

مدیریت شکایات مشتریان در صنعت بانکداری ایران

راهنمای گام به گام راه اندازی، هدایت

و توسعه واحد رسیدگی به شکایت در سازمان های ایرانی

آزاده فرح آبادی

کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه علامه طباطبائی تهران

مهدی معمارپور

دانشجوی دکتری مهندسی صنایع



سبک زندگی

تلفن: ۰۲۱-۸۷۶۰۰۰۰۰

فکس: ۰۲۱-۸۷۶۰۰۰۰۰

پست الکترونیک: sobezindagi@sharh.com

آدرس: تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۱۰۰، طبقه ۱۰

سرشناسه: فرح آبادی، آزاده، ۱۳۵۸ -

عنوان و نام پدیدآور: مدیریت شکایات مشتریان در صنعت بانکداری ایران؛ راهنمای گام به گام راهاندازی، هدایت و توسعه واحد رسیدگی به شکایات در سازمانهای ایرانی / آزاده فرح‌آبادی، مهدی معاصریور؛ ویراستار رضیه غنچهی. مشخصات نشر: تهران: سبک زندگی، ۱۳۹۷. مشخصات ظاهری: ۱۶۸ ص.؛ نمودار. شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۶۱۶۱-۹

وضعیت فهرست نویسی: فیا

عنوان دیگر: راهنمای گام به گام راه اندازی، هدایت و توسعه واحد رسیدگی به شکایت در سازمانهای ایرانی.

موضوع: مصرف کنندگان -- شکایت ها -- مدیریت
Consumer behavior -- Management: موضوع

موضوع: خدمات مشتری -- مدیریت
Customer services -- Management: موضوع

موضوع: مشتریان بانک

Bank customers: موضوع

موضوع: بانک و بانکداری -- مدیریت

Bank management: موضوع

شناسه افزوده: معمارپور، مهدی، ۱۳۶۱ -

رده بندی کنگره: ۱۳۹۷ م ۴ ف ۵۲/۵۴۱۵ HF

۶۵۸/۸۱۲: رده بندی دیوپی

شماره کتابشناسی ملی: ۵۱۵۷۶۴۱



مدیریت شکایات مشتریان در صنعت بانکداری ایران
راهنمای گام به گام راه اندازی، هدایت و توسعه واحد
رسیدگی به شکایت در سازمان های ایرانی
نویسندگان: آزاده فرح آبادی و مهدی معمارپور
ویراستار: راضیه غنچه

طراح گرافیک و صفحه آرا: ابوالفضل جهان مبین
طراح جلد: مینا بیگی

چاپ اول: بهار ۹۷، شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۶۱۶۱-۹-۰

■ انتشارات سبک زندگی ■ تلفن: ۰۹۱۲۶۷۹۳۹۴۹

■ پست الکترونیک: sabkezendegipub@gmail.com

■ حق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است.

۹	مقدمه نویسندگان
۱۵	فصل اول: اصول، مبانی و تعاریف استاندارد رسیدگی به شکایات مشتریان (۱۰۰۰۲:۳۰۰۴۰۶)
۱۷	مقدمه
۱۹	اصطلاحات و تعاریف
۳۳	فصل دوم: گام‌های راه‌اندازی واحد رسیدگی به شکایت
۳۵	مقدمه
۳۵	انواع مشتریان در یک سازمان
۴۲	اهداف و ضرورت‌های راه‌اندازی واحد رسیدگی به شکایت
۴۴	ساختار سازمانی واحد رسیدگی‌کننده به شکایت
۴۵	تجهیزات مکانی واحد رسیدگی‌کننده به شکایت
۴۸	مشخصات کارکنان واحد رسیدگی‌کننده به شکایات
۴۹	ارتقا و آموزش
۵۰	چهران خدمات
۵۲	مدیریت دانش
۵۲	جایگاه سازمانی واحد رسیدگی به شکایات
۵۳	۱. ساختار هسته مرکزی
۵۳	۲. ساختار شبکه‌ای
۵۴	۳. برون‌سپاری
۵۷	نقش و وظایف در ساختار سازمانی واحد رسیدگی به شکایات
۵۷	دبیر شکایات
۵۸	واحد‌های مسئول رسیدگی‌کننده
۵۸	ممیز فرایند (سیستم)
۵۹	کانال‌های ثبت شکایات
۶۲	اطلاع‌رسانی کانال‌های ثبت شکایت به مشتریان
۶۵	فصل سوم: اصول و استانداردهای رسیدگی به شکایت در بانک‌ها
۶۷	مقدمه
۶۷	استانداردهای بین‌المللی رسیدگی به شکایات
۷۳	فصل چهارم: برنامه‌ها و اقدامات توسعه واحد رسیدگی به شکایت
۷۵	مقدمه
۷۶	تعریف اقدام اصلاحی و پیشگیرانه

- ۷۶ ۱- شناسایی مسئله، مشکل، عدم انطباق یا مغایرت
- ۷۸ ۲- حل مسئله
- ۷۹ ۳- صحنه‌گذاری، پیگیری و پیاده‌سازی اقدامات اصلاحی
- ۷۹ ۴- سنجش اثربخشی اقدام اصلاحی

۸۵ فصل پنجم: موردکاوی تجارب رسیدگی به شکایات در بانک‌های بوتر خارجی

- ۸۷ مقدمه
- ۸۹ - گونه مؤسسات مالی می‌توانند شکایات مشتریان را به یک مزیت رقابتی تبدیل کنند؟
- ۹۷ چالش‌ها و موانع به‌کارگیری برنامه‌های مدیریت شکایات
- ۹۹ هوش مشتری
- ۹۹ مشاهدات از پنج منبع مختلف در کشور انگلستان
- ۱۰۸ رویکردهای نهادی در خصوص حل مسئله
- ۱۰۹ تعریف شکایت
- ۱۱۲ ایجاد یک فرهنگ مشتری‌دور
- ۱۲۲ مدل منتخب رسیدگی به شکایات مشتریان در بانک‌های آمریکا
- ۱۲۵ استراتژی و توصیه‌هایی برای رسیدگی به شکایات مشتریان - مطالعات موردی
- ۱۳۱ بررسی موردی واحد رسیدگی به شکایات بانک گلداسمیت

۱۴۱ فصل ششم: رسیدگی به شکایات در بانک‌های ایرانی

- ۱۴۳ مقدمه
- ۱۴۴ مقایسه تطبیقی رسیدگی به شکایات در بانک‌های خصوصی و دولتی در ایران
- ۱۴۵ بازخوانی فرایند رسیدگی به شکایات براساس ساختار شبکه‌ای
- ۱۴۷ طرح‌ریزی فرایند رسیدگی به شکایات در یک بانک
- ۱۴۷ چگونگی اطلاع‌رسانی درخصوص فرایند رسیدگی به شکایات مشتریان
- ۱۴۷ کانال‌های ارتباطی و فرایندهای جمع‌آوری اطلاعات
- ۱۵۰ فرایند بیان شکایات از طریق تماس تلفنی یا مرکز تماس مشتریان
- ۱۵۱ فرایند پیگیری شکایت از سوی مشتریان
- ۱۵۴ فرایند اجرایی بهبود مستمر در رسیدگی به شکایات مشتریان
- ۱۵۸ مهم‌ترین دلایل شکایات مشتریان در شبکه بانکی ایران
- ۱۶۰ موردکاوی رسیدگی به شکایات در بانک‌های ایرانی
- ۱۶۲ تقسیم‌بندی مشتریان شکایت‌کننده از بانک
- ۱۶۴ نتایج حاصل از رسیدگی به شکایات مشتریان در یک بانک

مقدمه نویسندگان

نیاز به شناخت و مراقبت از مشتریان مزاحم و مزاحمه سازمان‌ها و شرکت‌هایی است که به دنبال بالابردن اثربخشی ارتباط با مشتری، کسب سود و ساختن تصویر سازمانی مناسب براساس نحوه خدمت‌رسانی به مشتریان هستند. ایده ایجاد یک واحد مستقل رسیدگی به شکایت در سازمان متبوع نویسنده، با تغییر در عوامل اساسی در ساختار و فرایندهای سازمانی نیز همراه بود. استراتژی بانک تنزیلانه بود و وفاداری مشتریان به شکل چشمگیری در اولویت‌های مدیران و کارکنان قرار گرفته بود.

براین اساس، واحد رسیدگی به شکایت در بانک، با هدف بالابردن وفاداری مشتریان شکل گرفت و با پیگیری و ایجاد زیرساخت‌های نرم‌افزاری، فرایندی و سخت‌افزاری لازم، اجرایی شد. فلسفه تشکیل این واحد تجمع اطلاعات درخواست‌ها و شکایات مشتریان برای شناخت نقاط قوت و زمینه‌های قابل بهبود، انجام اقدامات اصلاحی موردنیاز برای بهبود وضعیت سیستم و بالطبع افزایش رضایتمندی و وفاداری مشتریان بوده است.

ایجاد واحد رسیدگی به شکایات نه تنها الزام همه سازمان‌هاست بلکه تا حد زیادی وجود این واحد می‌تواند در پیشرفت، حیات و ممات آن‌ها نقش بازی کند. جایگاه دانای کل این واحد سازمانی زمانی برای مدیران آشکار می‌شود که ضمن پشتیبانی مشتریان و رفع مشکلات ایشان در کوتاه‌ترین زمان با زیر نظر گرفتن مسائل و مشکلات سازمانی و تلاش در رفع معضلات، آن راه را برای ارتقا و بهبود کیفیت حدها هموار سازد.

پنج سال ارتباط مداوم با مشتریان شاکی در واحد رسیدگی به امور مشتریان به‌عنوان کانال رودی و دبیری شکایات یک بانک درس‌های جالب و متفاوتی را به‌پنده امرخته است. درس‌هایی که هریک به تنهایی می‌تواند موضوع یک مبحث علمی یا تحقیق دانشگاهی باشد. این درس‌ها تجارب ارزشمندی را برای افزایش دانش سیستمی و بالارندن سطوح نقاط قوت و زمینه‌های قابل بهبود سازمان در اختیار ما قرارداده است. ایده اولین یک کتاب برای ثبت این تجارب و کمک به کسانی که در ابتدای این راه هستند، زمانی در ذهن نویسندگان شکل گرفت که دوستان و علاقه‌مندان در مورد راه‌اندازی این واحد و نحوه نگهداری و پیشرفت آن سؤالاتی را مطرح می‌کردند. حرکت این کارزارهای «محصول‌محور» به سمت سازمان‌های «مشتری‌محور» سرآغاز توجه و ارتباط ویژه با مشتریان در دهه حاضر است.

این کتاب اولین متن و نقشه راه نیست و بالطبع متون و مقالات زیادی در این باره چاپ و به رشته تحریر درآمده است؛ اما چیزی که مدنظر نویسندگان این تحریر این راهکارهاست، ارائه تجربیاتی است که شاید تازگی داشته و بدیع باشند.

دیری نخواهد پایید تنها سازمان‌هایی با گوش شنوا و ذهن هوشیار رشد یافته و پایدار باقی می‌مانند. نشستن در بالای برج یک سازمان عریض و طویل، بدون شناخت دنیای اطراف و بدون پاسخ‌دادن به تهدیدهای محیطی امری محال و ناممکن است. امید است که در ادامه این راه، نویسندگان و علاقه‌مندان دیگر مطالب ارائه‌شده را پربارتر و کامل‌تر کنند.