



Lampiran  
Pekeliling Kemajuan  
Pentadbiran Awam  
Bilangan 1 Tahun 2008

Panduan Pengurusan

# Perhubungan Pelanggan

Hak Cipta 2008 © MAMPU      Hak Cipta 2008 © MAMPU  
MAMPU      Hak Cipta 2008 © MAMPU      Hak Cipta 2008 ©  
MAMPU      Hak Cipta 2008 © MAMPU      Hak Cipta 20  
08 © MAMPU      Hak Cipta 2008 © MAMPU      Hak Cipt  
ta 2008 © MAMPU      Hak Cipta 2008 © MAMPU      H

**Hak Cipta 2008 © MAMPU**

Hak cipta terpelihara. Tiada mana-mana bahagian buku ini boleh diterbit semula, dicetak, disalin dan disiarkan bagi tujuan komersial dalam apa-apa bentuk sekalipun tanpa mendapat kebenaran secara bertulis daripada pemegang hak cipta.

## ISI KANDUNGAN

<b>PENGENALAN</b>	<b>1</b>
<b>CIRI-CIRI KUALITI PERKHIDMATAN PELANGGAN</b>	<b>3</b>
<b>TERAS PENGURUSAN PERHUBUNGAN PELANGGAN</b>	<b>7</b>
• Perancangan Pengurusan Pelanggan	8
• Penawaran Perkhidmatan	15
• Interaksi Pelanggan	19
• Pengurusan Prestasi	26
• Budaya Berteraskan Perkhidmatan Pelanggan	30
<b>PENUTUP</b>	<b>33</b>







## PENGENALAN

## PENGENALAN

Kerajaan sentiasa memberi perhatian untuk meningkatkan kecekapan dan keberkesanan sistem penyampaian perkhidmatan dengan memberi tumpuan kepada perkhidmatan pelanggan. Penambahbaikan sistem penyampaian perkhidmatan bukan sahaja tertumpu kepada penambahbaikan sistem dan proses kerja sahaja, malah perhatian yang sewajarnya juga perlu diberi kepada aspek meningkatkan jalinan hubungan antara organisasi dengan pelanggan-pelanggannya.

Pengurusan Perhubungan Pelanggan diperkenalkan bagi meningkatkan jalinan hubungan organisasi dan pelanggan seterusnya memenuhi kehendak dan ekspektasi pelanggan yang semakin meningkat. Pengurusan Perhubungan Pelanggan adalah satu pendekatan holistik untuk menawarkan perkhidmatan melalui pengurusan interaksi dan perhubungan yang cekap antara organisasi dan pelanggan.

Pendekatan ini memberi fokus kepada penyampaian perkhidmatan yang berteraskan keperluan pelanggan di mana pelanggan diberi layanan sebagai individu bukannya sebagai salah satu komponen dalam proses penyampaian perkhidmatan. Penglibatan pelanggan turut diambil kira dalam merekabentuk perkhidmatan agar perkhidmatan yang ditawarkan dapat memenuhi kehendak dan memberi kepuasan kepada mereka.

### Pengurusan Perhubungan Pelanggan

Satu pendekatan holistik untuk menawarkan perkhidmatan yang dapat memenuhi kehendak dan ekspektasi pelanggan melalui pengurusan interaksi dan perhubungan yang cekap antara organisasi dan pelanggan



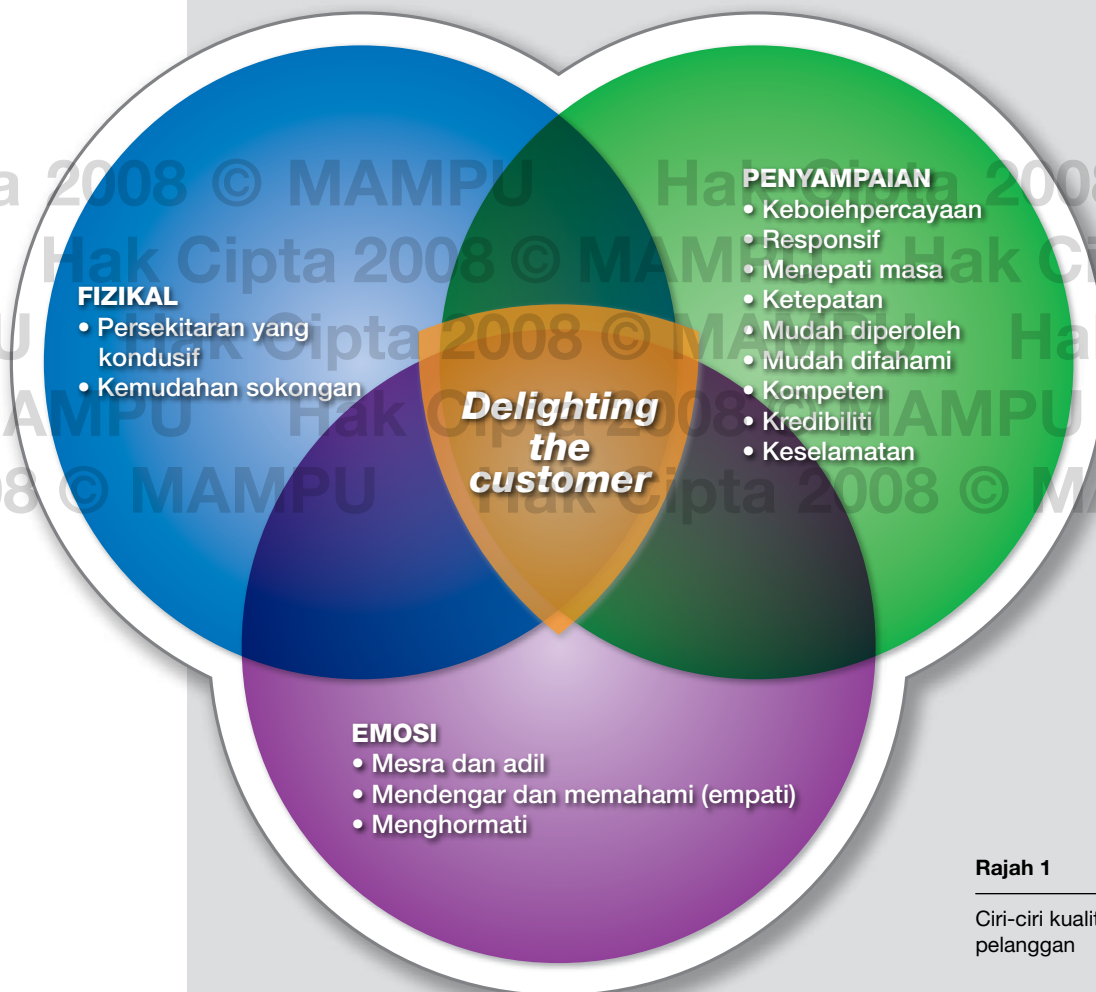


## CIRI-CIRI KUALITI PERKHIDMATAN PELANGGAN



## CIRI-CIRI KUALITI PERKHIDMATAN PELANGGAN

Pengurusan Perhubungan Pelanggan yang cekap dan berkesan akan dapat memastikan penyampaian perkhidmatan yang responsif kepada kehendak dan keperluan pelanggan. Standard perkhidmatan yang ditawarkan kepada pelanggan seboleh-bolehnya hendaklah tinggi nilainya sehingga melebihi ekspektasi pelanggan sejajar dengan pendekatan *delighting the customer*. Perkhidmatan pelanggan yang menjadi asas utama kepada pendekatan *delighting the customer* adalah memenuhi ciri-ciri kualiti dalam tiga kategori, iaitu fizikal, penyampaian dan emosi seperti di Rajah 1.



**Rajah 1**

Ciri-ciri kualiti perkhidmatan pelanggan

Keterangan lanjut bagi setiap ciri di atas adalah seperti jadual di muka surat berikutnya.





## Penyampaian

### Kebolehpercayaan

Menawarkan perkhidmatan yang konsisten kepada pelanggan dari segi kualiti dan menepati piagam yang ditetapkan.

### Responsif

Menyampaikan perkhidmatan yang responsif yang memenuhi ciri-ciri seperti cepat memberi respons kepada semua urusan pelanggan dan memaklumkan perkembangan sehingga urusan selesai.

### Menepati masa

Menyampaikan perkhidmatan yang menepati standard masa yang ditetapkan dalam Piagam Pelanggan.

### Ketepatan

Menyampaikan perkhidmatan dan maklumat yang tepat dan betul untuk memudahkan urusan pelanggan.

### Mudah diperolehi

Menyediakan perkhidmatan yang mudah diperolehi dan pelanggan tidak perlu menunggu lama atau bersusah payah ke lokasi yang jauh untuk mendapat perkhidmatan.

### Mudah difahami

Menyediakan arahan, borang, panduan perkhidmatan dan maklumat-maklumat berkaitan yang mudah difahami serta tidak mengelirukan pelanggan.

### Kompeten

Pegawai/kakitangan yang kompeten dan berpengetahuan dalam menjalankan tanggungjawab masing-masing.

### Kredibiliti

Kredibiliti perkhidmatan hendaklah sentiasa dipelihara apabila melaksanakan tanggungjawab untuk menyampaikan perkhidmatan kepada pelanggan.

### Keselamatan

Memastikan semua maklumat dan transaksi pelanggan terjamin keselamatannya dan tidak berlaku sebarang pencerobohan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab.

## Emosi



### Mesra dan adil

Memberi perkhidmatan yang mesra dan saksama kepada semua pelanggan yang berurusan tanpa mengira pangkat dan kedudukan.

### Mendengar dan memahami (empati)

Bersedia mendengar dan memahami perkara yang dibangkitkan oleh pelanggan, seterusnya mengambil tindakan untuk menyampaikan maklumat berkaitan yang dapat membantu pelanggan berurusan.

### Menghormati

Memastikan semua pelanggan diberi layanan dengan penuh rasa hormat.

## Fizikal



### Persekitaran yang kondusif

Menyediakan tempat dan ruang untuk memberi keselesaan kepada pelanggan yang berurusan seperti ruang menunggu yang selesa, tempat duduk dan bilangan kaunter yang mencukupi serta tandas awam yang bersih.

### Kemudahan Sokongan

Menyediakan kemudahan sokongan untuk keperluan pelanggan seperti kantin, telefon awam, tempat riadah untuk kanak-kanak, mesin ATM dan sebagainya.



## TERAS PENGURUSAN PERHUBUNGAN PELANGGAN

## TERAS PENGURUSAN PERHUBUNGAN PELANGGAN

Organisasi perlu memantapkan Pengurusan Perhubungan Pelanggan masing-masing dalam usaha menyampaikan perkhidmatan yang dapat memenuhi kehendak pelanggan. Pemantapan ke atas usaha ini boleh dilaksanakan melalui pendekatan menyeluruh yang melibatkan kerjasama semua pihak dalam organisasi dan interaksi yang baik dengan pelanggan. Pengurusan Perhubungan Pelanggan yang cekap dan berkesan sejajar dengan pendekatan *delighting the customer* hendaklah memberi fokus kepada lima teras seperti di Rajah 2.



Rajah 2

Teras Pengurusan Perhubungan Pelanggan

### Perancangan Pengurusan Pelanggan

Perancangan Pengurusan Pelanggan amat penting untuk memantapkan keupayaan organisasi bagi memahami keperluan dan ekspektasi pelanggan supaya perkhidmatan yang ditawarkan dapat memenuhi kehendak mereka pada keseluruhannya. Lima aspek berikut perlu diberi perhatian:

- Strategi Tumpuan Pelanggan
- Memahami Keperluan Pelanggan
- Penetapan Standard Perkhidmatan Pelanggan
- Penandaarasan
- Reka Bentuk Perkhidmatan







## Strategi Tumpuan Pelanggan

Strategi tumpuan pelanggan perlu digubal dalam pelan strategik organisasi supaya usaha ke arah perkhidmatan yang berteraskan perhubungan pelanggan dapat dilaksanakan dengan berkesan. Pihak pengurusan atasan organisasi perlu menetapkan misi perkhidmatan pelanggan dalam bentuk satu pernyataan khusus dan menghebahkannya untuk pengetahuan umum supaya ia menjadi satu komitmen yang akan dihayati oleh semua pegawai dan kakitangan ke arah kecemerlangan perkhidmatan pelanggan organisasi.

## Memahami Keperluan Pelanggan

Organisasi perlu mengenal pasti pelanggan sasaran masing-masing supaya keperluan dan ekspektasi pelanggan dapat ditentukan dengan lebih tepat. Ini bertujuan untuk memastikan supaya standard perkhidmatan yang ditawarkan:

- (a) memenuhi kepuasan pelanggan.
- (b) bernilai tinggi sehingga melebihi ekspektasi pelanggan.

## Penetapan Standard Perkhidmatan Pelanggan

Standard Perkhidmatan Pelanggan perlu ditetapkan dan dilaksanakan bagi memastikan kualiti perkhidmatan yang konsisten dapat disampaikan. Ini sejajar dengan usaha untuk meningkatkan kecemerlangan sistem penyampaian perkhidmatan. Pelaksanaan Piagam Pelanggan hendaklah diperkemas melalui tindakan-tindakan berikut:

- (a) sentiasa menyemak dan mengkaji semula jaminan kualiti perkhidmatan yang dijanjikan di bawah Piagam Pelanggan berdasarkan kepada kapasiti dan keupayaan organisasi masing-masing sejajar dengan prinsip penambahbaikan berterusan.
- (b) memastikan jaminan kualiti perkhidmatan yang dijanjikan di bawah Piagam Pelanggan dipatuhi pada setiap masa.

## Penandaarasan

Penandaarasan dengan amalan terbaik organisasi lain yang telah mencapai kecemerlangan perlu dilaksanakan bagi meningkat dan menambah baik perkhidmatan. Ciri-ciri kecemerlangan pelbagai organisasi hendaklah dijadikan contoh dan dikongsi bersama supaya ia dapat dimanfaatkan untuk peningkatan sistem penyampaian perkhidmatan keseluruhannya.



## Reka Bentuk Perkhidmatan

Perancangan perlu dibuat untuk merekabentuk perkhidmatan mesra pelanggan yang bersesuaian dengan keperluan dan ekspektasi pelanggan yang terdiri daripada pelbagai kategori. Rekabentuk perkhidmatan hendaklah selaras dengan konsep Satu Perkhidmatan Satu Penyampaian. Inisiatif hendaklah diambil untuk menawarkan:

- (a) perkhidmatan yang lebih khusus untuk transaksi yang memerlukan pelanggan hadir sendiri semasa berurusan.
- (b) perkhidmatan berkelompok untuk jenis perkhidmatan yang boleh dilakukan oleh wakil atau syarikat yang dilantik oleh pelanggan.
- (c) perkhidmatan secara dalam talian, SMS, telefon, kiosk dan lain-lain bagi jenis perkhidmatan yang tidak memerlukan pelanggan hadir untuk sesuatu urusan.
- (d) perkhidmatan melalui kaedah Pusat Setempat (jika bersesuaian) supaya pelanggan tidak perlu hadir ke beberapa bahagian atau jabatan semasa berurusan.
- (e) perkhidmatan di luar waktu operasi biasa mengikut keperluan.

## Piagam Pelanggan

Satu komitmen bertulis organisasi terhadap penyampaian perkhidmatannya kepada pelanggan melalui pendekatan yang terbuka, jelas dan telus

### PANDUAN MENGENAI PIAGAM PELANGGAN

Setiap organisasi perlu menetapkan standard kualiti perkhidmatan yang disediakan. Standard kualiti ini dijadikan sebagai janji organisasi kepada pelanggannya dalam bentuk Piagam Pelanggan.

#### Definisi

Piagam Pelanggan ialah satu komitmen bertulis organisasi terhadap penyampaian perkhidmatannya kepada pelanggan melalui pendekatan yang terbuka, jelas dan telus. Ia juga merupakan satu jaminan untuk menyampaikan perkhidmatan mengikut standard kualiti yang ditetapkan. Manakala, dari sudut pelanggan pula, ia memberi jaminan terhadap tahap kualiti perkhidmatan yang dijanjikan.

#### Skop

Piagam Pelanggan memberi tumpuan kepada perkhidmatan teras organisasi masing-masing. Standard kualiti



perkhidmatan bagi setiap perkhidmatan teras perlu ditentukan berdasarkan kepada kapasiti dan keupayaan organisasi serta kehendak pelanggan dan *stakeholder*.

Di samping meningkatkan kualiti dan produktiviti organisasi, Piagam Pelanggan juga adalah pemacu perubahan kepada budaya kerja cemerlang organisasi ke arah penyampaian perkhidmatan yang lebih responsif, berorientasikan pelanggan (*customer centric*), tumpuan kepada hasil (*outcome*), berintegriti, beretika dan mesra pelanggan.

### Ciri-ciri Piagam Pelanggan

Piagam Pelanggan antara lain hendaklah mempunyai ciri-ciri berikut:

- Jelas
- Kebolehpercayaan
- Praktikal
- Khusus
- Boleh ditambah baik

#### Jelas

Piagam Pelanggan hendaklah jelas, ringkas dan mudah difahami. Maklumat-maklumat di dalamnya hendaklah menyatakan hanya perkara-perkara utama berkaitan perkhidmatan teras dengan tepat.

#### Kebolehpercayaan

Piagam Pelanggan hendaklah ditetapkan mengikut kapasiti dan keupayaan organisasi yang merangkumi sumber seperti tenaga manusia, teknologi dan kewangan. Piagam yang dibentuk hendaklah menjadi satu jaminan yang dapat memenuhi janji kepada pelanggan dan mampu disampaikan oleh organisasi.

### Praktikal

Piagam Pelanggan hendaklah praktikal dan bersesuaian dengan kapasiti dan kemampuan organisasi. Perancangan dan kajian yang teliti diperlukan untuk menentukan janji perkhidmatan yang sejajar dengan kemampuan.

### Khusus

Piagam Pelanggan yang khusus adalah jaminan perkhidmatan yang mempunyai ketepatan dari segi masa, bilangan, tempat atau harga. Ia mempunyai ciri-ciri yang mudah diukur dan difahami.

### Boleh ditambah baik

Piagam Pelanggan perlu ditambah baik dari semasa ke semasa mengikut keperluan pelanggan, persekitaran dan perubahan teknologi. Penambahbaikan hendaklah sejajar dengan perkembangan teknologi, peningkatan kepakaran dan kecekapan sumber manusia, pertambahan sumber kewangan dan penambahbaikan sistem serta prosedur kerja.

### Pelaksanaan Piagam Pelanggan

Pelaksanaan Piagam Pelanggan merangkumi lima langkah berikut:

- Penggubalan Piagam Pelanggan
- Promosi Piagam Pelanggan
- Pemulihan Perkhidmatan (*Service Recovery*)
- Pemantauan
- Penilaian dan Penambahbaikan

#### (a) Penggubalan Piagam Pelanggan

Proses penggubalan melibatkan langkah-langkah seperti berikut:

##### (i) Mengenal pasti pelanggan dan keperluan mereka

Organisasi perlu mengenal pasti pelanggan sasaran masing-masing sama ada pelanggan dalaman atau luaran



dan memahami keperluan serta kehendak mereka. Ini bagi memastikan perkhidmatan yang ditawarkan dapat memenuhi keperluan mereka. Dalam hal ini, cadangan dan maklum balas pelanggan perlu diberi perhatian oleh organisasi.

(ii) Mengenal pasti perkhidmatan teras

Perkhidmatan teras organisasi perlu dikenali berdasarkan peranan dan fungsi masing-masing. Ia juga boleh ditentukan berdasarkan bidang tumpuan semasa.

(iii) Menentukan standard kualiti perkhidmatan

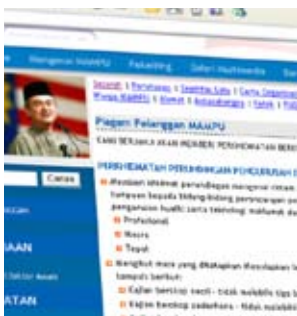
Keperluan pelanggan yang telah dikenal pasti hendaklah diterjemahkan menjadi standard kualiti perkhidmatan yang realistik seterusnya memastikan janji yang dibuat dapat dipenuhi. Standard kualiti perkhidmatan sebaik mungkin hendaklah boleh diukur contohnya dari segi ketepatan masa ataupun bilangan output yang dikeluarkan. Di samping itu, ciri-ciri kualitatif perkhidmatan pelanggan yang tidak boleh diukur seperti layanan mesra, bertimbang rasa, mudah difahami, selamat dan lain-lain juga boleh dijadikan sebagai standard.

(iv) Menyediakan Piagam Pelanggan

Piagam Pelanggan hendaklah disediakan dalam bahasa yang mudah, ringkas, jelas, senang dibaca dan difahami. Ia boleh disediakan dalam pelbagai bahasa, media dan format bersesuaian dengan keperluan pelanggan contohnya media cetak, papan kenyataan, media elektronik, portal/laman web dan lain-lain. Standard kualiti untuk perkhidmatan teras yang dimuatkan dalam Piagam Pelanggan perlu selaras dengan hala tuju strategik organisasi.

(b) Promosi Piagam

Piagam Pelanggan hendaklah dihebahkan untuk makluman pelanggan masing-masing. Hebahan boleh dilaksanakan menerusi bahan cetak dan bahan elektronik serta dipamerkan sepanjang masa di tempat yang mudah dilihat oleh pelanggan. Risalah dan brosur Piagam Pelanggan boleh diedarkan di tempat pelanggan berurusan seperti di kaunter. Capaian ke



Piagam Pelanggan hendaklah disediakan di laman utama portal atau laman web masing-masing.

Piagam Pelanggan juga perlu dihebahkan kepada pegawai dan kakitangan supaya mereka memahami dan menghayatinya. Ini dapat meningkatkan komitmen mereka untuk memberikan perkhidmatan yang cemerlang bagi memenuhi janji-janji yang telah dibuat.

#### **(c) Pemulihan Perkhidmatan**

Pelan Pemulihan Perkhidmatan hendaklah disediakan untuk menjamin pelaksanaan mekanisme pemulihan perkhidmatan dapat dilaksanakan dengan cekap dan berkesan apabila berlakunya kegagalan dalam menyampaikan perkhidmatan sebagaimana yang dijanjikan. Pelan Pemulihan Perkhidmatan merupakan perancangan yang mengandungi tindakan-tindakan yang dirancang dengan teliti bagi memulihkan perkhidmatan seterusnya mengekalkan keyakinan pelanggan terhadap perkhidmatan yang diberikan.

Tindakan pemulihan hendaklah diambil untuk memberi perkhidmatan seperti yang dinyatakan dalam piagam dengan:

- (i) mengenal pasti punca-punca masalah perkhidmatan dan mengatur langkah-langkah penyelesaian segera sebelum masalah menjadi lebih serius.
- (ii) mengambil tindakan segera apabila berlakunya kelewatan atau kegagalan dalam menyampaikan perkhidmatan yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan.
- (iii) menjelaskan kepada pelanggan jika sesuatu perkhidmatan tidak dapat memenuhi standard kualiti yang telah dijanjikan di dalam piagam sebelum pelanggan membuat aduan.

#### **(d) Pemantauan**

Pemantauan berterusan hendaklah dilaksanakan ke atas tahap kualiti penyampaian perkhidmatan untuk memastikan janji-janji dalam Piagam Pelanggan sentiasa dipenuhi.

**Piagam Pelanggan  
hendaklah disemak  
semula sekurang-  
kurangnya sekali  
dalam tempoh  
12 bulan**

### (e) Kajian Semula Dan Penambahbaikan

Piagam Pelanggan perlu dikaji semula untuk memastikan ia sentiasa relevan dalam senario penyampaian perkhidmatan semasa selaras dengan ekspektasi pelanggan yang semakin meningkat, perubahan persekitaran dan perkembangan teknologi. Ia hendaklah dikemas kini dari segi kandungan dan standard perkhidmatannya apabila:

- (i) kandungan semasa tidak tepat dan tidak mencerminkan prestasi penyampaian semasa.
- (ii) organisasi melaksanakan inisiatif baru.
- (iii) berlakunya perubahan dalam bidang tumpuan.
- (iv) berlakunya perubahan keutamaan dalam perkhidmatan teras.
- (v) berlakunya perubahan ke atas mekanisme penyampaian perkhidmatan.
- (vi) peningkatan kapasiti organisasi melalui penggunaan teknologi, peningkatan kepakaran dan penambahbaikan sistem serta prosedur kerja.
- (vii) berlaku perubahan dalam profil, keperluan dan pilihan pelanggan.

Kajian semula Piagam Pelanggan hendaklah dibuat sekurang-kurangnya sekali dalam tempoh 12 bulan untuk memastikan ia sentiasa dikemas kini.

## Penawaran Perkhidmatan

Perkhidmatan yang ingin disampaikan kepada pelanggan hendaklah melalui prosedur kerja dan proses penyampaian yang cekap bagi menjamin kualiti perkhidmatan yang cepat, mudah dan selesa. Organisasi perlu memantapkan penyampaian perkhidmatan pelanggan melalui pengukuhan struktur organisasi dan penyediaan kemudahan-kemudahan yang dapat meningkatkan penawaran perkhidmatan. Empat aspek penawaran perkhidmatan berikut perlu diberi perhatian:

- Unit Tetap Pengurusan Perhubungan Pelanggan
- Teknologi
- Pengurusan Premis
- Saluran Perkhidmatan





## Unit Tetap Pengurusan Perhubungan Pelanggan

Bagi memantapkan Pengurusan Perhubungan Pelanggan, satu unit tetap Pengurusan Perhubungan Pelanggan seperti Pejabat Perkhidmatan Pelanggan perlu diwujudkan untuk mengendalikan hal ehwal pelanggan. Unit tetap ini terdiri daripada pegawai dan kakitangan yang mahir dalam hal ehwal pengurusan pelanggan serta mempunyai pengetahuan mengenai organisasi masing-masing.

Petugas-petugas Unit Tetap Pengurusan Perhubungan Pelanggan bolehlah terdiri daripada pegawai kumpulan Pengurusan dan Profesional atau kumpulan Sokongan mengikut kesesuaian struktur organisasi masing-masing dan diketuai oleh pegawai kanan. Bilangan dan gred jawatan untuk Unit Tetap Pengurusan Perhubungan Pelanggan hendaklah bersesuaian dengan bilangan perkhidmatan teras yang ditawarkan dan beban tugas. Skim Perkhidmatan Pegawai Khidmat Pelanggan telah diwujudkan bagi menyokong perjalanan Unit Tetap Pengurusan Perhubungan Pelanggan dan skop kerja skim perkhidmatan ini adalah merangkumi khidmat bantuan telefon, menyambut tetamu dan perhubungan awam.

### Teknologi

Peralatan dan teknologi yang digunakan untuk menyampaikan perkhidmatan perlu bersesuaian dengan perkembangan semasa. Perancangan yang teliti perlu dibuat untuk mengenal pasti keperluan pelanggan supaya perkhidmatan dapat ditawarkan melalui penggunaan peralatan dan teknologi terkini yang dapat memenuhi kehendak pelanggan. Organisasi yang mempunyai bilangan transaksi perkhidmatan pelanggan yang tinggi hendaklah sentiasa menerokai bidang teknologi baru dalam Pengurusan Perhubungan Pelanggan. Ini bertujuan untuk memantapkan operasi dalaman seterusnya menawarkan perkhidmatan yang cekap melalui struktur berorientasikan perkhidmatan (*service oriented architecture*) yang sesuai.

### Pengurusan Premis

Bagi meningkatkan kecekapan penyampaian perkhidmatan dan menjamin keselesaan pelanggan yang berurusan, kemudahan dan susun atur pejabat yang mesra pelanggan termasuk kemudahan untuk golongan orang kurang upaya perlu disediakan. Kemudahan-kemudahan ini adalah seperti ruang menunggu yang selesa, tempat duduk yang mencukupi, tempat menulis, papan tunjuk arah yang jelas, kantin, tandas yang bersih dan lain-lain kemudahan untuk keselesaan pelanggan yang berurusan.

### Saluran Perkhidmatan

Pelbagai saluran perkhidmatan perlu disediakan untuk memudahkan



pelanggan berurusan dengan cara yang paling cepat dan berkesan. Antara saluran-saluran perkhidmatan yang boleh ditawarkan ialah:

- Surat-Menyurat
- Perkhidmatan Dalam Talian
- E-mel/Laman Web/Portal
- Telefon/Faks/Talian Khas/*Hotline*
- Sistem Pesanan Ringkas (SMS)
- Kios
- Urusan Bersemuka



### PANDUAN PEJABAT PERKHIDMATAN PELANGGAN

Pejabat Perkhidmatan Pelanggan merupakan struktur khas yang diwujudkan untuk mengendalikan hal ehwal pelanggan organisasi. Ia bertujuan untuk memudahkan pelanggan yang berurusan bagi mendapat maklumat dan perkhidmatan yang cepat dan tepat.

#### Fungsi Dan Peranan

Fungsi dan peranan Pejabat Perkhidmatan Pelanggan ialah:

- (a) melayani pelanggan yang berurusan meliputi pertanyaan, aduan, khidmat nasihat dan maklum balas pelanggan.
- (b) menjalankan fungsi perkhidmatan *helpdesk* kepada pelanggan yang berurusan.
- (c) menguruskan dan memantau semua urusan pelanggan.
- (d) membuat kajian dan pengukuran tahap kepuasan pelanggan serta mengemukakan cadangan penambahbaikan.
- (e) menjalinkan hubungan yang baik antara organisasi dengan pelanggan.

#### Pejabat Perkhidmatan Pelanggan

Struktur khas yang diwujudkan untuk mengendalikan hal ehwal pelanggan organisasi



- (f) menghebahkan penambahbaikan atau perkhidmatan yang ditawarkan kepada pelanggan.

Pejabat Perkhidmatan Pelanggan hendaklah sentiasa memantau dan menganalisis maklum balas dan aduan pelanggan organisasi masing-masing untuk mengetahui tahap kepuasan pelanggan dari semasa ke semasa supaya tindakan penambahbaikan berterusan dapat diambil. Antara kaedah yang boleh digunakan untuk pengumpulan maklum balas kepuasan pelanggan ialah:

- (a) mengendalikan kajian dan tinjauan kepuasan pelanggan secara berjadual.
- (b) menyediakan peti cadangan.
- (c) menggunakan borang maklum balas pelanggan.
- (d) memantau laporan-laporan berkaitan perkhidmatan organisasi dalam media.

Pejabat Perkhidmatan Pelanggan juga bertanggungjawab merekodkan semua urusan pelanggan yang dikendalikan oleh perkhidmatan *helpdesk* ke dalam fail / daftar rekod sama ada secara manual atau elektronik. Antara maklumat yang boleh direkodkan adalah seperti:

- (a) nama pelanggan.
- (b) tarikh/masa pelanggan berurusan atau tarikh surat/e-mel/sms diterima.
- (c) alamat surat-menyurat/e-mel atau nombor telefon pelanggan.
- (d) perkara yang dibangkitkan.
- (e) tindakan penyelesaian yang diambil.
- (f) tarikh tindakan diambil dan dimaklumkan kepada pelanggan.

### Maklumat Perkhidmatan

Maklumat perkhidmatan organisasi perlu dihebahkan dalam pelbagai saluran media untuk memudahkan pelanggan berurusan. Antara maklumat penting yang perlu dihebahkan adalah seperti berikut:

- (a) alamat surat-menyurat Pejabat Perkhidmatan Pelanggan.
- (b) alamat e-mel Pejabat Perkhidmatan Pelanggan.
- (c) alamat laman web dan portal organisasi.
- (d) nombor talian khas atau *hotline*.





**Panggilan telefon  
perlu dijawab dalam  
tempoh 10 saat**

- (e) nombor sistem pesanan ringkas (SMS).
- (f) lokasi dan maklumat perkhidmatan kaunter.
- (g) waktu operasi perkhidmatan.

## Interaksi Pelanggan

Pengurusan Perhubungan Pelanggan amat menekankan perkhidmatan barisan hadapan yang responsif, mesra, beretika dan sedia membantu bagi meningkatkan kualiti interaksi dengan pelanggan masing-masing. Di samping itu, emosi pelanggan perlulah difahami dan ditangani dengan baik serta berhemah. Petugas barisan hadapan perlu bersikap empati dan mengawal emosi ketika berhadapan dengan pelbagai kerenah pelanggan. Empat aspek berikut perlu diberi perhatian dalam memantapkan interaksi organisasi dengan pelanggan:

- **Layanan Melalui Telefon**
- **Perkhidmatan Kaunter**
- **Perkhidmatan Helpdesk**
- **Aduan dan Maklum Balas Pelanggan**

### Layanan Melalui Telefon

Interaksi melalui telefon yang baik di antara kakitangan barisan hadapan dengan pelanggan akan dapat meningkatkan imej dan persepsi pelanggan terhadap organisasi. Kualiti layanan perkhidmatan telefon dapat ditingkatkan melalui pelaksanaan langkah-langkah berikut:

- (a) memastikan panggilan telefon dijawab dalam tempoh tidak melebihi 10 saat.
- (b) memastikan kakitangan barisan hadapan yang bertugas sentiasa mesra, sopan dan berbudi bahasa semasa melayani panggilan.
- (c) membekalkan maklumat yang tepat, lengkap dan terkini mengenai organisasi masing-masing kepada kakitangan barisan hadapan yang bertugas bagi membolehkan mereka melaksanakan tugas dengan cekap dan berkesan.
- (d) memastikan panggilan pelanggan disambungkan kepada pegawai/kakitangan yang betul dan sesuai dengan perkhidmatan yang dipohon.
- (e) memaklumkan kepada pelanggan terlebih dahulu maklumat seperti

nama pegawai/kakitangan, bahagian, nombor sambungan dan lain-lain maklumat yang berkaitan sebelum sesuatu panggilan disambungkan.

- (f) memastikan pelanggan yang dalam giliran menunggu untuk mendapat perkhidmatan di sambungan yang sibuk dimaklumkan status panggilan setiap 20 saat sehingga panggilan mereka dilayani.
- (g) memastikan panggilan yang telah disambungkan kepada talian yang dikehendaki tetapi tidak berjawab, dikembalikan semula kepada petugas barisan hadapan.
- (h) membenarkan pelanggan meninggalkan pesanan apabila pegawai/kakitangan yang ingin dihubungi tidak berada di pejabat supaya tindakan dapat diambil untuk menghubungi kembali pelanggan.

### Perkhidmatan Kaunter



Organisasi yang banyak berurusan dengan pelanggan hendaklah meningkatkan penyampaian perkhidmatan kaunter masing-masing dengan melaksanakan langkah-langkah berikut:

- (a) menyediakan jumlah kaunter yang mencukupi berasaskan bilangan pelanggan yang berkunjung supaya orang ramai tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan perkhidmatan.
- (b) menyediakan kaunter khas dan kaunter kecemasan untuk memberi perkhidmatan kepada warga tua, orang kurang upaya, ibu-ibu







- mengandung dan yang membawa anak-anak kecil serta kes-kes kecemasan.
- (c) menyediakan pelbagai perkhidmatan di setiap kaunter (*multi-service counter*).
  - (d) memusatkan semua perkhidmatan kaunter di satu lokasi bagi memudahkan orang ramai mendapat perkhidmatan tanpa perlu ke kaunter yang ditempatkan di beberapa lokasi mengikut bahagian atau jabatan.
  - (e) menyediakan sistem nombor giliran dan maklumat masa menunggu (jika ada) untuk melayan semua pelanggan sehingga urusan selesai.
  - (f) menyediakan sistem siar raya (jika bersesuaian) untuk membuat pengumuman yang lebih meluas dan menyeluruh supaya pelanggan atau mereka yang terbabit dapat memberi perhatian segera ke atas pengumuman yang dibuat.
  - (g) memaparkan nombor giliran di tempat yang bersesuaian atau tempat pelanggan berkumpul selain ruang menunggu seperti di kantin.
  - (h) membuka kaunter semasa waktu rehat tengah hari dan memastikan semua kaunter dibuka pada waktu puncak.
  - (i) memanjangkan waktu operasi perkhidmatan selepas waktu pejabat atau membuka kaunter pada hujung minggu jika perlu.

### Perkhidmatan Helpdesk

Perkhidmatan *helpdesk* merupakan perkhidmatan bantuan pelanggan yang ditawarkan melalui Unit Tetap Pengurusan Perhubungan Pelanggan. Ia bertanggungjawab untuk memastikan penyampaian perkhidmatan yang responsif, cekap dan berkesan dapat disediakan. Perkhidmatan *helpdesk* ini boleh diwujudkan sama ada dalam bentuk fizikal atau elektronik dan ia hendaklah dikendalikan oleh pegawai/kakitangan yang berkemahiran serta berpengetahuan dalam bidang perkhidmatan pelanggan. Di samping itu, pegawai/kakitangan perlu mempunyai pengetahuan mengenai fungsi dan peranan organisasi masing-masing.

### Aduan dan Maklum Balas Pelanggan

Pengurusan aduan dan maklum balas pelanggan merupakan salah satu elemen penting untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan. Satu mekanisme bagi mengurus sistem aduan dan maklum balas pelanggan hendaklah dilaksanakan menerusi langkah-langkah berikut:

- (a) menyediakan mekanisme proaktif untuk menggalakkan pelanggan mengemukakan maklum balas tanpa perlu menunggu pelanggan mengemukakannya sendiri seperti meminta maklum balas daripada pelanggan selepas mereka mendapat perkhidmatan dari pelbagai saluran.



- (b) menyediakan borang aduan dan maklum balas pelanggan di semua kaunter perkhidmatan bagi membolehkan pelanggan membuat aduan dan memberi maklum balas terhadap perkhidmatan yang diberikan.
- (c) menyediakan peti aduan dan maklum balas berhampiran dengan kaunter perkhidmatan bagi memudahkan pelanggan membuat aduan atau memberi maklum balas.
- (d) menyediakan saluran tambahan bagi mengendalikan aduan dan maklum balas pelanggan seperti telefon, e-mel, sistem pesanan ringkas (SMS), kemudahan dalam talian dan lain-lain.
- (e) memastikan pegawai/kakitangan ditugaskan untuk menguruskan aduan dan maklum balas pelanggan setiap hari supaya perkara berbangkit dapat diberi respons dengan segera.
- (f) mewujudkan mekanisme rundingan dan khidmat nasihat antara organisasi dengan pelanggan untuk meningkatkan kerjasama dua hala seperti sesi dialog, panel perundingan, forum awam, *focus group* dan lain-lain.

### **Helpdesk**

Perkhidmatan bantuan  
pelanggan yang  
ditawarkan melalui  
Pejabat Perkhidmatan  
Pelanggan

## PANDUAN PERKHIDMATAN *HELPDESK*

Perkhidmatan *helpdesk* merupakan perkhidmatan bantuan pelanggan yang ditawarkan secara bersepadu melalui pelbagai saluran di Unit Tetap Pengurusan Perhubungan Pelanggan.

### **Fungsi Dan Peranan**

Perkhidmatan yang ditawarkan oleh *helpdesk* meliputi layanan terhadap:

- (a) pertanyaan pelanggan.
- (b) aduan pelanggan.
- (c) khidmat nasihat.
- (d) maklum balas pelanggan.

### **Pengendalian Perkhidmatan *Helpdesk***

Urusan pelanggan yang mudah diselesaikan melalui semua saluran perkhidmatan hendaklah dikendalikan oleh *helpdesk* dengan cekap dan diselesaikan dengan segera tanpa menangguhkannya. Pegawai/kakitangan yang mengendalikan *helpdesk* hendaklah dibekalkan dengan maklumat-maklumat asas berkaitan dengan agensi seperti perkhidmatan yang ditawarkan, dasar, undang-undang dan peraturan yang berkaitan dengan perkhidmatan, borang permohonan dan prosedur yang terlibat supaya ia mudah disampaikan kepada pelanggan yang berurusan. Ini dapat memastikan urusan pelanggan dilaksanakan dengan cepat, tepat dan berkesan.

Urusan pelanggan yang tidak dapat diselesaikan oleh *helpdesk* dengan serta merta hendaklah dirujuk kepada pegawai yang bertanggungjawab atau mereka yang pakar dalam bidang berkenaan untuk diselesaikan.

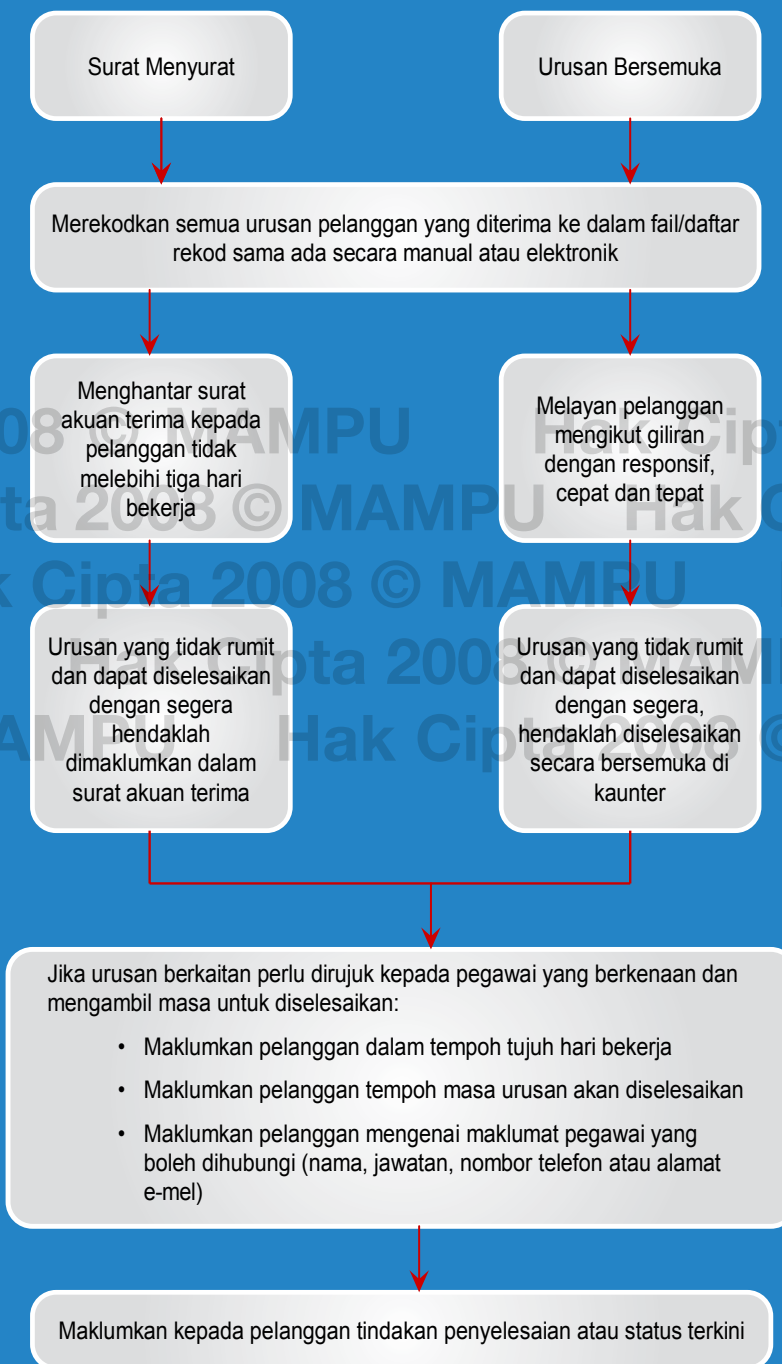
Pengurusan dan pengendalian *helpdesk* melalui saluran elektronik adalah seperti di Carta 1, manakala bagi surat menyurat dan urusan bersemuka adalah seperti di Carta 2.

**Carta 1 : Pengurusan Dan Pengendalian Perkhidmatan  
Helpdesk Melalui Saluran Elektronik**





**Carta 2 : Perkhidmatan *Helpdesk* Melalui Surat dan Urusan Bersemuka**





## Pengurusan Prestasi

Pengurusan Prestasi merupakan antara aspek yang perlu diberi perhatian ke arah memastikan tahap perkhidmatan pelanggan yang berkesan. Semua organisasi perlu mewujudkan mekanisme pengurusan prestasi perkhidmatan pelanggan masing-masing dengan memantapkan aspek-aspek berikut:

- Pemantauan
- Penilaian Prestasi Perkhidmatan
- Mekanisme Pelaporan

### Pemantauan

Pemantauan ke atas kualiti perkhidmatan pelanggan perlu dilaksanakan bagi memastikan tahap perkhidmatan yang diberikan kepada pelanggan adalah responsif, cekap dan berkesan. Aktiviti pemantauan boleh dibuat dengan cara:

- (a) melantik penyelia atau pegawai berpengalaman sebagai pakar rujuk bagi memastikan urusan perkhidmatan pelanggan berjalan lancar sepanjang masa.
- (b) menyemak dan menganalisis rekod transaksi pelanggan organisasi masing-masing yang disimpan sama ada secara manual atau dalam sistem komputer berbanding dengan standard perkhidmatan pelanggan yang ditetapkan.
- (c) membuat lawatan pemantauan secara kerap bagi meninjau dan memastikan tahap perkhidmatan pelanggan adalah responsif, cekap dan berkesan serta memenuhi piagam pelanggan yang ditetapkan. Lawatan pemantauan boleh dijalankan oleh Ketua Bahagian atau pegawai penyelia yang dilantik.

### Penilaian Prestasi Perkhidmatan

Penilaian secara berkala ke atas prestasi perkhidmatan utama hendaklah dibuat bagi memastikan keberkesanan penyampaian perkhidmatan seperti mana yang ditetapkan dalam Piagam Pelanggan. Antara kaedah penilaian prestasi yang boleh digunakan adalah seperti berikut:

- (a) menganalisis maklum balas pelanggan.
- (b) melaksanakan *Mystery Shopping*.
- (c) menganalisis dan menilai aduan pelanggan.
- (d) menjalankan kajian kepuasan pelanggan.

**Jadual 1**

Contoh Prestasi Yang  
Boleh Dinilai

Penilaian prestasi ke atas penyampaian perkhidmatan boleh dibuat ke atas petunjuk prestasi seperti mana ciri-ciri kualiti perkhidmatan pelanggan. Antara contoh prestasi yang boleh dinilai adalah seperti jadual di bawah.

Ciri Kualiti	Prestasi Yang Boleh Dinilai
<b>Kebolehpercayaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kaunter dibuka tepat pada waktunya</li> <li>Gangguan perkhidmatan</li> </ul>
<b>Responsif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Panggilan telefon dijawab dalam tempoh 10 saat</li> <li>Panggilan telefon yang tidak dijawab</li> </ul>
<b>Menepati masa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Masa menunggu untuk mendapat layanan berbanding standard</li> <li>Masa menunggu untuk mendapat perkhidmatan berbanding standard</li> </ul>
<b>Mudah diperolehi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pelbagai saluran perkhidmatan disediakan</li> <li>Perkhidmatan diberi dalam satu transaksi</li> </ul>
<b>Mudah difahami</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Panduan perkhidmatan jelas dan mudah difahami</li> <li>Borang permohonan yang ringkas dan mudah diisi</li> </ul>
<b>Kompeten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menyampaikan perkhidmatan dengan tepat</li> <li>Menyelesaikan masalah pada kali pertama ia dibangkitkan</li> </ul>
<b>Mesra dan adil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memberi perkhidmatan dengan senyuman</li> <li>Memberi perkhidmatan yang sama rata tanpa mengira pangkat</li> </ul>
<b>Persekitaran kondusif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tempat menunggu yang selesa</li> <li>Menyediakan kemudahan awam</li> </ul>

**Laporan penilaian prestasi hendaklah dibentangkan sekurang-kurangnya empat kali setahun**

### Mekanisme Pelaporan

Laporan mengenai penilaian prestasi perlu dibentangkan dalam mesyuarat pengurusan atau jawatankuasa-jawatankuasa yang berkaitan di organisasi masing-masing sekurang-kurangnya empat kali setahun. Ini adalah untuk membolehkan tindakan sewajarnya dapat diambil bagi memastikan usaha penambahbaikan berterusan dapat dilaksanakan. Laporan penilaian prestasi perkhidmatan pelanggan ini hendaklah didokumenkan untuk rujukan pihak yang berkenaan.

## PANDUAN *MYSTERY SHOPPING*

*Mystery Shopping* merupakan salah satu kaedah yang digunakan untuk mengukur prestasi penyampaian perkhidmatan.

### Definisi

*Mystery Shopping* adalah satu kaedah penilaian prestasi perkhidmatan berdasarkan perspektif pelanggan di mana satu kumpulan atau seorang individu dilantik sebagai pelanggan oleh organisasi tertentu untuk mendapat perkhidmatan dari bahagian atau jabatan di bawahnya atau organisasi lain.

### Tujuan *Mystery Shopping*

*Mystery Shopping* bertujuan untuk membuat penilaian ke atas standard kualiti perkhidmatan sesebuah organisasi dari perspektif pelanggan. Ia dilaksanakan secara mengejut tanpa memaklumkan tarikh sebenar kepada organisasi yang terlibat dan penilaian ke atas tahap penyampaian perkhidmatan boleh dibuat ke atas semua saluran perkhidmatan yang ditawarkan. Kaedah ini memberi peluang kepada organisasi untuk mendapat maklum balas menerusi pengalaman sebenar bagaimana sesuatu perkhidmatan disampaikan kepada seorang pelanggan.

### Pelantikan *Mystery Shoppers*

Mereka yang dilantik untuk tujuan *Mystery Shopping* boleh terdiri daripada kalangan orang luar atau kakitangan dalaman organisasi dengan syarat tujuan sebenar *Mystery Shoppers* tidak diketahui oleh pihak yang dinilai.

### Pelaksanaan *Mystery Shopping*

Langkah-langkah untuk melaksanakan *Mystery Shopping* adalah seperti berikut:

#### (a) Menetapkan objektif

Objektif untuk melaksanakan *Mystery Shopping* hendaklah ditetapkan dengan jelas supaya program

### ***Mystery Shopping***

satu kaedah penilaian prestasi perkhidmatan berdasarkan perspektif pelanggan di mana satu kumpulan atau seorang individu dilantik sebagai pelanggan oleh organisasi tertentu untuk mendapat perkhidmatan dari bahagian atau jabatan di bawahnya atau organisasi lain





tindakan dapat dirangka bagi menilai prestasi perkhidmatan. Antara objektif penilaian *Mystery Shopping* adalah seperti perkhidmatan yang mesra pelanggan, perkhidmatan yang menepati piagam pelanggan, keberkesanan latihan yang diadakan dan lain-lain.

(b) Merangka soalan, senarai semak dan pelan tindakan

Borang penilaian atau soal selidik atau senarai semak hendaklah dirangka dengan baik supaya data dan maklumat yang ingin diperoleh dalam *Mystery Shopping* dapat di kumpul dengan tepat. Contoh maklumat mengenai pengalaman sebenar pelanggan yang boleh diperoleh ialah seperti:

- (i) layanan mesra.
- (ii) perkhidmatan yang cepat dan tepat.
- (iii) masa menunggu untuk mendapat perkhidmatan.
- (iv) kakitangan yang berpengetahuan dan kompeten.

(c) Melantik *Mystery Shoppers* yang sesuai

Walaupun setiap individu layak dilantik sebagai *mystery shopper*, tetapi adalah lebih baik pemilihannya dibuat dari kalangan individu yang mempunyai ciri-ciri bersesuaian dengan objektif penilaian. Contohnya, untuk menilai tahap perkhidmatan kaunter Pihak Berkuasa Tempatan (PBT), *Mystery Shoppers* yang dilantik mestilah dari kalangan mereka yang pernah berurusan dengan PBT.

(d) Mengumpul data

*Mystery Shoppers* perlu memahami senario perkhidmatan yang akan dinilai dan dibekalkan dengan garis panduan bertulis yang jelas sebagai rujukan. Seterusnya mereka akan mendapatkan perkhidmatan dari organisasi yang berkaitan melalui pelbagai saluran perkhidmatan yang disediakan.

(e) Membuat analisis dan melaporkan penemuan

Data yang di kumpul oleh *Mystery Shoppers* akan dianalisis oleh organisasi yang berkenaan. Laporan

penemuan hendaklah disediakan supaya usaha penambahbaikan dapat diambil.

Organisasi yang melaksanakan *Mystery Shopping* hendaklah terlebih dahulu menghebahkan kepada jabatan dan agensi di bawahnya tentang dasar pelaksanaan *Mystery Shopping* sebagai satu kaedah penilaian prestasi sistem penyampaian perkhidmatan. Ini bertujuan untuk memastikan semua pegawai dan kakitangan organisasi berkenaan sentiasa memberi tahap perkhidmatan yang terbaik dan memenuhi standard kualiti yang ditetapkan sepanjang masa.

## Budaya Berteraskan Perkhidmatan Pelanggan

Penerapan budaya berteraskan perkhidmatan pelanggan secara menyeluruh di semua lapisan dalam organisasi akan menyumbang kepada Pengurusan Perhubungan Pelanggan yang cekap dan berkesan.

Semua organisasi hendaklah berusaha untuk meningkatkan kualiti perkhidmatan pelanggan dengan menerapkan budaya berteraskan perkhidmatan pelanggan dalam organisasi masing-masing. Dua aspek berikut perlu diberi perhatian dalam merealisasikan usaha ini:

- Latihan
- Perkongsian pengetahuan dan maklumat

### Latihan

Penguatan budaya berteraskan perkhidmatan pelanggan melalui pembangunan kompetensi pegawai dan kakitangan terutama sekali petugas barisan hadapan perlu ditingkatkan menerusi latihan kemahiran secara berterusan. Latihan perlu memberi penekanan dalam aspek peningkatan kompetensi supaya mereka dapat melaksanakan tugas dengan lebih responsif dan profesional.

Tumpuan hendaklah diberi kepada aspek-aspek latihan berikut:

- (a) kemahiran komunikasi dan hubungan pelanggan yang berkesan.



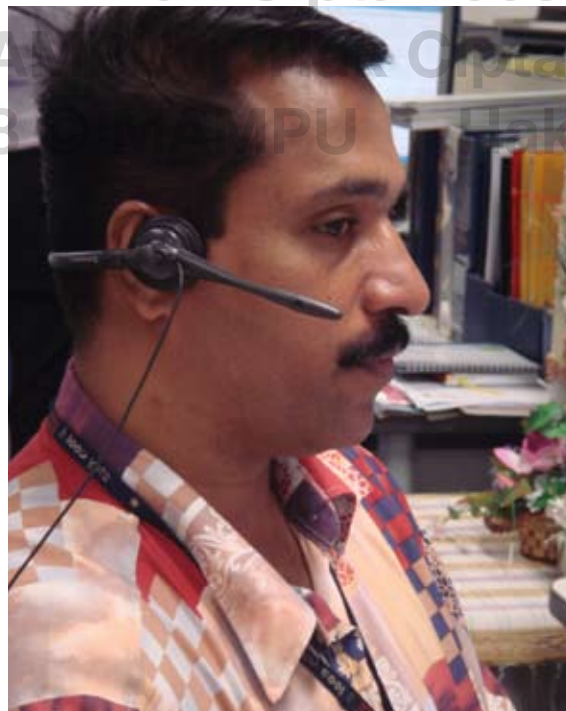
- (b) pembangunan diri yang meliputi pembentukan sikap dan kecemerlangan kerja, motivasi, keterampilan, pengurusan emosi serta ketahanan mental.

### Perkongsian pengetahuan dan maklumat

Budaya berteraskan perkhidmatan pelanggan turut merangkumi perkongsian pengetahuan dan maklumat mengenai pengurusan perhubungan pelanggan. Ia perlu diterapkan secara menyeluruh di organisasi masing-masing supaya ia dapat dihayati oleh semua peringkat pegawai/kakitangan, seterusnya memastikan perkhidmatan dapat disampaikan dengan berkesan.



Selain daripada itu, pangkalan data yang menyimpan maklumat dan rekod urusan perkhidmatan pelanggan juga perlu diwujudkan bagi memantapkan lagi pengurusan perhubungan pelanggan. Ini adalah untuk membolehkan penambahbaikan berterusan ke atas penyampaian perkhidmatan yang *customer centric* dapat dilaksanakan. Pangkalan data ini hendaklah dikongsi bersama oleh semua bahagian dalam organisasi memandangkan komitmen perkhidmatan pelanggan yang cemerlang adalah tanggungjawab keseluruhan organisasi dan bukan terhad kepada petugas barisan hadapan sahaja.







## PENUTUP

Perhubungan pelanggan perlu diurus secara menyeluruh dan bersepadu sebagai langkah ke arah memenuhi kehendak dan keperluan pelanggan. Panduan Pengurusan Perhubungan Pelanggan ini menjelaskan ciri-ciri kualiti perkhidmatan pelanggan serta memperincikan langkah-langkah yang perlu dilaksanakan di bawah lima teras pengurusan perhubungan pelanggan bagi membantu organisasi memantapkan pengurusan perhubungan pelanggan masing-masing.

Panduan ini menekankan bahawa penglibatan pelanggan sebagai golongan yang menerima perkhidmatan menjadi faktor utama dalam mencorakkan bentuk, kaedah dan tahap penyampaian perkhidmatan organisasi. Di samping itu, pengurusan prestasi perkhidmatan pelanggan pula merupakan komponen penting bagi memastikan perkhidmatan terbaik disampaikan kepada pelanggan secara konsisten dan sejajar dengan pendekatan *delighting the customer*.







Unit Pemodenan Tadbiran dan Perancangan Pengurusan Malaysia  
Jabatan Perdana Menteri  
Aras 6, Blok B2, Kompleks Jabatan Perdana Menteri  
Pusat Pentadbiran Kerajaan Persekutuan  
62502 Putrajaya

Tel : 03 8888 1199 Faks : 03 8888 3721  
Laman web : [www.mampu.gov.my](http://www.mampu.gov.my)