



شرح خدمات مورد انتظار فعالیت پژوهشی (RFP)

طراحی مدل پویای سنجش رضایت مشتریان در بانک کشاورزی و تشریح نحوه پیاده سازی آن (مدل اجرایی) در بانک

مروری اجمالی بر موضوع پژوهش:

بانک کشاورزی با بخش های مختلفی از مشتریان در تعامل است. گروهی از مشتریان حسب ماموریت بانک در بخش کشاورزی و زیر بخش های مختلف آن اعم از باغداری، زراعت، مرغداری، دام و طیور، صنایع تبدیلی و مشابه آن، فعال هستند و گروهی دیگر از مشتریان بانک، بر اساس فعالیت تجاری بانک، در قالب مشتریان غیر کشاورزی یا فعال در زنجیره های بخش کشاورزی، شناسایی می شوند.

در این راستا، هر یک از بخش های مشتریان، از معیارها و شاخص های متفاوتی برای ارزیابی نوع و شیوه خدمت رسانی بانک و پاسخ گویی به نیازهای بانکی - مالی، سود می برند.

در عین حال، طبقه بندی خطوط کسب و کار در زنجیره ارزش بانک، شامل سطوح بانکداری اشخاص (خرد)، بانکداری کسب و کارها (تجاری)، بانکداری شرکتی و بانکداری نهادی (سازمانی)، می طلبد تا به نحوه تامین رضایت مشتریان فعال در هر یک از خطوط کسب و کار مزبور نیز نگاهی دقیق تر انداخته شود.

بر این اساس، مساله یا موضوعی که بانک کشاورزی در خصوص سنجش رضایت مشتریان خود با آن مواجه است، عبارت است از این که:

"مدل مناسب سنجش رضایت مشتریان بانک چیست و برای پیاده سازی آن باید از چه ساز و کارهایی استفاده نمود." بدین منظور ضرورت دارد تا:

به جای استفاده از روش های سنتی ارزیابی سنجش رضایت مشتری (مدل پرسشنامه ای)، مدلی طراحی شود که با دقت و سرعت، ارزیابی های مستمر پویا، شخصی شده و عمیق تری از رضایت مشتریان بانک کشاورزی ارائه دهد.

از آنجا که بانک به بخش های متنوعی از مشتریان خدمات مختلفی ارائه می دهد و هر بخش انتظارات، ترجیحات و رفتارهای متفاوتی دارند، لذا ارزیابی های متفاوتی را از یک خدمت یکسان، ارائه می دهند و لازم است رضایت سنجی ایشان به صورت منحصر بفرد و کاملا شخصی سازی شده بر اساس بخش مشتری و خدمت مورد استفاده، مورد ارزیابی قرار گیرد و روند زمانی آن قابل بازبینی و تحلیل باشد.

از آنجا که رضایت مشتری طی زمان و با دریافت هر خدمت، دستخوش تغییر می شود، ارزیابی مستمر و پویای آن بر اساس هر تعامل و به صورت منحصر در لحظه، برای بانک حائز اهمیت است.

با توجه به تنوع مشتریان بانک کشاورزی و تفاوت زیاد در رفتار و ویژگی های مشتریان در زنجیره های ارزش بانک،

شناسایی و توجه به تفاوت‌های موجود در بخش‌های مختلف مشتریان پس از ارائه هر خدمت، برای تعیین شاخص‌ها و فرایند متناسب سنجش رضایت مشتریان، مورد انتظار است.

در مجموع، از این پیشنهاد تحقیقاتی انتظار می‌رود که: ۱. مدل سفارشی‌سازی شده‌ای از سنجش رضایتمندی مشتریان بانک کشاورزی، بر اساس بخش بندی مشتریان و متمرکز بر خدمات مختلف زنجیره‌های ارزش بانک کشاورزی (Retail-Corporate-Commercial and Institute) طراحی شود، ۲. ساز و کار پیاده‌سازی و اجرایی نمودن این مدل در بانک کشاورزی، با بهره‌گیری از مزایای فناوری اطلاعات (IT) در جهت افزایش پویایی و دقت ارزیابی رضایت مشتری تشریح گردد و ۳. از تجزیه و تحلیل داده‌های پیشرفته و الگوریتم‌های پایه یادگیری ماشین برای پردازش مقادیر زیاد داده‌های مشتری بهره‌برده شود و با ارائه بینش از رفتار و ترجیحات مشتری در زمان واقعی، امکان اخذ تصمیماتی اثربخش‌تر برای حفظ و نگهداری یا ارتقای سطح تعامل با هر مشتری، به دست دهد.

نتایج و اهداف مورد انتظار از اجرای پژوهش

نتایج کلیدی:

طراحی مدل سفارشی‌سازی شده از سنجش رضایتمندی مشتریان بانک کشاورزی، بر اساس بخش بندی مشتریان و متمرکز بر خدمات مختلف زنجیره‌های ارزش بانک کشاورزی با بهره‌گیری از امکانات نوین فناوری اطلاعات، و ارائه ساز و کار و فرایندهای پیاده‌سازی این مدل در عمل (مدل اجرایی).

اهداف و مقاصد:

هدف اصلی از این پژوهش طراحی مدل رضایت سنجی بخش‌های مختلف مشتریان در خدمات اصلی زنجیره ارزش بانک کشاورزی است.

در این راستا، اهداف فرعی زیر، قابل دستیابی است:

- طراحی مدل رضایت سنجی مشتریان بانک کشاورزی و شناسایی ترجیحات مشتری در هر زنجیره

- فرایندها و نکات حائز اهمیت در پیاده‌سازی و اجرای این مدل در بانک

- ارکان، ساختار، نقش‌ها، وظایف در اجرای مدل و نحوه سنجش عملکرد هر رکن.

رعایت معیارهای عملیاتی اجرای پژوهش:

پوشش ابعاد و جنبه‌های:

۱- شناسایی و طراحی زنجیره‌های ارزش در بانک کشاورزی (Retail Banking-Corporate Banking-Institutional Banking-Business/Commercial Banking)

۲- شناسایی و معرفی خدمات اصلی بانک در هر زنجیره

۳- تعریف شاخص‌ها و معیارهای بخش بندی مشتریان (Customer Segmentation) در هر زنجیره

۴- شناسایی نقاط تماس و کانال‌های ارائه خدمات اصلی برای زنجیره مورد نظر بانک

۵- ابعاد رضایت سنجی سگمنت‌های مشتریان برای خدمات اصلی انتخاب شده (با در نظر گرفتن خدمت-نقطه تماس-کانال)

۶-شناسایی ارقام داده ای مورد نیاز برای مدل سنجش رضایت در خدمات اصلی ارائه شده به زنجیره منتخب

۷-مدل سازی سنجش رضایت مشتریان (مدل چاپک)

۸-مدل سازی داده ای (ارقام داده ای مورد نیاز در ساخت مدل و روابط پارامتریک بین آنها به عنوان داده های محاسباتی برای یک فیلد خاص)

۹-طراحی مدل فرایندی بر اساس استاندارد BPMN2.0

۱۰-طراحی مدل محاسباتی (الگوریتم-فرمولاسیون) رضایت سنجی مشتریان در سگمنت های منتخب از زنجیره ارزش انتخابی

۱۱- نمایش مدل اجرایی (نمایش و دیداری سازی مدل و طراحی پایه UI)

۱۲-طراحی مدل بهبود و فرایند اجرای آن

زمان بندی اجرای پژوهش:

مدت زمان اجرای پژوهش ۴ ماه پس از تصویب پروپوزال و عقد قرارداد