


Liikumispuudega inimeste ootused, vajadused, võimalused. Praktilised nõuanded turismivaldkonnas.

Erivajadustega inimesed ja ligipääsetav turism Läänemaal

30.09.2014





■ Ettekande I. pool:
ühe reisikorraldusettevõtja vaade.

■ Ettekande II. pool:

Toode, liikumispuudega kliendirühma ootused ja kohaldatud toode.

Eellugu




Meie ise: kogemused,
motivatsioon, holistiline maailmapilt



Teadlikkus vajalikkusest



Otsus juriidilise vormi kasuks: kas OÜ
või MTÜ? Sotsiaalne ettevõtlus
niikuinii!



Hetkeolukord (süsteemivaade PEST+ benchmarking analüüsi meetodil)

- Kas eksisteerivad? Millisel tasemel?
 - Ligipääsetava turismi mõiste ja kontseptsioon, tegutsemiseks vajalik õiguslik keskkond
 - Riigi institutsionaalne tugi (uuringud, info, ettevõtluse tugimeetmed jt)
 - Ligipääsetava turismi teenusepakkumisele orienteeritud ettevõtjad, klaster
 - Nõudluse ja pakkumise vaheline vahekord
 - ...
- Mis ja kuidas toimub mujal (EL, USA, Kanada)? Globaalsed trendid.
 - Tiit Siim: Itaalias või Prantsusmaal, pojaga ratastooliga mäkke „ronides“, jooksid inimesed appi, Eestis ei tule keegi!

Hetkeolukord: teemakajastused meedias (kontentanalüüs+S)

» Valdavalt ajakiri „Puutepunkt“

„IDEE: Puuetega inimesed võiksid ise luua reisieenuseid vahendava ettevõtte“ <http://www.vedur.ee/puutepunkt/?op=body&id=89&cid=1109>

„EKSPERIMENT: Kuidas õnnestub ratastooliga inimesel rappa minna?“
<http://www.vedur.ee/puutepunkt/?op=body&id=89&cid=1110>

„Ratastoolis reisijat ootas ees hulk katsumusi“
<http://www.vedur.ee/puutepunkt/?op=body&id=14&cid=813>

„Puue ei sega reisimast!“
<http://www.vedur.ee/puutepunkt/?op=body&id=13&cid=408>

Hetkeolukord (uuringud)

- Uued trendid
 - Rahvastiku vananemine
- Puudega reisijate kasv
 - puuetega inimesed moodustavad 10% erivajadustega inimestest
 - Tln Lennujaamal ca 2 milj. reisijat aastas, neist 12 (-17)% erivajaduste ja puudega reisijaid. (Asko Kivinuk, Tallinna Lennujaama terminaliteenuste osakonna juhataja).
- Enamus puudega inimesi reisib koos saatjaga. Saatjatel on ka omad vajadused.



Põhijäreldused

- Turismikorraldajad ei ole kursis puuetega klientide eripäradega.
- Ettevõtjad ei suuda ega oska veel pakkuda sobivaid reisitooteid/teenuseid (liikumis)puudega inimestele.
- Murekoht pakettimisel ning testostude sooritamisel - hoiakulisus ja teadmatus!



Põhijäreldused

- On üksikuid ekstreemseid katsetusi, läbikukkumisi, mõned õnnega pooleks õnnestumised.
 - **NB! LIGIPÄÄS TEISTEGA VÕRDSETEL ALUSTEL**
- Süsteem ja süsteemsus puudub

Mida ja kuidas edasi?

Reisikorraldaja erivajadustega inimestele: ACCESSIBLE BALTICS oü

Puuetega inimestel valmisolek ja ootused reisida võrdselt kõikide teiste kliendigruppidega.

**Sa ei müü toodet, vaid
LAHENDUST**



Meie toode = lahendus probleemile

- Reisikorraldaja **ligipääsetava turismi** valdkonnas – spetsiifiline kompetents?
- Strateegilised kliendirühmad
 1. liikumis-,
 2. nägemis-,
 3. kuulmispuudega inimesed, nende pereliikmed ja sõbrad.
 4. Perekonnad, kelle liikmete seas on vaimupuudega alaealine laps.
- Strateegilised turud – (incoming) Soome, Saksamaa.
Domestic: Eesti
- Nišitooded
- Kliendikeskne lähenemine



Kliendikeskne lähenemine

Mõisted

➤ TEENINDUSKVALITEET ja KLIENDIKESKNE TEENINDUS

Kvaliteet ei maksa midagi, küll aga maksab selle puudumine ja kõik tegevused, mis takistavad asju esimese korraga õigesti tegemast.

(Philip Crosby, kvaliteediguru)

Kvaliteedi seadmine algab alati prioriteetide määratlemisest organisatsioonis.

Värske näide elust enesest: kui suurel määral hoiaku probleem?

Elust enesest (Heidi Gehrke video FB-s):

„5. septembril Narvas Elroni perroonil elektriratastooliga rongi saamine oli väga seiklusrikas/.../lõpuks tuli kasutada rongijuhtide lihasjõudu.

.../Kõrguste vahe oli 7-9 cm. Küsimuse peale, kuidas ratastooliga rongi saab vastati, et meil ratastoolis inimesed ei sõida rongiga. Heldur Otsa esitas veel süütuma küsimuse, kuidas ratastoolid WC käivad? Vastas kõrge piirivalve ametnik: "meil käivad WC-s inimesed!"“

<https://www.facebook.com/video.php?v=490541044416519&set=vb.100003818841967&type=2&theater>

Negatiivse teeninduse kogemusi tagasi pöörata pole võimalik, seega on teeninduses vajalik nii kogu organisatsiooni kui selle iga töötaja võimekus vältida vigu ning koheselt hästi teenindada!



...või hoopis nii?

➤ Positiivne näide



Kliendikeskne lähenemine

- **Kvaliteet** - suhe nõudmiste ja tegelike saavutuste vahel, erinevus selle vahel, mida me ootame ja mida me saame.
- **Teeninduskvaliteet** - Iga klient ootab head teenindamist, kõrget teeninduskultuuri.

Kogetav teenindamiskvaliteet oleneb:

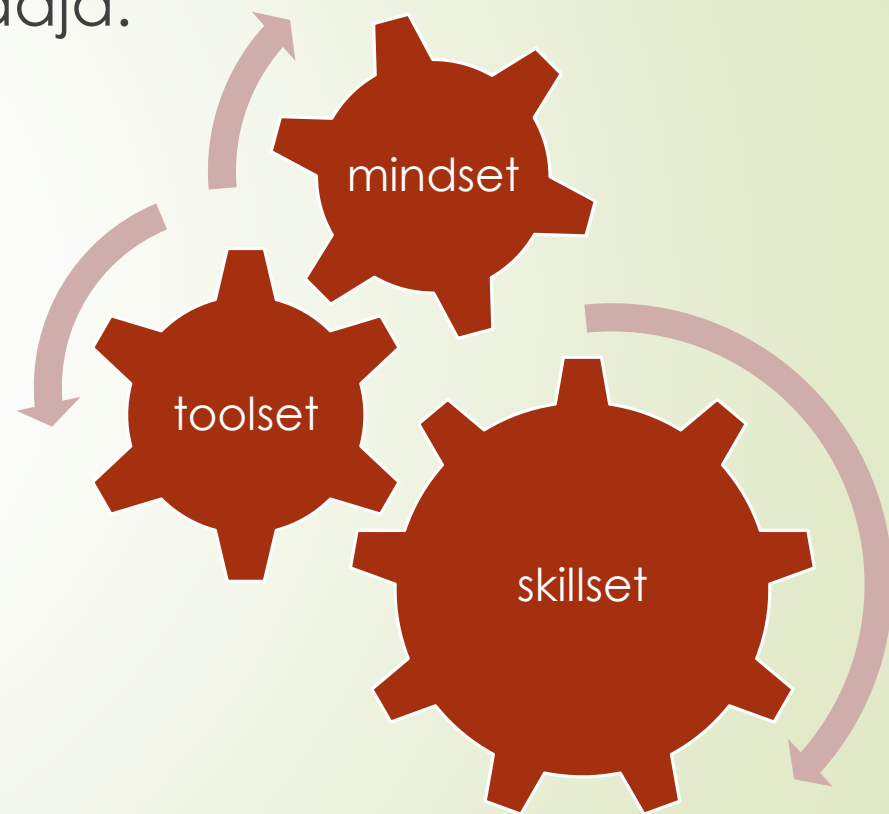
- tehnilisest kvaliteedist (ehitise planeerimisel universaalsisaini mudel?)
- tegutsemise kvaliteedist
- teistest klientidest
- kaudsetest teguritest

(Liikumis)puudega inimese teenindamisest

Aivar Ruukel, koolitaja ja
loodusretkede korraldaja:

Infra on oluline! Kolmandas
järjekorras:

- (1) Mindset - » - »
- (2) Skillset
- (3) Toolset



Kas (liikumis)puudega klient tuleb Teie juurde?

- **Potentsiaalse kliendi ostuotsuse kujunemine** (külalistükk, mõjutegurid: eelnev enda või kellegi teise kogemus, reklaam, pakkumine, tuntus, hinnaklass, asukoht, tugiteenused).
- **Teenuste kvaliteet** (hindamisel on tähtsal kohal teenuse kasutaja kvaliteediootused enne teenuse saamist. NB! Ootused on alati subjektiivsed, kuna väärtus tarbija jaoks on erinev).
 - NB! Oodatava ja tegeliku kvaliteedi vaheline lõhe.
- **Teenuse osutaja oskused** oma teenustest klientidele üheselt, arusaadavalt ja selgelt teada anda vs kliendi reaalsustaju.

Kas (liikumis)puudega klient tuleb Teie juurde?

- **Hoone üldplaneering ja interjäär** sõltuvad eelkõige äritüübist ja asukohast (kauplus, hotell, spaa-hotell jt): **universaalsaini kontseptsioon**.
 - Olulised psühholoogilised otsused järgmiste ehituslike asjaolude üle: korruste arv, treppide liik, erinevate osakondade jaotumus, sisse- ja väljapääsu korraldamine, pääslate laius, välisreklaam. **Sisedisain** - nt jaekaubandusettevõtte jaoks on müügisaali planeering ülioluline, kuna see mõjutab kliendi kauplusesisest liikumist (in-store traffic), tema ostukäitumist. Interjööri roll on ostja mõjutamine eelkõige hoone värvilahenduse, muusikalise tausta kasutamise, valgustuse, lõhnade jms abil.
- **Teenindus** - kas erivajadustega kliendid saavad teenindajalt asjalikku nõu ja abi ostu sooritamisel?
- **vt lisainfot koolitusmapist.**

Teenindus: soovitusel suhtlemiseks

- Ärge hoidke kinni kliendi ratastoolist. See on osa tema väga isiklikust ruumist ning ratastoolist kinnihoidmist või nõjatumist sellele võib võrrelda kellegi personaalsele toolile istumisega
- Pakkuge oma abi, kuid ärge käige peale. Kui klient vajab teie abi, siis võtab ta pakkumise heameelega vastu ja ütleb ka seda, milline abi oleks kõige vajalikum. Kohelge teda nagu kõiki teisi kliente ja ärge muutke pakutavat abi haletsemiseks.
- Ärge kunagi rääkige ratastoolis inimese juuresolekul nii, nagu teda ei olekski olemas. Rääkige otse kliendiga mitte ainult tema saatjaga. Kuigi teile tundub, et ratastooli kasutav klient ei suuda kõnelda või teist aru saada, peate te ikkagi tema poole pöörduma
- Kui teil on vaja teada, kuidas ratastool töötab või mis liiki puudega inimestega on tegemist, siis küsige seda temalt otse.

Majutusteenindus liikumispuudega inimesele

- Külalistsükkel ja ostuotsuse kujunemine
 - Saabumiseelne- külastaja teeb valiku, otsust mõjutavad: eelnev enda või kellegi teise kogemus, reklaam, pakkumine, tunnus, hinnaklass, asukoht, broneeringu lihtsus, teenused
 - Broneeringuregistri loomine, administraatori poolt.
 - Broneeringu kinnitus sisaldab kliendi toasoove, isiklikku infot, tagab, et kliendi soovid oleks õieti inimestele edastatud.
- Parkla ja parkimine (kas ja kus invakohad, kas jäätunud tee liivatatud, lumi lükatud)?
- Laiemad ukсед ja hoonesse sissepääs?
- Siseruumide ukсед: kas kahel kõrgusel ukseilm ja -kett?
- Kas lülitid madalal?
- Kas toas on vajalikud lisaseadmed, et külaline saaks mugavalt ja turvaliselt liikuda?
- Kas WC- s ja vannitoas spetsiaalsed abivahendid?
- Kas ja millised on pakutavad lisateenused? **(vt lisainfot koolitusmapist)**

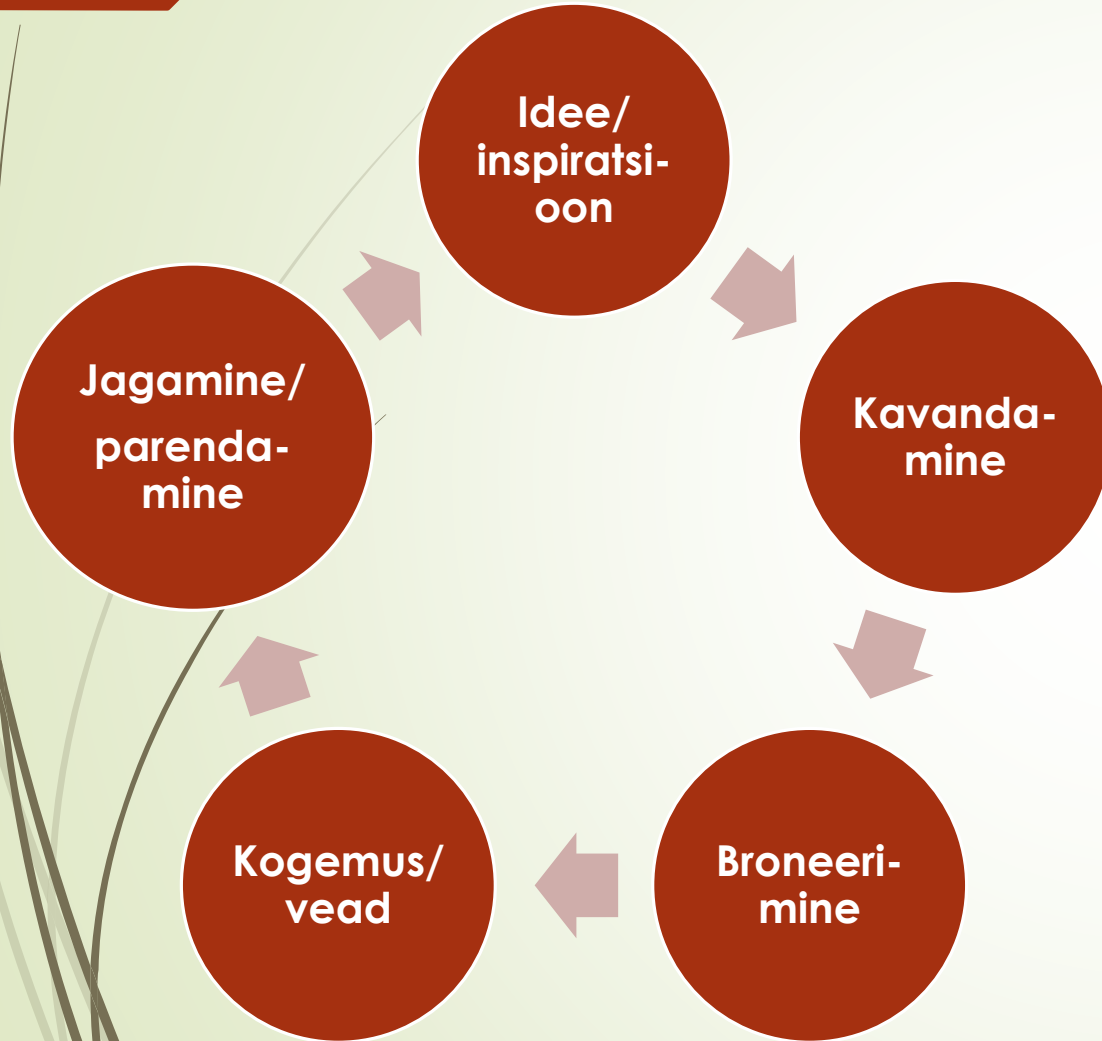


Väga konkreetsed ootused

- Kliendi soov tunda end kui tavaturist ehk võimalus iseseisvaks liikumiseks ja teenuse kasutamiseks.
- Et poleks üksikastmeid ja lävepakke, vaid kaldpind.
- Et kaldteed poleks järsud (pidurid blokkis allasõitmise hirm).
- Teeninduskultuur sõbralik, arvestav, professionaalne.

Soovitus ettevõtjatele rentida ratastool ja proovida hallatav hoone, väliala jms ise läbi sõita, see aitab palju!

Klientide kaasamine tootearendusse - toimivad lahendused





LÄHEME KOOS SINNA, KUHU ÜKSI EI SAA!

ACCESSIBLE BALTICS



www.accessiblebaltics.eu



Accessible Baltics

Marion Bobkov

Tegevjuht

Telefon: (+372) 51 78 758

E-mail:

marion@accessiblebaltics.eu

Els Bobkov

Turundus- ja müügijuht

Telefon: (+372) 555 111 54

E-mail: els@accessiblebaltics.eu

Eha Kägu

Tootejuht

Telefon: (+372) 55 151 74

E-mail: eha@accessiblebaltics.eu

www.accessiblebaltics.eu

Tel: 5178758

e-mail: info@accessiblebaltics.eu