

Kliendikogemuse juhtimise meistrikläss II õppepäev

07.10.20

Katri Rohesalu
Andrus Kotri

A close-up photograph of a mechanical watch movement. The watch has a white dial with black Arabic numerals (1-12) and a gold case. The movement is visible through a transparent sapphire crystal. The text "17 Jewels" is visible on the dial. The watch is positioned on the right side of the slide, with the left side being a dark background containing text.

Õppepäeva ajakava

- Algus 9.00
- Paus 10.30 (15.min)
- Lõuna 12.15 (30.min)
- Paus 14.30 (15.min)
- Lõpp 17.00



Saame tuttavaks

- Meil on uued osalejad!



A close-up photograph of a hand holding a bunch of mixed green and purple grapes. The grapes are fresh and glistening, with some green and some dark purple. A few leaves are attached to the bunch. The background is dark, making the grapes stand out.

Õppepäeva sisukava

- Kuidas on vahepeal läinud?
- Tagasivaade I õppepäevale, kodutöö rõõmud ja mured
- Eesmärgistamine, mõõdikud
- Kliendikesksuse, kliendikogemuse ja kvaliteedi mõõtmine
- Tööriistakast
- Inspiratsiooninurgake

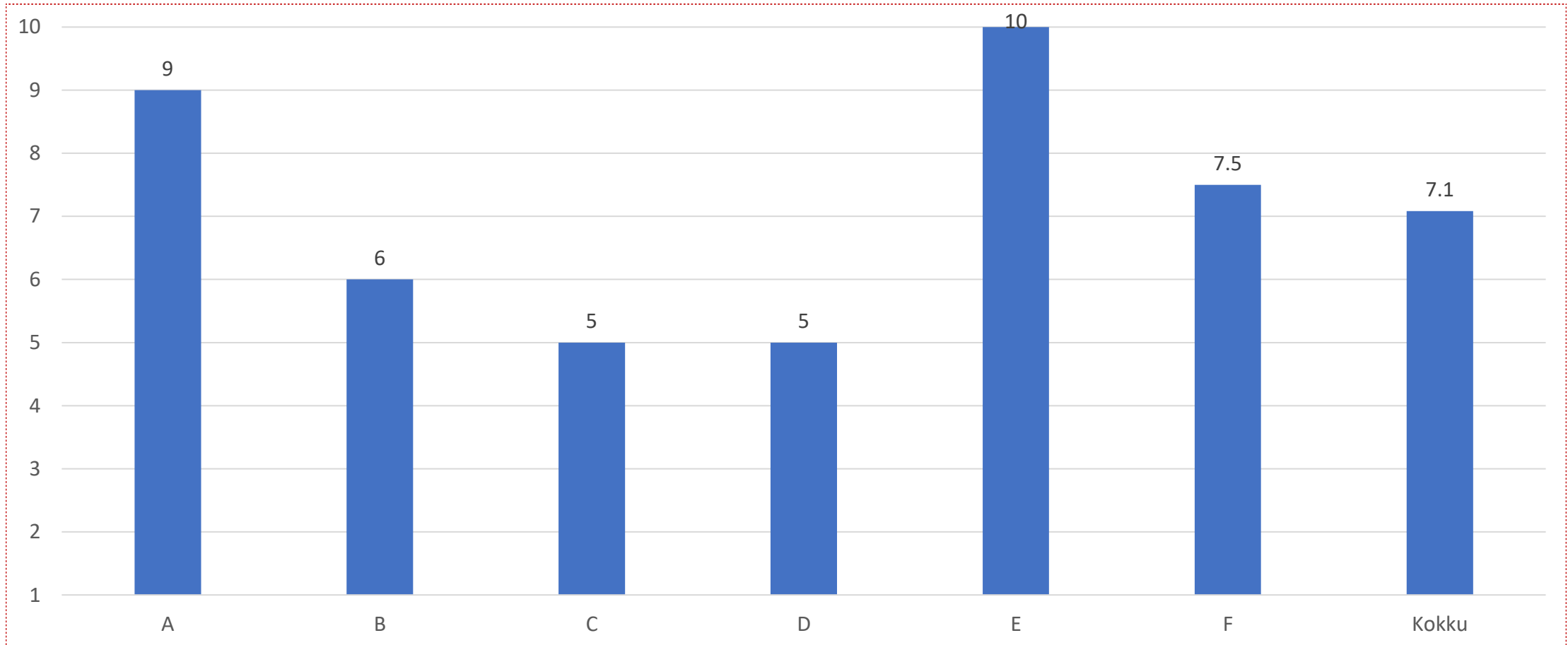
Tagasivaade I õppepäevale

- Kas Sinu ettevõtte on /tegutseb kliendikeskselt?
- Mille poolest on Sinu ettevõtte (või selle juhid) tuntud (brändi vaade)?
- Millist kliendi eesmärki aitab Sinu ettevõtte täita?
- Kas oled kasutanud (alustanud) klienditeekonna kaardistust?



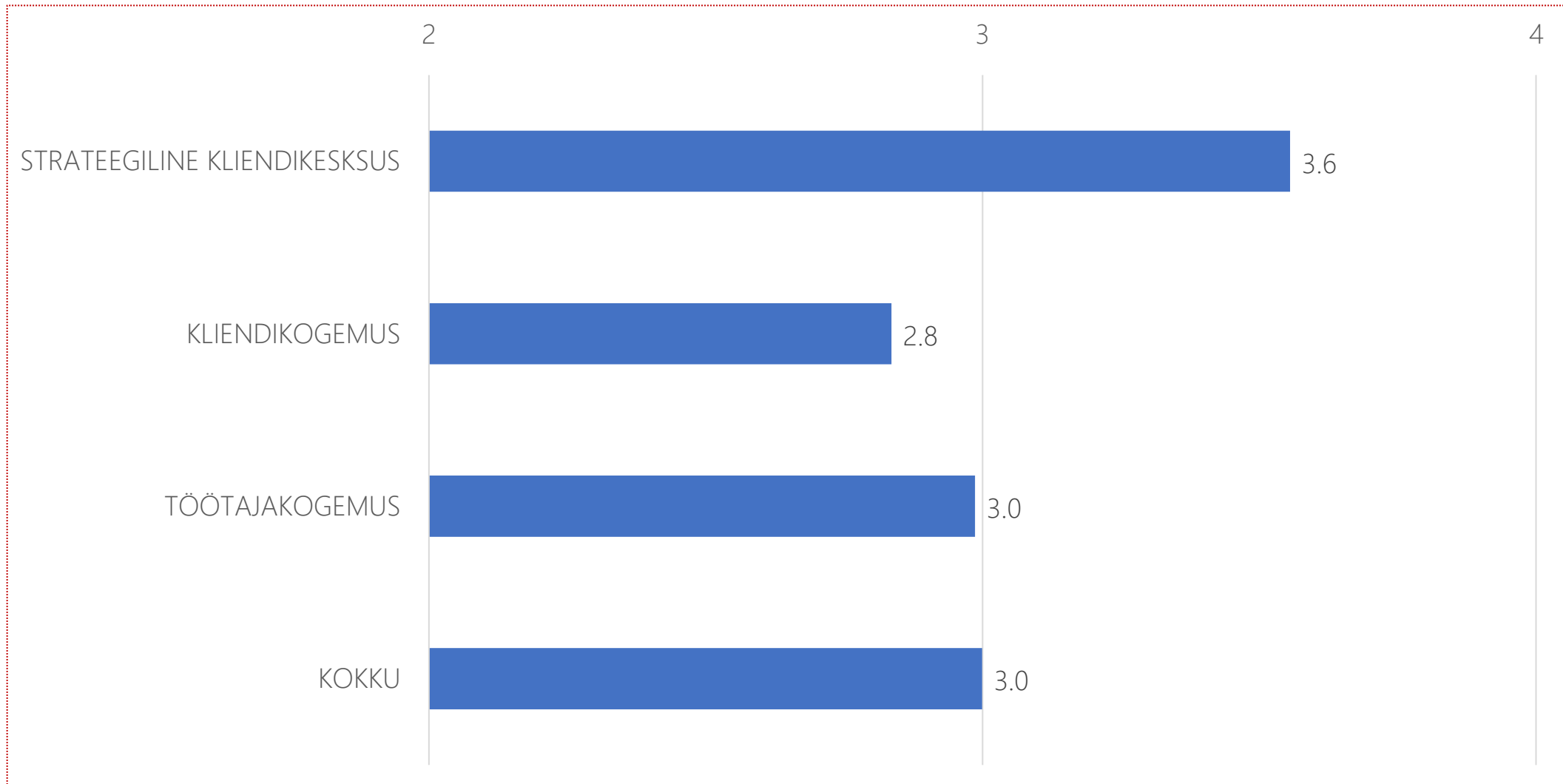
Kui kliendikeskselt tegutseb Sinu ettevõte? Teie hinnang

(skaala: 0- ei tegutse üldse kliendikeskselt; skaala 10- tegutseb väga kliendikeskelt)



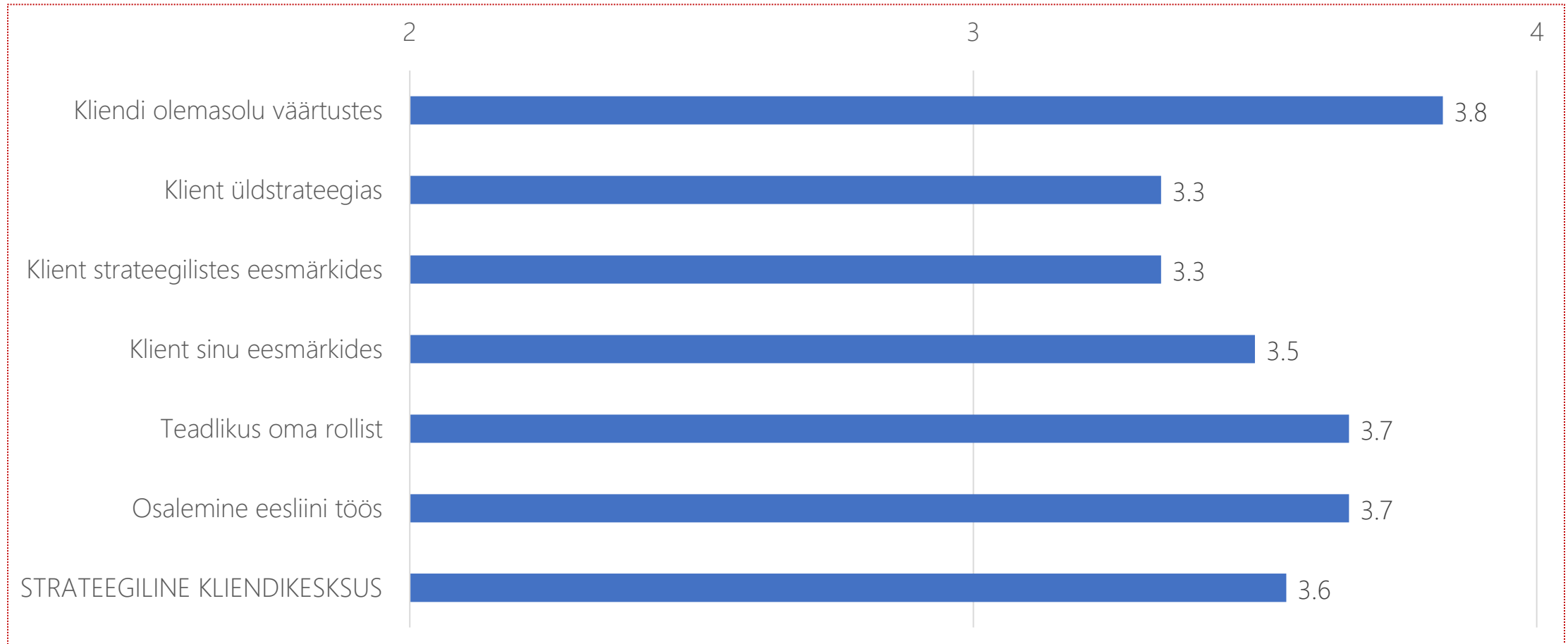
Kliendikesksuse kolm fookusvaldkonda. Teie hinnang


(Skaala : Sõnaline skaala, millele vastas hinnang 1, 2, 3 või 4)



Strateegiline kliendikesksus. Teie hinnang

(Skaala : Sõnaline skaala, millele vastas hinnang 1, 2, 3 või 4)



A close-up photograph of several bees flying around a yellow flower against a blue sky background. The bees are in various stages of flight, some closer to the camera and others further away. The background is a soft, out-of-focus blue sky with some green foliage visible at the bottom.


Vastutus
Kliendikogemuse
kujundamine

A photograph of a traditional wooden boat on a calm lake. The boat is made of dark wood and has a white, shaggy fur rug draped over its side. A white rope is attached to the boat. In the background, another white boat is visible on the water. The text 'Vastutus Kliendikogemuse juhtimine' is overlaid on the left side of the image.

Vastutus
Kliendikogemuse
juhtimine


Eesmärgid

A photograph of a wooden boardwalk path winding through a forest of pine trees. The path is made of light-colored wooden planks and leads uphill. The trees are mostly green, but some have yellowed needles, suggesting autumn. The sky is dark and overcast. The text 'Eesmärgid' is overlaid in the center in a white, outlined font.

A person wearing a dark, hooded garment is shown from the chest up. A bright, glowing orange light source is visible in the center of the hood, illuminating the person's face and the surrounding fabric. The background is dark and textured, suggesting a cave or a similar environment. The overall mood is mysterious and dramatic.

You can't hit a target you
cannot see, and you cannot
see a target you do not have.

Zig Ziglar

 quoteLendy

“

**Sales is an outcome, not a goal.
It's a function of doing numerous
things right, starting from the
moment you target a potential
prospect until you finalize the deal.**

- Jill Konrath -

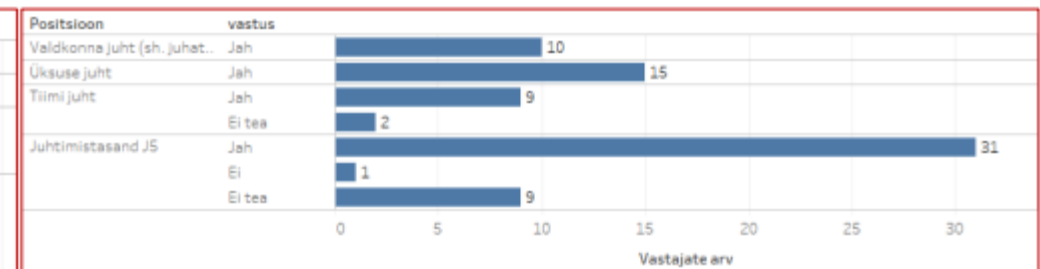
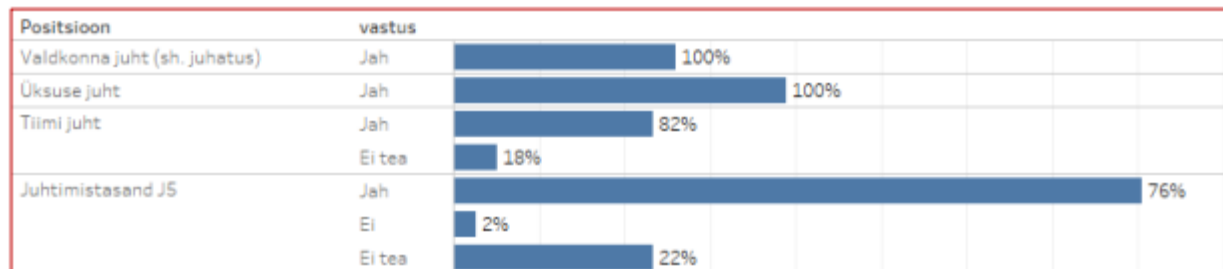


Milleks eesmärgid?

1. eesmärgid juhivad tähelepanu ja jõupingutusi asjakohastele tegevustele,
2. keerukad eesmärgid viivad suuremate jõupingutusteni,
3. eesmärgid suurendavad järjepidevust,
4. eesmärkide najal leitakse uusi ideid ja lahendusi.

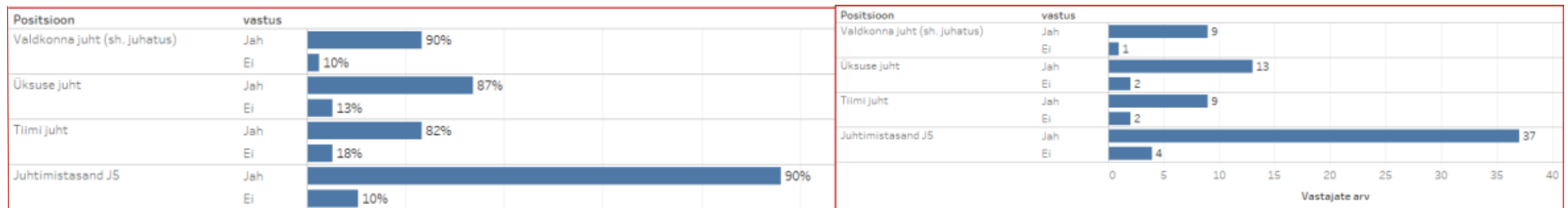
Kliendikogemus ja eesmärgid. Näide:

Kas vähemalt üks Sinu **ettevõtte** üldeesmärkidest on seotud kliendikogemusega (näit. Rahulolu, pühendumus, kliendibaasi suurus/kvaliteet, kaebuste vähenemine vms.)

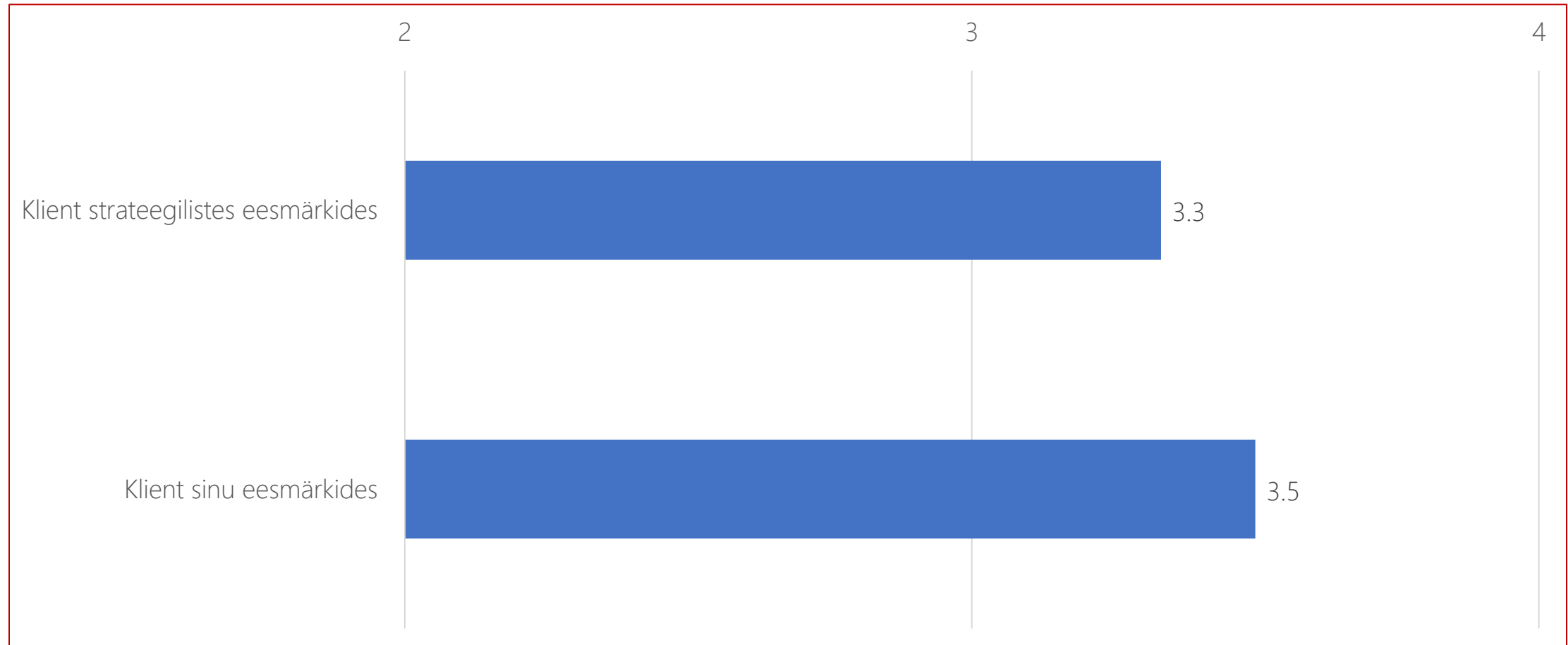


Kliendikogemus ja eesmärgid. Näide:

Kas vähemalt üks Sinu üksuse eesmärkidest on seotud sise- või välisklientide rahuloluga?



Kliendiga seotud eesmärgid. Teie vastused



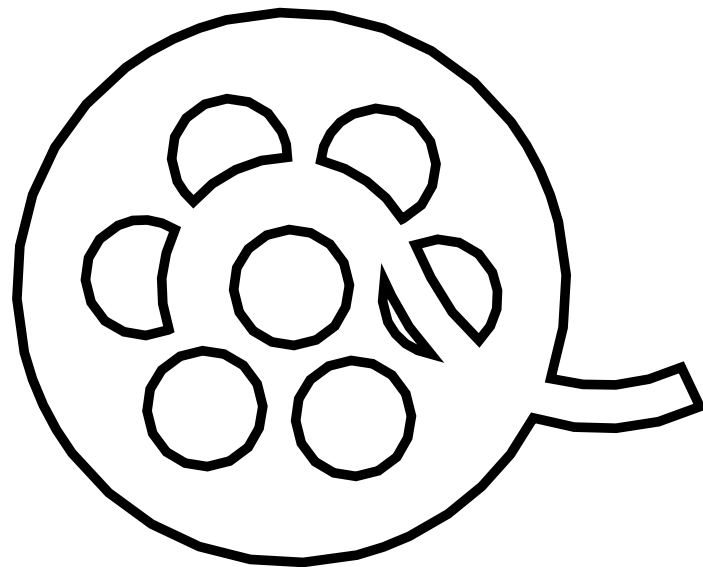
Milliseid strateegilisi eesmärke välja tõite?

- Lojaalsuse kasvatamine
- Usaldusväärsuse tase
- Kliendirahulolu
- Olla eelistatuim teenusepakkuja piirkonnas
- Saada parimaks teeninduse ettevõtteks Eestis

?

- Mõõdik ehk kuidas mõõdate?
- Mis on Sinu isiklik eesmärk, mis seda toetab?
- Mis tasemel on teiste ettevõtte üksuste ja töötajate eesmärgistamine?

Filminurk

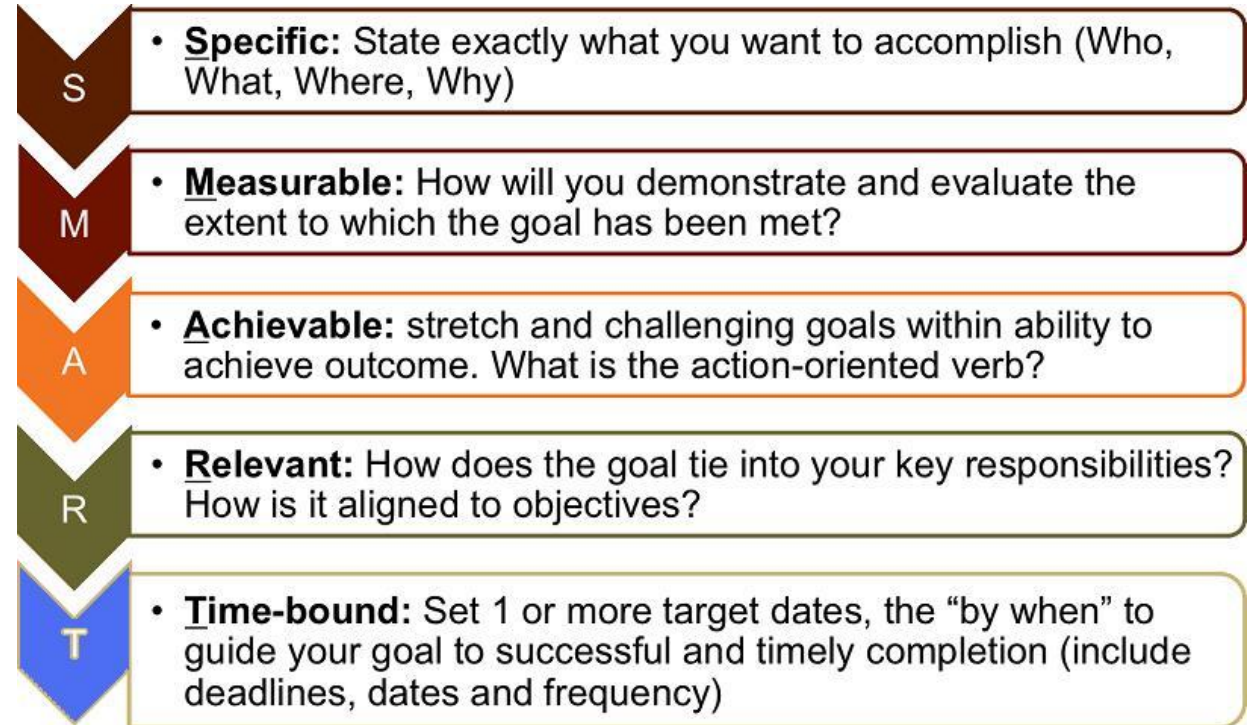


A wooden boardwalk path winds through a forest of pine trees under a dark, overcast sky. The path is made of light-colored wooden planks and leads uphill. The trees are mostly pines, some with green needles and some with bare branches. The ground is covered in dry, brown grass and low-lying vegetation. The sky is dark and cloudy, suggesting an overcast day.

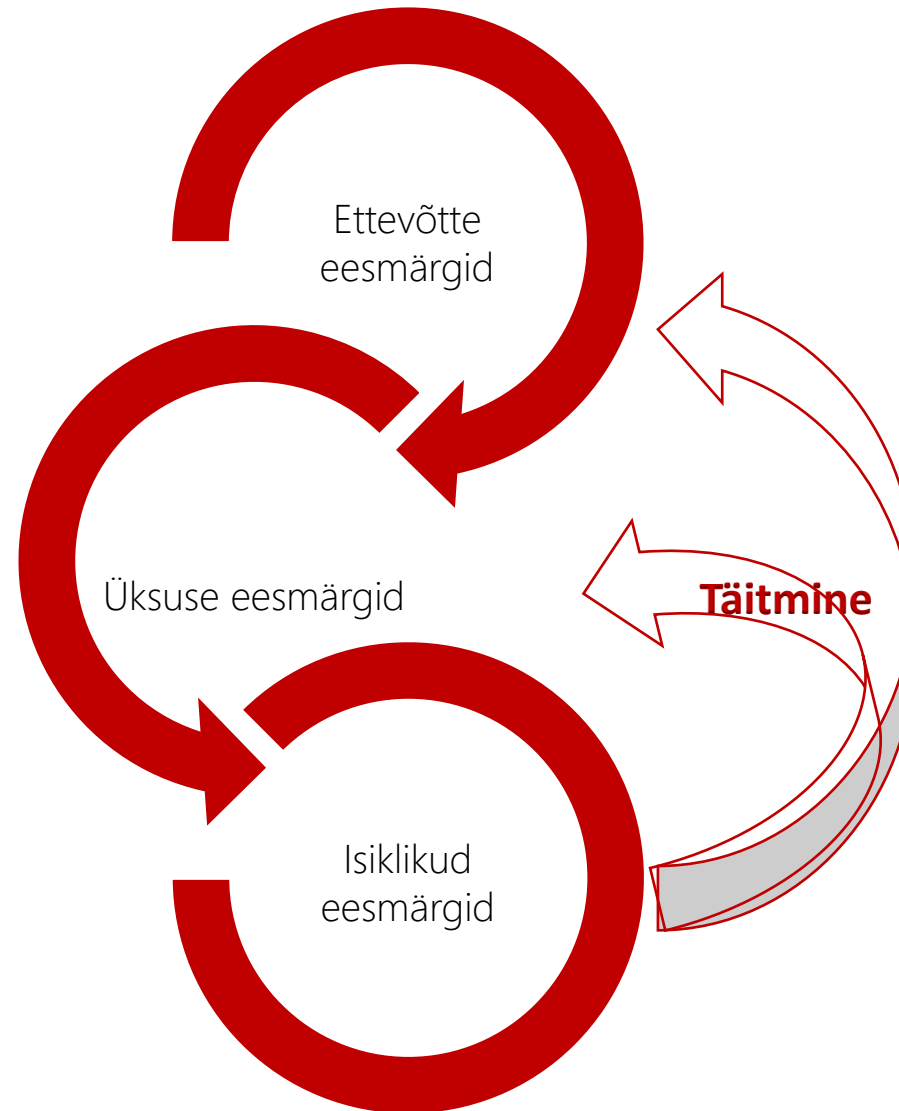
Eesmärgid

Teooria

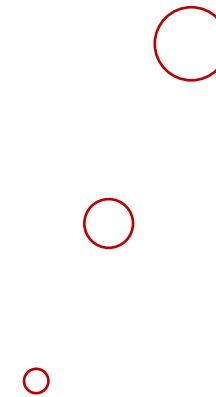
Hea eesmärgi omadused:



Eesmärkide omavaheline seotus



Kuidas minu tegevus ja minu eesmärgid toetavad üksuse ja ettevõtte eesmärgi täitmist?





Eesmärkide seadmine (1/2):

- Milline tase on “optimaalne” Sinu ettevõtte jaoks?
- Kas iga järgmine periood peaks ootama järjest kasvavat tulemust?
- Kas peaks olema üks kindel number või võiks olla taseme vahemikud?
- Kes ja mida saab mõjutada?



Eesmärkide seadmine (2/2)

- Eesmärke ja mõõdikuid seades/valides, tuleb kaaluda ka nende võimalikku "tumedat poolt".
- Oluline on näha tervikut ja eesmärkide/mõõdikute omavahelisi seoseid ning mõju ettevõttele tervikuna.

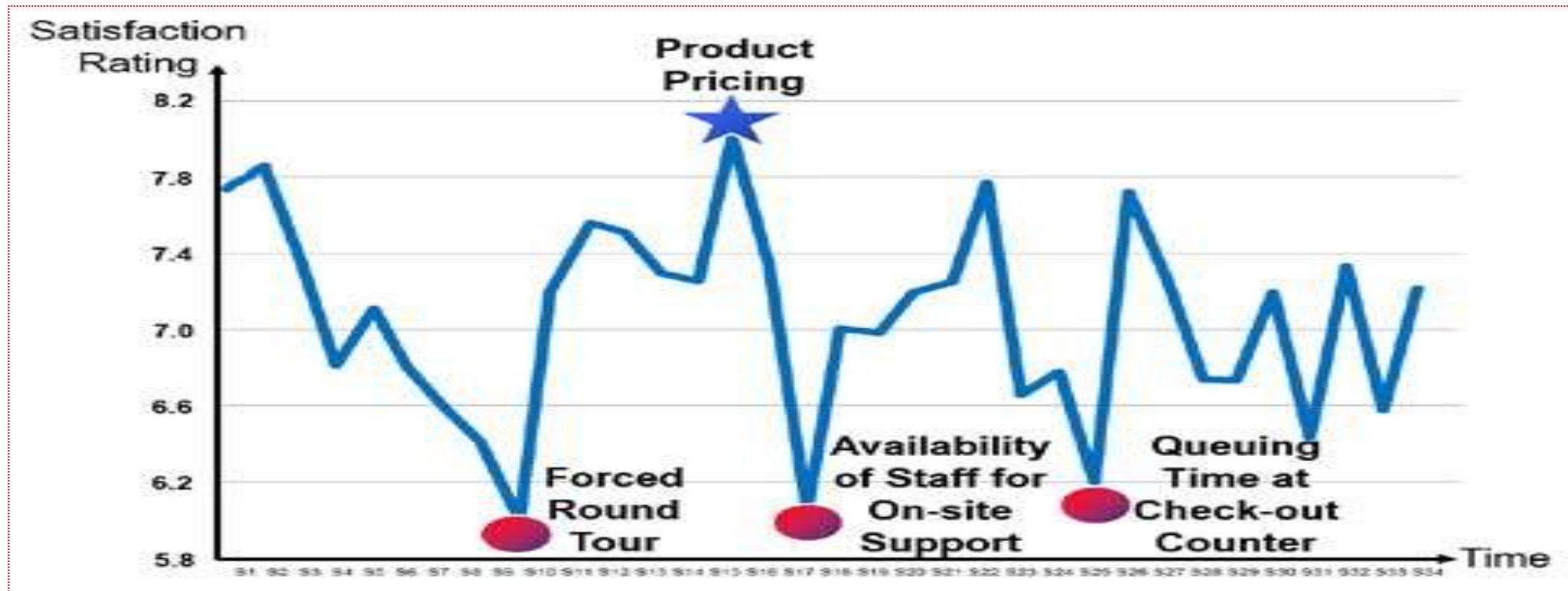
Lugemissoovitus: David Parmenter "Key Performance Indicators. Developing, Implementing and Using Winning KPIs".

Eesmärgid

Andrus jagab ka. 😊

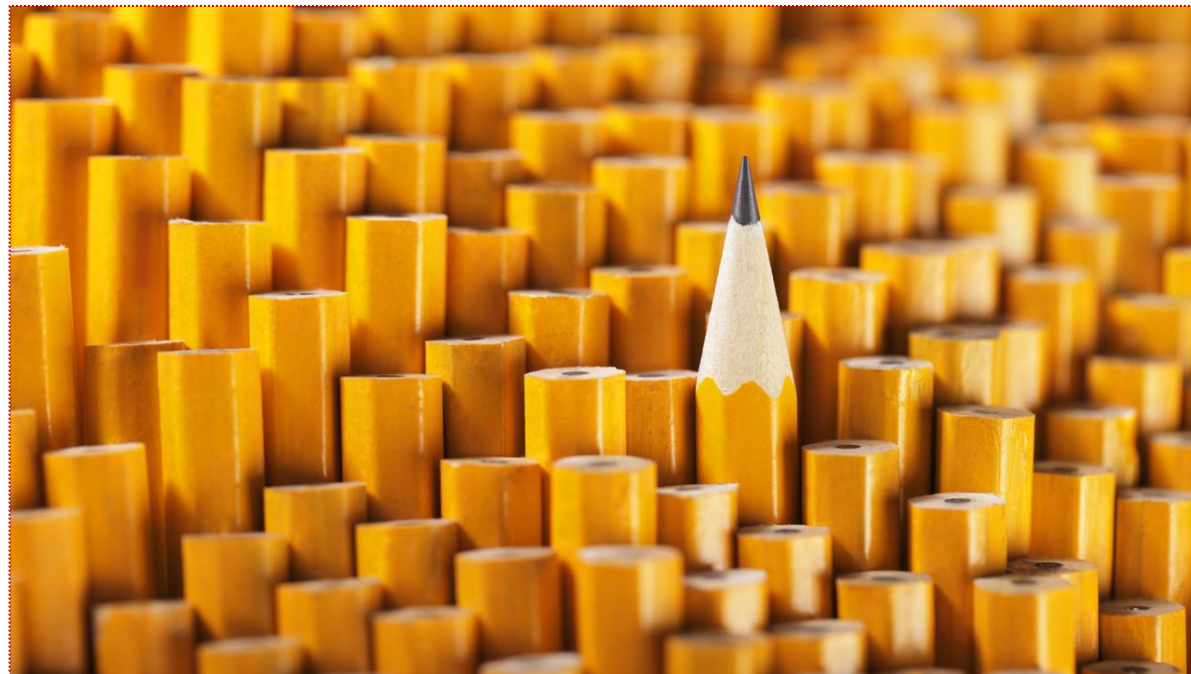
Eesmärgistamine – kas klienditeekonna kõik lõigud peavad olema võrdselt “head” kliendile?

IKEA Holland



...lähtume visioonist, ka kliendikogemuse eesmärgistamisel

- Mis on teie brändi lubadus, kus näete oma ärivõimalust, mille poolest eristute? – **USP** (*Unique Selling Proposition*)
- NB! Kui Sul on haamer, paistavad kõik asjad naelana...





Tasakaalus Tulemuskaart (BSC) –
eesmärgistamise meetod, mis toetab kliendikogemuse juhtimise
süsteemi

BSC meetodi kohaselt toimub eesmärgistamine tasakaalustatult 4 dimensiooni arvesse võttes:

Finants

- Käive, müügitulu
- Kasum, ROI
- Kulud

Klient

- Kliendirahulolu, NPS
- Klientide kaotamise määr
- Uute klientide arv

Visioon
Strateegia

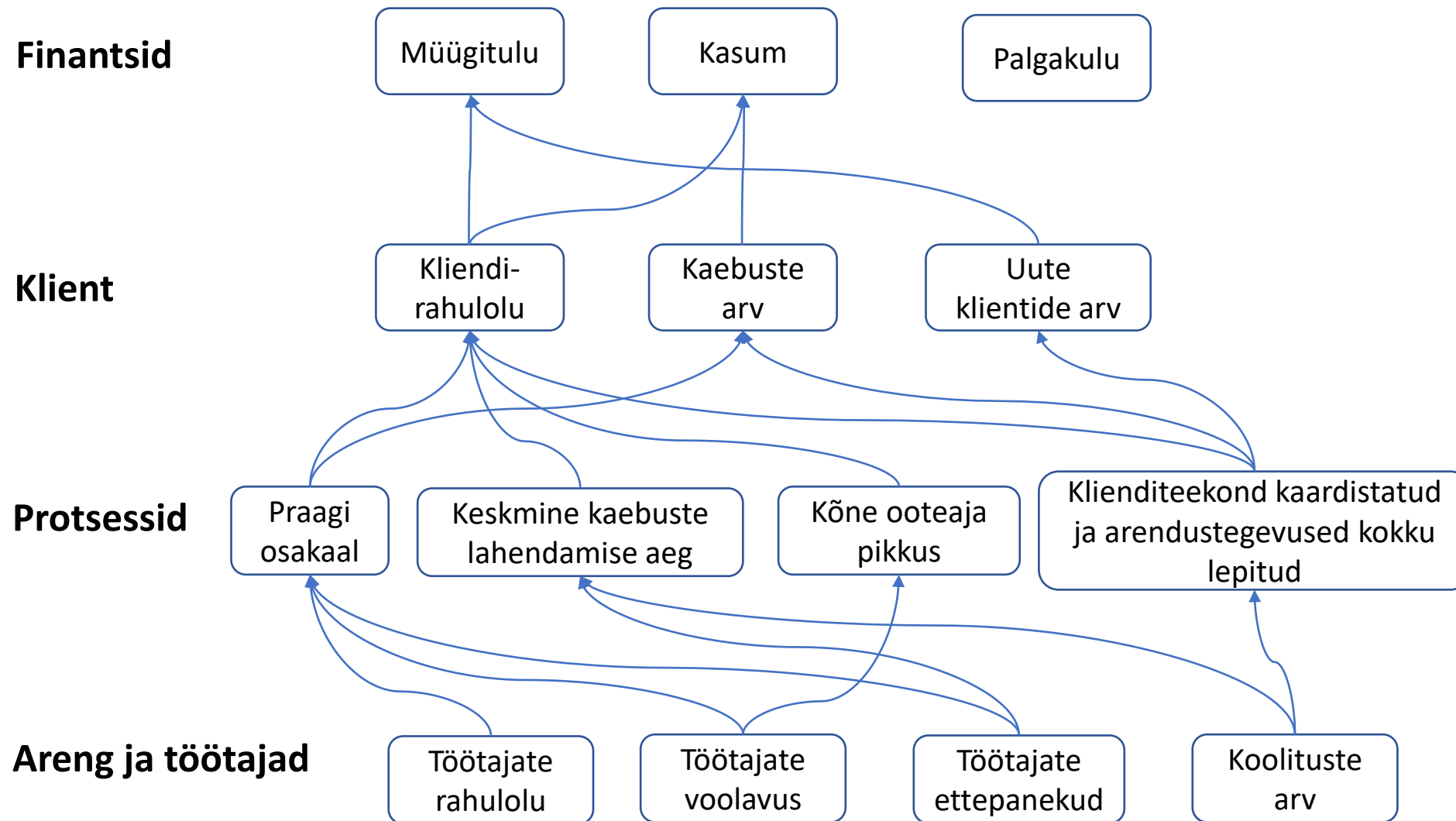
Areng ja töötajad

- Töötajate rahulolu
- Töötajate koolitused
- Töötajate atesteerimine

Protsessid

- Vigade arv, kvaliteet
- Teenuse tase (SLA)
- Projektide elluviimine

Mõõdikute vahel on põhjus-tagajärg seosed:



Näidis, kõnekeskuse tulemuskaart:

| Osakaal | | | 2017 | 2018 eesmärk |
|-------------------|-----|--------------------------------|--------|-----------------|
| Finants | 20% | Kulueelarve | 0,5 M€ | 0,5M€ |
| | | FTE-sid | 30 | 28 |
| Kliendid | 20% | Kliendirahulolu kõnekeskusega* | 45 | 47 |
| | | Kliendirahulolu ettevõttega* | 60 | 62 |
| Protsessid | 40% | Kaotatud kõnede % | 13% | 10% |
| | | Kaebuste lahendamise aeg | 2,7 p | 2 päeva |
| | | Protsesside kirjeldamine* | 0% | 50% |
| Areng ja Töötajad | 20% | Osakonna töötajate rahulolu* | 25 | 30 |
| | | Teeninduskoolituste arv* | 1 | 3 |

Osakondade tulemuskaardid ja KPI-d koonduvad puuna üheks "tippjuhtkonna" kaardiks:



BSC kokkuvõte:

- Tähelepanu saavad ka muud olulised aspektid lisaks finantsile
- Toob välja äritulemuse peamised *driverid* (ja nn. tasakaalustavaid näitajaid)
- Näidikud on omavahel seotud, räägivad loo kuidas strateegiat saavutatakse üksikute operatiivsete eesmärkide saavutamise
- Toetab kommunikatsiooni ja koostööd organisatsioonis
- NB! eri perspektiivi näidikute vahel on ajaline nihe



Lõuna! 😊

A dynamic background image showing a splash of water with white foam and droplets against a dark, muted blue-grey background. The water appears to be falling or splashing upwards, creating a sense of movement and freshness.

Kliendikeskus

Klientide kuulamine

Oluline on tervikpilt

- Ettevõtte tegevused ja toimimine
 - Strateegiline fookus ja toimimise filosoofia
 - Töötajate kuulamine ja nende kogemuse kujundamine
 - Klientide kuulamine ja nende kogemuse kujundamine
 - Klientide käitumise jälgimine ja analüüs



Kliendikesksuse hindamine

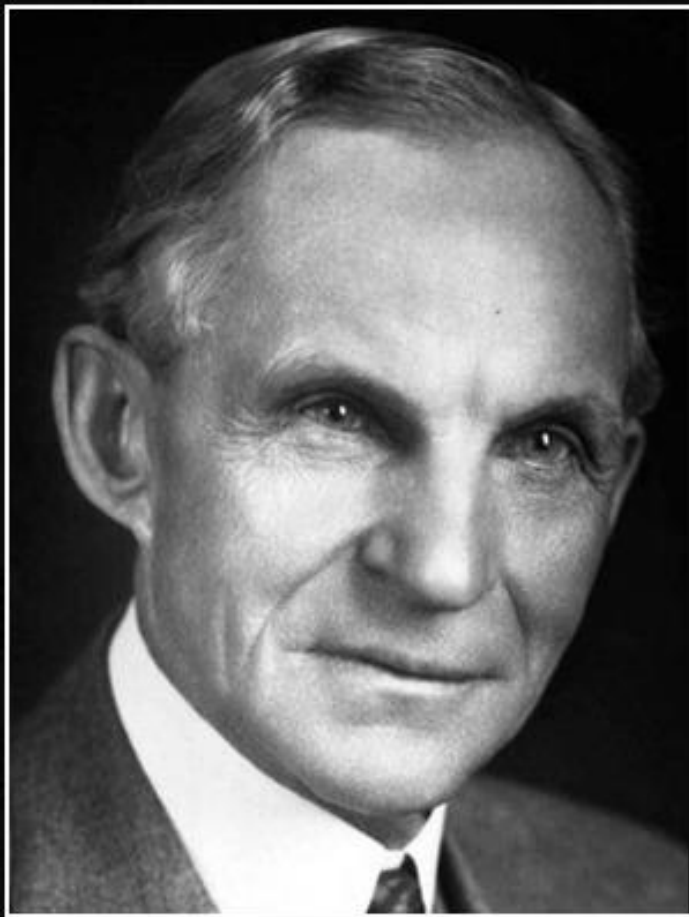
Kliendikesksuse diagnostika

- Viiakse läbi ettevõtte juhtide seas
- Fookuses kolm valdkonda
- Kaardistatakse:
 - Kliendikesksust väljendavate aspektide olemasolu ja/või teadlikkust
 - Tegevusi
- Vastatakse sõnalisel skaalal

- Tulemus:
 - ettevõtte kliendikesksuse hinnang
 - tugevused ja arengukohad
 - tegevuste või positsioonide kaupa
 - töövahend juhtidele ettevõtte kliendikesksuse parandamiseks

A black and white photograph of three children playing with large, translucent bubbles in front of an ornate metal gate. The child on the left is reaching up towards a large bubble. The child in the middle is holding a large bubble. The child on the right is also reaching towards a bubble. The background shows a dark, ornate metal gate with intricate scrollwork. The ground is paved with cobblestones. The overall scene is playful and joyful.

Kliendi kuulamine ja mõistmine



If I had asked people what they
wanted, they would have said faster
horses.

— *Henry Ford* —

AZ QUOTES

“Life is like a box of chocolates – you never know what you gonna get”

Forrest Gump



Tom
Hanks is
Forrest
Gump





MIKS ON KLIENDI HÄÄLE KUULAMINE OLULINE

- Ettevõtte jätkusuutlikkuse tagamiseks
- Klientide sidumiseks:
 - Tundma õppimine
 - Mõistmine– ootused, eelistused ja emotsioonid
 - Mõistlikud ja sisulised (arendus)tegevused
 - ...

KAS OLEME VALMIS KUULAMA, VASTAMA JA TEGUTSEMA

- Peame olema teadlikud klienditeekonnast ja kokkupuutepunktidest:
 - KUS ja MILLAL:
 - klient meiega ise suhtleb
 - klient meie vastu huvi tunneb
 - ta on valmis meiepoolseks kontaktiks
- Peame läbi mõtlema:
 - võimekuse märgata ja pöördumistele vastata
 - täiendava info vajalikkuse ja vajaduse
 - protsessid, vastutajad ja kaasatus
 - tulemuste seotuse eesmärkidega, äriprotsessidega, juhtimissüsteemidega jne.

KLIENT KÕNETAB MEID OMAALGATUSLIKULT



MIS?

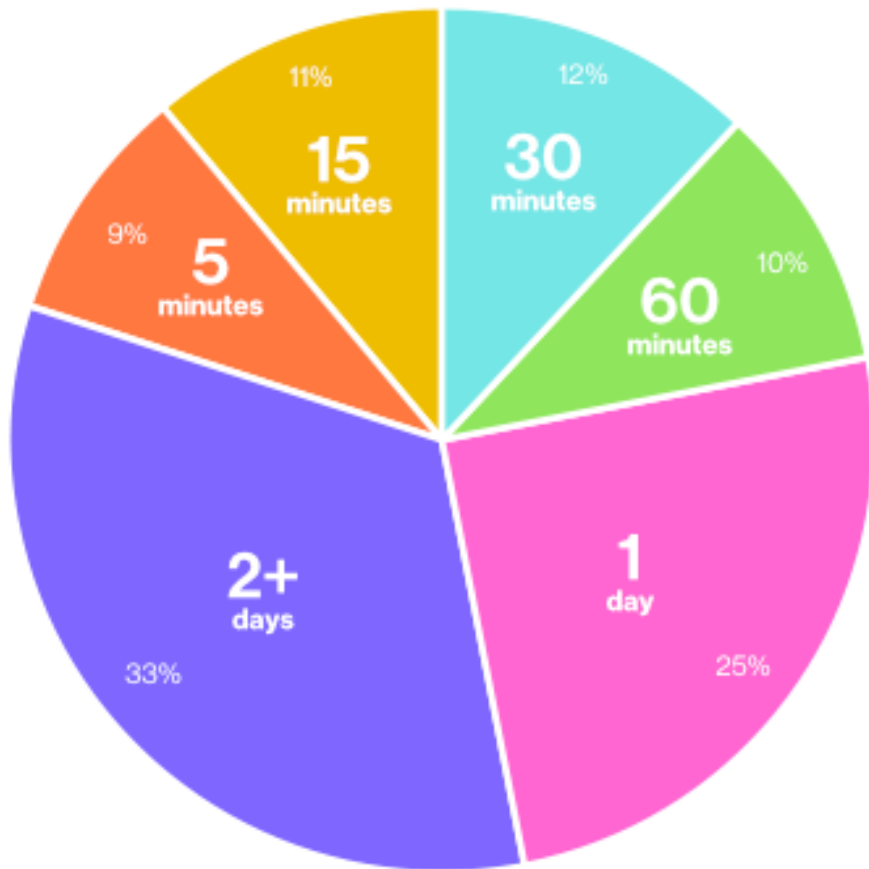
- Küsimused
- Arvamused
- Kaebused
- Kiitused
- Jagamine/
- Kommenteerimine

KUS?

- Meie enda kanalites
 - E-mail
 - Koduleht
 - E-pood
 - Iseteenindus
 - Telefon
 - Otsekontaktis/teenindaja
 - Live chat
 - FB, Twitter, Instagram
 - ...
- Väliskanalid
 - Sotsiaalmeedia
 - Meedia

SOTSIAALMEEDIA

- Kui kommunikatsiooni, tagasiside ja teeninduskanal
- 23% ettevõtetest analüüsib sotsiaalmeedia infot (2015 Gartner)
- Kas saame hakkama kõrgendatud ootustega?



Social media users expect to get a response from customer support within:

| | |
|------------------|------------|
| 5 minutes | 9% |
| 15 minutes | 11% |
| 30 minutes | 12% |
| 60 minutes | 10% |
| The same day | 25% |
| A few days or so | 33% |

Source: The Social Habit





Bigbank Eesti

@bigbank.eesti · Kommertspank

Helista kohe

[Avaleht](#) [Arvustused](#) [Fotod](#) [Poed](#) [Veel ▾](#)

Meeldib


Sõnum




Teave

[See All](#)

 [Külasta veebilehte](http://www.bigbank.ee/)
<http://www.bigbank.ee/>

 Bigbank pakub eraklientidele kodulaenu, tarbimislaua, järelmaksu ja tähtajalisi hoiuseid ning mitmesuguseid laenu-, liisingu- ja hoiustamisvõimalusi äriklientidele.

 5353 inimest like this including 9 sinu sõpra



Loo postitus

 Foto/video

 Märgi asukoht

 Märgi sõpru



Bigbank Eesti posted a job.

3. September kell 17:24 · 

Nõustad õiguslaselt Eesti äriüksuse töötajaid ja juhte ning vastutad Eesti äriüksuse poolt sõlmitavate lepingute, sh krediidi- ja tagatislepingute juriidilise korrektsuse ja kohalduvatele kordadele vastavuse eest



Bigbank Eesti ▾



Kommertspank



Aa





Südameapteek

@sudameapteek · Meditsiiniteenused

Osta kohe

sudameapteek.ee

Avaleht

Teave

Üritused

Pakkumised

Veel ▾

Meeldib

Sõnum



Teave

See All

Tere tulemast Südameapteegi lehele! Anname siin iga nädal head nõu, räägime tervisest ja kuulame Sinu arvamust.

Meie südameks on meie apteekides töötavad kõrgelt haritud proviisorid ja farmatseudid, kes teevad oma tööd iga päev suurima pühendumusega. Oleme veen... [Vaata veel](#)

19 411 inimest like this including 24 sinu sõpra



19 669 people follow this

<http://www.sudameapteek.ee/>

605 1780

Eemal
Saada sõnum

info@sudameapteek.ee

Meditsiiniteenused · Apteek



Loo postitus



Foto/video



Märgi asukoht



Märgi sõpru



Südameapteek

4. September kell 09:37 · 🌐

Avène loos! 🥰

Soovid, et Sinu näonahk oleks särav ning vistrikevaba?

Avène Cleanance Comedomed on aknevastane kontsentraat, mis parandab püsivalt aknele kalduva naha väljanägemist. Kiiresti imenduv kontsentraat ahendab poore, reguleerib rasu tootmist ning matistab sinu naha kogu päevaks!

Toode sisaldab Avène termaalvett, tänu millele on toode rahustava ja ärritusvastase toimega.

Mängus osalemiseks:... [Vaata veel](#)

KARM VISTRIKEGA, ÕRN NAHAGA

Loosime välja neli
Avène kinkekompolti



Südameapteek ▾



Tavaliselt vastab mõne tunni jooksul
Meditsiiniteenused
Choose an option or type your own message.

When you reply, Südameapteek will see
your public info.

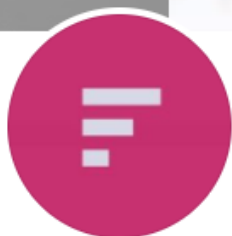
Is anyone available to chat?

Kus sa asud?

Can I book an appointment?

What services do you offer?

Võimestame talendiga juhid



Fontes

@FontesEesti · Nõustamisagentuur

Saada sõnum

Avaleht

Teave

Talendipank

Fotod

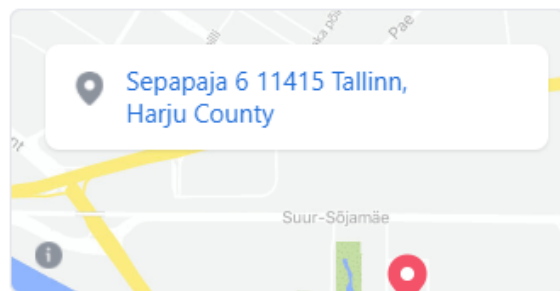
Veel

Meeldib



Teave

See All



Oleme Sinu koostööpartner talentide juhtimisel ja organisatsioonide



Loo postitus

Foto/video

Märgi asukoht

Märgi sõpru



Fontes

6 h ·

Soovid ennast avastada ning õppida ära mudel ka teiste inimeste analüüsiks?

👉 Sel juhul registreeru Fontese veebikoolitusele: "Pilkk iseendasse. 2 tundi iseendaga läbi WOPI isiksuse testi prisma".



Fontes

Nõustamisagentuur

Choose an option or type your own message.

When you reply, Fontes will see your public info.

Kus sa asud?

What are your hours?

Can you tell me more about your business?

What services do you offer?



Aa





Päästeamet ✓

@paasteamet · Riigiasutus

Saada sõnum

[Avaleht](#)

[Arvustused](#)

[Videod](#)

[Fotod](#)

[Veel](#) ▾

Meeldib



Teave

[See All](#)



i Kui vajad kiiret abi, siis helista numbril 112! Ära kasuta seda lehte lõhkematerjali



Päästeamet ✓

5 h · 🌐

Täna 101 aastat tagasi pandi alus organiseeritud tuletõrjele Eestis. Toona vabatahtlike ja kutseliste päästekomandode koostöös sündinud Eesti Üleriiklik Tuletõrje Liit oli tänase Päästeameti ja ühtse päästevõrgustiku eelkäija. Selle ajaga on muutunud nii meie riik, ühiskond kui päästeteenistus, ent muutumatuna püsib see, et ühises tegutsemises peitub jõud. 🙌 Head organiseeritud tuletõrje aastapäeva! Jumala auks, ligimese kaitseks! ❤️ #OT101 #päästeamet



Päästeamet ✓ ▾



Tavaliselt vastab kohe

Riigiasutus

Tere! Oled alustamas suhtlust Päästeameti vestlusrobotiga. Vajuta nuppu "Alusta" ja kasuta robotiga suhtlemiseks nuppe! 📍

When you tap Alusta, Päästeamet will see your public info.

Alusta



Kaubamaja

@kaubamaja · Jaemüügiettevõte

Saada sõnum

Avaleht

Teave

Üritused

Fotod

Veel ▾

Meeldib



Teave

See All



KAUBAMAJA TALLINN E-P 10-21, TOIDUMAJA 9, 21 KAUBAMAJA TARTU

Kaubamaja
6 h · 🌐

ILU AEG pakkumine: ostes Sothyse tooteid vähemalt 98€ eest, saad kingituseks Sothys Youth seerumi (30 ml, väärtusega 82€).

Vaata lisaks siit: <https://www.kaubamaja.ee/sothys-jagab-kingitusi-blog-3-1433217-20200904064312>

SOTHYS
PARIS

Kaubamaja ▾



Tavaliselt vastab päeva jooksul

Jaemüügiettevõte

Tere, Katri Rohesalu! Kuidas saame kasulikud olla?



Aa





PÖÖRDUME ISE KLIENDI POOLE- KLIENDI KAASAMINE

Eeldus:

■ Teame:

- mille jaoks ja keda
- kuidas (kanal, aeg, sagedus jne)

■ Meil on:

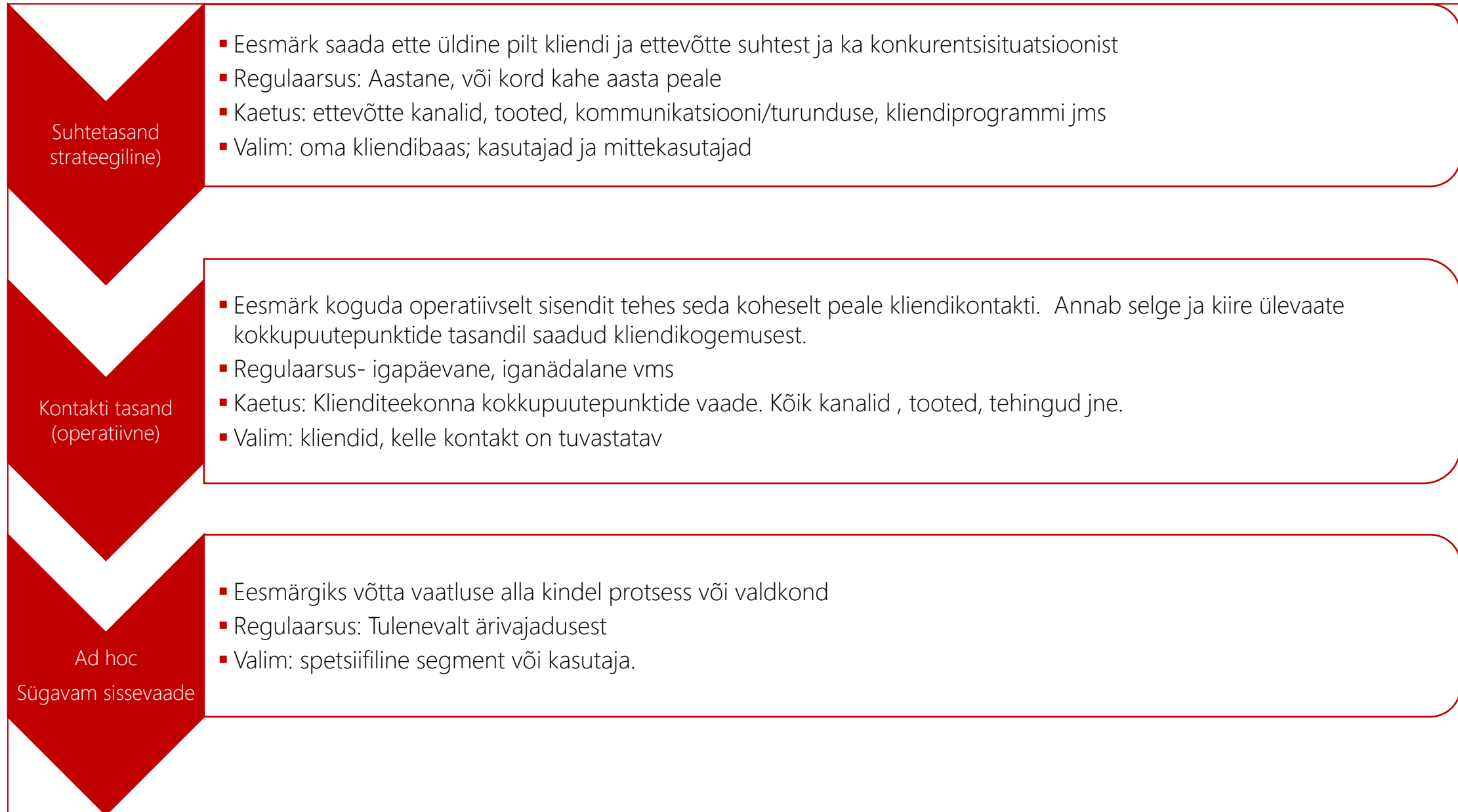
- läbimõeldud protsess, vastutajad ja seosed ettevõtte äri- ja juhtimisprotsessidega
- kvaliteetsed kliendiandmed

Olulised terminid

- Populatsioon
- Valim
- Representatiivsus
- Vastamismäär



Üldine vaade kliendi hääle mõõtmistasanditest





Valik tehnikaid ja meetode

Meetodid:

- Küsitlus – on üks levinumaid andmekogumise meetode.
 - Küsimustik on küsimuste esitamise ja vastuste registreerimise vorm
 - Võib sisaldada eri tüüpi küsimusi
 - Määratud skaala
 - Kanalina- paber, internet
- Intervjuu- vestluse vorm andmete kogumiseks.
 - Silmast silma, telefoni ja e-intervjuu
 - Struktoreeritud, poolstruktureeritud ja stuktureerimata
 - Fookusgrupi, rühma- ja paneelintervjuud



Intervjuude tüübid:



| Struktureeritud intervjuu | Poolstruktureeritud intervjuu | Struktureerimata intervjuu |
|---|--|--|
| Intervjuu korraldus on reglementeeritud. | Intervjuu korraldus on osaliselt reglementeeritud. | Intervjuu korraldus on reglementeerimata. |
| Küsimustikul on kindel struktuur, küsimused on ette valmistatud. | Küsimused valmistatakse ette vaid intervjuu alustamiseks. | Puudub ettevalmistatud küsimustik. |
| Küsimused esitatakse kindlas järjekorras. | Küsimuste järjekorda võib intervjuu käigus muuta. | Küsimustel puudub igasugune järjekord. |
| Küsimus esitatakse täpselt sellises sõnastuses, nagu on kirjas. | Küsimuste sõnastamine on paindlik. | Nõuded küsimuste sõnastamise kohta puuduvad |
| Intervjueerija ei vasta intervjuu ajal tekkinud küsimustele ega jaga selgitusi. | Intervjueerija võib vastata küsimustele ja anda selgitusi. | Intervjueerija võib vastata küsimustele ja anda selgitusi. |
| Küsimusi lisada pole lubatud. | Vajaduse korral võib lisada täpsustavaid küsimusi. | Vajaduse korral võib küsida selgitusi. |
| Küsimuste liik on määratud ja arv piiratud. | Küsimuste liik ja arv ei ole piiratud. | Küsimusi luuakse intervjuu ajal olenevalt situatsioonist. |
| Vastused registreerib intervjueerija vastavalt registreerimise või kodeerimise eeskirjale | Intervjuu salvestatakse või märgitakse vastused registreerimislehtedel | Intervjuu salvestusvahendid valitakse situatsiooni järgi (video, diktofon) |

Allikas: L.Õunapuu 2014

Fookusgrupi intervjuu



- Milleks ja kus kasutada?
 - Täiendavaks sissevaateks, arusaamiseks, sisendi saamiseks, probleemi tuuma tuvastamiseks.
- Intervjuus täidab intervjuueerija nii moderaatori, kuulaja kui ka vaatleja ülesandeid.
 - Ettevõtte esindajatel on võimalik vaadelda protsessi kõrvalt- osalemata
- **Fookuses on konkreetne teema**
- Kogutakse eri rühmade arvamus, seisukohti ja hoiakuid teatud probleemiga seoses.
- **Fookuses konkreetne sihtgrupp** – teatud tunnuste alusel homogeenne grupp. Reeglina inimesed ei tunne teineteist
- Fookusgrupi suurus 5-10 inimest (keerulise teema puhul peetakse tõhusamaks 5-7 liikmelist rühma)
- Aeg- Arutelu kestab (olenevalt rühma suurusest ja kanalist) 30 minutit-120 minutit.

Fookusgrupi eelised ja puudused



- Eelised:
 - Rikkalik ja süvitsi minevad andmed- ehe reaktsioon ja sõnastus
 - Kiire, paindlik ja odav andmekogumismeetod
- Puudused:
 - Võib olla raske kokku võtta ja liigitada kogutud informatsiooni
 - Valimi moodustamine- need, kes on nõus, ei pruugi esindada üldkogumit
 - Grupi vastused ei ole üksteisest sõltumatud (kui grupis domineeriv liige, võib saada grupi vastused kallutatud)
 - Kohtumise juhataja võib tahtmatult mõjutada vastajaid

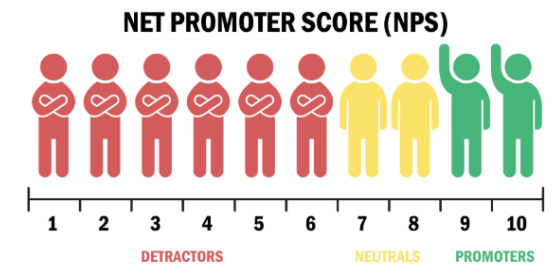
Customer Satisfaction Score

lühendatult CSAT



- Standardküsimus: “Kuidas hindaksid enda üldist rahulolu xxx?”
 - Võid küsida sarnast küsimust ka selleks, et saada infot toote, teeninduse, teekonna, töötajate jne kohta.
- Eelised:
 - CSAT lihtne rakendada. Saab ka oma jõududega hakkama
 - CSAT saab benchmark infot enda tulemuste võrdluseks
- Puudused:
 - CSAT on selgelt subjektiivne skoorim.
 - Neutraalselt ja rahulolematud kliendid ei pruugi täita küsimustikku, ehk tulemused ei pruugi peegeldada tegelikkust.
 - Kultuuriline taust võib mõjutada skooore- tuleb osata lugeda ja tõlgendada tulemusi

Net Promoter Score (NPS)



- Üks põhiküsimus: "Kui tõenäoliselt soovitaksite meie ettevõtet/toodet/teenust sõpradele või kolleegidele?"
- Kasutatakse hindamaks nii kontaktipõhist kui üldist rahulolu/emotsiooni
- Skaala 0- 10 ; selge valem skoori arvutamiseks
- Eelised:
 - Üks konkreetne number- lihtne aru saada
 - Saab ise rakendada- ei pea kaasama välispartnereid
 - Saab kombineerida teiste küsimustikega
 - Laialt levinud- saab infot teiste ettevõtete kohta ning sellest saab aru
- Puudused:
 - Reeglina katab metoodika ära vaid kontaktipõhise kliendi- ei haara kogu kliendibaasi
 - Ei anna tervikpilti
 - Kui ei osata lugeda tulemusi ja eesmärgistada, ei pruugi täita soovitud eesmärki
 - Benchmarke vaadates pead olema teadlik, et üks ühele võrrelda ei tohi/ei saa



Kes pakub Eestis NPS platvormi tuge?

- Recommy:
 - <https://app.recommy.com/Default2.aspx>
- Examinare (mitte ainult NPS):
 - <https://www.examinare.com/et/customer-satisfaction-surveys/nps-net-promoter-score/>
- EHITA ISE! 😊

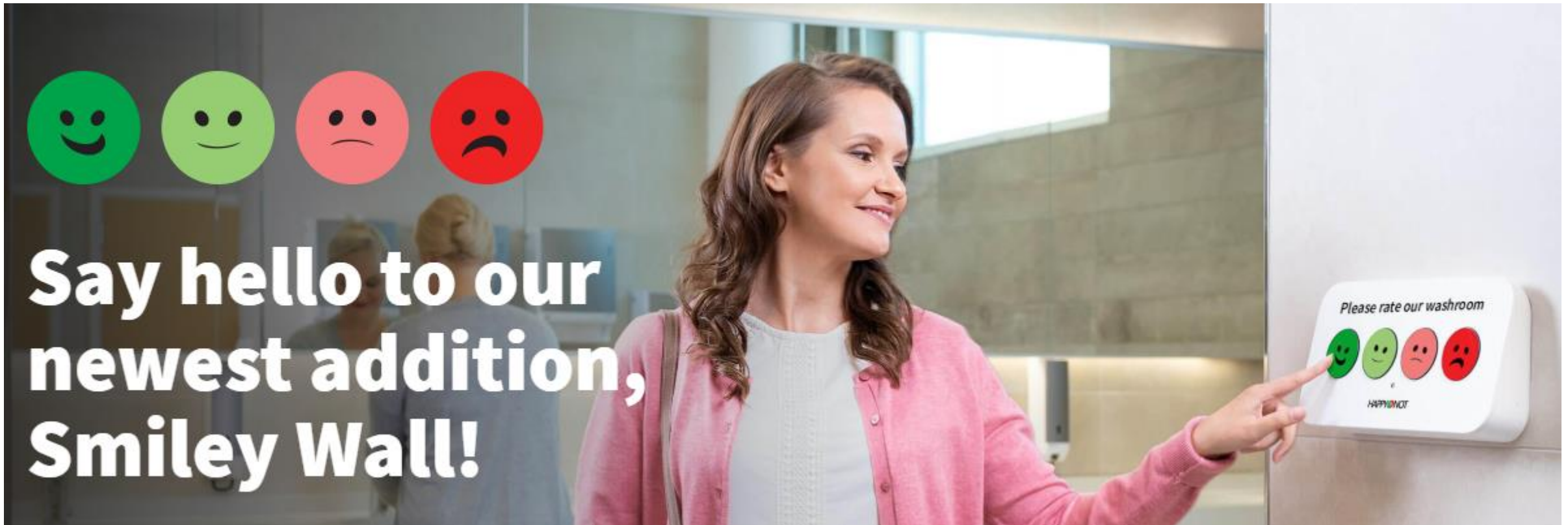
Customer Effort Score (CES)



- Küsimus, mida küsitakse: “Millisel määral sa nõustud järgneva väitega: “Ettevõtte tegi mulle minu probleemi/soovi lahendamise lihtsaks”
- Skaala- mõnes versioonis 1-5 kus 1 on kõige positiivsem ja 5 kõige negatiivsem tulem. Hilisemas versioonis 1 kõige negatiivsem ja 7 kõige positiivsem tulemus
- Eelised:
 - Aitab hästi tuua välja **protsessi vead**
 - **Uus vaade** mõõtmisele
- Puudused:
 - Nõustun/ei nõustu küsimused on väga subjektiivsed ning **inimesed kipuvad pigem nõustuma väidetega**
 - Pole nii laialt kasutatud

Valgusfoor...smailid- kas saad ikka sisulist peegeldust?

<https://www.happy-or-not.com>



Forrester CX Index annab ettevõttele ülevaate kahest erinevast aspektist:



1. klientide kogemuste kvaliteedi ja
 2. lojaalsuse vaatest.
- Forresteri kliendikogemuse kvaliteedi indeks koosneb:
 - Efektiivsuse hinnangust ("Meeting needs")
 - Lihtsuse hinnangust ("Easy")
 - Emotsiooni hinnangust ("Enjoyable")
 - Forresteri lojaalsuse indeks koosneb:
 - Tõenäosus, et jäädakse antud ettevõtte kliendiks ("Retention")
 - Tõenäosus, et tehakse antud ettevõttest veel oste ("Enrichment")
 - Tõenäosus, et soovitatakse antud ettevõtet (toodet, teenust) teistele ("Advocacy")

Forrester CX Index skoori arvutus



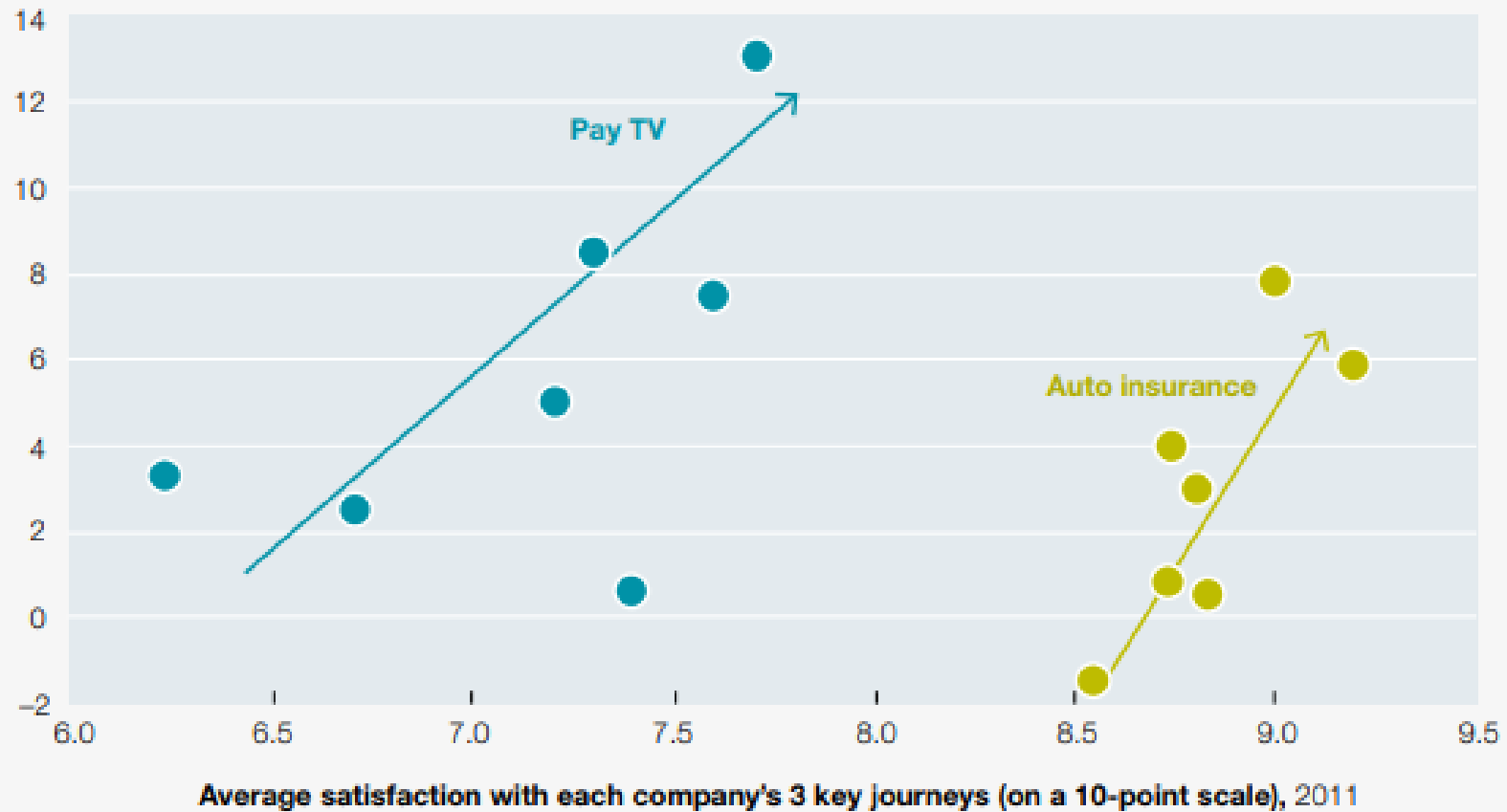
- hinnatakse 5 palli skaalal igat näitajat eraldi
- iga kriteeriumi kohaselt arvutatakse välja skoor lahutades 4 ja 5 vastanute % st 1 ja 2 vastanute %
- ja siis arvutatakse kõikide kriteeriumite tulemustest keskmine

Rahulolu ja raha? ROI?



Higher satisfaction leads to higher revenue growth.

Revenue growth, 2010-11, %



Source: McKinsey analysis

Kaebused

- Oluline sisend äri toimimisse
- Võimalik seada mõõdikuid. näit:
 - Kaebuste registreerimiste arv –kliendikontaktides esinenud probleemid/ebakõlad
 - Laekunud kaebuste vähendamine
 - Kaebuste lahendamise kiirus
- Mida panna tähele:
 - Tee kliendile **tagasiside andmine võimalikult lihtsaks**
 - Kaebuste **käsitlemise info ja protsess peab** kliendi jaoks olema **selge ja lihtne** (ei pea rääkima oma muret mitu korda)
 - Kui klient hoolib piisavalt, et kaevelda- on veel lootust
 - Sisemised protsessid ja vastutused peavad olema paigas
 - **Kaebuste registreerimise ja juhtimise süsteem** – seos CRM.i
 - Kontaktipõhise tagasiside madala skooriga info on ka vaja käsitleda kaebusena



“Your most
unhappy
customers are
your greatest
source of
learning.”

Bill Gates, Founder of Microsoft



Kvaliteedi/protsessi mõõdikud ja meetodid.



- **Mystery Shopping.** Standardite mõõtmiseks
 - Ei ole kliendi vaade
 - Kallis
 - Oht – tulemustasuga seotusel
 - Oht- kasutades vaid seda meetodit võib oluline jääda märkamata
- **Sisemised protsessid**, millest otse sõltub kliendirahulolu:
 - Defektidega toodete/vigade arv
 - Ooteaeg (erinevates kanalites)
 - Tellimuste täitmise tähtaegadest kinnipidamine
 - Kontakti pikkus (kõnekeskus)
 - Kaebustega seotud mõõdikud (käsitlemise aeg, arv jms)
 - Kanalite "ülevaloleku" määr
 - SLA (service level agreement)

Kvaliteedi/protsessi mõõdikud ja meetodid.



Sisemised protsessid ja rahulolu:

- Ettevõtte kliendikesksuse uuring/diagnostika
- Töötajad- tööprotsesside teadlikus ja tegevused
- Töötajad- sisekliendi rahulolu
- Töötajad- töötajate rahulolu

Et mõista, mis juhtus
Et üles ehitada tasakaalus
mõõtmine...

Tuleb kombineerida erinevaid
mõõdikuid ja süsteeme

| Descriptive Metrics | Perception Metrics | Outcome Metrics |
|---|--|---|
| <p>What happened?</p> | <p>What did the customer think about what happened?</p> | <p>What will the Customer do as a result of what happened?</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> Customer called to resolve problem with bill Was on hold for 5 minutes Spoke with phone agent 998 in Manila for 2.5 minutes Trouble ticket opened Trouble ticket closed | <ul style="list-style-type: none"> Opens bill and sees that it is wrong again! Searches for customer service number and finally finds it Waits on hold FOREVER Frustrated that phone agent needs so much information Incorrect charge reversed At least the agent was pleasant | <ul style="list-style-type: none"> Complains to friends about the faulty billing Wont purchase more from this company any time soon Start noticing offers from competitors |
| <h3 style="text-align: center;">Common Metrics</h3> | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Call and email volume Average call time Calls lost before answered Website visits Average pages per visit Average transaction value Average calls per customer per year | <ul style="list-style-type: none"> Customer satisfaction with the overall experience Customer satisfaction with specific aspect of the customer experience Call resolution rate User goal completion rate (Web, mobile, tablet) | <ul style="list-style-type: none"> Likelihood to recommend Likelihood to purchase Likelihood to switch to a competitor Actual purchases made Policy renewals Churn rates |
| <h3 style="text-align: center;">Captured through</h3> | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Analytic systems | <ul style="list-style-type: none"> Surveys and text mining | <ul style="list-style-type: none"> Surveys and/or analytics |
| <h3 style="text-align: center;">Common Data Sources</h3> | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Contact center logs and analytics Web and mobile analytics systems Point of sale system Billing system CRM system Business intelligence systems | <ul style="list-style-type: none"> Enterprise Feedback Management (EFM) systems Online feedback and survey tools Contact center call transcripts Customer letters and emails Social media posts and comments | <ul style="list-style-type: none"> EFM systems Online feedback and survey tools Contact center logs and analytics Web and mobile analytics systems Point of sale system Billing systems CRM systems Business intelligence systems |



Klientide ettevõttepoolne kõnetamine on ka KOGEMUSE
LOOMINE!

Seda tuleb hoolega planeerida ja disainida!



Rühmatöö



Eesmärk: Määrata võimalikud eesmärgid/mõõdikud

Kasutame juba tuttavat klienditeekonda.

Mõelge, arutage ja lisage info teekonnale.

1. Palun vali etteantud nimekirjast võimalikud mõõdikud igale teekonna etapile. Kui sealt ei leia- mõtle, mis võiks olla eesmärgiks/mõõdikuks.
2. Mis võiks olla antud juuksurisalongi kliendi vaate üldeesmärgiks?
3. Mis võiks olla iga üksiku juuksuri eesmärkideks?

-
- Aega kokku 30 min.
 - Grupis töötamiseks 20 min.
 - Jagame 10 min.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
| E-maili reklaami avamise/vaatamise määr | Juuksuri sisustuse ja seisukorra "auditi" tulemused | Juuksurist mööduva trafficu ehk inimeste arv | Kaebuste arv | Keskmine kliendi juuksuris viibimise aeg |
| Töötajate rahulolu | Kliendi eluea väärtus (nt RFM) | Kliendiürituste arv | Korduvkülastuste sagedus | Leitavus Google-s |
| Müügitulu | Mysteri shopping | Ootejärjekorra pikkus | Rahulolu /Customer satisfaction index | Sotsiaalmeedias Like'ide arv |
| Tasutud reklaamide arv | Teeninduskoolituste arv | Toodete lisamüük | Tühistanud või tulemata jätnud klientide arv | Vabade parkimiskohtade arv |
| Töötajate kompetentside hindamise tulemused | Kliendikesksuse diagnostika | Pingutus indeks /Customer effort score | Soovitusindeks/ Net Promoter Score | Veebilehe kasutajamugavuse indeks |

A close-up photograph of a wooden oar resting on the surface of dark, rippling water. The oar is light-colored wood, and the water is dark and textured. The text 'Tööriistad' is overlaid in a white, outlined font on the left side of the image.

Tööriistad

Kaebuste juhtimise süsteem

1. Operatiivne kontaktihaldus (*ticketing*)

- Tagada igale kliendi kaebusele/märkusele kiire vastus
- Luua süsteem, kuidas teenindaja leiab õige vastuse ettevõttest
- Pidev ülevaade kõigi kaebuste lahendamise staatusest (kui palju kui kiiresti lahendati)

2. Strateegiline parendamine

- Ülevaade, mis teemadel on kaebused
- Juurpõhjuste analüüs
- Parendustegevuste plaan ja selle elluviimine, et kaebusi ennetada

CRM lahendused

Klient



Kokkupuutepunktid

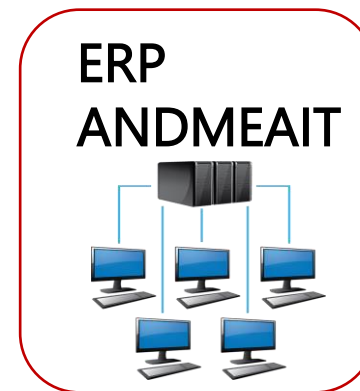
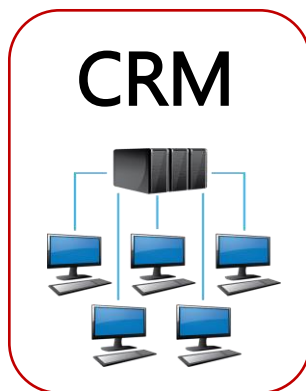
- Kõnekeskus/ E-mail
- Kauplus
- Teeninduskoht
- Müügiesindaja
- Veebileht/ iseteenindus

Eesliini funktsioonid

- Teeninduse juhtimine
- Müügi juhtimine
- Turunduse juhtimine

Tagatõa funktsioonid

- Kasumlikkuse analüüs
- Segmenteerimine
- Arveldamine
- Hinnastamine
- Tootmine



CRM vs. CEM

| | Mis? | Kuna? | Kuidas? | Kes ja Milleks kasutab? |
|---------------------------------|--|-----------------------------|---|--|
| Kliendisuhete juhtimine (CRM) | Salvestab ja jagab organisatsioonis infot kliendi tehingute või suhtluse kohta | Pärast tehingut/ suhtlust | Kassast info, müügimehed, veebi logid, iseteenindus | Eesliini töötajad (müük, teenindus) selleks, et kliendisuhetus oleks tõhusam ja personaalsem |
| Kliendikogemuse juhtimine (CEM) | Uurib välja ja jagab organisatsioonis infot kliendi mõtete ja tunnete kohta | Kliendi kokkupuutepunktides | Küsitlused, jälgimine, "kliendi hääle kuulamine" | Juhtkond ja kõigi funktsioonide juhid selleks et juhtida klientide ootusi ja kliendikogemust |

CRM-i funktsioone on mitmeid

Turundus

- Segmenteerimine
- Kampania juhtimine
- Veebiturundus
- Kliendiküsitlused
- Turunduse tulemuslikkus

Müük

- Müügitöö automatiseerimine
- Müügi konfigureerimine
- Pakkumiste automatiseerimine
- Tellimuste juhtimine
- Müügitulemuse juhtimine

Andmekaeve

- Dashboardid/ KPI-d
- Tulemuslikkuse analüüs
- Kliendi väärtuse analüüs
- Kliendi vajaduste analüüs
- Sündmustel põhinevad tegevused

CRM
funkt-
sioonid

Kontaktikeskus/teenindus

- Kõnede/e-kirjade haldus
- Teenindusjuhtumid/ *ticketid*
- Teeninduse analüütika
- Tööaja juhtimine
- Teadmistebaas ja KKK
- Kliendifoorumi juhtimine

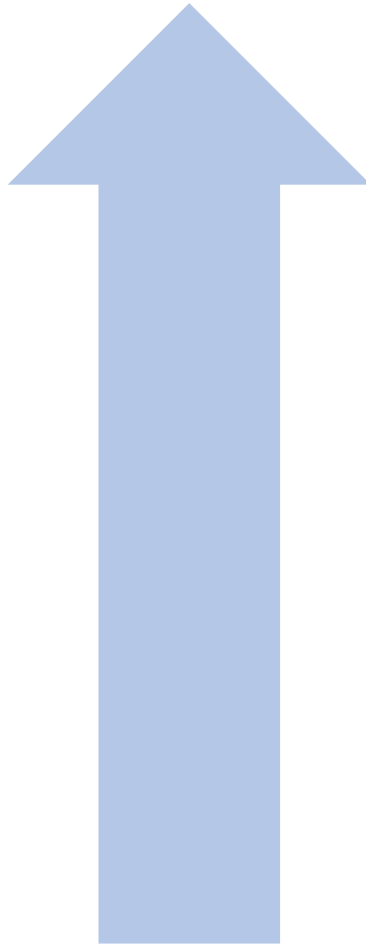
E-pood

- Kliendi tuvastamine
- Hinna/ tootekataloogi kohandamine
- Varude juhtimine

Mobiilne teenindus "põllul"

- Lepingud/garantiid
- Üleandmised/ vastuvõtmised
- Asukohakaardid
- Tööjõu planeerimine

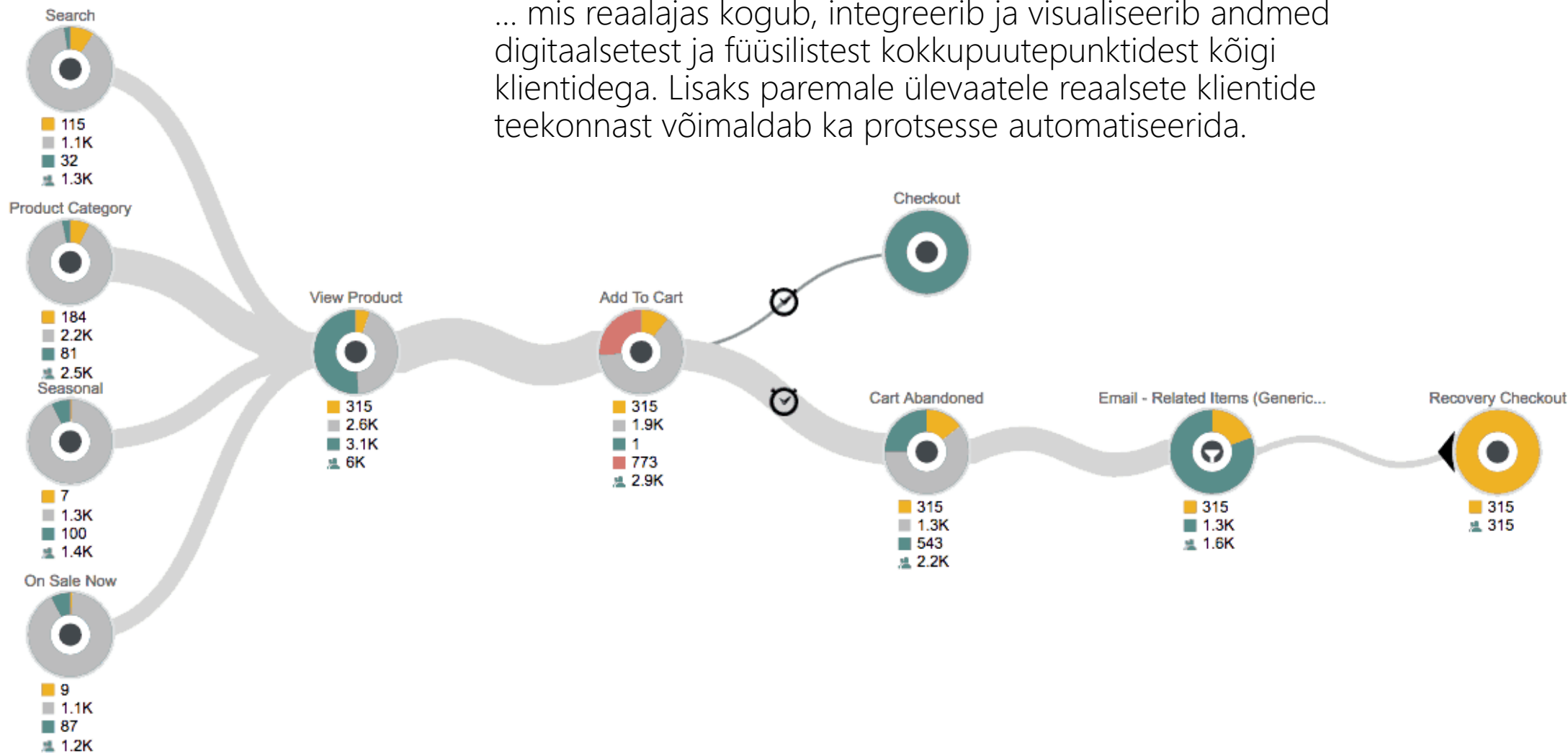
Mis on olnud eesmärk edukatel kliendibaasi/ CRM-i rakendamise projektidel?



- Klienti sooviti kohelda personaalselt – kliendikogemust tekitavate elementide kohandamine kliendi individuaalsete eelistuste järgi
- Efektivsem ja standardiseeritum sisemine tegevus – müügi, teeninduse või turunduse osas
- Analüütiline andmekaeve – nii strateegiliste kui taktikaliste otsuste toetuseks
- Taktikaline vastus konkurendile - imiteerimine

Tulevikus kuuleme lisaks CRM-ile **kliendi teekonna analüütika tarkvarast**

... mis reaalajas kogub, integreerib ja visualiseerib andmed digitaalsetest ja füüsilistest kokupuutepunktidest kõigi klientidega. Lisaks paremale ülevaatele reaalse klientide teekonnast võimaldab ka protsesse automatiseerida.



Kliendikäitumine/kliendibaasi analüüs:

- Lojaalsusprogrammid andmete saamiseks
- Statistilised mudelid andmete analüüsimiseks või käitumise prognoosimiseks (*next best offer*)
- Visualiseerimise tööriistad tulemuste selgitamiseks
- Parem arusaam klientide käitumisest: kes, kui palju, kuna, mis hinnaga, miks jne.
- Ülevaade kogu kliendibaasi "tervisest"/väärtusest
- Segmenteeritud pakkumiste tegemine/ kohandamine

Mirjam räägib meile enda
lähenemisest.

Ja siis:

Saab tänaseks koju!

Aitäh tänase eest!