



عنوان:

تکریم مردم در نظام اداری



تهیه و تنظیم:

گروه بازرسی و مدیریت عملکرد

شرکت سهامی آب منطقه ای مرکزی

«برگرفته از مطالب جزوه دوره آموزشی

روشهای پاسخگویی به مراجعین

مدرس: حمیدرضا رضایی کلیدبری»

۷- نگاه فراسازمانی به خروجیهای سازمان با

رویکرد زیست محیطی و آثار اجتماعی

۸- پی گیری جدی توسعه ارزشها و افزایش

درآمد و سودآوری سازمان با هدف ارائه ارزش

های سودآور به مشتریان (اربابان رجوع)

برای نیل به این مزایا بایستی به موارد

ذیل توجه داشت:

۱- اداره و هدایت صحیح فرآیندهای اجتماعی

بکار برده شده در خدمات ارائه شده

۲- احترام به تعاملات انسانی به عنوان بخشی

مهم و تعیین کننده در کیفیت خدمات

۳- توجه به اهمیت انتظارات مشتری (ارباب

رجوع) از ذهنیت، فرهنگ و عملکرد سازمان

۴- توسعه مهارتها و توانایی های کارکنان

۵- تشویق کارکنان به افزایش کیفیت و تأمین

انتظارات مشتری (ارباب رجوع)



مشتری کیست؟

مشتری کسی است که نیازش را خود تعریف می کند، کالاها و خدمات تولیدی ما را مصرف می کند و حاضر است بابت آن هزینه مناسبی را بپردازد.

باید توجه داشت که زمانی مشتری این هزینه را تقبل می کند که در کالاها و یا خدمات تحویلی ارزشی را ببیند که پرداخت آن هزینه را توجیه می کند.

ارباب رجوع کیست؟

ارباب رجوع مانند مشتری حالت تعاملی و طرفینی ندارد، بلکه خدمات یک جانبه را شامل می شود که در آنها فروشنده ها، اطلاعات مشتری نسبت به مورد معامله را دارند ولی خریدار نمی تواند به سادگی آن اطلاعات را به دست بیاورد در حالی که سخت به آنها نیازمند است، مثل خدمات درمانی، خدمات علمی، خدمات آموزشی و پرورشی و ...

انواع مشتریان (ارباب رجوع) سازمانی

الف-مشتریان (اربابان رجوع) برون سازمانی:

به افرادی که به عنوان اربابان رجوع از بیرون سازمان به منظور اخذ یک ارزش و یا مطلوبیت متناسب با حواج و نیازهای شخصی یا گروهی و یا سازمانی به دستگاه ذیربط مراجعه می کنند.

ب-مشتریان (اربابان رجوع) درون سازمانی:

کارکنان سازمان بعنوان مشتریان (اربابان رجوع) داخلی محسوب می شوند، بطوریکه هر فرد درون سازمان مشتری بوده و او نیز به نوبه خود مشتریانی دارد و چنانچه برون دادی که بین کارکنان یک سازمان مبادله می شود، ناقص باشد؛ سازمان قادر به تأمین نیازهای مشتریان (اربابان رجوع) بیرونی نخواهد بود.

گامهای طلایی برای خدمت بیشتر به مشتریان

نتایج پژوهش هائی که اخیراً در چند شرکت ژاپنی صورت گرفته است نشان می دهد که برای بهبود کیفیت ارائه خدمات به مشتری اقدامات زیر ضروری است:

- ۱- تعیین و تبیین مأموریت های سازمان در راستای منافع و خواسته های مشتری
- ۲- درگیر ساختن و متعهد کردن دائمی مدیریت ارشد در موضوع رضایت مشتری

۳- گزینش کارکنان مناسب

۴- آموزش و بازآموزی کارکنان

ویژگی های یک سازمان مشتری مدار

۱- افزایش سطح رضایتمندی مشتری (ارباب رجوع): توجه به وجوه کامل خواست و احتیاجات مشتریان (اربابان رجوع) و برآورد، پاسخگویی مناسب به نیازها و احساس مسئولیت در قبال مشتری، تأمین ضرر و زیانهای تحمیلی به مشتری ناشی از عملکرد نامناسب کارکنان یا خدمات ارائه شده

۲- کاهش هزینه ها: کاهش هزینه های جاری و سربار با رویکرد استفاده بهینه از امکانات، تجهیزات، تأسیسات و ابزار و ...

۳- توسعه مدیریت: شناسایی فرصتها و زمینه های ارتقاء سطح کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان

۴- بهبود فرآیندها انجام کار: ساده سازی و تسهیل فرآیندهای انجام کار با هدف اصلاح و یا جایگزینی آنها

۵- افزایش مشارکت کارکنان

۶- ایجاد انگیزه در کارکنان بمنظور ارائه خدمات برتر