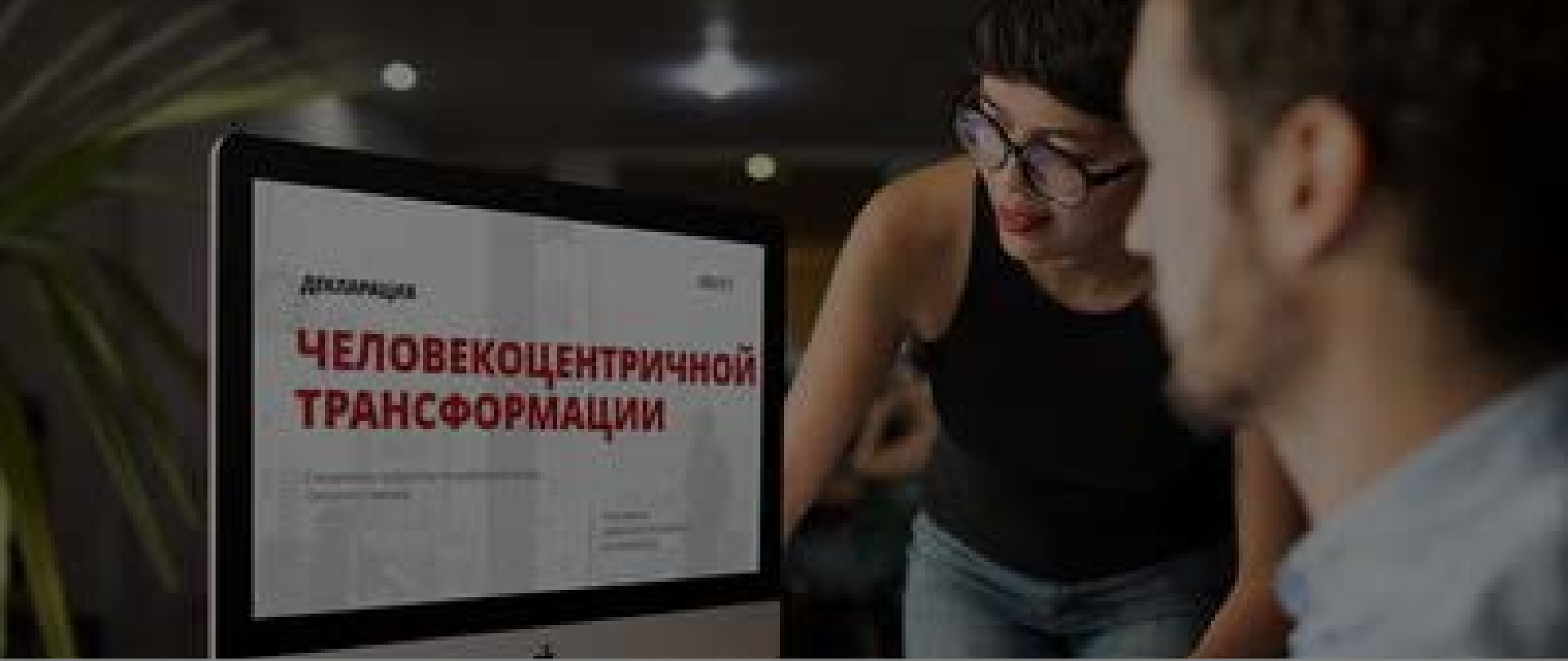


CUSTOMER VALUE

в цифровой экономике





е-декларация



[/arsen.dallan](#)

запрос: [innoins](#)

Кто мы



- 12 летний опыт в финансовом секторе
- >200 CX-проектов 7 странах мира.
- научное признание в бихевиористике во всем Мире

Некоторые заказчики



Кредит ЕвропаБанк



Трансформация драйверов Customer Value



1. Доверие к брендам снижается

В числе 7 важнейших изменений в поведении потребителей на 3 месте - [разочарование](#) в бренд-обещаниях.



2. Новые фитчи легко копируются

В 2000 году Time-to-market по крупным релизам = 1 год, сегодня - до 14 дней. [Scrumtrek](#)



3. Лояльность не удерживает

Лояльность = признательность.
Лояльность неравно взаимность.
Исследование М. Линдстром «Buyology»



1. Молва и рекомендации



2. Лёгкость входа, контекстуальность

Behavioral model [by Dr B J Fogg](#)



3. Хебитализация [Hooked model by Nir Yeal](#)

Сущность CX

2. Рыночная роль



95 % менеджеров

Совокупность всех точек
микровзаимодействия
с клиентом

Сущность CX

2. Рыночная роль



Совокупность всех точек
микровзаимодействия
с клиентом

95 % менеджеров

Многие упускают из вида, что:

Тачпойнты лежат за пределами экономических и сервисных отношений

Тачпойнты лежат за пределами рационального

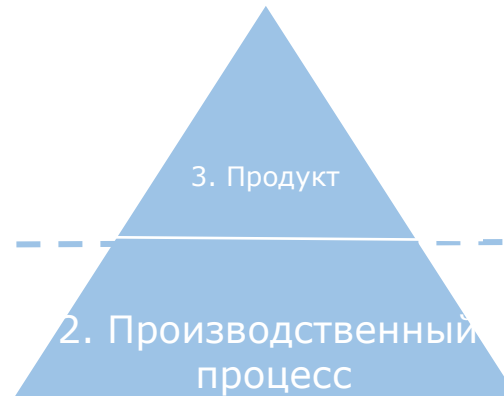
Клиент оценивает не по среднему, а по худшему тачпойнту

Клиент определяет значимость тачпойта, не сверяясь с мнением компании

Сущность CX

2. Рыночная роль

1. Корпоративная роль



ВЕСХ

Совокупность всех точек микровзаимодействия с клиентом

- Поведенческое профилирование
- CJM
- Карта принятия решений
- CX-креатив

Сущность CX

Совокупность всех точек
микровзаимодействия с клиентом

2. Рыночная роль

3. Продукт

1. Корпоративная
роль

2. Производственный
процесс

BEEX

- Поведенческое профилирование,
- CJM
- Карта принятия решений
- CX-креатив

1. Средства
производства

CX VS

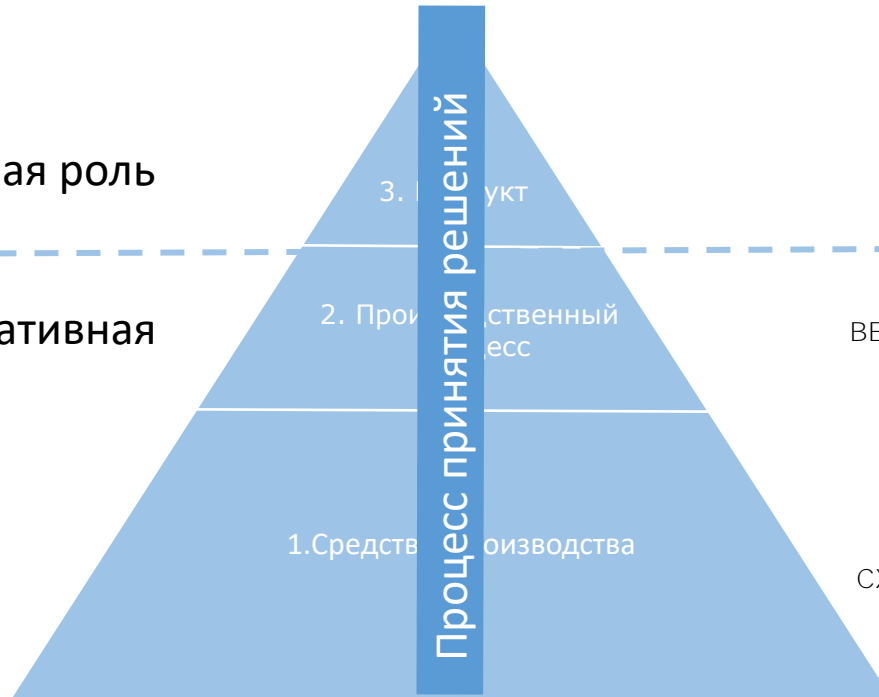
- **Должность:** CX-owner, CX Director
- **KPI:** LTV сценария
- **Экспертиза:** BSU
- **Культура:** CX- thinking сотрудников
- **Инфо обеспечение:** UCPSA
- IT platform для CEM

1 % менеджеров

Сущность CX

2. Рыночная роль

1. Корпоративная роль



Совокупность всех точек микровзаимодействия с клиентом

- BECX {
- Поведенческое профилирование,
 - CJM
 - Карта принятия решений
 - CX-креатив

- CX VS {
- Должность: CX-owner, CX Director
 - KPI: LTV сценария
 - Экспертиза: BSU
 - Культура: CX- thinking сотрудников
 - Инфо обеспечение: UCPSA
 - IT platform для CEM

1 % менеджеров

Мировые лидеры применяют бихевиоральную экспертизу



Белый дом, USA
<https://sbst.gov/>
К. Састейн. Р Тайлер
лауреат Нобелевской
премии 2017



Ogilvy [Center](#) for
Behavioral Science



Behavioral Science Lead,
Boston Consulting Group



Pinterest
Head of Partner Insights,
Behavioral Scientist,

PepsiCo
VP Insights, Global Snacks Group

Maritz

Wrigley
Director of Insights

Ipsos
Neuro and Behavioral Science Center

Netflix

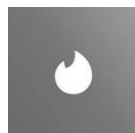
Uber

Booking.com
Product Owner Persuasion

Google



Парламент Великобритании,
Лондон
<http://www.behaviouralinsights.co.uk>



Tinder



Walmart
Global Head of Behavioral
Science

Точка, в которую приводим

**Компания воспроизводит
влюбляющий в себя
пользовательский опыт!**

Растет:

- до 70% LTV клиента
- до 20% прибыльность бизнеса
- до 55% стойкость к повышению цен
- в 2 раза повторные покупки
- в 4 раза положительные рекомендации

Из отчетов:



<https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/the-three-cs-of-customer-satisfaction-consistency-consistency-consistency>

ORACLE, отчет https://drive.google.com/drive/folders/1O_zkuTwrVUMLu2r1oL7TWvJ-B1Xqu-gZ

<https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/publications/consumer-intelligence-series/pwc-consumer-intelligence-series-customer-experience.pdf>

Польза CX Value Stream

16%

Потребители готовы потратить до 16% больше с хорошим CX

55%

готовы платить больше за гарантию хорошего CX

86%

готовы платить больше за повышение качества CX

Из отчетов:



<https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/the-three-cs-of-customer-satisfaction-consistency-consistency-consistency>

ORACLE, отчет https://drive.google.com/drive/folders/1O_zkuTwrVUMLu2r1oL7TWvJ-B1Xqu-gZ

<https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/publications/consumer-intelligence-series/pwc-consumer-intelligence-series-customer-experience.pdf>

Некоторые результаты

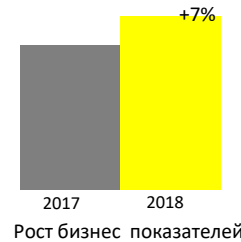


ГРУППА
ЧТПЗ

цель:
повышение клиентоцентричности
корпоративной среды

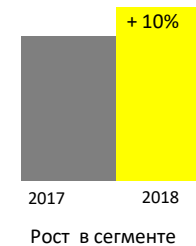
сделано

Новый CX для сотрудников.
Корпоративная антропология,
клиентоцентричная нервная система
новый KPI



цель:
рост в сегменте «молодежь»,
экосистема

Поведенческое профилирование и
повышение воспринимаемого качества



Некоторые результаты

Кредит ЕвропаБанк

цель:
развитие бизнеса
кредитных карт

АЛЬФА СТРАХОВАНИЕ

цель:
развитие каналов продаж

МСК

страховая компания топ -10
цель:
повышение прибыльности бизнеса

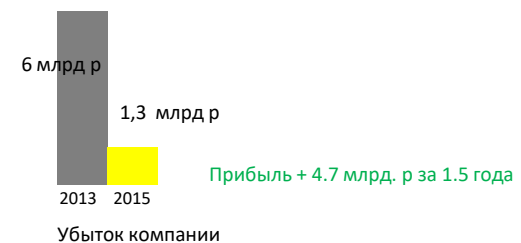
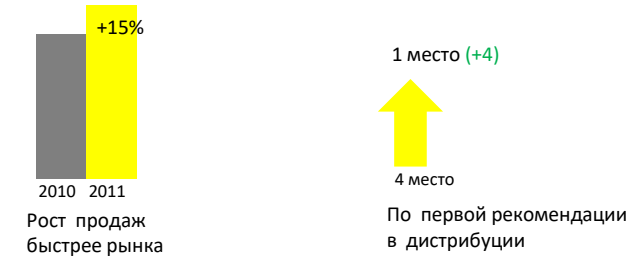
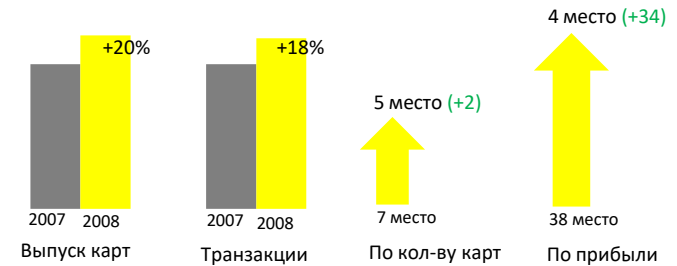
сделано

Новый CX: предложение карт в мерчантах. Моментальный выпуск в ТЦ

Новый b2b CX: геймификация отношений с дистрибуцией

CX-трансформация: поведенческое профилирование, CJM, CX-дизайн, изменение корп. среды

стало





Оставайтесь #1
Начните с Intro семинара

**HUMANIZE YOUR
DIGITALIZATION!**

An aerial photograph of a city street, featuring a prominent building with a complex, geometric roof structure. A white network of lines is overlaid on the image, connecting various points across the scene. The text 'RBU' is displayed in large, bold, white letters at the top.

RBU

RUSSIAN BEHAVIORAL UNIT

Арсен Даллакян

arsendallan.com