



## **Hooajatöötajate koolitamine, motiveerimine ning Eesti Maanteemuuseumi teeninduskvaliteedi uurimine**

### **Ettevõtte: Eesti Maanteemuuseum**

### **Parima praktika sihtgrupp: hooajatöötajad**

### **Probleem**

Kuidas anda lühikese ajaga töötajale töökoha ehk meie näitel muuseumi „nägu“ ning kuidas tagada töötajate motiveeritus ja kvaliteetne teenindus kogu hooaja vältel.

### **Parima praktika tegevuse kirjeldus**

Maist oktoobrini kaasab Eesti Maanteemuuseum oma 12le põhikohaga töötajale veel vähemalt 20 hooajatöötajat, kelle ülesandeks on teenindada muuseumiküllastajat, olla nii piletimüüjaks, liikluslinnatöötajaks, vajadusel näiteks luuletavaks Kristjan Jaak Petersoniks ajaloolises teeruumis või 80-te aastate torisevaks poemüüjaks autolavkas. Ühesõnaga olla inimeseks, kes on abiks külalisele, oskab rääkida muuseumispetsiifikast, teab 2-3 keelt, on usaldusväärne ja aus piletimüüja jne.

Värbame endale töötajad konkursi korras. Kuna tegu on maapiirkonnaga, kus on nii tööd, kui töötegijaid vähe, kandideerivad meile inimesed koolilõpetajatest pensionärideni. Meie jaoks pole oluline vanus, vaid see kuidas teenindaja umbes 35 000 muuseumiküllastajaga toime tuleb. Soov saada lühikese ajaga n-ö tänavalt tulnud inimesest eeskujulik klienditeenindaja on muidugi pöörane, kuid oleme sellega ühiselt hakkama saanud





keskendudes süsteemsele koolitusele, hindamisele, tagasisidestamisele ja motiveerimisele. Hooajatöötajate koolitusprotsessi ja töötajate ettevalmistust veavad muuseumi programmijuht Riinu Räim ja kommunikatsiooni- ja turundusjuht Liina Kukk.

Hooajatöötajad läbivad eelnevalt esmase klienditeenindaja koolituse, saavad selgeks näitlemise algtõed, läbivad esmaabikursused ning liikluslinnatöötajad kordavad üle liikluseeskirjad. Kõik tulevased kolleegid osalevad mitmel giidituuril ning saavad taustamaterjalid teedeajaloo ning muuseumi näituste kohta.

Koos kuraatori Paavo Krooni ja muuseumi teaduri Andres Seenega hakatakse looma nn rolle ajaloolise teeruumi tegelaste jaoks. Rollid on igal aastal erinevad vastavalt hooajanäituse teemale.

Muuseumi poolt on välja töötatud väga selged reeglid, mida täita ning ka mõõdikud, millest sõltub näiteks tulemustasu jne. Samuti on paigas motivatsioonipakett (ühisüritused, tasuta muuseumide külastus, 1-2 ühist koolitusreisi suve jooksul jne).

Juba mitmel aastal oleme märganud, et hooajatöötajad väsivad juuli keskpaigaks ning nende innukus väheneb. Töötajatega vesteldes selgus, et ühesugune töö väsitab. Seetõttu oleme kahel suvel pakkunud n-ö roteerivat tööd, st need, kes seni on panustanud näiteks liikluslinna, saavad töötada infokioskis või ajaloolises teeruumis ja vastupidi. Nii lihtne lahendus on seni taas suvetöötajatel silma senisest veel enam, särama pannud.

Olulisim on aga see, et me ainult ei mõõda ja hinda, vaid oleme väga kiiresti püüdnud teha nii muuseumi- kui suvetöötajatest ühise meeskonna. Kolmel aastal on EMM kasutanud teeninduskvaliteedi hindamiseks proovikülastuste meetodit





(mystery shopping). Proovikülastuste süsteem annab parema võimaluse saada detailiderohke tagasiside, mille käigus saime kinnitust hästi toimivatele teenindusprotsessi osadele, sisendit vajalikele koolitustele ning tekkisid uued ideed, mida kasutusele võtta. Samas selgusid võimalikud puudujäägid, millele muidu ei oskaks tähelepanu juhtida.

## Tulemused

Hooaja alguses, kui oleme uued töötajad „pea ees tundmatus kohas vette visanud“, on kõik välja ujunud, sest neil on täpselt teada, kuidas ja kuhu me kõik koos liikuda saame ning mis on me eesmärkideks. Proovikülastuste meetodit kasutades on selgunud, et hinnang muuseumi üldise klienditeeninduse tasemele on 90%.

Selleks, et meie tehtav töö oleks jätkusuutlik, saame suvehooaja lõppedes töötajatelt tagasisidet möödunud aasta kohta – mis jätta samaks, mis teha teistmoodi. Samuti hoiame nendega aastaringset sidet, mistõttu on ka uuel hooajal palju neid, kes soovivad tagasi tulla.



Euroopa Liit  
Euroopa Sotsiaalfond



Eesti  
tuleviku heaks