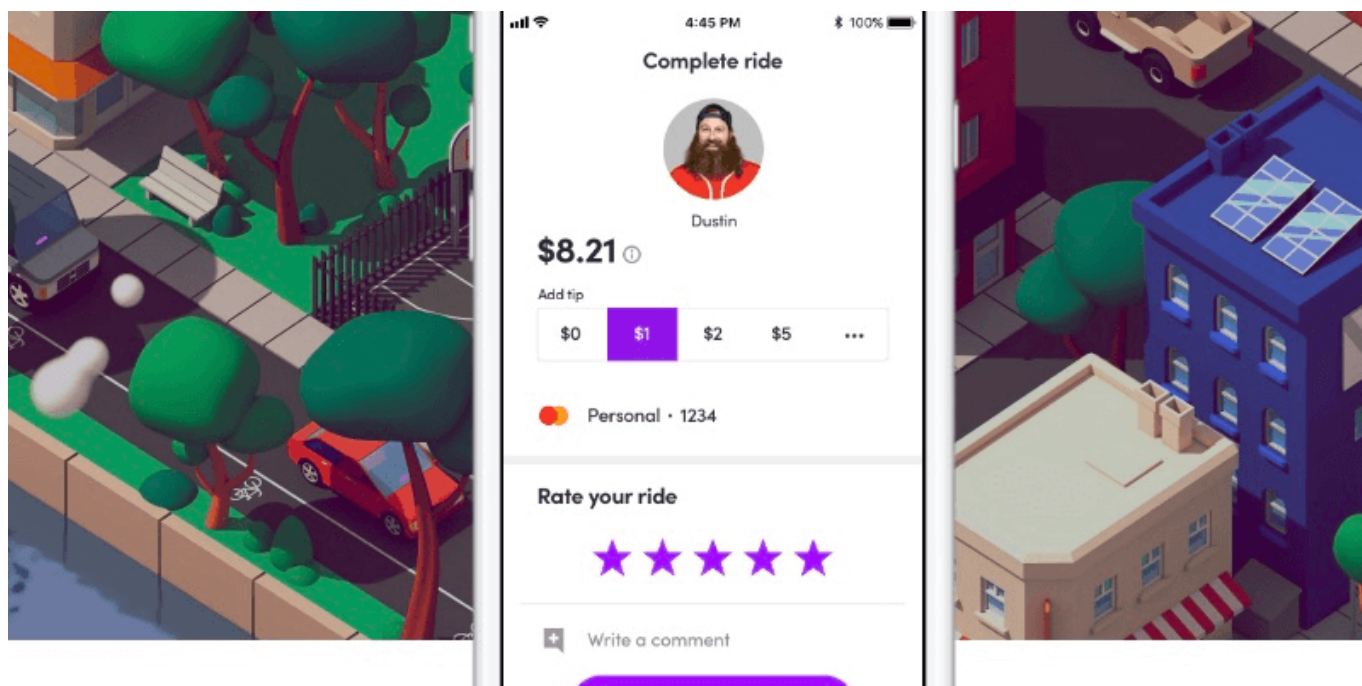


# اسنپ از اهمیت امتیازدهی مسافران به رانندگان در سفرها می‌گوید - دیجیاتو

آرش پارساپور | چهارشنبه، ۳۰ بهمن ۱۳۹۸

سامانه اسنپ اعلام کرده که بیش از نیمی از سفرهای انجام شده در این سامانه فاقد امتیازدهی مشتریان هستند و با ذکر این نکته که مشارکت هر چه بیشتر کاربران در این سرویس امتیازدهی می‌تواند به بهبود خدمات سفرها کمک کند تاکید کرده که این امتیازها راهنمای تیم پشتیبانی مسافری خواهند بود.

ایده اولیه امتیازدهی به سفر در سرویس‌های حمل‌ونقل اینترنتی به منظور افزایش کیفیت سفر و رضایت مسافران ایجاد شد. روند امتیازدهی مسافران و اعطای ستاره (از یک تا پنج ستاره) به کیفیت هر سفر و انتخاب نقاط قوت و ضعف سفر، به کارشناسان پشتیبانی کمک می‌کند تا سفرها را بهتر ارزیابی کنند. کارشناسان مرکز تماس و پشتیبانی در این سامانه‌های حمل و نقل اینترنتی می‌توانند با تمرکز روی نقاط مثبت و منفی که کاربران به آنها اشاره می‌کنند، کیفیت سفرهای آتی را بهبود ببخشند اما آنطور که اسنپ گزارش می‌دهد، کاربران آنچنان که باید به این روند امتیاز دهی توجه نشان نمی‌دهند و آن را آنطور که باید، پراهمیت نمی‌بینند.

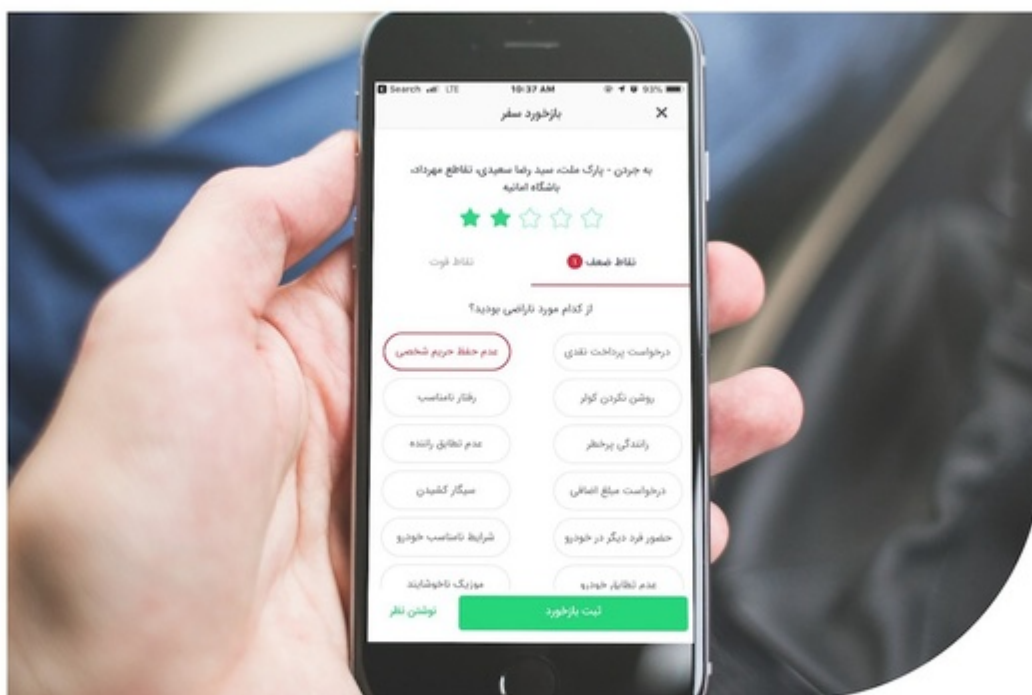


برعکس آنچه که در ایران جریان دارد، موضوع امتیاز دهی به سفرها در بین سرویس‌های حمل و نقل آنلاین جهانی در بین کاربران آنها بسیار پر اهمیت است. همینطور باید گفت سیستم

امتیازدهی سفر در اغلب سرویس‌های دنیا مانند اوبر و لیفت دوطرفه است و راننده‌ها هم به همین منوال به رفتار مسافر خود امتیاز می‌دهند، اما با توجه به این‌که اساساً مسئولیت هر سفری در نهایت به عهده راننده است، امتیازدهی مسافر اهمیت بیشتری دارد.

آن‌طور که به تازگی گاردین در یکی از شماره‌های اخیر خود می‌نویسد، امتیازدهی کاربران، یکی از مهم‌ترین شیوه‌های ارزیابی نحوه خدمت‌رسانی هر کسب‌وکاری حضور فعال مشتریان در نظرسنجی‌هاست. این یک روش معمول در سراسر دنیا است که برندهای بزرگ و شناخته شده از آن استفاده می‌کنند. نظرسنجی درباره کیفیت خدمت‌رسانی معمولاً به روش‌های مختلفی از جمله پیامکی، تلفنی، پرسش‌نامه‌ای و غیره انجام می‌شود. نتیجه مطالعات نشان می‌دهد هر چقدر مشتریان یک کسب‌وکار بیشتر در سیستم نظرسنجی مشارکت داشته باشند، کیفیت خدمت‌رسانی بهتر و کارآمدتر است.

اما وضعیت در ایران چطور است؟ آن‌طور که تیم کنترل کیفی اسنپ می‌گوید، در حال حاضر به ۴۳ درصد سفرهای این سامانه امتیاز داده می‌شود و از این میزان برای حدود ۲ درصد سفرها بازخورد منفی ثبت می‌شود. با توجه به این‌که روزانه چیزی حدود ۲ میلیون سفر با اسنپ در سراسر ایران انجام می‌شود، این میزان مشارکت کم به نظر می‌رسد.



**Snapp!**

آن‌طور که آمار رسیده از تیم کنترل کیفی اسنپ نشان می‌دهد، مسافرانی که در قشم از سرویس اسنپ استفاده می‌کنند، بیشتر از ساکنان شهرهای دیگر به سفرهایشان امتیاز می‌دهند و

بازخوردهای مثبت و منفی‌شان را ثبت می‌کنند. بعد از ساکنان قشم، مشتریان شهرهای یاسوج، ارومیه و اصفهان بیشترین مشارکت را در سیستم امتیازدهی بعد از سفر اسنپ دارند و درست در نقطه مقابل این‌ها مسافران اسنپ در شهرهای بوشهر، کرمان و اراک به ترتیب کمتر از مشتریان دیگر شهرها به سفرهای خود امتیاز می‌دهند و بازخوردهای‌شان را ثبت می‌کنند. این اما کمترین کاری است که مصرف‌کنندگان یک خدمت می‌توانند در حق خودشان انجام دهند؛ این‌که با امتیازدهی و ثبت نظرهای مثبت و منفی خود در مسیر بهبود خدمت‌رسانی امکانی که از آن استفاده می‌کنند مشارکت کنند.

به گفته تیم کنترل کیفی اسنپ، امتیازی که مسافران به سفر خود می‌دهند و نقاط ضعف و قوتی که در بخش بازخورد سفر انتخاب می‌کنند، هر هفته بررسی می‌شود. همچنین تیم پشتیبانی اسنپ، هر نکته‌ای را که مسافران در بخش «نوشتن نظر» می‌نویسند، در عرض ۲۴ ساعت پیگیری می‌کنند. در موارد خاص، نتیجه این پیگیری‌ها از طریق پیامک یا تماس تلفنی به مسافر اطلاع داده می‌شود.

[دیجیاتو](#)