

بسم الله الرحمن الرحيم

طراحی سیستم

مشارکتی در سازمان های تجاری

مؤلف

دکتر سید هاشم هدایتی

عضو هیئت انجمن علمی مدیریت استراتژیک ایران

۱۳۹۶

سرشناسه : هدایتی، سید هاشم، ۱۳۳۸ -
 عنوان و نام پدیدآور : طراحی سیستم مشتری‌مداری در سازمان‌های تجاری / مؤلف سید هاشم هدایتی.
 مشخصات نشر : تهران، مهکامه، ۱۳۹۶.
 مشخصات ظاهری : ۱۰۸ ص: ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.
 شابک : 978-600-8731-08-5
 وضعیت فهرست‌نویسی : فیا
 موضوع : خدمات مشتری -- مدیریت Customer relations--Management
 موضوع : مشتری‌شناسی -- مدیریت Customer services--Management
 موضوع : خاورمیانه -- جنبه‌های استراتژیکی Middle East-- Strategic aspects
 رده‌بندی کنگره : ۱۳۹۶ ۷۴۳۶۵/۵/۵۴۵ HF۵۴۱۵
 رده‌بندی دیویی : ۶۵۸/۸۱۲
 شماره کتابشناسی ملی : ۴۶۶۸۱۸۸

نام کتاب : طراحی سیستم مشتری‌مداری در سازمان‌های تجاری
 مؤلف: دکتر سید هاشم هدایتی
 ناشر: مهکامه
 ناظر چاپ: بهزاد ربیعی
 لیتوگرافی: نقش
 نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۶
 تیراژ: ۵۰۰ نسخه
 قیمت: ۸۰۰۰۰ ریال
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۷۳۱-۰۸-۵

مراکز پخش: ۱- تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده به ایلی‌نژاد، کوچه انوری، پلاک ۸، طبقه دوم،
 نشر و پخش مهکامه

تلفن: ۶۶۴۹۷۰۵۰-۶۶۴۸۸۲۰۳

۲- تهران، میدان انقلاب، بین خیابان ۱۲ فروردین و اردیبهشت، کتاب روش

تلفن: ۶۶۴۶۷۳۲۳-۶۶۴۶۰۹۳۲

en_mahkam@shahrooz.com

www.mahkam.com

پست الکترونیکی:

نمایندگی‌های شهرستان:

۱- اهواز: خیابان حافظ، بین سیروس و نادری، کتاب‌فروشی رشد، تلفن: ۳-۲۲۱۷۰۰۰ (۰۶۱۳)

۲- مشهد: خیابان سعدی، پاساژ مهتاب، کتاب‌فروشی درخشش، تلفن: ۳۲۲۵۱۹۲۳ (۰۵۱)

۳- اصفهان: خیابان چهارباغ عباسی، مجتمع چهارباغ، زیرزمین، پلاک ۲۶، تلفن: ۳۲۲۳۸۸۵۶ (۰۳۱)

۴- یزد: خیابان فرخی، جنب مجتمع ستاره، کتاب‌فروشی فدک، تلفن: ۳۶۴۷۳۷۵ (۰۳۵)

۵- شیراز: خیابان ملاصدرا، نیش خلیلی، کتاب‌فروشی خوارزمی، تلفن: ۳۶۴۷۳۷۱ (۰۷۱)

۶- تبریز: فلکه دانشگاه، ابتدای خیابان دانشگاه، کتاب‌فروشی علامه، تلفن: ۳۳۳۴۱۶۶۹ (۰۴۱)

آدرس کانال انتشارات مهکامه: telegram.me/mahkamepublishers

فهرست مطالب

۷	پیش‌گفتار.....
۹	مقدمه‌ای بر مدیریت کسب‌وکار.....
۹	تعاریف و مفاهیم.....
۱۱	سیستم‌های داخلی یک سازمان.....
۱۲	مدیریت کسب‌وکار.....
۱۳	ذی‌نفع‌های هر سازمان.....
۱۵	بازاریابی.....
۱۵	عوامل تاثیرگذار در انتخاب استراتژی بازاریابی.....
۱۶	وظایف بازاریابی در پاسخ‌گویی به انواع تقاضاها.....
۱۹	مشتری‌مداری.....
۲۱	مشتری.....
۲۱	نیاز مشتری.....
۲۳	انتظارات مشتری.....
۲۳	رضایتمندی مشتری.....
۲۴	اثرات رضایت مشتری.....
۲۶	مشتری‌مداری.....
۲۷	مشتری‌مداری در مدیریت سازمان‌های تجاری.....
۲۸	جایگاه مشتری‌مداری در برنامه‌ریزی.....

- ۲۸..... مراحل تهیه طرح کسب‌وکار BP
- ۲۹..... نقش مشتری‌مداری در سازمان‌دهی
- ۳۰..... نقش مشتری‌مداری در کارگزینی و تأمین منابع انسانی
- ۳۱..... نقش مشتری‌مداری در هدایت و رهبری
- ۳۵..... نقش مشتری‌مداری در کنترل سازمان
- ۳۶..... وظیفه مدیریت کسب‌وکار در طراحی سیستم مشتری‌مداری
- ۳۷..... بررسی مشتری‌مداری در مدیریت کسب‌وکار با رویکردی سیستمی
- ۳۷..... جایگاه مشتری‌مداری در ورودی‌ها
- ۳۸..... جایگاه مشتری‌مداری در فرآیندها
- ۳۹..... طیف فرآیندهای ورودی در کسب‌وکار
- ۴۰..... فرآیندهای فردی
- ۴۰..... فرآیندهای فردی تیمی
- ۴۱..... فرآیندهای سیستمی سازمان
- ۴۱..... فرآیندهای تثبیت‌شده
- ۴۲..... طبقه‌بندی فرآیندهای یک سازمان
- ۴۲..... ارزش فرآیندها از دیدگاه مشتری
- ۴۲..... فرآیندهای مشتری‌مدار (Customer Oriented Processes (COP
- ۴۳..... فرآیندهای مشتری‌مدار مؤثر
- ۴۳..... جایگاه مشتری‌مداری در خروجی
- ۴۴..... جایگاه مشتری‌مداری در بازخورد
- ۴۵..... جایگاه مشتری‌مداری در تحلیل محیط سازمانی
- ۴۹..... سازمان‌های مشتری‌مدار
- ۵۰..... ویژگی‌های مدیران مشتری‌مدار
- ۵۱..... ویژگی‌های کارکنان مشتری‌مدار
- ۵۳..... فرآیند ارتباط با مشتری
- ۵۳..... اهداف CRM
- ۵۴..... ضرورت به‌کارگیری CRM

۵۴	مزایای استفاده از سیستم CRM
۵۵	مراحل اجرای CRM
۵۷	فرآیند و اصول رسیدگی به شکایات
۵۸	مدیریت شکایت مشتریان
۵۸	اصول رسیدگی به شکایت مشتری
۵۹	فرآیند تا احیای نظام مشتری‌مداری بر اساس رویکرد مدیریت کیفیت
۶۳	ضرورت ایجاد سیستم بازخورد
۶۳	طراحی سیستم رسیدگی به شکایات: بازخورد مشتری
۶۳	راه‌های جمع‌آوری شکایات مشتریان
۶۴	ویژگی‌های اساسی یک سیستم پاسخگویی مناسب به شکایات مشتریان
۶۴	۳۰ نکته برای ارتباط مؤثر با مشتریان
۶۷	راه‌های وفادار کردن مشتری
۶۷	ابعاد کیفیت خدمات
۶۷	(۱) عوامل محسوس (شواهد فیزیکی)
۶۷	(۲) قابلیت اعتماد
۶۸	(۳) پاسخ‌گویی
۶۸	(۴) اطمینان خاطر
۶۸	(۵) همدلی
۷۰	ده اصل غیرقابل انکار در وفاداری مشتری
۷۰	نقشه راه برای رسیدن به وفاداری مشتری، حفظ و نگهداری آن
۷۱	فرآیند ارتباط مؤثر با مشتری
۷۵	جایگاه مشتری‌مداری در مدیریت کیفیت
۷۵	هشت اصل مدیریت کیفیت
۷۷	مفاهیم بنیادین سرآمدی EFQM
۷۸	نتیجه‌گرایی

- طراحی نظام مشتری‌مداری بر اساس رویکرد مدیریت کیفیت..... ۷۹
- برنامه کاربردی مشتری‌مداری..... ۸۳
- (۱) تدوین آرمان‌نامه، رسالت‌نامه و ارزش‌های سازمان در راستای رضایت مشتریان..... ۸۳
- (۲) کیفیت به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل رشد و توسعه‌ی سازمان‌ها و رضایت مشتریان..... ۸۶
- (۳) درک انتظارات مشتریان..... ۸۸
- (۴) ایجاد انتظارات مطلوب در مشتریان..... ۹۰
- (۵) کید را می‌کردن مشتریان در دست مدیریت صحیح منابع انسانی است..... ۹۱
- (۶) ایجاد تعهد به ارائه خدمت در تمام سطوح سازمان..... ۹۳
- (۷) کاستن از هدررفت منابع، بخش‌های ستادی و هدایت آن‌ها به‌سوی امور کارشناسی، نظارت و برنامه‌ریزی..... ۹۳
- (۸) مهندسی مجدد (م. برین) در گون‌سازی سازمان‌ها..... ۹۴
- (۹) طرح ارزش‌یابی کارکنان در سطح مشتریان..... ۹۴
- (۱۰) مدیریت شکایات مشتریان..... ۹۵
- ایجاد و گسترش فرهنگ مشتری‌مداری در سازمان..... ۹۷
- مراحل ایجاد و گسترش فرهنگ مشتری‌مداری در سازمان..... ۹۷
- مشتری خود را بشناسیم..... ۹۸
- مشتریان خود را طبقه‌بندی کنیم..... ۹۸
- با مشتریان خود تعامل داشته باشیم..... ۹۸
- بعضی از رفتارهای سازمان خود را با مشتری هماهنگ کرده و تطبیق دهیم..... ۹۹
- به خواسته مشتری ارزش دهیم..... ۹۹
- تلاش برای ایجاد و تداوم وفاداری در مشتریان..... ۱۰۰
- سنجش میزان رضایت مشتری..... ۱۰۰
- نقش فناوری اطلاعات در تبیین فرهنگ سازمانی مشتری‌مدار..... ۱۰۲
- منابع..... ۱۰۵

پیش‌گفتار

درس مشترک، مداری یکی از دروس رشته‌ی کاردانی پودمانی مدیریت کسب‌وکار است. نظر به اهمیت این درس برای فارغ‌التحصیلان رشته‌ی مدیریت کسب‌وکار که غالباً در بنگاه‌های اقتصادی، بچک و متوسط فعالیت داشته و یا خواهند داشت، در چهارچوب سرفصل‌های درج‌شده در تأیید دانشگاه جامع علمی کاربردی، متن حاضر تهیه و در اختیار دانشجویان مربوطه قرار گرفت.

پس از چند ترم تدریس و اخذ بازخورد از دانشجویان و تکمیل مطالب، تصمیم گرفتم این مطالب در قالب یک کتاب کوچک، در اختیار عموم قرار گیرد. ضمن تشکر از سرکار خانم دکتر کژال راستین که با پیشنهادی ارزشمندشان به تکمیل این کتاب کمک کردند، امیدوارم این نوشته‌ها بتواند بخشی هرچند اندک از نیازهای سازمان‌ها را تأمین کند.

سید ماشاء هدایتی

فروردین ۱۴۰۶