

**ÜHINE MÕTTERUUM:  
terminid ja kontseptsioonid**



Katri Rohesalu

**Katri**

**ja**

**Kliendikesksuse**

**arendus OÜ**



Kliendikesksuse arendus

*Sinu kliendid ja töötajad on  
Sinu ettevõtte kõige olulisem vara*

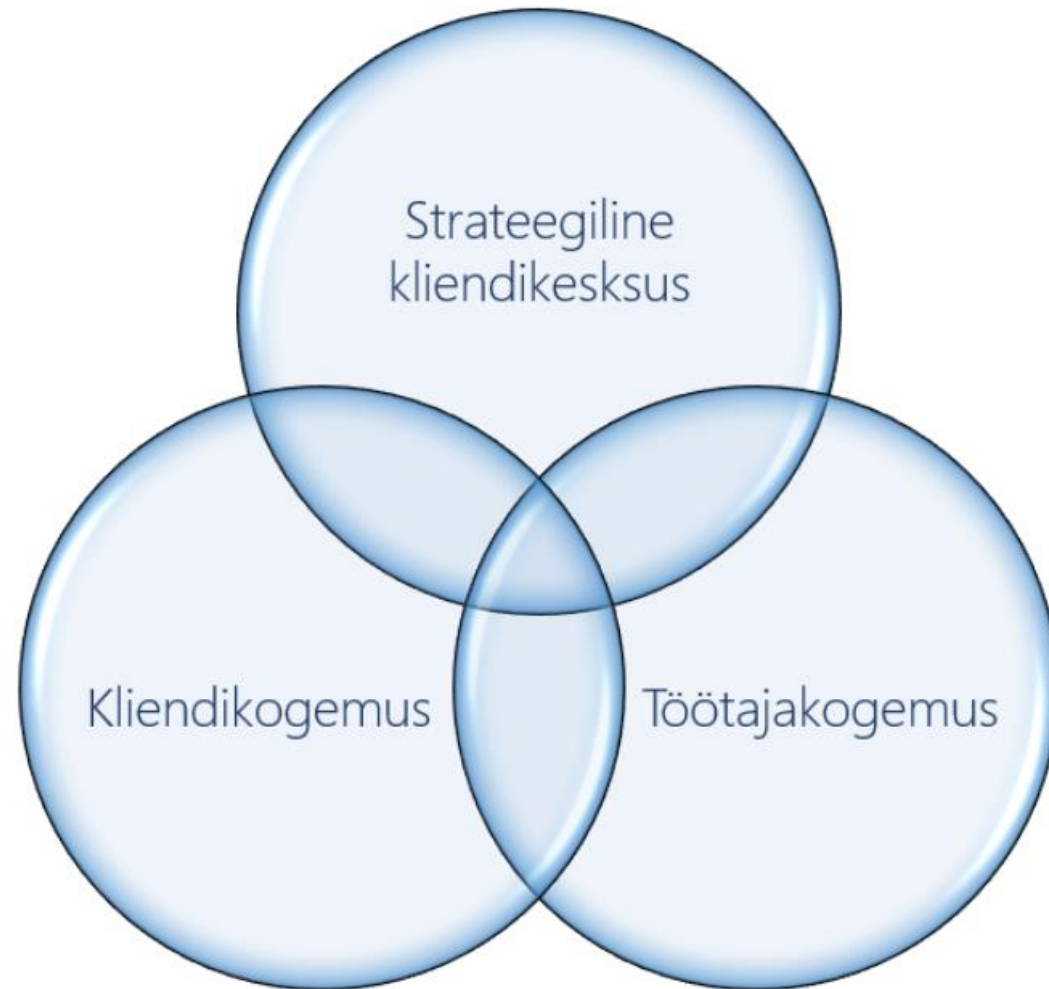


complaint management  
tööandja bränding  
kliendikogemuse juhtimine  
elamus teenindusstandard ettevõtte bränd  
kliendisuhete juhtimine teeninduskanal ex onboarding  
juhtimiskvaliteet teenus siseklient ux väärtus  
lojaalsus ces evi nps töötajakogemus teeninduskvaliteet  
toode csat cem ettevõtte kliendikeskus voc pühendumus  
kliendikeskus enps persoon segment cx  
mystery shopping rahulolu  
customer effort score crm klient müük teenindus voice of the customer  
kliendilubadus teenindusmudel sihtrühm töötajatekond  
teenusdisain pakkumine net promoter score klienditekond  
emotional value index väärtuspakkumine



**Ettevõtte kliendikesksus on  
ettevõtte mõtestatud toimimise  
viis**

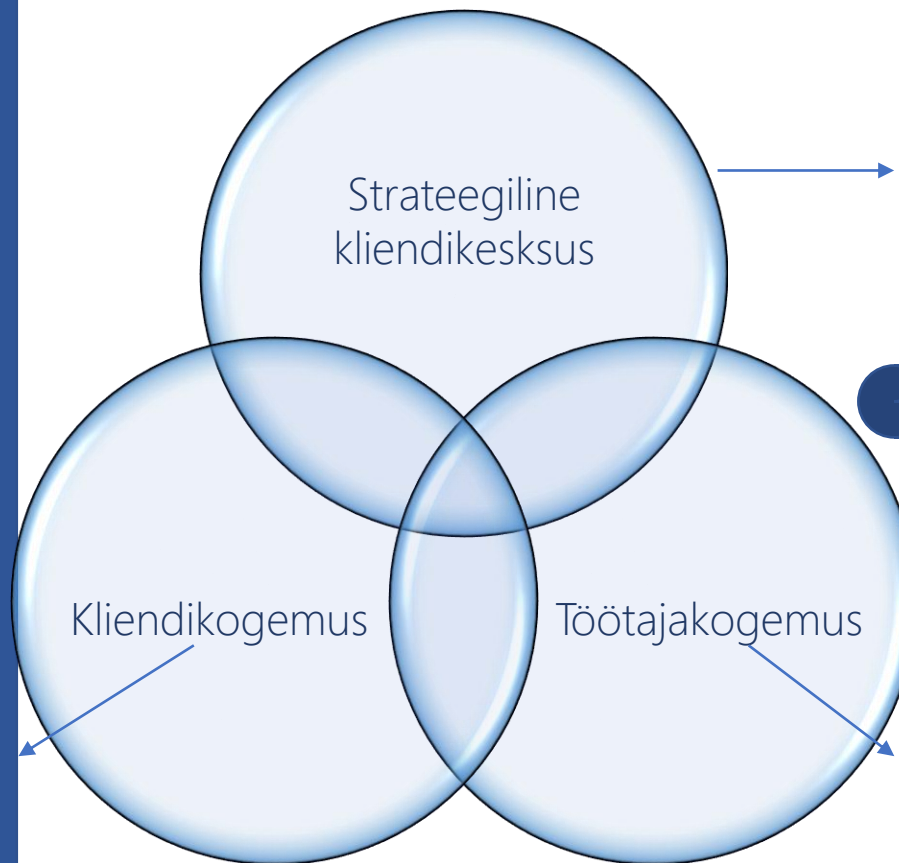
# Kliendikeskne ettevõte



Allikas: Katri Rohesalu 2018

- Kliendikogemuse juhtimise süsteemi üles ehitus ja vastutuste selgus
- Arusaamine, kes on klient ning mis on tema vajadused
- Toodete, teenust ja kanalite loomine lähtuvalt kliendi vajadustest ja ootustest
- Teenindusmudelite ja standardite loomine kliendi vajaduste täitmiseks
- Klienditeekondade mõistmine ja teadlik kujundamine
- Kliendikogemuse ja kvaliteedi näitajate eesmärgistamine igal tasandil
- Kliendikogemuse mõõtmine- nii strateegilise kui operatiivse kogemuse mõõtmine
- Kvaliteedi näitajate pidev jälgimine
- Kaebuste juhtimise süsteemi loomine ja kaebuste sujuv käsitlemine
- Kliendi käitumise jälgimine ja probleemide ennetamine
- Eri kanalitest sisse tulnud tagasiside ja info süsteemne analüüs ja järelduste tegemine
- Raporteerimine info ühtlaseks jõudmiseks kõikide töötajateni
- Parendustegevuste planeerimine, strategiast lähtuvate prioriteetide seadmine, ressursside ja vastutuse selgus ning parendustegevuste läbiviimine.
- Kommunikatsioon ettevõtte sisse ja välja- klientidele: olukorrast ja tehtud tegevustest.

Kliendikeskne organisatsioon keskendub kolmele olulisele valdkonnale



- Selguse loomine, „Miks“ ollakse olemas (*purpose*)
- Lubaduse sõnastuse olemasolu kliendile ja töötajale (*brand promise*)
- Väärtused, mis võtavad arvesse ja töötajaid ning kliente on sõnastatud ja ellu rakendatud
- Strateegias on koht kliendil ja töötajal
- Eesmärgid mõõdavad klientide ja töötajatega suhet igal tasandil ja meeskonnal
- Juhtimiskvaliteet ja kliendikeskne kultuur on fookuses
- ...

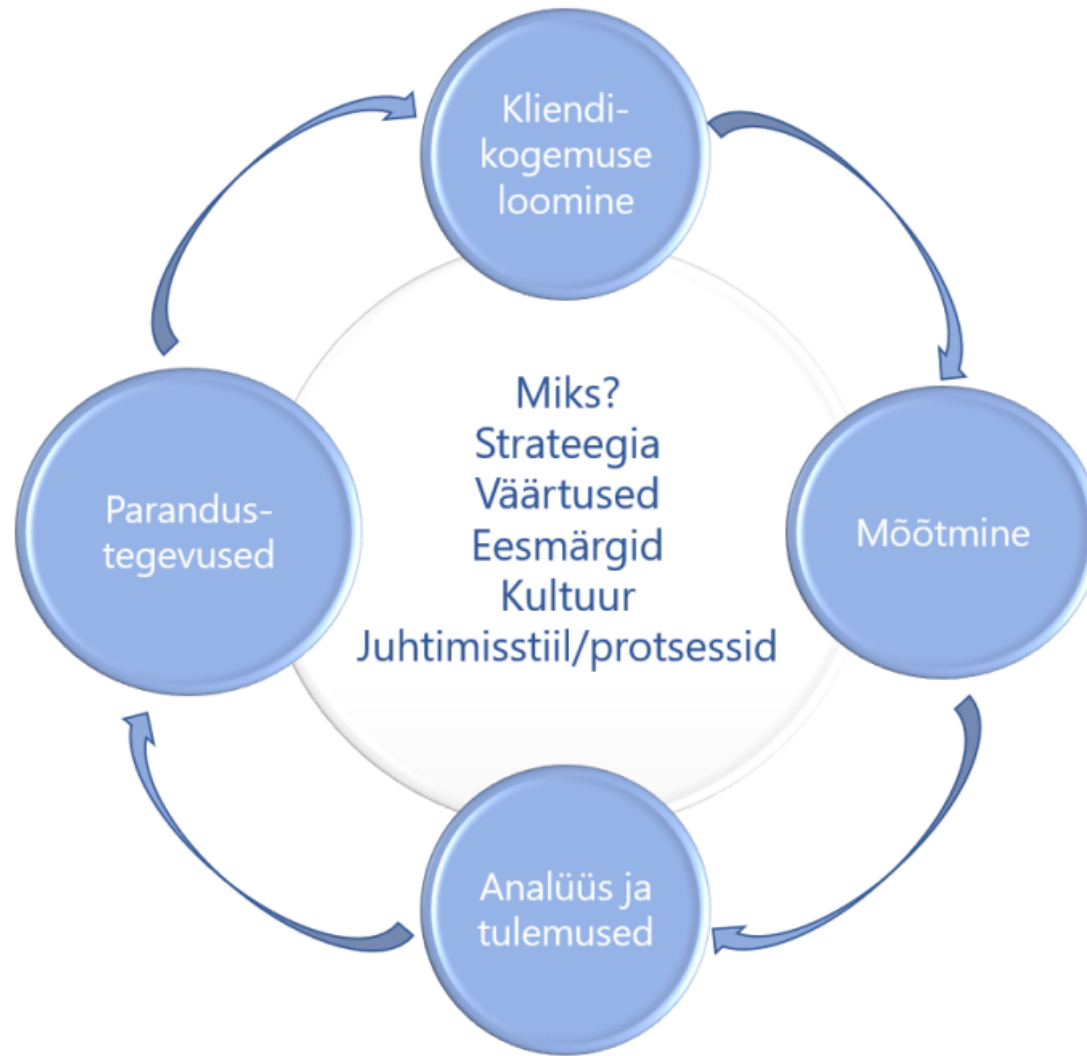
- Väärtuspõhine värbamine
- Sisseelamisel kliendikesksus ja kliendikogemusega seotud teemad fookusesse võtmine
- Iga töötaja mõistab oma rolli kliendikogemuse loomise tervikus
- Kliendikesksusega seotud eesmärkide seadmine
- Motivatsiooni- ja tasusüsteemis kliendikeskse toimimise arvesse võtmine
- Kliendikesksust toetavate kompetentside hindamine ja arendamine
- Personaliprotsessidesse (sise) kliendi vaate sisse toomine
- Kommunikatsioon olukorrast ja tehtud tegevustest.

# Kliendikogemus (CX)

- kliendi sisemine ja subjektiivne vastus tema otsesele või kaudsele kontaktile organisatsiooniga
- kõigi organisatsiooniga seotud kogemuste summa



# Kliendikogemuse juhtimine



Allikas: Katri Rohesalu 2023



- Strategilistest eesmärkidest lähtuv prioriseerimine
- Tegevuskavade loomine
  - Vastutajad
  - Eesmärgid
  - Tähtajad
  - Ressursid

Kliendi-  
kogemuse  
loomine

- Kellele?
- Mida ja mis hinnaga? (Pakkumine)
- Kus? (Kanalid)
- Kes? (Seotud osapooled)
- Kuidas? (Teenindusmudel, protsessid)

Parandus-  
tegevused

Miks?  
Strateegia  
Väärtused  
Eesmärgid  
Kultuur  
Juhtimisstiil/protsessid

Mõõtmine

- Ettevõtte kliendikeskne toimimine
- Üldine rahulolu/pühendumus/suhte tugevus
- Kontaktpõhine rahulolu
- Kaebused nende juhtimine
- Kvaliteedijuhtimine
- Kliendikäitumise jälgimine
- ...

Analüüs ja  
tulemused

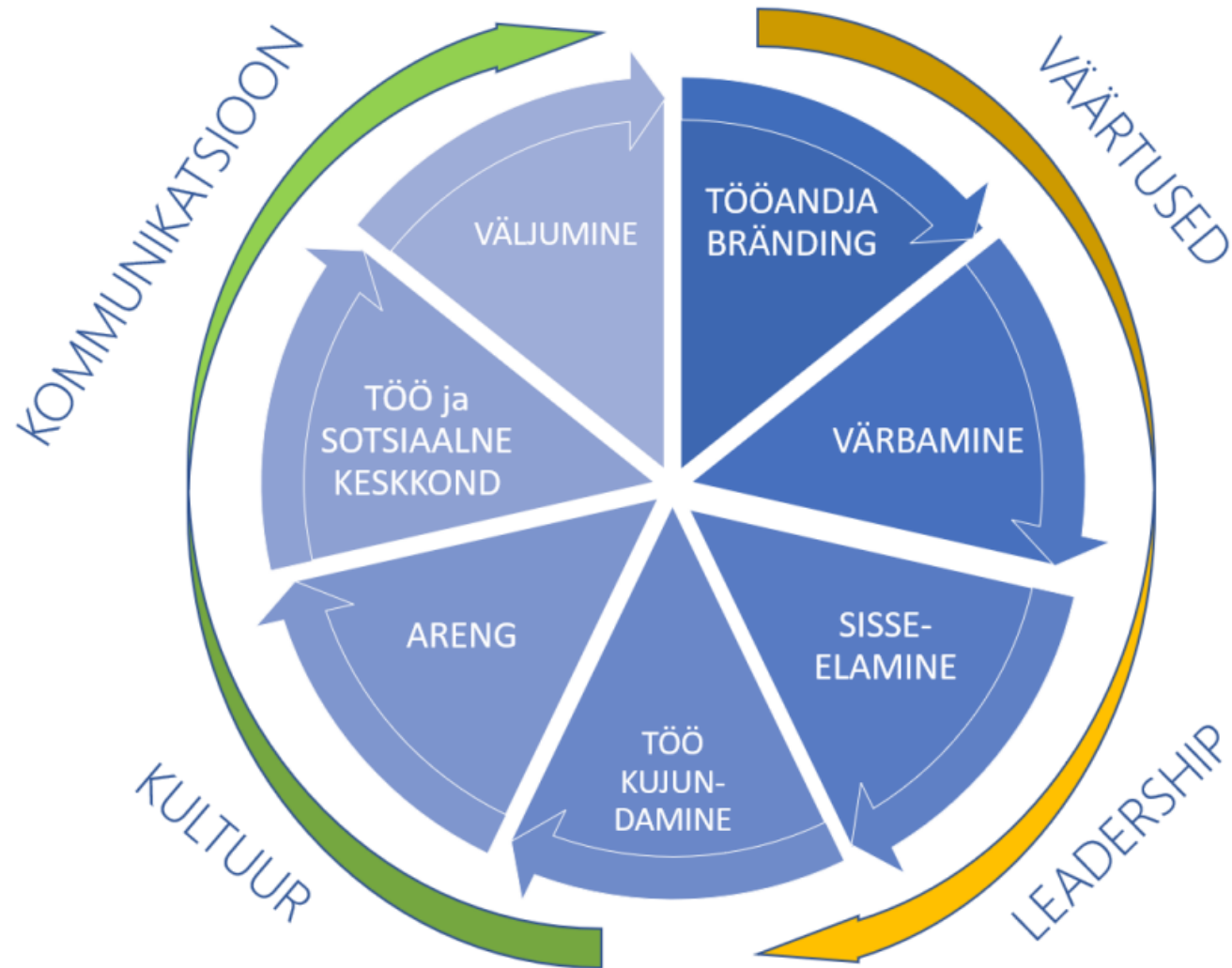
- Analüüs
- Raportid
- KPI-d ja nende vastavus

# Töötajakogemus (EX)

- töötaja sisemine ja subjektiivne vastus tema otsesele või kaudsele kontaktile organisatsiooniga
- kõigi organisatsiooniga seotud kogemuste summa



# Töötajakogemuse loomine



Allikas: Maarit Vabrit-Raadla 2020

**EX** ↔ **CX**

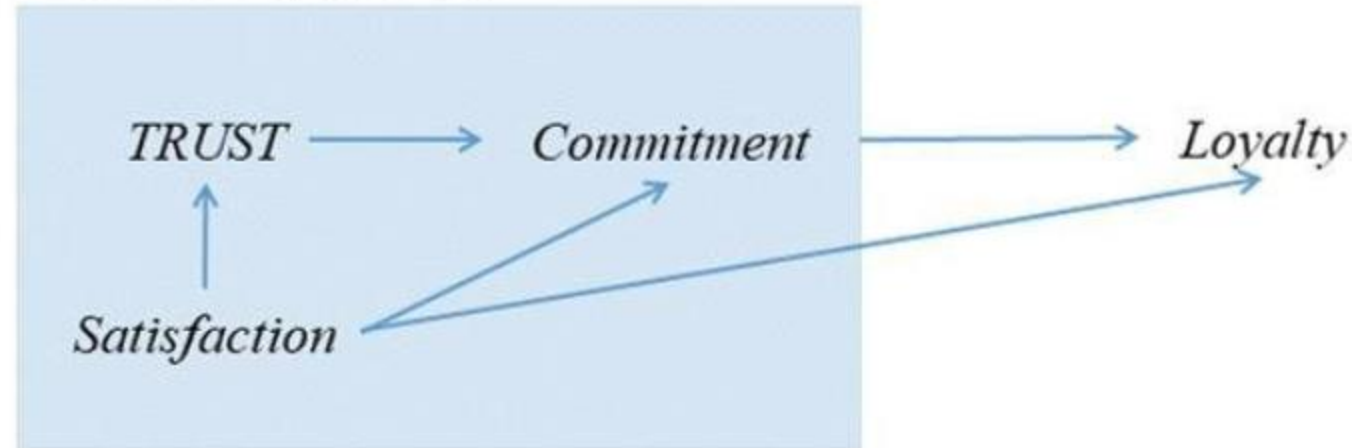
**Töötajakogemus ja kliendikogemus on omavahel vastastikku tihedalt seotud.**

**Väga head kliendikogemust saavad luua vaid töötajad, kes tunnevad end oma töörollis hästi ja kelle töötajakogemus on hea.**



# Nii töötaja- kui kliendikogemuse tulemuseks on positiivsel juhul:

## *Relationship Quality*



Allikas: European Scientific Journal; 2018/10/31

- Rahulolu loob võimaluse usalduse, pühendumuse ja sealt edasi lojaalsuse tekkeks
- Lojaalsus on mitmedimensiooniline, kuid ettevõtte püüdnud käitumusliku lojaalsuse poole (s.t klientide taasostu sooritamine või töötaja lojaalne käitumine tööandja suhtes olles mitte avatud teistele tööpakkumistele vms. )
- Eesmärke seades tuleb läbi mõelda, millist suhte taset suhete tugevuses soovitakse saavutada

# Väärtus:

Väärtusloome on protsess, mille käigus luuakse midagi, mis vastab kellegi (sihtrühma) vajadustele.

## Kliendi jaoks võib olla väärtus:

- Soovitud lahenduse pakkumine
- Probleemi lahendus
- Pakutud suhtlus ja emotsioon
- Sobiv hinna ja kvaliteedi suhe/ sobiv hind
- ...

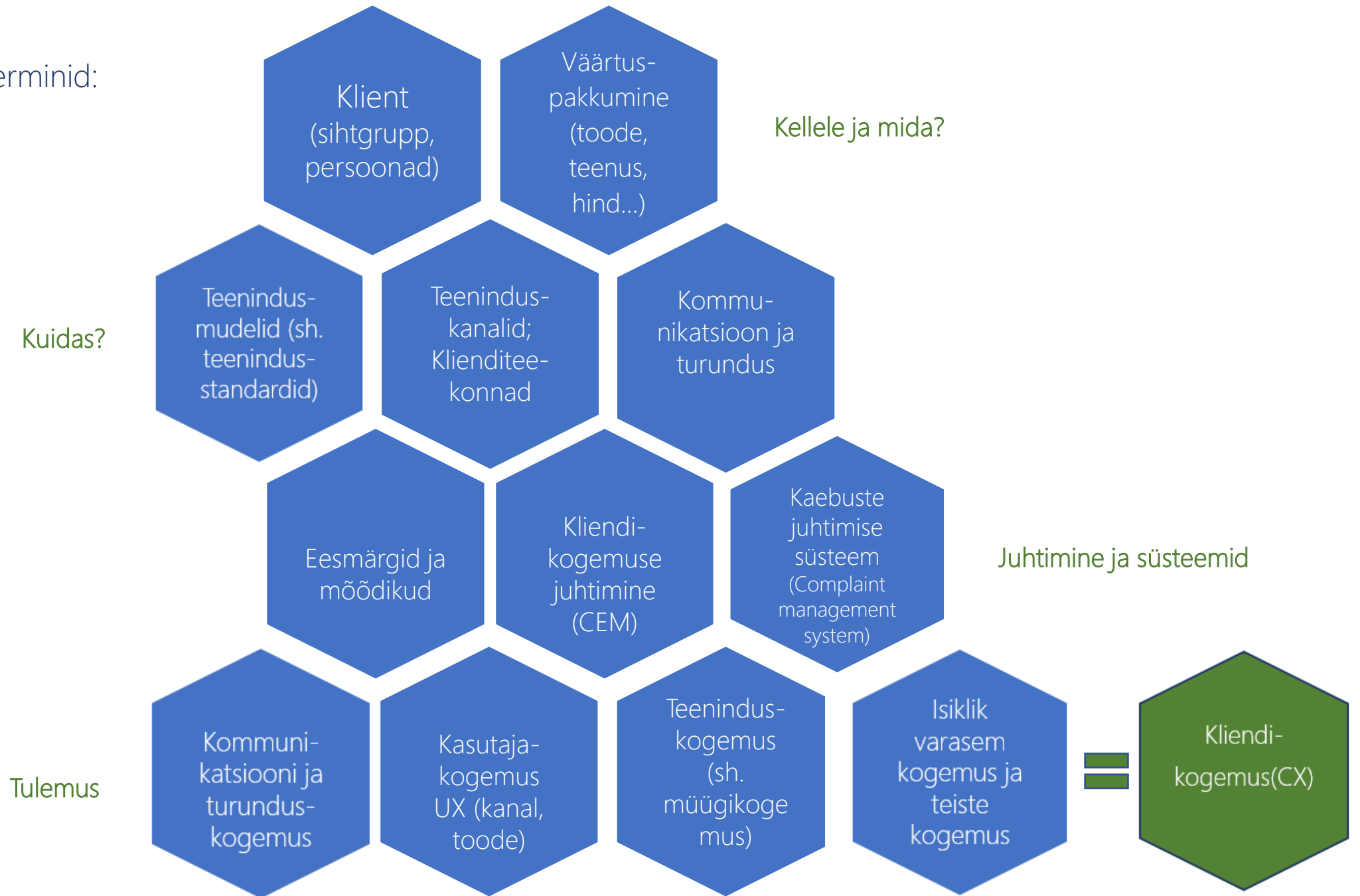
## Töötaja jaoks võib olla väärtus:

- Huvitav ja arendav töö
- Meeldiv keskkond sh.inimesed (kolleegid ja kliendid)- suhtlus ja emotsioon
- Tasu töö eest
- ...

Seda, kas ja mil määral väärtust kellegi jaoks loodi, saab hinnata inimene, kelle jaoks väärtust sooviti luua. Väärtuse tunne sõltub tema ootustest ja saadud kogemustest.

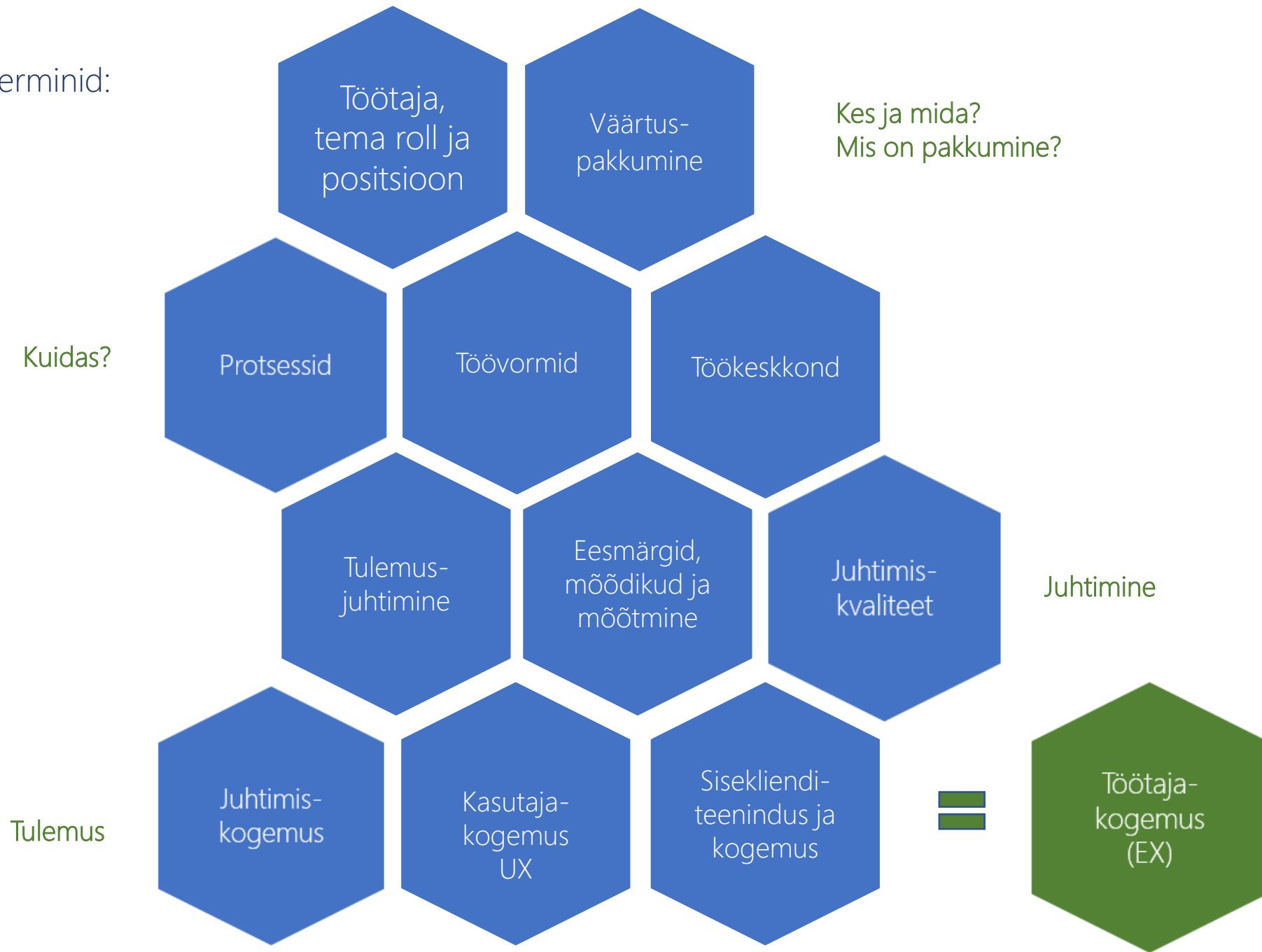
Erinevad terminid ja nende  
seosed

Kliendiga seotud terminid:





Töötajaga seotud terminid:



# Voice of the customer: Erinevad võimalikud tasandid ja meetodid

Strateegiline eesmärgistamine ja mõõtmine

Rahulolu (CSAT);  
Pühendumus;  
Lojaalsus

TRI\*M;  
Forrester CX  
index

TRI\*M on Kantar Emori poolt pakutav indeks, mis võtab arvesse erinevaid aspekte ning näitab seeläbi suhte tugevust. Mõõdetakse nii klientide kui töötajate suhte tugevust

Forrester CX (vaata järgmine slaid), võtab pildile erinevad aspektid ning arvutab tulemuse indeksiks.

Operatiivne

NPS (*net promoter score*)

CES (*Customer effort score*)

EVI  
(*emotional value index*)

EVI on [Feedbackly](#) poolt loodud emotsioonide mõõtmise tööriist. Eestis kasutab seda Stockmann. Ei oska soovitada, kuivõrd on vähe kasutajaid ja seeläbi pole selge, kuivõrd hästi see töötab ja väärtust loob.

Mystery shopping

SLA  
(*service level agreement*)

Kanalite ja protsesside kvaliteedi hindamine (*a'la First call resolution, Waiting time*)

Kvaliteet



Võimalikud kliendikogemuse ja selle loomisega KPI-d ja nende sisu:

- [https://kliendikesksus.ee/wp-content/uploads/2021/03/Customer-Experience-KPIS\\_ClearPoint\\_Customer\\_Measure\\_Library.xlsx](https://kliendikesksus.ee/wp-content/uploads/2021/03/Customer-Experience-KPIS_ClearPoint_Customer_Measure_Library.xlsx)

Võimalikud töötajakogemuse ja selle loomisega seotud KPI-d ja nende sisu:

- [https://kliendikesksus.ee/wp-content/uploads/2021/03/HR-and-Process-KPIS\\_ClearPoint-HR\\_KPI\\_Library.xls](https://kliendikesksus.ee/wp-content/uploads/2021/03/HR-and-Process-KPIS_ClearPoint-HR_KPI_Library.xls)

# Valik lühendeid:

Lühend	Täisnimetus	Sisu/tähendus
CEM	Customer Experience Management	On mõtteviis ja süsteem kliendikogemuse loomiseks, selle mõõtmiseks, mõistmiseks ja parandamiseks. See on kliendikogemuse juhtimise süsteem
CRM	Customer Relationship Management	On tehnoloogia kliendisuhete haldamiseks ja interaktsioonide juhtimiseks. Tehniline platvorm, mis võimaldab saada ülevaadet klientide infost, sh lepingutest, tegutsemisest jne. Aitab genereerida klientidele pakkumisi, toetab personaalset teenindust, pakkumist ja kommunikatsiooni. Kasutatakse kliendikaebuste registreerimiseks ja kaebuste lahendusprotsessi juhtimiseks jne.
CX	Customer Experience	Kliendikogemus
EX	Employee Experience	Töötajakogemus
UX	User Experience	Kasutajakogemus – esineb nii kliendi- kui töötaja vaates
NPS	Net Promoter Score	Soovitusindeks. Autoriteks: Reichheld ja Markey, kes toovad välja, et see näitab lojaalsust. Küsimus, mida küsitakse: "Kui tõenäoliselt soovitate meie ettevõtet/toodet/teenust sõpradele või kolleegidele?" Skaala 0-10 kus 0-6 on mittesoovitajad, 7-8 hinnangu andjad on passiivsed ja 9-10 hinnangu andjad on soovitajad. Tulemus võib olla -100 kuni +100. NPS skoori arvutamiseks lahutatakse soovitajate% st mittesoovitajate %. Ettevõtte kasutavad NPS-i nii üldise kliendisuhete (strateegilise) kui kontaktipõhise (operatiivse) taseme mõõtmisel.
ENPS	Employee Net Promoter Score	Töötajate soovitusindeks. Sama meetodika kui NPS, lihtsalt soovitusküsimust küsitakse töötajatelt. Seda kasutatakse strateegilise mõõdikuna.



"People will forget  
what you said,  
people will forget  
what you did,  
but people will never  
forget  
how you made them  
feel."

*Maya Angelou*



**Aitäh!**

**Katri@kliendikesksus.ee**

**53406545**

