

## سیستم مدیریت شکایات مشتری 2014: ISO 10002

این استاندارد بین المللی راهنمایی لازم برای طراحی و ایجاد یک فرایند موثر و کارآمد در بررسی عدم رضایت را در تمامی زمینه فعالیتهای تبلیغاتی و مرتبط با تجارت الکترونیک در بر دارد. اطلاعات بدست آمده از طریق فرایند بررسی شکایت (عدم رضایت) می تواند منجر به بهبود تولیدات و فرایندها شود. در مقطعی که نارضایتی به طور کامل پی گیری میشود به بهبود شهرت سازمان صرفه نظر از سایز، مکان و محدوده منتهی میشود. ارزش این استاندارد بین المللی در بازار جهانی از زمانی که محور اصلی (هدف)، ایجاد صمیمیت در ارتباط با مشتری تعریف می شود، بیشتر مشهود است. تمامی صاحب نظران علوم مدیریت و مدیریت کیفیت، اصولی را بعنوان اصول مدیریت کیفیت مطرح نموده اند و سه اصل بین این اندیشمندان مشترک بوده که این سه اصل عبارتند از:

- مشتری گرائی
- مشارکت کارکنان
- بهبود مستمر

که مهمترین اصل **مشتری گرائی** می باشد چراکه سازمان به مشتریان خود وابسته است و سازمانی که بهترین محصولات را تولید کند ولی نتواند آنها را بفروشد قطعاً پایدار نخواهد بود و بقا ندارد. تنها علت رقابت در جامعه بین المللی امروز مشتری مداریتست چراکه حداقل کیفیت جز لاینفک محصول است و محصولی که این حداقل کیفیت را ندارد نام محصول را هم ندارد. پس تنها فعالیت هائی که موجب رشد سازمان و تبدیل سازمان به سازمان پایدار میگردد اینست که نیازهای فعلی مشتریان را برآورده کند و نیازهای آتی مشتریان را هم شناسائی نموده و در جهت جلب رضایت مشتری گام برداریم. این استاندارد به راه حل هائی جهت مستند نمودن شکایت مشتریان تا مرحله جلب رضایت مشتری ارائه شده است.

### ➤ فرایند اجرایی که در این استاندارد شرح داده شده است می تواند:

- برای مشتری ناراضی نوعی فرآیند باز (شفاف) و پاسخگو را فراهم کند.
- قابلیت سازمان را در رفع شکایت (عدم رضایت) با اتکا به شیوه ای سازگار، سیستماتیک و واکنشی افزایش می دهد که موجب افزایش رضایتمندی مشتری و سازمان می شود.
- قابلیت شناسایی روند رفع علل شکایت و بهبود عملکرد در سازمان را افزایش دهد.
- به پرسنل در راستای ایجاد تمرکز در مشتری مداری برای برطرف کردن عدم رضایت و تشویق پرسنل در بکارگیری مهارتشان در ارتباط با مشتری کمک نماید.
- زمینه هایی را در بازنگری های مداوم، تجزیه و تحلیل فرایند بررسی رفع عدم رضایت، تفکیک پذیری شکایات و بهبود فرایندی را ایجاد مینماید

### ➤ این استاندارد در بر گیرنده مفاد زیر است:

- افزایش رضایت مشتری از طریق مشتری مداری شامل کلیه بازخوردها (شکایت / عدم رضایت)، رفع شکایت / عدم رضایت دریافتی و افزایش قابلیت سازمان در راستای بهبود محصولات و خدمات ارائه شده به مشتری.
- مشارکت و تعهد مدیریت ارشد به واسطه بکارگیری مناسب منابع، مانند: آموزش پرسنل
- تشخیص و ارجاع نیازها و توقعات مشتریان شاکی (ناراضی) { به مسئول مربوطه }
- تجزیه و تحلیل و ارزیابی شکایت (عدم رضایت) در جهت بهبود محصول و کیفیت خدمات ارائه شده به مشتری
- ممیزی فرایند بررسی شکایت (عدم رضایت)
- بازنگری اثر بخشی و کارایی فرایند بررسی شکایت