«Управление клиентским опытом»

Роль руководителей в создании опыта пациента, которому доверяют

Пример программы для медицинской организации





CX Russia: культура, которая создает клиентский опыт.

CX Russia помогает организациям развивать культуру ответственности и выстраивать клиентский опыт.

Мы работаем с руководителями и командами, помогая:

- формировать ответственность за результат;
- превращать обратную связь клиентов в управленческие решения;
- повышать качество взаимодействия между подразделениями;
- создавать устойчивые изменения в поведении, процессах и корпоративной культуре.

Клиентский опыт начинается внутри организации – с культуры, решений руководителей и ежедневных действий сотрудников.

В фокусе дня (предварительно)



01 **Клиентский опыт как управленческий результат**
Чем клиентский опыт отличается от качества услуги и клиентского сервиса

02 **Взгляд пациента и взгляд организации**
Как внутренние процессы воспринимаются человеком, проходящим путь пациента

03 **Роль и ответственность руководителей**
Как решения каждого подразделения влияют на общий клиентский результат

04 **Голос клиента и система показателей**
Что измеряют NPS, CSI и CES и как использовать показатели для принятия решений

05 **Путь пациента и моменты истины**
Как с помощью CJM выявлять ожидания, эмоции, барьеры и межфункциональные разрывы

06 **От обратной связи к изменениям**
Как находить причины клиентских проблем и переводить их в управленческие задачи

07 **Первые совместные решения**
Приоритеты, зоны ответственности и действия на ближайшие 30–60-90 дней

Клиентский опыт как управленческий результат

Качество услуги

Насколько профессионально, безопасно и в соответствии со стандартами оказана медицинская помощь.



Клиентский сервис

Как сотрудники взаимодействуют с пациентом: информируют, объясняют, проявляют внимание и помогают решать вопросы.



Клиентский опыт

Как пациент воспринимает весь путь взаимодействия с клиникой – от выбора и записи до лечения, получения результатов и дальнейшего сопровождения.





Клиентский опыт – не функция отдельной службы, а управленческий результат работы всей организации.

Как мы видим пациента – и как пациент видит нас

ВЗГЛЯД ОРГАНИЗАЦИИ

Запись в системе

Медицинский случай

Набор услуг и процедур

Загрузка специалистов

Сроки, показатели, документы

Соблюдение стандартов и регламентов

≠

ПРОЦЕСС И ВОСПРИЯТИЕ



ВЗГЛЯД ПАЦИЕНТА

Неопределенность и тревога

Понятность происходящего

Доверие к клинике

Время и собственные усилия

Отношение в значимых моментах

Ощущение заботы и безопасности

Организация управляет процессами.
Пациент запоминает собственный опыт.

Ответственность начинается с общего результата

МОЯ ФУНКЦИЯ	МОЕ ВЛИЯНИЕ	НАШ ОБЩИЙ РЕЗУЛЬТАТ
Что должно качественно выполнять мое подразделение?	Какие этапы пути пациента зависят от моих решений?	Какой опыт в итоге получает пациент







Клиентский опыт чаще всего разрушается не внутри подразделений, а на стыках между ними.

Можно выполнить все функциональные показатели – и не получить необходимого клиентского результата.

Показатели должны помогать принимать решения



NPS

Готов ли пациент рекомендовать клинику?

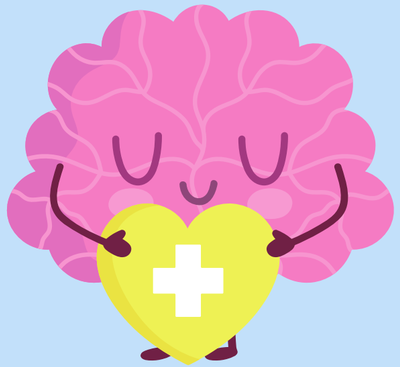
Отношение и лояльность



CSI

Насколько пациент удовлетворен опытом?

Удовлетворенность



CES

Насколько легко было решить свою задачу?

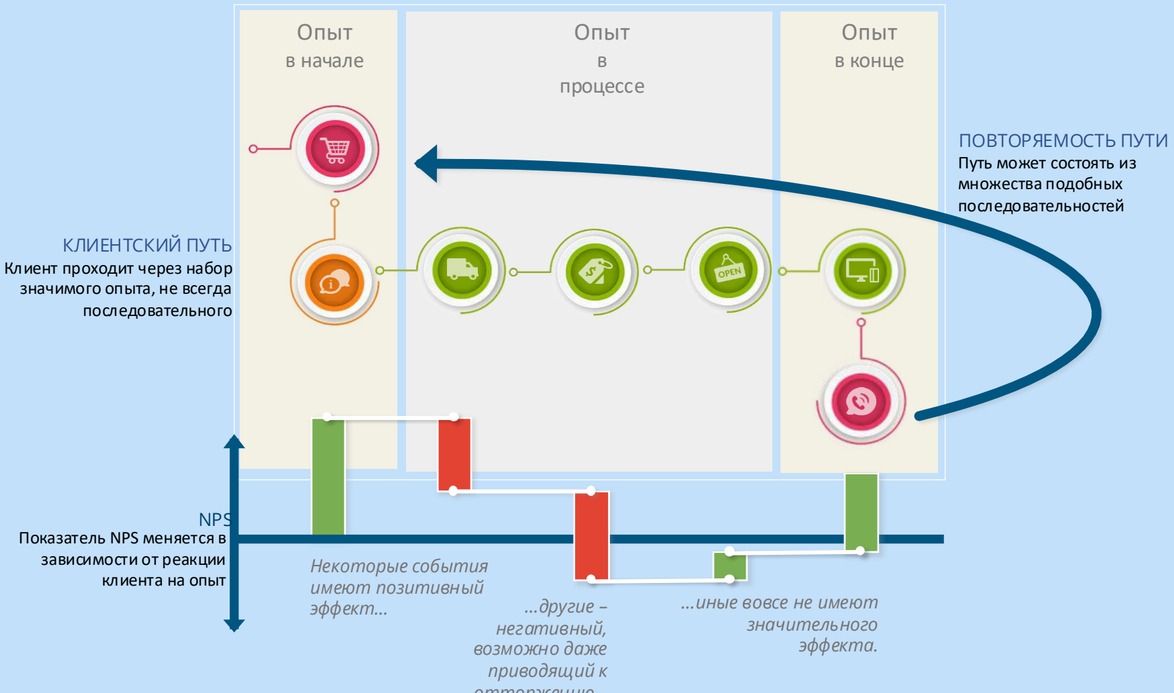
Усилия пациента

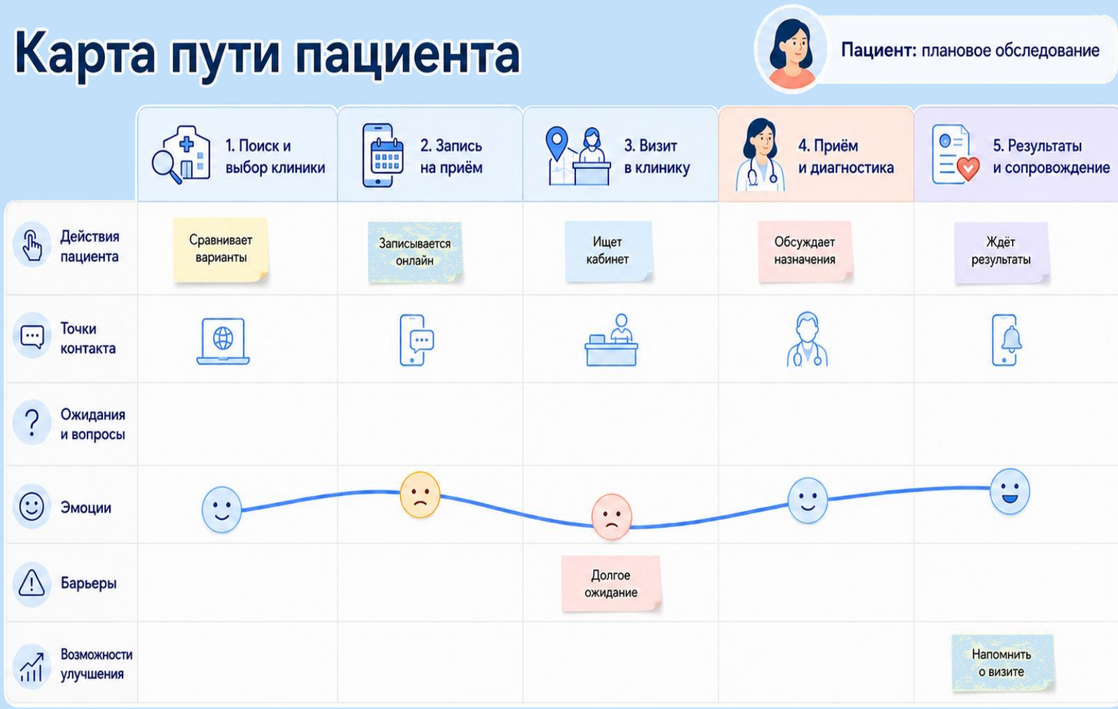
Цель – не просто повысить показатель, а устранить причины, ухудшающие опыт пациента.

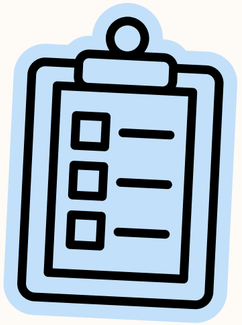
CJM

Карта пути пациента – это наглядное представление того, как пациент взаимодействует с поликлиникой на всех этапах получения медицинской помощи.

Она помогает увидеть путь глазами пациента, выявить проблем проблемные точки и сделать медицинское обслуживание более удобным, понятным и комфортным.







Цикл обратной связи в клиентском опыте

Обратная связь создаёт ценность не тогда, когда её собрали, а тогда, когда на её основе что-то изменили.

Услышать клиента

Собрать обратную связь из опросов, обращений, жалоб, отзывов и наблюдений сотрудников.

Понять причину

Отделить симптом от реальной проблемы: на каком этапе пути она возникла, почему произошла и носит ли системный характер.

Превратить в действие

Сформулировать конкретную управленческую задачу: что изменить, кто отвечает, в какой срок и какой результат ожидается.

Замкнуть цикл

Проверить эффект изменений, сообщить о результате клиентам и сотрудникам и продолжить наблюдение.



Первые совместные решения

Приоритеты, зоны ответственности и действия на ближайшие 30–60–90 дней

Этот этап нужен, чтобы перевести полученные знания и выводы в реальные изменения.

Участники согласуют главные приоритеты, распределят зоны ответственности и определят первые действия на ближайшие 30–60–90 дней.

Результат – единое понимание того, что необходимо изменить, кто отвечает за результат и как будет оцениваться прогресс.

CX RUSSIA

T: +7 (495) 924 91 91

W: cxrussia.ru

E: info@cxrussia.ru

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

Клиентский опыт начинается

с решений руководителей

и ежедневных действий каждого сотрудника.

Давайте вместе определим первые изменения,

как это уже сделали многие организации.





«Когда мы достигаем согласованности наших результатов мы становимся мастерами искусства гостеприимства.»

CX Russia®2026, ООО «Си Экс Рус»
Все права защищены. Net Promoter Score и NPS и другие указанные в данном письме и материалах являются товарными знаками: NICE Systems, Inc., Bain & Company, Inc. и Фреда Рейхельда, OCX CognitionРичарда Оуэна и Partners In Leadership.Торговые марки, указанные здесь, как зарегистрированные, зарегистрированы на территории РФ, РК, США и/или других стран.

THE AUTHORIZED REPRESENTATIVE IN RUSSIA OF
Partners In Leadership®
Culture. Accountability. Results.

OCX Cognition™

DOOR® international