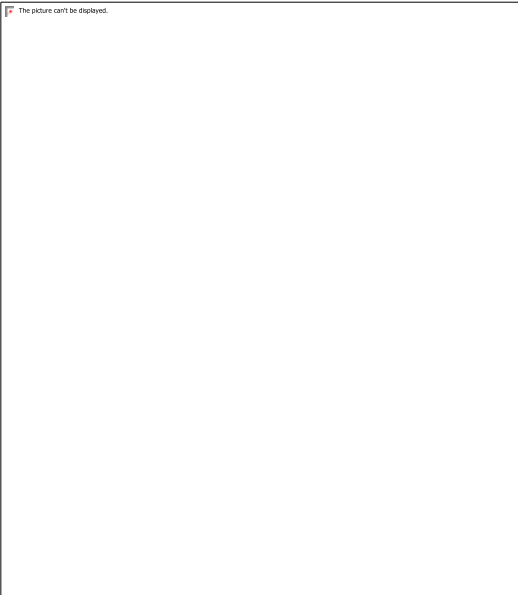


Чому Customer Experience Management – це управлінська функція, що забезпечує стійкість бізнесу в умовах невизначеності



Наталя Тоцька

Київ, 23 липня 2026 р

Привіт! Це Тоцька



The picture can't be displayed.

Спеціалізація:

- Сервісний аудит на базі рекомендацій ISO 9001:2015
- Розробка сервісної стратегії
- Створення системи управління клієнтським досвідом

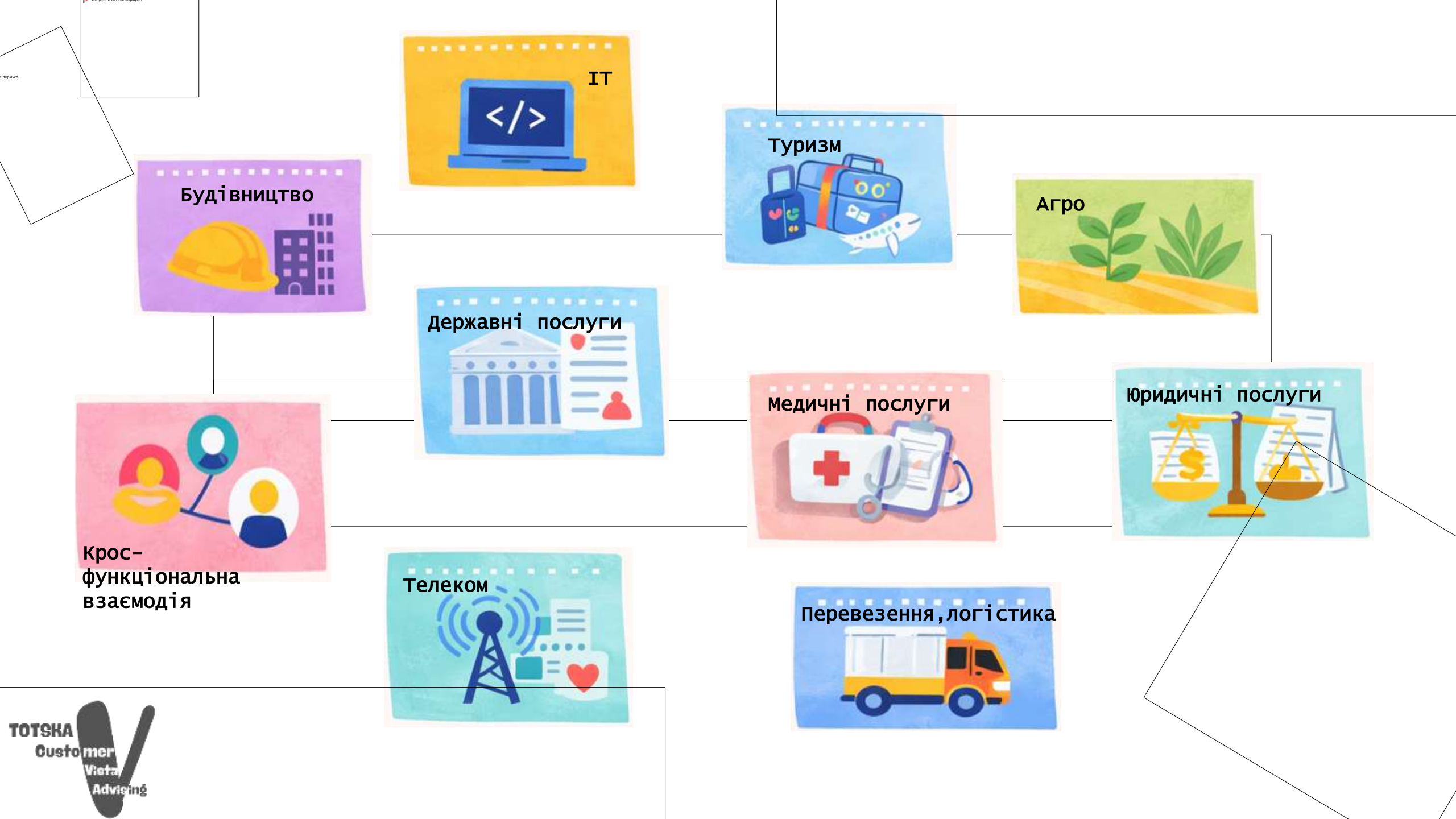
Ринки та клієнти:

- b2b, b2c
- Українські та міжнародні компанії
- Середній та корпоративний бізнес



Результати для клієнтів:

- NPS: 42 → 77
- Зростання задоволеності клієнтів на 20%
- Зростання річного прибутку на 18%
- Найкращі бізнес-показники в Східній Європі



Управління сервісом

Аспекти обслуговування: продаж, доставка, підтримка.

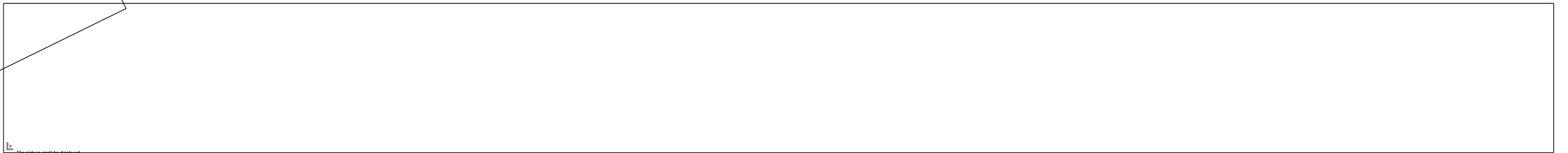
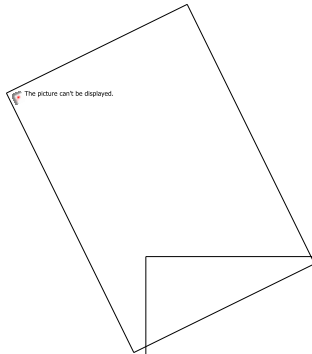
Певні елементи: **швидкість** відгуку на запити клієнтів, **якість** технічної підтримки, ефективність **процесів** обслуговування, вирішення **проблем**.

Мета – забезпечити високу **якість обслуговування**, що **задовольняє** або перевершує очікування клієнтів в процесі надання послуг.

Важливість CX в кризові часи

- Багато ресурсів → легкість усунування наслідків
- Під час кризи втрата клієнтів коштує дорожче

CX Management дозволяє знаходити системні ризики втрати клієнтів до того, як вони вплинуть на фінансовий результат



Книгарня



Атмосфера

- ✓ Приємне враження
- ✓ Зона коворкінгу
- ✓ Пахне кавою

Обрала 2 книжки

- ✓ Вказано 2 ціни - друга клубна
- ✓ Сподіваюсь на клубну ціну

Прийшла до каси

- ✓ *«Вибачте, у нас зараз переоцінка, і ми не встигли всі ціни зазначити, тому ціна може відрізнятись»*
- ✓ Ціни вищі на 20%
- ✓ Цікавлюсь клубною ціною: *«Ви маєте купити на суму від 900 грн, але в тій книгарні, де ви будете оформлювати, мають бути в наявності ці картки. Як у нас, наприклад, їх зараз нема і не завозять»*
- ✓ *«Хочете знижку? Я можу пробити вам свою, але у вас не будуть накопичені бонуси»*

Гарні показники сервісу

— 4,3..4,5

— 8,0

— 9,0

The picture can't be displayed.

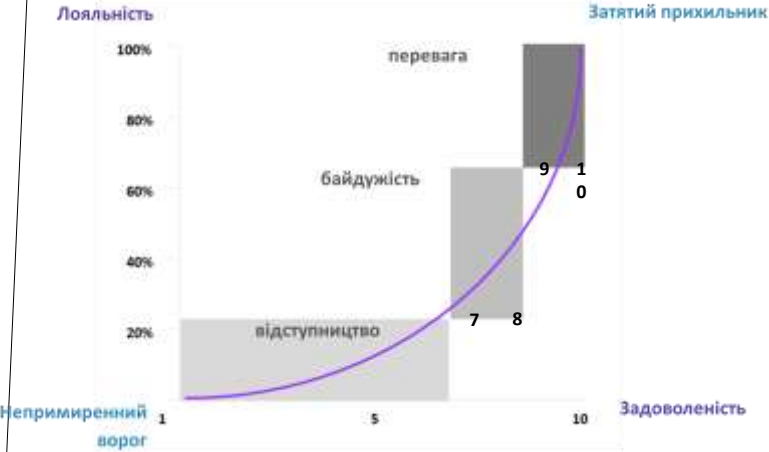
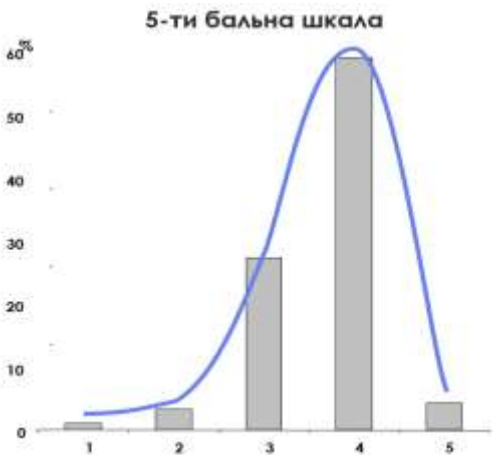
The picture can't be displayed.

The picture can't be displayed.

CSAT – 4,3-4,5

KPI - 8,0

CSI – 9,0



Показник	Зауважень
9,1	6%
9,0	9%
8,7	22%

Помилка

**оцінювати сервіс
≠
керувати ним**

Етапи створення системи СЕМ

Сегментація клієнтів

Хто наші клієнти, в які сегменти вони об'єднуються

Сервісний аудит

Глибинні інтерв'ю з керівниками та клієнтами, корпоративна культура, звернення клієнтів, CSM, ESM, NPS, CSI, CSAT, CSE

Створення стратегії CX

Бачення, ініціативи, відповідальні, KPI, план дій

Впровадження плану дій

Коригування БП. Створення стандартів. Проведення навчання

Система моніторингу якості CX

KPI, показники якості CX

ЩО ВПЛИВАЄ НА СХ

ПРОДУКТ

ПРОЦЕСИ

ПЕРСОНАЛ

ПОЛІТИКИ

ПРОАКТИВНІСТЬ

План дій

Керувати сервісом:

- ✓ Розуміти, що є клієнти із невдалим досвідом
- ✓ Мати інформацію, чому клієнт отримує поганий досвід
- ✓ Виправляти причини поганого досвіду

1

Вимірювати за 10-ти бальною шкалою

2

Вимірювати критерії CX, не лише CSAT

3

Визначати причини оцінок 1-6

КЕЙС MODUS X

Бізнес-завдання	Вихід на зовнішній ринок за межі холдингу
Завдання	Досягнення конкурентного рівня показника сервісу
Результат проєкту	Створення функції управління CX Збільшення клієнтів зовнішнього ринку
Сегментація	Розділення замовників та користувачів дозволило точніше налаштувати сервіс і збільшити NPS на 30 пунктів.
Керування клієнтами	Запуск IT-кабінету з SLA-дашбордами, що дало клієнтам реальну владу над пріоритезацією та виконанням запитів.
Культурна трансформація	Перехід від супротиву команд до визнання CX як стратегічного інструменту бізнесу за активної участі топ-менеджменту.
Бізнес-ефект	команда 500→800, прибуток +18%

ВИСНОВКИ

Збільшити кут зору

Якщо **процеси слабкі**,
навіть **найкращий**
співробітник буде
виглядати як **поганий**
сервіс

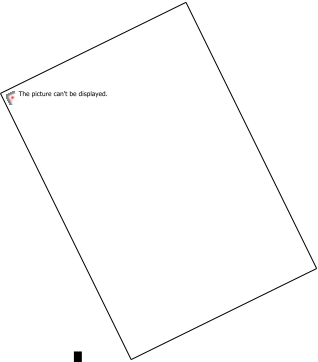
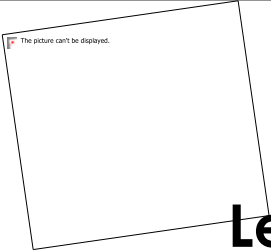
Відповідність

показників

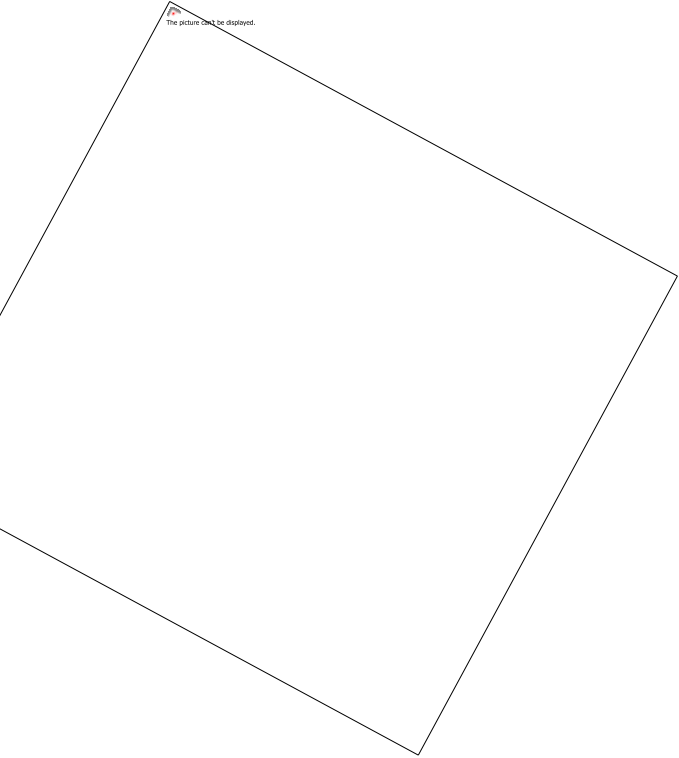
картине реальних показники
створюють **ілюзію**
високого обслуговування

Керувати сервісом

Досліджувати,
виправляти **причини**
невдалого досвіду
клієнтів



Let's improve customer experience together!



НАТАЛЯ ТОЦЬКА

TOTSKA CustomerVista Advising

n.totska@customervista.com.ua

www.customervista.com.ua

<https://www.facebook.com/natala.totska>

