

Поведінкові тригери і навчальна система

+30% retention, +50%+ приросту доходу — origin story з лінійної позиції

+30%

retention

+40%

нові оплати

50%+

сумарний приріст доходу

Задача

ВИХІДНА СИТУАЦІЯ

Прийшовши на лінійну позицію в онлайн-комунікації з клієнтами, я помітила, що сама взаємодія підпорядковується тим самим психологічним принципам, що й традиційні офлайн-продажі — просто без голосу й обличчя співрозмовника. Питання було в тому, чи можна виокремити ці принципи й перенести їх у текстовий формат так, щоб їх могла застосовувати не лише одна людина, а вся команда.

Крок 1 — Виокремлення тригерів

ЛОГІКА РІШЕННЯ

Проаналізувала, які саме поведінкові тригери впливають на рішення клієнта в умовах текстової комунікації: формулювання, темп відповіді, структура повідомлення, момент для певної дії. Зафіксувала патерни, які найчастіше призводили до позитивної реакції клієнта.

Крок 2 — Перенесення невербальних сигналів у текст

ЛОГІКА РІШЕННЯ

У звичайному (голосовому або особистому) спілкуванні великий вплив мають тон, темп, паузи — те, що неможливо передати напрямку текстом. Розробила принципи, які імітують ці сигнали в письмовій формі: як структурувати повідомлення, де ставити паузу через формат, як передати впевненість чи турботу без голосу.

Крок 3 — Навчальний матеріал

ЛОГІКА РІШЕННЯ

Щоб підхід не залишався особистим навиком, а масштабувався на команду, оформила ці принципи в навчальний матеріал і почала навчати інших застосовувати їх у щоденній роботі.

Результат

ВПЛИВ НА БІЗНЕС-МЕТРИКИ

Підхід підняв retention на 30% і кількість нових оплат на 40% — разом це дало сумарний приріст доходу 50% і більше. Саме цей результат став точкою, яка вивела мене з лінійної позиції на провідні ролі в команді.

ЧОМУ ПІДСУМОК НЕ ПРОСТО СУМА ДВОХ ЦИФР

Retention і нові оплати рахувались по різних базах — перше показує, наскільки довше клієнти залишаються активними, друге показує приплив нових платників. Це два різних драйвери доходу, які впливають на загальний результат не лінійно, а накладаючись один на одного. Тому сумарний ефект на дохід — 50%+, а не пряма сума 30% і 40%.