



Исследование уровня клиентоориентированности компаний в России по методике MRI™

Период проведения исследования:

Март – конец 2019 г.

Цели проекта



- Получить базовую оценку уровня клиентоориентированности корпоративной культуры ведущих российских компаний
- Определить особенности клиентоориентированной корпоративной культуры в России
- Сравнить уровень клиентоориентированности российских компаний с мировыми лидерами клиентоориентированности

Методика проведения исследования

- К участию в исследовании приглашаются ведущие российские компании, победители и призеры конкурса CX World Awards (не более 20 компаний участников).
- Формат проведения исследования: анонимный online-опрос топ-менеджеров компаний. Со стороны каждой компании в опросе принимают участие не более 20 и не менее 15 руководителей.
- Руководители заполняют опросник по технологии MRI™, разработанной компанией Market Culture.
- Обработка данных производится компанией Market Culture и компанией Integria Consult.
- Индивидуальные данные каждой компании являются конфиденциальными и публичному разглашению не подлежат, информация будет представлена рынку в агрегированном виде.



Что получит компания-участник?

- **Первичную оценку уровня клиентоориентированности** своей корпоративной культуры + анализ текстовых комментариев руководителей, собранных во время проведения опроса.
- Сравнительный анализ собственных результатов с агрегированными результатами **других российских компаний**.
- Сравнительный анализ результатов компании с результатами **мировых лидеров** клиентоориентированности.
- **Отчет об исследовании**, содержащий анализ агрегированной информации об уровне и особенностях клиентоориентированности корпоративной культуры российских компаний.
- **«Дорожную карту» изменений** – первичное понимание приоритетов распределения усилий и инвестиций в сервис и клиентоориентированность.



Какие возможности получит компания-участник?

- **Взглянуть на клиентоориентированность** компании изнутри – глазами топ-менеджеров.
- **Увидеть свой потенциал роста** по сравнению с мировыми лидерами клиентоориентированности и российскими компаниями.
- **Увидеть приоритеты**, зоны развития и основные направления развития CX-стратегии и составить практическое руководство к действию.
- **Собрать конкретные идеи** развития клиентоориентированности внутри компании.
- **Вовлечь сотрудников** и привлечь внимание к важности развития клиентоориентированности в компании.



Сроки и стоимость проведения исследования

- Разработчик методики предоставляет ограниченное право использования методики для изучения рынка – не более **20 компаний**.
- Стоимость участия в исследовании: **3600 USD** (в российских рублях по курсу ЦБ на день оплаты)
- Период проведения исследования: **март – конец 2019г.**
- Этапы и сроки работ после подписания и оплаты Договора:
 1. **В течение 5 рабочих дней** Вы получаете индивидуальную ссылку для вашей компании для прохождения исследования.
 2. **5 рабочих дней** с момента получения ссылки работает онлайн опрос для топ-менеджеров вашей компании.
 3. **От 2-х до 4-х недель** идет обработка результатов опроса и подготовка отчета с данными по вашей компании. Отчет высылается Вам в электронном виде.
 4. **Агрегированный отчет** по России и сравнительный с мировыми данными Вы получаете после прохождения исследования всех компаний.



Инициаторы проекта



MarketCulture

- Разработчик и правообладатель методики измерения клиентоориентированности MRI™
- Методику используют более 300 клиентоориентированных компаний по всему миру, включая Speedo, Franke, Vodafone
<https://www.marketculture.com/>

Integria

- Российская консалтинговая компания, специализирующаяся на измерении и развитии клиентоориентированности компаний и лояльности клиентов
- Эксклюзивный сертифицированный партнер Market Culture в России, партнер по русификации методики

<https://integriaconsult.ru/>

CX World

- Онлайн портал CX World Club, посвященный всем аспектам CX в России и крупнейшее российское сообщество CX-профессионалов
- Организатор профессиональной Премии в индустрии клиентского опыта в России – CX World Awards
- Организатор мероприятий по теме улучшения Клиентского Опыта и Сервиса.

<http://cx.world>

Мировые лидеры клиентоориентированности, чьи данные хранятся в базе MRI™

Создание и тестирование методики MRI

2006 – 2008 гг



И еще более 100 компаний

Компании, регулярно использующие MRI*

С 2010 по 2019



И еще более 300 компаний

* Конфиденциальная информация - доступно к распространению только среди заинтересованных участников исследования. Не для публикации на общих основаниях.

О методике MRI

Оценка уровня клиентоориентированности компании



- Управлять можно только тем, что можно **измерить**
- Уровень клиентоориентированности является надежным предсказателем **коммерческого успеха** компании

О методике MRI

Оценка уровня клиентоориентированности компании

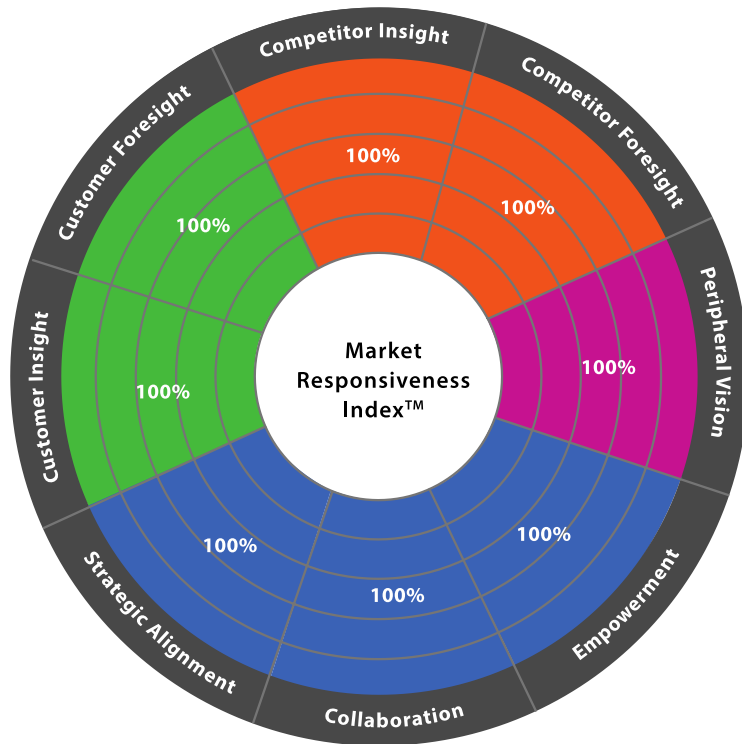


- **25 лет исследований**
- Результаты **более 100 научных работ, которые охватили 10 000 компаний**, доказывают, что клиентоориентированная корпоративная культура напрямую связана с финансовым успехом компаний
- **Положительная корреляция** между культурой и более чем 35 индикаторами успеха компании, включая ROI, рост, способность удерживать клиентов, долю рынка и объем продаж

Итоговая двухмерная корреляция между MRI™ и коммерческим успехом компании находится в пределах от .27 до .51. Данные статистически значимы на уровне достоверности .001.

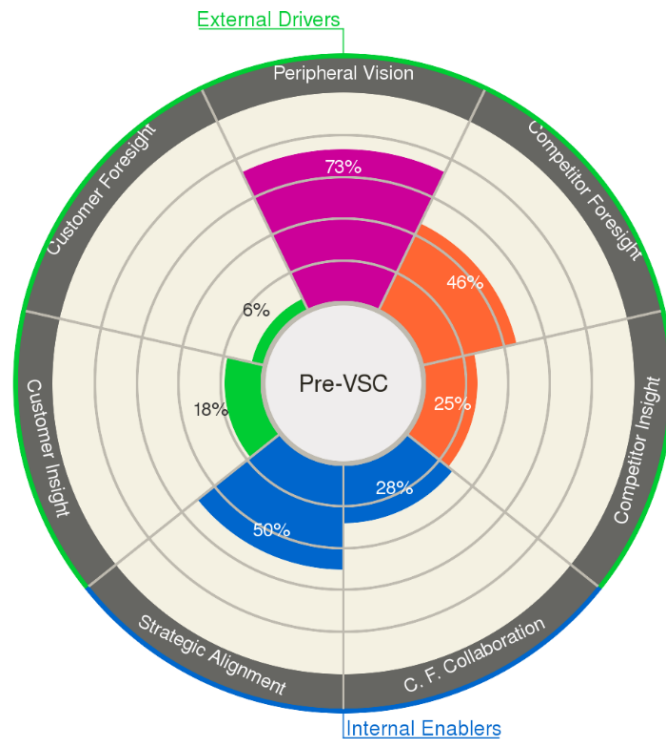


Что такое MRI?



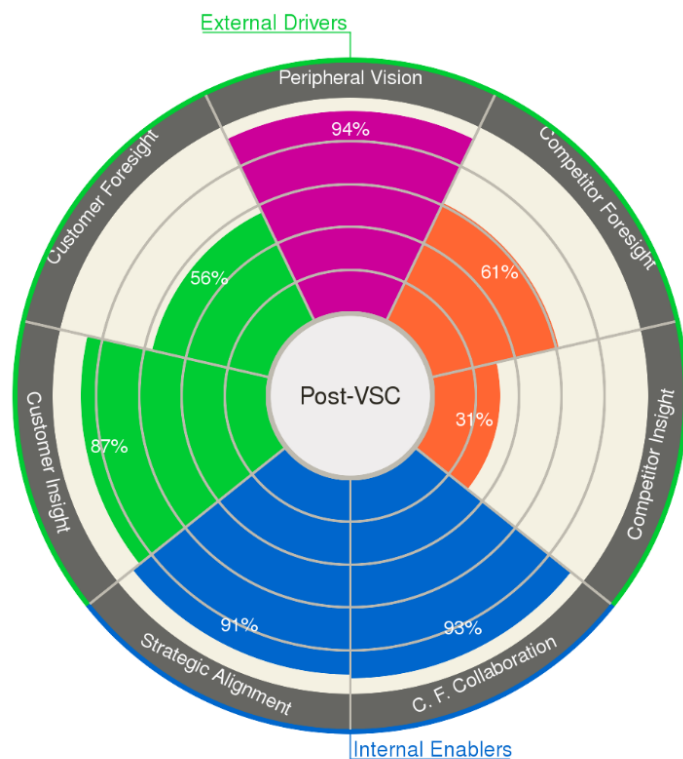
- Индекс клиентоориентированности MRI™ (Market Responsiveness Index)
- Измеряет уровень клиентоориентированности корпоративной культуры через анализ поведения сотрудников
- Проводится методом online-опроса сотрудников компании

Как устроен MRI?



- Анализирует восемь ключевых аспектов клиентоориентированной корпоративной культуры:
 - Понимание существующих потребностей клиентов
 - Понимание будущих потребностей клиентов
 - Понимание существующих конкурентов
 - Понимание будущих конкурентов
 - Периферийное зрение
 - Соответствие стратегии компании
 - Взаимодействие между отделами
 - Наделение полномочиями

Как работает MRI?



- Оценивает уровень клиентоориентированности компании в сравнении с имеющейся базой данных компаний, уже проводивших оценку по технологии MRI™ (более 300 мировых компаний)
- Позволяет оценить собственные результаты в сравнении с другими компаниями и увидеть динамику собственных изменений

Что дает MRI?



- Делает клиентоориентированную корпоративную культуру **измеримой** для всех сотрудников
- Определяет **конкретные действия**, которые будут поддерживать стратегию развития компании
- Создает **точку отсчета** для измерения прогресса
- Создает **фокус** и стимул для концентрации на клиентах по всем подразделениям компании
- **Вовлекает** сотрудников и собирает идеи развития клиентоориентированности в компании

Как можно использовать результаты MRI?



- **Презентация** результатов руководству
- Формирование **рабочей группы** развития клиентоориентированности
- Презентация результатов **сотрудникам**
- Создание **стратегического плана** внедрения изменений
- Определение **приоритетов**
- Формирование **тактических планов** с ответственными, сроками и результатами на 30, 90 и 180 дней
- **Повторное** измерение MRI™ через 12 – 15 месяцев



Мы рады вашим вопросам!

ПО ВСЕМ ИНТЕРЕСУЮЩИМ ВАС ВОПРОСАМ ВЫ МОЖЕТЕ СВЯЗАТЬСЯ С НАМИ:

T: +7 (499) 429 09 19

E: INFO@CX-FORUM.RU