

رئیس پژوهشگاه و شبکه آزمایشگاهی دانشگاه آزاد اسلامی:

بازاریابی محصولات آزمایشگاهی و کارگاهی دانشگاه آزاد تسهیل می‌شود

رئیس پژوهشگاه و شبکه آزمایشگاهی دانشگاه آزاد اسلامی گفت: دستورالعمل تسهیل و تسریع فرآیندها به منظور بازاریابی در فروش محصولات، ارائه خدمات آزمایشگاهی و کارگاهی، مشخص کردن خط مشی اصلی و ایجاد وحدت رویه به کلیه واحدهای دانشگاهی ابلاغ شده است.

بابک نگاهداری رئیس پژوهشگاه و شبکه آزمایشگاهی دانشگاه آزاد اسلامی در گفت‌وگو با خبرنگار گروه دانشگاه ایسکانیوز، درباره اهداف صدور دستورالعمل بازاریابی محصولات و خدمات آزمایشگاهی و کارگاهی دانشگاه آزاد اسلامی گفت: با توجه به رویکرد دانشگاه آزاد اسلامی به هدایت فعالیت‌های پژوهشی به سمت انجام پژوهش‌های اثربخش، کاربردی و لزوم افزایش درآمدهای غیرشهریه‌ای از محل فعالیت‌های شبکه آزمایشگاهی و تحقیقاتی به عنوان یکی از بزرگترین زیرساخت‌های علمی و پژوهشی کشور، دستورالعمل بازاریابی محصولات و خدمات آزمایشگاهی و کارگاهی با اهداف ایجاد فضای جذب مشتری جهت درآمدزایی از آزمایشگاه‌ها و کارگاه‌ها؛ توسعه سهم بازار خدمات آزمایشگاهی؛ تسهیل و تسریع فرآیندهای شناخت بازار و ارائه خدمات تخصصی آزمایشگاهی و کارگاهی در سطح کشور؛ توانمندسازی نیروی انسانی، شناسایی افراد خلاق و کارآفرین به منظور توسعه سهم بازار تدوین و ابلاغ شده است.

وی تشریح کرد: در دستورالعمل بازاریابی محصولات و خدمات آزمایشگاهی و کارگاهی دانشگاه آزاد اسلامی، مسئولیت‌ها و اقدامات حوزه بازاریابی در چهار سطح شناخت بازار، قیمت‌گذاری محصولات و خدمات، ارزشیابی فرآیندهای بازاریابی در حین اجرا و نظارت بر اجرای صحیح و به هنگام دستورالعمل‌ها و اصلاح فرآیندها تعریف شده است.

رئیس پژوهشگاه و شبکه آزمایشگاهی دانشگاه آزاد اسلامی خاطرنشان کرد: اجرای فرآیند بازاریابی در قالب فازهای مختلف و در سطح واحد دانشگاهی، مرکز خدمات استان و پژوهشگاه انجام می‌شود که فرآیند اجرایی آن شامل فاز مطالعاتی، برنامه‌ریزی، اجرا، ارزشیابی و گزارش‌گیری می‌شود.

نگاهداری یادآور شد: در فاز مطالعاتی، رئیس اداره با مدیر آزمایشگاه واحد ظرف مدت سه ماه نسبت به تهیه طرح کسب و کار و مشخص کردن استراتژی و برنامه زمانی کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت اقدام می‌کند. در بخش برنامه‌ریزی، رئیس اداره یا مدیر آزمایشگاه واحد دانشگاهی پس از تایید طرح کسب و کار بازاریابی توسط مرکز خدمات استان نسبت به تهیه برنامه عملیاتی یک ساله اقدام می‌کند.

وی در ادامه تصریح کرد: در بخش فاز اجرایی هم واحد دانشگاهی موظف به رعایت کلیه فرآیندها و بازه‌های زمانی و اداری مالی مندرج در برنامه راهبردی خود بوده و نسبت به انجام بازاریابی و اخذ باز خورد به صورت ماهیانه اقدام می‌کند. فاز ارزشیابی هم در دو سطح حین اجرا (ماهانه و فصلی) و سالیانه انجام خواهد گرفت. در بخش گزارش‌گیری هم پژوهشگاه و شبکه آزمایشگاهی دانشگاه نسبت به تجمیع گزارش‌ها اقدام خواهد کرد.

رئیس پژوهشگاه و شبکه آزمایشگاهی دانشگاه آزاد اسلامی تاکید کرد: علاوه بر اجرای فرآیند بازاریابی در قالب فازهای مختلف در محل پژوهشگاه، بازخورد فرآیندها بررسی شده است و در صورت نیاز این فرآیندها بازنگری خواهد شد. توجه ویژه به امر تبلیغات نیز از جمله

موارد مهم شیوه‌نامه بوده به طوری که ردیف‌های هزینه‌ای مشخصی برای این امر دیده شده است. ضوابط و مقررات مالی از جمله مرکز درآمدها و هزینه‌ها نیز در این دستورالعمل تشریح شده است.

نگاهداری در پایان تاکید کرد: توجه ویژه به فعالیت‌های بازاریابی در فروش محصولات و ارائه خدمات آزمایشگاهی و کارگاهی توسط واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی می‌تواند منجر به افزایش سهم درآمدهای غیرشهریه‌ای شده و این دستورالعمل به منظور تسهیل و تسریع فرآیندها و مشخص کردن خط مشی اصلی و ایجاد وحدت رویه در واحدهای دانشگاهی درخصوص بازاریابی محصولات و خدمات آزمایشگاهی و کارگاهی ابلاغ شده است.

انتهای پیام/