



الدورة التدريبية لمشرفي
وحدة تحكم خدمات الزبائن
في شركة مياه اليرموك

خدمة الزبائن:

1. رعاية الزبائن:



1.1 الشروط الأساسية المتعلقة بخدمة الزبائن الجيدة:

- اجعل الزبائن يشعرون بأهميتهم.
- استمع للزبائن واجعلهم يشعرون بذلك.
- أشعر الزبائن بالإحترام.

1.1.1 عامل الزبائن بشكل جيد حتى عند الإجابة ب "لا"!

- إعادة صياغة الإجابة ب "لا" باستخدام لغة المفردات الإيجابية.
- كن صريحاً.
- معاملة مميزة للزبائن يتطلب الشجاعة والإبتكار!
- التمييز في حل المشكلات.
- الإصغاء الجيد للزبائن وجمع المزيد من المعلومات.

2.1 فهم مبادئ الجودة:

- الإستثمار في التدريب والتوظيف.
- تعزيز العمل الجماعي الإيجابي.
- التركيز على تعيين موظفين مؤهلين ومتميزين.
- متابعة النتائج ومقارنتها مع مؤشرات الأداء.



إدارة مبادئ الجودة:

- التطوير المستمر.
- التعامل بروح الفريق.
- التأكد وقياس العمليات.
- إدارة التغيير.
- وضع السياسات والمبادئ التوجيهية لتحقيق الأهداف.
- الإهتمام المتواصل بالزبائن.

2.2.1 تصميم المكان المناسب لمكتب خدمة الزبائن:

العوامل التي يجب اتخاذها بعين الاعتبار عند تصميم مكتب خدمات الزبائن :

- يجب أن يكون المكتب في الواجهة الأمامية.
- جب أن يكون واسع بشكل كافي.
- يجب أن يكون الأثاث مريحاً شكلاً ومضموناً.

3.1 تحقيق خدمة جيدة للزبائن :

- فريق العمل مهم للنجاح بنفس أهمية الزبائن.
- عامل فريق العمل بكل إحترام، لينعكس ذلك على الزبائن.

لتحقيق خدمة جيدة للزبائن يتطلب ما يلي:

1. الاحترام:

هو دليل على العمل الذي يقوم به الآخرون.

2. تعرّف على الزبائن والإصغاء إليهم:

يتوجب على المسؤول الحصول على قائمة كبار الزبائن ومرفق بها الخدمات التي تقدم لهم باستمرار. اكتب قائمة بالأسماء والخدمات المتاحة للزبائن.

3. عدم إعطاؤك لوعود لست متأكداً من تطبيقها:

لا تعطي وعداً قبل التأكد من الوفاء به، لأن ذلك أكثر ما يزعج الزبائن.

4. تعامل مع مختلف الشكاوي بتقديم المساعدة بشكل دائم:

عند إشعار الزبائن بالإهتمام بالإستماع لشكاوهم، فإن ذلك يعزز الثقة ويريحهم بجدية حلك لشكاوهم.

5. اجعل "خدمة الزبائن" هي الهدف وذلك من خلال:

- اجعل الزبائن المتذمرين يشعرون بسعادة:
 - حاول الإصغاء إليهم دائماً والمساعدة في حل مشاكلهم.
 - اجعل الزبائن السعيدة تشعر بسعادة أكبر:
- يجب التأكد بأن الزبائن تستخدم المنتج والخدمات المقدّمة لهم بشكل صحيح.

5.1 إقامة علاقة جيدة مع الزبائن :

1. احصل على التغذية الراجعة من الزبائن :

للحفاظ على علاقة جيدة، يجب إبقاء الزبائن على علم بأي إجراء اتخذ لحل الشكوى وإنجاز الطلب.

2. عملية التواصل:

القدرة على التواصل هي المهارة المكتسبة من الخبرة.

3. عرض السلوك اللفظي وغير اللفظي المناسب:

إن استخدام اللغة الإيجابية والمهذبة ليس كافياً. يجب عليك أيضاً استخدام لغة الجسد المناسبة لتعزيز ما تقوله.

4. الإستجواب والإصغاء:

استخدام لغة الجسد المناسبة والحفاظ على التواصل البصري (Eye Contact)

5. تعريف احتياجات الزبائن:

الإنطباع العام للزبائن يأتي بنسبة عالية في أول اتصال.

6. أنواع الوثائق المتعلقة بالشكاوي:

تحتوي على الشكاوي المسجلة، المراسلات بوسائلها المختلفة (Email Fax, Web)

7. الوثائق المدعمة:

أوضح الطرق للحصول على التغذية الراجعة من الزبائن هي الإجابة الشفوية أو الموثقة.

8. التأكد من استمرارية التحكم بجودة العمل:

يجب عدم الاعتماد على التغذية الراجعة فقط بسبب عدم إمكانية وصول جميع الزبائن غير الراضين عن الخدمة اليك.

الإصغاء الإيجابي وكيفية التعامل به:

Active listening and how to use it in client service is shown below (Dwyer, 2006, p.229)

Attentive to the client

الاهتمام بالزبائن

Concentrate on the issue, not the person

التركيز على المشكلة، وليس على الشخص

Target key points

استهداف النقاط الرئيسة

Investigate with questions

التحقق من خلال الاستفسار والسؤال

Verify client's needs

التأكد من احتياجات الزبائن

Energize your response

تعزيز الإستجابة

2. تحسين إجراءات الفوترة والتحصيل:

1.2 القواعد الرئيسية للفوترة والتحصيل:

- الربط الفوري على خطوط الشبكة لجميع المتقدمين المؤهلين.
- وضع مظاهرات لتوزيع المياه لخدمة المجتمعات التي قد لا تكون قادرة على تحمل تكاليف تمديد شبكات وتوصيلات مياه جديدة.
- الالتزام بإصدار الفواتير لجميع المشتركين بالدقة اللازمة وبالوقت المحدد لها.
- متابعة تحصيل قيمة الفواتير من الزبائن.
- فصل الخدمة عن الزبائن المتخلفين عن الدفع.
- إعادة الخدمة للزبائن الذين قاموا بدفع المبالغ المترتبة عليهم.
- الإستجابة الفورية لاحتياجات الزبائن وتوقعاتهم.

2.2 إجراءات الفوترة:

- يجب قراءة وإصدار الفواتير للزبائن بشكل منتظم.
- يجب تسليم الفواتير فوراً أو بعد 15 يوم من قراءة العداد كحد أقصى.
- يجب توفير نظام فوترة دقيق وآمن.

تأمين إجراءات ونظام فوترة آمن ويتعامل مع أفضل التطبيقات يجب أن يتضمن ما يلي:

- يجب على الزبائن السماح لموظفي الشركة بالوصول الى العداد في أي وقت لغايات القراءة والتدقيق والإصلاح.
- يتوجب على الشركة وضع مبادئ التعرف بطريقة واضحة وسلسة على الفاتورة ليتمكن المشترك من فهمها بسهولة.
- اتخاذ الإجراءات اللازمة بشكل مستعجل لأي فاتورة شاذة.
- التسهيل على المشترك بإمكانية الاعتراض على الفاتورة الشاذة في أي مكتب تابع للشركة.

1.2.2 المياه:

يجب قراءة عدادات المياه بشكل منتظم (شهرياً أو ربعياً...) وتقاس الكمية بالتر المكعب. إعطاء الزبائن الفرصة لقراءة عداد المياه وتزويد الشركة بها لاعتمادها.

3.2 طرق الدفع والتحصيل:

تنوع وسائل التحصيل تساعد على تحفيز الزبائن على دفع فواتيرهم:

1. إلكترونياً وذلك من خلال الهواتف الذكية، الانترنت، أو من خلال نظام (e-fawateercom)

2. مكاتب التحصيل.

3. مكاتب البريد.

4. الأسواق التجارية.



4.2 تسجيل شكاوي/ استفسارات الزبائن :

1. التعامل مع شكاوي الزبائن : ينبغي أن يكون لدى المؤسسة سياسات وإجراءات واضحة عند الاستجابة للشكاوي/الاستفسارات.

2. إجراءات الاعتراضات: التسهيل على الزبائن عند الإبلاغ عن الفاتورة الشاذة إما بزيارة أحد مكاتب الشركة أو عن طريق إرسال بريد إلكتروني.

5.2 الإستعمالات غير المشروعة:

- الاستعمال غير المشروع للمياه هو أحد أهم العوامل التي تزيد من نسبة فاقد المياه ويقلل من الوصول المنتظم من المياه للآخرين.
- كميات المياه المستهلكة من قبل سارقي المياه تكون مرتفعة وذلك بسبب عدم دفع قيمتها.

1.5.2 أشكال استخدام المياه غير المشروعة:

- وصلات المياه المخفية.
- وصلات المياه الظاهرة.
- عدّاد معكوس.
- التلاعب بالعداد المفصول.
- التلاعب بواسطة تركيب حنفية أو محبس.
- قطع الأختام.
- عدادات بدون قيود.

2.5.2 طرق اكتشاف الاستخدامات غير المشروعة:

1. المرحلة الفنية:

- تشكيل الفرق الفنية الميدانية للكشف على المواقع المحتملة للاستخدام غير المشروع وتدريبهم على اكتشاف هذه الحالات.
- وضع إجراءات واضحة ومكتوبة تتعلق بتدابير المسح الميداني.
- تصميم نموذج الاستخدام غير المشروع الذي ينبغي أن يجهّز من قبل الطرف القانوني ليتم اعتماده في المحاكم.

2. المرحلة الإدارية:

- تشكيل لجنة تقوم بتقدير المياه المستخدمة بطريقة غير مشروعة لكل حالة.
- إبلاغ الزبائن عن أثمان المياه المستخدمة بطريقة غير مشروعة بالإضافة إلى قيمة الغرامات المترتبة.
- تحويل القضايا مع الأثمان المقدرة إلى المحامي.

3. الخدمات الفنية:

1.3 خدمات تمديدات المياه والصرف الصحي:

1. قبل إجراء أي تمديدات على شبكة المياه، يتوجب على الشركة إجراء دراسات تغطي الإحتياجات المستقبلية.
2. في حال وجود أي خط غير كافي لإستيعاب كمية المياه اللازمة، فإنه يتوجب عمل دراسة لإستبداله وذلك لتزويد كميات مياه كافية للزبائن.
3. يتوجب على الشركة الإستثمار في استكمال شبكات المياه إلى جميع المناطق التي يوجد فيها طلب متزايد.

4. يتوجب على الشركة القيام ببرنامج توعية للزبائن وذلك من خلال ما يلي:

- وسائل الإعلام.
- منشورات دعائية (Brochures).
- زيارات ميدانية توعوية لشرح وضع المياه والتعرفة المطبقة.

2.3 توصيلات المياه المنزلية:

1.2.3 التصميم:

قطر الوصلة المنزلية يعتمد على ما يلي:

- ضغط المياه.
- المسافة ما بين الخط الرئيسي وعداد المياه.
- عدد الشقق.
- الوصلة المنزلية تتطلب عادةً خط بقطر 25 ملم.
- في حال وجود عمارات كبيرة بشقق متعددة يتطلب خط بقطر 32 ملم.

يعتمد قطر الوصلة للأبنية غيرالسكنية أو التجارية على ما يلي:

- نوع المنشأة.
- السعة التخزينية ومدة التوزيع الأسبوعية.
- عدد الموظفين.

3.3 أنواع مواسير الوصلات المنزلية:

مواسير بولي إيثيلين	مواسير جلفانيز
1. (LCA) مناسب بسبب قلة الطاقة المستهلكة سواءاً في الإنتاج أو الإستعمال.	1. (LCA) غير مناسب ارتفاع في الطاقة المستهلكة سواءاً في الإنتاج أو الإستعمال.
2. سهولة التوصيل في المرباط وبدون عمليات التسنين.	2. تحتاج عملية التوصيل إلى عدد خاصة للتسنين والربط.
3. المرباط من المطاط وغير وارد فيه مبدأ الصدأ.	3. المرباط معرضة للصدأ وبالتالي احتمال تلوث المياه.
4. تحتوي المواسير على تجويف سلس يؤدي إلى الإنسيابية.	4. تحتوي المواسير على تجويف صلب يؤدي إلى الصدأ ويؤثر سلباً على انسيابية المياه.
5. بسبب التوصيل المحكم في المرباط فإن احتمالية التفسخت غير واردة.	5. بسبب التآكل في المرباط فإن احتمالية التفسخت مرتفعة جداً.
6. المواسير طويلة ومرنة وهذا يؤدي إلى المرونة في التمديد دون الحاجة إلى تركيب مرباط.	6. المواسير قصيرة وغير مرنة مما يؤدي إلى إلزامية تركيب مرباط متعددة.
7. مصنعة من مواد قوية مما يؤدي إلى المقاومة عند حفر المقاطع العرضية.	7. تتعرض للكسر بسهولة بسبب طبيعة التربة والذي يؤدي إلى احتمالية عالية للتسرب.
8. تمنع تسرب مواد من التربة داخل المواسير.	8. احتمالية تعكر المياه واردة من خلال دخول الأتربة في المواسير.
9. مهارة التمديد سهلة من خلال ما ذكر أعلاه.	9. تحتاج إلى وقت طويل وجهد مضاعف ومهارة عالية للتمديد.
10. الكلفة إقتصادية.	10. الكلفة غير إقتصادية.

مرابط خطوط اىصال المنزل:
هناك العديد من الطرق والإجراءات لتوصيل خطوط اىصال المنزل بالخط الرئيسي:



4.3 وصلات الصرف الصحي للمنازل:

(1) طلبات الاشتراك:

- يجب على الزبائن تقديم الوثائق الرسمية المطلوبة.
- يكون تقديم الطلب عن طريق الإنترنت أو في مكاتب الشركة مباشرةً.

(2) النظام وقاعدة البيانات:

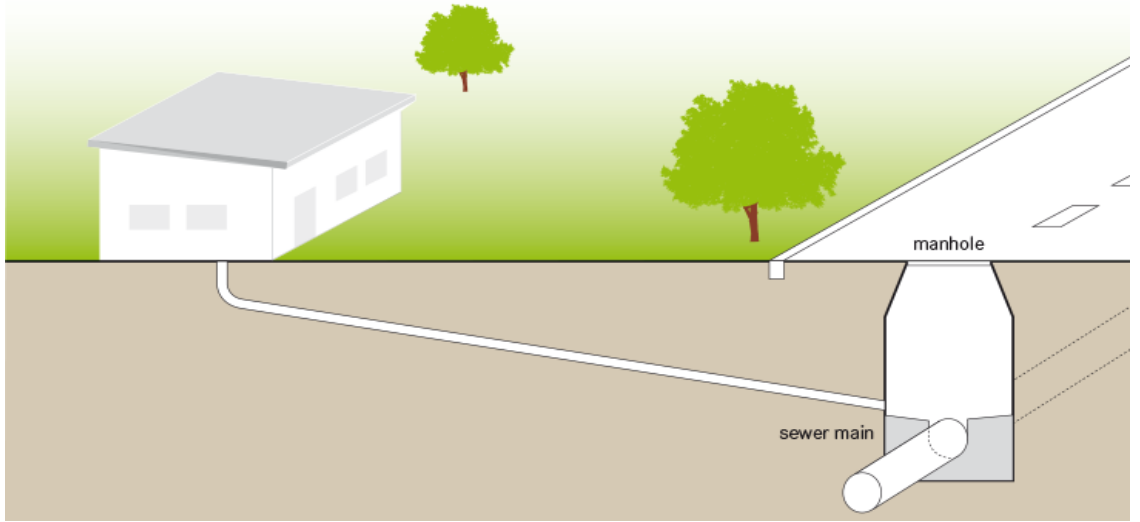
- يجب أن يكون لكل شركة نظام قاعدة بيانات لشبكات الصرف الصحي الخاص بها والذي يحدد جميع الاليات والإجراءات ويسهل المتابعة لاحقاً.
- يسهل نظام GIS عملية التصميم ويجب أن يتم تحديثه باستمرار.

يجب أن يحتوي نظام معلومات الزبائن على ما يلي:

- أسماء الزبائن.
- أرقام هواتف الزبائن.
- رقم القطعة والموقع الجغرافي.
- وصف المبنى.
- نوع المبنى (منزلي، تجاري، صناعي).
- معدل الاستهلاك للمبنى.

1.4.3 الدراسة والتصميم:

(1) تحديد موقع الربط على خط الصرف الصحي.



(2) تحديد نوع الوصلة، القطر، الطول يعتمد على ما يلي:

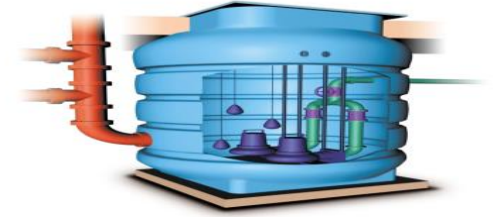
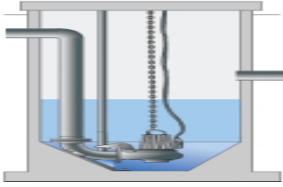
- نوع الاستعمال (منزلي، صناعي).
- كمية الصرف الصحي المتوقعة.
- المسافة ما بين مانهول التجميع ونقطة الربط على الخط الرئيسي.
- درجة الميل في الوصلة المنزلية.

(3) تصميم الوصلة:

يتم التصميم والتدقيق بعد ذلك مع الأخذ بعين الاعتبار ما يلي:

- (1) المسافة بدقة.
- (2) أي خدمات تحتية في الشارع.
- (3) العمق، والميل، ومستوى سطح الأرض.
- (4) نقطة مهمة يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار خلال عملية التصميم:
 - طوابق التسوية لا يتم ربطها مباشرة على الخط الرئيسي.
 - يتم ربط هذه الطوابق بواسطة مضخات غاطسة.

أنواع المضخات الغاطسة:



5.3 العدادات:

- جميع العدادات تكون تحت ملكية الشركة.
- أي شك في دقة العدّاد من قبل المشترك يتوجب عليه الإبلاغ عن ذلك فوراً.
- أي فحوصات تتعلق بدقة العدّاد يجب إجراؤها مجاناً.
- يتوجب على الشركة تأمين جهاز فعال ودقيق لفحص العدّادات وإصلاحها.
- إذا تعدت نسبة الخطأ $(\pm) 5\%$ فيعتبر العدّاد في هذه الحالة غير صالح.
- في حال التأكد من دقة العدّاد بعد فحصه فإن ذلك يكون الدليل القاطع والمعتمد لكمية الاستهلاك.
- كمية الاستهلاك تعتمد على قراءة العدّاد الدقيق ويتم الاحتساب بالتعرفة المعتمدة.
- الزبائن الذين ينوون إخلاء المنزل، يجب عليهم إلغاء الإشتراك أو تحويله إلى المستفيد الجديد.
- على المشترك أن يقوم بصيانة كل ما يتعلق بالشبكة الداخلية بعد العدّاد وبدون تواطؤ.
- استبدال العداد المعطل يكون على حساب الشركة.
- تركيب جميع العدادات يجب أن يتم حسب مواصفات الشركة.

5.3.1 أنواع عدادات المياه:

1. عدادات المياه الميكانيكية:

أ) عدادات السرعة:

- قليل الدقة، خاصة بالتدفقات المتدنية.
- يعد الهواء.
- مناسب للمياه التي تحتوي على الرمل والترسبات.
- سهولة الصيانة.



ب) عدادات حجمية:

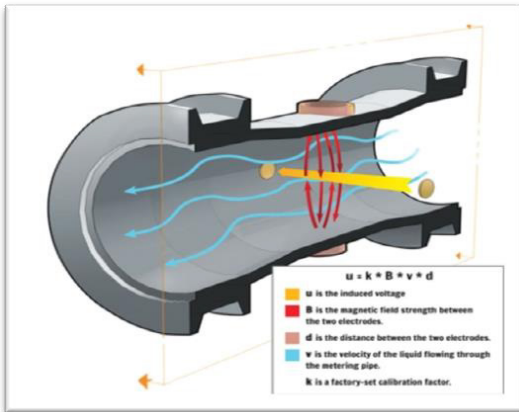
- دقة عالية.
- غير مناسب للمياه التي تحتوي على الترسبات.
- يعد الهواء.



2. عدادات المياه الالكترونية:

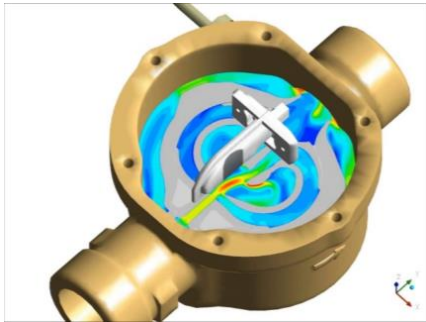
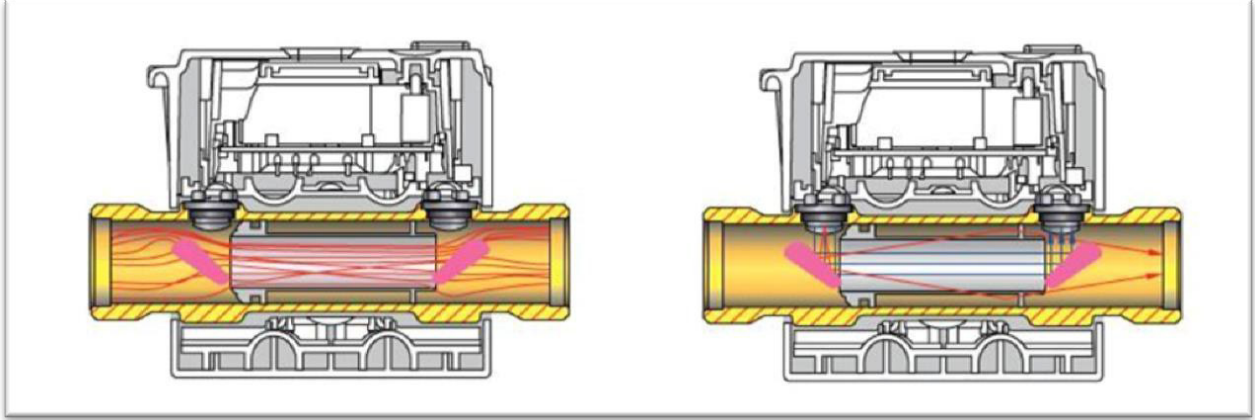
أ) الكترومغناطيسية:

- دقة عالية و يقيس التدفقات المتدنية.
- مناسب للمياه التي تحتوي على الترسبات.
- لا يعد الهواء.
- لا يحتاج إلى خبرة كبيرة للتعامل به.
- باهظ الثمن بالمقارنة مع العدادات الميكانيكية.
- غير مجرب منذ مدة طويلة.



ب) ألتراسونيك:

- دقة عالية و يقيس التدفقات المتدنية.
- مناسب للمياه التي تحتوي على الترسبات.
- لا يعد الهواء.
- لا يحتاج إلى خبرة كبيرة للتعامل به.
- باهظ الثمن بالمقارنة مع العدادات الميكانيكية.
- مجرّب في كثير من الدول منذ مدة طويلة.



ج) عدّاد تذبذب السوائل (Fluid Oscillation):

- غير دقيق خاصة في التدفقات المتدنية.
- لا يعد الهواء.

5.3.2 مكان تركيب العدّاد:

يجب تركيب العدّاد إما على الرصيف بالقرب من مدخل العقار أو بمسافة لا تتعدى متر واحد داخل حدود العقار ومحاذية من أحد مداخله.

5.3.3 صيانة العدادات:

1. على الشركة القيام بصيانة جميع العدادات ومعايرتها قبل وبعد التركيب.
2. في حال عدم إمكانية الصيانة أو الإصلاح، فمن واجب الشركة القيام باستبدال العداد بعداد جديد أو مستصلح.
3. في حال تعطل أو تحطم العداد بسبب المشترك، فإنه يتحمل كافة المسؤولية القانونية والمالية.
4. إذا تمّ التلاعب بالعداد أو فكّه من مكانه، فإنه يحق للشركة في هذه الحالة أن تقدر كميات المياه المفقودة أو المستهلكة ومطالبة المشترك فيها، بالإضافة إلى الغرامات المترتبة على ذلك وحسب التعليمات المتبعة.
5. على المشترك عدم الممانعة بالكشف على العداد في أي وقت وعدم الممانعة على استبداله إذا اقتضت الضرورة ذلك.

5.3.4 العدادات الذكية:

1. يتم قراءتها بواسطة جهاز عن بعد.
2. بعض الأنواع يتم قراءتها في المركز من خلال شبكات الاتصال المختلفة.
3. تعتبر ذات كلفة استثمارية عالية وبالتالي يجب اجراء دراسة جدوى دقيقة قبل اتخاذ القرار باعتمادها.
4. تتميز بتوفير الوقت والجهد اللازم للقراءة.
5. تعزز تحكم المؤسسة بعداداتها من خلال ميزة الاشعارات والانذارات الصادرة من العداد (مثل اشعار تلاعب، تسرب، البطارية...الخ).

وحدة التحكّم/ خدمات الزبائن

الوضع الحالي:

- عدم متابعة وتدقيق وتحكم ادارة خدمات الزبائن/ المركز لكافة عمليات خدمات الزبائن في وحدات التشغيل الفرعية.
- عدم وصول نسب الفوترة والتحصيل للاهداف المرجوه.
- عدم متابعة العاملين في عمليات الفوترة والتحصيل من خلال المركز.
- عدم وجود آلية عمل موحدة وواضحة لكافة وحدات التشغيل.
- عدم متابعة تحصيلات الدوائر الحكومية.
- عدم متابعة الاستعمالات غير المشروعة وعدم الحجب حسب الاصول.
- عدم وجود آلية عمل موحدة لكافة الاعتراضات المقدمة من الزبائن بكافة انواعها.
- عدم التقيد بزمان الاستجابة (RT) سواء بالكشف على الاعتراض او اعادة الخدمة.
- عدم التقيد بفترة زمنية محددة لتنفيذ اشتراكات المياه والصرف الصحي.
- عدم وجود آلية عمل موحدة للتعامل مع فصل الخدمة وبرنامج محدد لتحويل المعاملات لمهام الشركة.



الوضع المقترح:

1. متابعة جميع النشاطات في كافة وحدات التشغيل الفرعية.
2. توجيه وحدات التشغيل الفرعية للتركيز على نقاط الضعف، وذلك بالتزامن مع تطبيق نظام خدمات الزبائن (X7).
3. توحيد آليات العمل لكافة النشاطات المختلفة في جميع وحدات التشغيل الفرعية.
4. مراجعة كافة السياسات والتعليمات والاجراءات المتعلقة بخدمات الزبائن لتتواءم مع اساليب التفكير والعمل في الشركات الخاصة.

خطوات العمل:

لغاية تحقيق الأهداف أعلاه يتم اتباع الخطوات التالية:

1. توجيه العاملين للعمل بعقلية القطاع الخاص من حيث وجود اهداف وزمن للاستجابة ومتابعة ومحاسبة المقصرين في وحدات التشغيل.
2. متابعة تنفيذ الاشتراكات الجديدة خلال الفترة الزمنية المحددة.
3. متابعة الاعتراضات المقدمة وتحديد فترة زمنية لانهاء الاعتراض.
4. متابعة الاستعمالات غير المشروعة ووضع خطط للكشف الدوري والفجائي.
5. متابعة الاشتراكات الواجب تحويلها لمحامي الشركة وخطوات العمل لدى المحاكم.
6. مراجعة جميع التعليمات والاجراءات والسياسات المتعلقة بخدمات الزبائن لتتواءم مع العمل في شركة خاصة.



مدير إدارة خدمات الزبائن:

واجبات مدير خدمات الزبائن بالإضافة إلى مهامه الحالية:

1. الإشراف على تحويل أهداف غرفة التحكم الى نشاطات قابلة للتحقيق والقياس.
2. تحديد ومتابعة مؤشرات قياس الأداء المرتبطة بغرفة التحكم.
3. التوجيه والإشراف على إعداد الخطط التنفيذية الزمنية للأهداف بما في ذلك العقوبات المتوقعة وكيفية معالجتها والخطط البديلة لتحقيق تلك الأهداف.
4. التأكد باستمرار جودة العمل لجميع النشاطات المتعلقة بوحدة التحكم ووحدات التشغيل الفرعية.
5. التركيز على نقاط الضعف وإعطاء التعليمات اللازمة لتصويب الأوضاع.
6. التوجيه على تناغم الأعمال بين المشرفين في وحدة التحكم.



مدير وحدة التحكم:

واجبات مدير وحدة التحكم:

1. متابعة مؤشرات قياس الأداء المرتبطة بوحدة التحكم.
2. الإشراف على إعداد الخطط التنفيذية الزمنية للأهداف بما في ذلك العقوبات المتوقعة وكيفية معالجتها.
3. التأكد من جودة العمل باستمرار لجميع النشاطات المتعلقة بوحدة التحكم ووحدات التشغيل الفرعية.
4. التركيز على نقاط الضعف وإعطاء التعليمات اللازمة لتصويب الأوضاع.
5. الإشراف على تناغم الأعمال بين المشرفين في وحدة التحكم.



مساعد إداري:

واجبات مساعد إداري:

1. تطبيق كافة سياسات وأنظمة وإجراءات وخطط العمل الخاصة بالإدارة.
2. القيام بالرد على المكالمات الواردة لمكتب المدير.
3. إستلام البريد الصادر والوارد لمكتب المدير وتوزيعه لجهات الإختصاص.
4. طباعة وتنسيق جميع التقارير والكتب الرسمية الموجهة.
5. أرشفة نسخة من المراسلات الصادرة الخاصة بالإدارة قبل إرسالها إلى وجهتها.
6. حفظ الوثائق والسجلات والتقارير والمحفوظة عليها.
7. الالتزام بالقوانين والأنظمة والتعليمات النافذة، والالتزام بقواعد وأساليب العمل المعتمدة في الشركة.

مشرف الفوترة:

واجبات مشرف الفوترة:

1. وضع خطط العمل الخاصة بتنفيذ استراتيجية وحدة التحكم بناءً على الأهداف.
2. مراجعة وإقرار الأهداف والنشاطات الدورية والخطط التنفيذية الزمنية الموضوعة من وحدات التشغيل والمنبثقة من الأهداف العامة للشركة.
3. الإشراف المستمر على أعمال وحدات التشغيل بما يضمن العمل بآلية موحدة ومهنية.
4. مراجعة التقارير اليومية والشهرية بالأعمال المنجزة لوحدات التشغيل.
5. الإلتزام بالقوانين والأنظمة والتعليمات النافذة، والإلتزام بقواعد وأساليب العمل المعتمدة في الشركة.



مشرف التحصيل:

واجبات مشرف التحصيل:

1. وضع خطط العمل الخاصة بتنفيذ استراتيجية وحدة التحكم بناءً على الأهداف.
2. مراجعة وإقرار الأهداف والنشاطات الدورية والخطط التنفيذية الزمنية الموضوعة من وحدات التشغيل والمنبثقة من الأهداف العامة للشركة.
3. الإشراف المستمر على أعمال وحدات التشغيل بما يضمن العمل بآلية موحدة ومهنية.
4. مراجعة التقارير اليومية والشهرية بالأعمال المنجزة لوحدات التشغيل.
5. الإلتزام بالقوانين والأنظمة والتعليمات النافذة، والإلتزام بقواعد وأساليب العمل المعتمدة في الشركة.



مشرف توصيلات المياه والصرف الصحي:

واجبات مشرف توصيلات المياه والصرف الصحي:

1. وضع خطط العمل الخاصة بتنفيذ استراتيجية وحدة التحكم بناءً على الأهداف.
2. مراجعة وإقرار الأهداف والنشاطات الدورية والخطط التنفيذية الزمنية الموضوعة من وحدات التشغيل والمنبثقة من الأهداف العامة للشركة.
3. لكافة العمليات ومتابعة الإلتزام بها (RT) الاتفاق على زمن الاستجابة.
4. الإشراف المستمر على أعمال وحدات التشغيل بما يضمن تقديم خدمة ذات جودة عالية.
5. مراجعة التقارير اليومية والشهرية بالأعمال المنجزة لوحدات التشغيل.
6. الإشراف على ربط معلومات الزبائن على نظام (X7) مع نظام المعلومات الجغرافية (GIS).
7. الإلتزام بالقوانين والأنظمة والتعليمات النافذة، والإلتزام بقواعد وأساليب العمل المعتمدة في الشركة.



مشرف العدادات:

واجبات مشرف العدادات:

1. وضع خطط العمل الخاصة بتنفيذ استراتيجية وحدة التحكم بناءً على الأهداف.
2. مراجعة وإقرار الأهداف والنشاطات الدورية والخطط التنفيذية الزمنية الموضوعة من وحدات التشغيل والمنبثقة من الأهداف العامة للشركة.
3. وضع برنامج وخطة عمل لاستبدال عدادات المياه المعطلة.
4. الإشراف المستمر على أعمال وحدات التشغيل بما يضمن العمل بآلية موحدة ومهنية.
5. مراجعة التقارير اليومية والشهرية بالأعمال المنجزة لوحدات التشغيل.
6. الإلتزام بالقوانين والأنظمة والتعليمات النافذة، والإلتزام بقواعد وأساليب العمل المعتمدة في الشركة.



مشرف التفيتش (الاستعمالات غير المشروعة):

واجبات مشرف التفيتش (الاستعمالات غير المشروعة):

1. وضع خطط العمل الخاصة بتنفيذ استراتيجية وحدة التحكم بناءً على الأهداف.
2. مراجعة وإقرار الأهداف والنشاطات الدورية والخطط التنفيذية الزمنية الموضوعة من وحدات التشغيل والمنبثقة من الأهداف العامة للشركة.
3. متابعة الاستعمالات غير المشروعة ووضع خطط للكشف الدوري والفجائي.
4. الإشراف المستمر على أعمال وحدات التشغيل بما يضمن العمل بآلية موحدة ومهنية.
5. مراجعة التقارير اليومية والشهرية بالأعمال المنجزة لوحدات التشغيل.
6. الإلتزام بالقوانين والأنظمة والتعليمات النافذة، والإلتزام بقواعد وأساليب العمل المعتمدة في الشركة.



مشرف الإعتراضات:

واجبات مشرف الإعتراضات:

1. وضع خطط العمل الخاصة بتنفيذ استراتيجية وحدة التحكم بناءً على الأهداف.

2. مراجعة وإقرار الأهداف والنشاطات الدورية والخطط التنفيذية الزمنية الموضوعة من وحدات التشغيل والمنبثقة من الأهداف العامة للشركة.



3. متابعة الاعتراضات المقدمة وتحديد فترة زمنية لانتهاء الاعتراض.

4. الإشراف المستمر على أعمال وحدات التشغيل بما يضمن العمل بآلية موحدة ومهنية.

5. مراجعة التقارير اليومية والشهرية بالأعمال المنجزة لوحدة التشغيل.

6. الإلتزام بالقوانين والأنظمة والتعليمات النافذة، والإلتزام بقواعد وأساليب العمل المعتمدة في الشركة.

مشرف قانوني:

واجبات مشرف قانوني:

1. وضع خطط العمل الخاصة بتنفيذ استراتيجية وحدة التحكم بناءً على الأهداف.

2. مراجعة وإقرار الأهداف والنشاطات الدورية والخطط التنفيذية الزمنية الموضوعة من وحدات التشغيل والمنبثقة من الأهداف العامة للشركة.



3. متابعة الاشتراكات الواجب تحويلها لمحامي الشركة وخطوات العمل لدى المحاكم.

4. الإشراف المستمر على أعمال وحدات التشغيل بما يضمن العمل بآلية موحدة ومهنية.

5. مراجعة التقارير اليومية والشهرية بالأعمال المنجزة لوحدة التشغيل.

6. الإلتزام بالقوانين والأنظمة والتعليمات النافذة، والإلتزام بقواعد وأساليب العمل المعتمدة في الشركة.

مشرف نظام خدمة الزبائن:

واجبات مشرف نظام خدمة الزبائن:

1. وضع خطط العمل الخاصة بتنفيذ استراتيجية وحدة التحكم بناءً على الأهداف.
2. مراجعة وإقرار الأهداف والنشاطات الدورية والخطط التنفيذية الزمنية الموضوعة من وحدات التشغيل المنبثقة من الأهداف العامة للشركة.
3. التأكد من وصول كافة العاملين على النظام لمستوى المهارة المطلوب من خلال توفير تدريب ودعم فني مناسب.
4. التأكد من سلامة إدخال البيانات الى النظام بشكل دقيق وفي وقتها.
5. المتابعة مع مديرية تكنولوجيا المعلومات لضمان تشغيل البنية التحتية الحاسوبية بما يخدم التشغيل السليم لنظام خدمة الزبائن.
6. تصميم واستخراج التقارير المطلوبة من قبل المعنيين بما يخدم دقة وديمومة تداول المعلومات المتعلقة بأعمال خدمة الزبائن.
7. القيام بأعمال إدارة النظام بالطريقة المتوائمة مع متطلبات الجهة المبرمجة وبالتنسيق مع مديرية تكنولوجيا المعلومات.
8. العمل مع الفروع المختلفة ومع الإدارة المركزية لوضع المعايير وبرمجتها في النظام ومراجعتها بشكل دوري.

مشرف الإتصال والمسح الميداني:

واجبات مشرف الإتصال والمسح الميداني:

1. وضع خطط العمل الخاصة بتنفيذ استراتيجية وحدة التحكم بناءً على الأهداف
2. مراجعة وإقرار الأهداف والنشاطات الدورية والخطط التنفيذية الزمنية الموضوعة من وحدات التشغيل المنبثقة من الأهداف العامة للشركة
3. التنسيق مع إدارة الوحدة لوضع إجراءات داخلية تضمن متابعة يومية للتطورات وسير عملية جمع وتحليل بيانات المشتركين المطلوبة بشكل دقيق وسلس وبشكل يضمن أن يتم هذا العمل ضمن روتين الأعمال اليومية لمراكز الشركة.
4. تصميم أدوات المسوحات الميدانية والدراسات الكمية والنوعية المتعلقة بجمع معلومات عن خصائص الزبائن ومستوى معرفتهم بقضايا محددة.

5. الإشراف على تنفيذ دراسات كمية ونوعية في المجتمعات المستهدفة من خلال الممثلين المسّيّين في مراكز الشركة في تلك المجتمعات المستهدفة.
6. الإشراف على تصميم البرامج المتعلقة برفع مستوى معرفة الزبائن حول قضايا تهم قطاع المياه والتعامل مع المياه كثروة وطنية ومتابعة تنفيذها وتقييم نتائجها.
7. الإشراف على تصميم البرامج المتعلقة بتعديل سلوكيات الزبائن المتعلقة بالتعامل مع مصادر المياه ضمن منطقة خدمة الشركة وداخل منازلهم والتفاعل الإيجابي مع إرشادات الشركة ومتابعة تنفيذها وتقييم نتائجها.
8. التنسيق مع الموارد البشرية وغيرها لوضع برنامج تدريبي فعال لموظفي الوحدة.
9. التنسيق مع مديرية الإعلام والتوعية لنشر البرامج التي يتم تصميمها.
10. التواصل مع الإدارة والمديريات المختلفة للتنسيق والتشاور والحصول على المعلومات وعرض نتائج الدراسات والبرامج التي يتم تنفيذها.
11. متابعة فرص التطوير المهني، بما في ذلك التدريب الداخلي والخارجي وتقاسم المعلومات المكتسبة مع زملاء العمل.

دورة تمهيدية في تقييم التنمية:

نظرة شاملة حول الإدارة المبنية على النتائج



يقال:

«إن لم تكن تعرف إلى أين أنت متجه
فأي طريق سيأخذك إلى هناك»

لماذا الإدارة المبنية على النتائج؟

من المفترض بالإدارة المبنية على النتائج Result Based Management تجنب هذه الضبابية في تحديد الاتجاهات وعدم وضوح الأهداف والنتائج من خلال تحديد الطريق ووجهة الوصول النهائية ونقاط التوقف عبر الطريق، ومتابعة الإنجاز على الخارطة واتخاذ الإجراءات التصحيحية اللازمة لتحقيق الأهداف المرجوة.

فالمؤسسات وملتقو الخدمة يبحثون عن:

- مستوى خدمات أفضل
- تسخير وإستغلال أفضل للموارد
- تطوير في البنى التحتية والخدمات
- عمليات أكثر كفاءة وفعالية

- الموارد تتضاءل ويزداد الطلب على نتائج بجودة أعلى، لذلك هناك حاجة متزايدة لإثبات نتائج التدخلات الإنمائية في مختلف القطاعات وعلى جميع المستويات
- زيادة الحاجة لتحسين كفاءة النتائج والمساءلة عن تحقيقها
- لم يعد اهتمام أصحاب المصلحة ينصب على الأنشطة والمخرجات، بل هم الآن أكثر اهتماماً بالنتائج الفعلية.

ما هي الإدارة المبنية على النتائج:

- قد يختلف تعريف «الإدارة المبنية على النتائج» «Result Based Management» باختلاف الأشخاص والمنظمات التي تتعامل مع هذا المفهوم.
- ويمكن تعريف «الإدارة المبنية على النتائج» بأنها إستراتيجية إدارية تشاركية تضمن أن تُسهم موارد وعمليات ومنتجات أو خدمات مشروع أو برنامج في تحقيق نتائج محددة كما تُسهم في تحسين الأداء ونوعية المخرجات من خلال استخدام النماذج المنطقية ودمج الدروس المستفادة في اتخاذ القرارات.

الأسئلة الرئيسية للإدارة المبنية على النتائج:

- هل حققت السياسات والبرامج والمشاريع النتائج المرجوة منها؟
- كيف نعرف أننا نسير على الطريق الصحيح؟ كيف لنا أن نعرف ما إذا كان هناك مشاكل على طول الطريق؟
- كيف يمكننا تصحيح السياسات والبرامج والمشاريع في أي لحظة معينة من الزمن؟ كيف يمكننا قياس التقدم؟
- كيف يمكننا أن نميز النجاح من الفشل؟

ما المقصود بالنتيجة وسلسلة النتائج:

النتيجة Result هي: تغيير قابل للوصف أو القياس، ناتج عن علاقة مبنية على السبب والنتيجة (العلاقة السببية).
إذا حدث (س) سيحدث (ص)

النتيجة ممكن أن تكون عن قصد أو عن غير قصد وممكن أن تكون نتيجة إيجابية أو سلبية

سلسلة النتائج هي: التسلسل السببي المنطقي للتغييرات والتدخلات المتسلسلة اللازمة لتحقيق الأهداف المرجوة، وتبدأ بالمداخلات اللازمة لتنفيذ الأنشطة للحصول على المخرجات التي ستقودنا إلى نتائج (الحصائل) والأثر.

سلسلة النتائج:

مستويات النتائج :

1. مدخلات (Inputs).
2. أنشطة (Activities).
3. مخرجات (Outputs): المنتجات والخدمات التي خرجت من الأنشطة والإجراءات التي تم تنفيذها ضمن تدخل معين.
4. نتائج قصيرة أو متوسطة المدى (Outcomes): أثر قصير أو متوسط المدى ينتج عن مخرجات تدخل معين، وهذه النتائج تمثل تغير في الظروف التنموية يحدث بعد الانتهاء من المخرجات وقبل الحصول على الأثر.
5. أثر (Impact): تغيير إيجابي أو سلبي بعيد المدى على المجتمع المستهدف في التدخل التنموي، بشكل مباشر أو غير مباشر، مُتعمد أو غير مُتعمد، هذا التغيير ممكن أن يكون اجتماعي، اقتصادي، بيئي أو تكنولوجي...إلخ.

العلاقة المنطقية في سلسلة النتائج:

مدخلات:

- مدربون.
- مشاركون.
- مادة تدريبية.
- قاعات التدريب.

أنشطة:

- عقد الدورات التدريبية

مخرجات:

- عدد المتدربين الذين التحقوا في دورات تعليم الراشدين

نتائج قصيرة المدى:

- راشدون قادرون على القراءة والكتابة

نتائج متوسطة المدى:

- راشدون مؤهلون للحصول على فرصة عمل مناسبة

أثر:

- مستوى حياة افضل للفرد

أهمية قياس النتائج (الحصائل):

إذا لم نقس النتائج، لا يمكن التمييز بين النجاح والفشل.

إذا لم نستطع رؤية النجاح، لا نستطيع مكافأته.

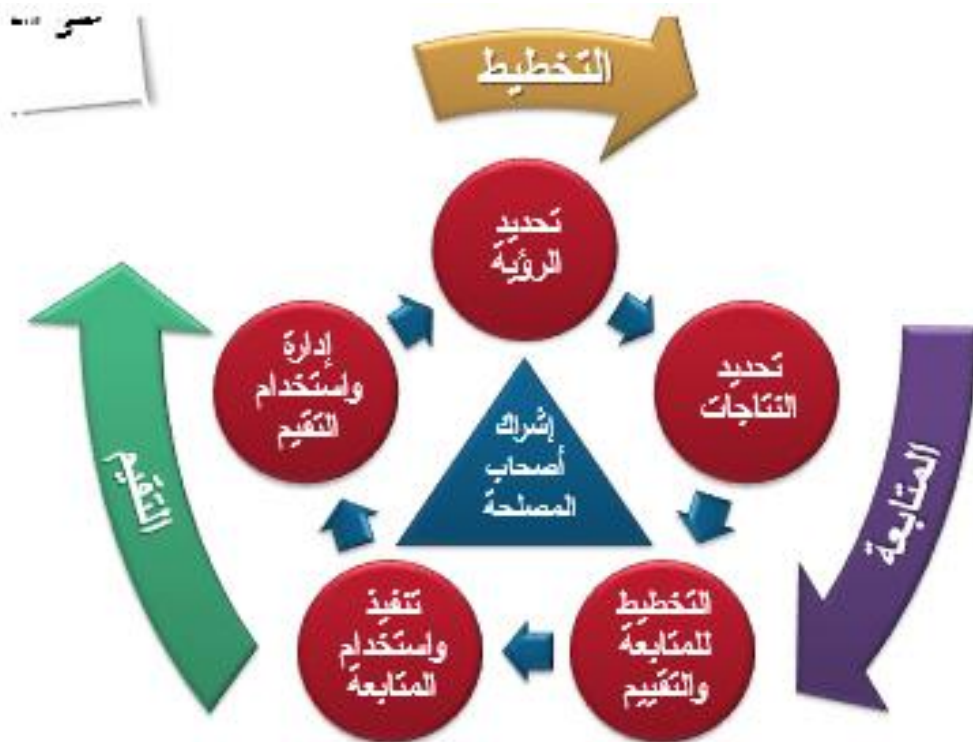
إذا لم نكافئ النجاح، فمن المحتمل أننا نكافئ الفشل.

إذا لم نكن نرى النجاح، لا نستطيع التعلم منه.

إذا لم نكن نميز الفشل، لا نستطيع تصحيحه.

إذا كنا نستطيع اثبات النتائج بالأدلة، يمكننا ضمان دعم ومساندة الرأي العام.

دورة حياة الإدارة المبنية على النتائج:



كيف نبدأ مراحل الإدارة المبينة على النتائج؟



1. صياغة الأهداف والنتائج المتوقعة:

2. النتائج توضح ما هو متوقع من الإجراءات: "اعرف إلى أين أنت ذاهب قبل التحرك"

3. يجب أن تكون واضحة، منطقية وقابلة للقياس...مثلاً:

"شباب مؤهلين قادرين على إيجاد فرص عمل تناسبهم"

"تحقيق السلام في العالم"





تمرين (1) تطوير سلسلة نتائج :

ضمن مجموعات الرجاء تحديد مثال على سلسلة نتائج للوصول الى الهدف التالي:

إدارة خدمات زبائن ذات كفاءة عالية.

ضمن مجموعات الرجاء تحديد مثال على سلسلة نتائج للوصول الى الهدف التالي:

مدخلات:	1. 2. 3.
انشطة:	1. 2. 3.
مخرجات:	1. 2. 3.
نتائج:	1. 2. 3.
أثر:	إدارة خدمات زبائن ذات كفاءة عالية

1. صياغة الأهداف والنتائج المتوقعة.

لكل نتاج تحتاج لعدد كاف من المؤشرات يضمن قياس مدى تحقق النتاج

المؤشر هو: العلاقة الدالة على تحقيق الأهداف أو الأنشطة.
يساعد المؤشر على التعرف على مدى التقدم وقياس التغير الذي حدث.

2. تحديد المقاييس والمؤشرات.

المؤشرات عبارة عن متغيرات كمية أو نوعية تساعد على قياس التغير الحاصل نتيجة للأنشطة والتداخلات المختلفة مقارنة بما خطط له في الأصل.

يمكن أن يحصل تداخل بين النوعين فبعض البيانات الإحصائية قد يكون لها معنى نوعي.

أمثلة على مؤشرات قياس الأداء:

- نسبة الفاقد من المياه
- معدل استرداد التكاليف
- عدد الجبة الذين تم تدريبهم
- معدل رضى المستفيدين
- معدل الوقت اللازم لتقديم الخدمة



خصائص مؤشرات الأداء:

- Smart
- Specific
- Measurable
- Achievable
- Realistic
- Time-related

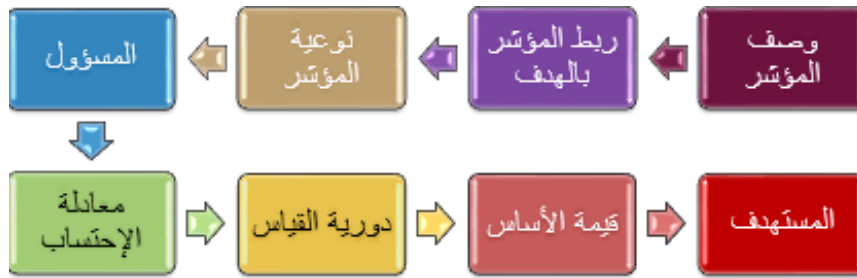
3. تحديد القيم المستهدفة:

مستوى الأداء الذي نطمح في الوصول إليه خلال فترة زمنية محددة، والتي سيتم استخدامها للحكم على الأداء.

كُن منطقياً في تحديد القيم المستهدفة:

- انظر إلى قيمة الأساس للمؤشرات لتعرف الوضع الحالي.
- انظر إلى الظروف المحيطة (اقتصادية واجتماعية وسياسية).
- الموارد المتاحة.

معلومات أساسية عند تطوير المؤشرات:



4. متابعة المؤشرات:

طور نظام متابعة مُحكم لجمع المؤشرات بشكل دوري حول النتائج التي تم تحقيقها.

لمتابعة المؤشرات ← طور مصفوفة النتائج

- يمكن النظر لمصفوفة النتائج على أنها أداة إدارة إستراتيجية تستخدم للتخطيط والمتابعة والتقييم وإعداد التقارير فيما يتعلق بالنتائج.
- مصفوفة النتائج تحدد التوجهات الاستراتيجية والنتائج المتوقعة.

تحتوي مصفوفة النتائج على المعلومات التالية:

11	مصدر البيانات	تكرار جمع المؤشرات	طريقة الجمع /الحساب	قيم الأساس	المؤشرات	النتائج
						النتاج 1
						النتاج 1.1

تمرين (2) اقتراح مؤشرات وتطوير مصفوفة:

ضمن مجموعات الرجاء اقتراح مؤشرات أداء لكل مراحل النتائج للوصول الى الهدف السابق:



إدارة خدمات زبائن ذات كفاءة عالية.

ضمن مجموعات الرجاء اقتراح مؤشرات أداء لكل مراحل النتائج للوصول الى الهدف :

إدارة خدمات زبائن ذات كفاءة عالية:

النتائج	المؤشرات	قيم الأساس	طريقة الجمع / الحساب	تكرار جمع المؤشرات	مصدر البيانات	القيمة المستهدفة
إدارة خدمات زبائن ذات كفاءة عالية						
النتاج 1						
النتاج 2						
النتاج 1.1						

5. تحليل النتائج وإعداد التقارير:

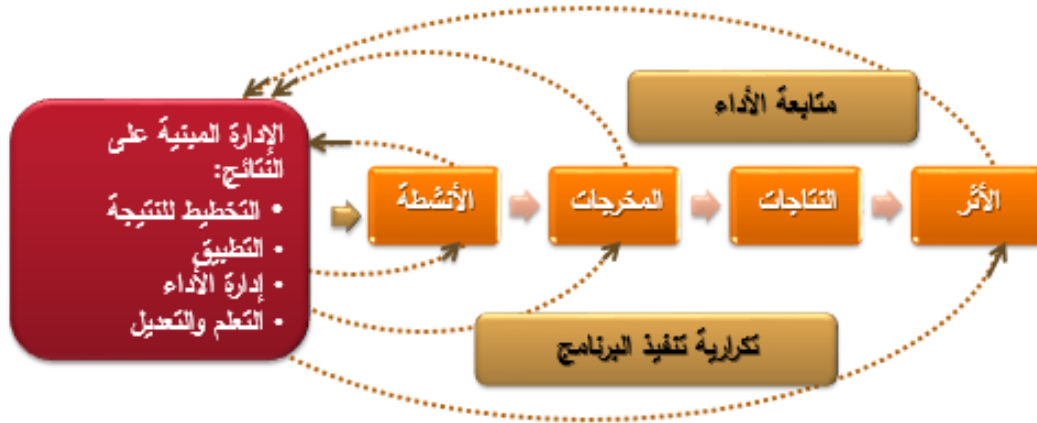
- مقارنة النتائج الفعلية التي تم تحقيقها بما تم التخطيط له في القيم المستهدفة أو أي معايير تم اعتمادها. إصدار تقارير دورية للإبلاغ عن الإنجاز الذي تم تحقيقه وأي عقبات أو تحديات مع التركيز على الدروس المستفادة.

6. التقييم:

إجراء التقييم للحصول على معلومات أعمق وأشمل حول أداء التدخل، بحيث تكون هذه المعلومات غير متوفرة في نظام المتابعة.

7. الاستفادة من معلومات المتابعة ونتائج التقييم:

- استخدام المعلومات التي حصلنا عليها من المتابعة والتقييم لاتخاذ القرارات الصحيحة والتعلم من الدروس المستفادة ومشاركتها مع أصحاب العلاقة والشركاء.
- الاستخدام الفعال للمعلومات ينتج عنه تحسين للمنتجات والخدمات بالإضافة إلى تعديل السياسات والإجراءات.



الإتصال المؤسسي والقيادة:

ما هو الإتصال المؤسسي؟

هو انتقال المعلومة بين فريق العمل في المؤسسة أو في أقسام من هذه المؤسسة.

الهدف:

التعرف على الممارسات الفضلى في الإتصال المؤسسي ليصار إلى استخدامها في أثناء التقدم بالتقارير التي توضح اجراءات ونوعية الأداء. كذلك خلال التعامل مع مراكز الشركة لاتمام العمل المطلوب.

من هم الشركاء؟ Company's Stakeholders

- الزبائن
- أعضاء مجلس الإدارة
- الداعمون والممولون
- الموظفون

وحدة التحكم بخدمات الزبائن ومساهمتها في تطبيق أهداف وقيم الشركة:

القيم هي مجموعة المبادئ التي تحكم أداء الشركة (Principles that guide an organization's actions)

القيم المؤسسية:

مثال على القيم المؤسسية في تسكو:

- الاهتمام بالزبون (الزبون، عائلته، أصدقائه)
- الاهتمام بالنتائج
- توفير مكان عمل جيد
- تحقيق العدالة والمساواة
- أخذ المخاطر المدروسة



شركة مياه اليرموك: أهدافها وقيّمها

- تقديم الخدمات المثلى في قطاع المياه والصرف الصحي بكفاءة عالية
- تقليل الفاقد المائي
- تحسين الأداء المالي بزيادة الإيرادات وتخفيض النفقات
- بناء القدرات الفنية والإدارية للكادر
- مواجهة مشكلة شح المياه لتلبية متطلبات النمو الطبيعي والقسري وبشكل يؤدي الى بناء الثقة بين الشركة ومتلقي الخدمة.

نجد أن الفرق بين القيم المؤسسية للشركات الخدمية تختلف بشكل بسيط عن الشركات التجارية الربحية، حيث ان الشركات التجارية الربحية تعمل على مبدأ أن الزبون دائماً على حق بينما في الشركات الخدمة وتلك المتعلقة بادارة مرافق المياه والكهرباء وغيرها فإن قيم العدالة وتحقيق التوازن بين تطبيق الأنظمة والتعليمات وتحقيق رضا الزبون هي السائدة.

تمرين :

ما هي أوجه التشابه ما بين أهداف العمل الخاصة بوحدة التحكم بخدمات الزبائن والاهداف العامة لشركة مياه اليرموك؟



أنتم جزء من أهداف الشركة وقيّمها وممارساتها :

Staff are the company's interface with its customers; if customers are well looked after and are loyal, good financial results should follow.

نموذج الإتصال المؤسسي الفعال :



ليكون الاتصال فعال، لابد للرسالة أن تنتقل من المرسل إلى المستقبل النهائي وأن تكون مفهومة وقابلة لأن يتم أخذ قرار معين بناء عليها.



إستهداف الموظفين وبالتالي الزبائن Targeting Audience :

27% من مدراء مجموعة من الشركات يعتقدون أن الموظفين يعملون ضمن مجموعة من القيم المؤسسية التي تم توضيحها بشكل جيد لهم، وفقط 4% من الموظفين وافقوا على هذه المقولة

41% من مجموعة من مدراء شركات قالوا أن سياسة شركاتهم تأخذ بعين الاعتبار تقييم مدى تطبيق قيم الشركة وتفعيلها عندما تصف الانجاز الذي تم تحقيقه وليس فقط بناء على مقدار الربح المالي الذي تم تحقيقه و14% من الموظفين اعتقدوا أن هذا كلام صحيح.

COMMUNICATIONS MATRIX

Effective for Audience	Highly Effective Not Important	Highly Effective Highly Important
	Not that Effective Not that Important	Not that Effective Highly Important
		Important to Organization

إختيار منهجية الاتصال المناسبة:

الاتصال المؤسسي الفعال هو مفتاح النجاح

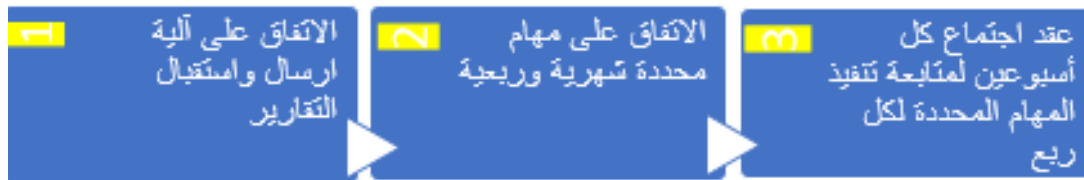
رسالة الشركة وقيمها وممارساتها لا يمكن أن تؤدي للوصول للانجاز المطلوب بما في ذلك إيجاد قواعد سلوكية للعمل وفهم لضوابط العمل ما بين الموظفين، الموظف والزبون، والشركة مع الشركاء من الداعمين إلا إذا تم مخاطبة الجميع ضمن هذه القواعد والضوابط.

نجد أن أهم المعايير التي تحكم منهجية اتخاذ القرارات المتعلقة بالاتصال مع الجمهور هي مقدار أهمية هذه القرارات للشركة وأثرها على المستخدم النهائي. لابد عند اتخاذ قرار يتعلق بعلاقة الشركة مع الزبون أن يتم التوجه للنشاطات التي تحقق أثرا ايجابيا ونضمن من خلالها تجاوبا فعالا من قبل الزبون وأن تكون ضمن أولويات الشركة.

أدوات رفع معدل تجاوب الموظفين مع كادر وحدة التحكم
المرحلة الأولى:



المرحلة الثانية:



قياس الأثر:

أولاً: تأكد من القيام بالخطوات التالية قبل الانتهاء من تصميم أية مهمة:



ثانياً: إعتد الجدول التالي للتخطيط للمهام ومتابعتها:

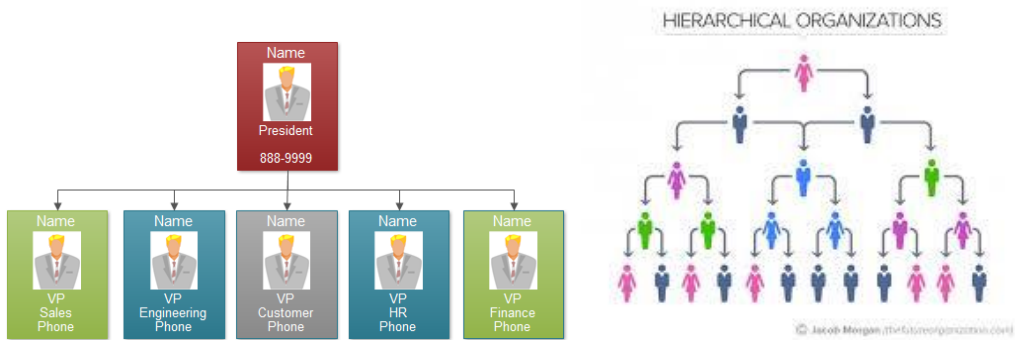
إحتياجات المجتمع	المهام	المخرجات من برامج وخدمات	النتائج المتوقعة وارتباطها مع مؤشرات الاداء	قياس الأثر إثباتات ارتباط المخرجات مع النتائج وتحقيقها
☐	☐	☐	☐	☐
☐ [Text]	☐ [Text]	☐	☐	☐
☐ [Text]	☐ [Text]	☐	☐	☐
☐ [Text]	☐ [Text]	☐	☐	☐

قياس الأثر – تمرين:

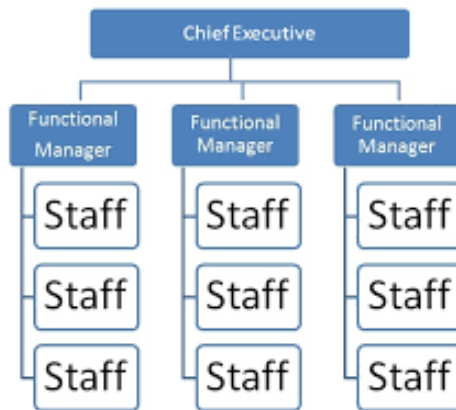
إختر واحدة من المهام البسيطة التي يمكن قياسها، وحاول تطبيقها ضمن جدول قياس الأثر



ثالثاً: إعتماا الية تسمح بتزويد التغذية الراجعة بشكل غير رسمي:



الهيكل التنظيمي العريض يسمح بسرعة وسهولة انتقال المعلومات وهذا ما يبرر شكل الهيكل التنظيمي الخاص بالوحدة وارتباطه مع مراكز الشركة.



قياس الأثر

إعتماد الية تسمح بتزويد التغذية الراجعة بشكل غير رسمي.

تمرين:

ضمن الهيكل التنظيمي لوحدة التحكم بخدمات الزبائن ما هي الأدوات التي يمكن استخدامها لضمان تزويد التغذية الراجعة بصورة فعالة.

يرجى الأخذ بعين الاعتبار ما يلي:

- لا بد من الاهتمام باعطاء وقت ليتم مناقشة أداء كل مركز من مراكز الشركة من قبل كافة أعضاء فريق غرفة التحكم وبشكل دوري
- هذا إلى جانب عمل كل عضو من أعضاء الفريق بشكل فردي مع كل مركز من مراكز الشركة.

الطلب على المياه:

يتم احتساب متوسط معدل الطلب على المياه لكل (DMAs) بعد تحديث حدود المنطقة وتحديد الطول الكلي لخطوط أنابيب المياه. لقد تم احتساب الطلب على المياه باستخدام نهج مماثل من "مدخلات نظام التصميم" المعتمدة في التصميم التفصيلي المقدم على النحو التالي:

مدخلات النظام (لتر/شخص/يوم)	فئات استخدام الزبائن والمياه المفقودة
85	استخدام المياه للأغراض المنزلية.
4.4	المياه للأغراض غير المنزلية المتوسطة والصغيرة.
كما هو متوفر من خلال "بيانات استخدام المياه لسنة 2008 كاملة".	المياه غير المنزلية اكبار المستهلكين.
8% من استخدام الزبائن.	الفاقد الإداري
باستخدام دليل تسرب الشبكات، 4 من الأنابيب الجديدة و 8 من الأنابيب القديمة، تم احتساب نسبة المياه المفقودة لتصل إلى 23.6% بشكل متقطع و 38.2% بشكل متواصل.	الفاقد الفيزيائي، المياه المفقودة

تم احتساب الطلب الكلي كما هو موجود في الجدول أعلاه الذي يعتمد على تقدير عدد السكان، واستهلاكات كبار المستهلكين ، بالإضافة إلى الفاقد الإداري.