



The company's values – people, responsibility, openness, growth, and tenacity reflect a strong focus on the quality of relationships with customers, employees, and partners.

Customer experience is recognized as an important strategic priority, which creates a need to further strengthen the capabilities of customer-facing teams (Key Account Managers, Sales Managers, and their managers) in their day-to-day communication with both customers and colleagues, thereby further strengthening the overall customer experience.

This creates a need to engage a partner to support a one-day training aimed at:

- Strengthening confidence and competence in handling challenging situations
- Developing a shared, professional, open, and constructive communication style across the team, including clarifying what constitutes essential (mandatory) information and what additional aspects should be considered proactively
- Exploring feedback practices – how to give and receive feedback effectively, ensuring a shared understanding
- Developing an initial set of customer communication principles, based on jointly identified customer and employee expectations

Näide 2

XXX

missiooniks on luua XXX tudengitele turvaline, mugav ja kogukonda toetav elukeskkond, mis soodustab akadeemilist edu, isiklikku arengu ja heaolu.

Missiooni täitmist toetavad XXX väärtused, milleks on innovaatus, usaldusvärsus, koostöö, kliendikesksus ja keskkonnateadlikkus.

Klientidele pakutakse teenuseid 24/7 ning kliendisuhtlus on osa XXX igapäevasest toimimisest. Klientidega otseselt kokku puutuvad töötajad omavad pikaajalist kliendisuhtluse kogemust. Samas on vajadus värskendada vaatenurka ning siduda tegevus ära veelgi teadlikumalt organisatsiooni väärtustega. Oluliseks peetakse ka kliendikeskse toimimisega seotud terminite täiendavat mõtestamist, neile sisulise ja tegevusliku tähenduse andmist ning oma rolli olulisuse mõistmist kliendikogemuse loomise tervikus.

Eelnevast lähtudes on soov viia 2026. aasta märtsis läbi koolituspäev 10 töötajale.

XXX ootus on, et koolituse tulemusel osalejad:

- ✓ teadvustavad kliendikeskse toimimise tervikkontseptsiooni;
- ✓ oskavad mõtestada terminit „kliendikogemus” ning selle olulisust organisatsiooni kui terviku vaates;
- ✓ mõistavad igapäevase suhtlemise ja teeninduse sujuvuse rolli kliendikogemuse kujunemisel;
- ✓ mõtestavad oma rolli kliendikogemuse loomise tervikus;
- ✓ mõistavad, mis teeb teeninduse kliendikeskseks ning millistest põhimõtetest lähtudes luua häid teeninduskogemusi.