



Негосударственное образовательное частное учреждение организации дополнительного профессионального образования «Аktion»



ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
дополнительного профессионального образования (повышение квалификации)
«УПРАВЛЕНИЕ КЛИЕНТСКИМ ОПЫТОМ И ЛОЯЛЬНОСТЬЮ»
(объем 60 академических часов)

г. Москва

1. ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Программа направлена на освоение (совершенствование) следующих профессиональных компетенций:

- Управлять лояльностью клиентов на основе клиентского пути, поведенческих и экономических показателей;
- Анализировать обратную связь и формировать план действий по устранению системных пробелов в клиентском опыте;
- Организовывать межфункциональные изменения и закреплять клиентоориентированные практики в работе команды.

В результате освоения программы слушатель будет:

знать:

- состав клиентского опыта и механизм формирования лояльности;
- экономическую связь клиентского опыта с удержанием, повторной покупкой, LTV, маржинальностью и стоимостью обслуживания;
- методы выделения точек истины, построения и обновления CJM;
- структуру панели клиентской лояльности и правила интерпретации NPS, CSAT, CES, поведенческих и финансовых показателей;
- типовые пробелы клиентского пути и организационные модели управления клиентским опытом;
- подходы к внедрению сервисных стандартов, работе с сопротивлением и управлению изменениями.

уметь:

- выбирать приоритетный клиентский сценарий и определять в нем точки истины;
- собирать факты из обратной связи, поведения, процессов и финансовых данных;
- строить и проверять CJM, отделять единичные сигналы от системных;
- включать команду в изменения и собирать 90-дневный план управления клиентской лояльностью.
- формулировать пробел клиентского пути, назначать владельца и проектировать изменение процесса;
- собирать панель клиентской лояльности и связывать оценки с поведением и экономикой;

2. НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ – Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; Приказ Минобрнауки России от 24.03.2025 № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».

3. ТРУДОЕМКОСТЬ И СРОК ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ – 60 академических часов, 2 месяца.

4. ФОРМА ОБУЧЕНИЯ – заочная с использованием дистанционных образовательных технологий и электронного обучения.

5. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование дисциплин / модулей (в том числе практик)	Часы			Формы контроля
		Все го час ов	Ауд итор ные	Сам осто ятел ьно е изу чен ие	
1	2	3	4	5	6
1.	Экономика клиентской лояльности	7	4	3	-
2.	Инструменты для принятия решений	16	9	7	-
3.	Системное управление лояльностью	24	13	11	-
4.	Культура клиентоориентированности	12	10	2	-
А	Итоговая аттестация	1	-	1	зачет
	ИТОГО:	60	36	24	-

6. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ

№ п/п	Наименование разделов программы	Часы				Содержание разделов программы
		В се го ча со в	Аудиторные		Са мо ст оя те ль но е из уч ен ие	
			Ле кц ии	Пр ак ти че ск ие за ня ти я		
1	2	3	4	5	6	7
1.	Экономика клиентской лояльности	7	3	1	3	-

1.1 .	Что такое клиентский опыт и как он связан с деньгами	7	3	1	3	Клиентский опыт — результат обещаний, контактов и процессов компании; отличается от сервиса и пользовательского опыта. Влияет на удержание, повторные покупки, LTV и прибыль. Лояльность связана с оттоком, рекомендациями, стоимостью привлечения и обслуживания. На практических занятиях слушатель отработает навык оценки влияния клиентского опыта на финансовые результаты компании. С помощью разбора управленческих ситуаций и заданий на классификацию он научится отличать клиентский опыт от сервиса и пользовательского опыта, выявлять решения, которые влияют на удержание и отток клиентов, и связывать изменения в клиентском пути с LTV, повторными покупками и прибылью.
2.	Инструменты для принятия решений	16	7	2	7	-
2.1 .	Метод точки истины: где клиент решает доверять или уходить	9	4	1	4	Курс учит отличать обычные точки контакта от критических моментов доверия клиента. Фокус — на «точке истины» (сценарий, ожидания, риски и др.) и узком сценарии для управления. Особое внимание — первой экспертной встрече и сигналам доверия. Также — управление ожиданиями и роль вовлечённости в рекомендациях. На практических занятиях слушатель отработает навык выявления и описания точек истины. С помощью анализа кейсов он определит, какие контакты критически влияют на решение клиента, восстановит сценарий взаимодействия, выявит ожидания, риски и сигналы доверия, а затем сформулирует изменения, которые необходимо внести в выбранную точку клиентского пути.
2.2 .	Строим CJM: карта клиентского пути на фактах	7	3	1	3	Курс учит работать с источниками данных для CJM (голос клиента, поведение, операционные и финансовые показатели), разделяя факты и мнения. Включает поэтапное построение карты — от ожиданий клиента до барьеров, точек истины, пробелов, владельцев и метрик; разбор сценария после покупки клубной карты, сопоставление разных типов данных, классификацию сигналов (единичные, сегментные, системные) и регулярный пересмотр карты. На практических

						занятиях слушатель отработает навык построения карты клиентского пути на основе данных. С помощью заданий на сопоставление источников и разбора клиентского сценария он отделит факты от предположений, соберет фрагмент CJM, обозначит ожидания, барьеры и точки истины, классифицирует клиентские сигналы, определит владельцев этапов и подберет показатели для контроля изменений.
3.	Системное управление лояльностью	24	11	2	11	-
3.1	Панель управления клиентской лояльностью	11	5	1	5	Курс учит связывать метрики клиентского опыта (NPS, CSAT, CES) с бизнес-показателями (LTV, маржа и др.), выстраивать управленческий контур, оценивать клиентский портфель и продуктовые метрики, а также интегрировать обратную связь в ключевые процессы компании. На практических занятиях слушатель отработает навык формирования панели управления клиентской лояльностью. С помощью расчетных и аналитических заданий он сопоставит метрики клиентского опыта с бизнес-показателями, выберет показатели для конкретной управленческой ситуации, проанализирует клиентский портфель и соберет структуру панели, которая позволяет отслеживать проблемы и принимать решения.
3.2	Как найти и закрыть пробелы в клиентском пути	13	6	1	6	Курс помогает выявлять и устранять разрывы между обещанием и исполнением на всех этапах клиентского пути: находить системные пробелы (а не симптомы), формулировать их с указанием причины и эффекта, назначать ответственных и проверять решения на пилоте. Вы научитесь выстраивать передачу клиента после продажи, распределять функции между подразделениями и встраивать обратную связь от клиентов в разработку и производство с коротким циклом внедрения изменений. На практических занятиях слушатель отработает навык выявления и устранения системных пробелов в клиентском пути. С помощью диагностики кейсов он отделит симптомы от первопричин, сформулирует пробел с указанием его причины и последствий, определит ответственного, разработает гипотезу решения и составит план пилотного внедрения с критериями проверки результата.
4.	Культура клиентоориентированности	12	9	1	2	-

4.1	Мотивация команды к изменениям и личная роль генерального директора	12	9	1	2	Курс учит превращать сервисные намерения в измеримые действия и стандарты: выстраивать мотивацию и обучение, диагностировать сопротивление, закреплять нормы через КРІ и ежедневные решения. Вы освоите распределение ролей, передачу контекста без потери ответственности, работу с обратной связью и внедрение улучшений через короткие циклы. В финале — сборка полного контура управления клиентским опытом: от СЈМ и выявления пробелов до назначения владельцев, изменений процессов и ритма контроля (три цикла по 30 дней). На практических занятиях слушатель отработает навык организации изменений в клиентском опыте. С помощью ситуационных заданий он диагностирует причины сопротивления сотрудников, подберет способы мотивации и обучения, переведет сервисные намерения в наблюдаемые стандарты, распределит роли и ответственность, а затем составит план трех циклов изменений по 30 дней с действиями, показателями и контрольными точками.
ИТОГО:		59	30	6	23	-

7. ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

В процессе обучения с целью проверки качества освоения материала и закрепления пройденных тем слушателю предлагается задание для самоконтроля - тестирование из общего числа вопросов, относящихся к материалам пройденного раздела. Доступ к материалам следующего раздела слушатель получает после того, как ответит не менее, чем на 7 вопросов задания для самоконтроля.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ

8.1. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Райхельд Ф., Марки Р. Искренняя лояльность. Ключ к завоеванию клиентов на всю жизнь. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
2. Калбах Дж. Путь клиента: создаем ценность продуктов и услуг через карты путей, блупринты и другие инструменты визуализации. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022.
3. Шоул Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество. — М.: Альпина Паблишер, 2023.
4. Райхельд Ф., Тил Т. Эффект лояльности: движущие силы роста, прибыли и непреходящей ценности. — М.: Вильямс, 2005.

8.2. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ АКТЫ:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
2. Приказ Минобрнауки России от 24.03.2025 № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».

8.3. ДРУГИЕ ИСТОЧНИКИ:

1. Авторские учебные материалы Яны Фахурдиновой по управлению клиентским опытом и развитию сервисного мышления.
2. Экспертные кейсы Игоря Самборецкого, Никиты Прохорова и Павла Баздырева, подготовленные для программы.

9. ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Оценка качества освоения программы осуществляется по результатам итоговой аттестации в форме тестирования. Тестирование проводится на платформе дистанционного обучения, результат подсчитывается автоматически. Итоговый тест включает 30 вопросов, случайным образом выбранных из утвержденного комплекта так, чтобы были представлены все модули программы. Ответ не засчитывается при выборе неверного варианта, а также при одновременном указании правильного и неправильного вариантов.

Аттестованным считается слушатель, получивший по результатам итоговой аттестации оценку «зачтено»:

- оценка «зачтено» выставляется слушателю, верно ответившему не менее чем на 21 вопрос;
- оценка «не зачтено» выставляется слушателю, верно ответившему на 20 вопросов и менее.

Слушателям, освоившим образовательную программу и успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОСНАЩЕНИЕ ПРОГРАММЫ – программа реализуется с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения.

11. СОСТАВИТЕЛИ:

1. Яна Фахурдинова — основатель компании «Мастерская клиентского сервиса», автор бизнес-игры «Сервис Первых»;
2. Игорь Самборецкий — кандидат социологических наук, управляющий фитнес-клубом «Даудель Спорт»;
3. Никита Прохоров — бизнес-тренер, руководитель проекта ReputationLab, соучредитель и заместитель генерального директора Sidorin Lab,;
4. Павел Баздырев — сооснователь и директор компании «СОЮЗ».