



وزارت علوم ، تحقیقات و فناوری

مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران

طراحی و اجرای

سیستم مدیریت نظرات مشتریان

مجری :

مجید امیدوار

۱۳۸۲

بسمه تعالی

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران

طراحی و اجرای سیستم مدیریت نظرات مشتریان

مجری:
مجید امیدوار

۱۳۸۴



تعمیم

شماره: ۳۲۷۳

تاریخ: ۲/۱۱

پیوست: Ref.

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران

Iranian Information &
Documentation Center
(IRANDOC)

ریاست

بدینوسیله انجام پروژه «طراحی و اجرای سیستم مدیریت نظرات مشتریان»
توسط آقای مجید امیدوار به عنوان مجری در مرکز اطلاعات و مدارک علمی
ایران و گزارش نهایی آن تأیید می گردد.
لازم می داند مراتب قدردانی و سپاس خود را به کلیه دست اندرکاران این
طرح تقدیم دارد.

توفیق از اوست

حسین غریبی

رئیس مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران



تهران - خیابان انقلاب، چهارراه فلسطین، شماره ۱۱۸۸

صندوق پستی: ۱۳۷۱-۱۳۱۸۵ تلفن: ۶۹۵۱۴۳۰ (خط ۱۰) - ۶۴۹۴۹۵۵ - ۶۴۶۲۵۴۸ دورنگار: ۶۴۶۲۲۵۴ تلفن گویا: ۶۴۹۴۹۵۴

1188, Engelab Ave, Tehran, Iran, P.O.BOX: 13185-1371 Tel: (+9821) 6494955 - 6462548 Fax: (+9821) 6462254

info@irandoc.ac.ir

www.irandoc.ac.ir

بسم الله الرحمن الرحيم

قدردانی

از جناب آقای دکتر حسین غریبی به خاطر حمایت از انجام این طرح و آقای مهندس نوروزی اقبالی به خاطر انجام برنامه نویسی نرم افزار آن سپاسگزاری می نمایم.



فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	فصل اول
	رضایت مشتری
۱	۱-۱- مقدمه
۱	۲-۱- رضایت و کیفیت
۲	۳-۱- مشتری و رضایت
۲	۴-۱- رضایت مشتری و مدیریت کیفیت فراگیر
۵	۵-۱- اندازه گیری رضایت مشتری
۵	۶-۱- سیستم اندازه گیری و مدیریت رضایت مشتری
۶	۷-۱- سطوح کیفیت و رضایت و ابزار اندازه گیری آنها
۷	۸-۱- رضایت مشتری در بخش عمومی
۸	۱-۸-۱- تعریف مشتری در بخش عمومی
۹	۲-۸-۱- ویژگی های خدمات
۹	۳-۸-۱- عوامل تعیین کننده کیفیت خدمات
	فصل دوم
	مبانی سیستم مدیریت نظرات مشتریان
۱۱	۱-۲- مقدمه
۱۲	۲-۲- تعاریف
۱۲	۳-۲- ویژگی های لازم برای سیستم مدیریت نظرات مشتریان
۱۳	۴-۲- عملیات سیستم
۱۳	۱-۴-۲- ارتباط
۱۴	۲-۴-۲- دریافت نظر
۱۴	۳-۴-۲- ردیابی نظر
۱۴	۴-۴-۲- تأیید دریافت نظر
۱۴	۵-۴-۲- ارزیابی اولیه نظر
۱۵	۶-۴-۲- بررسی نظرات
۱۵	۷-۴-۲- پاسخ به نظرات
۱۵	۸-۴-۲- بیان تصمیم ها
۱۵	۹-۴-۲- خاتمه نظر
۱۵	۱۰-۴-۲- جمع آوری اطلاعات
۱۶	۵-۲- آنچه که نظر دهنده باید بداند
۱۶	۶-۲- روش های تبلیغ سیستم
۱۷	۷-۲- تمرکز در اجرای سیستم

فصل سوم	مشخصات کلی سیستم مدیریت رضایت مشتریان در مرکز اطلاعات و مدارک	
۱-۳-	مقدمه	۱۸
۲-۳-	هدف سیستم	۱۸
۳-۳-	نتایج حاصل از اجرای سیستم	۱۸
۴-۳-	فرایندهای سیستم و ارتباط آنها با یکدیگر	۱۹
۵-۳-	مشتریان مرکز	۲۰
۱-۵-۳-	مشتریان خارجی	۲۰
۲-۵-۳-	مشتریان داخلی	۲۰
۶-۳-	خدمات و محصولات مرکز	۲۰
۷-۳-	واحد گرداننده سیستم	۲۰
۸-۳-	نرم افزار و سخت افزار کامپیوتری	۲۰
۱-۸-۳-	نرم افزار	۲۰
۲-۸-۳-	سخت افزار	۲۱
۹-۳-	شرح فرایندهای سیستم	۲۱
۱-۹-۳-	جمع آوری اطلاعات	۲۱
۲-۹-۳-	پردازش و تحلیل اطلاعات	۲۱
۳-۹-۳-	توزیع اطلاعات	۲۱
۴-۹-۳-	تصمیم گیری	۲۱
۵-۹-۳-	گزارش	۲۱

فصل چهارم	سیستم مدیریت رضایت مشتریان: اهداف، سیاست ها، ساختار و فرایند	
۱-۴-	هدف	۲۳
۲-۴-	سیاست ها	۲۳
۱-۲-۴-	سیاست های اظهار نظر	۲۳
۲-۲-۴-	سیاست های بررسی نظرات	۲۴
۳-۲-۴-	سیاست های پاسخ به نظرات	۲۴
۳-۴-	ساختار	۲۴
۱-۳-۴-	گرداننده یا مسئول سیستم	۲۴
۲-۳-۴-	کمیته پاسخگویی به نظرات مشتریان	۲۵
۳-۳-۴-	اعضاء کمیته پاسخگویی به نظرات مشتریان	۲۵
۴-۴-	فرایند	۲۵

	فصل پنجم	طراحی فیزیکی سیستم مدیریت رضایت مشتریان
۲۸		نمودار جریان عملیات
۳۷		مشخصات صفحات وب
۵۴		سطوح دسترسی
۵۵		گزارش‌ها
		پیوست‌ها
۶۱	پیوست الف	مراجع
۶۲	پیوست ب	راهنمای راهبر

فصل اول

رضایت مشتری

۱-۱- مقدمه

هر سازمان جدای از هدف پدیدآورندگان آن با مأموریت کلی تأمین برخی از نیازهای بعضی از اقشار جامعه ایجاد می‌شود. اگر سازمان نتواند مأموریت خود را در حد قابل قبول مورد نظر نیازمندان به آن انجام دهد، هدف پدیدآورندگان آن نیز تأمین نمی‌شود و از سوی آنان ترجیهی برای بقا و ادامه کار سازمان باقی نمی‌ماند و سازمان ناگزیر تعطیل می‌شود. چنین قاعده‌ای در محیط کسب و کار و رقابتی بیشتر اتفاق می‌افتد. در محیط‌های غیرکسب و کار و رقابت اگر سرانجام، تعطیلی سازمان نباشد پیامدهای منفی اجتماعی مستقیم و غیرمستقیم در سطح جامعه خواهد داشت. بنابراین توجه به حد قابل قبول مورد نظر نیازمندان سازمان از سوی پدیدآورندگان و گردانندگان آن از اهمیت بالایی برخوردار است. به چنین امری در حوزه‌های علمی مربوطه «رضایت مشتری»^۱ گفته می‌شود. دلیل منطقی رضایت مشتری همان چیزی است که در بالا اشاره شد. در این فصل مفاهیم کلی رضایت مشتری شرح داده می‌شود.

۱-۲- رضایت و کیفیت

سازمان اروپایی کنترل کیفیت و انجمن آمریکایی کنترل کیفیت، کیفیت را چنین تعریف می‌کنند: مجموع ویژگی‌های یک محصول یا خدمت که توانایی ارضاء نیازهای مفروض را دارند (مورگان و مورگاتروید ۱۹۹۵، ۸). گوتچ و دیویس (۱۹۹۵، ۳) کیفیت را چنین تعریف می‌کنند:

^۱ customer satisfaction

کیفیت وضعیتی پویا مربوط به محصولات، خدمات، افراد، فرایندها و محیطی است که انتظارات جاری را پاسخ می‌دهد یا علاوه بر آن، امکانات بیشتری فراهم می‌آورد.

بنابراین کیفیت وضعیتی است که موجب ایجاد رضایت می‌شود. اما کیفیت وضعیتی پویاست و در زمان‌های مختلف و شرایط متفاوت تغییر می‌کند. در نتیجه وجود رضایت نیز متغیر خواهد بود.

۱-۳- مشتری و رضایت

مشتری براساس تعریف ابتدایی آن به کسانی گفته می‌شود که از خدمات و محصولات سازمان استفاده می‌کنند. از آنجایی که رضایت مشتری طی چندین دهه گذشته به دلیل اهمیت و مزیت رقابتی مورد توجه سازمان بوده، مستقل از بحث کیفیت به آن پرداخته شده است. بر این اساس میزان رضایت مشتری با استفاده از روش‌های مختلف در سازمانها اندازه‌گیری می‌شد. اما از زمانی که مبحث کیفیت فراگیر بروز کرد، رضایت مشتری به شکل جدی‌تر مورد توجه قرار گرفت و در چارچوب مبانی کیفیت فراگیر جایگاه خاصی پیدا کرد بطوری که هر جا سخن از کیفیت فراگیر باشد رضایت مشتری یکی از اجزای مهم آن شمرده می‌شود اگر چه رضایت مشتری بدون نگرش کیفیت فراگیر نیز قابل ملاحظه و پرداختن است.

۱-۴- رضایت مشتری و مدیریت کیفیت فراگیر

دفتر مدیریت و بودجه آمریکا مدیریت کیفیت فراگیر را چنین تعریف می‌کند؛ یک رویکرد فراگیر سازمانی برای تأمین نیازها و انتظارات مشتری که تمام مدیران و کارکنان را در استفاده از روشهای کمی برای بهبود مستمر فرایندها، محصولات و خدمات سازمان مشارکت می‌دهد (مورگان و مدرگاترید ۱۹۹۵، ۷). وزارت دفاع آمریکا مدیریت کیفیت فراگیر را چنین تعریف می‌کند: مدیریت کیفیت فراگیر شامل فعالیتهای بهبود مستمر است که هرکس داخل سازمان اعم از مدیران و کارگران را در تلاشی فراگیر و یکپارچه برای بهبود عملکرد در هر سطح دخالت می‌دهد. این عملکرد بهبود یافته معطوف به اهداف بین بخشی مانند کیفیت، هزینه، زمانبندی و نیازهای آمده در مأموریت است. مدیریت کیفیت فراگیر فنون اساسی مدیریت، تلاش‌های موجود برای بهبود و ابزار فنی را تحت یک رویکرد منضبط که متمرکز بر بهبود مستمر فرایند است گرد می‌آورد. این فعالیت‌ها در نهایت متمرکز بر افزایش رضایت مشتریان و کاربران است (گوته و دیویس ۱۹۹۵، ۱۳).

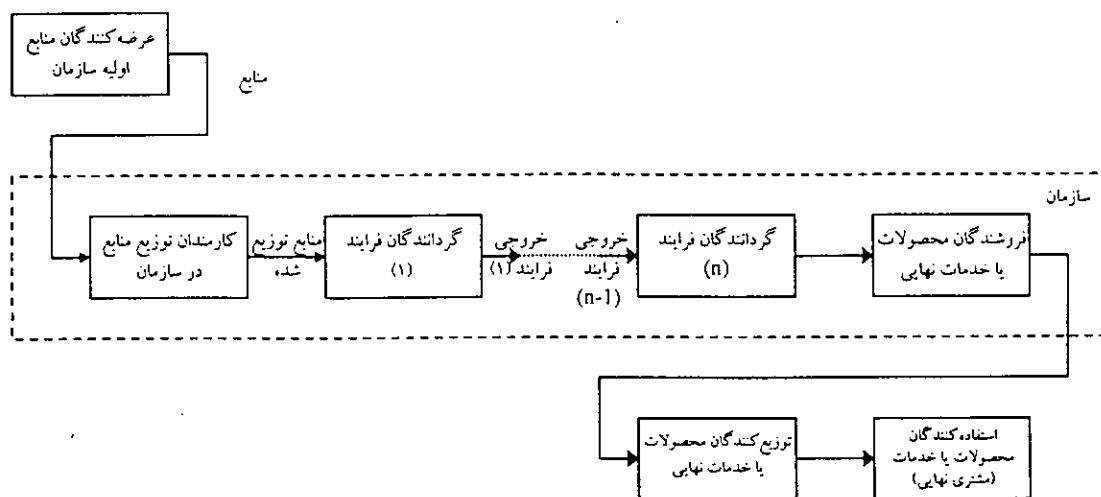
در این تعاریف به چند نکته مهم اشاره شده است؛ چستی کیفیت فراگیر، چگونگی کیفیت فراگیر، فراگیر بودن و تعریف جدید مشتری. کیفیت فراگیر چیست؟ کیفیت فراگیر رویکردی در انجام امور سازمان است که تلاش می‌کند رقابت‌جویی سازمان را از طریق بهبود مستمر کیفیت محصولات، خدمات، افراد، فرایندها و محیط آن افزایش دهد. کیفیت فراگیر چگونه حاصل می‌شود؟ رویکرد کیفیت فراگیر دارای مشخصه‌ها و ابعاد زیر است:

- (۱) تمرکز بر مشتری
- (۲) کیفیت به عنوان مشغله ذهنی سازمان
- (۳) روش علمی برای تصمیم‌گیری و حل مسئله
- (۴) تعهد بلند مدت
- (۵) کار تیمی
- (۶) بهبود مستمر فرایند
- (۷) آموزش و پرورش
- (۸) آزادی از طریق کیفیت
- (۹) وحدت مقصود
- (۱۰) مشارکت کارکنان و اختیار دادن به آنها

فراگیر بودن در کیفیت فراگیر نشانگر این است که به کیفیت در وسیع‌ترین شکل یا چیزی که به «کاف بزرگ»^۱ مشهور شده است توجه می‌شود. در این معنا از کیفیت، تمام محصولات، خدمات، افراد، فرایندها و محیط‌های سازمان مورد نظر قرار می‌گیرند (گوتچ و دیویس ۱۹۹۵، ۱۴).

در فلسفه و کاربرد مدیریت کیفیت فراگیر مفهوم مشتری تعمیم داده شده است به گونه‌ای که تمام مشتریان خارج سازمان و تمام اعضای سازمان را شامل می‌شود. در واقع دو نوع مشتری وجود دارد: مشتری خارجی و مشتری داخلی. مشتری خارجی در خارج از سازمان است و محصولات یا خدمات را می‌خرد یا عرضه آنها را مورد حمایت قرار می‌دهد. هر وظیفه سازمانی اعم از مهندسی، کارشناسی، خدماتی یا مدیریتی دارای مشتری داخلی است که از نتایج آن وظایف استفاده کرده و خروجی‌های کار خود را به دیگر مشتریان داخلی عرضه می‌کند. بدین ترتیب زنجیره‌ای از مشتریان (جانسون و گوستافسون ۲۰۰۰، ۳۳) وجود دارد که از عرضه‌کننده منابع اولیه سازمان شروع و به مشتری نهایی ختم می‌شود (شکل صفحه بعد).

^۱ the Big Q



بنابراین تمام کارمندان سازمان، همزمان عرضه کننده، گرداننده فرایند و مشتری هستند (مورگان و مورگاتروید ۱۹۹۵، ۲۱).

رضایت مشتری اساس کیفیت فراگیر است. تبدیل شدن به یک سازمان دارای کیفیت فراگیر بدون درک و کاربرد مفاهیم زیر غیرممکن است:

(۱) مشتریان برای تمام سازمانها، چه عمومی و چه خصوصی، ضروری هستند. اگر مشتری وجود ندارد دلیلی برای وجود سازمان نیست.

(۲) مشتریان راضی نه تنها باعث رونق کار سازمان می شوند بلکه ابزار و اهرم مثبت قدرتمندی برای تبلیغ سازمان هستند.

(۳) مشتریان ناراضی نه تنها به رقبا امکان رقابت بیشتر می دهند بلکه ابزاری برای تبلیغ منفی بر علیه سازمان خواهند بود.

(۴) حتی برای سازمان هایی که در محیط رقابت محدود قرار دارند، مشتریان ناراضی بالاخره راه های جایگزین برای دریافت محصولات و خدمات مورد نیاز خود را پیدا می کنند.

(۵) مشتریان و تنها مشتریان می توانند در خصوص کیفیت و ارزش محصولات و خدمات سازمان قضاوت نهایی کنند.

(۶) رضایت مشتریان داخلی به اندازه مشتریان خارجی با اهمیت است.

(۷) وقتی سازمانی اهداف اصلی خود را فهرست می کند، رضایت کلی مشتریان باید در صدر فهرست قرار گیرد.

رضایت مشتری یکی از اصلی‌ترین اجزای کیفیت فراگیر است، اما به عنوان یک مفهوم قدمت بیشتری نسبت به جنبش کیفیت فراگیر دارد. وقتی کیفیت فراگیر تکامل یافت، روشن شد که تنها با اولویت قرار دادن مشتری است که سازمان می‌تواند برای تبدیل شدن به یک سازمان موفق در صحنه بین‌المللی آماده انجام تغییرات موردنیاز شود. اولویت قراردادن مشتری نوعی کاتالیزور همیشگی برای بهبود سازمان است (گوتچ و دیویس ۱۹۹۵، ۱۶۹-۱۷۱).

مشتری راننده و راهنمای کیفیت فراگیر است. مشتریان خارجی کیفیت محصولات و خدمات ارائه شده را تعیین و تعریف می‌کنند. مشتریان داخلی به تعریف کیفیت افراد، فرایندها و محیطهای مربوط به تولید محصولات و خدمات کمک می‌کنند.

۱-۵- اندازه‌گیری رضایت مشتری

اهمیت رضایت مشتری در بندهای قبلی روشن شد. رضایت مشتری به کیفیت فراگیر جهت می‌دهد اما یافتن جهت مورد نظر باید از طریق اندازه‌گیری رضایت مشتری تعیین شود. اگر میزان رضایت مشتری اندازه‌گیری نشود نمی‌توان کیفیت فراگیر و رضایت مشتری را مدیریت کرد (کسلر ۱۹۹۶، ۳-۴). خیلی از سازمانها تنها احساسی شهودی از سطح رضایت مشتری ارائه می‌دهند. برای آگاهی واقعی از موقعیت سازمان از نظر رضایت مشتری باید تلاش‌های خاصی صورت گیرد که اطلاعات مستقیماً از مشتریان دریافت شود.

برای اندازه‌گیری میزان موفقیت یا شکست یک تغییر، نقطه آغازین و راه‌انداز تغییر باید به خوبی شناخته شود. بنابراین قبل از هر تغییری، سازمان باید رضایت مشتری در حوزه آن تغییر را اندازه‌گیری کند. این اندازه‌گیری اولیه رضایت مشتری، اساسی ارائه می‌دهد که بهبود یا بدتر شدن شرایط پس از انجام تغییر را می‌توان نسبت به آن اساس به صورت معتبر اندازه‌گیری کرد.

۱-۶- سیستم اندازه‌گیری و مدیریت رضایت مشتری

توجه به اهمیت رضایت مشتری و حتی یک قدم جلوتر، اندازه‌گیری میزان آن کافی نیست. چرا که این اقدامات، گام آغازین در ایجاد رضایت مشتری و استفاده از اطلاعات آنان است. اطلاعات بدست آمده از اندازه‌گیری باید پردازش شوند و در اختیار افراد مرتبط در داخل سازمان قرار گیرند و اقدامات لازم برای حفظ، بهبود یا نوآوری در خدمات و محصولات براساس اطلاعات پردازش شده انجام شود. برای دریافت بازخورد از مشتریان در خصوص اقدامات انجام شده با آنها ارتباط برقرار شود و دوباره رضایت آنها اندازه‌گیری شود.

بنابراین موضوع رضایت مشتری و امور مربوط به آن تکرارپذیر است و شامل اجزایی است که باید ارتباط تعریف شده و روشن بین آنها برقرار شود تا هدف رضایت مشتری حاصل شود. سیستم اندازه‌گیری و مدیریت رضایت مشتری یک سیستم عملیاتی و اطلاعاتی برای تامین این نیازهاست.

۱-۷- سطوح کیفیت و رضایت و ابزار اندازه‌گیری آنها (کسلر ۱۹۹۶، ۵۹-۶۱)

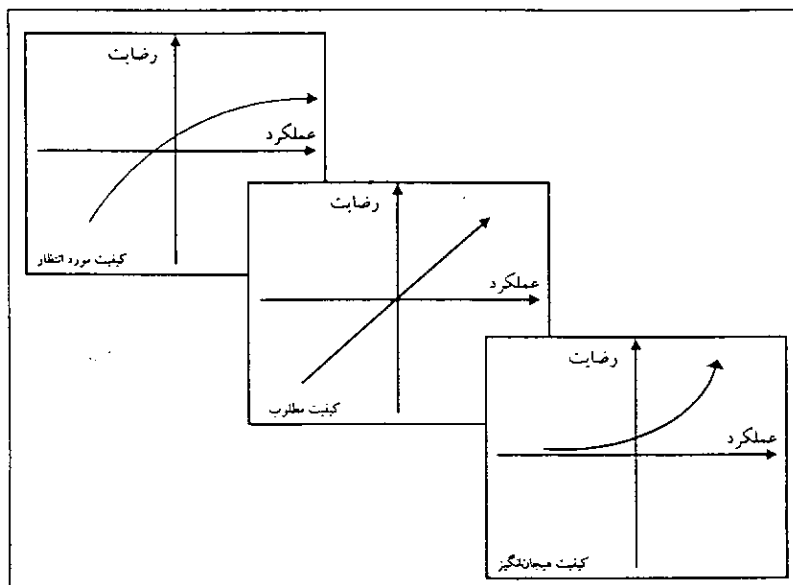
نوری‌اکی کانو^۱ رضایت مشتری را در سه سطح کیفیت توصیف می‌کند: کیفیت مورد انتظار^۲، کیفیت مطلوب^۳ و کیفیت هیجان‌انگیز^۴. کیفیت مورد انتظار دارای حد بالایی است و ارائه بیش از حد آن باعث افزایش رضایت نمی‌گردد و حتی ممکن است رضایت را کاهش دهد. به عنوان مثال تعداد ایستگاههای بین مبدأ و مقصد یک مسیر اتوبوس شهری در حد معقول موجب رضایت عمومی شهروندان استفاده‌کننده از آن مسیر می‌شود و تعداد زیادی ایستگاه موجب طولانی شدن زمان مسافرت، خستگی و در کل ناراضی می‌شود. اما هر چه مدت زمان انتظار مسافران در ایستگاه کمتر شود مسافران راضی‌تر خواهند بود. مدت زمان انتظار در ایستگاه جزو کیفیت مطلوب است. کیفیت هیجان‌انگیز مربوط به مواردی است که مشتری انتظار آن ویژگی از کیفیت در ارائه خدمات و محصولات را ندارد. به عنوان مثال در روزهای گرم مسافران اتوبوس شهری با شربت آب پرتقال خنک پذیرایی شوند. مسافران چنین انتظاری از اتوبوس شهری ندارند. البته کیفیت هیجان‌انگیز بعد از مدتی تبدیل به کیفیت مورد انتظار می‌شود. به عنوان مثال پذیرایی در هواپیما زمانی یک خدمت خارق‌العاده بوده است. شکل زیر این سطوح را نمایش می‌دهد:

^۱ Noriaki Kano

^۲ expected quality

^۳ desired quality

^۴ excited quality



اندازه‌گیری و مدیریت رضایت مشتری در هر یک از این سطوح، ابزار خاص خود را دارد. ابزار کیفیت مورد انتظار و مطلوب واکنش‌پذیر هستند. این ابزار نشانگر مواردی هستند که مورد نظر مشتری است. ابزار کیفیت هیجان انگیز واکنش‌زا هستند. این ابزار برای القاء رضایت مشتری، و نه برای اندازه‌گیری رضایت، به کار گرفته می‌شوند.

معمول‌ترین ابزار کیفیت مورد انتظار و مطلوب، به ترتیب سیستم‌های مدیریت نظرات مشتریان^۱ و پیمایش‌های رضایت مشتری^۲ (از طریق پرسشنامه) هستند. سیستم‌های مدیریت نظرات مشتریان یک سیستم عملیاتی - اطلاعاتی^۳ برای دریافت شکایات، نظرات، پیشنهادات، انتقادات و انتظارات مشتریان، بررسی آنها، رفع کاستی‌ها و نارسایی‌ها و آگاه ساختن مشتری از آن است. پیمایش‌های رضایت مشتری شامل پرسشنامه‌ای برای پرسش از یک نمونه انتخابی از مشتریان، جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه، تحلیل و نتیجه‌گیری در مورد میزان رضایت نسبت به استانداردهای ارائه خدمات و محصولات است.

۸-۱- رضایت مشتری در بخش عمومی

مشتری و رضایت آن در بخش عمومی متفاوت از بخش خصوصی است و مشکلات خاص خود را دارد. آنچه که در متون مربوط به رضایت مشتری آمده است بیشتر معطوف به بخش خصوصی است و ملاحظات بخش عمومی در آن لحاظ نشده است. در این بخش به برخی از

^۱ Complaint Handling System

^۲ Customer Satisfaction System

^۳ TPS (Transaction Processing System)

ملاحظات و مشکلات رضایت مشتری در بخش عمومی که مورگان و مورگاتروید (۱۹۹۵، ۱۰-۱۲، ۵۴، ۱۸۳-۱۸۴) به آنها اشاره کرده‌اند، پرداخته می‌شود.

۱-۸-۱- تعریف مشتری در بخش عمومی

یک مشکل خاص در بخش عمومی برای پرداختن به رضایت مشتری، تعریف مشتری است. برای روشن شدن طبیعت این مشکل، به پنج مثال واقعی زیر توجه کنید:

(۱) معاون وزیر بهداشت در یکی از دولت‌های محلی در شرق کانادا گفت که مشتری نهایی او وزیر بهداشت است؛ اگر او راضی نباشد، آنگاه تمام دیگر مشتریان در درجه دوم اهمیت قرار می‌گیرند.

(۲) یک سیاستگذار ارشد در امور آموزش در بریتانیا اعتقاد داشت که مشتریان او بچه‌هایی هستند که هنوز متولد نشده‌اند.

(۳) کارمندی در یک مرکز بهداشتی در انگلستان مشتریان را تأمین‌کنندگان بودجه آن مرکز می‌دانست و نه بیماران، چرا که تأمین‌کنندگان بودجه بودند که تعیین می‌کردند چه بیمارانی با چه تعرفه‌ای پذیرفته شوند و منابع و بودجه چگونه تخصیص یابند.

(۴) یک مدیر شهر در یکی از شهرهای بزرگ آمریکا می‌گفت که مشتریان کلیدی او سه دسته هستند: الف) شهردار و اعضای انجمن شهر، ب) وزیر ایالتی امور شهری و (پ) حسابرس‌ها. اگر این سه دسته از مشتری راضی باشند او می‌تواند انعکاس رسانه‌های گروهی را کنترل کند و از آن طریق امور عمومی را اداره کند.

(۵) یک رئیس دانشکده در یکی از دانشگاه‌های مهم اروپا می‌گفت که برای یک لحظه فرض کنید که دانشجویان مشتریان ما هستند، آنگاه معنی این فرض، این خواهد بود که باید تلاش کنیم که نیازهای آنها را، آنطور که آنها می‌فهمند، تأمین کنیم صرفنظر از این واقعیت که نیازهای آنها را ما بهتر می‌دانیم.

این مجموعه از اظهارات این نتیجه را دربردارد که تمرکز بر مشتری در بخش عمومی می‌تواند ابهام‌آمیز یا خیلی محدود باشد اگرچه از نظر سیاسی - اجتماعی معقول است. در هر یک از موارد فوق، معنای اصلی این است که درآمد و بقای سازمان ضرورتاً وابسته به ارضاء نیازهای مخاطبان کلیدی نیست. در حالی که فهرست مشتریان سازمان‌های عمومی و خصوصی شبیه به یکدیگر است اما آنچه متفاوت است نفوذ و قدرتی است که توسط نمایندگان این مشتریان اعمال می‌شود. تحلیل مدیر شهر از مثال‌های فوق احتمالاً صحیح است؛ اگر او شهردار و اعضای انجمن شهر و رسانه‌های گروهی را راضی نگاه دارد آنگاه ارائه خدمات به روند خود ادامه خواهد داد و

مختل نخواهد شد. در بخش خصوصی، اگر مشتریان خرید خدمات و محصولات از یک سازمان را متوقف کنند تمام مشتریان دیگر اهمیتی نخواهند داشت.

در واقع موقعیت انحصاری سنتی بخش عمومی باعث برتری اولویت‌های سلسله مراتبی نسبت به مشتری نهایی (شهروند متقاضی حمایت و خدمات از سازمان‌های عمومی) شده است.

۱-۸-۲- ویژگی‌های خدمات

در بحث کیفیت خدمات باید به سه ویژگی خدمات توجه کرد: ناملموس بودن^۱، ناهمگنی^۲، و تفکیک‌ناپذیری^۳. خدمات غیرملموس هستند زیرا آنها به جای یک شی، عملکرد هستند؛ بیشتر خدمات را نمی‌توان شمرد، اندازه‌گیری کرد، ذخیره کرد، یا پیش از ارائه به منظور تضمین کیفیت، آزمایش کرد. برداشت اصلی از ناملموس بودن خدمات این است که به طور کلی نمی‌توان خدمت را ذخیره کرد و بنابراین کنترل کیفیت نهایی مانند آنچه در بخش‌های تولیدی انجام می‌شود در این جا کاربرد ندارد.

خدمات، مشتریانی دارند که نیازهای نامتجانس دارند. مصرف‌کنندگان یک خدمت همه دارای اولویت یکسان نیستند. در یک کلاس درس نیازهای آموزشی خاص هر یک از دانش‌آموزان متفاوت است؛ بعضی دارای استعداد ریاضی بالاتر هستند یا باهوش‌تر از بقیه هستند. خدمات دارای ویژگی تفکیک‌ناپذیری هستند یعنی اینکه تولید و مصرف خدمات جدای از هم نیستند به گونه‌ای که در بخش‌های تولیدی صورت می‌پذیرد. در صنعت خدمات، کیفیت محصول پردازش مهندسی نمی‌شود تا پس از آن به مشتری ارائه شود. بلکه به کیفیت حین ارائه خدمت، معمولاً هنگام تعامل ارباب رجوع و ارائه‌کنندگان خدمت، اتفاق می‌افتد. در این شرایط، اقلام ورودی به خدمت از سوی مشتری، نقش مهمی در کیفیت خدمت دارد. علاوه بر این، در خیلی از خدمات مشتری دوست دارد در تولید خدمت مشارکت داشته باشد. این مورد در خدمت بهداشتی، آموزشی و اجتماعی که بین مشتریان و افراد حرفه‌ای و تخصصی اتفاق می‌افتد بیشتر صادق است.

۱-۸-۳- عوامل تعیین‌کننده کیفیت خدمات

با توجه به ویژگی‌های خدمات، طبیعت ارزیابی کیفیت خدمات نیز متفاوت خواهد بود. قضاوت در مورد کیفیت خدمات مشتق از مقایسه انتظارات مشتری و برداشت آنها از کیفیت واقعی

¹ intangibility

² heterogeneity

³ inseparability

خدمات است. هم چنین علاوه بر نتایج خدمت ارائه شده، فرایند ارائه خدمت نیز در کیفیت خدمت تعیین کننده است. برخی از این عوامل عبارتند از:

- (۱) پایایی^۱ (مثال: ارائه خدمت در زمان تعیین شده)
- (۲) تفاهم^۲ (مثال: اشتیاق برای ارائه خدمت)
- (۳) توانایی^۳ (مثال: دارا بودن مهارتها و دانش لازم برای ارائه خدمت)
- (۴) دسترسی^۴ (مثال: دسترسی پذیری و سهولت برقراری ارتباط با سازمان ارائه کننده خدمت)
- (۵) ادب و احترام^۵ (مثال: مؤدب بودن، احترام گذاشتن و رفتار دوستانه هنگام ارتباط با مشتری)
- (۶) ارتباط^۶ (مثال: اطلاع رسانی به مشتریان به زبانی که می فهمند و هم چنین شنیدن خواست آنها؛ توضیح نوع خدمت، گزینه ها و هزینه های آن؛ تضمین به مشتری برای برطرف کردن مشکلات احتمالی)
- (۷) صداقت^۷ (مثال: راستگویی در ارتباطات)
- (۸) امنیت^۸ (مثال: خالی از خطر، ریسک یا ابهام)
- (۹) درک و شناخت مشتری^۹ (مثال: تلاش در شناخت نیازهای مشتری بوسیله توجه به تک تک آنها)
- (۱۰) صورت ظاهر و نحوه ارائه^{۱۰} (مثال: امکانات فیزیکی، ظاهر نیروی انسانی خدمت دهنده، ابزار یا تجهیزات مورد استفاده)

¹ reliability
² responsiveness
³ competence
⁴ access
⁵ courtesy
⁶ communication
⁷ credibility
⁸ security
⁹ understanding/knowing the customer
¹⁰ appearance/presentation

فصل دوم

مبانی سیستم مدیریت نظرات مشتریان

۲-۱- مقدمه

«سیستم مدیریت نظرات مشتریان» عبارتی است که در اینجا به عنوان جایگزینی برای «سیستم اداره شکایات» یا «مدیریت شکایات مشتریان» بکار می‌رود. در این دو عبارت شکایت به معنی اظهار نارضایتی از خدمات و محصولات یک سازمان (از سوی یک فرد، یا سازمان دیگر) که به دنبال آن، پاسخ یا بر طرف نمودن آن نارضایتی صراحتاً یا به طور ضمنی مورد انتظار باشد. البته دهنام (۱۹۹۸) استفاده از کلماتی چون «توجه»، «نظر» و «پیشنهاد» را به صورت ترکیبی و توأم با کلمه «شکایت» ارزشمند می‌داند. این تعمیم از دو جهت قابل ملاحظه است، یکی اینکه با این طیف از عبارات، علاوه بر شکایت مشتریان می‌توانیم از تصور و طرز تلقی آنها از سازمان در قالب توجه، نظر، و پیشنهاد آگاه شویم و دیگر اینکه در بعضی موارد مشتری به صورت مستقیم شکایت نمی‌کند بلکه آن را در قالب یک نظر، پرسش یا انتظار بیان می‌دارد.

با این توضیح، در اینجا به جای کلمه «شکایت» از کلمه «نظر» استفاده می‌کنیم و آن را چنین تعریف می‌کنیم: هرگونه عبارت کتبی یا شفاهی متضمن شکایت، انتقاد، انتظار، پیشنهاد، تشکر و تشویق، و پرسش در مورد خدمات و محصولات، افراد، فرایندها برنامه‌ها، اهداف و سیاست‌ها و محیط درونی و بیرونی سازمان که از سوی مشتریان خارجی و داخلی نوشته یا گفته می‌شود.

محرمانه بودن: اطلاعات مربوط به شخص نظردهنده باید تنها برای مقاصد بررسی نظر مربوطه در سازمان و ارتباط با نظردهنده استفاده شود و همواره از فاش شدن محافظت شوند مگر اینکه نظر دهنده صراحتاً اجازه داده باشد.

رویکرد مشتری - مدار: سازمان مجری سیستم مدیریت نظرات مشتریان باید خود را با رویکرد مشتری مدار تطبیق دهد، پذیرای بازخورد از جمله نظرات مشتریان باشد و از طریق اعمالش تعهد توجه و بررسی نظرات را نشان دهد.

مسئولیت و پاسخگویی: سازمان باید تضمین دهد که پاسخگویی و گزارش مربوط به اقدامات و تصمیم‌ها مربوط به مدیریت نظرات به روشنی تعیین و رسمیت پیدا کرده باشند.

تعهد: سازمان باید برای استقرار سیستم مدیریت نظرات مشتریان فعالانه از خود تعهد نشان دهد. مخصوصاً مهم است که این تعهد توسط مدیریت عالی سازمان نمایش و ترویج داده شود. هم‌چنین باید در بیانیه‌های سیاست و رویه‌های سیستم اشاره شود.

سیاست: مدیریت عالی باید سیاست منحصر به مدیریت نظرات مشتریان را وضع کند. این سیاست باید در دسترس همه نظردهندگان و افراد سازمان قرار گیرد. سیاست وضع شده باید با رویه‌ها و اهداف هر یک از وظایف سیستم و نقش کارکنان سازمان در آن پشتیبانی شود. در تنظیم سیاست و اهداف سیستم، موارد زیر باید مد نظر قرار گیرند:

- (۱) هر گونه ضرورت قانونی مرتبط
- (۲) نیازمندی‌های مالی، عملیاتی و سازمانی
- (۳) مشخصات محتوای اظهارنظرها
- (۴) نحوه دسترسی به اطلاعات نظرها و سطح دسترسی.
- (۵) نحوه نمایش اطلاعات و آگاهی رسانی.

۲-۴- عملیات سیستم

۲-۴-۱- ارتباط

اطلاعات مربوط به فرایندهای سیستم در قالب‌های مناسب مانند بروشورها، جزوه‌ها باید در اختیار نظردهندگان قرار گیرند. این اطلاعات باید شامل موارد زیر باشد:

- (۱) کجا می‌توان اظهارنظر کرد
- (۲) چگونه می‌توان اظهارنظر کرد
- (۳) اطلاعاتی که باید از سوی نظردهنده ارائه شود.
- (۴) فرایند بررسی، پیگیری و پاسخ به نظرات

- (۵) محدودیت‌های مربوط به مراحل مختلف در فرایند
(۶) چگونگی دریافت بازخورد از وضعیت نظر اظهار شده

۲-۴-۲- دریافت نظر

پس از دریافت نظر از سوی نظردهنده، نظر باید به همراه اطلاعات پشتیبان مانند کد تشخیص منحصر به فرد به روش مناسب ثبت شود. هم‌چنین باید پردازش اولیه‌ای روی نظر انجام شود و اطلاعات مورد نیاز برای مدیریت آن مشخص شود. این اطلاعات باشد شامل موارد زیر باشد.

- (۱) جزئیات مربوط به نظر
- (۲) راه‌حل مورد نیاز
- (۳) چیزی که درباره آن اظهار نظر شده است (خدمات و محصولات، افراد، فرایندها، ...)
- (۴) موعد پاسخ
- (۵) اطلاعات مرتبط با نظر مانند اطلاعات افراد مربوط در سازمان، واحدها، بخش‌ها و ...
- (۶) اقدام فوری مورد نیاز

۲-۴-۳- ردیابی نظر

هر نظر باید از مرحله دریافت اولیه تا زمانی که پاسخ داده می‌شود و تصمیمی در مورد آن اتخاذ می‌شود قابل ردیابی باشد. وضعیت روزآمد هر نظر باید بر اساس درخواست یا در فواصل زمانی مشخص، حداقل در مواعدهای تعیین شده برای هر یک از مراحل، در اختیار نظردهنده قرار گیرد.

۲-۴-۴- تأیید دریافت نظر

دریافت هر نظر باید فوراً به آگاهی نظر دهنده برسد (مثلاً تلفن یا پست الکترونیک).

۲-۴-۵- ارزیابی اولیه نظر

پس از دریافت نظر و پردازش اولیه روی اطلاعات و نوع نظر، هر نظر باید از بعد لحن آمده در نظر، استلزام امنیتی، پیچیدگی، تأثیر و اقدامات فوری و بالفعل و بالقوه مورد ارزیابی قرار گیرد.

۲-۴-۶- بررسی نظرات

باید هرگونه تلاش مورد نیاز برای مطالعه و بررسی شرایط و اطلاعات مربوط به نظر صورت پذیرد. سطح بررسی و مطالعه باید متناسب با جدیت و فوریت نظر باشد.

۲-۴-۷- پاسخ به نظرات

پس از یک بررسی مناسب، سازمان باید به نظر پاسخ دهد (به عنوان مثال قول یک اقدام اصلاحی). اگر معضل اشاره شده در نظر نمی تواند فوراً حل شود، باید به گونه ای در فرایند به آن پرداخته شود تا هر چه سریعتر برطرف شود.

۲-۴-۸- بیان تصمیم ها

تصمیم یا هرگونه اقدام اتخاذ شده در مورد نظر که مربوط به نظردهنده و یا کارکنان درگیر آن است باید هر چه سریعتر به آگاهی آنان برسد.

۲-۴-۹- خاتمه نظر

اگر نظردهنده، تصمیم یا اقدام پیشنهادی را می پذیرد آنگاه آن تصمیم یا اقدام باید انجام شود و نتایج آن ثبت شود. اگر نظردهنده قانع نشد آنگاه باید فرایند مربوط به آن نظر جاری باقی بماند. این نتیجه باید ثبت شود و نظردهنده از راه های جایگزین منابع در دسترس داخلی و خارجی آگاه شود.

۲-۴-۱۰- جمع آوری اطلاعات

سازمان باید عملکرد سیستم مدیریت نظرات مشتریان را ثبت کند. بدین منظور باید رویه هایی برای ثبت اطلاعات نظرات و پاسخ ها تدوین کند تا بتواند مدیریت لازم را انجام دهد در حالیکه اطلاعات شخصی نظردهندگان را محرمانه باقی نگاه دارد. از جمله اقدامات لازم برای جمع آوری اطلاعات می توان به موارد زیر اشاره کرد:

(۱) مشخص کردن مراحل برای تعیین، جمع آوری، طبقه بندی، نگهداری، ذخیره و مرتب

کردن رکوردها

(۲) ثبت اطلاعات مربوط به مدیریت نظرات

(۳) ثبت اطلاعات مربوط به نوع آموزش ها و دستورالعمل ها که هر یک از افراد درگیر در

سیستم دریافت کرده اند.

(۴) مشخص ساختن معیارهای پاسخ به درخواست های ارائه اطلاعات توسط یک نظردهنده

که می‌تواند شامل محدوده زمانی، نوع اطلاعات قابل ارائه و شکل و قالب ارائه باشد.

(۵) تعیین چگونگی و زمان ارائه داده‌های آمار غیرشخصی از نظرات که می‌توانند به اطلاع عمومی برسند.

روش جمع‌آوری اطلاعات نظرات باید یکسان بوده و تمام جزئیات لازم را در نظر بگیرد. روش ساده و عملی باشد و اطلاعات لازم و مفید را در اختیار قرار دهد. سطح جزئیات لازم باید توسط شما تعیین شود اما اقلام زیر پیشنهاد می‌شوند:

(۱) نام و آدرس (و در صورت نیاز شماره تلفن) نظردهنده.

(۲) تاریخ دریافت نظر (که از این طریق موعده پاسخ و دیگر شاخص‌های زمانی بر اساس آن محاسبه می‌شود).

(۳) جزئیات نظر

(۴) دسته‌بندی نظر در یکی از موضوعات از پیش تعریف شده

(۵) چه راه‌حلی مورد انتظار نظردهنده است.

(۶) اقدام فوری که باید روی نظر انجام شود.

۲-۵- آنچه که نظردهنده باید بداند

(۱) استانداردهای خدمات و محصولات: منظور استانداردهایی است که مشتریان می‌توانند از خدمات و محصولات سازمان انتظار داشته باشند و شرایطی که می‌توانند نسبت به عملکرد آنها شکایت کنند.

(۲) روش‌های اظهارنظر: آدرس‌ها، شماره تلفن‌ها، ...

(۳) چگونگی فرایند بررسی نظرات

(۴) موعده دریافت پاسخ‌ها: تأیید دریافت نظر، پاسخ کامل به نظردهنده، اطلاع از اینکه نمی‌توانید سر وقت پاسخ نظردهنده را بدهد.

(۵) افراد و واحدی که آماده شنیدن نظرات است.

۲-۶- روش‌های تبلیغ سیستم

(۱) بروشورها و پوسترها: بروشورها و پوسترها می‌توانند خیلی از جزئیات را به نظر دهندگان خصوصاً آنهایی که اولین بار از خدمات محصولات سازمان استفاده می‌کنند ارائه می‌دهند. فرم‌های اظهارنظر می‌تواند به همراه یا در قالب این بروشورها ارائه شود.

(۲) تبلیغ در نشریات، بولتن و روزنامه‌ها

- (۳) تبلیغات رادیویی و تلویزیونی و اینترنتی
- (۴) درج شماره تلفن‌ها در راهنمای تلفن
- (۵) استقرار غرفه‌هایی برای دریافت نظرها در واحدهای ارائه‌کننده خدمات
- (۶) ارائه فرم‌های اظهارنظر به همراه محصولات یا هنگام ارائه خدمات
- (۷) لوگوی ویژه اظهارنظر که در موارد فوق می‌تواند استفاده شود.

۲-۷- تمرکز در اجرای سیستم

سیستم را می‌توان به دو روش غیرمتمرکز و متمرکز اجرا کرد. در روش غیرمتمرکز هر واحد در سازمان نظرات را دریافت، بررسی و پاسخ می‌دهد. مزیت این روش این است که پاسخ‌دهی سرعت بیشتری خواهد داشت. اما در این روش حجم زیادی از اطلاعات مفید درباره نظرات یکجا گردآوری نمی‌شود تا نقاط ضعف، قوت و موارد بهبود تشخیص داده شوند.

سیستم مدیریت نظرات مشتریان را می‌توان از طریق یک واحد جدید (به عنوان مثال واحد دریافت نظرات) یا در قالب یکی از واحدهای موجود (به عنوان مثال روابط عمومی) یا از طریق یک فرد مسئول رسیدگی و پاسخگویی نظرات به صورت متمرکز اجرا نمود. این روش تضمین می‌دهد که با نظرات به صورت یکسال و سازگار برخورد می‌شود و اطلاعات نظرات در یک جا جمع‌آوری می‌شود. اما این روش از میزان اشتیاق واحدها برای پاسخگویی می‌کاهد.

ایده آل ترکیبی از دو روش متمرکز و نیمه متمرکز است. نظرات به صورت متمرکز دریافت می‌شود اما پاسخ نظرات را واحدهای مربوطه ارائه می‌دهند و از طریق واحد متمرکز به اطلاع نظردهندگان می‌رسد.

فصل سوم

مشخصات کلی سیستم مدیریت

رضایت مشتریان در مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران

۳-۱- مقدمه

سیستم اندازه‌گیری و مدیریت رضایت مشتریان مرکز، سیستمی شامل روبه‌ها و نرم‌افزار کامپیوتری در محیط وب است که به صورت دوره‌ای و موردی اطلاعات میزان رضایت مشتریان داخلی و خارجی مرکز را جمع‌آوری و تحلیل کرده و آنها را در اختیار تصمیم‌گیرندگان کلیدی مرکز برای اتخاذ تصمیم‌ها و اقدامات قرار می‌دهد و سپس به صورت دوره‌ای نتایج میزان رضایت و تصمیم‌ها و اقدامات انجام شده را به روش‌های مناسب به آگاهی مشتریان می‌رساند.

۳-۲- هدف سیستم

اندازه‌گیری رضایت مشتریان و اطلاع‌رسانی نتایج آن برای اتخاذ تصمیم‌ها و انجام اقدامات مورد نیاز

۳-۳- نتایج حاصل از اجرای سیستم

- (۱) اطلاع از میزان رضایت مشتریان خارجی
- (۲) اطلاع از میزان رضایت مشتریان داخلی
- (۳) ایجاد مبنایی رسمی برای پرداختن به افزایش رضایت مشتریان
- (۴) آگاهی افراد و واحدهای مرکز از عملکرد کلی خود

(۵) فراهم آمدن بستری برای ارائه شکایات، نظرات، پیشنهادات و انتقادات در خصوص عملکرد مرکز

(۶) ایجاد ارتباط مناسب با مشتریان

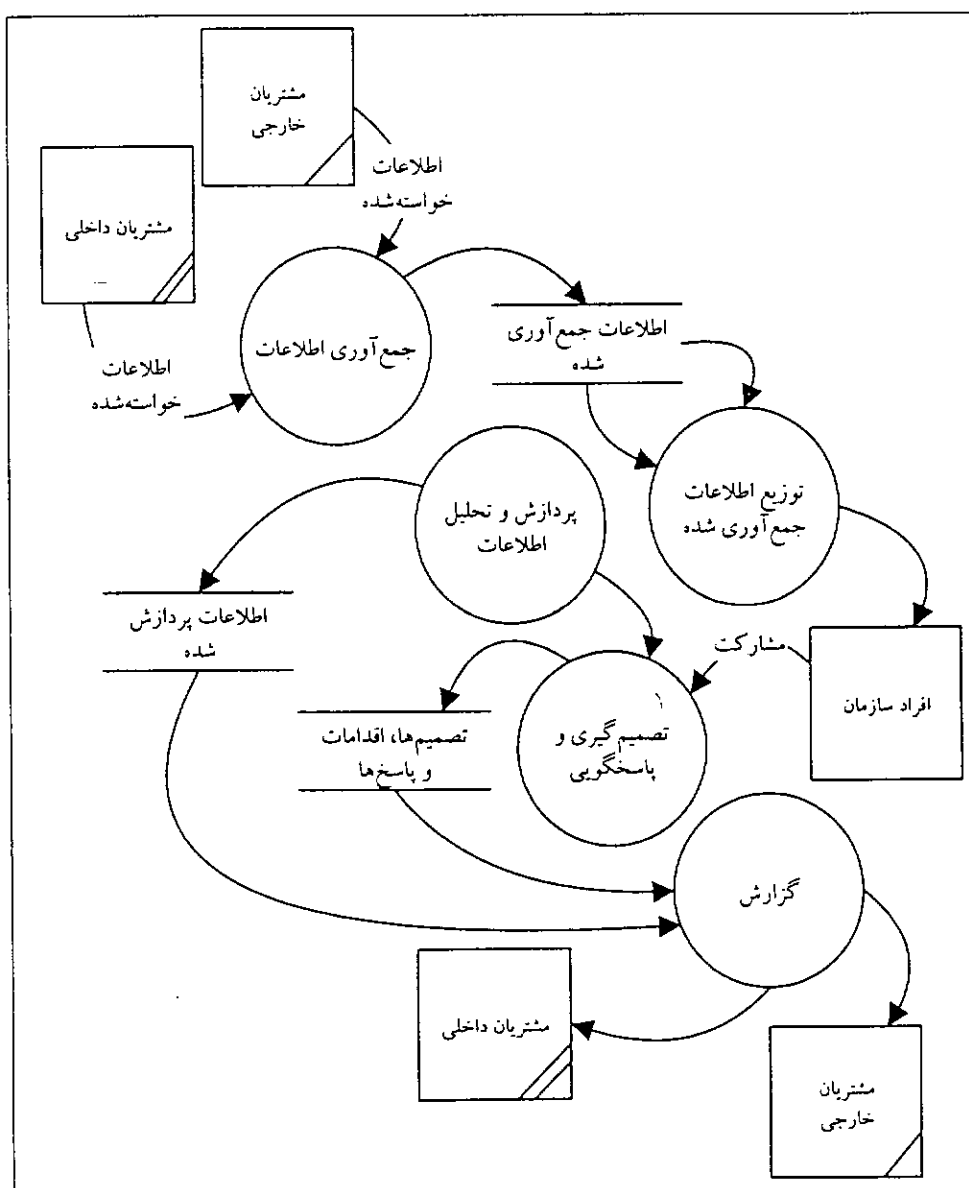
(۷) افزایش کیفیت محصولات، خدمات، افراد، فرایندها و محیط‌های مرکز

(۸) افزایش میزان رضایت مشتریان

(۹) ایجاد مبنا و نقطه شروع مناسبی برای مدیریت کیفیت فراگیر

۳-۴- فرایندهای سیستم و ارتباط با آنها با یکدیگر

نمودار جریان داده‌های زیر فرایندهای سیستم و ارتباطات آنها را نمایش می‌دهد:



۳-۵-۵- مشتریان مرکز

۳-۵-۱- مشتریان خارجی

- (۱) سازمان‌ها و افراد حمایت کننده مرکز به شکل مادی (تأمین منابع) یا معنوی (تأثیر بر نقش و جایگاه مرکز و تغییر دیدگاه دیگر افراد و سازمان‌ها نسبت به مرکز)
- (۲) استفاده کنندگان از خدمات و محصولات

۳-۵-۲- مشتریان داخلی

- (۱) مشتریان ریاست
- (۲) مشتریان واحدهای پشتیبانی (دفتر ریاست، روابط عمومی، امور اداری و مالی، کتابخانه)
- (۳) ریاست به عنوان مشتری تمام واحدهای مرکز
- (۴) تمامی افراد مرکز به عنوان مشتری بقیه افراد مرکز از بعد ارتباطات و فرهنگ سازمانی
- (۵) مشتریان شورای پژوهش

۳-۶- خدمات و محصولات مرکز

- (۱) خدمات کتابخانه
- (۲) پایگاه‌های اطلاعات (چاپی، رایانه‌ای،)
- (۳) وب
- (۴) نشریه اطلاع رسانی
- (۵) کتاب‌های منتشر شده
- (۶) خدمات روابط عمومی

۳-۷- واحد گرداننده سیستم

واحد روابط عمومی و امور بین‌الملل

۳-۸- نرم افزار و سخت افزار کامپیوتری

۳-۸-۱- نرم افزار

برنامه تهیه شده با استفاده از محیط برنامه‌نویسی بورلند سی تحت سیستم عامل ویندوز XP
بر روی شبکه وب

۳-۸-۲- سخت افزار

کامپیوترهای مناسب برای ارتباط در محیط شبکه

۳-۹-۱- شرح فرایندهای سیستم

۳-۹-۱-۱ جمع آوری اطلاعات

روش جمع آوری اطلاعات: ورود اطلاعات از طریق وب که مشتریان بسته به نوع، به صفحات مورد نیاز آن دسترسی خواهند داشت.

نوع اطلاعات جمع آوری شده: موردی (بنابه خواست مشتری)

۳-۹-۲- پردازش و تحلیل اطلاعات

هدف تحلیل: توصیف آماری

روش نمایش تحلیل: جدول

۳-۹-۳- توزیع اطلاعات

توزیع اطلاعات جمع آوری شده به افراد ذریبط در سازمان برای اتخاذ تصمیم و انجام اقدامات لازم

۳-۹-۴- تصمیم گیری

تصمیم گیری در دو سطح فردی و جمعی انجام می شود. در صورتی که اتخاذ تصمیم، انجام اقدام و پاسخگویی مورد نیاز در خصوص یک یا چند قلم از اطلاعات جمع آوری در حوزه اختیار و توانایی یکی از تصمیم گیرندگان مرکز باشد، به صورت فردی انجام می شود اما اگر نیاز به هماهنگی، مشورت یا مذاکره داشته باشد به صورت جمعی انجام می شود. روش جمعی می تواند به صورت رسمی و منظم در قالب شورای مدیران مرکز انجام شود.

۳-۹-۵- گزارش

اطلاعات جمع آوری شده، پردازش شده و هم چنین تصمیم ها، اقدامات و پاسخ های مربوط به آنها در قالب گزارش های از پیش طراحی شده و به صورت دوره ای به آگاهی افراد لازم در سازمان و مشتریان می رسد. این گزارش ها علاوه بر اینکه عملکرد سیستم رضایت مشتری را منتشر می کنند با مشتریان ارتباط برقرار می کنند و توجه مرکز به آنها را نشان می دهند و می توانند

به عنوان منبعی از اطلاعات در دیگر تصمیم‌گیری‌های مرکز از جمله برنامه‌ریزی استراتژیک مورد استفاده واقع شوند.

فصل چهارم

سیستم مدیریت نظرات مشتریان:

اهداف، سیاست‌ها، ساختار و فرایند

۴-۱- هدف

حداکثر ساختن تعداد نظردهندگانانی که پس از دریافت پاسخ از سیستم، رضایتمندی خود را ابراز می‌کنند.

۴-۲- سیاست‌ها

۴-۲-۱- سیاست‌های اظهارنظر

(۱) تمام مشتریان داخلی و خارجی مرکز می‌توانند در مورد ابعاد مختلف مرکز اظهارنظر کنند.

(۲) عدم انتشار نظر ارسال شده، هم‌چنین عدم انتشار نام و نام‌خانوادگی و سازمان نظردهنده به همراه انتشار نظر، توسط نظردهنده تعیین می‌شود.

(۳) نظردهنده می‌تواند نظر خود را بدون ارائه مشخصات و نشانی خود ارائه کند.

(۴) در صورتی که نظردهنده تمایل دارد پاسخ مرکز به آگاهی وی برسد باید حداقل یک نشانی برای ارتباط ارائه کند.

(۵) نظردهنده می‌تواند نظر خود را به یکی از روش‌های گفتگوی حضوری، گفتگوی تلفنی، نمابر، فرم چاپی، پست الکترونیکی یا ارسال از طریق وب به آگاهی مرکز برساند.

(۶) مشخصات نظردهنده تنها در اختیار افراد بررسی کننده نظر برای پاسخگویی یا حل مشکل قرار می‌گیرد و کاملاً محرمانه باقی می‌ماند.

۴-۲-۲- سیاست‌های بررسی نظرات

(۱) مرکز سعی در انتشار تمام نظرات ارسال به همراه پاسخ‌های آنها خواهد داشت. اما در موارد خاص از جمله لطمه به حیثیت و آبروی شخصی (نه کاری و حرفه‌ای) افراد و ... مرکز مجاز است از انتشار نظر مربوطه خودداری کند.

(۲) مرکز می‌تواند نظرات ارسال شده را با هدف تصحیح املائی و نوشتاری و حذف کلمات نامناسب ویرایش کند.

۴-۲-۳- سیاست‌های پاسخ به نظرات

(۱) پاسخ به نظرات در سه سطح انجام می‌شود:

- پاسخ توسط روابط عمومی
- در صورتی که روابط عمومی قادر به پاسخ نباشد، نظر مربوطه به فرد یا افرادی که در مرکز که از پیش تعیین شده‌اند ارسال می‌شود تا پاسخ خود را ارائه کنند. در این حالت، روابط عمومی از بین پاسخ‌های ارسالی انتخاب می‌کند یا برخی از آنها را ترکیب و ویرایش می‌کند و به عنوان پاسخ مطرح می‌کند.
- اگر پاسخ‌های ارسالی از سوی افراد تعیین شده برای استخراج یک پاسخ مناسب کافی نباشد نظر در جلسه‌ای که اعضای آن توسط رئیس مرکز تعیین می‌شود مطرح و پاسخ مناسب تهیه می‌شود.

(۲) حداکثر زمان پاسخ به نظرات از تاریخ ثبت نظر در سیستم به شکل زیر تعیین می‌شود:

- پاسخ توسط روابط عمومی: یک روز کاری
- پاسخ توسط افراد تعیین شده: دو روز کاری
- پاسخ توسط جلسه: چهار روز کاری
- حداکثر زمان پاسخ از تاریخ ثبت نظر در سیستم: هفت روز کاری

۴-۳- ساختار

۴-۳-۱- گرداننده یا مسئول سیستم

از آنجایی که نوع سیستم و ماهیت فعالیت آن به طور منطقی به امور روابط عمومی مربوط می‌شود مسئولیت اجرا و نگهداری سیستم به واحد روابط عمومی و امور بین‌الملل مرکز واگذار می‌شود.

این واحد موظف است علاوه بر انجام اقدامات لازم برای اجرای پیوسته و اثربخش سیستم، تا حد ممکن در ارائه پاسخ به نظرات ارسال شده تلاش نماید.

وظایف این واحد در خصوص سیستم مدیریت نظرات مشتریان به شرح زیر است:

- (۱) طراحی، آماده‌سازی و انتشار فرم‌های چاپی، بروشورها و پوسترها
- (۲) جمع‌آوری و ورود اطلاعات نظرات ارسال شده
- (۳) پاسخگویی به نظرات مشتریان در محدوده اختیار و توان واحد
- (۴) ارسال نظرات به اعضای کمیته پاسخگویی به نظرات مشتریان و ارسال پاسخ‌های دریافتی به مشتریان
- (۵) برگزاری جلسات کمیته در صورت نیاز
- (۶) نگهداری و اقدام برای رفع اشکال سیستم
- (۷) تهیه گزارش‌های دوره‌ای

۴-۳-۲- کمیته پاسخگویی به نظرات مشتریان

این کمیته به ریاست رئیس مرکز تشکیل می‌شود و اعضا و تعداد آنها نیز توسط وی تعیین می‌شوند. جلسات این کمیته به صورت دوره‌ای منظم برگزار نخواهد شد بلکه در صورت نیاز و در شرایطی که واحد روابط عمومی یا اعضای کمیته قادر به پاسخگویی به نظر یا نظراتی نباشند تشکیل می‌شود.

رئیس کمیته علاوه بر اعضای ثابت کمیته، می‌تواند سایر افراد سازمان را موظف به پاسخگویی به نظرات یا شرکت در جلسات کمیته نماید.

۴-۳-۳- اعضای کمیته، پاسخگویی به نظرات مشتریان

اعضاء کمیته توسط رئیس مرکز تعیین می‌شوند و موظف هستند به نظرات ارسال شده در صورت نیاز طبق سیاست زمانبندی مصوب به نظرات پاسخ دهند و همچنین در جلسات کمیته شرکت نمایند.

۴-۴- فرایند

فرایند مدیریت نظرات به شرح زیر است:

- (۱) تمام مشتریان داخلی و خارجی نظر خود را به یکی از روش‌های گفتگوی حضوری، گفتگوی تلفنی، نمابر، فرم چاپی، پست الکترونیکی یا ارسال از طریق وب به واحد روابط عمومی ارسال می‌کنند.
- (۲) واحد روابط عمومی نظرات ارسال شده را در اسرع وقت جمع‌آوری و در صورت نیاز،

اطلاعات نظرها را در پایگاه اطلاعات سیستم وارد می کند.

(۳) واحد روابط عمومی طبق سیاست زمانبندی نظرات را پردازش کرده و تا حد ممکن به آنها پاسخ می دهد. در غیر این صورت

(۴) نظر یا نظرات را برای پاسخگویی توسط افراد سازمان، به افرادی که خود انتخاب می کنند یا توسط رئیس مرکز انتخاب می شوند (این افراد می توانند عضو کمیته نباشند) ارسال می کند.

(۵) افرادی که نظر برای آنها ارسال شده است طبق سیاست زمانبندی به نظر پاسخ می دهند.

(۶) واحد روابط عمومی پاسخها را بررسی کرده و بر اساس آنها پاسخ نهایی را تنظیم و به نظر دهنده ارسال می کند. در صورتی که واحد روابط عمومی نتواند به یک پاسخ نهایی دست یابد، نظر را در جلسه کمیته پاسخگویی به نظرات مشتریان مطرح می کند.

(۷) واحد روابط عمومی جلسه کمیته را برگزار کرده و پاسخ نهایی را در جلسه تنظیم کرده و به نظر دهنده ارسال می کند و موارد تصمیم یا اقدام را برای پیگیری تحقق آنها به صورت جداگانه ثبت می کند.

(۸) واحد روابط عمومی، پاسخ نظر دهنده در خصوص پاسخ ارسالی از سوی روابط عمومی (در صورت وجود) و هم چنین رضایت وی را ثبت می کند.

(۹) واحد روابط عمومی تحقق موارد تصمیم یا اقدام مربوط به پاسخها را پیگیری و در صورت تحقق، اطلاعات مربوط به آنها را ثبت می کند.

فصل پنجم

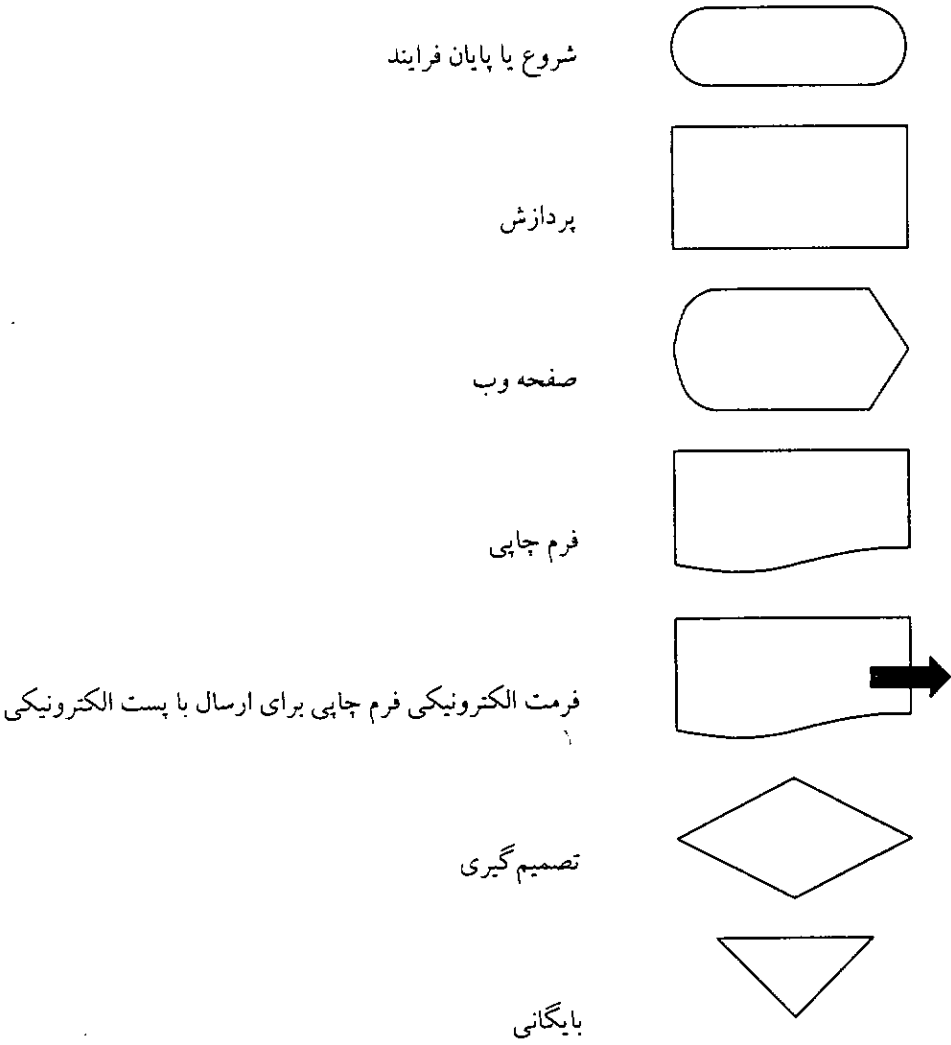
طراحی فیزیکی

سیستم مدیریت نظرات مشتریان

نمودار جریان عملیات

سیستم مدیریت نظرات مشتریان

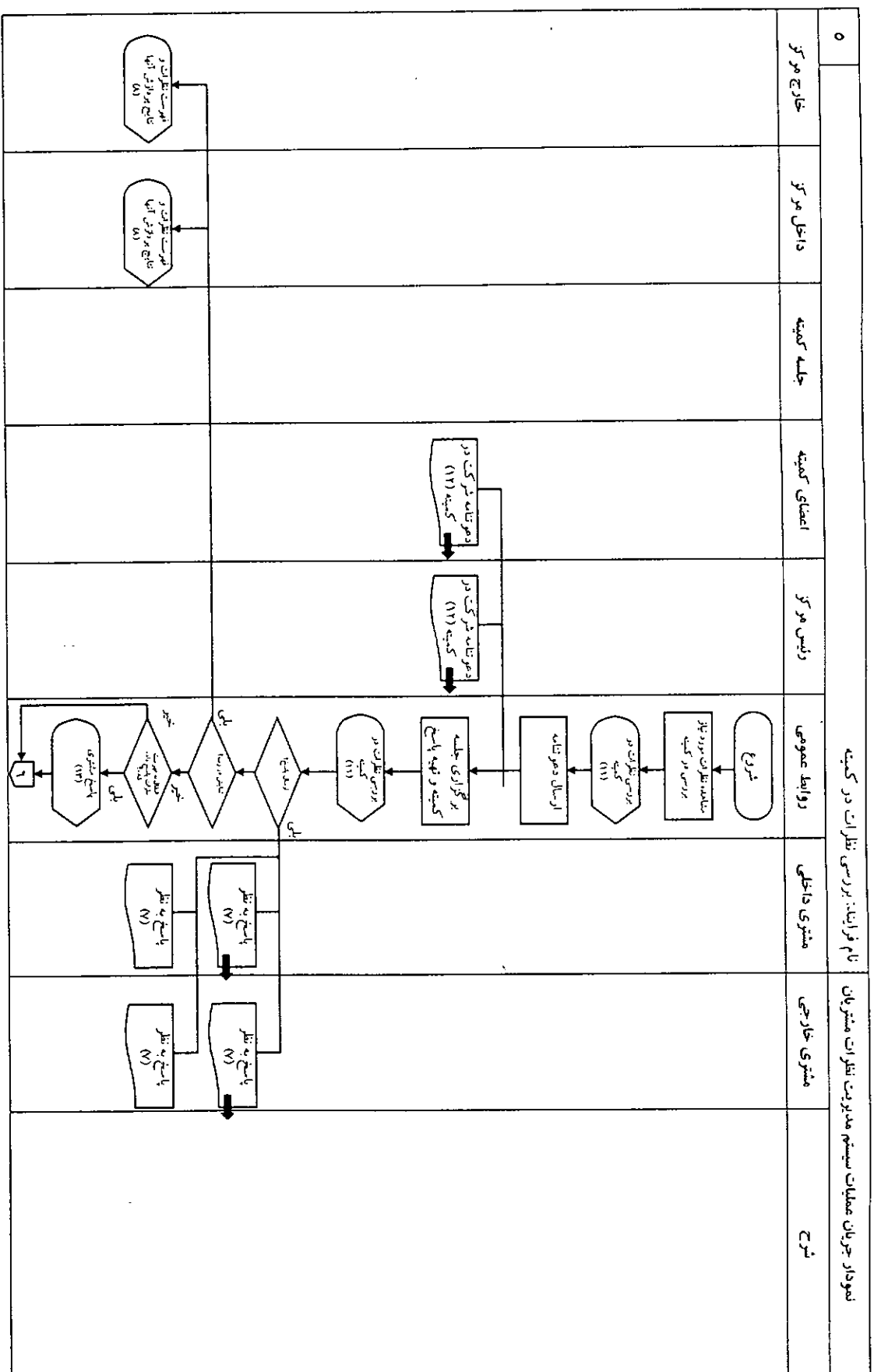
علائم استفاده شده



نام فرایند: اظهار نظر مشتریان						نمودار جریان عملیات سیستم مدیریت تفرات مشتریان			
۱	خارج مرکز	داخل مرکز	جلسه کمیته	اعضای کمیته	رئیس مرکز	روابط عمومی	نام مشتری داخلی	نام مشتری خارجی	شرح
						<pre> graph TD A[اظهار نظر (۱)] --> B[ورود اطلاعات اظهار نظر از طریق وب] B --> C[شماره اظهار نظر (۱)] C --> D[اظهار نظر (۱)] D --> E[پایان] </pre>	<pre> graph TD A[شروع] --> B[اظهار نظر از طریق وب] B --> C[اظهار نظر (۱)] C --> D[پایان] D --> E[ارسال فرم اظهار نظر] E --> C </pre>	<pre> graph TD A[شروع] --> B[اظهار نظر از طریق وب] B --> C[اظهار نظر (۱)] C --> D[پایان] D --> E[ارسال فرم اظهار نظر] E --> C </pre>	

نمودار جریان عملیات سیستم مدیریت نظرات مشتریان		نام فرایند: بررسی نظرات قبل از جلسه کمیته		مستوی داخلی	مستوی خارجی	شرح
۳	خارج مرکز	داخل مرکز	جلسه کمیته	اعضای کمیته	رئیس مرکز	روابط عمومی
				پاسخ نظر آماده (۱۰۰)	پاسخ نظر آماده (۱۰۱)	شرح مستأده نظرات مورد نیاز بررسی نظرات مورد نیاز بررسی (۱۱) ارسال نظر به اعضا، کمیته یا دیگران نظرات مورد نیاز بررسی (۱) نظرات مورد نیاز بررسی (۱) خیر در ادامه... پایان

نام فرایند: بررسی نظرات قبل از جلسه کمیته						نمودار جریان عملیات سیستم مدیریت نظرات مشتریان	
ردیف	رئیس مرکز	امضای کمیته	جلسه کمیته	داخل مرکز	خارج مرکز	شرح	
۴	<pre> graph TD Start([۱]) --> D1{ردیابی} D1 -- بله --> A1[تایید و ردیابی] D1 -- خیر --> D2{مشاوره} D2 -- بله --> End([پایان]) D2 -- خیر --> D3{تایید و ردیابی} D3 -- بله --> A1 D3 -- خیر --> A1 A1 --> End </pre>						مشتري داخلی مشتري خارجی



نمودار جریان عملیات سیستم مدیریت نظرات مشتریان		نام فرایند: بررسی نظرات در کمیته						
شرح	مشتری خارجی	مشتری داخلی	روابط عمومی	رئیس مرکز	امضای کمیته	جلسه کمیته	داخل مرکز	خارج مرکز
			<pre>graph TD Start([0]) --> D1{نظر، درخواست یا شکایت} D1 -- خیر --> End1([پایان]) D1 -- بلی --> P1[/پاسخ مکتوبی در روزی مشخص یا اقدام (111)/] P1 --> D2{مدیریت} D2 -- خیر --> End1 D2 -- بلی --> End1</pre>					

نمودار جریان عملیات سیستم مدیریت نظرات مشتریان				نام فرایند: بررسی رضایت مشتری				۷
شرح	مشتری خارجی	مشتری داخلی	روابط عمومی	رئیس مرکز	اعضای کمیته	جلسه کمیته	داخل مرکز	خارج مرکز

مشخصات صفحات وب

مشخصات صفحات وب

شماره صفحه: صفر	نام صفحه: صفحه اصلی سیستم مدیریت نظرات مشتریان
-----------------	--

توضیحات:

شکل صفحه:

گزارش ها نظرات ارسال شده و نتایج بررسی آنها بررسی و پیگیری نظرات اظهار نظر		مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران سیستم مدیریت نظرات مشتریان										
تعداد نظرات موجود →	<table border="1"> <tr><td></td><td>پردازش اولیه نظرات</td></tr> <tr><td></td><td>بررسی نظرات قبل از جلسه</td></tr> <tr><td></td><td>بررسی نظرات در جلسه</td></tr> <tr><td></td><td>بررسی رضایت مشتری</td></tr> <tr><td></td><td>پیگیری تصمیم ها با اقدام ها</td></tr> </table>		پردازش اولیه نظرات		بررسی نظرات قبل از جلسه		بررسی نظرات در جلسه		بررسی رضایت مشتری		پیگیری تصمیم ها با اقدام ها	فارسی English درباره این صفحه درباره این سیستم تعاریف سیاست سیستم اهداف سیستم روش اظهار نظر روش بررسی نظرات
	پردازش اولیه نظرات											
	بررسی نظرات قبل از جلسه											
	بررسی نظرات در جلسه											
	بررسی رضایت مشتری											
	پیگیری تصمیم ها با اقدام ها											
		Login										

مشخصات صفحات وب

شماره صفحه: ۱	نام صفحه: اظهار نظر
---------------	---------------------

توضیحات:

- (۱) کلمه «فرم چاپی» هایپرلینک باشد و به فرمت PDF فرم اظهار نظر (شماره ۱) برای نمایش و چاپ وصل باشد.
- (۲) Remedy در صورتی فعال باشد که در قسمت complaint چیزی وارد شده باشد.
- (۳) نام پیوست و آدرس آن تکراری باشد.
- (۴) نظر در صورتی قابل ارسال باشد که همه فیلدهای زیر پر شده باشند.

DependenceType

Complaint

ComplaintWebDisplay

complaintNameOrganizationWebDisplay

شکل صفحه:

صفحه اظهار نظر

در صورتی که تمایل دارید نظر خود را از طریق فرم چاپی ارسال کنید می‌توانید آن را چاپ کرده و پس از تکمیل، به آدرس آمده در انتهای آن ارسال کنید، یا در صندوق‌های نظرات مشتریان (نصب شده در ساختمان مرکز) بگذارید یا به دفتر روابط عمومی و امور بین‌الملل تحویل دهید.

مشخصات نظر دهنده:

مشخصات نظر دهنده تنها در اختیار افراد بررسی کننده نظر برای پاسخگویی با حل مشکل قرار می‌گیرد و کاملاً محرمانه باقی می‌ماند.
در صورتی که تمایل دارید پاسخ مرکز به آگاهی شما برسد حداقل یکی از موارد آدرس پستی، تلفن، نمابر یا پست الکترونیکی را تکمیل نمایید.
در هر حال تکمیل هیچ یک از اقلام مشخصات نظر دهنده اجباری نیست.

نام:

نام خانوادگی:

سازمان:

آدرس پستی:

شهر:

کشور:

تلفن:

نمبر:

پست الکترونیکی:

آیا عضو مرکز هستید (عضو مرکز فردی است که دارای هر گونه قرارداد کاری با مرکز باشد)؟ ☐ بلی ☐ خیر (DependenceType)

لطفاً نظر خود را در این قسمت بنویسید (نظر می‌تواند هر گونه شکایت، انتقاد، انتظار، پیشنهاد، تشکر، تشویق یا پرسش در مورد خدمات و محصولات، افراد، فرایندها، برنامه‌ها، اهداف و سیاست‌ها و محیط درونی و بیرونی سازمان باشد).

complaint

در صورتی که در خصوص نظر خود، راه حلی دارید در این قسمت پیشنهاد کنید:

remedy

مستندات مربوط به نظر خود را (در صورت وجود) می‌توانید در این قسمت پیوست کنید:

نام پیوست:

مورد

آیا مایلید نظر شما از طریق وب نمایش داده شود؟ ☐ بلی ☐ خیر (ComplaintWebDisplay)

در صورت پاسخ «بلی» به پرسش بالا، آیا مایلید نام و نام خانوادگی و نام سازمان شما به همراه نظر نمایش داده شود؟ ☐ بلی ☐ خیر

(ComplaintNameOrganizationWebDisplay)

از نو

ارسال

مشخصات صفحات وب

شماره صفحه: ۲	نام صفحه: مشخصات ورود اطلاعات اظهار نظر
---------------	---

توضیحات:

وقتی سطح دسترسی ۴ یا ۵ باشد، بعد از انتخاب صفحه اظهار نظر (شماره ۱) ابتدا این صفحه نمایش داده می‌شود.

بعد از نمایش این صفحه، ابتدا تنها پرسش اول فعال باشد. اگر پاسخ «بلی» بود آنگاه بقیه اقلام صفحه فعال شوند. در غیر اینصورت صفحه اظهار نظر (شماره ۱) نمایش داده شود.

شکل صفحه:

صفحه مشخصات ورود اطلاعات اظهار نظر

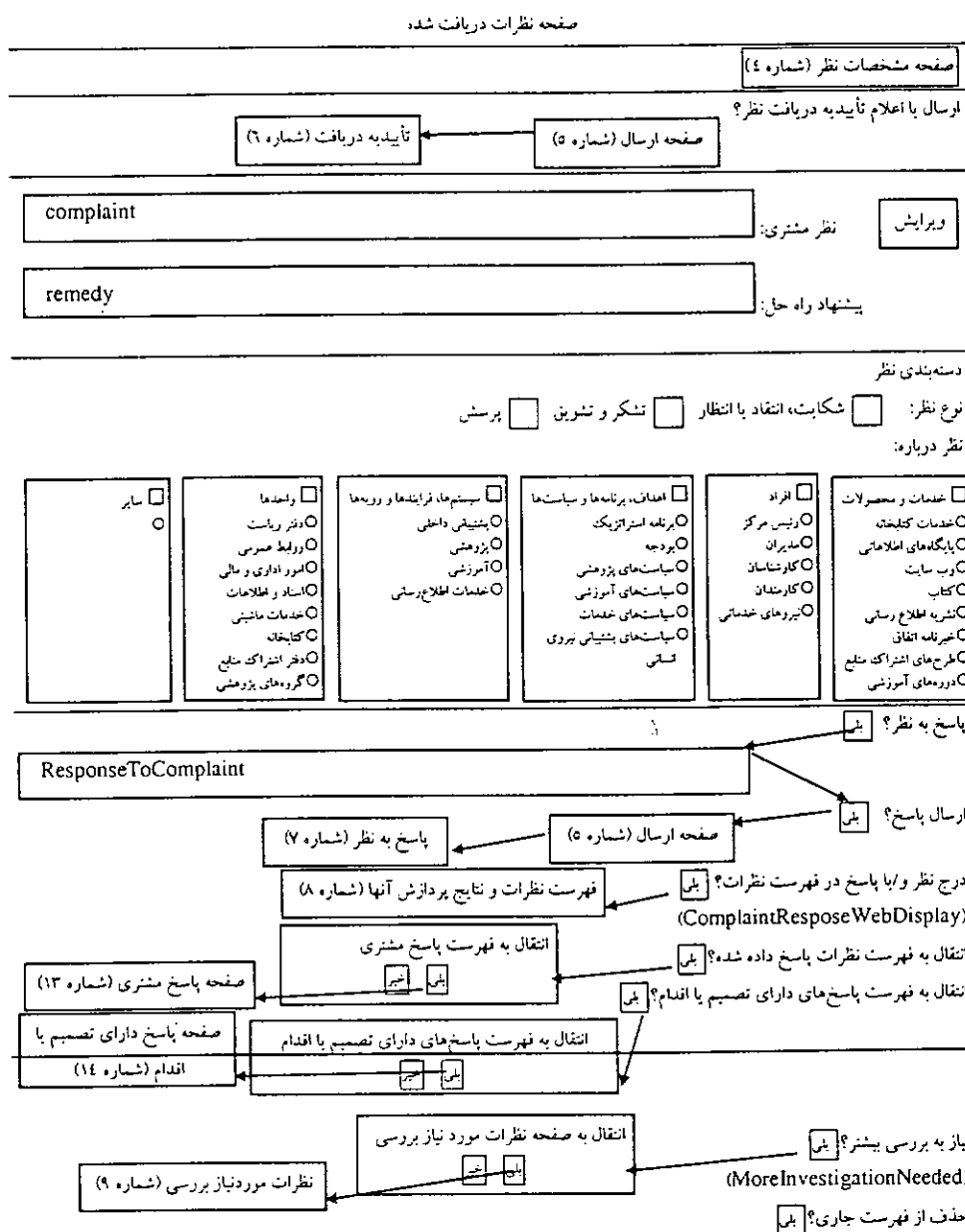
آیا می‌خواهید اطلاعات مربوط به اظهار نظر (دریافت شده از طریق غیر وب) را وارد کنید: ☐ بله ☐ خیر

نام و نام خانوادگی وارد کننده اطلاعات:

روش دریافت نظر: ☐ فرم چاپی ☐ تلفنی ☐ پست الکترونیکی ☐ حضوری

مشخصات صفحات وب

شماره صفحه: ۳	نام صفحه: نظرات دریافت شده
توضیحات:	
(۱)	در صورتی که ویرایش انجام شود، متن اولیه هم ذخیره شود.
(۲)	در صورتی ComplaintResponseWebDisplay فعال باشد که در صفحه اظهار نظر (شماره ۱) ComplaintWebDisplay مقدار «بلی» داشته باشد.
(۳)	اگر مقدار ResponseToComplaint «بلی» باشد آنگاه MoreInvestigationNeeded غیر فعال شود.
(۴)	اگر مقدار MoreInvestigationNeeded «بلی» باشد آنگاه «حذف از فهرست جاری» غیر فعال شود و نظر مربوطه از این صفحه حذف شود.
شکل صفحه:	



مشخصات صفحات وب

شماره صفحه: ۴	نام صفحه: مشخصات نظر
---------------	----------------------

توضیحات:

- (۱) این صفحه به عنوان بخشی از صفحات دیگر در چند جا استفاده می‌شود.
- (۲) در صورتی که روش ارائه نظر غیر از وب باشد فیلد «نام و نام خانوادگی وارد کننده اطلاعات» وجود داشته باشد.
- (۳) فیلدهایی که خالی هستند نمایش داده نشوند.
- (۴) «تاریخ ثبت»، زمان پایان ثبت اطلاعات در Database سیستم است.
- (۵) «شماره ثبت» یک شماره به شکل زیر است:
 داخلی: ۱xxxx- ماه/سال
 خارجی: ۲xxxx- ماه/سال
 که در آن «ماه/سال» تاریخ ثبت است که به صورت شمسی و میلادی ثبت می‌شود.
 xxxx یک عدد چهار رقمی متوالی است که از یک شروع می‌شود.

شکل صفحه:

صفحه مشخصات نظر
تاریخ ثبت:
شماره ثبت:
مشری: داخلی/خارجی
روش ارسال نظر: وب/فرم چاپی/گفتگوی تلفنی/گفتگوی حضوری/نمبر/پست الکترونیکی
نام و نام خانوادگی وارد کننده اطلاعات:
مشخصات نظر دهنده:
نام و نام خانوادگی:
سازمان:
آدرس پستی:
شهر:
کشور:
تلفن:
نمابر:
پست الکترونیکی:
عضویت در مرکز:
متن نظر:
پیشنهاد راه حل:
پیوست‌ها:
نمایش نظر از طریق وب:
نمایش نام و نام خانوادگی و نام سازمان از طریق وب:

مشخصات صفحات وب

شماره صفحه: ۵	نام صفحه: ارسال
---------------	-----------------

توضیحات:

- (۱) این صفحه در چند جا استفاده می‌شود.
- (۲) در صورتی که قبلاً یک بار یکی از گزینه‌های این صفحه انتخاب شده باشند، هنگام مراجعه مجدد به این صفحه پیغام «قبلاً ارسال شده است» نمایش داده شود.
- (۳) صفحه ارسال (صفحه شماره ۵) پس از انتخاب، در صورتی فعال شود که حداقل یکی از فیلدهای

- آدرس پستی، شهر و کشور

- تلفن

- نمابر

- پست الکترونیکی

از مشخصات نظر دهنده پر شده باشند. در غیر اینصورت پیغام «هیچ گونه نشانی برای ارتباط ندارد» ظاهر شود.

شکل صفحه:

ارسال

ارسال چاپ	☐ پست الکترونیکی: ☐ نام (☐ به همراه آدرس) ☐ تلفن
--	--

مشخصات صفحات وب

شماره صفحه: ۶	نام صفحه: تأییدیه دریافت
---------------	--------------------------

توضیحات:

(۱) متن این صفحه یا از طریق پست الکترونیکی ارسال می‌شود یا چاپ می‌شود و از طریق پست معمولی ارسال می‌شود.

(۲) اگر نظر دهنده نام و نام خانوادگی خود را اعلام کرده باشد، این دو مورد پس از عبارت «جناب آقای / سرکار خانم» درج می‌شود. در غیر اینصورت از عبارت «نظر دهنده محترم» استفاده می‌شود.

شکل صفحه:

تأییدیه دریافت	
جناب آقای / سرکار خانم	با نظر دهنده محترم
با سلام و احترام	
ضمن تشکر از شما به خاطر اظهار نظر، به آگاهی می‌رساند نظر شما در تاریخ / / با شماره	
در سیستم مدیریت نظرات مشتریان ثبت شده است.	

مشخصات صفحات وب

شماره صفحه: ۷	نام صفحه: پاسخ به نظر
---------------	-----------------------

توضیحات:

(۱) متن این صفحه یا از طریق پست الکترونیکی ارسال می‌شود یا چاپ می‌شود و از طریق پست معمولی ارسال می‌شود.

(۲) اگر نظر دهنده نام و نام خانوادگی خود را اعلام کرده باشد، این دو مورد پس از عبارت «جناب آقای / سرکار خانم» درج می‌شود. در غیر اینصورت از عبارت «نظر دهنده محترم» استفاده می‌شود.

شکل صفحه:

پاسخ به نظر

با نظر دهنده محترم

جناب آقای / سرکار خانم

با تشکر از شما به خاطر اظهار نظر، پاسخی به شرح زیر در خصوص نظر با شماره ثبت تقدیم می‌گردد:

هر گونه پاسخ خود را در این باره می‌تواند در این قسمت بنویسد و برای ما ارسال کند.

پاسخ نظر دهنده مربوط به نظر با شماره ثبت

ارسال

مشخصات صفحات وب

شماره صفحه: ۷	نام صفحه: پاسخ به نظر
توضیحات:	
شکل صفحه:	

پاسخ به نظر (فرست چاپی)

یا نظر دهنده محترم

جناب آقای / سرکار خانم

با تشکر از شما به خاطر اظهار نظر، پاسخی به شرح زیر در خصوص نظر با شماره ثبت تقدیم می گردد:

هر گونه پاسخ خود را در این باره می‌تواند در این قسمت بنویسید و برای ما ارسال کنید.



پاسخ نظر دهنده مربوط به نظر با شماره ثبت



آدرس پستی مرکز:

مشخصات صفحات وب

شماره صفحه: ۸	نام صفحه: فهرست نظرات و نتایج پردازش آنها
توضیحات:	
(۱)	نام و نام خانوادگی و سازمان در صورتی درج می‌شود که ComplaintNameOrganizationWebDisplay مقدار «بلی» داشته باشد.
(۲)	فهرست نظرات مربوط به مشتریان داخلی در صورتی قابل نمایش است که صفحات وب از شبکه داخل مرکز مشاهده شوند.
(۳)	این فهرست تنها شامل نظرات قابل نمایش است. نظرات قابل نمایش نظراتی هستند که نظردهنده اجازه نمایش آن را داده باشد و مسئولان سیستم نیز نمایش آن را مجاز بدانند (یعنی ComplaintResponseWebDisplay مقدار «بلی» داشته باشد).
شکل صفحه:	

فهرست نظرات و نتایج پردازش آنها

داخلی

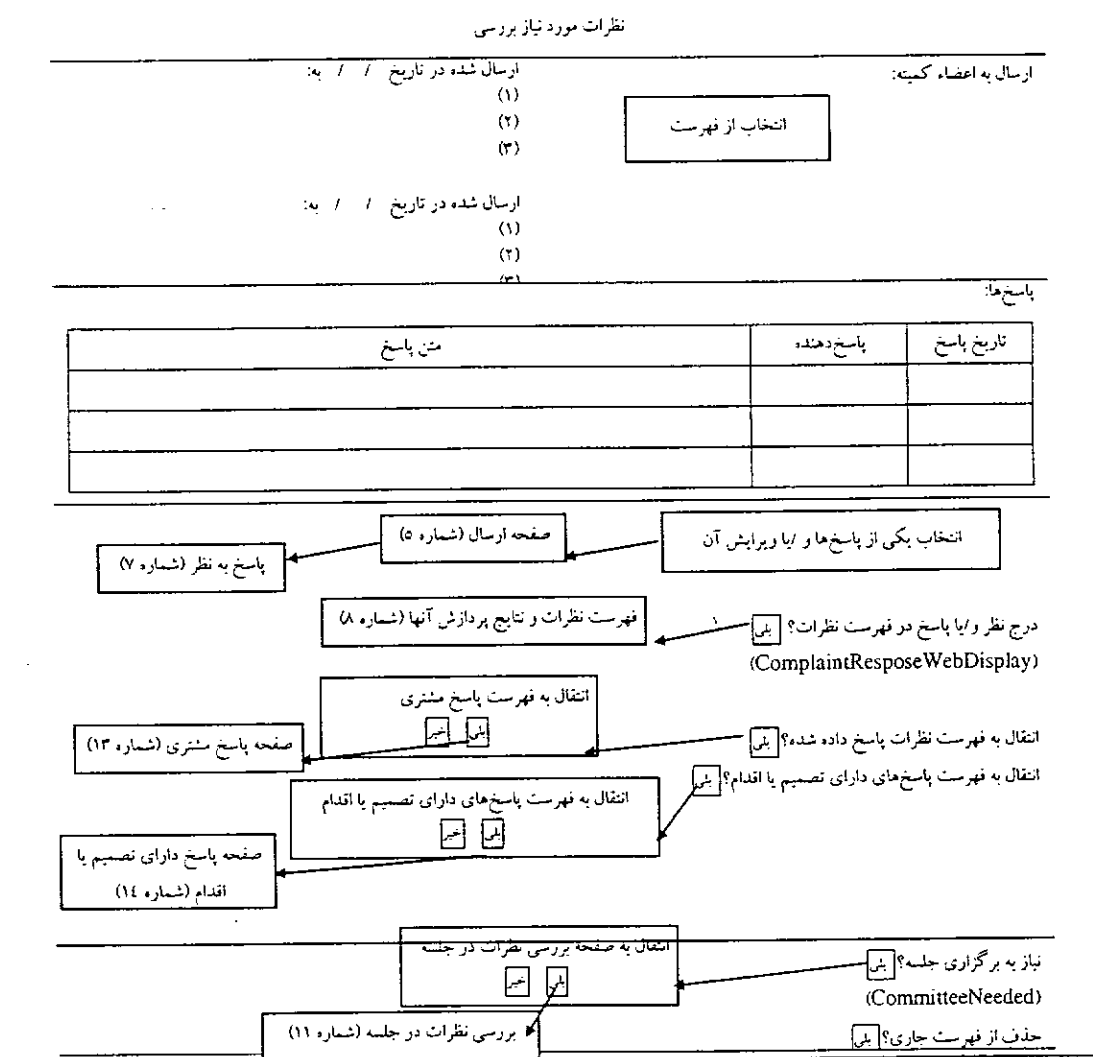
خارجی

این فهرست تنها شامل نظرات قابل نمایش است. نظر قابل نمایش نظری است که نظر دهنده اجازه نمایش آن را داده باشد و مسئولان سیستم نیز نمایش آن را مجاز بدانند.

مشخصات نظر	پاسخ سیستم (در صورت نیاز)	پاسخ نظر دهنده	تحقق تصمیم با اقدام آمده در
تاریخ ثبت	تاریخ ثبت	تاریخ ثبت	پاسخ سیستم
شماره ثبت	پاسخ دهنده	متن پاسخ	تاریخ ثبت —
نام و نام خانوادگی	متن پاسخ	رضایت حاصل شد؟ بلی/خیر	شرح
سازمان	تاریخ ارسال پاسخ به نظر دهنده		
متن نظر			
راه حل پیشنهادی			
پیوست‌ها			
نشانی دارد؟ بلی/خیر			

مشخصات صفحات وب

شماره صفحه: ۹	نام صفحه: نظرات مورد نیاز بررسی
توضیحات:	
(۱)	پس از انتخاب اعضاء، یک نامه الکترونیکی در قالب صفحه نظر اعضاء (شماره ۱۰) از طریق پست الکترونیکی به اعضاء ارسال می‌شود.
(۲)	در صورتی که «انتخاب یکی از پاسخ‌ها و / یا ویرایش آن» انجام شده باشد آنگاه ComplaintResponseWebDisplay فعال می‌شود و CommitteNeeded غیر فعال می‌شود. در صورتی که ویرایش انجام می‌شود، متن اولیه هم ذخیره شود.
(۳)	اگر مقدار CommitteNeeded «بلی» باشد آنگاه «حذف از فهرست جاری» غیر فعال شود و نظر مربوطه از این صفحه حذف شود.
(۴)	در صورتی ComplaintResponseWebDisplay فعال باشد که در صفحه اظهار نظر (شماره ۱) ComplaintWebDisplay مقدار «بلی» داشته باشد.
شکل صفحه:	



مشخصات صفحات وب

شماره صفحه: ۱۰	نام صفحه: نظر اعضاء
----------------	---------------------

توضیحات:

(۱) برای اطلاع اعضاء، نام و نام خانوادگی اعضایی که نظر مربوطه برای آنها ارسال شده است پس از مشخصات نظر فهرست می شود.

شکل صفحه:

نظر اعضا	مشخصات نظر
	صفحه شماره ۴

ارسال شده به:

(۱)

(۲)

(۳)

جناب آقای / سرکار خانم

خواهشمند است پاسخ خود را درباره این نظر اعلام نمایید:

○ محل درج نظر

○ نظری در این باره ندارم

○ به من مربوط نمی شود

ارسال

مشخصات صفحات وب

شماره صفحه: ۱۱	نام صفحه: بررسی نظرات در کمیته
توضیحات:	
(۱) در صورتی ComplaintResposeWebDidplay فعال باشد که در صفحه اظهار نظر (شماره ۱) ComplaintWebDisplay مقدار «بلی» داشته باشد.	
(۲) در صورتی که حداقل یکی از موارد «انتقال به فهرست نظرات پاسخ داده شده» یا «انتقال به فهرست پاسخ‌های دارای تصمیم با اقدام» مقدار «بلی» داشته باشد آنگاه «حذف از فهرست جاری» غیر فعال شود.	
شکل صفحه:	

بررسی نظرات در کمیته

فهرست نظرات

ارسال شده در تاریخ / / به:

(۱)

(۲)

(۳)

انتخاب از فهرست

صفحه ارسال (شماره ۵)

صفحه دعوتنامه شرکت در کمیته (شماره ۱۲)

ارسال شده در تاریخ / / به:

(۱)

(۲)

(۳)

دعوتنامه برای شرکت در کمیته

تاریخ برگزاری کمیته

ساعت برگزاری کمیته

از تا

محل برگزاری

مشخصات جلسه کمیته

شماره جلسه:

اعضاء	حاضر	غایب

برای هر یک از پاسخ کمیته

ارسال پاسخ؟ ☐ بلی

صفحه ارسال (شماره ۵)

پاسخ به نظر (شماره ۷)

درج نظر و/یا پاسخ در فهرست نظرات؟ ☐ بلی

(ComplaintResposeWebDisplay)

انتقال به فهرست نظرات پاسخ داده شده؟ ☐ بلی

انتقال به فهرست پاسخ‌های دارای تصمیم با اقدام؟ ☐ بلی

انتقال به فهرست پاسخ مشتری

صفحه پاسخ مشتری (شماره ۱۳)

انتقال به فهرست پاسخ‌های دارای تصمیم با اقدام

صفحه پاسخ دارای تصمیم با اقدام (شماره ۱۴)

حذف از فهرست جاری؟ ☐ بلی

مشخصات صفحات وب

شماره صفحه: ۱۲	نام صفحه: دعوتنامه شرکت در کمیته
توضیحات:	
(۱) علاوه بر فرمت الکترونیکی، به فرمت PDF که قابل چاپ در شکل نامه باشد نیز تولید شود.	
(۲) نام و نام خانوادگی دبیر کمیته مدیریت نظرات مشتریان قابل تعریف باشد.	
شکل صفحه:	

سیستم مدیریت نظرات مشتریان
دعوتنامه شرکت در کمیته

جناب آقای / سرکار خانم

با سلام و احترام

بدینوسیله از جنابعالی/سرکار عالی دعوت می‌شود که در امین جلسه کمیته مدیریت نظرات مشتریان در تاریخ / / ، از ساعت تا

ساعت ، در محل حضور بهم رسانید. فهرست نظرات مورد بررسی به شرح زیر اعلام می‌شود:

(۱)

(۲)

(۳)

(۴)

دبیر کمیته نظرات مشتریان

مشخصات صفحات وب

شماره صفحه: ۱۳	نام صفحه: پاسخ مشتری
توضیحات:	

شکل صفحه:

صفحه پاسخ مشتری

متن پاسخ	
درج پاسخ	
☐ آیا رضایت مشتری حاصل شده است؟ ☐ بله ☐ خیر	
☐ دوج پاسخ در فهرست نظرات؟ ☐ بله ☐ خیر	
☐ فهرست نظرات و نتایج پردازش آنها (شماره ۸)	
☐ حذف از فهرست جاری؟ ☐ بله ☐ خیر	

مشخصات صفحات وب

شماره صفحه: ۱۴	نام صفحه: پاسخ‌های دارای تصمیم یا اقدام
----------------	---

توضیحات:

«شرح»، «درج پاسخ در فهرست نظرات» و «حذف از فهرست جاری» در صورتی فعال شوند که DecisionActionImplementation مقدار «بلی» داشته باشد.

شکل صفحه:

صفحه پاسخ‌های دارای تصمیم یا اقدام

پاسخ به نظر

آیا تصمیم یا اقدام موجود در پاسخ محقق شده است؟ ☐ بلی
(DecisionActionImplementation)

شرح

درج پاسخ در فهرست نظرات؟ ☐ بلی → فهرست نظرات و نتایج پردازش آنها (شماره ۸)

سطوح دسترسی

سطح یک: همه کاربران اینترنت و در محیط وب به صفحه اصلی (شماره صفر) و صفحه اظهار نظر (شماره ۱) دسترسی دارند.

سطح دو: افرادی که از خارج مرکز وصل می‌شوند می‌توانند فقط نظر مشتریان خارجی را در صفحه فهرست نظرات و نتایج پردازش آنها (شماره ۸) مشاهده کنند.

سطح سه: افرادی که از داخل مرکز وصل می‌شوند می‌توانند نظر مشتریان خارجی و داخلی را در صفحه فهرست نظرات و نتایج پردازش آنها (شماره ۸) مشاهده کنند.

سطح چهار: دسترسی از طریق رمز ورود برای ورود اطلاعات اظهار نظرهای ارسال شده به روش غیر از وب

سطح پنج: دسترسی از طریق رمز ورود برای دسترسی به تمام اقلام صفحات مختلف

گزارش‌ها

در تمام گزارش‌ها تفکیک زمانی گزارش دارای گزینه‌های ماهانه، فصلی، شش‌ماهه و سالانه باشد و محدوده زمانی گزارش به شکل از تاریخ تا تاریخ قابل نوشتن و انتخاب باشد.

(۱) گزارش تفصیلی فهرست متن نظرات به تفکیک نوع

داخلی/خارجی - شکایت، انتقاد و انتظار/تشکر و تشویق/پرسش - خدمات و محصولات/افراد/... - خدمات کتابخانه/.....

شماره ثبت	نظر
	پیشنهاد راه حل

(۲) گزارش تعداد نظرات به تفکیک نوع و زمان

زمان	نوع	داخلی				خارجی				جمع کل
		شکایت، انتقاد و انتظار	تشکر و تشویق	پرسش	جمع	شکایت، انتقاد و انتظار	تشکر و تشویق	پرسش	جمع	
	خدمات و محصولات									
		جمع								
	افراد									
		جمع								
	جمع									
	جمع کل									

(۳) گزارش زمان پاسخ سیستم به نظرات

واحد زمان: روز

زمان فرایند														زمان تفکیک	
داخلی							خارجی								
ثبت نظر تا پاسخ به آن				پاسخ تا تحقق تصمیم با اقدام				ثبت نظر تا پاسخ به آن				پاسخ تا تحقق تصمیم با اقدام			
تعداد	بیشترین زمان	کمترین زمان	میانگین	تعداد	بیشترین زمان	کمترین زمان	میانگین	تعداد	بیشترین زمان	کمترین زمان	میانگین	تعداد	بیشترین زمان	کمترین زمان	میانگین

(۴) گزارش تفصیلی زمان پاسخ سیستم به نظرات

شماره ثبت	ثبت تا پاسخ روابط عمومی یا ارسال به اعضا	ارسال به اعضا تا پاسخ به اعضا		دریافت آخرین پاسخ از اعضا تا پاسخ روابط عمومی یا برگزاری جلسه	برگزاری جلسه تا ثبت پاسخ در سیستم	جمع زمان
		نام و نام خانوادگی	تاریخ ارسال			

(۷) گزارش تعداد اظهار نظرها به تفکیک اقلام ارائه شده از مشخصات نظر دهنده

زمان	داخلی					خارجی					جمع کل
	تعداد کل	ارائه نام و نام خانوادگی	ارائه نشانی	تمایل به نمایش نظر	تمایل به نمایش نام و نام خانوادگی	تعداد کل	ارائه نام و نام خانوادگی	ارائه نشانی	تمایل به نمایش نظر	تمایل به نمایش نام و نام خانوادگی	
جمع کل											

پیوست‌ها

پیوست الف

مراجع

Goetsch, D., and Davis, S. 1995. *Implementing Total Quality*. London: Printice-Hall.

Johnson, M. D., and Gustafsson, A. 2000. *Improving Customer Satisfaction, Loyalty and Profit: An Integrated Measurement and Management system*. San Francisco: Jossey-Bass.

Kessler, S. 1996. *Measuring and Managing Customer Satisfaction: Going for the Gold*. Milwaukee: ASQ Quality Press.

Morgan, C., and Murgatroyd, S. 1995. *Total Quality Management in the public sector: An international perspective*. Buckingham: Open University Press.

پیوست ب

راهنمای راهبر

بسمه تعالی
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران

سیستم مدیریت نظرات مشتریان
راهنمای راهبر

مجری:
مجید امیدوار

فهرست مطالب

۱- تعاریف.....	۱
۲- جایگاه سازمانی سیستم مدیریت نظرات مشتریان.....	۱
۳- سیاست‌های سیستم.....	۲
۱-۳- اظهار نظر.....	۲
۲-۳- مشاهده نظرات مشتریان داخلی و خارجی.....	۲
۳-۳- بررسی نظرات.....	۲
۴-۳- پاسخ به نظرات.....	۲
۵-۳- کمیته پاسخگویی.....	۳
۴- وظایف راهبر.....	۴
۱-۴- اجرای عملیات سیستم.....	۴
۲-۴- هماهنگی با تصمیم‌گیران مرکز در خصوص سیستم.....	۴
۳-۴- هماهنگی با مدیریت شبکه برای نصب، تنظیمات، تغییرات و رفع نارسایی‌ها.....	۴
۴-۴- تعیین سطح دسترسی کاربران.....	۴
۵-۴- تبلیغ سیستم از طریق درج آگهی و توزیع بروشور و راهنما بین مشتریان داخلی و خارجی.....	۴
۶-۴- مستند کردن اشکالات، تغییرات مورد نیاز و بهبودهای سیستم و انتقال آنها به طراح و برنامه‌نویس سیستم در توسعه‌های آنی آن.....	۴
۷-۴- ارائه گزارش از عملکرد سیستم.....	۵
۵- عملیات سیستم.....	۵
۱-۵- اطلاع‌رسانی در مورد سیستم.....	۵
۲-۵- دریافت و ثبت نظرات.....	۵
۳-۵- مدیریت نظرات.....	۶
۱-۳-۵- پردازش اولیه نظرات.....	۶
۲-۳-۵- پردازش نظرات قبل از تشکیل جلسه.....	۷
۳-۳-۵- برگزاری جلسه کمیته پاسخ.....	۷
۴-۳-۵- بررسی رضایت مشتری.....	۸
۵-۳-۵- پیگیری تصمیم‌ها یا اقدام‌ها.....	۸
۶- تنظیمات.....	۸
۱-۶- کاربران.....	۸

۱- تعاریف

مشتری خارجی: کسانی که عضو سازمان نیستند و محصولات یا خدمات سازمان را می‌خرند یا عرضه آنها را مورد حمایت قرار می‌دهند.

مشتری داخلی: کسانی که عضو سازمان هستند و برای سازمان کار می‌کنند.

نظر دهنده: تمام مشتریان داخلی و خارجی

نظر: هر گونه عبارت کتبی یا شفاهی متضمن شکایت، انتقاد، انتظار، پیشنهاد، تشکر و تشویق و پرسش در مورد خدمات و محصولات، افراد، فرایندها و برنامه‌ها، اهداف و سیاست‌ها، و محیط درونی و بیرونی سازمان که از سوی مشتریان خارجی و داخلی نوشته یا گفته شود.

سیستم مدیریت نظرات مشتریان: یک سیستم اطلاعاتی و عملیاتی به همراه، سیاست‌ها و تعهدات لازم برای استقبال از اظهارنظر و دریافت نظرات مشتریان، بررسی آنها، پاسخ به مشتریان و در صورت نیاز رفع کاستی و نارسایی اشاره شده در نظر از طریق اتخاذ تصمیم یا انجام اقدام لازم و ارائه گزارش در مورد نظرات.

راهبر: فردی است که مدیریت امور مربوط به سیستم مدیریت نظرات مشتریان را به عهده می‌گیرد. مسئولیت و وظایف راهبر می‌تواند از طریق تقسیم وظایف توسط چند نفر انجام شود.

کمیته پاسخ: کمیته‌ای متشکل از چند نفر از اعضاء سازمان که باید در صورت نیاز به نظرات پاسخ دهند. این اعضاء باید از بین مسئولان و مدیران سازمان باشند.

۲- جایگاه سازمانی سیستم مدیریت نظرات مشتریان

از آنجایی که نوع سیستم و ماهیت فعالیت آن به طور منطقی به امور روابط عمومی مربوط می‌شود مسئولیت اجرا و نگهداری سیستم به واحد روابط عمومی و امور بین‌الملل مرکز واگذار می‌شود.

۳- سیاست‌های سیستم

۳-۱- اظهار نظر

- (۱) تمام مشتریان داخلی و خارجی مرکز می‌توانند در مورد ابعاد مختلف مرکز اظهار نظر کنند.
- (۲) انتشار یا عدم انتشار نظر ارسال شده، همچنین انتشار نام و نام خانوادگی و سازمان نظردهنده به همراه انتشار نظر توسط نظردهنده تعیین می‌شود.
- (۳) نظردهنده می‌تواند نظر خود را بدون ارائه مشخصات و نشانی خود ارائه کند.
- (۴) در صورتی که نظردهنده تمایل دارد پاسخ مرکز به آگاهی وی برسد باید حداقل یک نشانی برای ارتباط ارائه کند.
- (۵) نظردهنده می‌تواند نظر خود را به یکی از روش‌های گفتگوی حضوری، گفتگوی تلفنی، نمابر، فرم چاپی، پست الکترونیکی یا ارسال از طریق وب به آگاهی مرکز برساند.
- (۶) مشخصات نظردهنده تنها در اختیار افراد بررسی کننده نظر برای پاسخگویی یا حل مشکل قرار می‌گیرد و کاملاً محرمانه باقی می‌ماند.

۳-۲- مشاهده نظرات مشتریان داخلی و خارجی

- مشتریان داخلی مرکز می‌توانند تمام نظرات قابل نمایش را مشاهده کنند. مشتریان خارجی تنها می‌توانند نظرات مشتریان خارجی که قابل نمایش هستند را مشاهده کنند.

۳-۳- بررسی نظرات

- (۱) مرکز سعی در انتشار تمام نظرات ارسال به همراه پاسخ‌های آنها خواهد داشت. اما در موارد خاص از جمله لطمه به حیثیت و آبروی شخصی (نه کاری و حرفه‌ای) افراد و ... مرکز مجاز است از انتشار نظر مربوطه خودداری کند.
- (۲) مرکز می‌تواند نظرات ارسال شده را با هدف تصحیح املایی و نوشتاری و حذف کلمات نامناسب ویرایش کند.

۳-۴- پاسخ به نظرات

- (۱) پاسخ به نظرات در سه سطح انجام می‌شود:

- پاسخ توسط روابط عمومی
- در صورتی که روابط عمومی قادر به پاسخ نباشد، نظر مربوطه به فرد یا افرادی که در مرکز که از پیش تعیین شده‌اند ارسال می‌شود تا پاسخ خود را ارائه کنند. در این حالت، روابط عمومی از بین پاسخ‌های ارسالی انتخاب می‌کند یا برخی از آنها را ترکیب و ویرایش می‌کند و به عنوان پاسخ مطرح می‌کند.
- اگر پاسخ‌های ارسالی از سوی افراد تعیین شده برای استخراج یک پاسخ مناسب کافی نباشد نظر در جلسه‌ای که اعضای آن توسط رئیس مرکز تعیین می‌شود مطرح و پاسخ مناسب تهیه می‌شود.
- (۲) حداکثر زمان پاسخ به نظرات از تاریخ ثبت نظر در سیستم به شکل زیر تعیین می‌شود:
 - پاسخ توسط روابط عمومی: یک روز کاری
 - پاسخ توسط افراد تعیین شده: دو روز کاری
 - پاسخ توسط جلسه: چهار روز کاری
 - حداکثر زمان پاسخ از تاریخ ثبت نظر در سیستم: هفت روز کاری

۳-۵- کمیته پاسخگویی

- (۱) این کمیته به ریاست رئیس مرکز تشکیل می‌شود و اعضا و تعداد آنها نیز توسط وی تعیین می‌شوند.
- (۲) جلسات این کمیته به صورت دوره‌ای منظم برگزار نخواهد شد بلکه در صورت نیاز و در شرایطی که واحد روابط عمومی یا اعضای کمیته قادر به پاسخگویی به نظر یا نظراتی نباشند تشکیل می‌شود.
- (۳) رئیس کمیته علاوه بر اعضای ثابت کمیته، می‌تواند سایر افراد سازمان را موظف به پاسخگویی به نظرات یا شرکت در جلسات کمیته نماید.
- (۴) اعضای کمیته توسط رئیس مرکز تعیین می‌شوند و موظف هستند به نظرات ارسال شده در صورت نیاز طبق سیاست زمانبندی مصوب به نظرات پاسخ دهند و هم‌چنین در جلسات کمیته شرکت نمایند.

۴- وظایف راهبر

۴-۱- اجرای عملیات سیستم

۴-۲- هماهنگی با تصمیم گیران مرکز در خصوص سیستم

راهبر در خصوص سیاست‌های سیستم و همچنین سایر موارد تصمیم‌گیری مربوط به آن، با تصمیم‌گیران مرتبط هماهنگی‌های لازم را انجام می‌دهد و سیاست‌های مصوب را در قالب روش‌های اشاره شده اعلام می‌کند.

۴-۳- هماهنگی با مدیریت شبکه برای نصب، تنظیمات، تغییرات و رفع

نارسایی‌ها

راهبر برای نصب نرم‌افزار و تنظیمات مورد نیاز آن با مدیر شبکه مرکز هماهنگی و همکاری می‌نماید و انجام تغییرات مورد نیاز و نارسایی‌های احتمالی مربوط به شبکه برای اجرای نرم‌افزار را به اطلاع وی می‌رساند و انجام و رفع آنها را پیگیری می‌کند.

۴-۴- تعیین سطح دسترسی کاربران

راهبر با توجه به سیاست‌های تعیین شده، سطح دسترسی هر یک از کاربران را تعیین کرده و در نرم‌افزار ثبت می‌کند و آن را از طریق چاپ «فرم اعلام رمز کاربر و سیاست‌های استفاده» به اطلاع کاربر می‌رساند. راهبر باید نسخه مربوط به خود از این فرم را در پوشه ای بایگانی کند.

۴-۵- تبلیغ سیستم از طریق درج آگهی و توزیع بروشور و راهنما بین

مشتریان داخلی و خارجی

۴-۶- مستند کردن اشکالات، تغییرات مورد نیاز و بهبودهای سیستم و

انتقال آنها به طراح و برنامه‌نویس سیستم در توسعه‌های آتی آن

۴-۲- ارائه گزارش از عملکرد سیستم

راهبر با استفاده از گزارش هایی که نرم افزار ارائه می کند و همچنین گزارش هایی که در صورت نیاز، خود تهیه می کند به تصمیم گیران مرتبط، عملکرد سیستم را گزارش می کند.

۵- عملیات سیستم

۵-۱- اطلاع رسانی در مورد سیستم

راهبر اطلاعات مربوط به سیستم را در قالب های مناسب مانند بروشورها و جزوه ها در اختیار نظر دهندگان قرار می دهد. این اطلاعات باید شامل موارد زیر باشد:

- (۱) کجا می توان اظهار نظر کرد
- (۲) چگونه می توان اظهار نظر کرد
- (۳) اطلاعاتی که باید از سوی نظر دهنده ارائه شود.
- (۴) فرایند بررسی، پیگیری و پاسخ به نظرات
- (۵) محدودیت های مربوط به مراحل مختلف در فرایند
- (۶) چگونگی دریافت بازخورد از وضعیت نظر اظهار شده

۵-۲- دریافت و ثبت نظرات

روشهای دریافت نظرات عبارتند از:

- (۱) از طریق نرم افزار مبتنی بر وب سیستم
- (۲) گفتگوی تلفنی
- (۳) نامه چاپی
- (۴) فکس
- (۵) پست الکترونیک
- (۶) فرم های نظر خواهی

به جز روش اول که خود نظر دهنده، نظر را وارد و ثبت می کند، در باقی روشها راهبر باید نظرات دریافت شده را در نرم افزار سیستم ثبت کند. این کار از طریق صفحه «ثبت نظر توسط راهبر» انجام می شود.

۵-۳- مدیریت نظرات

۵-۳-۱- پردازش اولیه نظرات

(۱) ارسال تأییدیه دریافت نظر (در صورتی که نظر دهنده حداقل یک نشانی تماس ارائه کرده باشد).

راهبر می‌تواند بخشهایی از متن تأییدیه را که به فارسی نوشته شده‌اند تغییر دهد.

(۲) ویرایش نظر و راه حل آن: راهبر می‌تواند نظر و راه حل ارائه شده از سوی نظر دهنده را از بعد لحن

آمده در نظر، استلزام امنیتی، پیچیدگی و اشتباه تایپی ویرایش کند.

(۳) تعیین نوع نظر: نظر به سه نوع

- شکایت، انتقاد یا انتظار

- تشکر و تشویق

- پرسش

تقسیم‌بندی می‌شود. هر نظر ممکن است یک یا چند نوع فوق را دارا باشد. اما بهتر است نوعی را

انتخاب کرد که نظر در اصل با آن هدف ارائه شده است.

(۴) دسته‌بندی نظر: راهبر نظر را از بعد خدمات و محصولات، اهداف، برنامه‌ها و سیاست‌ها، سیستم‌ها و

فرایندها و رویه‌ها، افراد، واحدها و سایر، نظر را دسته‌بندی می‌کند. یک یا چند دسته قابل انتخاب

است. سپس زیردسته مربوط به هر یک از دسته‌های فوق را نیز تعیین می‌کند. به عنوان مثال در دسته

«خدمات و محصولات»، باید یک زیردسته مانند «خدمات کتابخانه» انتخاب شود.

(۵) پاسخ به نظر: ممکن است راهبر بتواند بدون هماهنگی یا پرسش از افراد مسئول مرکز، به نظر پاسخ

دهد. در این صورت پاسخ نظر را در سیستم درج و ارسال می‌کند.

(۶) تصمیم‌گیری برای نمایش نظر در فهرست نظرات: نظر و اطلاعات آن زمانی نمایش داده می‌شود که

- نظر دهنده رضایت خود را در اظهار نظر اعلام کرده باشد و

- راهبر نمایش آن را مجاز بداند.

در صورتی که نظر دهنده رضایت خود را اعلام کرده باشد، گزینه نمایش نظر برای راهبر فعال

است. در این شرایط راهبر باید در مورد نمایش نظر و باقی اطلاعات مربوط به آن تصمیم‌گیری کند.

(۷) انتقال نظر به مرحله بعدی: پس از انجام عملیات فوق، راهبر باید بر اساس گزینه‌های فعال تعیین کند

که نظر به چه مرحله‌ای منتقل می‌شود. این مراحل عبارتند از:

- انتقال به فهرست نظرات مورد نیاز بررسی

- انتقال به فهرست پاسخ‌های نظرات دارای تصمیم یا اقدام

- انتقال به فهرست نظرات مختومه

۵-۳-۲- پردازش نظرات قبل از تشکیل جلسه

(۱) ارسال نظر به اعضای کمیته پاسخ: در صورتی که راهبر نتواند خود به نظر پاسخ دهد آن را به اعضای کمیته اعلام می‌کند تا نظر آنها را دریافت نماید. راهبر از بین اعضا، همه یا چند نفر را برای پاسخ مناسب و مربوط هستند انتخاب می‌کند و متن درخواست پاسخ را به آنها ارسال می‌کند. راهبر می‌تواند بخشهایی از متن درخواست را که به فارسی نوشته شده‌اند تغییر دهد.

(۲) دریافت پاسخ اعضا کمیته و اتخاذ تصمیم: راهبر پاسخ‌های ارسال شده از سوی اعضا کمیته پاسخ را دریافت و مطالعه می‌کند و یکی از موارد زیر را انجام می‌دهد:

- انتخاب یکی از پاسخ‌های ارائه شده به عنوان پاسخ به نظر
- ترکیب پاسخ‌های ارسال شده و درج نظر نهایی توسط خود در بخش نظر راهبر
- انتخاب گزینه کامل نبودن پاسخ‌ها و نیاز به برگزاری جلسه

(۳) تصمیم‌گیری برای نمایش نظر در فهرست نظرات

(۴) انتقال نظر به مرحله بعدی: پس از انجام عملیات فوق، راهبر باید بر اساس گزینه‌های فعال تعیین کند که نظر به چه مرحله‌ای منتقل شود. این مراحل عبارتند از:

- انتقال به کمیته پاسخ
- انتقال به فهرست پاسخ‌های نظرات دارای تصمیم یا اقدام
- انتقال به فهرست نظرات مختومه

۵-۳-۳- برگزاری جلسه کمیته پاسخ

راهبر بنا به تشخیص خود و بر اساس سیاست‌های تدوین شده، اقدام به برگزاری جلسه می‌کند.

(۱) ارسال دعوتنامه: راهبر تعدادی از نظرات را انتخاب می‌کند و پس از تکمیل اطلاعات جلسه، دعوتنامه را برای همه و یا تعدادی از اعضای کمیته پاسخ ارسال می‌کند. راهبر می‌تواند بخشهایی از متن درخواست را که به فارسی نوشته شده‌اند تغییر دهد.

(۲) پردازش نظرات در جلسه: راهبر در این قسمت شماره جلسه را انتخاب می‌کند. اعضای شرکت‌کننده در جلسه را تعیین می‌کند. نظرات را به ترتیب انتخاب می‌کند. پس از بررسی نظر در جلسه، پاسخ اعضای شرکت‌کننده در جلسه به عنوان پاسخ به نظر را در محل مربوطه درج می‌کند.

(۳) تصمیم‌گیری برای نمایش نظر در فهرست نظرات

(۴) انتقال نظر به مرحله بعدی: پس از انجام عملیات فوق، راهبر باید بر اساس گزینه‌های فعال تعیین کند

که نظر به چه مرحله‌ای منتقل شود. این مراحل عبارتند از:

- انتقال به فهرست پاسخ‌های دارای تصمیم یا اقدام
- انتقال به فهرست نظرات مختومه
- هیچکدام

۵-۳-۴- بررسی رضایت مشتری

در صورتی که پس از ارائه پاسخ به نظردهنده، او پاسخی یا نظری در رابطه با آن نظر ارائه کرد، راهبر باید بر اساس آن، رضایت مشتری را بررسی کند. راهبر یک نظر را انتخاب می‌کند. پاسخ مجدد مشتری را مطالعه کرده و در صورت نیاز ویرایش می‌کند و راضی یا ناراضی بودن او را تعیین می‌کند و در مورد نمایش نظر و باقی اطلاعات آن تصمیم‌گیری می‌کند.

۵-۳-۵- پیگیری تصمیم‌ها یا اقدام‌ها

در مورد نظرانی که به فهرست پاسخ‌های دارای تصمیم یا اقدام منتقل می‌شوند راهبر باید تحقق تصمیم یا اقدام آن را تعیین کند. راهبر یک نظر را انتخاب می‌کند. سپس با مطالعه پاسخ به آن نظر، در مورد تحقق تصمیم یا اقدام اشاره شده تصمیم‌گیری می‌کند. در صورت نیاز می‌تواند شرحی در مورد تحقق یا عدم تحقق تصمیم یا اقدام درج نماید. در پایان در مورد نمایش نظر و باقی اطلاعات آن تصمیم‌گیری می‌کند.

۶- تنظیمات

۶-۱- کاربران

در این بخش راهبر می‌تواند کاربران جدیدی برای سیستم تعریف کند، اطلاعات آنها را ویرایش کند یا آنها را حذف کند. چهار سطح دسترسی به شرح زیر قابل تخصیص است. یک کاربر می‌تواند یک یا چند سطح زیر را همزمان داشته باشد.

(۱) ورود اطلاعات: برای ورود اطلاعات نظرات ارسال شده از طرق غیر وب

(۲) مدیریت اطلاعات: برای کار با بخش مدیریت نظرات

(۳) عضو کمیته: برای دسترسی اعضای کمیته به نرم‌افزار برای پاسخ به نظرات ارسال شده به آنها

(۴) مدیر ارشد: برای دسترسی به بخش تنظیمات

۶-۲- دسته‌بندی نظرات

در این بخش راهبر می‌تواند برای هر یک از دسته‌های زیر، زیردسته‌هایی اضافه کند یا زیردسته‌های موجود را ویرایش یا حذف کند.

- خدمات و محصولات
- اهداف، برنامه‌ها و سیاست‌ها
- افراد
- واحدها
- سایر

طراحی و اجرای سیستم مدیریت نظرات



01XF0000000000293

پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران