

Koolituseks häälestamine: heast suurepäraseks (1)

- Mis teeb heast tervisespordikeskusest suurepärase?
 - ...
 - ...
 - ...

Väärtused ja tähendused

Väärtused

- Tõekspidamised, arusaamad ja hoiakud, millest lähtuvalt organisatsioon juhindub ettevõtte ja teenuste arendamisest ja juhtimisest.

Tähendused → tegevused ja käitumine

- Tõlgendame brändi väärtused reaalseteks väärtust loovateks tegevusteks
- Mida valitud väärtused tähendavad töötajale, kliendile ja ühiskonnale laiemalt (CSR) läbi meie tegevuste ja käitumise.

Tervisespordikeskuse väärtused: näide

Tõekspidamised, arusaamad ja hoiakud, millest lähtuvalt juhindub organisatsioon toodete ja teenuste arendamisest ja juhtimisest.

Tervise- spordi- keskuse töötajatena	... kohtleme oma kliente külalislahkelt, olles tõelised võõrustajad,	Külalislahkus
	... suhtume igasse klienti austusega, väärtustades tema aega, vajadusi ja isiksust	Austus
	... vastutame keksuse ja oma lubaduste eest - me ei vea klienti kunagi alt,	Vastutus
	... näitame oma pühendumust, tehes rohkem, kui meilt oodatakse, et klient oleks igati rahul,	Pühendumine
	... püüame asju alati paremini teha, et klientide rahulolu kasvaks.	Parendamine

Tõlgendame väärtused reaalseteks väärtust loovateks tegevusteks

Tervisespordikeskuse väärtused

KES SEDA TEEB	TEGEVUS, MIS ANNAB EDASI VÄÄRTUSEST TULENEVA KASU	VÄÄRTUS
Tervise- spordi- keskus ja/või tervise- spordi- keskuse töötaja		

TARBIJATE OOTUSED TERVISESPORDIKESKUSELE	TERVISESPORDIKESKUSE TEGEVUSED JA KÄITUMINE OOTUSTE TÄIMISEKS

SWOT analüüs

SISEKESKKONNAS TULENEVAD	
Täna sed tugevused	Täna sed nõrkused
<ul style="list-style-type: none">• Selekteerige eelnevalt teostatud sise-keskkonna analüüside järel dustest 3-5 tänast ettevõtet seestpoolt kõige enam mõjutavat tugevust	<ul style="list-style-type: none">• Selekteerige eelnevalt teostatud sise-keskkonna analüüside järel dustest 3-5 tänast ettevõtet seestpoolt kõige enam mõjutavat nõrkust
VÄLISKESKKONNAST TULENEVAD	
Võimalused	Ohud
<ul style="list-style-type: none">• Selekteerige eelnevalt teostatud välis-keskkonna analüüside järel dustest 3-5 tänast ettevõtet väljastpoolt ka homme kõige enam mõjutavat võimalust	<ul style="list-style-type: none">• Selekteerige eelnevalt teostatud välis-keskkonna analüüside järel dustest 3-5 tänast ettevõtet väljastpoolt ka homme kõige enam mõjutavat ohtu

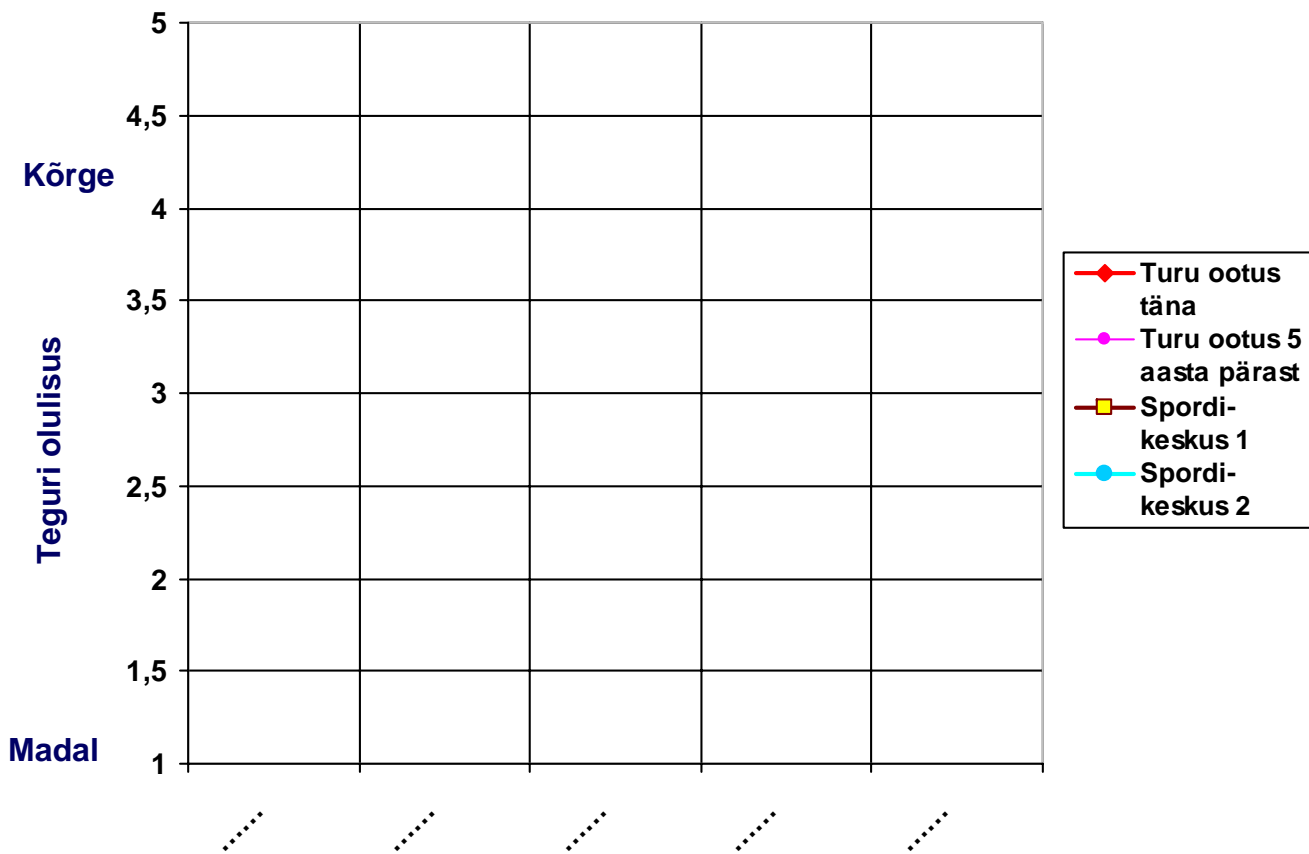
SWOT analüüs

	Sisemised tugevused	Sisemised nõrkused
Välised võimalused	T/V Tugevuste ja võimaluste vastandamisega kujundatakse TURUL LÄBILÖÖMISE sammud	N/V Nõrkuste ja võimaluste vastandamisega kujundatakse SANEERIMISE sammud
Välised ohud	T/O Tugevuste ja ohtude vastandamisega kujundatakse POSITSIOONI VÄLJAARENDAMISE sammud	N/O Nõrkuste ja ohtude vastandamisega kujundatakse REANIMEERIMISE sammud

SWOT analüüs

	Sisemised tugevused	Sisemised nõrkused
Välised võimalused	T/V ...	N/V ...
Välised ohud	T/O ...	N/O ...

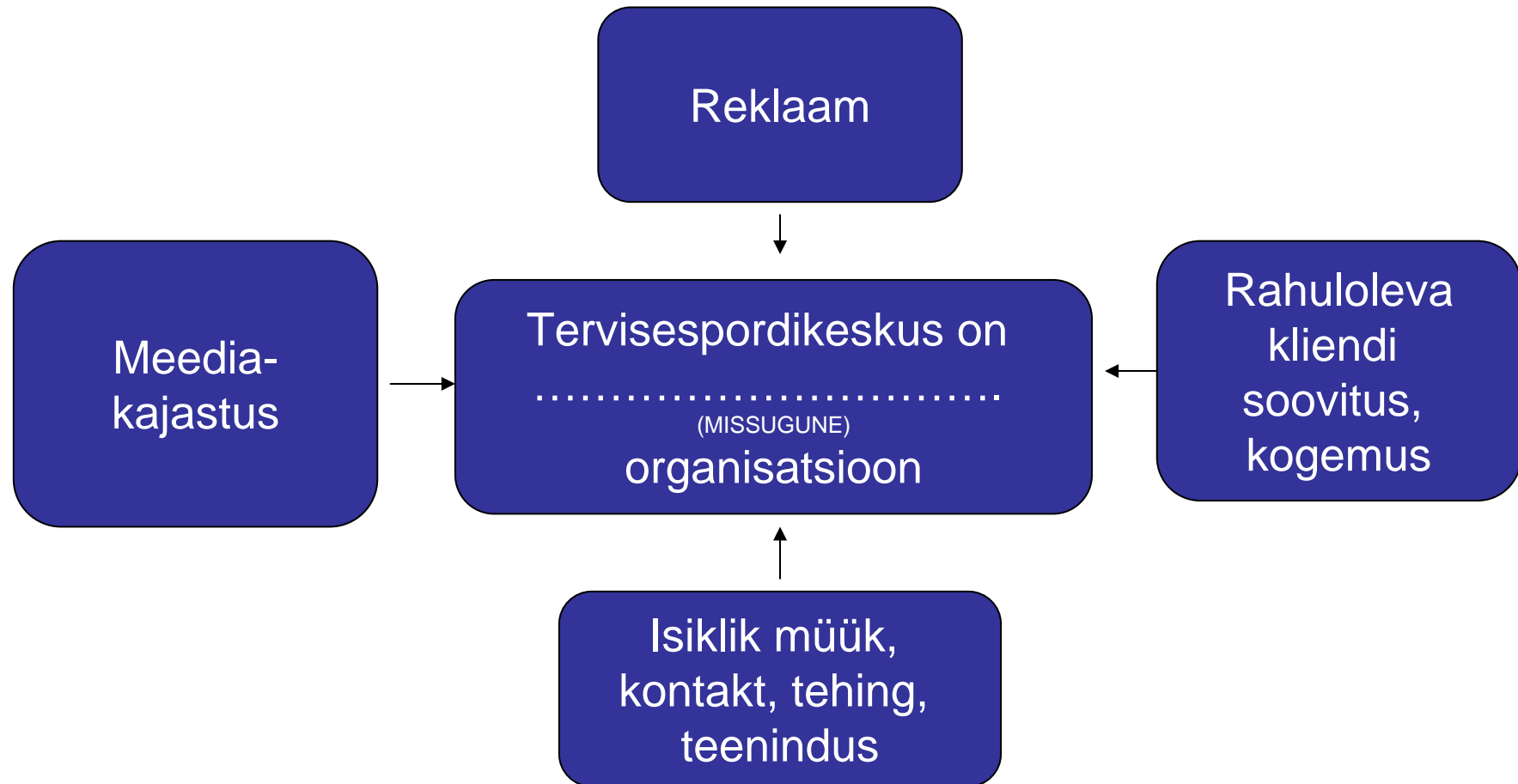
Määra edutegurid ja leia eelis 3-5.a. perspektiivis



- Edutegurid, näiteks**
- Usaldusväärsus
 - Keskkond
 - Kogemus
 - Kompetentsid
 - Kättesaadavus
 - Kvaliteet
 - Funktsionaalsus
 - Korrashoid
 - Teenindus
 -
 -
 -
 -
 -
 -
 -
 -

1. Vali 5 kõige olulisemat edutegurit (tegurid, mis määravad atraktiivsuse, populaarsuse) 3-5. aasta perspektiivis
2. Kaardista tegurite olulisus lähtuvalt turu / tarbija eelistusele ehk mida ootatakse enim ja mida vähem
3. Kaardista enda ja teiste tegutsevate (konkureerivate) keskuste positsioonid nende tegurite osas
4. Määratle eelis (kui see tuli välja) ehk sinu spordikeskuse tegurid, mis vastavad või on väga lähedal turu eelistustele ja mida teised ei suuda pakkuda ehk milles oled teistest ees, mida turg ka kõige kõrgemalt hindab
5. Parim praktika (*Benchmarking*): mis oleksid need valdkonnad ja ettevõtted/organisatsioonid kus kaardistatud tegurite tugevusest oleks ettevõttel õppida

Kuidas tekib kliendi hoiak organisatsiooni suhtes?



- Kommunikatsioonivahendite kasutuse otstarbekus

Kommunikatsiooni tegevused / vahendid	Kommunikatsiooni tegevuse eesmärk ehk mida tegevusega soovitakse saavutada?				
	Tuntus	Teadlikkus	Eelistus	Otsus	Kinnitus
<u>Personaalselt kliendile / kasutajale suunatud</u>					
<u>Mittepersonaalsed ehk kasutajaskonda tervikuna ja ühiskonda mõjutavad</u>					