

Masurarea performantei serviciului
 celenta în furnizarea de servicii publice de educatie

Citerii si subcriterii de evaluare					AHP	Nivel de maturitate/performanta										Nivel de perform.	
						0	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%		100%
																	665.73
I.INTELEGEREA CONSUMATORULUI	150																94.40
1.1. Identificarea consumatorului		250	37.5		37.5												27.37
1.1.1. Cunoasterea în profunzime a caracteristicilor grupurilor actuale si potientiale de clienti pe baza informatiilor recente si de încredere.				200	7.5								x				6.00
1.1.2. Organizatia a început activitatea de cunoastere a grupurilor de consumatori pentru a le înțelege mai bine nevoile si preferintele				300	11.25									x			10.12
1.1.3. Organizatia face eforturi deosebite pentru a identifica grupurile dezavantajate, si si-a dezvoltat serviciile ca raspuns la nevoile lor specifice.				500	18.75						x						11.25
1.2. Implicare si consultare		300	45		45												28.57
1.2.1. Organizatia dispune de o strategie pentru implicarea clientilor folosind o serie de metode potrivite nevoilor grupurilor de clientinidentificate.				250	11.25								x				9.00

1.2.2. Organizatia a realizat integral consultarea clientilor pentru a îmbunătăți continuu serviciile sale și informează clienții despre rezultatele și acțiunile			300	13.5									x					9.45
1.2.3. Organizatia revizuieste regulat strategiile și oportunitățile de consultare și implicare a clienților pentru a se asigura că aceste metode utilizate sunt eficiente și oferă rezultate reprezentative și sigure.			450	20.25									x					10.12
1.3. Satisfactia clientilor		450	67.5	67.5														38.46
1.3.1. Organizatia utilizeaza de regula metode sigure și precise pentru măsurarea satisfacției clienților			250	16.88									x					11.81
1.3.2. Organizatia analizeaza și face publice gradele de satisfacție pentru toată gama de clienți pentru toate ariile principale ale serviciului, și îmbunătățește serviciile ca rezultat.			200	13.5										x				10.80
1.3.3. Organizatia include în măsurarea satisfacției întrebări specifice privind ariile cheie inclusiv cele privind și întrebări specifice inspirate din activitatea de cunoaștere a clienților			100	6.75									x					2.70
1.3.4. Organizatia stabilește ținte provocatoare și extinse pentru satisfacția clienților și gradele sunt îmbunătățite.			300	20.25									x					10.12
1.3.5. Organizatia a făcut schimbări pozitive serviciului ca rezultat al analizei experienței clienților, inclusiv etapele de parcurs îmbunătățite ale acestora.			150	10.13									x					3.03
2.CULTURA ORGANIZATIEI	100																	71.42
2.1. Leadership, politici și cultura		450	45	45														26.10

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.			100	4.5									x			4.05
2.1.2. Organizatia utilizeaza buna cunoastere a clientilor pentru a elabora politicile si strategiile si pentru a prioritiza activitatea de îmbunatatire a serviciului.			100	4.5									x			3.15
2.1.3. Organizatia dispune de politici si proceduri care sprijina dreptul clientilor de a cere nivele excelente ale serviciului.			250	11.25									x			6.75
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.			400	18									x			10.80
2.1.5. Organizatia protejeaza intimitatea clientilor atât în discutiile fata în fata cât si în transferul si depozitarea informatiei despre client.			50	2.25		x										0.45
2.1.6. Organizatia împuterniceste si încurajeaza toti angajatii sa promoveze si sa participe activ la cultura orientate spre client a organizatiei			100	4.5		x										0.90
2.2. Profesionalismul si atitudinea personalului		550	55	55												45.32
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			180	9.9									x			6.93

2.2.2. Personalul organizatiei este politicos si prietenos cu clientii si înțeleg nevoile acestora.			220	12.1									x		10.89
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			400	22									x		19.80
2.2.4. Organizatia poate sa demonstreze cum înțelegerea si experienta relatiei client personal sunt încorporate în procesele interne, elaborarea politicilor si planificarea serviciilor.			100	5.5									x		4.40
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.			100	5.5									x		3.30
3. INFORMARE SI ACCES	200														119.60
3.1. Gama de informatii		150	30	30											21.00
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				500	15								x		7.50
3.1.2. Organizatia informeaza clientii despre cât au de platit acolo unde exista o taxa pentru servicii.				500	15									x	13.50
3.2. Calitatea informatiei		300	60	60											25.50

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.				250	15								x							10.50
3.2.2. Organizatia ia masuri rezonabile pentru a se asigura ca informatia furnizata este primita si înțeleasa de catre clienti.				300	18								x							7.20
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.				400	24								x							7.20
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.				50	3								x							0.60
3.3. Acces		350		70	70															49.50
3.3.1. Toti clientii au acces cu usurinta la serviciile organizatiei prin punerea la dispozitia a unei game de cai alternative.				350	24.5														x	19.60

3.3.2. Este evaluat modul în care clientii interacționează cu organizația prin canalele de acces și organizația utilizează această informație pentru a identifica posibile îmbunătățiri ale serviciului și pentru a oferi alegeri mai bune.			250	17.5								x					7.50
3.3.3. Organizația se asigură că acolo unde clienții pot vizita sediile personal facilitățile sunt cât mai curate și confortabile posibil.			400	28									x				22.40
3.4. Activitatea colaborativă cu alți furnizori, parteneri și comunități		200	40		40												23.60
3.4.1. Organizația a încheiat acorduri cu alți furnizori și parteneri de a oferi și furniza servicii coordonate, și aceste acorduri oferă beneficii demonstrabile clienților.			200	8								x					5.60
3.4.2. Organizația a dezvoltat acorduri de lucru în parteneriat prin care clienții înțeleg clar limitele de responsabilitate privind calitatea serviciilor.			300	12						x							6.00
3.4.3. Organizația interacționează cu comunități mai largi și poate demonstra modurile în care sprijină aceste comunități.			500	20								x					12.00
4. FURNIZARE	250																151.11
4.1. Standardele de furnizare		300	75		75												35.62

4.2.4. Organizatia a dezvoltat si a învățat din bunele practici identificate în cadrul si în afara sa, si publica exemplele sale extern unde este corespunzator.			100	8.75					x										3.50
4.3. Abordarea eficienta a problemelor		350	87.5		87.5														62.99
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.				300	26.25												x		23.62
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.				200	17.5												x		12.25
4.3.3. Personalul este instruit si îndrumat cum sa trateze reclamiile si sa le investigheze obiectiv, si organizatia poate demonstra ca personalul este împuternicit sa remedieze situatiile.				150	13.13													x	11.81
4.3.4. Organizatia învata din greseli identificând tipare în reclamiile formale si informale si în comentariile clientilor, si utilizeaza aceasta informatie la îmbunatatirea serviciilor si publica actiunile				150	13.13													x	9.19

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.			200	18								x						12.60
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.			300	27									x					21.60
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.			100	9									x					7.20
5.2.5. Organizatia raspunde cererilor initiale prompt, si daca apar întârzieri, organizatia informeaza clientul si întreprinde masuri pentru a rezolva situatia.			150	13.5							x							6.75
5.3. Livrarea la timp		400	120		120													103.2
5.3.1. Performanta este monitorizata comparativ cu standardele privind actualitatea si calitatea serviciului cu clientii si se întreprind actiuni daca sunt identificate probleme.			600	72										x				64.80

5.3.2. Standardele actuale pentru actualitatea si calitatea serviciilor cu clientii sunt atinse iar informatia despre performanta este publicata.			200	24						x		16.80
5.3.3. Performanta organizatiei privind actualitatea si calitatea serviciului este buna comparativ cu cea a altor organizatii similare.			200	24						x		21.60

1000