

مایریت ارتباط با مراجعین در مراکز پزشکی

تالیف:

مهران فارسی

معمربه اسایپور

فهرست مطالب:

۴.....	مقدمه
۵.....	ریت رقابتی
۱۱.....	مدیریت تجربه مشتری و فرهنگ سازمانی
۲۱.....	CLM چیست؟
۲۹.....	CRM در مراکز پزشکی
۳۳.....	مدیریت تجربه مشتری در مراکز پزشکی
۴۷.....	معرفی نرم افزار CRM مراکز پزشکی

مقدمه

در زمانهای گذشته (و تا حدود زیادی هنوز هم همینطور است) مدیران کسب و کار ما از واژه‌های استفاده می‌کردند که نشان از آگاهی و درک بالای آنها نسبت به اهمیت نقش مشتری در کسب و کارشان داشت. این عبارت "مشتری مداری" بود. مشتری مداری در ذهن مدیران کسب و کار ما به این معنی بود که باید به مشتری احترام گذاشت اما چگونه؟ هر یک بسته به اقتضای کسب و کار و حالات درونی خودش سعی می‌کرد برای اینکه کسب و کاری مشتری‌مدار داشته باشد فرآیندهایی را به صورت قوانین نانوشته در سازمان کوچک و یا بزرگ خودش اجرا کند. هیچ‌کدام از این فرآیندها کلاسه‌بندی نمی‌شدند و هیچ آموزش طبقه‌بندی شده‌ای نیز در سازمان اجرا نمی‌شد. اما امروزه مشتری‌مداری رنگ و بوی علمی در خود گرفته و به شدت کلاسه‌بندی شده و در قالبهای مختلف و با ایده‌های متنوع در حال ارائه است. مدیران کسب و کار باید خود را مسلط به علم روز کرد و مشتری‌مداری سازمانشان را از طریق پیاده‌سازی و استقرار سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری به حد اعلای خود برسانند. مدیران امروز باید در جریان باشند که دوره‌ای که در آن هستیم دوره حکمرانی مشتری است و کسب و کارها برای اینکه تجربه بهتری برای مشتریان رقم بزنند و آنها را به دست جذب کنند به شدت با هم در رقابت هستند.

این کتاب به بررسی موضوع مدیریت ارتباط با مشتری به خصوص در سازمان‌هایی که در حوزه بهداشت و درمان فعال هستند پرداخته است. امید است نگرش مشتری‌مداری مدیران کسب و کار در این حوزه بسیار مهم بتواند با بالابردن سطح کیفیت ارائه خدمات، سطح کیفیت زندگی‌مان را نیز متحول نماید.

محسن فارسی