

برنامه های شرکت توسعه فناوری دیجیتال سمر

چشم انداز

شرکت توسعه فناوری دیجیتال سمر با بکارگیری فن آوری های نوین اطلاعاتی و بانکداری دیجیتال همانند تجارت الکترونیک، بازاریابی دیجیتال، هوش تجاری و استفاده از بسترهای اینترنتی و فضاهای مجازی در آموزش های غیر حضوری، تلاش خواهد نمود تا مجموعه ایی از خدمات را برای خانواده ها و جوانان بصورت یکپارچه فراهم آورد و با افزایش سلامت و توانمند سازی افراد، در راستای افزایش سطح دانش و رفاه خانواده ها گام های نوینی برداشته و علاوه بر آن مزیت های اقتصادی را برای شبکه ذینفعان ایجاد نماید.

ارزش ها

شرکت توسعه فناوری دیجیتال سمر در راستای چشم انداز خود به ارزش های زیر پایبند خواهد بود :

- 1- افزایش نقاط قوت مشتریان در طول دوره زندگی (از کودکی تا کهن سالی)
- 2- احترام به تامین کنندگان اصلی (سنتی یا محلی) سرزمین خود و ارائه کالا و خدمات مورد اطمینان به جامعه مشتریان
- 3- افزایش امیدواری و خوشبینی با ایجاد خانواده و جوامع قوی و انعطاف پذیر
- 4- آگاهی افراد از حقوق خود و بهره گیری از پتانسیل کامل در استفاده از حقوق قانونی
- 5- توانمندی مشتریان و کارکنان برای دستیابی به اهداف فردی و گروهی
- 6- تعهد به گفتگوی شفاف و مستمر با تمام ذینفعان
- 7- رعایت حرفه ایی گری در تمام جنبه های کار

زمینه های فعالیت

- 1- ایجاد فروشگاه مجازی و شبکه فروش مطمئن و ایمن برای مشتریان حقیقی و تحویل درب منزل یا محل کار

در گروههای زیر با تمرکز بر تامین کالاهای پرمصرف و با ارزش بالا :

(تامین اقلام از مراکز اصلی توزیع و از تولید کنندگان و کاهش واسطه ها - تامین اقلام محلی و سنتی از سراسر کشور و توسعه کسب و کارهای محلی با سود رسانی بهتر به تامین کنندگان اصلی کالا- اطمینان از کیفیت محصول و سلامت و بهداشت خانواده - انتخاب و توسعه کالا و خدمات بر اساس نیازمندیهای مشتریان)

- 2- ایجاد فروشگاه مجازی و شبکه فروش الگوهای متفاوت جستجو و فروش کالا

- 3- ایجاد شبکه فروش کالا و خدمات و فروش عمده با رویکرد کاهش واسطه ها

- 4- ارائه خدمات مورد نیاز خانواده ها در سیستم یکپارچه

- 5- ارائه سایر خدمات حوزه پرداخت الکترونیک و بانکداری دیجیتال

6- مدیریت دانش

- a. دوره های آموزشی افزایش توانمندی خانواده ها
- b. دوره های آموزشی مراقبت از مشتری در 4 سطح
- c. دوره های آموزشی حوزه پرداخت الکترونیک
- i. شبکه پرداخت (شاپرک) :امنیت ، سوئیچ ، آشنایی با خطاها، استانداردهای عملیات و قراردادهای
- ii. شبکه بانکداری الکترونیک (شتاب)
- d. دوره های آموزشی فروشندگان کالا و عرضه کنندگان خدمات

7- ایجاد شبکه تامین کنندگان :

- a. ارائه خدمات عرضه مستقیم کالا
- b. ارائه خدمات بیمه و درمان و خدمات رفاهی به صاحبان حرفه ها و فروشندگان
- c. افزایش مهارت های پرسنل فروشگاههای طرف قرارداد
- d. باشگاه فروشندگان (اعتبار و سطح کیفی- رتبه بندی - قرعه کشی و جوایز)

8- ایجاد باشگاه مشتریان :

- a. امتیاز دهی و رتبه بندی مشتریان بر اساس عملکرد (ارائه تخفیف و کارت هدیه)
- b. ارائه خدمات تکمیلی به مشتریان(پیوند به سایر باشگاهها و مراکز تفریحی و اقامتی)
- c. تعریف اعتبار برای مشتریان
- d. شرکت در قرعه کشی ها و تخصیص جوایز
- e. ارائه جایزه به همراه کالا متناسب با شرایط مشتری

9- اعتبار سنجی :

- a. اعتبار سنجی مشتریان
- b. اعتبار سنجی فروشندگان
- c. تعریف و تخصیص کارت های اعتباری مرتبط

10- مدیریت ارتباط با مشتریان :

- a. مراقبت از مشتری
- b. ارائه خدمات یکپارچه به مشتریان (تلفن - پیامک - شبکه های اجتماعی - سایت)
- c. ارائه خدمات مرکز تماس در سطوح مختلف
- d. رضایت سنجی مشتریان
- e. دریافت ایده و نظرات مشتریان