| چشم انداز | وجه ها | اهداف کلان | اهداف کمی | استراتژی ها | سنجه ها | شاخص ها | برنامه ها |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| شرکت ملی پست سکوی ملی کسب و کارهای الکترونیکی و اپراتور ملی خدمات جامع مالی کشور | وجه مالی | ارتقای توان اقتصادی و رشد بهره وری | ۱-رشد درآمد پستی به میزان ۸۰ درصد | ۱-درآمد زایی و استفاده حداکثری از امکانات موجود | ۱-درآمد عملیاتی | ۱-درآمد پست عادی | ۱-استفاده از ظرفیت بانک های اطلاعاتی پست ( مشاغل و غیره ) - احیاء و توسعه سرویس پست مستقیم و فروش لیبل آدرس |
| | | | | | | ۲-درآمد پست سفارشی | ۲-تقویت سرویس امانات پستی در اوزان و حجم های بالا |
| | | | | ۲-تبدیل دارایی های غیرمولد به دارایی های مولد | ۳-نسبت درآمد عملیاتی به هزینه | ۳-درآمد پست پیشتاز | ۳-احیاء و تقویت سرویس پس کرایه ( کرایه در مقصد) |
| | | | | | | ۴-درآمد پست ویژه | ۴-آموزش متصدیان در جهت ترغیب مشتریان و سوق دادن مرسولات به سمت سرویس های ارزش افزوده (پست ویژه) |
| | | | ۲-دستیابی به نقطه سر به سر | ۳-اقتصادی نمودن فعالیت های پستی | ۵-نسبت مطالبات به درآمد عملیاتی | ۵-درآمد پست الکترونیک | ۵-راه اندازی باجه کافی نت با استفاده از توان و ظرفیت بخش خصوصی ( در فاز اول نواحی پستی و سپس ادارات پست شهرستان ها ) |
| | | | | ۴-مدیریت هزینه ها | ۴-هزینه های جاری/ غیرجاری ( پرسنلی ، بازنشتگی ، قراردادی ) | ۶-درآمد فروش | ۶-اجاره فضاهای مازاد و بلااستفاده به بخش خصوصی |
| | وجه مشتری | ارتقای جایگاه و کسب سهم مناسب از اقتصاد دیجیتال | ۱-افزایش سهم ۰.۶۶ درصدی ترافیک تجارت الکترونیک استان نسبت به کشور | ۱-جذب فروشگاههای جدید و افزایش ترافیک صادره | ۱-سهم پست از کل اقتصاد دیجیتال | ۱-سهم خرده فروشی الکترونیکی پست از کل بازار خرده فروشی | ۱-توسعه مارکت پلیس ها با سرمایه گذاری بخش خصوصی |
| | | | | ۲-معرفی و ارائه سرویس های تجارت الکترونیک و API به فعالین تجاری در بخش های مختلف اقتصادی | | | |
| | | | | ۳-افزایش سهم خرده فروشی آنلاین جذب ترافیک تجارت الکترونیک | | | ۲-توسعه خدمات مرکز تماس برای تجارت الکترونیک |
| | | | | ۴-تسهیل در فرآیند اجرایی فروشگاهها | | | ۳-تاسیس و افتتاح مدرسه کسب و کار با استفاده از ظرفیت بخش خصوصی |
| | | | | ۵-توسعه مهارت های تجارت الکترونیک با هدف افزایش ترافیک | | | |
| | | | | ۶-ایجاد و توسعه سرویس انبارش ، بسته بندی ، پردازش و ارسال کالا (فول فیمنت) | | | ۴-ایجاد انبار هوشمند در مرکز مکانیزه |
| | | ارتقای کیفیت خدمات و فعالیت های پستی | ۲-کسب رتبه اول تا سوم در ارزیابی کیفیت در بین استانهای کشور | ۱-نظارت هوشمند بر فعالیت های پستی | ۲-کیفیت | ۱-سیرمرسولات | ۱-کاهش مدت زمان سیر قبول مرسوله تا توزیع بر مبنای SLA سرویس های پستی |
| | | | | ۲-آموزش و افزایش مهارت نیروی انسانی | | ۲-میزان انطباق کیفی داخله با نگاه فرآیندی | ۲-کاهش بی ترتیبی های پستی - کاهش حداکثری مرسولات نامنطبق - الکترونیکی نمودن فرآیندها |
| | | | | | | ۳-میزان انطباق کیفی داخله از نگاه مشتری | ۳-نظارت بر تخلیه ، آماده سازی و رهسپاری به موقع در اقصی نقاط استان و اولویت دادن در فرآیند توزیع این مرسولات (شش گانه- قراردادهای کلان) - رصد فرآیندهای مذکور بصورت هفتگی و مستمر در شورای کیفیت استان |
| | | | ۳-تحقق ۹۸ درصدی میزان رضایت مشتریان | ۳-پایش و بهبود مستمر فرآیندهای پستی | | ۴-میزان انطباق کیفی خارجی | ۴-رعایت دستورالعمل ها و بخشنامه های ابلاغی - مدیریت مدت زمان سیر مرسولات وارده به استان تا توزیع - تسویه حساب به موقع حقوق و عوارض گمرکی |
| | | | | ۴-الکترونیکی نمودن و هوشمندسازی فرآیندهای عملیات پستی | | ۵- میزان رضایت / شکایت مشتریان | ۵-محقق نمودن اهداف تعیین شده در سنجه های شکایت مشتریان (EOP) - غرامات پستی - رضایت مشتریان (NPS) - رعایت زمان توزیع بر مبنای پیامک (TDS) |
| | وجه فرآیندهای داخلی | افزایش خدمات ارزش افزوده و توسعه تجارت الکترونیک با رویکرد دانش بنیان و اشتغال آفرینی | ۱-افزایش سهم درآمدی خدمات نوین پستی به میزان حداقل۷ درصد کل درآمد خدمات پستی | ۱- جذب تیم ها و شرکت های استارتاپی فعال در صنعت تجارت الکترونیک و پست در مرکز نوآوری پست اصفهان با هدف ایجاد سرویس های نوین و توسعه سرویس های موجود | ۱-ترافیک خدمات پستی | ۱-ترافیک پست عادی | ۱-استفاده از ظرفیت بانک های اطلاعاتی پست ( مشاغل و غیره ) - احیاء و توسعه سرویس پست مستقیم و فروش لیبل آدرس |
| | | | | | | ۲-ترافیک پست سفارشی | ۲-تقویت سرویس امانات پستی در اوزان و حجم های بالا |
| | | | | | | ۳-ترافیک پست پیشتاز | ۳-احیاء و تقویت سرویس پس کرایه ( کرایه در مقصد) |
| | | | | | | ۴-ترافیک پست ویژه | ۴-آموزش متصدیان در جهت ترغیب مشتریان و سوق دادن مرسولات به سمت سرویس های ارزش افزوده (پست ویژه) |
| | | | | | | ۵-ترافیک خدمات الکترونیک | ۵-راه اندازی باجه کافی نت با استفاده از توان و ظرفیت بخش خصوصی ( در فاز اول نواحی پستی و سپس ادارات پست شهرستان ها ) |
| | | | | | | ۶-ترافیک فروش | ۶-اجاره فضاهای مازاد و بلااستفاده به بخش خصوصی |
| | | | | ۲-راه اندازی سرویس خدمات شهروندی و جمع آوری از مقر بر روی سامانه تلفنی ۴۱۴۰ | | ۷-کرایه در مقصد | ۷-احیاء و تقویت سرویس پس کرایه ( کرایه در مقصد) |
| | | | | | | ۸-تجارت الکترونیک | ۱-ایجاد سرویس نوین تسویه حساب تجارت الکترونیک با ظرفیت مرکز نوآوری |
| | | | | ۳-بهبود فرآیند های مرتبط با مشتریان در بخش مشتریان قراردادی و ارائه برنامه جهت تسریع در وصول مطالبات COD | ۲-سهم درآمد خدمات نوین پستی از کل درآمد | سهم درآمد خدمات نوین پستی از کل درآمد | |
| | | | | ۴-نیاز سنجی و پیاده سازی ارائه خدمات الکترونیک دستگاههای خدمت رسان بر روی پلاک های هوشمند | | | ۲-بازاریابی گسترده در جهت معرفی پلاک هوشمند |
| | | | | ۵-ارائه خدمات آموزشی به کسب و کارها با رویکرد افزایش ترافیک پستی در مدرسه کسب کار پست | ۳-درآمد قراردادی | ۱-درآمد قراردادی استانی | ۳-توسعه مدر سه کسب و کار پست و ارائه خدمات آموزشی به کسب و کارها |
| | | | | ۶-بازاریابی و افزایش سهم سرویس دایرکت میل(DM) | | | |
| | | | | ۷-ایجاد سرویس جدید سمپل مارکتینگ و معرفی به کسب و کارها (تولیدکنندگان) | | | |
| | | | | ۸-توسعه باجه های کافی نت با همکاری بخش خصوصی | | ۲-درآمد قراردادی سراسری | ۴-بازاریابی و معرفی سرویس های تبلیغاتی شرکت ملی پست از طریق مذاکره ، شبکه های اجتماعی و وب سایت وانعقاد قرارداد |
| | | | | ۹-استقرار سیستم تصمیم گیری مبتنی بر داده | | | |
| | وجه رشد و یادگیری | توسعه زیرساخت و خدمات پستی در راستای تحقق شبکه ملی اطلاعات و دولت الکترونیک و ارتقاء دانش کارکنان | ۱-افزایش سرانه آموزش به میزان۳۰ درصد( تحقق سرانه آموزشی به میزان ۸۰ ساعت به ازای هر نفر) | ۱-نوآوری و بکارگیری فن آوری های نوین در ارائه خدمات پستی | ۱-پیشنهادهای مصوب | سرانه پیشنهادهای مصوب به کل پرسنل | ۵-استفاده از ظرفیت مرکز نوآوری و انعقاد تفاهم نامه همکاری با دانشگاه های معتبر استان جهت بهره گیری از توان علمی دانشگاه ها |
| | | | | | ۲-آموزش | سرانه هر نفر ۸۰ ساعت آموزش | ۱- اطلاع رسانی درخصوص برگزاری دوره های آموزشی مورد نیاز ( نیاز سنجی آموزشی) ۲- ترغیب و تشویق پرسنل استان جهت شرکت در دوره های تعیین شده۳ - نظارت و پیگیری روسای واحدهای اجرایی و ستادی جهت شرکت حداکثری پرسنل زیرمجموعه |
| | | | ۲-توسعه خدمات پایه مکانی و نقشه بومی ۱۵ نقطه شهری و ۱۳۲۱ نقطه روستایی استان(GNAF) | ۲-الکترونیکی نمودن و هوشمندسازی فرآیندهای عملیات پستی | ۳- G N A F | ۱-به روز رسانی و صحت سنجی اطلاعات کدپستی شهری و روستایی | استفاده از ظرفیت نیروی انسانی پست استان / برون سپاری و استفاده از توان بخش خصوصی / اعلام تغییرات از طریق سامانه GNAF و یا مراجعه حضوری مردم / از طریق فرآیند تولید و نصب پلاک کدپستی توسط شهرداری ها |
| | | | | | | ۲-پالایش اطلاعات کدپستی ده رقمی و طبق بندی مشاغل | استفاده از ظرفیت و توانایی نیروی انسانی پست استان جهت پالایش اطلاعات کدپستی |
| | | | | | | ۳-استانداردسازی نشانی و تولید لایه معابر شهری و ژئوکد اطلاعات شهری | استفاده از ظرفیت و توانایی نیروی انسانی پست استان جهت تهیه پیش نیازها از قبیل نقشه ، به روز رسانی بانک اطلاعاتی و سپس تکمیل فرآیند توسط اداره کل جغرافیایی |
| | | | | ۳-ترویج فرهنگ استفاده از خدمات الکترونیکی پستی در جامعه | | ۴-تعیین مختصات جغرافیایی (ژئوکد) نقاط آبادی ها | ۱- حتی الامکان استفاده از ظرفیت و توانایی نیروی انسانی پست استان ۲- درصورت نیاز برون سپاری و استفاده از توان بخش خصوصی |
| | | | ۳- ارتباطات و اطلاع رسانی | ۴- پیاده سازی روابط عمومی نوین | ۱-ارتباطات رسانه ای | ۱-به روزرسانی پرتال استانی | ۱-باز نشر اخبار مهم ستاد و اجرا و اخبار تولیدی حائز اهمیت در خبرگزاری ها یا رسانه های الکترونیکی و مکتوب |
| | | | | | ۲-فعایت موثر در فضای مجازی | ۲-حضور مستمر در فضای مجازی و مدیریت گروه استانی در پیام رسان بله | ۲- رعایت دستورالعمل ها و آداب حضور در گروه ها - مدیریت صحیح گروه استانی و اخبار استانی |
| | | | | | ۳-تولیدا محتوا | ۳-تولید محتوی متنی ( خبر ، گزارش و یادداشت ) ویدئو خام موضوعی | ۳-تولید اخبار داخلی استانی به تعداد ۶ فقره در ماه با رعایت اصول خبرنویسی |
| | | | | | ۴-برگزاری رویدادهای فرهنگی ،هنری و اجتماعی | ۴-برگزاری نمایشگاه ، جشنواره ، مسابقه و ... | ۴-ماهیانه ارسال حداقل یک عکس با موضوع تعیین شده در جشنواره عکس دفتر ارتباطات شرکت متبوع / برگزاری یا مشارکت در برگزاری رویدادها و نشست های برون سازمانی استانی و ... |
| | | | | | ۵-تعامل مستمر با ستاد و رعایت دستورالعمل ها | ۵-ارائه به موقع وکامل گزارش عملکرد ، توجه به دستورالعمل ها و انجام ماموریت های ویژه موضوعی و موردی ، حضور و تعامل موثر در گروه | ۵-ارسال به موقع گزارش و تمامی مواردی درخواستی مندرج در گروه کارشناسان وغیره |
| | | | | | ۶-تبلیغات و نشریات | ۶-تبلیغات محیطی و مناسبتی (بنرهای فیزیکی بروشور و ...) | ۶-رعایت پروتکل های تشریفاتی بر اساس دستورالعمل های ابلاغی |