



business service quality

# Опыт покупателя

# Консалтинговое Агентство

CX

Marketing

Digital

# Ирина Ларина

**Директор консалтингового агентства  
«Business.Service.Quality»**

**Эксперт по вопросам клиентского  
опыта и управления персоналом**

Ex-ТОП-менеджер компании ИКЕА;

15-летний практический опыт руководителя,  
бизнес-тренера и коуча;

Эксперт по выращиванию талантов;

Регулярное обучение за рубежом по вопросам  
сервисных технологий(Швеция, Дания, Голландия);

Автор уникального проекта **«Шопинг налегке»** для ТЦ МЕГА;

Более 3500 часов мастер-классов, тренингов, коуч-сессий  
для корпоративных заказчиков, в том числе государственных,  
общественных и некоммерческих предприятий, более  
1500 корпоративных участников и физических лиц;

Спикер НГЛУ им. Добролюбова;

Член Нижегородской ассоциации отельеров;

Спикер на курсе МВА в НИУ Высшая Школа Экономики;

T-share эксперт в области клиентского опыта.







PIETRA ME

EDIZIONE  
LIMITATA

MONTEPULCIANO  
D'ABRUZZO

DENOMINAZIONE DI ORIGINE PROTETTA

PRODOTTO  
IN ITALIA

**Какой опыт получают покупатели, и что  
влияет на их выбор?**

**Что происходит с вашим продуктом дома у  
покупателя?**

**Ваш продукт радует или добавляет  
проблем?**

# Путь покупателя

|          |                                 |   |
|----------|---------------------------------|---|
| до       | прошлый опыт                    | ★ |
|          | реклама                         | ★ |
|          | рекомендации                    | ★ |
|          | локация точки                   | ★ |
|          | формат магазина                 | ★ |
| во время | пространство (5 органов чувств) | ★ |
|          | персонал                        | ★ |
|          | информация о товаре             | ★ |
|          | акции и скидки                  | ★ |
|          | дополнительные продажи          | ★ |
|          | процесс оплаты                  | ★ |
|          | сервис                          | ★ |
| после    | распаковка товара               | ★ |
|          | хранение товара                 | ★ |
|          | возврат                         | ★ |
|          | утилизация упаковки             | ★ |

# Точки потери клиента и точки роста прибыли



# Чего хотят покупатели?

- Ассортимент
- Разнообразие
- Скидки
- Замотивированный персонал, который знает ответы на все вопросы
- Наличие сервисов внутри магазина (открыть, упаковать, дегустации, рецепты, сочетание продуктов, сеты для пикника, приложения, интернет)
- Лёгкость процесса покупки и выбора
- Приятная атмосфера и инфраструктура
- Помощь в выборе

# Барьеры во время визита

- Много всего! Глаза разбегаются!
  - Мелкий шрифт
  - Недостаточно информации о товаре
  - Нет нужного товара (сток лимитирован)
  - Мало персонала в пиковые дни, хотят продать, но не помогают купить
  - Товары со скидкой – ценник есть, товара нет
  - Малогабаритные помещения, тесно
  - Атмосфера склада
- 











469 90  
398 89  
99



↑ СССР ↑



↑ НОВЫЙ СВЕТ ↑









|                                      |                                      |                                      |                                      |                                      |                                       |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|
| 399 <sup>49</sup><br>1 л = 632.65РUB | 683 <sup>49</sup><br>1 л = 911.32РUB | 391 <sup>99</sup><br>1 л = 522.65РUB | 493 <sup>99</sup><br>1 л = 658.65РUB | 547 <sup>99</sup><br>1 л = 730.65РUB | 819 <sup>99</sup><br>1 л = 1093.32РUB |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|



|                                      |                                      |                                      |                                      |                                      |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 499 <sup>49</sup><br>1 л = 668.99РUB | 683 <sup>49</sup><br>1 л = 911.32РUB | 336 <sup>86</sup><br>1 л = 443.18РUB | 493 <sup>99</sup><br>1 л = 658.65РUB | 550 <sup>99</sup><br>1 л = 734.65РUB |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|



Акции



СКИДКИ







# После покупки

## Точки боли

- Невкусное, потому что неправильно выбрали
- Куда деть недопитое вино и как его сохранить?
- Очень много упаковки и отходов, куда сдать бутылки?
- «Стыдно сдавать бутылки»



|          |                                 |   |
|----------|---------------------------------|---|
| до       | прошлый опыт                    | ★ |
|          | реклама                         | ★ |
|          | рекомендации                    | ★ |
|          | локация точки                   | ★ |
|          | формат магазина                 | ★ |
| во время | пространство (5 органов чувств) | ★ |
|          | персонал                        | ★ |
|          | информация о товаре             | ★ |
|          | акции и скидки                  | ★ |
|          | дополнительные продажи          | ★ |
|          | процесс оплаты                  | ★ |
|          | сервисы                         | ★ |
| после    | распаковка товара               | ★ |
|          | хранение товара                 | ★ |
|          | возврат                         | ★ |
|          | утилизация упаковки             | ★ |

# Выводы

- Хочу быть гостем, у меня есть повод. Это не просто алкоголь, это событие. Это настроение.
- Если я не знаток, то цена и категория – единственные критерии выбора – Италия, красное сухое, в пределах 600 рублей
- Персонала нет или персонал плохо знает ассортимент, занят выкладкой, а не покупателем. Цель – продать, а не помочь купить
- Информация о товаре неполная, не в том виде, раздражающая
- Нет сервисов и плохо развита система сопутствующих товаров

# Что делать?

- Миссии, направленные на улучшение клиентов!
- Другие макроцели. Главный вопрос: «Что я могу сделать, чтобы клиент стал лучше?»
- Изменение отношения к клиенту в массмаркете

**Клиентский опыт  
должен стать ещё  
лучше!**



# Ирина Ларина

Директор консалтингового агентства  
«Business.Service.Quality»

Эксперт по вопросам клиентского  
опыта и управления персоналом

Телефон

+7 951 916 3078

E-mail: [bsq.alina.larina@mail.ru](mailto:bsq.alina.larina@mail.ru)

Сайт: [bsqgroup.ru](http://bsqgroup.ru)

