

Õpiväljundid vanas ja uues sõnastuses

Vana sõnastus 2026	Uus sõnastus 2027
tunneb kliendikeskse toimimise ja kliendikogemuse juhtimise teoreetilisi aluseid;	1. Analüüsib strateegilise kliendikesksuse taset ja selle mõju kliendi- ja töötajakogemusele etteantud organisatsiooni kontekstis.
oskab toetada kliendikeskse kultuuri arengut organisatsioonis tervikuna;	<i>Seda me siit ainekst ei saa. Puudutame seda teemat, kuid ei saa öelda, et ta on võimeline seda teostama. Tõstame välja.</i>
kirjeldab organisatsiooni kliendikogemuse juhtimise süsteemi ja mõistab selle mõju oma organisatsioonile;	2. Analüüsib organisatsiooni kliendikogemuse kujundamise ja juhtimise süsteemi toimimist.
oskab valida sobivaid uurimismeetodeid kliendi arvamuse uurimiseks nii strateegilisel kui ka operatiivsel tasandil;	3. Võrdleb kliendikogemuse eesmäärke ja mõõdikuid, eristades strateegilisi ja operatiivseid tasemeid.
teostab süsteemset analüüsi tagasiside ja teabe kohta, mis on saadud eri kanalitest ning allikatest;	<i>Seda me siit ainekst ei saa. Puudutame seda teemat, kuid ei saa öelda, et ta on võimeline seda teostama. Tõstame välja.</i>
oskab seada kliendikogemuse parandamiseks prioriteete, hindab nende potentsiaalset mõju organisatsioonile ja klientidele ning planeerib ja viib läbi parendustegevusi.	4. Prioriseerib kliendikeskse organisatsiooni toimimise ja kliendikogemuse kujundamise arendusteemad mõju ja teostatavuse kriteeriumide alusel etteantud organisatsiooni kontekstis.
	5. Kavandab valitud arendusteema elluviimiseks tegevuskava, mis seob eesmärgid, mõõdikud, vastutajad ja ajakava.