

**ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ ИП Лютова Дарья
Викторовна, ИНН 645122866084, ОГРНИП 317645100090500**

**Принята Приказом
ИП Лютова Д.В.
№5 от 01.05.2026 г.**

УТВЕРЖДАЮ
Индивидуальный предприниматель

_____/ Лютова Д.В.
«01» МАЯ 2026 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА –
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА
«Customer Success для повышения повторных продаж и работа с оттоком.
Базовый курс»**

Направленность программы: социально-гуманитарная

Срок реализации программы: 2 недели (10 академических часа).

Возрастная категория: от 18 лет.

Форма обучения: заочная с применением дистанционных образовательных технологий

г. Саратов

2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. КОМПЛЕКС ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК	3
1.1. Пояснительная записка.	3
1.2. Цель и задачи программы.	6
1.3. Содержание программы.	7
1.3.1. Учебный план.	7
1.3.2. Рабочая программа.	7
1.4. Планируемые результаты.	9
РАЗДЕЛ 2. КОМПЛЕКС ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ	10
2.1. Календарный учебный график.	10
2.2. Условия реализации программы.	10
2.2.1. Материально-технические условия.	10
2.2.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение.	11
2.2.3. Кадровые условия.	12
2.3. Оценка качества освоения программы.	13

РАЗДЕЛ 1. КОМПЛЕКС ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК

1.1. Пояснительная записка.

Нормативно-правовую основу разработки дополнительной общеобразовательной программы – дополнительной общеразвивающей программы «Customer Success для повышения повторных продаж и работа с оттоком. Базовый курс» составляют следующие документы:

- Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27 июля 2022 года № 629 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»,
- Постановление Правительства РФ от 11 октября 2023г. № 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».

Направленность (профиль) программы: социально-гуманитарная.

Актуальность

Актуальность концепции Customer Success (успех клиентов) для повышения повторных продаж и работы с оттоком клиентов в современных условиях бизнеса трудно переоценить. Вот несколько ключевых аспектов, которые подчеркивают эту актуальность:

1. Экономия на привлечении клиентов: Затраты на привлечение новых клиентов, как правило, значительно выше, чем затраты на удержание существующих.

Эффективная стратегия Customer Success позволяет снизить отток клиентов и тем самым сократить затраты на маркетинг и продажи.

2. Увеличение жизненного цикла клиента (CLV): Customer Success фокусируется на создании ценности для клиентов на протяжении всего их жизненного цикла. Это приводит к увеличению среднего дохода от клиента (Customer Lifetime Value, CLV), что является важным фактором для роста бизнеса.
3. Повышение повторных продаж: Удовлетворенные клиенты с большей вероятностью будут повторно совершать покупки и рекомендовать компанию другим. Customer Success помогает выявлять и удовлетворять потребности клиентов, что способствует увеличению уровня повторных продаж.
4. Изменение потребительских ожиданий: Современные клиенты ожидают не только качественное обслуживание, но и активное участие компании в их успехе. Customer Success отвечает на эти ожидания, предлагая проактивный подход к взаимодействию с клиентами.

Таким образом, концепция Customer Success становится неотъемлемой частью стратегического управления компаниями, стремящимися устойчивому росту и повышению своей конкурентоспособности на рынке. Внедрение принципов Customer Success позволяет не только увеличить повторные продажи, но и создать долгосрочные и взаимовыгодные отношения с клиентами, что в конечном итоге положительно сказывается на финансовых результатах компании.

Отличительные особенности.

Общеразвивающая программа «Customer Success для повышения повторных продаж и работа с оттоком. Базовый курс» отличается от других подобных программ тем, что она:

1. Направлена на обучение людей, которые хотят улучшить навыки повторных продаж и работы с оттоком клиентов. В основе программы лежит изучение жизненного цикла клиентов и оттока, ключевых методик Customer Success.

2. Ориентирована на развитие навыков эффективного выстраивания взаимодействия с клиентами.

В программе уделяется внимание ролям и обязанностям в Customer Success, методикам Customer Success, карьерным перспективам.

Адресат программы.

Возраст обучающихся – от 18 лет.

Объем и срок освоения программы составляет 10 академических часов.

Срок освоения настоящей дополнительной общеразвивающей программы: 2 недели.

Форма обучения. Реализация образовательной программы осуществляется в заочной форме обучения исключительно дистанционно.

Полностью дистанционное обучение подразумевает использование такого режима обучения, при котором обучающийся осваивает образовательную программу полностью удаленно с использованием специализированной дистанционной оболочки (платформы) «Бизон 365».

Реализация образовательной программы осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Работа обучающихся происходит при удаленности друг от друга практически всех субъектов образования через интернет, систему дистанционного обучения «Бизон 365» <https://bizon365.ru/>. Обучающийся получает доступ к платформе.

Организация также обеспечивает возможность доступа к учебно-методическим материалам, размещенным на эл. библиотеке для каждого обучающегося посредством размещения такой библиотеки в системе дистанционного обучения «Бизон 365». Необходимым минимальным условием использования цифровых образовательных сервисов, цифрового образовательного контента и информационных систем является наличие интернет-браузера и подключения к сети Интернет (рекомендуемая скорость более 1 Мб/сек).

Режим занятий, периодичность и продолжительность занятий.

Данная образовательная программа может быть реализована в рамках всего календарного года.

Для всех видов образовательной деятельности академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Объем недельной учебной нагрузки обучающихся, включающей в себя все виды образовательной деятельности, в часах регламентируется календарным учебным графиком и расписанием организации образовательной деятельности обучающихся по данной образовательной программе составляет не более 5 академических часов в неделю.

Перерывы между занятиями составляют не менее 15 минут.

1.2. Цель и задачи программы.

Цель – удовлетворение индивидуальных потребностей обучающихся в интеллектуальном развитии, в том числе обучении эффективным стратегиям и методикам повышения уровня удовлетворенности клиентов, что в свою очередь приведет к увеличению повторных продаж и снижению оттока клиентов.

Задачи:*обучающие:*

- изучить основные задачи и стратегии Customer Success;
- изучить, как Customer Success отличается от традиционных подходов к работе с клиентами;
- изучить этапы создания Customer Success стратегий.

развивающие:

- развивать навыки по разработке стратегий по увеличению повторных продаж;
- создание в организации культуры, ориентированные на потребности и успех клиентов.

воспитательные:

- применять методики Customer Success для повышения уровня удовлетворенности клиентов;
- разрабатывать и внедрять эффективные стратегии по снижению оттока клиентов и увеличению повторных продаж.

1.3. Содержание программы.

1.3.1. Учебный план.

Наименование тем	Трудоемкость, час	Лекции, час	Самостоятельная работа, час
Урок 1. Введение в Customer Success.	2	2	-
Урок 2. Методология жизненного цикла клиента.	3	2	1
Урок 3. Отток клиентов.	3	2	1
Урок 4. Q&A + нетворкинг.	1	1	-
Итоговое тестирование	1	–	1
Итого	10	7	3

1.3.2. Рабочая программа.

Урок 1. Введение в Customer Success.

(Видеоматериал в СДО, 2 ч.)

Теория: Концепция Customer Success. Ключевые принципы и термины. CS vs Customer Support vs Аккаунтинг. Рынок труда.

Урок 2. Методология жизненного цикла клиента.

(Видеоматериал в СДО, 2 ч.)

Теория: Методология с детальным описанием: цель, инструмент, метрики. Обзор 4 этапов. Применение на всех уровнях работы.

Домашнее задание (теоретическое задание в СДО, 1 ч.):

Ответьте на вопросы:

1. Опишите основные фазы жизненного цикла клиента;
2. Опишите инструменты методологии;
3. Кратко опишите 4 этапа.

Урок 3. Отток клиентов.**(Видеоматериал в СДО, 2 ч.)**

Теория: Категории и сигналы оттока. Системный подход к работе с churn rate. Аналитика в 10+ разрезах. Ключевые шаблоны и фреймворки для внедрения в команде.

Домашнее задание (теоретическое задание в СДО, 1 ч.):

Ответьте на вопросы:

1. Опишите основные причины оттока клиентов на этапе активации
2. Опишите, как отток может стать источником обратной связи от клиентов?

Урок 4. Q&A + нетворкинг.**(Видеоматериал в СДО, 1 ч.)**

Теория: разбор кейсов.

Итоговое занятие (1 ч.)

Итоговый контроль в форме тестирования. Оценочные материалы размещены в разделе 2.3. Оценка качества освоения программы.

1.4. Планируемые результаты.

Знать:

- основные задачи Customer Success;
- понятие и свойства Customer Success стратегии;
- этапы создания Customer Success стратегии;
- роль Customer Success на разных этапах развития бизнеса;
- жизненные циклы клиента;
- обязательные этапы Customer Success стратегии.

Уметь:

- проводить опросы и интервью для понимания потребностей и ожиданий клиентов;
- создавать необходимые ресурсы для максимального использования продукта или услуги.

Владеть:

- внедрение эффективной стратегии Customer Success.

РАЗДЕЛ 2. КОМПЛЕКС ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ

2.1. Календарный учебный график.

№ п/п	Наименование тем	Порядковые номера учебных недель и учебная нагрузка обучающихся (в часах)		
		Неделя 1	Неделя 2	Итог
1	Урок 1. Введение в Customer Success.	2		2
2	Урок 2. Методология жизненного цикла клиентов.	3		3
3	Урок 3. Отток клиентов.		3	3
4	Урок 4. Q&A + нетворкинг.		1	1
5	Итоговое тестирование		1	1
	Всего	5	5	10

2.2. Условия реализации программы.

2.2.1. Материально-технические условия.

Формирование информационной среды осуществляется с помощью программной системы дистанционного обучения.

В условиях реализации образовательной программы в дистанционном формате с использованием дистанционных образовательных технологий

обучающиеся сами обеспечивают создание необходимых материально-технических условий для осуществления учебной деятельности.

Необходимым минимальным условием использования дистанционных образовательных технологий является наличие интернет-браузера и подключения к сети Интернет. На компьютере также должен быть установлен комплект соответствующего программного обеспечения.

Работа обучающихся происходит при удаленности друг от друга практически всех субъектов образования, в том числе с помощью использования системы видео-конференц-связи через интернет, систему дистанционного обучения «Бизон 365» <https://bizon365.ru/>. Обучающийся получает доступ к платформе.

Организация также обеспечивает возможность доступа к учебно-методическим материалам, размещенным на электронной библиотеке для каждого обучающегося посредством размещения такой библиотеки в системе дистанционного обучения «Бизон 365». Необходимым минимальным условием использования цифровых образовательных сервисов, цифрового образовательного контента и информационных систем является наличие интернет-браузера и подключения к сети Интернет (рекомендуемая скорость более 1 Мб/сек).

На компьютере/ноутбуке также должен быть установлен комплект соответствующего программного обеспечения (возможность использования цифрового образовательного сервиса «Бизон 365»).

2.2.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение.

1. Стратегии оптимизации клиентского опыта для увеличения продаж. Штанчаева Э.Ш. - Журнал прикладных исследований. 2023. -

<https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-optimizatsii-klientskogo-opyta-dlya-uvelicheniya-prodazh>

2. Оценка взаимосвязи индекса лояльности клиентов и оттока клиентов с последующей оценкой показателей, влияющих на индекс лояльности клиентов.

Мунджишвили И.И. Иванов В.В. - Индустриальная экономика. 2024 -

<https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-vzaimosvyazi-indeksa-loyalnosti-klientov-i-otoka-klientov-s-posleduyuschey-otsenkoy-pokazateley-vliyayuschih-na-indeks>

3. Анализ рынка цифровых платформ для работы с оттоком клиентов.

Калимуллина О.В., Евдокимова Н.А., Ахмадеев Р.Г., Нагизаде Ш.А. - Креативная экономика. 2022 -

<https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-rynka-tsifrovyyh-platform-dlya-raboty-s-ottokom-klientov>

4. КОММУНИКАЦИОННАЯ ПЕРЕГРУЗКА: КАК НАЙТИ БАЛАНС МЕЖДУ ОХВАТОМ И ВЫГОРАНИЕМ КЛИЕНТА. Михайлов А.Н. - Вестник науки. 2026 - <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsionnaya-peregruzka-kak-nayti-balans-mezhdu-ohvatom-i-vygoraniem-klienta>

2.2.3. Кадровые условия.

Педагогическая деятельность по реализации дополнительной общеобразовательной программы – дополнительной общеразвивающей программы осуществляется лицами, имеющими среднее профессиональное или высшее образование, в том числе по направлению, соответствующему направленности дополнительной общеразвивающей программы, и отвечающими квалификационным требованиям, указанным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников образования», утвержденным приказом министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 26 августа 2010 года № 761н (в отношении должности «педагог дополнительного образования»), а также в профессиональном стандарте «Педагог дополнительного образования детей и взрослых», утвержденном приказом министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 сентября 2021 года № 652н.

Требования к квалификации. Высшее профессиональное образование или среднее профессиональное образование в области, соответствующей профилю кружка, секции, студии, клубного и иного детского объединения без предъявления

требований к стажу работы, либо высшее профессиональное образование или среднее профессиональное образование и дополнительное профессиональное образование по направлению "Образование и педагогика" без предъявления требований к стажу работы.

Организация вправе привлекать к занятию педагогической деятельностью по данной дополнительной общеобразовательной программе – дополнительной общеразвивающей программе лиц, обучающихся по образовательным программам высшего образования по специальностям и направлениям подготовки, соответствующим направленности настоящей образовательной программы, и успешно прошедших промежуточную аттестацию не менее чем за два года обучения.

Все педагогические работники осваивают дополнительные профессиональные программы – программы повышения квалификации по профилю педагогической деятельности не реже одного раза в три года.

Педагогические работники, участвующие в организации электронного обучения проходят повышение квалификации в области информационных и образовательных технологий не реже чем 1 раз в 5 лет. В целях непрерывной актуализации навыков и умений всех педагогических работников, участвующих в организации электронного обучения, проводятся на постоянной основе соответствующие практические семинары и конференции.

2.3. Оценка качества освоения программы.

Освоение дополнительной общеразвивающей программы завершается итоговым контролем, проводимым в форме тестирования. Итоговой контроль выполняет функцию выходной диагностики освоения обучающимися образовательной программы, оценки их достижений. Результат итогового контроля по образовательной программе: образовательная программа освоена («зачтено») / образовательная программа не освоена («не зачтено»).

По окончании обучения выдается диплом установленного образца.

На формы аттестаций разрабатываются необходимые комплекты контрольно-оценочных средств.

Оценка	Критерии оценки
Зачтено	Более 50% правильных ответов на вопросы итогового теста.
Не зачтено	Менее 50% правильных ответов на вопросы итогового теста

Оценочные материалы

1. Что такое Customer Success?
 - а) отдел, занимающийся технической поддержкой клиентов
 - в) стратегия, направленная на обеспечение успеха клиентов с использованием продукта или услуги
 - с) процесс продаж, ориентированный на привлечение новых клиентов
 - д) метод маркетинга, основанный на рекламе
2. Какова основная цель Customer Success?
 - а) увеличение числа новых клиентов
 - б) увеличение доходов от существующих клиентов
 - с) снижение затрат на маркетинг
 - д) повышение популярности продукта
3. Какой из следующих показателей чаще всего используется для измерения успеха клиентов?
 - а) NPS (Net Promoter Score)
 - б) ROI (возврат на инвестиции)
 - с) SAC (стоимость привлечения клиента)
 - д) LTV (стоимость жизни клиента)
4. Что подразумевает проактивный подход в Customer Success?
 - а) реакция на проблемы клиентов по мере их возникновения
 - б) устранение проблем только по запросам клиентов

- c) предотвращение проблем и предложение решений до того, как клиенты их заметят
 - d) обучение клиентов только при возникновении трудностей
5. Как Customer Success может помочь в повышении повторных продаж?
- a) предлагая клиентам скидки на будущие покупки
 - b) обеспечивая клиентов ценным опытом и поддержкой, что ведет к их лояльности
 - c) поддерживая клиентов только в период их активного использования продукта
 - d) увеличивая рекламные бюджеты для привлечения новых клиентов
6. Какой из следующих методов не является частью работы Customer Success?
- a) проведение опросов удовлетворенности клиентов
 - b) обучение клиентов использованию продукта
 - c) принуждение клиентов к покупке дополнительных услуг
 - d) анализ данных о поведении клиентов
7. Какой из следующих факторов не является преимуществом внедрения Customer Success?
- a) увеличение оттока клиентов
 - b) повышение уровня удовлетворенности клиентов
 - c) снижение затрат на привлечение новых клиентов
 - d) увеличение доходов от существующих клиентов
8. Как Customer Success помогает в анализе оттока клиентов?
- a) с помощью рекламы для привлечения новых клиентов
 - b) путем анализа причин, по которым клиенты покидают компанию
 - c) игнорируя отзывы клиентов
 - d) увеличивая цены на продукты
9. Какие из названных качеств работника интересуют современного менеджера?
- a) квалификация и целеустремления работника
 - b) наличие черт характера, позволяющих сотрудничать с ним
 - c) стабильность его отдачи

- d) интерес работника к перспективам роста и повышению квалификации
- e) все перечисленные

10. Что из перечисленного является примером проактивного подхода в Customer Success?

- a) реагировать на жалобу клиента в течение 24 часов
- б) обучать клиента работе с продуктом сразу после регистрации, чтобы он не столкнулся с трудностями
- в) звонить клиенту только после того, как он отправил запрос в поддержку
- г) отправлять опрос удовлетворённости раз в год