



Questionnaire1

پرسشنامه وان - مرجع پرسشنامه ایران

ردیف	گویهها	۱	۲	۳	۴	۵
۳۱	سیستم‌های اطلاعاتی کتابخانه به منظور ارائه اطلاعات جامع درباره همه جنبه‌های کاربران، به صورتی که ما قادر به پاسخگویی به آن‌ها باشیم، طراحی شده‌اند.					
۳۲	این کتابخانه قادر است جهت ارتباط بهتر با کاربران، وب سایت خود را مجهز به ابزارها و اطلاعات کمکی برای پاسخگویی به آنها کند					
۳۳	این کتابخانه بر مبنای دانش به وجود آمده است و درک صحیح و عمیقی از نیازهای کاربران کلیدی وجود دارد.					
۳۴	در این کتابخانه به طور نظام‌مند سابقه ارتباط با کاربر، با استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی نگهداری می‌شود و این امر باعث افزایش توانمندی‌ها در امر خدمت به کاربر گردیده است.					
۳۵	فناوری اطلاعات فرآیندهایی نظیر دسته‌بندی کاربران یا پیش بینی رفتار کاربر را تسهیل می‌کند.					

بخش دوم :

گویه‌های زیر به سنجش میزان آشنایی و ضرورت مدیریت ارتباط با مشتری و تأثیر عوامل مختلف بر آن در کتابخانه‌ها می‌پردازند. لطفاً میزان موافقت/ مخالفت خود را با هر گویه با استفاده از یک طیف پنج ارزشی از یک (خیلی زیاد) تا پنج (خیلی کم) بیان نمایید.

۱. خیلی کم ۲. کم ۳. متوسط ۴. زیاد ۵. خیلی زیاد

ردیف	گویهها	۱	۲	۳	۴	۵
۱	به نظرم استفاده از راهبرد مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه‌ها ضروری است.					
۲	به نظرم حرکت به سمت کتابخانه‌های هوشمند و کاربر محور با راهبرد مدیریت ارتباط با مشتری ضروری است.					
۳	به نظرم داشتن تعامل با کاربران از طریق سامانه‌های مدیریت ارتباط با مشتری ضروری است.					
۴	به نظرم استفاده از راهبرد مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه‌ها در کسب رضایت کاربران ضروری است.					
۵	به نظرم استفاده از راهبرد مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه‌ها در ایجاد ارتباط فرد به فرد با کاربران ضروری است.					
۶	به نظرم استفاده از راهبرد مدیریت ارتباط با مشتری در کتابخانه‌ها در کاهش هزینه‌های کتابخانه ضروری است.					
۷	به نظرم کارکنان این کتابخانه در برابر تغییرات مقاومت می‌کنند.					
۸	این کتابخانه با برخورداری از کارکنانی با مهارت‌های حرفه‌ای در زمینه ارتباط با کاربران و فناوری اطلاعات، آمادگی پذیرش مدیریت ارتباط با مشتری را دارد.					
۹	در این کتابخانه بین راهبرد مدیریت منابع انسانی و مدیریت ارتباط با مشتری همخوانی کمی وجود دارد.					
۱۰	این کتابخانه آمادگی پذیرش افکار و سامانه‌های جدیدی (نظیر مدیریت ارتباط با مشتری) را جهت موفقیت دارد.					
۱۱	حمایت مدیریت عالی کتابخانه برای تخصیص زمان و هزینه، جهت آموزش کارکنان وجود دارد.					

ردیف	گویه‌ها	۱	۲	۳	۴	۵
۱۲	مدیران این کتابخانه در پیاده سازی طرحی کاربرمداری خود را متعهد می‌دانند و مصمم هستند تا این نوع طرح‌ها را در کتابخانه اجرایی کنند.					
۱۳	مدیران این کتابخانه در برابر تغییرات از ما حمایت و ما را به استفاده از سامانه‌های جدید ترغیب می‌کنند.					
۱۴	فواید حاصل از استفاده از راهبرد مدیریت ارتباط با مشتری برای همکارانم کاملاً واضح و روشن است.					
۱۵	همکارانم مرا به استفاده از راهبرد مدیریت ارتباط با مشتری ترغیب می‌نمایند.					
۱۶	در این کتابخانه روحیه همکاری جهت حل مسائل کاری در بین کارکنان، همچنین مشارکت و کار گروهی دیده می‌شود.					
۱۷	کارکنانی که در ارتباط مستقیم با کاربران هستند در رهبری و مدیریت کاربران توانمند هستند.					
۱۸	توانایی رهبری و مدیریت کاربران به روشنی در شرح مشاغل، سیاست‌های استخدامی و در برنامه‌های آموزشی کارکنان این کتابخانه مشخص است.					
۱۹	در این کتابخانه فرایندهای مختلفی که در مدیریت ارتباط با مشتری وجود دارد (نظیر اطلاعات مشتری، رسیدگی به شکایات و ...) تعریف شده و آیین‌نامه‌هایی در زمینه اجرای آن تدوین شده است.					
۲۰	در این کتابخانه از طریق اندازه‌گیری و ارزیابی مستمر، شاخص کلیدی عملکرد فرصت‌های بهبود در فرایندهای مدیریت ارتباط با مشتری شناسایی شده و به طور مستمر ارتقا می‌یابد.					
۲۱	فرایندهای تعریف شده در این کتابخانه به صورت استاندارد درآمده و کاملاً اجرایی شده است.					
۲۲	در این کتابخانه تمامی واحدها برای رسیدن به اهداف کتابخانه به شیوه‌ای قابل اطمینان و تکرار پذیر مشارکت می‌کنند.					
۲۳	در این کتابخانه با استفاده از فناوری اطلاعات، مدیریت دانش تسهیل شده است.					
۲۴	در داخل کتابخانه شبکه‌ای برای ارتباط بین کاربران و کتابداران، ایجاد شده است.					
۲۵	در این کتابخانه فرایند تولید و مدیریت دانش تعریف شده است.					
۲۶	در این کتابخانه تمایل به پذیرش تغییرات سازمانی مجدد یا استخدام کادر جدید وجود دارد.					
۲۷	اغلب کارکنان از کاربرد فناوری‌ها در فعالیتهای جاری خود استقبال می‌کنند.					
۲۸	اغلب کارکنان از کاربرد نوآوری‌های جدید در فعالیتهای جاری خود استقبال می‌کنند.					
۲۹	در این کتابخانه مشوق‌ها و پاداش‌هایی برای ترغیب کارکنان به تبدیل دانش نامشهود خود به دانش مشهود در نظر گرفته شده است.					
۳۰	در این کتابخانه اطلاعات کاربران که از کانال‌های مختلف (مثل اطلاعات حاصل از تعاملات رو در رو، نامبر، پست، تلفن، پست الکترونیک، اطلاعات حاصل از وب سایت) حاصل شده است، به صورت یکپارچه و در یکجا ذخیره می‌شود.					
۳۱	به نظرم شناخت ناکافی از کتابخانه و محیط خارجی آن (یعنی دانشگاه)، یکی از عوامل شکست راهبرد مدیریت ارتباط با مشتری است.					