

تکریم ارباب رجوع



امروزه در عصر جهانی شدن، به سبب پیشرفت دانش و تکنولوژی، سرعت در ارتباطات و تغییر و تحولاتی که در ارزشها و فرهنگ ها، انتظارات و مطالبات سیاسی ملت ها ایجاد شده، بر فرایند تحولات اداری تاثیر گذاشته است. تغییرسلیقه ها و توقعات شهروندان، سبب شده است که تحول، از امری درون زا به امری برون زا تبدیل شود. درواقع پاسخگو بودن سازمانهای دولتی در برابر شهروندان، سبب شده است دولتها به افراد جامعه از منظری جدید و به مثابه ارباب رجوع بخش خصوصی بنگرند و تلاش کنند حداکثر رضایتمندی را برای آنان فراهم سازند.

از ویژگی های تعریفی که میتوان برای ارباب رجوع ارائه داد به شرح ذیل است؛ ارباب رجوع اصولاً کسی است که خدمت یا کالایی را اعم از داخل سازمان یا بیرون سازمان دریافت می کند. و یا به عبارتی دیگر ارباب رجوع ها محصول یا نتایج یک عملکرد را مصرف می کنند یا به آنها نیاز دارند و از آنها بهره می برند.

ارباب رجوع مداری، انسان مداری است، ارزش نهادن به انسان به عنوان ارزنده ترین موجود و به عنوان شریفترین چیزی که خدا خلق کرده است. موجودی که در دیدگاه مبین اسلام اشرف مخلوقات و خلیفه الله است.

تکریم ارباب رجوع

اهداف رفتاری دوره ؛

- ۱) آشنایی با مبانی نظری و محتوای طرح تکریم
- ۲) تشریح پیامدهای طرح تکریم در ارتقای کرامت انسانی و افزایش بهره‌وری
- ۳) اطلاع‌رسانی کامل در زمینه خدمات قابل ارائه به مشتری
- ۴) تبیین اصول مشتری‌محوری و رعایت احترام ارباب رجوع از دیدگاه ارزشی
- ۵) تشریح خدمات قابل ارائه به ارباب رجوع و مستندسازی فرآیندها
- ۶) گوش دادن به صدای مخاطب و مشتری
- ۷) تشریح مشکلات مشتری‌گرایی

سرفصل‌های دوره ؛

- ۱) کلیات نظری تکریم ارباب رجوع
- ۲) انواع ارباب رجوع، نیازها و انتظارات
- ۳) اصول تکریم ارباب رجوع یا اصول خدمات مشتری
- ۴) ضروری تکریم ارباب رجوع
- ۵) انواع ارباب رجوع از جنبه میزان رضایتمندی
- ۶) انواع ارباب رجوع از نظر رفتاری، مشکلات مشتری‌گرایی
- ۷) چگونگی تبدیل ارباب رجوع خشمگین به ارباب رجوع راضی
- ۸) شیوه‌های برای خودگشودگی و گوش دادن به صدای مشتری
- ۹) ابزارهای تکریم ارباب رجوع
- ۱۰) عوامل مؤثر تکریم ارباب رجوع یا مشتری‌در سازمان‌ها، نهادها و ارگان‌ها