

An aerial photograph showing a paved road winding through a dense green forest. To the right of the road, a dark blue lake is visible. The text is overlaid on the road and forest area.

# Kliendikogemuse visiooni mõju möödikutele ja tööriistadele

---

Andrus Kotri

20.04.2023

**VEHO**

# Sisu

---

- Kliendikogemuse juht VEHO-s 1,5 aastat
- Kuidas VEHO-s kliendikogemust juhtime
- Rõhk kliendikogemuse visiooni loomisel

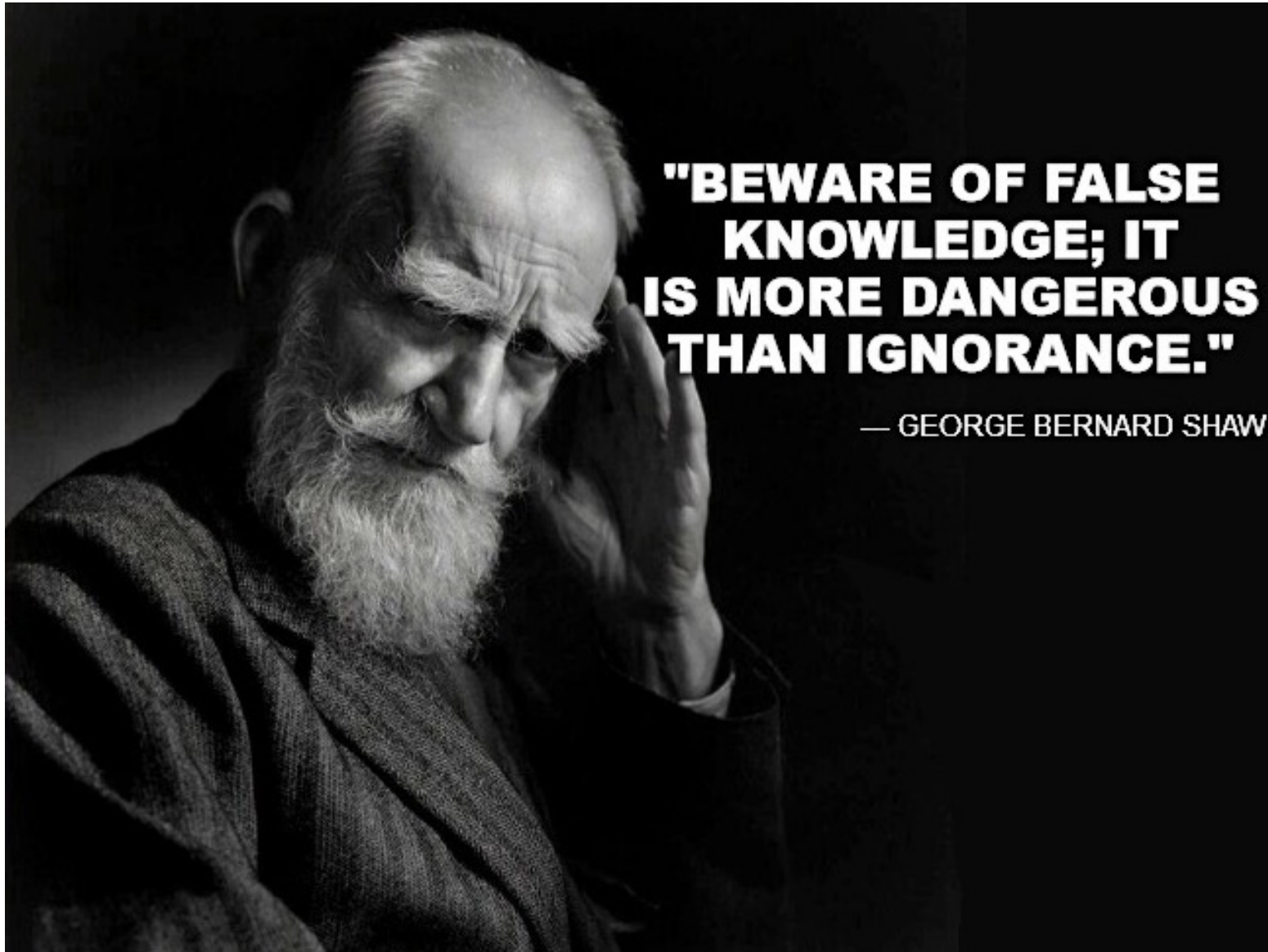


# Kliendikogemuse juhtimine

---



## Kliendikogemuse visioon lähtub kliendi vajadustest



# “Ratsionaalse” vs. “Holistilise” inimese vajadused

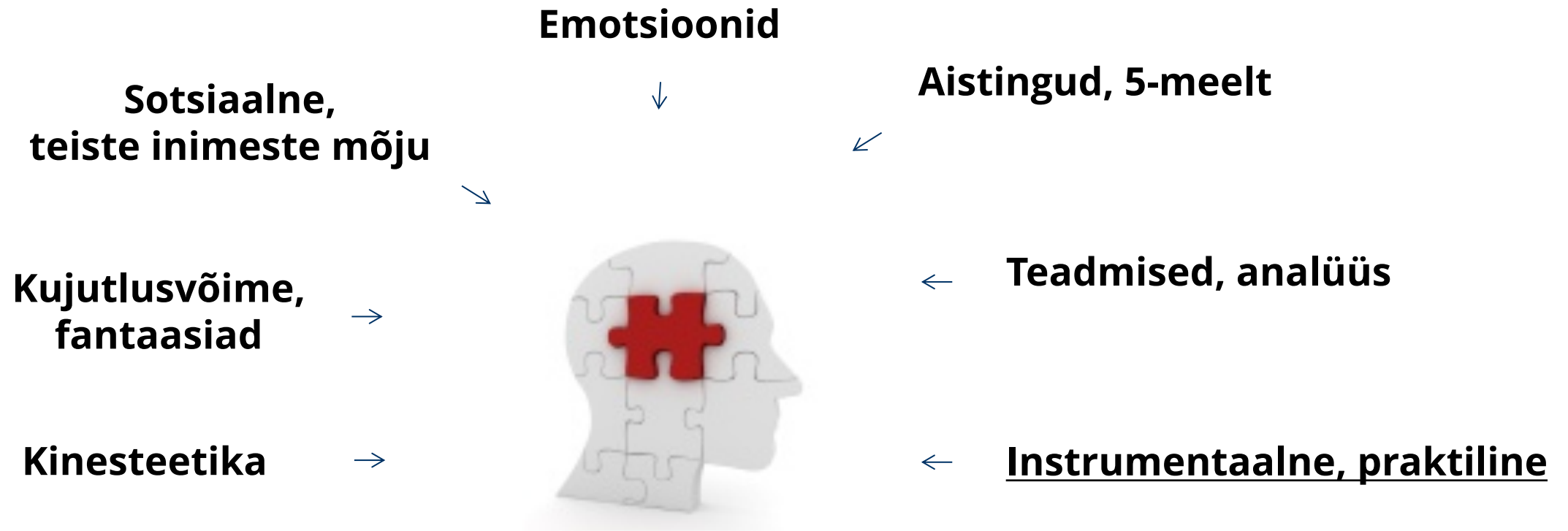
## *Vana Majandusteooria:*

Inimene on ratsionaalne, järgib optimaalselt oma eesmärke, suudab ette näha eri tegevuste tagajärgi

## *Friedrich Schiller:*

Inimene on täielikult inimene ainult siis kui ta mängib, ja mängib ainult siis kui ta on inimene, sõna täielikus mõttes.

# Kliendikogemuse 7 dimensiooni

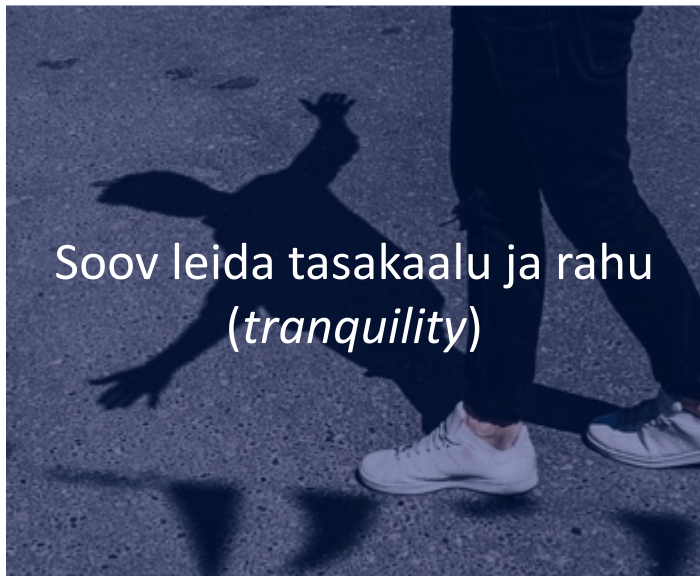


# Alustasin VEHO-s klientide uurimisest

- Palkasime antropoloogid, kes käisid klientidega kodudes vestlemas. Eesmärgiga mõista klientide elu konteksti, arusaamu ja motive.
- 2-3 tundi kestnud süvaintervjuud.
- Arusaam VEHO organisatsiooni toimimisest, millised on protsessid, rollid, kompetentsid. Ehk piirangud ja võimalused, lähtuvalt sellest kes on töötajad ja millised on töövahendid.
- Ühendasime kliendiuuringu esile kerkinud teemad mudelisse, mis aitab selgitada millist kogemust pakume ja kuidas.

# Mõned esile kerkinud võtmeteemadest

---



Soov leida tasakaalu ja rahu  
(*tranquility*)



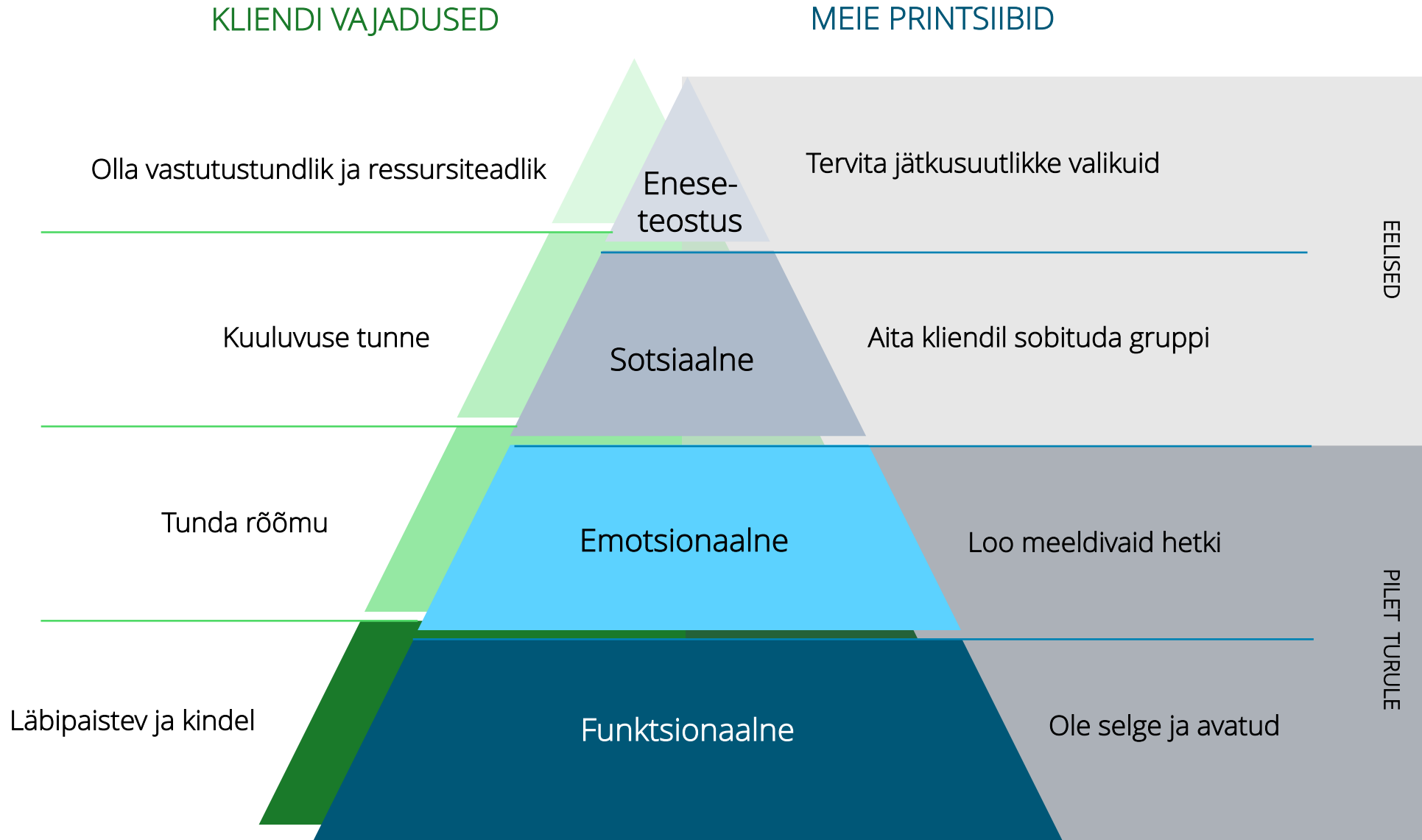
Aja kasutamine ja juhtimine



Väsinud suhe staatuse  
demonstreerimisse



# 5-tärni kogemuse visioon



# Sobivad mõõdikud?

---

- NPS - soovitusindeks
- CSAT - rahulolu
- CES – *customer effort score*
- Klientide vabad kommentaarid
- Follow-up kõned klientidele
- Kaebuste arv ja kategooriad
- Protsessi hindamine kliendi poolt (üksikute tegurite lõikes)

- Vastamise kiirus (SLA-d)
- Kõne pikkus
- Efektiivsuse näitajad (klienti/tunnis)
- Kõne kvaliteedi hindamine

- Lojaalsus – kordusostude tegemine
- Kliendi eluea väärtus

# Sobivad tööriistad

---

- Hästi toimiv VoC (tagasiside) süsteem

- Eesmärgistamine vs. boonused

- Kaebuste ja tagasiside analüüs (statistika), operatiivse CX juhi poolt
- Igakuine CX parandamise koosolek tippjuhtkonnaga
- Parendustegevuste plaan (vähem on parem)

- Ennekõike kultuuri muutmise “projekt”

- Pigem regulaarne tagasisidestamine, arendamine ja kaasamine, kui koolitused
- Kliendikogemuse printsiibid, mitte detailed kirjeldused

- Rahvusvaheline CX tšempionite võrgustik
- Parima praktika jagamine
- Kõigi juhtide kaasamine riigiti

**Tänan!**

