

Treeneri tähtsus talli ja ratsakooli maine kujundamisel

Treener on väärtuste ja eluks vajalike oskuste õpetaja, kellel on ka suur vastutus ja oluline staatus ühiskonnas. Tugev konkurents loob vajaduse, et treener peab olema ka suurepärase klienditeenindaja.

Treeneri rollid

Treeneri töö on keeruline, sest ta peab täitma oma ametis väga mitut erinevat rolli. Roll on reeglitega määratletud käitumisviis, mida inimeselt oodatakse. Rolli täitmiseks tuleb:

- mõista kindlale rollile esitatud ootusi;
- osata paindlikult ja konfliktivabalt täita oma rollis olles teiste inimeste ootusi;
- muuta roll isikupäraseks oma suhtlemisoskusega.

Treeneri rollid on eelkõige:

- Pedagoogiline roll
- Sotsiaalne roll (käitumise, hoiakute ja kohustuste kogum, mida oodatakse mingi staatusega inimeselt selles rollis)
- Erialane roll (teoreetik ning praktik, motiveerija jne)

Lisaks:

- Klienditeenindaja, teenusepakkuja (õpilasele ja/või õpilase vanematele)
- Eeskuju ja autoriteet (õpilastele, kolleegidele)
- Mainekujundaja (ameti, tööandja, spordiala)
- Arvamusliider (oma valdkonna spetsialist)

Läbi nende rollide ja oma isiksuse kujundab treener ka talli/ratsakooli mainet. Ta on oma töökoha „esindusnägu“, sest puutub kõige rohkem kokku klientidega. Treenerist oleneb ka sageli kas talli soovitatakse või kritiseeritakse (Statistika ütleb, et positiivset kogemust jagatakse 1-e ja negatiivset kogemust 10-ne isikuga). Läbi oma töö ja isiksuse saab treener oma töökoha mainet hoida ja tõsta. Treener on kas töövõtja või iseendale tööandja. Mõlemas rollis on oluline pakutava teenuse kvaliteet, sest **kvaliteetsest teenusest sõltub rahulolevate klientide hulk ning ka selle eest saadav tasu!** Seega on soovituslik juba algselt seada endale eesmärgiks kõrgemad standardid nii õpilaste sportlike saavutuste kui teenuse kvaliteedi osas.

1. Treener kui klienditeenindaja/teenusepakkuja

Klientidega puututakse kokku kõikidel töökohtadel, nii ka treeneriametis.

- **Klienditeenindajad ollakse igal ametialal.**
- **Klient on ettevõtte võrdne partner.**
- **Kõik kliendid on inimesed ning otsustamisel on lisaks ratsionaalsetele argumentidele oluline tähtsus ka emotsioonidel.**
- **Klient on inimene, kes on valmis maksma talle vajaliku teenuse või toote eest.**
- **Pikaajalise ja tugeva kliendisuhte eelduseks on spontaanne ja aus teenindusvalmidus ning sõbralik, viisakas ja siiras töötaja.**
- **Iga töötaja on ettevõtte peegel.**

- Ettevõtte suurim väärtus on töötaja, kes esindab teda kliendiga suheldes.
- Suurepäraseks klienditeeninduseks on vaja omada sisemist motivatsiooni.
- Konfidentsiaalsus peab klientidega seotud töökohal olema enesestmõistetav!

Testi end, kas sobid teenindajaks

(Allikas „Klienditeeninduse alused lihtsas keeles“ Koostaja: Sirje Schumann, Tallinn 2012)

Hinda sinule omast käitumist 0 -10ni.

1. Ma kontrollin oma meeleolu peaaegu alati. _____
2. Mul ei ole raske olla koos minust erinevate inimestega. _____
3. Mulle meeldivad peaaegu kõik inimesed ja ma naudin nendega koosolemist. _____
4. Mulle meeldib teha otsuseid ja nende eest vastutada. _____
5. Ma vabandan isegi siis, kui ma ei ole süüdi. _____
6. Ma olen uhke oma oskuse üle inimestega vestelda. _____
7. Mulle jäävad nimed ja näod hästi meelde. Ma püüan neid oskusi edasi arendada. _____
8. Naeratamine on mulle omane. _____
9. Mulle meeldib vaadata, kui teised on rõõmsad ja õnnelikud. _____
10. Ma olen alati puhas ja hoolitsetud välimusega. _____

Liida saadud punktid. Minu punktide summa on

Hea tulemus jääb 70 – 100 vahele. Mida suurema arvu saad, seda parem on sinu võimalus saada heaks klienditeenindajaks. Alla 50 tulemus on vähene. Võid esitada endale küsimuse: kas ma tahan ikka olla klienditeenindaja rollis?

Teenindamine kätkeb endas kliendi abistamist ja tema vajaduste rahuldamist nii, et klient on rahul ja rõõmus ning soovib ettevõttega koostööd teha aastast aastasse. Kõige tähtsam on rahulolev klient – teenindaja/teenusepakkuja on kliendi jaoks ja sõltub kliendist, mitte vastupidi.

- **Ligi 70 % klientidest lõpetab ostmise firmadest, kus nendesse suhtutakse ükskõiksel!**
- **Kuldne reegel: kohtle teisi nii nagu soovid, et Sind koheldaks!**
- **Ratsutamise treeneri keeruline ülesanne: tema töös peab olema kõrgemaiks eesmärgiks tagada õpilaste ja hobuste turvalisus nii, et õpilane ka kliendina rahule jääks!**

Esimese muljega kujundad kliendi arvamuse nii endast kui ettevõttest kus töötad. Uuringud näitavad, et esimesest muljest sõltub 70%. Pea alati meeles, et esmamulje on esmatähtis. Sinu käsutuses on lihtsad vahendid – kliendi kohene märkamine, tervitamine, tema poole pöördumine, sinu näoilme ja sõbralikkus.

Suurepärase klienditeeninduse alus

Suurepärase klienditeeninduse aluseks on teenindaja teadmised, oskused, hoiakud ja maailmavaade.

- **MÄRKA:** Ole esimene, kes märkab klienti. Positiivne ja avatud tervitus loob kindla kontakti kliendiga. Klient tunneb, et ta on alati oodatud, ka siis, kui vajab probleemi lahendamist. Ole viisakas.
- **KUULA:** Kuulmisel ja kuulamisel on vahe. Lase kliendil rääkida. Tihti klient ise ei oska selgitada oma soovi või probleemi tegelikku põhjust. Teda aktiivselt kuulates saad vajaliku info.
- **SUHTLE:** Oluline on kliendi tegelike vajaduste väljaselgitamine. Selles aitab kliendi jutu küsimusega tagasispeegeldamine (Kas ma saan õigesti aru, et ...). Sõnasta probleem lahti.

Kommenteeri oma tegevusi kliendi juuresolekul, see väldib tekkida võivat segadust. Kasuta selget ja lihtsat eneseväljendust. Paku terviklahendust (lisamüük: tihti klient ei tea kõiki vajalikke lisasid). Vajadusel kasuta veenmisoskust.

- HOOLI: Hoia positiivset tooni (otsused tekivad enamasti saadud emotsioonist). Ole kannatlik, tähelepanelik. Rahustav hoiak annab kliendile kindluse, et oled tema tugi ja kalju.
- OLE EMPAATILINE
- HEA AJAPLANEERIMINE: kui sa ei oska probleemi lahendada ja tunned, et see on liiga ajakulukas ka kliendile, suuna ta oskajama isiku poole.
- **Klientidega suhtlemine ja nende vajaduste mõistmine on iga töötaja töö lahutamatu osa. Töötaja suhtumisest, mõistmissoovist, professionaalsusest, usaldusväärsest ja abivalmidusest sõltub tihti väga palju.**
- **Tõhusas vestluses on 30% rääkimist ja 70% kuulamist.**

„Kliendiga inimliku ja emotsionaalse suhtluse loomisel ei saa panna täit vastutust ainult klienditeenindajale. Positiivne suhtluskultuur peab valitsema terves ettevõttes, sealhulgas ülemuse-alluva suhtluses. Kui sina ei suuda oma alluvatega viisakalt ja inimlikult suhelda, ära eelda, et su töötajad klientidega hästi suhtleksid.“

Alar Ojastu, Password 2019

Kohtumisel:

- Tervita alati esimesena, ole sõbralik.
- Kui räägid telefoniga, siis näita sisenevale kliendile naeratusega või lehvitates, et märkasid teda.
- Näita välja huvi kliendi vastu, et tekitada meeldiv esmakontakt.
- Kontaktivõimaluse lood pilguga, positiivse kontakti saavutamiseks keskenda kogu tähelepanu kliendile.
- Kui klient seisab, seisad ka sina.
- Ole aktiivne kuulaja, arenda vestlust. Oluline on see, mida räägid, ja olulisem veel, kuidas räägid. Vaata otsa inimesele, keda kuulad.
- Vähenda häirimisvõimalust (N: mobiiltelefon, arvuti).
- Hoolitse oma välimuse eest. Riietus peab olema korrektne ja puhas ning valitud vastavalt situatsioonile.
- Jälgi, et kasutad positiivset kehakeelt. Kontrolli töökoha korrasolekut ja ka oma meeleolu.
- Ära suhtu klienti kunagi hindavalt, käitu professionaalselt.
- Loo alati iga kliendiga kontakt, ära ole kunagi mugav ja hoolimatu.
- Ära kardada klienti.

Telefonitsi suheldes:

- Telefoniga suheldes ole rõõmsameelne, sõbralik, viisakas ja korrektne.
- Kõnele vastates tutvusta end, lauatelefonile vastates lisa ettevõtte nimi (“Veskimetsa Ratsakeskus, tere, Malle kuuleb!”).
- Kasuta positiivselt mõjuvaid sõnu ja väljendeid (N: hästi, tore, väga meeldiv, kindlasti, hea meelega, suurepärane).
- Väldi tingivat kõneviisi (sooviksin, tahaksin, oleks, saaksin, kontrolliksin).
- Hoidu „negatiivselt” mõjuvatest sõnadest (probleem, tülitama, leping, pakkumine, soodne).
- Väldi pikki ja lohisevaid lauseid.
- Vajadusel tee märkmeid või kirjuta tekst valmis, millest tahad rääkida/mida küsida.

- Kliendiga suhtlemisel kasuta alati „Teie“ vormi. „Sina“ vormi kasuta alles siis, kui klient on teinud omapoolse ettepaneku sinatamiseks.
- Veendu alati, et klient on saanud kogu soovitud info ja lõpeta kõne viisakalt, klienti tagant kiirustamata.
- Kui helistaja poolt küsitavat isikut ei ole kohal, paku alati võimalust jätta talle teade või saata vastav info e-postile.
- Peale kõne lõppu saada vajadusel telefoni teel tehtud kokkulepped ja muu oluline info kliendile e-postile kinnitamiseks.

Kirja teel suheldes:

Kirjalikus suhtlemises kasutatud väljendid avaldavad alati sügavamalt muljet kui suuliselt öeldu ja neid ei saa hiljem tagasi võtta. Seetõttu peab tekst olema korrektne ja see tuleb alati põhjalikult üle vaadata! Kõik allpool väljatoodud reeglid kehtivad ka kaastöötajaga suheldes.

- Kirjadele ja e-postile tuleb vastata 24 tunni jooksul ja kui kohe ei saa esitatud küsimusele vastata, siis informeerri adressaati, et kiri on käes ja anna info, mis ajaks saad anda pikema vastuse.
 - Paku alati kliendile välja tähtaeg ning tee kõik endast olenev, et lubatud tähtajaks ka vastus saata. Kui mingil sinust mitte oleneval põhjusel vastus viibib, siis teavita sellest klienti (eelistatult telefonitsi), vabanda ja püüa leida uus mõlemale poolele sobiv tähtaeg.
 - Ära unusta, et suhtled teise inimese, mitte arvutiga – oled selline, milliseks end kirjutad.
 - Kirjale pane alati subjekti reale lühike ja sisule vastav pealkiri. Väldi mittemidagiütlevaid pealkirju nagu „tere“, „teade“, „info“, „kohtumine“, „pakkumine“ jms, mis ei anna kirja kohta piisavalt infot.
 - Kirjuta lühidalt ja selgelt kasutades täislauseid ja elementaarseid viisakusväljendeid.
 - Arvesta kliendiga ja austa teda, vajadusel ära ole tagasiside ja tänuga kitsi.
 - Kliendiga suheldes ole ettevaatlik huumori ja sarkasmiga, väldi solvanguid.
 - Igale esmakordsele kirjale lisa oma täiskontaktid.
 - Ametlikus kirjavahetuses väldi emotikonide kasutamist ☺☹
 - Koopiate lisamisel pea meeles:
 - o „Kellele“ („To“) reale pane adressaadid, kellelt ootad vastust, oma kirjale reageerimist.
 - o „Koopia“ („Cc“) reale pane need adressaadid, kelle puhul soovid, et nad on antud teemaga kursis, kuid nendelt ei oodata vastamist või muud tegutsemist.
 - o „Pimekoopia“ („Bcc“) kasutatakse majast välja saadetavad masspostituste korral.
- **Enne kirja saatmis kontrolli õigekirja!**
(Abivahend selleks: http://www.filosoft.ee/html_speller_et/)

Abistavad keelemudelid suhtlemisel:

- kasuta tähtsust sisendavad sõnu (kas teile sobib? millal teile sobib? kas lubate? kas tohin?);
- hoolitsust väljendavad sõnad (ma vaatan veelkord üle, et oleks kindel; võime ka; kuidas teile? On teil mugav kui?);
- kindlustunnet loovad (ma olen kindel; ma kinnitan, kindlasti; te ei pea kohe otsustama);
- konstruktiivsed lahendused (ma uurin kohe järele, ma täpsustan; kohe hakkame tegelema; kas ma saaksin);
- sümpaatiat väljendavad (olete alati oodatud; helistage alati; ilusat päeva; edu; muidugi ma mäletan teid);
- tunnustust väljendavad (te olete hästi kursis; väga huvitav ettepanek; aitäh et märkasite);
- viisakust väljendavad (palun, tänan, oleks väga hea);
- konkreetset lisavad (me saame teie maksetähtaega pikendada ühe nädala - 5.juunini).

Alati väldi:

- süüdistavaid väljendeid (aga te ju ise ütlesite, te saite valesti aru, miks te kohe ei öelnud, kas te ei näe siis);
- ükskõiksust väljendavaid (te peate pöörduma, pange uks kinni, tulge homme);
- ähvardusi (kui raha pole laekunud, siis..., kui te ümber mõtlete, siis..., kui te homseks....);
- kliendi õpetamist (järgmine kord täitke õigesti, ärge seiske sinna, tehke teistmoodi);
- kliendi halvustamist (kas te siis ei tea, te tegite valesti, sellist asja pole küll keegi varem küsinud, ma juba ütlesin teile);
- pessimismi sisendavaid (ma võin teid ühendada, aga vaevalt nemadki..., ei tea, mina küll pole kuulnud, see pole meie süü);

Konfliktide lahendamine

Heade ja rõõmsate klientidega saame me kõik hakkama, harjuda on vaja raske kliendiga. Näiteks võib raske klient olla pahas tujus, irooniline, üleemeelik, ülbe, üleolev, saamatu, ükskõikne jne.

Konflikti all mõistame erinevust kokkuleppes, kaebust teenusele, valesti mõistmist või reageeringut ebakompetentsusele. Üldjuhul kliendid ei kaeba põhjusega, kuid võivad seda teha, kui nendega ei ole piisavalt tegeletud või ei ole seda tehtud piisavalt hästi. Nende probleemi põhjus võib olla mujal, mitte sinus või sinu organisatsioon.

Konfliktsituatsioonis on eesmärgiks jõuda kliendiga alati kokkuleppele. Pretensiooni lahendamisel on tähtis leida probleemile lahendus, mitte uurida, miks või kuidas see juhtus ja kes on süüdi. („Paadi näide“ allpool.)

Kõige tähtsam on see, et tuleb jääda rahulikuks. Konflikte ei tohi karta, vaid neid tuleb võtta tööloomuliku osana ja nautida oma oskuslikkust nende lahendamisel. **See on enesearengu võimalus!**

- **Tegele probleemiga alati kohe, edasilükkamine ei ole väljapääs ega lahendus.**
- **Ära jaga katteta lubadusi!**

Konflikti lahendamine vajab empaatiavõimet.

Piltlik näide „PAAT“

Kujuta ette, et järvel paadis on kaks isikut, kelle eesmärgiks on jõuda koos kaldale. Klient, kes on maruvihane ja loksutab paati ning klienditeenindaja, kes peab valima, kuidas edasi:

- 1. kas võtta üle kliendi emotsioonid, ärritada, vihastada jne, mille tulemusel paat loksus kahe inimese jagu kuni ümberkukkumiseni mõlema jaoks.*
- 2. kas jääda rahulikuks, soliidseks, püüda mõista kliendi olukorda. Selle tulemusena paat loksus vähem, on stabiilsem ja tihti klient jõuab arusaamiseni, et ühiselt olukorra läbimõtlemine viib lahenduseni ehk sõuade koos kaldale.*

Siin aitab teenindajat emotsionaalne intelligentsus. Klienditeenindajalt nõuab see situatsioon

- oma ja teiste tunnete äratundmist;
- tunnete põhjuste mõistmist;
- teiste inimeste tunnetega arvestamist;
- oma tunnetega toimetulemist;
- asjakohast ja mõistlikult käitumist;
- vajadusel ka enesekehtestamist.

(allikas: Aeternum Koolitus ja Konsultatsioonid)

Raske kliendiga suhtlemise meelespea!

- Väldi reageerimist viha peale vihastamisega, vaid säilita rahu ja positiivne hoiak.
- Väldi vaidlemist kliendiga (vaidluses ei saa võita - võites vaidluse kaotame kliendi).
- Tunnista ettevõtte esindajana viga (isegi kui sina ei ole süüdi).
- Näita välja, et probleemi lahendamine on sinu esmane ülesanne.
- Kuula klienti hoolega, ilma katkestamata.
- Esita küsimusi.
- Näita, et püüad probleemist aru saada.
- Ole viisakas ja abivalmis.
- Kui oled vea põhjuse kindlaks teinud, siis selgita seda rahulikult kliendile, toetudes faktidele.
- Võimalusel uuri kliendilt, kuidas tema näeb selle probleemi lahendamist.
- Selgita kliendile, mida lahendusena ette võtad.
- Täna kaebuse esitajat ettepanekute eest, kuna tema kaebust saab kasutada meie töö parandamiseks, anna need edasi oma juhile või võta endale teadmiseks.
- Küsi abi, kui teema väljub sinu pädevuse või vastutuse piiridest.

NB! Pahase kliendi puhul ei tohi:

- Seada kahtluse alla kliendi ausust.
- Kalduda käsiolevast probleemist kõrvale.
- Klienti kritiseerida.
- Lasta tunnetel takistada mõistusega tehtud otsuse elluviimist.

Kokkuvõte: **suurepärase klienditeeninduse eesmärk on win-win situation ehk olukorrast võidavad mõlemad!**

2. Treeneri roll eeskujuna/autoriteedina

Treener peab teadvustama oma eeskuju rolli mitte ainult töökohal ja võistlustel vaid ka eraelus. Treener on eeskuju ka hobuste kohtlemisel, kohtunikesse ja kolleegidesse suhtumisel, reeglitest kinnipidamisel.

„Ma ei tahaks mingil juhul välja tuua autoriteedi saavutamise retsepti: sama hästi võiks keegi mulle anda õunakoogi retsepti, aga kui ma kööki lähen ja selle järgi tegutsema asun, pole üldse kindel, et sellest väga hea kook tuleb.

Autoriteedi saavutamine on minu jaoks üsna kirjeldamatu ja tihti seotud isikuomadustega, mida tuleb kasutada õigel ajal õiges kohas – siin ei aita ükski õpetus. Minu pagas, mille olen saanud ise mängides, annab mulle võimaluse tunda ala seestpoolt. Ma tean, mis toimub meeskonnas, kuidas nad mõtlevad ja mis vajab suunamist ning toetamist. Ma suudan kõrvalekalded ja närvimineked lahti mõtestada ja saan aru, millest nad tulevad.

Ma arvan, et olen treenerina üsna autoritaarne. Annan küll võimaluse valida, aga kui valikuid ei suudeta teha ja üksmeelt ei saavutata, siis ütlen, kuidas tuleb teha, ja asi klaar. Endale pähe istuda ma ei lase, aga samas ei ürita ma ka kellelegi teisele pähe istuda. Koos töötades annab tulemuse see, kui ollakse paindlik ja valmis järele andma. Minu meelest on treeneri töö loominguiline – siin on vaja vaistu, konkreetseid fakte ja teadmisi.“

Tarmo Rüütli, ajakirjale Director, jaanuaris 2012

Eesti Ratsaspordi Liidu ratsutamistreeneri eetika ja käitumiskoodeks ütleb muuhulgas järgmist:

1. Treener peab suhtuma vastutustundega kõigi ratsutajate ja hobuste turvalisusesse. Võimalusel tuleb jälgida ka kõigi abiliste ja kõrvalvaatajate turvalisust. (Sealhulgas ei tohi treener unustada ka enda turvalisust!)
2. Treener peab valmistama sportlast ette suhtuma edusse ja ebaedusse väärikalt ja kohtlema kaasvõistlejaid ja opponente austusega.
3. Treeneril on kohustus sportlaste puhul esile tõsta positiivseid väärtusi ja head käitumist ning mõista hukka ebaväärikat käitumist treeningutel ja võistlustel.
4. Treenerid peavad näitama tugevat isiklikku eeskujut, väljendades ja propageerides sellega ratsaspordi ideaale kõikide ERL-i liikmete, võistlejate, lapsevanemate, hobuseomanike ja ka laiemal avalikkusel ees.

Eeskujulik treener:

1. Suhtub austusega hobustesse ja õpilastesse.
2. Ei kasuta vägivalda oma õpilaste suhtes (nii verbaalselt kui mitteverbaalselt).
3. Kasutab vastutustundlikult sporditarbeid, ruume ja keskkonda.
4. On eeskujuks oma suhtumisega hobusesse, ausasse mängu (*Fair Play*), võrdsusesse, teineteise, reeglite austamisse.
5. Oskab toime tulla võidu ja kaotuse emotsioonidega.
6. Oskab täiskasvanulikult toime tulla konfliktisituatsioonidega.
7. Kohtleb oma õpilasi võrdselt.
8. Peab kinni oma eeskujut rollist ka väljaspool treeninguga.
9. Oskab toime tulla oma vigadega.
10. Väldib alkoholi ja narkootilisi aineid.
11. Kannab treeningul ja võistlustel korrektset riietust, vajadusel ka vajalikku turvavarustust.
12. Õpib ja arendab end regulaarselt, sest ratsutamise õppimine on eluaegne õpe.

3. Treeneri maine/treener kui ettevõtte mainekujundaja

Treeneri maine on treeneri enda teha. Tänapäeval on üsna oluline koht maine kujundamisel sotsiaalmeedial, seda nii positiivses kui negatiivses mõttes.

Töö-ja eraelu segunemine aina suureneb ja piirid hägustuvad, seda eriti sotsiaalmeedias, sest kommunikatsioonivahendid soodustavad pidevat *online* olemist.

- **Kõik, mida inimene internetti, sh sotsiaalmeediasse, postitab, on avalik info ning seda ei saa enam privaatsena käsitleda ja inimene kaotab kontrolli info üle.**
- **Sotsiaalmeedias tegutsemine on võrdne avaliku esinemisega!**
- **Pea meeles, et ka privaatsõnumid on kopeeritavad ja levitatavad!**

Tööandjad kalduvad pigem arvamusel, et olenemata kellaajast, on töötaja alati ka ettevõtet esindav figuur, isegi, kui ta esineb sotsiaalmeedias või meedias eraisikuna. Kuigi treener on sotsiaalmeedias eraisik, saab temast teatud piire ületades ettevõtte esindaja ehk töötaja ja tema sõnavõtte võidakse paratamatult seostada selle kohaga, kus ta töötab. Kindlasti pole tal ka eraisikuna lubatud teha klientide kohta negatiivseid postitusi. Austama peaks ka teiste eraisikute privaatsust ja mitte postitama üles pilte teistest inimestest, eriti lastest, ilma luba küsimata.

- **Postitust tehes mõtle, kes seda infot näevad!**
- **Korrektne pildivalik postituse juures on oluline!**

a) Treener kui teenusepakkuja sotsiaalmeedias (isikliku, talli, ratsakooli lehel)

Sotsiaalmeedia kanalid on head reklaamikanalid, kui nendega teha regulaarselt tööd. Enne konto loomist tuleb hoolega läbi mõelda, millist kanalit ja milleks kasutada ning kas on mõtet teha neid rohkem kui üks. Sotsiaalmeedias on kerge endale „vett peale tõmmata“, seepärast tee endale selgeks sotsiaalmeedias postitamise ja suhtlemise põhitõed.

Tutvu kindlasti ka andmekaitse nõuetega!

Sotsiaalmeedia eesmärgid võivad olla:

- klientide harimine;
- klienditeenindus, -tugi;
- imidž, „muljejuhtimine“;
- müük, uute klientide leidmine;
- klientide lojaalsuse suurendamine.

Millised kanalid ja milleks:

- Facebook - imidži loomine, info edastamine, uute klientide leidmine, kliendisuhte hoidmine;
Facebooki privaatkonto: ole sõprade lisamisel kriitiline (kes, kas ja milleks, mis avalik info ja mis mitte, jne);
Facebooki ettevõtte konto: hoia fookust, planeeri postitusi;
Facebooki grupid (avalikud ja salajased): kiire info edastamine kindlale sihtgrupile;
Facebooki live: kiire info edastamise viis (võistlustelt, huvitavatelt sündmustelt), meelelahutus;
- Instagram – visiitkaart, imidži loomine, meelelahutus, klientide harimine, aina enam ka suhtlus;
Pildikvaliteet on oluline. Hästi töötavad lühivideod (ka õpetlikud) ja stoorid;
- Youtube – klientide harimine;
Õpetlikud lühivideod, vlogid.

Ettevõtte lehele postitamise meelespea:

- Sotsiaalmeedia sisu loomine või selle leidmine peab olema kellegi iganädalaseks tööülesandeks. Kui keegi ei vastuta, siis midagi ka ei toimu!
- Planeeri positsiooni ette.
- Vali konkreetne sihtrühm, kelleni tahad jõuda. On suur vahe, kas lood sisu 15-aastasele või 55-aastasele.
- Sotsiaalmeedias jutustad alati lugu – oma ettevõttest, isikutest, mõtteviisist, suhtumisest. Tee nii, et see lugu oleks siiras, sujuv ja põnev! Üllata!
- Kasuta postitustes illustreerivat materjali: linke, pilte, videot. Ära unusta lisada autorit!
- Sõnasta põhimõtted, mida, kuidas ja kellele ütled.
- Kindlusta, et kogu ettevõtte teab neid põhimõtteid.
- Arvesta, et kontroll sõnumi üle kaob selle väljaütlemisel.
- Ära luba endale sotsiaalmeedias käitumist, mida päriselus väldiksid.
- Ära postita lihtsalt postitamise pärast ja ära jaga lihtsalt jagamise pärast.
- Väldi passiivsust, valetamist, tsensuuri. Kriitikaga tuleb osata toime tulla!
- Ole selge, arusaadav. Väldi „ärapanemist“, sest lisaks muule ka meedia jälgib.
- Kui kahtled, kas sihtrühm sõnumit õigesti mõistab, sõnasta ümber või jäta jagamata.
- Vasta (mida kiiremini, seda parem) ja hoia vestlust üleval.
- Ära kritiseeri, vaid aita leida lahendus.
- Nali on tore, kui see kedagi ei riiva ja pole labane.

Tüüpilised vead Facebooki lehtedel ja postitustes:

- Puuduvad korrektsed kaanepildid, profiilpildid on vales mõõdus või ebasobivad;
- Kirjavead;
- CAPS LOOKi kasutamine (mõjub karjumisena);
- Postituste sisu ei vasta lehe teemale;
- Ebaregulaarsed ja harvad postitused;
- Leht pole korralikult vormistatud (puudub asukohta ja/või kontaktinfo, üldine info ettevõtte kohta);
- Kasutatakse fotosid ilma autori loata, nimeta või allikale viitamata;
- Ebasobivad pildid (Pildid - lisavad emotsioone, ka negatiivseid!!! Vaata kriitiliselt, mis on pildil ja kas pilti mõistab ka võõras ilma sõnadeta.);
- Videod postitada pigem otse Facebooki lehele, kui lisada Youtube link;
- *Boost post* kasutamisel ei määrata ära täpsemat sihtgrupp;
- Kasutatakse liiga palju emotikone tekstis;
- Kriitilised kommentaarid kustutatakse;
- Spämmimine – liiga palju „tühja“ sisu ja liiga tihti;
- Postitatakse kõike, mida nõ sülg suhu toob;
- Jagatakse spämmi.

b) Treener kui eraisik sotsiaalmeedias

Sinu Facebooki lehel avaldatud infot võivad näha lisaks sõpradele, tuttavatele, sugulastele ka sinu praegune või potentsiaalne tööandja, meedia ja politsei. Pea meeles ka andmekaitse seadust!

- **Enne postitamist mõtle enne järele, kas sa tahad, et seda infot seostatakse sinuga.**

Sotsiaalmeedia 11 käsku

- Ära luba endale sotsiaalmeedias käitumist, mida päriselus väldiksid!
- Suhtle sõbralikult, jää viisakaks.
- Väldi labasusi ja halvasti ütlemisi.
- Mõtle, kellele sa kirjutad.
- Kõik, mis sa sotsiaalmeedias ütled või teed on avalik!
- Väldi roppe ja solvavaid kommentaare ja postitusi.
- Ära postita kõike, mis pähe tuleb.
- Privaatsete asjade jaoks on olemas privaatsõnumid (ja telefon ☺)
- Internet pole anonüümne.
- Ära postita läbupilte, seksuaalse alatooniga fotosid.
- Jää ka sotsiaalmeedias oma tööandja suhtes viisakaks ja pea kinni töökohaga seotud konfidentsiaalsusnõuetest.

Pea meeles: Informatsioon internetis on püsiv, otsitav, kopeeritav, nähtav nähtamatu auditooriumi poolt.

4. Nõuanded meediaga suhtlemiseks

Kui ajakirjanik võtab ühendust...

... telefoni teel: Tee selgeks, mis väljaandest helistatakse ja mida küsida soovitakse. Kui teema on keeruline, palu veidi aega mõtlemiseks ning võimalust tagasi helistada/meili teel kirjalikult vastata. Vajadusel pea nõu Merikesega. Pea silmas, et kõik, mida räägid, peab olema avaldamiskõlblik.

...meili teel: Kasuta vastamisel korrektset keelt ning loe tekst enne saatmist mitu korda läbi. Vajadusel pea nõu Merikesega.

... võistlusplatsi ääres: Tee selgeks, millest rääkida soovitakse ning kus intervjuu avaldatakse. Kui teema tundub ebasobiv, vabanda viisakalt ning põhjenda enda keeldumist. Kui otsustad intervjuu anda, veendu eelnevalt oma välimuse korrektsuses ning kontrolli, mis jääb taustale.

Kriisiolukorras:

- Pea silmas, et meedia võib Sinu suhtes õigustatult suuremat huvi tunda. Ole selleks valmis.
- Suhtle ajakirjanikega teadlikult: ära vasta ühelegi meedia päringule enne, kui Sa ei ole edastatavat infot ja tegevusplaani ERL-ga kooskõlastanud (Helista ERL-i pressiesindajale). Vajadusel asub ERL kõneisiku rolli.
- Pea silmas, et ratsaspordiga seotud kriitilisi teemasid jälgib ka loomakaitse ning lapsevanemad.
- Kõik, mis ütled, mõjutab kogu spordiala mainet (sh suhted sponsoritega).

Allikad:

- Magistritöö: Sotsiaalmeedia töösuhtes: tööandjate hinnangud ning kogemused. Autor: Greete Kempel, Tartu 2014
- Grant Thornton Balticu teenindusstandard, 2013
- Klienditeeninduse alused lihtsas keeles. Koostaja: Sirje Schumann, Tallinn 2012
- Spordisotsioloogia olemus ja funktsioon / Joe Noormets, 2009, Terviseteaduste ja Spordi Instituut, Tallinna Ülikool
- Treeneri kutse-eetikast. Koostanud Eesti Ratsaspordi Liit
- Ratsasport. Töötamine Treenerina. Koostanud Eesti Ratsaspordi Liit
- <http://digiabi.ee>
- <http://www.wsionline.ee>