Руководство

Как удерживать клиентов

Десять практичных способов возвращать клиентов, шаблоны сообщений и две цифры, за которыми стоит следить.

Внутри

	Почему удержание на первом месте
	Сначала измерьте
1	Первый визит, который легко повторить
2	Записывайте на следующий визит до ухода
3	Подтверждайте и напоминайте
4	Напишите после визита
5	Помните детали
6	Просите отзывы в правильный момент
7	Простая награда за лояльность
8	Регулярное обслуживание или пакет
9	Возвращайте ушедших клиентов
10	Разбирайте жалобы в тот же день
	Почему клиенты уходят
	Шаблоны сообщений
	Чеклист на месяц

vorzi.app · Октябрь 2026

Почему удержание на первом месте

Вернувшегося клиента не нужно искать, и это ничего вам не стоит. Он уже знает, как вы работаете, вы уже знаете его дом или его потребности, и работа идёт быстрее. Клиенты остаются скорее из-за мелочей, которые повторяются при каждом визите, чем из-за какой-то отдельной программы.

В этом руководстве десять способов, пять шаблонов сообщений и чеклист на месяц. Для начала выберите два-три способа, а не все десять сразу.

Сначала измерьте

Две цифры покажут, работает ли то, что вы пробуете. Обе можно раз в месяц посчитать по календарю или списку клиентов.

> **Доля повторных записей** = клиенты с будущей записью ÷ клиенты, которых вы обслужили в прошлом месяце

> **Доля вернувшихся** = новые клиенты, пришедшие три месяца назад и записавшиеся снова ÷ все новые клиенты того месяца

Записывайте обе цифры каждый месяц. Точное значение важно меньше, чем направление: если изменение, которое вы внесли, работает, цифры сдвинутся.

1 Первый визит, который легко повторить

Первый визит решает, будет ли второй. Подтвердите запись, приходите вовремя и в начале скажите, что будете делать. В конце покажите результат и спросите, нужно ли в следующий раз что-то сделать иначе. Запишите ответ в заметки о клиенте и учтите его на следующем визите.

2 Записывайте на следующий визит до ухода

Если услуга повторяется, проще всего записать клиента на следующий визит в конце текущего. Задайте прямой вопрос с датой: «В то же время через две недели, в четверг, 14-го?» Клиенту, который ушёл без следующей даты, придётся самому вспомнить, что нужно вернуться. Многие довольные клиенты просто забывают.

3 Подтверждайте и напоминайте

Отправляйте подтверждение, когда запись сделана, и напоминание перед визитом; для большинства услуг подходит накануне. Укажите дату, время, адрес и как

перенести визит. Напоминание выручает клиента, который просто забыл, а простой способ перенести запись превращает вероятную неявку в перенесённый визит.

4 Напишите после визита

Через один-три дня после визита отправьте короткое сообщение и спросите, всё ли было так, как клиент ожидал. Так вы узнаёте о проблемах, пока их ещё можно исправить, и показываете, что результат важен вам и после того, как вам заплатили. См. шаблон А.

5 Помните детали

Ведите заметки о каждом клиенте: предпочтения, кличка собаки, как попасть в дом, средство, на которое у него аллергия. Перечитывайте заметки перед каждым визитом. Клиенты замечают, когда им не нужно повторять одно и то же, особенно когда к ним впервые приходит новый человек из вашей команды.

6 Просите отзывы в правильный момент

Просите, когда клиент только что сказал, что доволен: лично в конце визита или в ответ на ваше сообщение после работы. Отправляйте прямую ссылку на страницу отзывов, чтобы на это ушло одно касание. См. шаблон Б.

- Просите каждого клиента, а не только тех, кто, по-вашему, доволен. Правила Google об отзывах запрещают просить выборочно.
- Не предлагайте скидки или подарки в обмен на отзыв. Google и многие другие платформы запрещают отзывы за вознаграждение, а в некоторых странах это ещё и нарушает закон о защите прав потребителей.
- Отвечайте на каждый отзыв. На плохие отвечайте спокойно и коротко и предлагайте решить вопрос в личной переписке.

7 Простая награда за лояльность

Награда за лояльность работает, только если клиент понимает её из одного предложения: «Каждый шестой визит за полцены» или «После десяти визитов дополнительная услуга на выбор бесплатно».

Посчитайте стоимость до запуска. Допустим, после всех расходов вам остаётся 30 с визита, а награда стоит 25 раз в шесть визитов. Это примерно 4 на визит (25 ÷ 6). Спросите себя, готовы ли вы тратить 4 с каждого визита, чтобы удержать этого клиента. Если клиент постоянный, ответ чаще всего «да».

Отмечайте награды в карточке клиента, чтобы никому не хранить бумажную карту.

8 Регулярное обслуживание или пакет

Постоянная запись (раз в неделю, в две недели, в месяц) или оплаченный заранее пакет визитов делает возвращение само собой разумеющимся. Считайте цену по формулам расходов, а не скидку на глаз. Запишите условия: как поставить на паузу, как отменить, что будет с неиспользованными визитами. Уточните местные правила защиты потребителей для предоплаченных пакетов и сроков действия.

9 Возвращайте ушедших клиентов

Раз в месяц выписывайте клиентов, которые не записывались примерно вдвое дольше обычного: например, клиент ходит раз в две недели, а не был уже месяц. Каждому напишите лично, а не рассылкой. См. шаблон Г. Кто-то запишется снова. Другие расскажут, почему перестали ходить, и это не менее полезно.

Перед такими сообщениями уточните, какое согласие для них нужно там, где вы работаете. Правила о рекламных сообщениях в разных странах разные.

10 Разбирайте жалобы в тот же день

Клиенты судят о вас по тому, как вы исправляете ошибку, не меньше, чем по самой ошибке. Отвечайте в тот же день. Не спорьте о деталях. Скажите, что сделаете, сделайте это, а потом уточните у клиента, всё ли исправлено.

Записывайте каждую жалобу и её причину. Если одна и та же причина повторилась дважды, меняйте процесс, а не только человека.

Почему клиенты уходят

Когда постоянный клиент перестаёт записываться, один раз вежливо спросите почему. Разделите ответы на группы: цена, качество, время или занятость, клиент переехал, услуга больше не нужна. С первыми тремя можно работать. Последние две от вас не зависят, так что не ставьте их себе в вину.

Шаблоны сообщений

Замените части в скобках. Пишите коротко и от имени человека, а не «команды».

А. После визита

Здравствуйте, [имя], это [ваше имя] из [компания]. Всё ли в порядке после [услуга] в [день]? Если что-то не так, просто ответьте на это сообщение, и я всё исправлю.

Б. Просьба об отзыве

Спасибо, [имя], приятно, что вам понравилось. Если найдётся минута, короткий отзыв поможет другим людям нас найти: [ссылка]. В любом случае спасибо, что записались.

В. Напоминание

Здравствуйте, [имя]. Напоминаю о [услуга] завтра, [дата], в [время], по адресу [адрес]. Если нужно перенести, ответьте на это сообщение или воспользуйтесь ссылкой: [ссылка].

Г. Возвращение клиента

Здравствуйте, [имя], это [ваше имя] из [компания]. С вашей последней записи на [услуга] прошло уже немало времени. Подобрать вам время в ближайшие пару недель? А если в прошлый раз что-то было не так, мне правда важно об этом знать.

Д. После того как жалоба решена

Здравствуйте, [имя]. Хочу убедиться, что [проблема] теперь решена и вас всё устраивает. Спасибо, что сообщили нам. Мы изменили [что изменили], чтобы это не повторилось.

Чеклист на месяц

- [ ] Посчитайте долю повторных записей и долю вернувшихся и запишите их.
- [ ] Составьте список ушедших клиентов и отправьте каждому личное сообщение.
- [ ] Ответьте на все новые отзывы.
- [ ] Просмотрите жалобы за месяц и их причины.
- [ ] Проверьте, кому положена награда за лояльность, и сообщите этим клиентам.
- [ ] Выберите из руководства один способ, который улучшите в следующем месяце.

Vorzi

Vorzi: программа для сервисного бизнеса. Расписание, база клиентов, счета и управление командой в одном месте.

Этот гайд содержит общую информацию, а не юридическую, налоговую или финансовую консультацию. Правила в разных странах отличаются, поэтому детали уточняйте у специалиста там, где вы работаете.

Другие бесплатные гайды: vorzi.app/ru/rukovodstvo

Подготовила команда Vorzi, октябрь 2026.