

## مهندسی مجدد فرآیند مدیریت ارتباط با مشتریان

### در شرکت قطارهای مسافری رجا

حمیدرضا احدی<sup>۱</sup>

مبین مهری آهنگر کلایی<sup>۲</sup> فرید مظفری<sup>۳</sup>

#### چکیده:

عملکرد شرکت رجا به عنوان اصلی ترین شرکت حمل و نقل ریلی مسافری به عنوان الگویی برای سایر شرکت های مسافری ریلی در چگونگی ارتباط با مشتریان حایز اهمیت است. با توجه به تغییر در مالکیت این شرکت از دولتی به خصوصی و علی رغم اصلاحات انجام شده در فرآیند ارتباط با مشتریان، هنوز فاصله ی زیادی بین عملکرد این شرکت با شرکت های مشابه ریلی بین المللی در حوزه ارتباط با مشتری وجود دارد.

در این مقاله ابتدا مفاهیم مدیریت ارتباط با مشتری<sup>۴</sup> و مهندسی مجدد فرآیندها<sup>۵</sup> و ضرورت اجرای مهندسی مجدد فرآیندها در فرآیند ارتباط با مشتری در شرکت رجا مورد بررسی قرار گرفته است. سپس وضعیت موجود ارتباط با مشتریان در شرکت رجا بررسی شده و با استفاده از مراجع و منابع مختلف، فاکتورهایی برای سنجش رضایت مشتریان شناسایی و با طراحی پرسشنامه ای، سطح رضایت مشتریان از وضعیت موجود و وضعیت قبلی (دوره دو ساله ۸۸ و ۸۹) و همچنین درجه اهمیت هر کدام از فاکتورها مورد بررسی قرار گرفته است و در نهایت با تعیین اولویت های اصلاح، فرآیند مربوطه مهندسی مجدد شده است.

**واژه های کلیدی:** مدیریت ارتباط با مشتریان، مهندسی مجدد فرآیندها، شرکت قطارهای مسافری رجا

استادیار و مدیر گروه آموزشی مهندسی حمل و نقل ریلی دانشکده مهندسی راه آهن، دانشگاه علم و صنعت ایران [ahadi@iust.ac.ir](mailto:ahadi@iust.ac.ir)

دانشجوی کارشناسی رشته مهندسی حمل و نقل ریلی دانشکده مهندسی راه آهن، دانشگاه علم و صنعت ایران [mobin.mehri@yahoo.com](mailto:mobin.mehri@yahoo.com)

دانشجوی کارشناسی رشته مهندسی حمل و نقل ریلی دانشکده مهندسی راه آهن، دانشگاه علم و صنعت ایران [faridmozaffari@yahoo.com](mailto:faridmozaffari@yahoo.com)

<sup>۴</sup> Customer Relationship Management (CRM)

<sup>۵</sup> Business Process Reengineering (BPR)