

# ارتباط با مشتریان با استفاده از پیامک و پیام‌های تلفنی در عملیات بانکی

فرشید اسکندری



## مقدمه

هر روز مشتریان زیادی به شعب و واحدهای ستادی بانک مراجعه می‌کنند. بررسی‌های حاکی از آن است که بخش عمده‌ای از مراجعات به منظور پیگیری کار که ناشی از نداشتن اطمینان به گردش منظم کار و فقدان یک سیستم اطلاع‌رسانی جامع است، انجام می‌گیرد. مصداق بارز این موضوع در خصوص پرداخت تسهیلات است که قسمت عمده‌ای از فعالیت‌های بانکی را در بر می‌گیرد.

بسیاری از سازمان‌ها سعی کرده‌اند با ایجاد وب‌سایت‌ها یا سایر ابزارهای الکترونیکی به مشتریان اطلاع‌رسانی کنند، اما این روش‌ها تقریباً بر محور ارتباط اول مشتری با سازمان تاکید دارد به این معنی که ابتدا می‌باید مشتری با سازمان ارتباط برقرار کرده و سپس اطلاعات مورد نیاز از وضعیت کار مورد نظر را دریافت دارد.

از میان ابزارهای ارتباطی، تلفن همراه به لحاظ ضریب نفوذ بالا در بین مردم و در دسترس بودن در همه زمان و مکان و شکسته شدن بعد زمان و مکان، سادگی و سهولت استفاده از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

در حال حاضر در سازمان‌ها عموماً از جنبه اطلاع‌رسانی تبلیغاتی با پیامک استفاده می‌شود. همچنین در بانک‌ها پیامک و پیام‌های تلفنی بیشتر برای دریافت و ارسال اطلاعات حساب مشتریان استفاده می‌شود. اما سیستمی که طراحی و پیاده‌سازی شده، مدلی را ارائه می‌کند که دارای ویژگی‌ها و مزایای منحصر به فرد زیر است:

- الف- مبتنی بر ارتباط پیش‌هنگام از سوی بانک به مشتری است.
- ب- از عناصر ارتباطی ساده و دارای نفوذ بالا استفاده شده است.
- ج- پیاده‌سازی آن با سهولت و حداقل هزینه امکانپذیر است.
- د- می‌تواند در بر گیرنده همه نوع خدمات باشد
- ه- بانک اطلاعاتی ایجاد شده امکان تشخیص گلوگاه‌های کاری را به طور مستند مشخص می‌کند.
- و- با دریافت کارمزد از خدمات ارائه شده می‌توان درآمدزایی کرد.

## مدیریت ارتباط با مشتری

استفاده گسترده از فن‌آوری اطلاعات، سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا برای افزایش آگاهی نسبت به نیازها و احتیاجات مشتریان و درک بهتر آنها، از دانش فنی همراه با مهارت‌ها و تخصص لازم بهره‌مند شوند. در طول دهه ۹۰، فرایندهای تعاملی مدیریت مشتری مبتنی بر فن‌آوری اطلاعات، که در انتهای فرایند کسب و کار و در ارتباط با مشتری است، مهندسی مجدد شد که این موضوع امروزه تحت عنوان «مدیریت ارتباط با مشتری» (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT = CRM) شناخته می‌شود.

یک فرایند شامل مجموعه فعالیت‌های قابل تکرار است که زنجیره ارزش (VALUE CHAIN) سازمان را بهبود می‌بخشد. زنجیره ارزش دربرگیرنده مجموعه هزینه، کیفیت، سرعت، حساسیت، انعطاف‌پذیری، مهارت، ویژگی و قابلیت‌پایداری و دوام است که یک سازمان برای منتفع

ساختن مشتریانش از آن بهره می‌گیرد. یک گام جلوتر با داشتن ایده ای نو (نسبت به ایده قبلی)، «مدیریت ارتباط با مشتری» مطرح است که شامل مجموعه‌ای از فرایندهای کسب و کار است که از دیدگاه مشتری برای افزایش حساسیت و بهبود کیفیت و با تاکید بر کنترل و کاهش هزینه‌ها، زنجیره ارزش را تقویت می‌کند و سیاست‌ها و روش‌های اداری شرکت را برای مشتری شفاف می‌سازد.

«مدیریت ارتباط با مشتری» شامل تمامی گام‌هایی است که یک سازمان برای ایجاد و تثبیت ارتباطات سودمند با مشتری برمی‌دارد و در قالب کارگروهی لازم برای حصول اطمینان از رضایت مشتری تعریف می‌شود. معمولاً این گونه فعالیت‌ها تحت عنوان فروش، بازاریابی و خدمات تخصصی انجام می‌گیرد.

نیروی پیش برنده و حمایت کننده «مدیریت ارتباط با مشتری»، وجود این حقیقت است که مشتریان حفظ شده (قبلی) سودمندتر از مشتریان جدید هستند. طبق بررسی به عمل آمده از ۲۰۰۰ نفر در مرکز تجاری «مرسر»، ۶۶ درصد از پاسخگویان معتقد بودند که برقراری و حفظ ارتباط با مشتری، بزرگترین منبع برای برخورداری از مزیت رقابتی است. یک برنامه موثر ارتباط با مشتری به بهبود رضایت مشتری، رشد بیشتر درآمد و افزایش قدرت رقابت و بازگشت سریع تر سرمایه منجر خواهد شد.

### کار تیمی

فرایندهای «مدیریت ارتباط با مشتری»، سیستمی را ایجاد می‌کنند که برای حداکثر کردن اثربخشی در سازمان، افراد در قالب یک تیم به گونه‌ای کار می‌کنند که منابع به خوبی مهار شده و مورد استفاده قرار می‌گیرد. کار تیمی در کارایی سازمان و تثبیت استانداردها و کیفیت در سرتاسر سازمان سهم بسزایی دارد. کار تیمی موجب حل سریع تر و بهتر مشکلات مشتریان و ایجاد ارزش و منفعت بیشتر برای آنها می‌شود.

اهداف کسب و کار از «مدیریت ارتباط با مشتری» کمک به بهبود ارائه خدمت به مشتری، افزایش ارتباطات با مشتری، کاهش هزینه‌های توزیع، انگیزه عالی و توجه به کارگیری بیشتر کسب و کار الکترونیکی است. بسیاری از سازمان‌های جهانی (فعال در سطح جهان) برای پیشبرد برنامه تغییر و دگرگونی کسب و کارشان در حال بهره‌گیری از «مدیریت ارتباط با مشتری» هستند. به این نکته باید توجه کرد که «مدیریت ارتباط با مشتری» (CRM) برخی اوقات برای تشریح «مدیریت حفظ مشتری» مورد استفاده قرار می‌گیرد.

عصر اطلاعات به انقلاب در دانش منجر شده است. سازمان‌های فعال در سطح جهان به خوبی درک کرده اند که چگونه از طرق مختلف مانند پایگاه اطلاعات رایانه‌ای، کتابخانه‌ها، آرشیوها و افکار کارکنان از دانش موجود حداکثر بهره‌برداری کنند. گزارش‌های مختلف حاکی از آن است که به اندازه سه چهارم ثروت شرکت‌ها، در دارایی‌هایی نظیر دارایی فکری، راهبردها و برنامه‌ها، اسرار تجاری، لیست مشتریان و دانش کارکنان نهفته است.

فن آوری به صورت نرم افزار تعاملی و شبکه اینترنت فراگیر، در حال تغییر شیوه اداره و برخورد با مشتریان است. فرایندها و روش‌های نوین و افراد تجدید مهارت شده در حال دگرگونی و تبدیل مجموعه‌های اطلاعات فردی به مبانی و اساس دانش جمعی هستند. کسب این مبانی دانش و ثبت

اطلاعات به گونه ای که دسترسی به آن آسان بوده و قابل بازیابی باشد، چالشی عمده برای این قرن محسوب می‌شود.

اگر «مدیریت ارتباط با مشتری» به درستی اجرا شود، می‌تواند نتایج زیر را داشته باشد:

- به کارگیری داده‌ها و اطلاعات مشترک به برتری در مدیریت دانش منجر می‌شود؛

- منتفع شدن سازمان‌ها از طریق بهبود نگهداری اطلاعات، تقویت آنها برای تخصیص آسان منابع و یافتن بهترین راه‌حل‌ها و متناسب‌سازی سریع آنها با نیازهای مشتریان؛

- توسعه و به کارگیری یک چارچوب «مدیریت دانش» مناسب و یک سیستم مدیریت موثر برای به دست آوردن سرمایه فکری برای سازمان و اعمال نفوذ بر آن؛

- افزایش کار تیمی، کاهش بار کاری و بهبود اثربخشی به طرز چشمگیری.

### وظایف بانک‌ها و بانکداری الکترونیکی

برای بانک‌ها سه وظیفه عمده تجهیز منابع ارائه خدمات و پرداخت تسهیلات تعریف شده که بانک‌ها بر این اساس به فعالیت می‌پردازند. به طور کلی می‌توان گفت بانکداری الکترونیکی عبارت است از فراهم آوردن امکاناتی برای کارکنان در جهت افزایش سرعت و کارایی آنها در ارائه خدمات بانکی در محل شعبه و همچنین فرآیندهای بین شعبه‌ای و بین بانکی در سراسر دنیا و ارائه امکانات سخت افزاری و نرم افزاری به مشتریان که با استفاده از آنها بتوانند بدون نیاز به حضور فیزیکی در بانک، در هر ساعت از شبانه روز (۲۴ ساعته) از طریق کانال‌های ارتباطی ایمن و با اطمینان عملیات بانکی دلخواه خود را انجام دهند.

به عبارت دیگر بانکداری الکترونیکی استفاده از فن آوری‌های پیشرفته نرم افزاری و سخت افزاری مبتنی بر شبکه و مخابرات برای تبادل منابع و اطلاعات مالی به صورت الکترونیکی است و نیازی به حضور فیزیکی مشتری در شعبه نیست.

بانکداری الکترونیک شامل سیستم‌هایی است که مشتریان موسسات مالی را قادر می‌سازد تا در سه سطح اطلاع رسانی، ارتباط و تراکنش از خدمات بانکی استفاده کنند:

الف - اطلاع رسانی: این سطح ابتدایی ترین سطح بانکداری الکترونیکی است. بانک اطلاعات مربوط به خدمات و عملیات بانکی خود را از طریق شبکه های عمومی یا خصوصی معرفی می کند.

ب - ارتباطات: این سطح از بانکداری الکترونیکی امکان انجام مبادلات بین سیستم بانکی و مشتری را فراهم می آورد. ریسک این سطح در بانکداری الکترونیک بیشتر از شیوه سنتی است و به کنترل‌های مناسبی برای دسترسی نداشتن به شبکه اینترنت بانک و سیستم‌های رایانه‌ای نیاز دارد.

ج - تراکنش: این سیستم متناسب با نوع اطلاعات و ارتباطات خود از بالاترین سطح ریسک برخوردار است و با یک سیستم امنیتی کنترل شده قادر است صدور چک، انتقال وجه و افتتاح حساب را انجام دهد.

انواع مختلف بانکداری الکترونیک عبارت‌اند از:

• بانکداری اینترنتی

• بانکداری مبتنی بر تلفن همراه و فن‌آوری‌های مرتبط با آن

• بانکداری تلفنی

• بانکداری مبتنی بر نمابر

• بانکداری مبتنی بر دستگاه‌های خودپرداز

• بانکداری مبتنی بر پایانه‌های فروش

• بانکداری مبتنی بر شعبه‌های الکترونیک .

برای ارائه خدمات بانکداری الکترونیک کانال‌های متعددی وجود دارد که برخی از آنان عبارت‌اند از:

• رایانه‌های شخصی

• کیوسک

• شبکه‌های مدیریت یافته

• تلفن ثابت و همراه

• دستگاه‌های خودپرداز

• پایانه‌های فروش

در روش شبکه‌های مدیریت یافته، بانک‌ها برای ارتباط با مشتریان خود از شبکه‌هایی که ایجاد شده است، استفاده می‌کنند. در روش اینترنت با رایانه‌های شخصی، بانک از طریق ایجاد یک پایگاه اینترنتی و معرفی آن به مشتریان با آنها ارتباط متقابل برقرار می‌کند و خدمات ارائه می‌دهد. در روش بانکداری تلفنی، تلفن (اعم از تلفن ثابت و همراه) وسیله ارتباطی بانک با مشتریان خود بوده و از این طریق خدمات بانکی عرضه می‌شود. با استفاده از ماشین‌های خودپرداز نیز بانک‌ها می‌توانند خدمات متنوعی از قبیل برداشت نقدی، سپرده گذاری، انتقال وجوه، پرداخت صورتحساب، قبوض و غیره را به مشتریان خود ارائه دهند.

در بخش تجهیز و جذب منابع با توجه به فضای رقابتی بین بانک‌ها و جذب مشتریان، استفاده از بانکداری الکترونیکی به خوبی رشد کرده و محصولات متنوعی از سوی بانک‌ها در این زمینه ارائه شده است، اما در بخش مربوط به پرداخت تسهیلات و فرایندهای مربوطه، این موضوع تحقق نیافته است. برای مثال در حالی که یک مشتری به راحتی می‌تواند از مانده حساب خود از راه‌های مختلف باخبر شود، اما همین امکان ساده برای اطلاع یابی از وضعیت مانده تسهیلاتی خود امکانپذیر نیست. با توجه به متنوع‌تر و پیچیده‌تر بودن عملیات پرداخت تسهیلات که بخش عمده‌ای از فعالیت‌های بانکی را در برمی‌گیرد، نیاز به ایجاد سیستم‌هایی مبتنی بر بانکداری الکترونیکی به منظور دستیابی به اهداف مدیریت ارتباط با مشتری بسیار محسوس است. این در حالی است که به طور عمده مشتریان تسهیلاتی از مشتریان قدیمی بانک محسوب می‌شوند و حفظ و نگهداری آنها و رضایتمندی آنان از اهمیت خاصی برخوردار است. سیستم طراحی شده به‌عنوان ابزار موثری از بانکداری الکترونیکی می‌تواند در ایجاد یک ارتباط دو سویه با مشتری در پرداخت تسهیلات موثر واقع شود و موجبات رضایت وی را فراهم آورد.

### شرح وضعیت فعلی

یک مشتری به شعبه مراجعه و درخواست تسهیلات می‌کند. می‌تواند سناریویی شبیه آنچه که در زیر ارائه می‌شود به‌وقوع بپیوندد.

رئیس شعبه درخواست مشتری را دریافت و معمولاً برای بررسی بیشتر و تطابق وضعیت مشتری از وی می‌خواهد پس از چند روز دیگر با شعبه تماس بگیرد. پس از بررسی ممکن است که مشتری حایز شرایط نباشد، برای مثال فاقد موجودی کافی باشد. در هر صورت با توجه به مشغله کاری کمتر اتفاق می‌افتد که رئیس شعبه این مسئله را به اطلاع مشتری برساند در نتیجه مشتری یک‌بار دیگر نیز به شعبه مراجعه می‌کند. همین انتظار و حضور مجدد توقعی را برای مشتریان ایجاد می‌کند و در بسیاری از اوقات پاسخ رئیس شعبه را قانع کننده نمی‌دانند. حالت دیگر آنکه مشتری واجد شرایط باشد که متعاقب آن باید از مشتری خواسته شود مدارک مورد نیاز را ارائه کند در این شرایط نیز کمتر اتفاق می‌افتد که شعبه قبل از مراجعه مشتری به وی اطلاع‌رسانی کند و از وی مدارک موردنیاز را بخواهد و این مراجعه مجدد مشتری را در پی خواهد داشت.

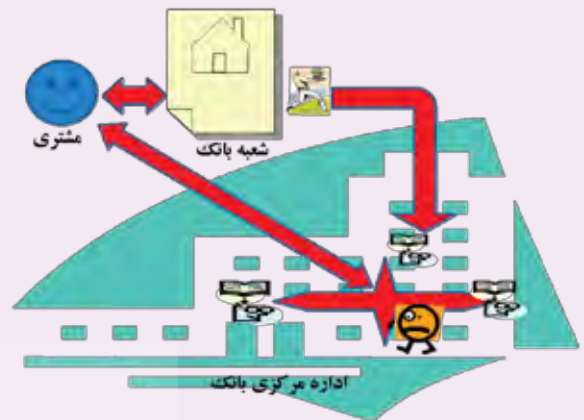
حال فرض کنید پس از ارائه مدارک رئیس شعبه متوجه کمبود یکی از مدارک مشتری می‌شود. در این هنگام نیز به مشتری کمتر اطلاع‌رسانی می‌شود و عموماً شعبه منتظر ارتباط مشتری با بانک چه به‌شکل حضوری یا تلفنی است.

در اکثر مواقع مراجعات مشتری به شعبه به‌لحاظ نداشتن اشراف وی به عملیات بانکی در بسیاری از موارد به طور مکرر انجام می‌گیرد که بخش عمده‌ای از این مراجعات صرفاً جنبه دریافت اطلاعات و آگاهی یابی از وضعیت پرونده وی دارد. علاوه بر اینها، در نظر بگیرید که تراکم کار شعب که منجر به عدم پاسخگویی شعبه شد و کار مشتری به زمان دیگری موکول می‌شود یا نبودن مسئول ذی‌ربط به هنگام مراجعه مشتری در بانک و مسائلی از این قبیل چقدر ناراضی‌تی مشتری از بانک را به‌دنبال خواهد داشت.

تا اینجا مشتری با شعبه سر و کار داشت و می‌توانست با پیگیری دقیق از وضعیت و کم و کیف کار خود اطلاع حاصل کند و اگر مشکلی یا کم کاری از شعبه ببیند، مراتب ناراضی‌تی خود را اعلام کند اما تصور کنید که پرونده مشتری خارج از حیطه اختیار شعبه بوده و برای تأیید می‌باید به ارکان اعتباری بالاتر شامل سرپرستی شعب، واحد اعتبارات، کارشناسان و کمیته عالی اعتبارات، ارسال شود. در این حالت با توجه به متعدد بودن نقاط و بخش‌هایی که پرونده مشتری از آن عبور می‌کند، مشتری به‌سادگی نمی‌تواند از وضعیت چرخش پرونده خود آگاهی یابد. اینکه پرونده مشتری چه زمانی، چگونه و به چه واحدی ارسال شده است و پرونده در چه وضعیتی است، سؤال‌هایی است که مشتری نیاز به آگاهی یافتن به پاسخ آنها دارد و برای دریافت جواب سؤال‌های خود در بسیاری از موارد مراجعات مکرر و ناخرسندی وی از بانک را به‌دنبال دارد. علاوه بر اینها، تصور کنید پرونده‌ای مفقود و یا در نقطه ای نامشخص خارج از گردش کاری قرار گیرد. پیدا کردن آن نیز به بررسی همه نقاط عبوری پرونده دارد که آن به‌دنبال خود صرف وقت بسیار زیاد و تاخیر در کار مشتری و تبعات دیگری خواهد داشت. هنگامی که پرونده مشتری در واحدهای ستادی دنبال می‌شود، دیگر یافتن عامل ناراضی‌تی مشتری و کم کاری و ایجاد تاخیر در کار وی به‌سادگی و به‌صورت مستند امکانپذیر نیست.

به کار گیری صحیح سیستم طراحی شده بخش عمده ای از مشکلات ذکر شده را پوشش داده که در ادامه پس از ارائه چگونگی استقرار و پیاده سازی سیستم به مقایسه و مزایای ایجاد شده می پردازیم. در شکل «۱» نمایی از وضعیت جاری نشان داده شده است.

شکل ۱: تصویر وضعیت فعلی اطلاع رسانی نکردن به مشتری



### اجزای تشکیل دهنده سیستم

#### برنامه نرم افزاری شعبه:

در شعبه یک برنامه نرم افزاری نصب می شود که این برنامه قابلیت ثبت شماره همراه یا شماره مشتری را دارا است و به علاوه قابلیت انتخاب پیام مناسب از طریق پیام های پیش فرض تعریف شده و همچنین درج پیام خاص را دارد. نرم افزار همچنین می تواند به مرکز مرتبط شده و کد پیام های انتخاب شده یا متن درج شده پیامها را به همراه شماره تلفن ثابت یا همراه مشتری به مرکز ارسال کند به علاوه پیام های ارسالی در فایلی ذخیره می شود. برنامه همچنین قابلیت توسعه را دارد که بخشی از پیامها را بدون دخالت از طریق بانک های اطلاعاتی شعبه و رخدادهای به وقوع پیوسته ایجاد و ارسال کند.

در برنامه انتخاب ارسال نوع پیام که به صورت ارسال پیامک یا پیام تلفنی باشد، گنجانده شده است.

#### برنامه نرم افزاری مستقر در واحدهای ستادی:

برنامه نرم افزاری مستقر در واحدهای ستادی تفاوتی با برنامه نرم افزاری مستقر در شعبه ندارد و فقط در برنامه الگوهای تعریف شده پیام مطابق با کار واحد ستادی مربوطه تنظیم شده است. علاوه بر این باتوجه به شبکه ای بودن واحدهای ستادی، شیوه انتقال فایل حاوی پیامها ساده تر و تحت شبکه می تواند انجام بگیرد.

#### سرور اصلی پیامها و نرم افزار تجمیع کننده فایل های پیام:

فایل های ارسال شده از سوی شعب و واحدها در مسیر خود بر روی سرور مربوط به پیامها ذخیره می شوند. بر روی سرور، تنظیمات مربوط به قابلیت های دریافت فایل های ارسالی از شعب و واحدهای ستادی انجام می گیرد. همچنین بر روی آن نرم افزاری نصب می شود که به صورت

اپراتوری یا به صورت خودکار فایل های دریافت شده را تجمیع می کند. سپس برنامه نوع ارسال پیام تلفنی بودن یا ارسال پیامک را با توجه به اطلاعات فایل دریافتی تشخیص داده و آنها را از یکدیگر به همراه شماره های ثبت شده جدا می کند. برنامه همچنین کدهای فایل ارسالی مربوط به ارسال پیامک را با استفاده از الگوی پیش فرض که در بر گیرنده همه الگوهای تعریف شده است رمزگشایی می کند و به صورت فایل متن قابل استفاده برای سیستم مرکزی ارسال کننده پیامک آماده می سازد. در رابطه با پیام های تلفنی نیز فایل حاوی شماره تلفن ثابت یا همراه و کد پیام تجمیع می شود.

#### سرور ارسال کننده پیامک و نرم افزار نصب شده بر روی آن:

به منظور ارسال پیامک برنامه ای نرم افزاری بر روی یک سیستم نصب می شود که فایل پیامها را دریافت و از طریق اینترنت پیامکها را به همراه شماره های مشخص شده به سرور ارسال پیامک مخابرات ارسال می کند و سپس از طریق آن برای مشتریان پیام ارسال می شود. برای استفاده از این سیستم نیاز به همکاری شرکت های خدمات دهنده ارسال پیامک است و همچنین بهتر است که با خرید یا اجاره یک کد ویژه مخصوص به سازمان، پیامک با شماره کد ویژه ارسال شود. این سرور همچنین قابلیت دریافت پیامک های ارسالی از سوی مشتریان و ذخیره سازی آنها را دارا است.

در حال حاضر در سازمانها عموماً از جنبه اطلاع رسانی تبلیغاتی با پیامک استفاده می شود. همچنین در بانکها پیامک و پیام های تلفنی بیشتر برای دریافت و ارسال اطلاعات حساب مشتریان استفاده می شود

# sms

#### سرور ارسال کننده پیام های تلفنی خاص و نرم افزار نصب شده:

بر روی یک دستگاه سرور کارت پردازش صوتی به همراه برنامه ای نرم افزاری نصب شده است. برنامه نرم افزار قابلیت ضبط صدای پیام می کند و می تواند هر فایل ضبط شده صوتی را با شماره ای ذخیره کند و پس از قرار دادن فایل پیامها که حاوی شماره های تماس و کد پیام است، برنامه به ترتیب با شماره ها تماس حاصل کند و پیام با کد ضبط شده آن شماره را بازخوانی می کند.

## سرور ذخیره‌سازی پیام‌های ارسال شده و برنامه نرم‌افزاری

### نصب شده:

یک دستگاه سرور برای ذخیره‌سازی پیام‌های عملیاتی مشتریان در نظر گرفته شده است که اطلاعات پیام‌های ارسال شده از طریق دو سیستم پیامک و پیام‌های تلفنی دریافت و ذخیره می‌کند. این سیستم همچنین سایر اطلاعات مربوط به پیام‌ها را از سرور پیام دریافت و فایل جامعی تشکیل می‌دهد. برنامه نرم‌افزاری نصب شده قابلیت گزارش‌گیری از پیام‌های ارسالی را فراهم می‌کند و اگر مشتری به هر ترتیبی پیام‌های مربوط به خود را دریافت نکرده باشد، می‌تواند با ارتباط از طریق سیستم ارسال پیامک از آخرین وضعیت کار خود با خبر شود. علاوه بر قابلیت ذکر شده، گزارش‌های ایجاد شده بر روی یک یا تعدادی از پرونده‌ها در یک دوره زمانی امکان رهگیری آنها و شناسایی نقاط گلوگاهی در سازمان را فراهم می‌کند. این امکان همچنین می‌تواند به مدیران در شناسایی موانع و مشکلات مشتریان و دفاع از سازمان در برابر اتهامات بی‌اساس با ارائه مستندات موثر باشد.

### چگونگی پیاده‌سازی و استقرار سیستم

مرحله اول: تمامی واحدهای صفی و ستادی سازمان شناسایی می‌شوند. مرحله دوم: تمامی عوامل مرتبط با مشتریان و کار آنها شناسایی می‌شوند.

مرحله سوم: عوامل و واحدها کد گذاری می‌شوند. هر چند در اغلب سازمان‌ها این کدگذاری وجود دارد که می‌توان از همان کدها استفاده کرد یا اینکه کدبندی جدیدی ایجاد کرد.

مرحله چهارم: با بررسی و مصاحبه با عوامل، ضمن شناسایی فرآیندهای چرخش کار مشتریان پاسخ‌هایی که عوامل به یک مشتری در صورت مراجعه ارائه کرده یا اتفاقاتی که ممکن است حادث شود مشخص می‌شود.

مرحله پنجم: با جمع بندی و تلخیص نظرات مرحله قبل پاسخ‌های مناسب به نحوی که کوتاه و ساده و قابل درک و پذیرش آسان از سوی مشتری باشد و از مراجعه وی جلوگیری کند، تهیه می‌شود.

مرحله ششم: پیام‌های ایجاد شده کدبندی می‌شوند.

مرحله هفتم: پیام‌ها و کدهای مربوطه در بانک اطلاعاتی مربوط به نرم‌افزار استفاده کنندگان در واحدهای ستادی و صفی و همچنین در بانک اطلاعاتی سرور دریافت کننده پیام‌ها ایجاد می‌شود.

مرحله هشتم: پیام‌ها با کد تخصیص داده شده بر روی سیستم ارسال پیام‌های تلفنی ضبط و ذخیره می‌شوند.

مرحله نهم: نرم‌افزارهای مربوطه نصب و به استفاده کنندگان آموزش‌های لازم در خصوص به کارگیری آنها ارائه می‌شود.

### پیش‌بینی وضعیت قبلی پس از استقرار سیستم

در نظر بگیرید که سیستم مذکور در بانک پیاده‌سازی شده است، حال می‌خواهیم ببینیم سیستم چه تاثیری خواهد داشت. البته در حال حاضر تاثیر سیستم به صورت پیش‌بینی و برآورد بوده و ممکن است با عملکرد واقعی تفاوت‌هایی داشته باشد (این تاثیرات می‌تواند فراتر از پیش‌بینی اولیه یا کمتر از آن باشد). اما براساس تجارب و شواهد می‌توان پیش‌بینی کرد که بر این اساس با توجه به استقرار سیستم، برنامه قبل را مجدداً مرور می‌کنیم.

مشتری به بانک مراجعه و درخواست تسهیلات می‌کند. رئیس شعبه

پس از دریافت درخواست مشتری و شماره همراه یا شماره منزل وی یادآوری می‌کند که بانک دارای سیستم اطلاع‌رسانی است و مشتری در صورتی که بخواهد، می‌تواند از این خدمت بهره‌مند شود و از نتایج کار خویش مطلع گردد. این خدمات می‌تواند با دریافت کارمزد همراه باشد که در آن صورت برای بانک درآمد ایجاد خواهد کرد. با توجه به مشغله عموم افراد جامعه و هزینه و زمان که مشتریان برای این منظور در نظر می‌گیرند، پیش‌بینی می‌شود که مشتری از این امر استقبال و اظهار رضایت کند.

پس از آن اولین پیامک برای مشتری ارسال می‌شود با این متن "مشتری گرامی درخواست تسهیلات شما دریافت و در دست بررسی است، پس از بررسی نتیجه اقدام از طریق پیامک برای شما ارسال خواهد شد. لذا از مراجعه مجدد به شعبه خودداری فرمائید" این پیام می‌تواند اعتماد بسیاری از مشتریان را به دست آورد و از حضور مجدد و بی‌موقع در شعبه خودداری کند. البته ممکن است عده‌ای از مشتریان نیز به این موضوع توجه نکرده باشند و کار خود را دنبال کنند. حال فرض کنید مشتری به دلیل فقدان موجودی حساب دارای شرایط اخذ تسهیلات نیست که در آن صورت مسئول شعبه پیامکی با این متن "مشتری گرامی درخواست جنابعالی مورد بررسی قرار گرفت و با توجه به دستورالعمل‌های صادره نیاز به افزایش موجودی حساب در بانک است" برای مشتری ارسال می‌کند.

تجربه نشان داده که بعضاً کارکنان فقط به لحاظ سلاطین شخصی از ارائه خدمت خودداری می‌کنند. اجرای این سیستم از این مسئله جلوگیری می‌کند و با توجه به ثبت اطلاعات نیاز به ارائه پاسخی مستدل است. از طرف دیگر دریافت پاسخ منفی به شکل مکانیزه از سوی مشتری بیشتر قابل پذیرش خواهد بود و وی درمی‌یابد که درخواستش بدون دلیل رد نشده است و سلیقه‌ای نیست. البته در سیستم‌های سنتی و غیر شفاف که فشارهای جانبی زیادی نیز وارد می‌شود کارکرد سیستم تحت تاثیر قرار می‌گیرد. اما فرض کنید که شعبه با درخواست مشتری موافقت کرده که در این حالت دو پیام به اطلاع مشتری با متن‌های "مشتری گرامی با خرسندی به اطلاع می‌رساند که درخواست تسهیلاتی جنابعالی مورد پذیرش واقع گردیده است" و "مشتری گرامی با توجه به درخواست تسهیلاتی شما و عقد جعاله مدارک شامل فتوکپی شناسنامه ۲برگ اصل کارت ملی و .. را تهیه و به شعبه مراجعه نمایید".

همانگونه که ملاحظه می‌شود پیام‌های ذکر شده از مراجعه غیر ضروری مشتری به شعبه جلوگیری و ضمن ارائه اطلاعات لازم و مستند به مشتری از کار اضافی شعبه جلوگیری می‌کند.

در ادامه فرض کنید که مسئول مربوطه متوجه نقص مدرک در پرونده مشتری می‌شود، در این حالت نیز پیام مناسب را انتخاب و برای وی ارسال می‌کند. برای مثال متن "مشتری گرامی پرونده تسهیلاتی شما فاقد کپی جواز کسب است نسبت به تهیه آن اقدام و به شعبه ارسال نمائید". حال تصور کنید که پرونده برای تصویب به حوزه و یا واحدهای اعتباری ارسال شود، در این حالت نیز در ابتدا شعبه این پیام را ارسال می‌کند: "مشتری گرامی پرونده شما جهت تصویب نهایی به واحد اعتباری ارسال گردید. نتیجه اقدامات بعدی به اطلاع شما خواهد رسید" و سپس از سوی واحد دریافت کننده پرونده که می‌تواند سرپرستی شعب یا واحد اعتبارات باشد، پیام "مشتری گرامی پرونده شما دریافت و در دست بررسی می‌باشد نتایج حاصله متعاقباً به اطلاع رسانیده خواهد شد"



## بانکداری الکترونیک شامل سیستم‌هایی است که مشتریان مؤسسات مالی را قادر می‌سازد تا در سه سطح اطلاع رسانی، ارتباط و تراکنش از خدمات بانکی استفاده کنند

### اشکالات و محدودیت‌های سیستم

همانند هر سیستم دیگری این سیستم نیز نمی‌تواند خالی از اشکال باشد که بعضی از آنها به طور مختصر اشاره می‌شود:

\* موضوع حفظ اسرار مشتریان و اینکه مشتری شاید نخواهد این اطلاعات برایش ارسال شود یا اینکه پس از چند بار ارتباط از تصمیم اولیه خود منصرف شود. این موضوع از نکات قابل توجه است که می‌باید هم در ارسال نوع پیام‌ها و هم در نگارش متن آنها دقت لازم شود. برای مثال این پیام را در نظر بگیرید: «مشتری گرامی به‌لحاظ عدم وجود مانده کافی امکان پرداخت تسهیلات به شما میسر نمی‌باشد» در حالت عادی این پاسخ یک پاسخ عمومی است که مورد پذیرش مشتریان است، اما آیا اولاً مشتری دوست دارد که این نوع پیام برایش ارسال شود یا اینکه آیا این استدلال مطابق دستورالعمل‌های بانک است یا خیر؟ محدودیت‌های سیاست‌گذاری بانک‌ها که گاهی مسائلی برای بانک ایجاد می‌کند و مدت‌ها حالت ابهام به‌خود می‌گیرد نیز می‌تواند سیستم مذکور را از کارایی و حالت فعال خارج کند.

علاوه بر اینها، فرض کنید یک کاربر کاری را انجام می‌دهد اما آن را ثبت نمی‌کند یا اینکه کاری انجام نشده را ثبت می‌کند. برای مثال، شعبه پرونده را ارسال نکرده ولی پیام اعلام ارسال پرونده را برای مشتری ارسال می‌کند. این گونه مسائل می‌تواند باعث سر درگمی مشتری شود.

علاوه بر محدودیت‌ها و مشکلاتی که می‌تواند در ارسال پیام‌ها وجود داشته باشد، در بخش فنی نیز با توجه به تفاوت‌های پیام‌های تلفنی و پیام‌های متنی استفاده از آنها به یک شکل امکانپذیر نیست. البته تمرکز سیستم بر ارسال پیامک بوده که قابلیت‌های کار با آن به‌مراتب فراتر از سیستم ارسال پیام تلفنی است.

### نتیجه‌گیری

در این مقاله سیستمی ارائه می‌شود که بر اساس فن آوری پردازش سیار موجبات ارتباط مناسب با مشتریان و اهداف مدیریت ارتباط با مشتریان را فراهم می‌کند. در این خصوص چگونگی اجرای سیستم و به‌کارگیری آن در پرداخت تسهیلات بانک به‌عنوان یک الگو ارائه و تشریح شده است.

### مراجع

- ۱- فناوری اطلاعات در مدیریت افرایم توریان دورتی لیدنر مک لین جیمز و ترب ترجمه دکتر حمیدرضا ریاحی پور پوریا قطره نبی مهدیه توفیقی حسین صامعی جلد اول ویرایش پنجم ص ۳۹۰-۳۴۷
- 2-[http://www.tici.info/default.aspx?dir=Learn\\_wmn&file=Mod](http://www.tici.info/default.aspx?dir=Learn_wmn&file=Mod)
- 3- ماهنامه علمی آموزشی تدبیر شماره ۱۲۹ دی ۸۱: APO NEWS - DE-:81
- 4- CEMBER 2001 مترجم: محمدعلی محمدی
- 5- [۴] بانکداری الکترونیک ویکی‌پدیا، دانشنامه آزاد تاریخ دسترسی ۱۰/۸۷

و در ادامه پیام «مشتری گرامی پرونده تسهیلاتی جنابعالی بررسی و با توجه به مندرجات با اعلام نظر مثبت موافق به گروه کارشناسان ارجاع گردید».

حال اگر در این بین مجدداً نقصی ملاحظه شود می‌توان با ارسال پیامک مناسب به مشتری اطلاع‌رسانی شود تا نقص رفع و از ارجاع مجدد پرونده به شعبه و به‌دنبال آن انتظار مشتری کاسته شود. برای مثال پیام «مشتری گرامی پرونده تسهیلاتی جنابعالی نیاز به اساسنامه جدید شرکت می‌باشد، آن را تهیه و به بخش اعتبارات ارسال فرمایید»

به‌علاوه می‌توان زمان‌هایی که نیاز به حضور مشتری است، نیز اعلام کرد «زمان بازدید از طرح شما در تاریخ تعیین شده است. لذا در محل طرح حضور یابید تا بازدید کارشناسی صورت پذیرد».

همان طوری که ملاحظه می‌شود با حرکت و چرخش کار، پیام‌های مناسب به مشتری ارسال می‌شود. این پیام‌ها پس از ارسال بر روی سروری ذخیره خواهند شد. حال اگر مشتری پیام‌ها را ندیده باشد می‌تواند با ارسال یک پیام کوتاه به شماره مخصوص آخرین وضعیت و پیام ارسال شده خود را دریافت کند. البته این امر مستلزم یک نرم افزار است تا به‌طور اتوماتیک آخرین پیام ارسالی به مشتری را شناسایی و مجدداً به وی ارسال کند. هرچند که به‌طور ابرتوری نیز این مسئله قابل انجام است.

در سیستم مذکور با توجه به ردگیری پرونده‌ها امکان یافتن آنها به‌سادگی امکان‌پذیر است، علاوه بر مواردی که ذکر شد سرور پیام‌ها و نرم‌افزار نصب شده می‌تواند در شناسایی مشکلات کمک شایانی کند. برای مثال فرض کنید ملاحظه می‌شود از یک شعبه تعداد پرونده‌های زیادی دارای نقص است که نشان دهنده بی‌دقتی مسئول مربوطه است و می‌توان با راهنمایی مشکل را رفع کرد یا آنکه حضور پرونده در یک واحد همانند کارشناسان طولانی و بیش از حد انتظار است. با توجه به این که تعداد ورودی و خروجی کاملاً مشخص است کاملاً می‌توان شناسایی کرد که آیا اشکال کار در کمبود نیرو است یا دلیل دیگری دارد. با مطالعه دقیق بر روی گزارش‌های استخراجی می‌توان فرایندها و روش‌ها را نیز اصلاح و چرخش‌های کاری را ساده‌تر کرد. همچنین این گزارش‌ها می‌تواند در ایجاد یک مدیریت مشارکتی و تفویض اختیار نیز کمک کند. شکل ۲ چگونگی استقرار سیستم و استفاده از آن را نشان می‌دهد.

شکل ۲ - تصویر چگونگی استقرار و عملکرد سیستم

