91

# богатые тоже плачут

## сравнение по регионам

москвичи менее чувствительны к цене, но более требовательны к товарам  
карелы не только более промозависимы, но и избегают крайних оценок

	посещение магазина	выбор товаров	уровень цен	программа лояльности	сотрудники в магазине	комфорт в магазине
МСК	4,88	4,87	4,83	4,88	4,90	4,91
СПб	4,88	4,89	4,81	4,88	4,91	4,91
ЦФО	4,88	4,89	4,81	4,88	4,89	4,91
СЗФО	4,86	4,89	4,78	4,85	4,88	4,90
итог	4,88	4,89	4,82	4,88	4,90	4,91

# СТЫДНО, КОГДА ВИДНО

## сравнение по каналам

каналы имеют разную лояльность

оценка в точке продаж выше осознанного опыта

	посещение магазина	выбор товаров	уровень цен	программа лояльности	сотрудники в магазине	комфорт в магазине
КСО	4,88	4,90	4,83	4,89	4,91	4,91
МП	4,63	4,58	4,36	4,55	4,65	4,73
ТГ	4,58	4,48	4,21	4,45	4,68	4,66
Почта	4,42	4,44	4,25	4,45	4,59	4,71
ВК	4,55	4,47	4,02	4,24	4,55	4,60
ИТОГ	4,88	4,89	4,82	4,88	4,90	4,91

# этап 3

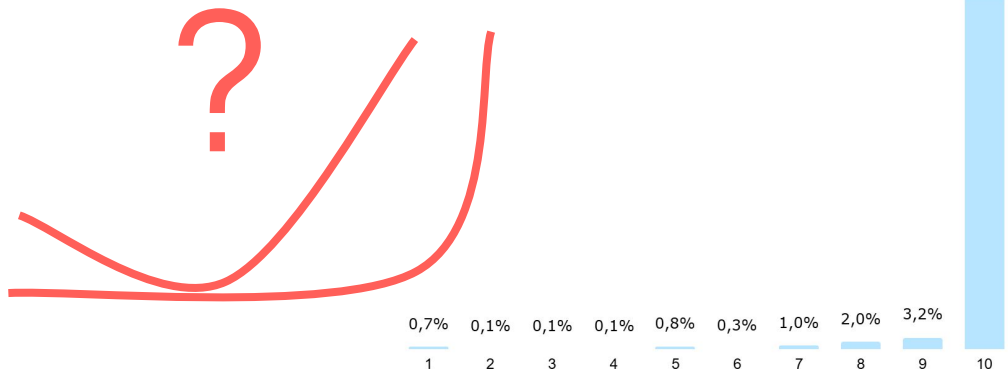
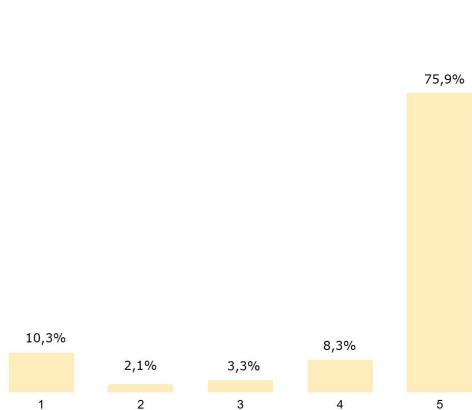
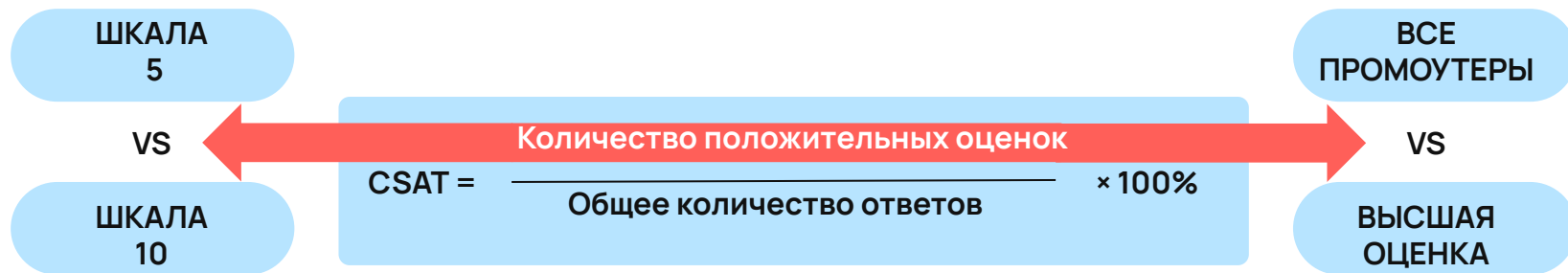
# руководитель

оценка результатов  
принятие решений



# «бык, он и тебя посчитал»

какой у нас CSAT ?



# 1 удав = 38 попугаев

подходы к оценке

	AVG	Δ AVG (MyM)
посещение магазина	4,88	-0,1
выбор товаров	4,89	0,03
уровень цен	4,82	0,2
программа лояльности	4,88	0,1
сотрудники в магазине	4,90	0,05
комфорт в магазине	4,91	0,01

# 1 удав = 38 попугаев

подходы к оценке

	AVG	Δ AVG (MyM)	% (4-5)
посещение магазина	4,88	-0,1	98,1
выбор товаров	4,89	0,03	97
уровень цен	4,82	0,2	95,5
программа лояльности	4,88	0,1	96,5
сотрудники в магазине	4,90	0,05	97,4
комфорт в магазине	4,91	0,01	97,7

# 1 удав = 38 попугаев

подходы к оценке

	AVG	Δ AVG (MyM)	% (4-5)	% (1-3)
посещение магазина	4,88	-0,1	98,1	1,9
выбор товаров	4,89	0,03	97	3
уровень цен	4,82	0,2	95,5	4,5
программа лояльности	4,88	0,1	96,5	3,5
сотрудники в магазине	4,90	0,05	97,4	2,6
комфорт в магазине	4,91	0,01	97,7	2,3

# 1 удав = 38 попугаев

## подходы к оценке

	AVG	Δ AVG (MyM)	% (4-5)	% (1-3)
посещение магазина	4,88	-0,1	98,1	1,9
выбор товаров	4,89	0,03	97	3
уровень цен	4,82	0,2	95,5	4,5
программа лояльности	4,88	0,1	96,5	3,5
сотрудники в магазине	4,90	0,05	97,4	2,6
комфорт в магазине	4,91	0,01	97,7	2,3

кол-во (1-3)	Δ кол-во (1-3) (WyW)
10	-2
31	3
42	10
11	35
17	3
4	2

# грабли и шишки



**покупатель**



**сбор**

- 5-балльная звездная шкала
- учет аудитории в канале

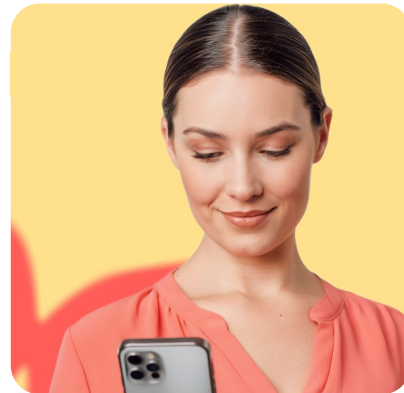


**менеджер**



**анализ**

- разрезы под бизнес заказчиков
- контроль фрода



**руководитель**

**решение**

- анализ детракторов
- в долях и абсолютах



# Андрей Новиков

+7 (926) 281-25-99  
nav@tdera.ru

Директор по клиентскому опыту

Прагматичный исследователь  
Эксперт – бизнес-аналитик

Технолог клиентоцентричных систем  
управления

И... все еще романтик

спасибо за внимание