Посібник

Як утримати клієнтів

Десять практичних способів повертати клієнтів, шаблони повідомлень і два показники, за якими варто стежити.

Усередині

	Чому утримання на першому місці
	Спершу виміряйте
1	Перший візит, який хочеться повторити
2	Записуйте на наступний візит, перш ніж піти
3	Підтверджуйте й нагадуйте
4	Напишіть клієнтові після візиту
5	Пам’ятайте деталі
6	Просіть відгуки в слушний момент
7	Зробіть бонус за лояльність простим
8	Пропонуйте регулярне обслуговування або пакет
9	Повертайте клієнтів, які зникли
10	Розбирайтеся зі скаргами того ж дня
	Чому клієнти йдуть
	Шаблони повідомлень
	Щомісячний чекліст

vorzi.app · Жовтень 2026

Чому утримання на першому місці

Клієнта, який повертається, не треба шукати знову, тож він нічого вам не коштує. Він уже знає, як ви працюєте, ви вже знаєте його оселю чи потреби, і робота йде швидше. Клієнти залишаються не стільки через якусь окрему програму, скільки через дрібні звички, які повторюються на кожному візиті.

У цьому посібнику десять стратегій, п’ять шаблонів повідомлень і щомісячний чекліст. Для початку оберіть дві-три стратегії, а не всі десять одразу.

Спершу виміряйте

Два числа покажуть, чи працює те, що ви пробуєте. Обидва можна порахувати раз на місяць за календарем або списком клієнтів.

> **Частка повторних записів** = клієнти з майбутнім записом ÷ клієнти, яких ви обслужили минулого місяця

> **Частка повернень** = нові клієнти, які прийшли три місяці тому й записалися знову ÷ усі нові клієнти того місяця

Записуйте обидва числа щомісяця. Точне значення важить менше, ніж напрямок: якщо зміна, яку ви внесли, працює, числа зрушать.

1 Перший візит, який хочеться повторити

Від першого візиту залежить, чи буде другий. Підтвердіть запис, приходьте вчасно і на початку скажіть, що робитимете. Наприкінці покажіть результат і запитайте, чи треба щось змінити наступного разу. Запишіть відповідь у нотатки клієнта й урахуйте її на наступному візиті.

2 Записуйте на наступний візит, перш ніж піти

Якщо послуга повторюється, найпростіше записати клієнта на наступний візит наприкінці поточного. Поставте пряме запитання з датою: «На той самий час через два тижні, у четвер, 14-го?» Клієнт, який іде без наступної дати, мусить сам пам’ятати, що треба повернутися. Багато задоволених клієнтів просто забувають.

3 Підтверджуйте й нагадуйте

Надсилайте підтвердження одразу після запису і нагадування перед візитом; для більшості послуг підходить день до візиту. Вказуйте дату, час, адресу і як перенести

запис. Нагадування допоможе клієнтові, який просто забув, а простий спосіб перенести запис перетворить імовірну неявку на перенесений візит.

4 Напишіть клієнтові після візиту

Через один-три дні після візиту надішліть коротке повідомлення й запитайте, чи все було так, як очікувалося. Так ви помітите проблеми, поки їх ще можна виправити, і покажете, що результат вам не байдужий і після оплати. Див. шаблон А.

5 Пам’ятайте деталі

Ведіть нотатки про кожного клієнта: побажання, кличку собаки, як потрапити всередину, засіб, на який у нього алергія. Перечитуйте нотатки перед кожним візитом. Клієнти помічають, коли не треба повторювати все заново, особливо коли вперше приходить нова людина з вашої команди.

6 Просіть відгуки в слушний момент

Просіть тоді, коли клієнт щойно сказав, що задоволений: особисто наприкінці візиту або у відповідь на ваше повідомлення після візиту. Надсилайте пряме посилання на сторінку відгуків, щоб вистачило одного натискання. Див. шаблон Б.

- Просіть кожного клієнта, а не лише тих, хто, на вашу думку, задоволений. Правила Google щодо відгуків забороняють просити вибірково.
- Не пропонуйте знижок чи подарунків в обмін на відгук. Google і багато інших платформ забороняють відгуки за винагороду, а в деяких країнах це ще й порушує закон про захист прав споживачів.
- Відповідайте на кожен відгук. На погані відповідайте спокійно й коротко і пропонуйте розв’язати питання особисто.

7 Зробіть бонус за лояльність простим

Бонус за лояльність працює, лише якщо клієнт може зрозуміти його з одного речення: «Кожен шостий візит за пів ціни». «Після десяти візитів додаткова послуга на ваш вибір безкоштовно».

> **Порахуйте вартість, перш ніж запускати.** Припустімо, після всіх витрат вам лишається 30 з кожного візиту, а бонус коштує 25 кожного шостого візиту. Це близько 4 на візит (25 ÷ 6). Запитайте себе, чи готові ви витрачати 4 на візит, щоб утримати цього клієнта. Для постійного клієнта відповідь зазвичай «так».

Відстежуйте бонуси кожного клієнта у своїй базі, щоб ні вам, ні йому не доводилося зберігати паперову картку.

8 Пропонуйте регулярне обслуговування або пакет

Постійний запис (щотижня, раз на два тижні, щомісяця) або пакет сеансів з оплатою наперед робить повернення звичкою. Ціну рахуйте за формулами витрат, а не вгадуйте знижку. Запишіть умови: як поставити на паузу, як скасувати, що буде з невикористаними сеансами. Перевірте правила захисту споживачів щодо передплачених пакетів і строків дії там, де ви працюєте.

9 Повертайте клієнтів, які зникли

Раз на місяць складайте список клієнтів, які не записувалися приблизно вдвічі довше, ніж зазвичай: скажімо, клієнт приходив раз на два тижні, а тепер не був місяць. Надішліть кожному особисте повідомлення, а не розсилку. Див. шаблон Г. Дехто запишеться знову. Інші розкажуть, чому зникли, а це не менш корисно.

Перш ніж надсилати такі повідомлення, перевірте, яка згода для цього потрібна там, де ви працюєте. Правила щодо рекламних повідомлень у різних країнах різні.

10 Розбирайтеся зі скаргами того ж дня

Клієнти оцінюють вас за тим, як ви виправляєте помилку, не менше, ніж за самою помилкою. Відповідайте того ж дня. Не сперечайтеся про деталі. Скажіть, що зробите, зробіть це, а потім уточніть у клієнта, чи все виправлено.

Записуйте кожну скаргу та її причину. Коли та сама причина трапляється вдруге, змінюйте процес, а не лише людину.

Чому клієнти йдуть

Коли постійний клієнт перестає записуватися, один раз доброзичливо запитайте чому. Розподіліть відповіді за групами: ціна, якість, час або вільні вікна, переїзд, послуга більше не потрібна. На перші три ви можете вплинути, а на останні дві не можете, тож не ставте їх собі в провину.

Шаблони повідомлень

Замініть частини в дужках. Пишіть коротко і від імені людини, а не від «команди».

А. Після візиту

Добрий день, [ім’я]. Це [ваше ім’я] з [компанія]. Як усе після [послуга] у [день]? Якщо щось не так, просто напишіть у відповідь, і я все виправлю.

Б. Прохання про відгук

Дякую, [ім’я], дуже приємно, що вам сподобалося. Якщо маєте хвилинку, короткий відгук допоможе іншим людям знайти нас: [посилання]. У будь-якому разі дякую, що обрали нас.

В. Нагадування

Добрий день, [ім’я]. Нагадую про запис на [послуга] завтра, [дата] о [час], за адресою [адреса]. Щоб перенести, напишіть у відповідь або скористайтеся посиланням: [посилання].

Г. Повернення клієнта

Добрий день, [ім’я]. Це [ваше ім’я] з [компанія]. Ви вже давно не були в нас на [послуга]. Підібрати вам час на найближчі два тижні? А якщо минулого разу щось було не так, мені дуже важливо про це знати.

Д. Після того, як скаргу владнано

Добрий день, [ім’я]. Хочу переконатися, що [проблему] усунуто і вас усе влаштовує. Дякую, що сказали нам про це. Ми змінили [що саме змінили], щоб таке більше не повторилося.

Щомісячний чекліст

- [ ] Порахуйте частку повторних записів і частку повернень і запишіть їх.
- [ ] Складіть список клієнтів, які зникли, і надішліть кожному особисте повідомлення.
- [ ] Дайте відповідь на кожен новий відгук.
- [ ] Перегляньте скарги за цей місяць та їхні причини.
- [ ] Перевірте, кому вже належить бонус за лояльність, і повідомте цих клієнтів.
- [ ] Оберіть одну стратегію з цього посібника, яку покращите наступного місяця.

Vorzi

Vorzi: програма для сервісного бізнесу. Розклад, база клієнтів, рахунки та управління командою в одному місці.

Цей гайд містить загальну інформацію, а не юридичну, податкову чи фінансову консультацію. Правила в різних країнах відрізняються, тож деталі уточнюйте у фахівця там, де ви працюєте.

Інші безкоштовні гайди: vorzi.app/uk/posibnyk

Підготувала команда Vorzi, жовтень 2026.