



شماره: ۹۴۰/۱۰/۲۵۱۷

تاریخ: ۱۳۹۶/۰۶/۱۲

پیوست: دارد

بسمه تعالی

“ همراه با مشتری ، همگام با فناوری ”

ریاست محترم دانشگاه سمنان

سلام علیکم ؛

در راستای تحقق برنامه ها و اهداف (ره نگاشت پنج ساله) شرکت مخابرات ایران و اجرای مؤثر فعالیتهای پیش بینی شده شناسایی نیازهای پژوهشی و تداوم در تحقق و پیگیری آنها یکی از اولویتهای شرکت مخابرات منطقه سمنان می باشد. همچنین به منظور توسعه فرهنگ پژوهش و افزایش مشارکت در روند تصمیم سازی و تصمیم گیری در حوزه تحقیقات کاربردی روز، اولویتهای و نیازهای پژوهشی شرکت شناسایی و تقدیم آن نهاد علمی می گردد. امید است تا با استفاده از امکانات و پتانسیلهای مراکز علمی و پژوهشی استان، و تکیه بر دانش و تجربه محققان، اساتید و دانشجویان، نتایج ثمربخشی بدست آمده و این تعاملات دوسویه گامی در جهت ارائه خدمات بهتر به هموطنانمان گردد. برای کلیه عناوین پژوهشی به شرح جدول ذیل، شرح نیاز وجود دارد که پیوست می باشد. خواهشمند است در صورت تایید و آمادگی جهت همکاری مراتب را به کمیته آموزش و پژوهش شرکت مخابرات منطقه سمنان اعلام فرمایید. پیشتر از حسن همکاری و توجهتان سپاسگذاری می گردد.

مجید دارانی

مدیر منطقه

اداره دبیرخانه مرکزی دانشگاه سمنان
« اتوماسیون اداری »
شماره: ۶۵۳۷
تاریخ: ۹۴/۰۶/۱۹

اقدام کننده: سیادتى-مسئول کمیته دانش و پژوهش ۳۳۳۸۸۱۴۵

شماره: ۹۴۰/۱۰/۲۵۱۷

تاریخ: ۱۳۹۶/۰۶/۱۲

پیوست: دارد

بسمه تعالی

ردیف	عنوان پژوهش
بخش مشتریان و بازاریابی و فروش	
1	بررسی و ارزیابی میزان رضایتمندی مشتریان از سبد محصول، تعرفه، کیفیت و پشتیبانی مجموعه خدمات و سرویس های مختلف مخابرات استان و ارائه راهکارهای مناسب بمنظور بهبود آن
2	شناخت عوامل اثرگذار در ارتقای رضایتمندی مشترکین شرکت مخابرات با تأکید بر مشترکین ADSL و تلفن همراه
3	بررسی نحوه توسعه و بهینه سازی کانال های ارتباطی بامشتریان و تعیین موثر ترین روش بازاریابی سرویس های مختلف
4	تعیین اثر بخش ترین روش تبلیغاتی از دید مشتریان برای هریک از سرویس ها و خدمات مخابراتی و جایگزین نمودن آن با روش های فعلی
5	ارزیابی مهمترین دلایل انتخاب و یا عدم انتخاب مخابرات از سوی مشتریان و تعیین جایگاه شاخص NPS مخابرات (از قبیل کیفیت، قیمت، برند، اطمینان، امنیت، وسعت و گستردگی تجهیزات و امکانات)
6	بررسی مدل ارزیابی عملکرد عاملین فروش سرویس های مخابراتی و معرفی بهترین شیوه پرداخت حق الزحمه (پورسانت) فروش به آنان در جهت افزایش انگیزه و تحقق اهداف فروش
7	بررسی فرهنگ اینترنتی مشتریان ADSL مخابرات
8	بررسی جایگاه برند مخابرات در بازار و در بین رقبا و ارائه راهکارهایی برای محبوبیت بیشتر برند مخابرات
9	درصد مشترکینی که از گوشی بیسیم تلفن ثابت استفاده می کنند؟ جهت تعیین استقبال از فروش اقساطی گوشی های بیسیم تلفن ثابت
بخش کارکنان و منابع انسانی	
10	چگونگی افزایش روحیه کاری کارکنان
11	مدیریت فرهنگ سازمانی
12	احساس افتخار کردن از شغل و مسئول مربوطه
13	روش های اندازه گیری ارزش های منابع انسانی
14	ارتباط بین جو سازمانی با عملکرد مدیران

اولویت ها و نیازهای پژوهشی اعلام شده مخابرات منطقه سمنان

ردیف	عنوان پژوهش	موضوع
	حوزه مشتریان و بازاریابی و فروش	
1	بررسی و ارزیابی میزان رضایتمندی مشتریان از سبب محصول، تعرفه، کیفیت و پشتیبانی مجموعه خدمات و سرویس های مختلف مخابرات استان و ارائه راهکارهای مناسب بمنظور بهبود آن	حوزه تجاری
2	شناخت عوامل اثرگذار در ارتقای رضایتمندی مشتریان شرکت مخابرات با تأکید بر مشتری کین ADSL و تلفن همراه	مدیریت شهرستان سمنان
3	بررسی نحوه توسعه و بهینه سازی کتال های ارتباطی بامشتریان و تعیین مؤثرترین روش بازاریابی سرویس های مختلف	حوزه تجاری
4	تعیین اثر بخش ترین روش تبلیغاتی از دید مشتریان برای هر یک از سرویس ها و خدمات مخابراتی و جایگزین نمودن آن با روش های فعلی	حوزه تجاری
5	ارزیابی مهمترین دلایل انتخاب و یا عدم انتخاب مخابرات از سوی مشتریان و تعیین جایگاه شاخص NPS مخابرات (از قبیل کیفیت، قیمت، برند، اطمینان، امنیت، وسعت و گسترده گی تجهیزات و امکانات)	حوزه تجاری
6	بررسی مدل ارزیابی عملکرد عاملین فروش سرویس های مخابراتی و معرفی بهترین شیوه پرداخت حق الزحمه (پورسانت) فروش به آنان در جهت افزایش انگیزه و تحقق اهداف فروش	حوزه تجاری
7	بررسی فرهنگ اینترنتی مشتریان ADSL مخابرات	فناوری اطلاعات
8	بررسی جایگاه برند مخابرات در بازار و در بین رقبا و ارائه راهکارهایی برای محبوبیت بیشتر برند مخابرات	حوزه تجاری
9	درصد مشتریانی که از گوشی بیسیم تلفن ثابت استفاده می کنند؟ جهت تعیین استقبال از فروش اقساطی گوشی های بیسیم تلفن ثابت	واحد بودجه
	حوزه کارکنان و منابع انسانی	
10	جگونگی افزایش روحیه کاری کارکنان	حوزه منابع انسانی
11	مدیریت فرهنگ سازمانی	حوزه منابع انسانی
12	احساس اقتدار کردن از شغل و مسئول مربوطه	حوزه منابع انسانی
13	روش های اندازه گیری ارزش های منابع انسانی	حوزه منابع انسانی
14	ارتباط بین جو سازمانی با عملکرد مدیران	حوزه منابع انسانی