



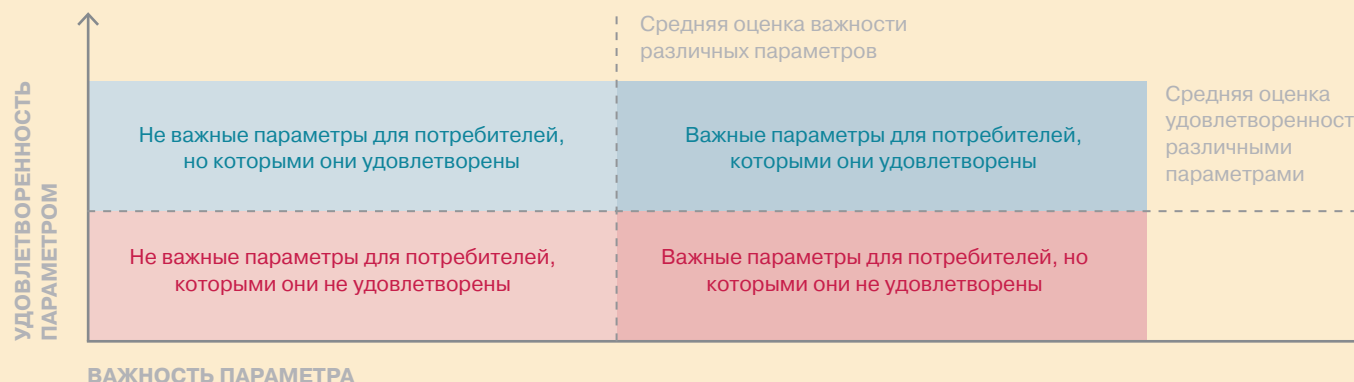
ИНДЕКС УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ КЛИЕНТОВ CSI (CUSTOMER SATISFACTION INDEX)



Customer Satisfaction Index (CSI) используется для оценки уровня удовлетворенности клиентов работой компании и предоставляемыми ею услугами и является в настоящее время одним из наиболее популярных нефинансовых показателей успешной деятельности организации

В основе расчета индекса CSI лежит идея о том, что удовлетворенность потребителя зависит не только от характеристик продукта/услуги, но и от того, насколько важны для потребителя эти характеристики

Помимо расчетного показателя индекса CSI, который можно использовать для анализа в динамике и в сравнении с конкурентами, результатом изучения уровня удовлетворенности потребителей является выделение 4 групп параметров продукта/услуги, для каждой из которых может быть впоследствии разработана своя стратегия по их улучшению / поддержанию:



CSI является универсальным инструментом, который можно использовать как на B2C рынке, так и на B2B рынке

Информация об удовлетворенности и лояльности позволяет выделить сегменты и разработать для каждой из групп свою стратегию продвижения продукта/услуги

Кроме оценки удовлетворенности клиентов продуктами/услугами компании с помощью индекса CSI можно измерять уровень удовлетворенности продуктами/услугами конкурирующих компаний и сравнить полученные показатели



Многие компании измеряют удовлетворенность клиентов с помощью индекса CSI регулярно, чтобы отслеживать динамику его изменений и вовремя корректировать работу компании. Регулярное измерение индекса CSI позволяет:



отследить динамику взаимодействия с клиентом до и после проведения компанией специальных мероприятий: рекламных акций, мероприятий по обучению персонала, реализации программ лояльности и т.д.



сравнить эффективность работы подразделений (различных офисов/магазинов, региональных филиалов)



оценить отраслевую эффективность с помощью сравнения полученного индекса для компании и для её конкурентов

Таким образом, индекс Customer Satisfaction Index (CSI) позволяет решить следующие бизнес-задачи:



выявить параметры продукта/услуги, которые в значительной степени определяют общий уровень удовлетворенности клиентов



проанализировать уровень удовлетворенности клиентов существующими параметрами продукта/услуги (качеством, ценой, ассортиментом, работой персонала, скоростью обслуживания и др.)



сравнить продукты/услуги компании с конкурентами



выявить уровень удовлетворенности различных групп клиентов компании и сравнивать их между собой



Измерение удовлетворенности клиентов с помощью индекса CSI включает в себя 2 этапа

1 выделение ключевых параметров продукта/услуги для последующей оценки уровня удовлетворенности ими

- Для выделения оцениваемых параметров продукта/услуги, как правило, используется экспертное мнение сотрудников компании: как руководителей, так и персонала, непосредственно контактирующего с потребителями
- Чаще всего оцениваются следующие параметры:
 - стоимость
 - качество
 - ассортимент
 - работа персонала
 - сервисное обслуживание
 - надежность
 - и другие
- Для различных компаний параметры оценки и их важность определяются индивидуально, но чаще всего все критерии происходят из областей 5P: Product, Price, Place, Promotion, People

2 опрос потребителей продукта/услуги

- Для сбора информации применяются различного рода опросы потребителей услуги/продукта – личные (CAPI/PAPI), телефонные (CATI), онлайн (CAWI).
- Опросник (анкета) включает в себя 2 основных раздела:
 - вопросы для выявления важности каждого из оцениваемых параметров услуги/продукта для потребителей
Насколько важен для Вас данный параметр? Оцените, пожалуйста, по шкале от 1 до 7, где 1 – «совсем не важен», а 7 – «очень важен»
 - вопросы для оценки уровня удовлетворенности потребителя каждым из оцениваемых параметров
В какой степени Вы удовлетворены данным параметром? Оцените, пожалуйста, по шкале от 1 до 7, где 1 – «совсем не удовлетворен», а 7 – «полностью удовлетворен»
- Анкета также может включать дополнительные вопросы для получения расширенной информации об уровне удовлетворенности и лояльности клиентов:
 - Насколько Вы довольны в целом качеством продуктов этой компании?
 - Насколько оно соответствует всем Вашим требованиям и ожиданиям?
 - Насколько качество продукта близко к идеальному?
- Вопросы для измерения индекса CSI могут являться частью комплексного исследования по измерению уровня удовлетворенности потребителей продуктами/услугами, и хорошо сочетаются с такими методиками как измерение индекса лояльности NPS (Net Promoter Score), построение карты движения потребителя Customer Journey, оценка качества предоставляемых услуг с помощью метода Mystery Shopping



Для демонстрации методики расчета индекса CSI рассмотрим пример:

Исследование проводится для компании А с целью оценки удовлетворенности клиентов услугой В. В качестве параметров услуги В для оценки уровня удовлетворенности были выделены: стоимость, разнообразие опций, простота процесса оформления, уровень квалификации персонала компании, скорость обслуживания. Опрос произведен среди 500 клиентов компании А, которые в течение последних 3 месяцев воспользовались оцениваемой услугой

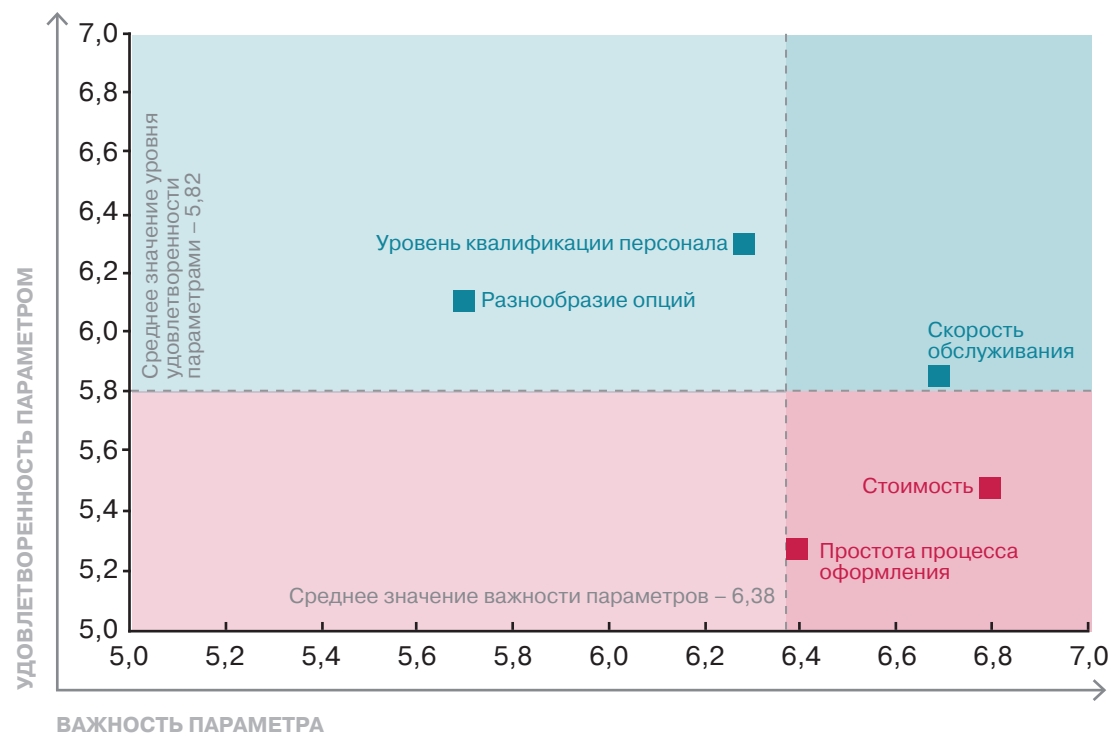
В результате исследования были получены следующие данные:

Оцениваемый параметр	Средняя оценка важности параметра (по 7-ми балльной шкале)	Вес параметра в общей оценке удовлетворенности	Средняя оценка уровня удовлетворенности параметром (по 7-ми балльной шкале)	Взвешенная оценка уровня удовлетворенности
Стоимость	6,8	21%	5,5	1,17
Разнообразие опций	5,7	18%	6,1	1,09
Простота процесса оформления	6,4	20%	5,3	1,06
Уровень квалификации персонала	6,3	20%	6,3	1,24
Скорость обслуживания	6,7	21%	5,9	1,24
Общая взвешенная оценка уровня удовлетворенности				5,81
CSI				83%



По результатам исследования был получен показатель индекса CSI – 83%, что говорит о высоком уровне удовлетворенности клиентов компании предоставляемой услугой

- Результаты исследования позволили построить представленную ниже карту, на которой параметры оценки разделены на 4 группы



- Параметр «Скорость обслуживания» является важным для клиентов компании и клиенты удовлетворены им. Данный уровень удовлетворенности нуждается в мероприятиях по его поддержанию и повышению
- Параметры «Стоимость» и «Простота процесса оформления услуги» также важны для клиентов, однако результаты исследования показывают, что уровень удовлетворенности ими ниже среднего. Необходимо разработать и предпринять ряд мер, которые повысят уровень удовлетворенности клиентов данными параметрами
- Параметры «Разнообразие опций» и «Уровень квалификации персонала» получили высокие оценки удовлетворенности, однако они не входят в число значимых для клиентов компании



Если исследование проводится с помощью личного или телефонного опроса, анкета не должна содержать большое количество вопросов, чтобы интервью закончилось в течение 10-15 минут



Вопросы в анкете, а также оцениваемые параметры продукта/услуги необходимо сформулировать таким образом, чтобы респондент имел возможность дифференцировать их важность для него лично



В опросе в идеале должны принимать участие те клиенты, которые не так давно имели опыт взаимодействия с компанией и впечатления которых еще не забылись по прошествии времени