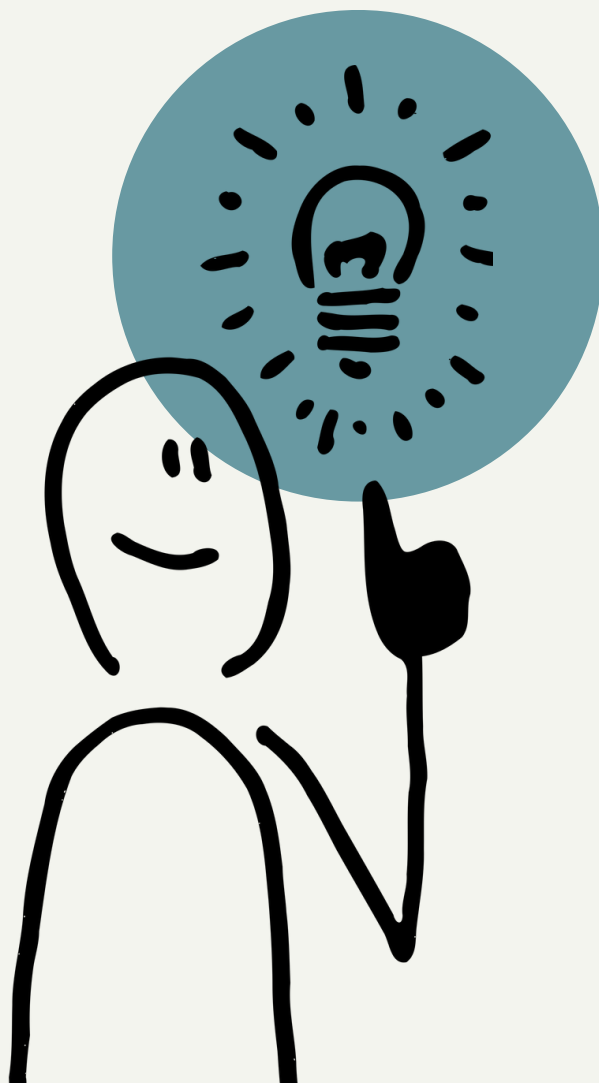


EMPAATIAINTERVJU

Kuidas mõista inimese kogemust,
mitte ainult tema käitumist

TÖÖRAAMAT

Kliendikogemuse juhtimine



EMPAATIAINTERVJU

See tööriist aitab vaadata probleemi kasutaja vaatenurgast ja luua kasutajaga empaatilist side.

Mida selle tööriistaga teha saab?

- Kujundada põhjalik arusaam kasutaja vajadustest, emotsioonidest, motivatsioonidest ja mõtteviisist.
- Jõuda arusaamadeni, mis jäävad sageli pealiskaudse analüüsi puhul varjatuks (näiteks kasutaja frustratsioonid, hirmud ja sügavamad ajendid).
- Saada selgus selles, kuidas kasutaja kogemust tõlgendab ja milline on tema vaimne mudel.
- Kinnitada juba olemasolevat infot ja avastada uusi, seni märkamata taipamisi.
- Luua tugev alus aruteludeks ja edasiseks tööks kogu disainimeeskonnaga.

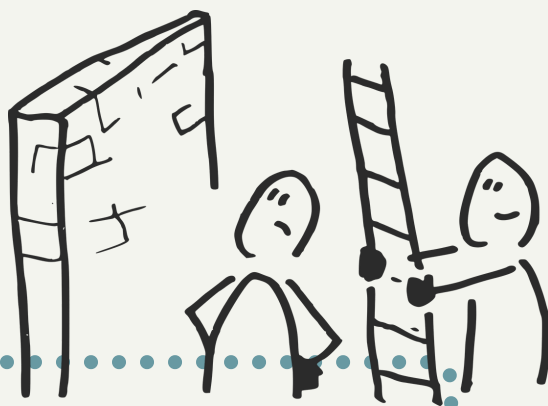
Rohkem infot tööriista kohta

- Empaatiaintervjuu tähendab maailma vaatamist kasutaja vaatenurgast.
- Seda tööriista kasutatakse tavaliselt disainiprotsessi varases etapis, et mõista konteksti, milles kasutaja tegutseb.
- Alles pärast konteksti mõistmist saab alustada lahenduste arendamist.
- Tööriist aitab murda olemasolevaid mõttemustreid, eriti juhul, kui probleemide lahendamisel on varem kasutatud pigem analüütilist ja vähem inimkeskset lähenemist.

Katrin Differt

katrin@360kogemus.ee

[@360kogemus](#)



EMPAATIAINTERVJUU TÖÖLEHT

See tööleht aitab sul vestluse käigus mõista, kuidas inimene midagi kogeb, mitte ainult seda, mida ta teeb, vaid ka mida ta mõtleb ja tunneb.

Empaatiaintervjuu ei ole küsitlus ega probleemide lahendamine. Selle eesmärk on **kuulata** ja **mõista**.

Kasuta seda töölehte intervjuu ajal või vahetult pärast vestlust.

Grupi suurus:

- Soovituslikult 1–2 inimest.
- Parim on töötada kahekesi:
 - üks viib läbi intervjuu,
 - teine teeb märkmeid emotsioonide, kehakeele ja reaktsioonide kohta.

Kestus: 30–60 minutit

- Koos probleemi selgitamise ja selle kontekstiga kestab intervjuu tavaliselt 30–60 minutit.
- Sageli jagavad intervjueeritavad kõige olulisemaid lugusid ja taipamisi intervjuu lõpus, kui vestlus on ametlikult justkui läbi.

Vajalikud materjalid:

- Märkmik või intervjuu mall ja pastakas.
- Kaamera või nutitelefon video- või fotodokumentatsiooniks (küsi intervjueeritava luba enne salvestamist).

Enne alustamist:

- Vali inimene, kelle kogemust soovid mõista (klient, kasutaja, töötaja).
- Selgita talle lühidalt:
 - et sa ei otsi õigeid vastuseid,
 - vaid soovid mõista tema kogemust.
- Loo rahulik ja turvaline vestluskeskkond.

Enne ja intervjuu ajal:

- 5W + H küsimused (kes, mida, millal, kus, miks ja kuidas).
- 5 Miks meetod – aitab jõuda probleemi juurpõhjusteni.

Need aitavad selgitada ebaselgusi, mida saab intervjuu käigus dialoogi kaudu lahendada.

Pärast intervjuud:

- Välitöö märkmed, video- ja fotodokumentatsioon, visandid ja empaatiakaart aitavad kokku võtta, struktureerida ja dokumenteerida saadud info.
- Rollimäng ja varjutamine (shadowing) aitavad valideerida järeldusi.
- Empaatiat jagatakse ja mõtestatakse koos ülejäänud disainimeeskonnaga.

1. Küsimuskaart, millest me räägime?

Mida siin teha tuleb: Pane paika vestluse põhiteema.

Kuidas täita:

Kirjuta keskele üks konkreetne teema, näiteks:

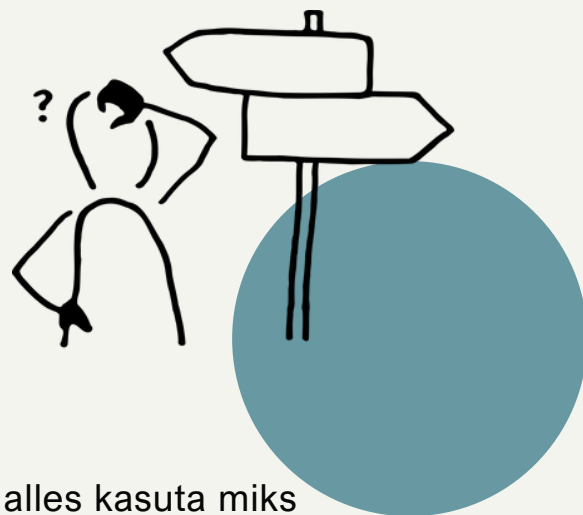
- teenuse esmakasutus
- ostuotsuse tegemine
- hetk, kus tekkis segadus

Selle ümber kasuta lihtsaid küsimusi:

- **Mis** juhtus?
- **Kuidas** see toimus?
- **Kes** veel mõjutas?
- **Millal** see toimus?

Kui inimene on avanenud ja teema avanud, siis alles kasuta miks küsimusi (näiteks: *Miks see oli oluline?*)

Oluline: Ära loe küsimusi ette järjekorras. Kasuta neid vestluse suunamiseks.



2. Inimese kirjeldus – kellega sa räägid?

Mida siin teha tuleb: Kirjelda lühidalt inimest ja olukorda.

Kuidas täita:

Pane kirja:

- nimi (või kood)
- vanus või roll (nt klient, töötaja)
- intervjuu koht ja kuupäev

Lisa ainult info, mis aitab kogemust paremini mõista.

Märkus: See ei ole isikuandmete kogumine, vaid konteksti loomine.

3. Kogemuse etapid – mis järjekorras asjad toimusid?

Mida siin teha tuleb: Pane kogemus ajajoonele.

Kuidas täita:

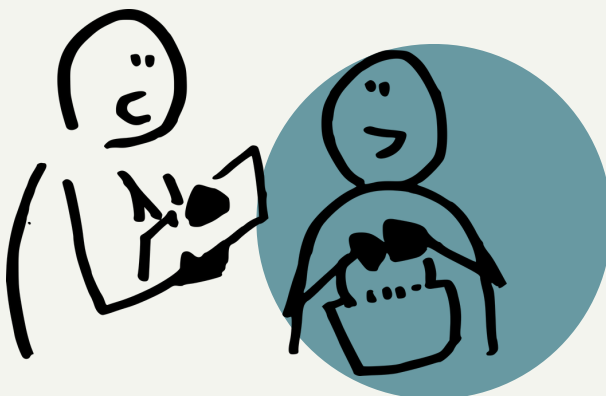
Jaga lugu **etappideks**, näiteks:

- enne
- algus
- keskel
- lõpp

Kirjelda igas etapis:

- mida inimene tegi
- mis parasjagu toimus

Küsi endalt: Kas kogemus oli sujuv või katkestustega?



4. Kui tihti see juhtub?

Mida siin teha tuleb: Märki, kas tegemist oli erandiga või korduva mustri.

Kuidas täita:

Iga tegevuse või olukorra juures vali:

- Kogu aeg
- Sageli
- Harva

See aitab hiljem otsustada, mis vajab muutmist ja mis oli juhuslik.

5. Positiivsed hetked, mis toimis hästi?

Mida siin teha tuleb: Kirjelda hetki, kus inimene tundis end hästi.

Kuidas täita:

Pane kirja olukorrad, kus ta:

- tundis kindlust
- sai aru, mida teha
- usaldas protsessi
- tundis rahulolu



Küsimus: Mis aitas inimesel edasi liikuda?

Raskused ja pinged, kus tekkis probleem?

Mida siin teha tuleb: Kirjelda hetki, kus kogemus muutus keeruliseks.

Kuidas täita:

Pane kirja:

- segadus
- kahtlus
- frustratsioon
- ebamugavus

Oluline: Ära paku lahendusi. Kirjelda ainult kogemust.

6. Loo kokkuvõtte, mida sa tegelikult teada said?

Mida siin teha tuleb: Võta kogemus kokku ühe loona.

Kuidas täita: Vasta kolmele lihtsale küsimusele:

1. Mis juhtus?
2. Kuidas inimene end tundis?
3. Miks see tema jaoks oluline oli?

See aitab sul:

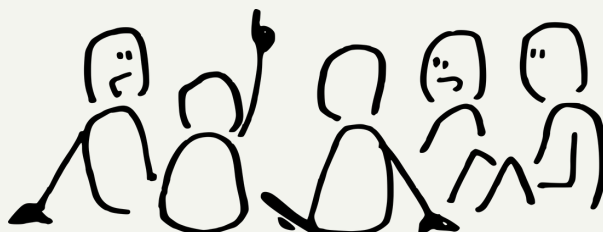
- näha kogemust inimese vaatenurgast,
- mõista, miks usaldus kas tekkis või ei tekkinud.

Kui tööleht on täidetud, saad:

- märgata korduvaid mustreid,
- mõista, kus inimesed tunnevad end ebakindlalt,
- kasutada seda sisendina klienditeekonna, teenuse või protsessi parendamisel.

Pea meeles:

- Hea empaatiaintervjuu ei kiirusta.
- Kuula rohkem, kui räägid.
- Küsi **miks** ainult siis, kui inimene on juba avanud oma loo.
- Kõige väärtuslikum info tuleb sageli vestluse lõpus.



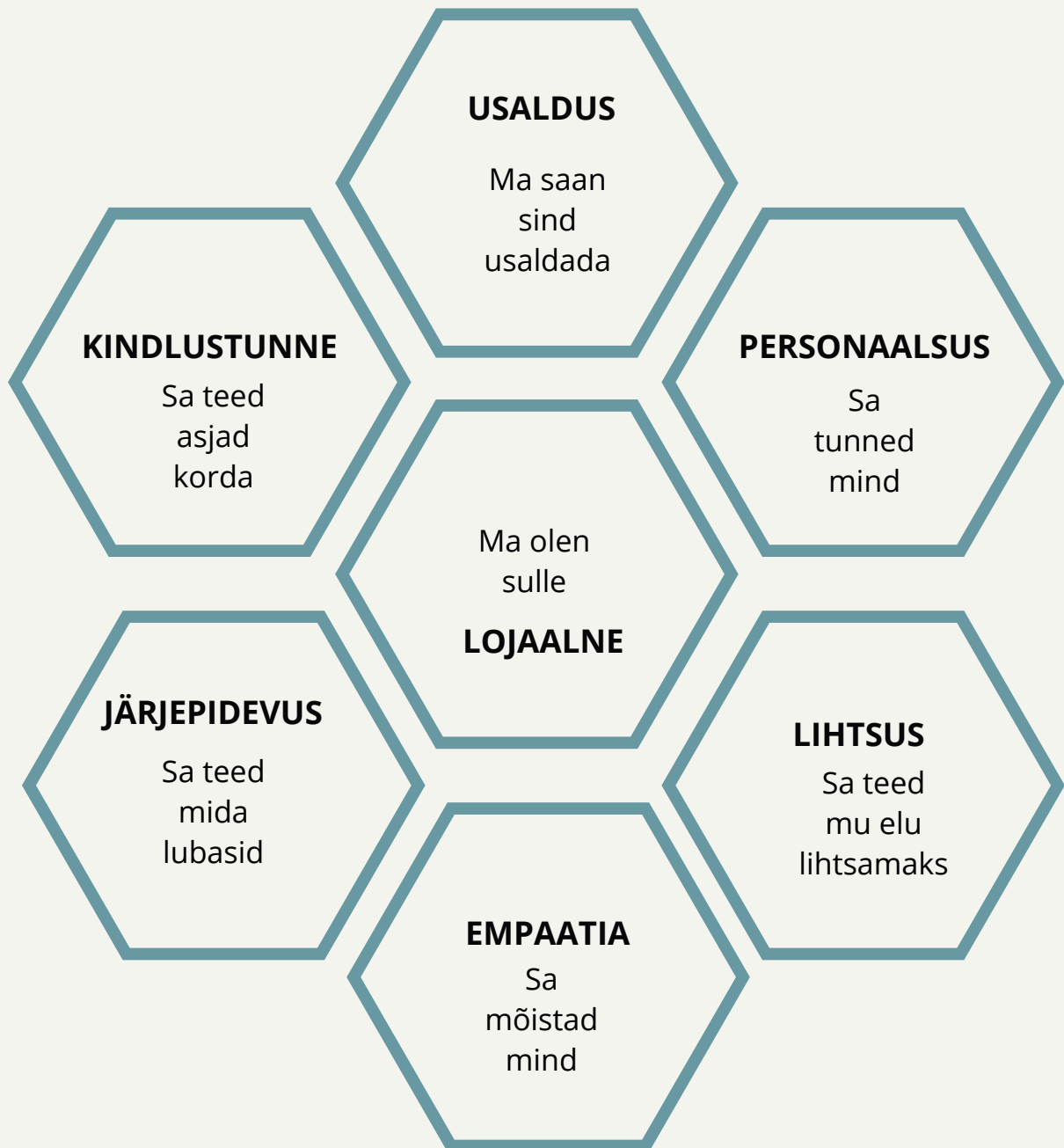
Empaatiaintervjuu

Lühijuhend:

Empaatiaintervjuu eesmärk on mõista kasutaja vajadusi, emotsioone ja motivatsiooni. Selle käigus püüame vaadata maailma kasutaja vaatenurgast ning saada sügavam arusaam sellest, mis teda tegelikult juhib ja miks ta teeb just selliseid valikuid.

Küsimustekaart Pane kirja keskne teema ja peamised küsimused. 1 Teema Kuidas? Mis? Kes? Millal?	2 Intervjueeritava kirjeldus Pane kirja intervjueeritava põhilandmed ning lisa võimalusel foto või visand. Nimi: Vanus: Taust / isikuandmed: Intervjuu koht ja kuupäev:
3 Kirjelda teekonna etapid ja visanda ajajoon Pidevalt Sageli Harva	4 Kasu Kirjuta märkmed kasutaja kogemuste ja emotsioonide kohta teekonna jooksul. Valukohad
5	

EMOTSIONAALSED VAJADUSED JA OOTUSED



Kliendikogemus on ettevõtte füüsilise soorituse ja **esilekutsutud emotsioonide** koosmõju, mida klient hindab intuitiivselt oma ootuste suhtes kõigis kokkupuutepunktides.

SOOVID OMA KLIENTI PAREMINI TUNDMA ÕPPIDA ?

Kui pead oluliseks, et sinu klienditeekond kataks võimalikult palju emotsionaalseid ootuseid, aga vajad selle juures abi, siis hea meelega aitan need koos sinu meeskonnaga ellu rakendada läbi praktiliste töötubade.

Mida ma teen?

- **Empaatiaintervjuu:** õpime tundma sinu ettevõtte kliendi kogemust läbi emotsioonide.
- **Väärtuste ja kliendilubaduse sõnastamise töötuba:** sõnastame väärtused käitumisteks ja hoiakuteks. Reaalsete olukordade läbimäng klienditeekonnal. Selge ja täidetav lubadus, millega juhid kliendi ootuseid pakutavast eduelamusest.
- **Persoona loomise ja klienditeekonna kaardistamise töötuba:** praegune kogemus, soovitud kogemus ja arendusprioriteedid.
- **Osterwalderi ärimudeli lõuendi töötuba:** asetame kliendikogemuse juhtimise äristrateegia keskmesse.
- **Kliendikogemuse juhtimise intensiivkursus:** praktiline kursus, kus käärime käised üles, mõtestame lahti kliendikeskuse põhiolemuse, õpime kasutama raamistikke ja tööriistu suurepärase kliendikogemuse loomiseks ja klienti fookusesse asetava mõtteviisi juurutamiseks.

Tulemus:

- selgus töötajatele,
- ühtne suund juhtidele,
- järjepidevus kliendikogemuses.

Võta minuga ühendust ja valime koos just sinu meeskonnale sobiva töötoa.



KATRIN DIFFERT



KATRIN@360KOGEMUS.EE

