



ضمن آرزوی قبولی طاعات و عبادات
حلول ماه مبارک رمضان را خدمت
یکایک همکاران ارجمند و معزز شاغل در
عرصه مقدس بهداشت و سلامتی
تبریک و تهنیت عرض می‌نمایم.

✓ تصویری که کارمندان شما از خود ارائه می‌دهند چیست؟ وظیفه روابط عمومی سازمان کدام است؟

هنگامی که شخصی با شرکت/سازمان شما تماس می‌گیرد، آیا با وی مؤدبانه و با دقت و شایستگی صحبت می‌شود؟ یا این که وی را پشت خط منتظر گذاشته یا به یک قسمت نامربوط ارتباط می‌دهند تا چنین تصور کند که گویی کسی در شرکت تمایلی به شنیدن خواسته‌های او ندارد.

درباره کارمندانی که حضوراً با مشتریان روبرو می‌شوند چگونه؟ آیا آنها تبلیغ خوبی برای شرکت/سازمان شما هستند؟ آیا از لباسهای یک شکل و مرتب که به آسانی قابل شناسایی باشد، استفاده می‌کنند؟ آیا به ظاهر خود افتخار می‌کنند؟ ساختمان اداره شما چگونه است؟ آیا پارکینگ مناسب در اختیار مشتریان شما گذاشته شده است؟ برای مشتریان و تأمین کنندگان بالقوه چندان خوشایند نخواهد بود که برای ملاقات شما مجبور باشند خود را به آب و گل بزنند.

در مورد محصولات و خدمات شما چگونه؟ آیا موعدها را پیوسته رعایت می‌کنید؟ چند درصد از کالاها به علت معیوب بودن باز می‌گردد؟ چند تن از مشتریان شما مکرراً مراجعه می‌کنند؟

روابط عمومی ممکن است برداشتهای مثبت از شرکت را افزایش دهد، ولی نمی‌تواند کیفیت بد کالا یا خدمات غیر قابل اعتماد را جبران کند.

وقتی قادر به تحویل به موقع کالا نیستند، صرف هزینه برای تبلیغات بی‌فایده است. آیا بهتر نیست به جای ارائه خدمات تعمیراتی عالی، از همان ابتدا کار را درست انجام دهید؟ به این ترتیب دیگر لازم نیست جهت دوباره کاری یا تعویض کالاهای معیوب خود وقت و هزینه صرف کنید و شهرت و اعتبار شما نیز در نتیجه ارائه کالای معتبر به نحو غیرقابل تصویری بهبود می‌یابد.

* منبع: کتاب فن روابط عمومی در یک هفته (Public Relations)، صفحات ۲۱ الی ۲۲

* تألیف: کلر آستین، مترجم: مامک پور حسین زاده

* ناشر: انتشارات پساوولی

* شابک: ۹۶۴-۳۰۶-۲۴۰-۶

دفتر ریاست و روابط عمومی دانشکده علوم پزشکی قم

واحد آموزش مداوم و غیرمحدودی

کمیسیون تحول اداری دانشکده علوم پزشکی قم (کمپتا)

دیورفانه مرکزی طرح تکثیرم ارزانی، ۹۹۹