

برنامه استراتژیک

مقدمه

امروزه تمام نظامهای اجتماعی بدون استثناء تحت تأثیر شدید تغییرات محیطی قرار گیرند هرگونه وقایع سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و تحولات تکنولوژیکی و پیشرفت علمی در عرصه های مختلف، سیستمهای دولتی و به تبع آن سیستم های فرعی را در تمام عرصه ها و فعالیتهای گوناگون متأثر می سازد این تغییرات که روز به روز به سرعت و حجم آن افزوده می شود. بدون شک آثار غیرقابل تردیدی بر عملیات سازمانها و دستگاههای دولتی خواهد گذاشت. با این تحولات در عرصه فن آوری و پیچیدگی جوامع و افزایش روبه رشد تقاضا و توقع مردم نسبت به ارائه خدمات مطلوب و توسعه اطلاعات و ارتباطات دیگر نمی توان در قالب روش ها و تکنیکهای گذشته پاسخ گوی نیازها و تقاضاهای جدید بود به همین دلیل مسلح شدن به بیش متناسب با شرایط جدید و شروع تفکر استراتژیک نسبت به وقایع و در پهنای آن ایجاد بستری جهت برنامه ریزی استراتژیک و انتخاب استراتژیهای کارساز و تلاش در جهت اجرای آن و بطور کلی اعمال مدیریت استراتژیک شاید بتوان فاصله عقب ماندگی از غافلگی حرکت را اندکی کوتاه نماید.

مدیریت آمار و اطلاع رسانی پزشکی با چنین رویکردی نسبت به شرایط محیطی و داخلی و به توصیه ریاست محترم دانشگاه اقدام به تدوین برنامه استراتژیک خود نمود تا از این رهگذر بتوانند همواره با آمادگی بیشتر با مسائل و مشکلات محیطی مواجه گردد و سناریوهای مختلفی را در پاسخ به شرایط انتخاب نماید.

دوره زمانی (Time Period)

این برنامه استراتژیک در سال ۱۳۸۷ و با چشم انداز ۳ ساله تهیه گردیده است.

چشم انداز (Vision)

تبدیل شرکت فناوری های راهبردی آریاز به عنوان قطب مشاوره، فروش و اجرای پروژه در زمینه فناوری های نوین جهانی در سطح خاورمیانه.

ماموریت (Mission)

شرکت فناوری های راهبردی آریاز به عنوان یک شرکت خصوصی و در جهت فعالیت در عرصه فناوری های نوین جهانی به ویژه در حوزه برق و IT و در زمینه های مشاوره، آموزش، فروش، اجرای پروژه و تولید تاسیس گردیده است. خدمات شرکت بدون حد و مرز به کلیه بخش های مختلف جامعه همانند سازمان ها و ارگان های دولتی، شرکت های خصوصی، کارخانه ها و واحدهای تولیدی، مراکز بهداشتی و درمانی، مراکز آموزشی، مراکز نظامی و مردم عادی در حوزه جغرافیایی خاورمیانه، با بالاترین کیفیت ارائه می گردد.

ارزش ها (Values)

- بیان حقیقت. تمامی تلاش، برنامه ریزی ها، تبلیغات، جلسات، سمینارها و ... در شرکت فناوری های راهبردی آریاز، مبتنی بر بیان واقعیت بدون اضافه و یا کم کردن مطالبی به اصل وجودی آن می باشد.

تولید مشتری وفادار. تمامی فعالیت های صورت گرفته در شرکت نه در جهت جذب مشتری، بلکه در راستای به وجود آوردن مشتریان وفادار به شرکت می باشد. لذا مواردی همچون کیفیت، توجه به ذات اصیل انسانی، رضایت مشتری و موارد بسیار دیگر در این حوزه رعایت می گردد تا مشتریانی وفادار به وجود آیند.

- اطلاع رسانی بدون حد و مرز و به روز. تمامی پرسنل شرکت موظف می باشند کلیه اطلاعات فنی، تجاری و مشاوره ای موجود در شرکت را بدون در نظر گرفتن میزان قطعیت مشتری و به صورت رایگان در اختیار تمامی مراجعه کنندگان و درخواست کنندگان قرار دهند و در صورت لزوم جلساتی را به صورت رایگان برگزار نمایند. بدیهی است تمامی این خدمات برای مراجعه کنندگان تعهدی به همراه نخواهد داشت.

- بالاترین حد کیفیت. تمامی فرآیندهای فنی و غیر فنی شرکت بر اساس استانداردها و به گونه ای شکل گرفته است که مشتری هرگونه خدمات و یا محصول مورد نیاز خود را با بالاترین حد کیفیت دریافت نماید.
- ارائه محصول و خدمات فنی بر اساس آخرین فناوری های جهانی. یکی از نقاط قوت شرکت، انتخاب و ارائه محصولات و ارتقای خدمات فنی بر اساس آخرین تحولات فنی در عرصه جهانی می باشد تا مشتریان همیشه مطمئن باشند راه حل ارائه شده دارای بالاترین استاندارد و در لبه توسعه فناوری تجاری، در عرصه جهانی است.
- همکاری با بهترین ها. تمامی تلاش آن است که در جهت تهیه کالا، نمایندگی و همکاری فنی با شرکت های مادر، آنهایی مورد توجه قرار گیرند که در زمینه کاری خود از جنبه های مختلف جزو برترین ها محسوب می گردند. در زمینه پرسنل و نمایندگان شرکت نیز این وسواس وجود دارد و این برتری همکاران مجموعه به صورت مداوم پایش و در صورت لزوم در انتخاب های صورت گرفته اصلاح صورت می پذیرد.

اهداف (Goals)

۱. همکاری با شرکت های معتبر جهانی در عرصه فروش کالا و ارائه خدمات فنی
۲. همکاری با شرکت های معتبر ایرانی در عرصه فروش کالا و ارائه خدمات فنی
۳. تولید و مونتاژ کالاهای با فناوری پیشرفته در داخل کشور
۴. تبدیل شدن به قطب فروش مجدد کالا در خاورمیانه
۵. انجام کلیه فرآیندها بر اساس استانداردهای جهانی
۶. پیاده سازی سیستم رضایت مشتری پیوسته
۷. پیاده سازی سیستم مدیریت غیر متمرکز
۸. به وجود آوردن قابلیت انعطاف در زمینه های کاری و نحوه فعالیت
۹. به وجود آوردن شبکه ای از منابع و مصرف کنندگان در سراسر خاورمیانه به صورت توزیع شده و غیر متمرکز.
۱۰. ایجاد بانک اطلاعاتی مشاوره ای در زمینه های فعالیت شرکت
۱۱. تبدیل شدن به قطب مشاوره فناوری های نوین در عرصه خاورمیانه
۱۲. تبدیل شدن به قطب اجرای پروژه های فنی مرتبط با زمینه کاری شرکت در عرصه خاورمیانه
۱۳. ایجاد سیستم اطلاع رسانی منظم در عرصه جهانی
۱۴. نشر دستاوردها در کنفرانس ها و مجلات معتبر داخلی و خارجی
۱۵. دستیابی به ضریب رشد سودآوری سالانه 30%
۱۶. ورود به عرصه های جدیدی همانند ارائه خدمات مدیریتی، کیفیت، برنامه ریزی و تبلیغات
۱۷. برگزاری سمینارها
۱۸. برگزاری دوره های آموزشی

استراتژی ها (Strategies)

۱. برقراری ارتباط با شرکت های معتبر بین المللی به صورت مستقیم
۲. حضور در نمایشگاههای معتبر بین المللی مرتبط
۳. سفر به کشورهای همانند آسیای شرقی، اروپا
۴. ارتباط و عقد قرارداد نمایندگی با شرکت های معتبر ایرانی
۵. برقراری ارتباط نزدیک با افراد شاخص فنی و مدیریتی در سطح ایران
۶. برقراری ارتباط مستقیم با وزارت خانه ها و سازمان های دولتی در تهران و سراسر ایران
۷. برقراری ارتباط مستقیم با واحدهای صنعتی سراسر ایران
۸. برقراری ارتباط مستقیم با واحدها و خوشه های صنعتی بزرگ در سراسر ایران همانند عسلویه، نیروگاهها، پتروشیمی ها و ...
۹. اعطای نمایندگی در سراسر ایران
۱۰. برگزاری سمینارهای تخصصی در سراسر ایران

۱۱. برگزاری دوره های آموزشی در سراسر ایران
۱۲. ارتباط با انجمن ها و اتحادیه های مهم در سطح ایران
۱۳. انعقاد قرارداد همکاری متقابل با سازمان ها و انجمن های مهم
۱۴. شرکت در نمایشگاههای مختلف در سطح ایران
۱۵. تبلیغات اینترنتی وسیع
۱۶. ساخت یک وب سایت قوی با امکانات گوناگون
۱۷. منتشر نمودن مقالات به صورت پیوسته در نشریات مختلف کشور
۱۸. منتشر نمودن مقالات در کنفرانس های داخلی و خارجی
۱۹. راه اندازی یک سیستم SMS
۲۰. راه اندازی یک خبرنامه الکترونیک
۲۱. ارائه مشاوره رایگان به سازمان ها و شرکت های خصوصی
۲۲. تهیه طرح های جامع
۲۳. استفاده از بازاریاب ها و سیستم بازاریابی نوین
۲۴. استقرار سیستم مدیریت کیفیت در داخل شرکت
۲۵. استقرار سیستم مدیریت پروژه در داخل شرکت
۲۶. استقرار سیستم مدیریت فروش و بازرگانی در داخل شرکت
۲۷. استقرار سیستم مدیریت پروپوزال در داخل شرکت
۲۸. استقرار سیستم مدیریت دانش در داخل شرکت
۲۹. استقرار سیستم مدیریت مشتری در داخل شرکت
۳۰. استقرار سیستم مدیریت منابع انسانی در داخل شرکت
۳۱. استقرار سیستم مدیریت منابع مالی در داخل شرکت
۳۲. راه اندازی انجمن مشتریان شرکت
۳۳. انعقاد قرارداد های مشاوره ای با مدیران و سازمان های مختلف