Masurarea performantei serviciului
Excelenta în furnizarea de servicii publice

(instrument benchmarking)

Citerii si subcriterii de evaluare					AHP	Nivel de maturitate/performanta analitica											Nivel de perform.
						0	10 %	20%	30%	40%	50%	60 %	70 %	80 %	90 %	100 %	
1.ÎNTELEGEREA CONSUMATORULUI																	
1.1. Identificarea consumatorului																	
1.1.1. Cunoasterea în profunzime a caracteristicilor grupurilor actuale si potentiale de clienti pe baza informatiilor recente si de încredere.																	
1.1.2. Organizatia a început activitatea de cunoastere a grupurilor de consumatori pentru a le întelege mai bine nevoile si preferintele																	
1.1.3. Organizatia face eforturi deosebite pentru a identifica grupurile dezavantajate, si si-a dezvoltat serviciile ca raspuns la nevoile lor specifice.																	
1.2. Implicare si consultare																	
1.2.1. Organizatia dispune de o strategie pentru implicarea clientilor folosind o serie de metode potrivite nevoilor grupurilor de clientinidentificate.																	
1.2.2. Organizatia a realizat integral consultarea clientilor pentru a îmbunatati																	

© *Profesor Virgil POPA Ph. D.*

continuu serviciile sale si informeaza clientii despre rezultatele si actiunile întreprinse																	
1.2.3. Organizatia revizuieste regulat strategiile si oportunitatile de consultare si implicare a clientilor pentru a se asigura ca aceste metode utilizate sunt eficiente si ofera rezultate reprezentative si sigure.																	
1.3. Satisfactia clientilor																	
1.3.1. Organizatia utilizeaza de regula metode sigure si precise pentru masurarea satisfactiei clientilor																	
1.3.2. Organizatia analizeaza si face publice gradele de satisfactie pentru toata gama de clienti pentru toate ariile principale ale serviciului, si aîmbunatatit serviciile ca rezultat.																	
1.3.3. Organizatia include în masurarea satisfactiei întrebari specifice privitor la ariile cheie inclusiv cele privind si întrebari specifice inspirate din activitatea de cunoastere a clientilor																	
1.3.4. Organizatia stabileste tinte provocatoare si extinse pentru satisfactia clientilor si gradele sunt îmbunatatite.																	
1.3.5. Organizatia a facut schimbari pozitive serviciului ca rezultat al analizei experientei clientilor, inclusive etapele de parcurs îmbunatatite ale acestora.																	
2.CULTURA ORGANIZATIEI																	
2.1. Leadership, politici si cultura																	
2.1.1. Exista un angajament din partea conducerii de a pune clientul în central furnizarii serviciului, si liderii organizatiei sprijina activ acest lucru si sustin clientii.																	
2.1.2. Organizatia utilizeaza buna cunoastere a clientilor pentru a elabora politicile si strategiile si pentru a prioritiza activitatea de																	

© *Profesor Virgil POPA Ph. D.*

îmbunatatire a serviciului.																	
2.1.3. Organizatia dispune de politici si proceduri care sprijina dreptul clientilor de a cere nivele excelente ale serviciului.																	
2.1.4. Organizatia se asigura ca toti clientii si grupurile de clienti sunt tratati corect si acest lucru este confirmat prin feedback si masurarea experientei clientilor.																	
2.1.5. Organizatia protejeaza intimitatea clientilor atât în discutiile fata în fata cât si în transferul si depozitarea informatiei despre client.																	
2.1.6. Organizatia împuterniceste si încurajeaza toti angajatii sa promoveze si sa participe activ la cultura orientate spre client a organizatiei																	
2.2. Profesionalismul si atitudinea personalului																	
2.2.1. Organizatia poate sa demonstreze angajamentul de a dezvolta si furniza servicii orientate catre client prin politicile de recrutare, instruire si dezvoltare a personalului																	
2.2.2. Personalul organizatiei este politicos si prietenos cu clientii si înteleg nevoile acestora.																	
2.2.3. Organizatia acorda prioritate orientarii spre client la toate nivelele si evalueaza angajamentul individual si al echipei prin sistemul de management al performantei																	
2.2.4. Organizatia poate sa demonstreze cum întelegerea si experienta relatiei client-personal sunt încorporate în procesele interne, elaborarea politicilor si planificarea serviciilor.																	
2.2.5. Organizatia pretuieste contributia pe care o aduce personalul în furnizarea serviciilor orientate spre client, iar liderii, managerii si personalul demonstreaza aceste comportamente.																	
3. INFORMARE SI ACCES																	
3.1. Gama de informatii																	

© *Profesor Virgil POPA Ph. D.*

3.1.1. Organizatia informeaza toti clientii si potentialii clienti despre întreaga gama de servicii pe care le furnizeaza, inclusiv cum si când oamenii pot contacta organizatia, cum functioneaza serviciile si cine este responsabil																	
3.1.2. Organizatia informeaza clientii despre cât au de platit acolo unde exista o taxa pentru servicii.																	
3.2. Calitatea informatiei																	
3.2.1. Organizatia furnizeaza clientilor informatia de care au nevoie în moduri care le satisfac nevoile si preferintele, utilizând o varietate de cai potrivite.																	
3.2.2. Organizatia ia masuri rezonabile pentru a se asigura ca informatia furnizata este primita si înteleasa de catre clienti.																	
3.2.3. Organizatia a îmbunatatit gama, continutul si calitatea informatiei verbale, publicate si online pentru a se asigura ca este relevanta si satisface nevoile clientilor.																	
3.2.4. Organizatia poate demonstra ca informatia furnizata clientilor este corecta si completa, si ca, atunci când nu este cazul, organizatia informeaza clientii despre când vor primi informatia solicitata.																	
3.3. Acces																	
3.3.1. Toti clientii au acces cu usurinta la serviciile organizatiei prin punerea la dispozitia a unei game de cai alternative.																	
3.3.2. Este evaluat modul în care clientii interactioneaza cu organizatia prin canalele de acces si organizatia utilizeaza aceasta informatie pentru a identifica posibile îmbunatatiri ale serviciului si pentru a oferi alegeri mai bune.																	
3.3.3. Organizatia se asigura ca acolo unde clientii pot vizita sediile personal facilitatile sunt cât mai curate si comfortabile posibil.																	

© Profesor Virgil POPA Ph. D.

3.4. Activitatea colaborativa cu alti furnizori, parteneri si comunitati																	
3.4.1. Organizatia a încheiat acorduri cu alti furnizori si parteneri de a oferi si furniza servicii coordonate, si aceste acorduri ofera beneficii demonstrabile clientilor.																	
3.4.2.Organizatia a dezvoltat acorduri de lucru în parteneriat prin care clientii înteleg clar limitele de responsabilitate privind calitatea serviciilor.																	
3.4.3. Organizatia interactioneaza cu comunitati mai largi si poate demonstra modurile în care sprijina aceste comunitati.																	
4. FURNIZARE																	
4.1. Standardele de furnizare																	
4.1.1. Organizatia dispune standard înalte pentru principalele servicii, care tin cont de responsabilitatea de furniza standarde nationale si statutare si tinte.																	
4.1.2. Organizatia monitorizeaza si îndeplineste standardele si tintele cheie departamentale si de performanta, si informeaza clientii despre performanta.																	
4.1.3. Organizatia consulta si implica clientii, partenerii, cetatenii si personalul în stabilirea, revizuirea si cresterea standardelor locale.																	
4.2.Livrarea realizata si rezultate																	
4.2.1. Organizatia se pune de acord cu clientii de la început asupra a ceea ce acestia pot solicita de la serviciile furnizate.																	
4.2.2. Organizatia poate demonstra ca funizeaza serviciul promis clientilor individuali si ca rezultatele sunt pozitive pentru majoritatea clientilor.																	

© Profesor Virgil POPA Ph. D.

4.2.3.. Organizatia poate demonstra ca îsi compara performanta prin benchmarking cu organizatii similar sau complementare si a utilizat aceasta informatie pentru a-si îmbunatati serviciile.																	
4.2.4. Organizatia a dezvoltat si a învatat din bunele practici identificate în cadrul si în afara sa, si publica exemplele sale extern unde este corespunzator.																	
4.3. Abordarea eficienta **a problemelor**																	
4.3.1. Este identificata orice scadere a performantei comparativ cu standardele si acestea sunt explicate clientilor, împreuna cu actiuni corective si de prevenire întreprinse.																	
4.3.2. Organizatia dispune de procedure pentru reclamatii usor de utilizat, care include angajamentul de a aborda problemele în întregime si de a le rezolva oricând posibil într-o limita de timp rezonabila.																	
.3.3. Personalul este instruit si îndrumat cum sa trateze reclamatiile si sa le investigheze obiectiv, si organziatia poate demonstra ca personalul este împuternicit sa remedieze situatiile.																	
4.3.4. Organizatia învata din greseli identificând tipare în reclamatiile formale si informale si în comentariile clientilor, si utilizeaza aceasta informatie la îmbunatatirea serviciilor si publica actiunile întreprinse.																	
4.3.5.Organizatia revizuieste regulat si îmbunatateste procedurile privind reclamatiile, tinând cont de opiniile clientilor, de reclamatii si de personal.																	
4.3.6. Organizatia se asigura ca rezultatele procesului privind reclamatiile este satisfacator pentru clienti (ale caror reclamatii sunt confirmate)																	
5. ACTUALITATEA SI CALITATEA																	

© Profesor Virgil POPA Ph. D.

SERVICIULUI																	
5.1. Standarde privind oportunitatea si **calitatea serviciului**																	
5.1.1. Sunt stabilite standard coprespunzatoare si masurabile pentru oportunitatea de raspuns la toate formele de contact cu clientii, inclusive telefoane, scrisori, comunicatii electronice si apelanti personali.																	
5.1.2. Sunt stabilite standard cuprinzatoare pentru toate aspectele privind calitatea serviciului cu clientii, aspecte de dorit în toate relatiile cu organizatia.																	
5.2. Rezultate în timp util																	
5.2.1. Organizatia informeaza clientii si potentialii clienti despre actualitatea si calitatea serviciilor cu clientii																	
5.2.2. Sunt identificate nevoile individuale ale clientilor de la primul contact cu organizatia iar aceasta se asigura ca persoana responsabila cu rezolvarea motivului se ocupa de client.																	
5.2.3. Informatia despre client este comunicata prompt între colegii si partenerii din cadrul organizatiei când este cazul si se poate demonstra cum acest lucru a dus la reducerea contactului inutil pentru client.																	
5.2.4. Atunci când serviciul nu este încheiat de la prima întrevedere, clientul este informat despre urmatorii pasi si timpul probabil de obtinere a rezultatelor.																	
5.2.5. Organizatia raspunde cererilor initiale prompt, si daca apar întârzieri, organizatia informeaza clientul si intreprinde masuri pentru a rezolva situatia.																	
5.3. Livrarea la timp																	
5.3.1. Performanta este monitorizata comparativ cu standardele privind actualitatea si calitatea serviciului cu clientii si se întreprind actiuni daca sunt identificate																	

© Profesor Virgil POPA Ph. D.

probleme.																	
5.3.2. Standardele actuale pentru actualitatea si calitatea serviciilor cu clientii sunt atinse iar informatia despre performanta este publicata.																	
5.3.3. Performanta organizatiei privind actualitatea si calitatea serviciului este buna comparativ cu cea a altor organizatii similare.																	

© *Profesor Virgil POPA Ph. D.*