



## رویکردهای جدید شرکت مخابرات ایران

در سال ۱۳۸۹

(بعد از خصوصی سازی)

- ۱- تکریم و بزرگداشت مشتریان، به عنوان سرمایه ی اصلی شرکت، با تدوین راهکارها و روش های لازم و مناسب
- ۲- تکریم و بزرگداشت کارکنان، به عنوان عامل زیر بنایی توسعه ی مخابرات
- ۳- تغییر در ساختار اداری و سازمانی و به روز کردن قوانین و مقررات با هدف سرعت بخشیدن به امور
- ۴- اطلاع رسانی مسئولانه به مردم، رسانه ها و ذی نفعان
- ۵- اعتماد سازی و افزایش اعتبار اجتماعی شرکت، در نزد مخاطبان
- ۶- ارتقای جایگاه بین المللی مخابرات، از طریق حضور موثر در مجامع منطقه ای و بین المللی
- ۷- توانمند سازی کارکنان از طریق آموزش و پژوهش
- ۸- برنامه محوری در اجرای پروژه ها با رویکرد علمی ودانش محور
- ۹- روز آمدی و استفاده از فناوری های نو
- ۱۰- توسعه ی کاربرد ارتباطات و فناوری اطلاعات در جامعه، با تقویت اقتصاد ملی و صرفه جویی در هزینه ها و افزایش بهره وری
- ۱۱- ارتقای خدمات پس از فروش و عرضه ی خدمات به مشتریان از طریق شبکه های مجازی
- ۱۲- همکاری با مجلس شورای اسلامی، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، سازمان بورس و سازمان خصوصی سازی با رویکرد جدید
- ۱۳- تهیه ی استراتژی بلند مدت شرکت مخابرات ایران و سرمایه گذاری در بخش های جدید
- ۱۴- افزایش سهم بازار از طریق حفظ مشتریان و عرضه ی خدمات جدید
- ۱۵- نقش آفرینی در توسعه ی کلان کشور، از طریق تحقق دولت الکترونیکی
- ۱۶- مشارکت دادن کارکنان در تصمیم سازی و رعایت عدالت در توزیع فرصت ها و اعطای تسهیلات به همه ی کارکنان
- ۱۷- آینده پژوهشی و رصد اطلاعات به روز و کار بست آن در بخش های صف و ستاد
- ۱۸- برند سازی و معرفی شرکت مخابرات ایران به عنوان یک برند برتر در سطح ایران و جهان
- ۱۹- تربیت مدیران آینده و توسعه ی نگرش مدیریتی
- ۲۰- افزایش رضایت کارکنان و توجه به جایگاه آنان
- ۲۱- صرفه جویی در هزینه ها از طریق یکپارچه سازی تصمیم گیری ها و اجرای غیر متمرکز
- ۲۲- تثبیت شرکت ها و ایجاد فضای روانی مثبت در سطح کارکنان
- ۲۳- تقسیم عادلانه کار
- ۲۴- ارزیابی مستمر کارکنان از طریق روش های علمی و آزمون شده
- ۲۵- حفظ و تداوم یکپارچگی مدیریتی
- ۲۶- توسعه اینترنت پر سرعت
- ۲۷- افزایش EPS، سود سهامداران به ازای هر سهم
- ۲۸- علاقه مندی بیشتر سهامداران به حفظ سهام شرکت مخابرات ایران در بورس