

תחרות המי"ל  
מצוינות בשירות  
והוית לקוח

תחרות המי"ל  
מצוינות בשירות  
והוית לקוח

# תחרות המי"ל למצוינות בשירות והוית לקוח 2024

ללמוד.  
לדעת.  
לנהל.

**המי"ל**  
המרכז הישראלי לניהול

**SD.**  
Research  
Data  
Results

לפרטים והרשמה:  
גלי שרי - מנהלת המי"ל | 052-2775503 | [gali@hamil.co.il](mailto:gali@hamil.co.il)





סיום הרשמה והגשת עבודות	04.06.2024
הגשת ממצאי סקר	09.06.2024
פרסום מועמדים בחלוקה לקטגוריות	10.06.2024
תחילת שיפוט שלב א'	16.06.2024
סיום שיפוט שלב א'	04.07.2024
הכרזה על העולים לגמר	14.07.2024
שיפוט שלב ב' - מועדי פרזנטציות	22-25.07.2024
הכרזה על הזוכים במסגרת <b>כנס שירות וחווית לקוח 2024</b>	<b>ספטמבר 2024</b>

\*\*להמי"ל הסמכות לשנות מועדים, על פי שיקול דעתו.



"The key is to set realistic customer expectations, and then not to just meet them, but to exceed them – preferably in unexpected and helpful ways." Sir Richard Branson

## חזון התחרות

יצירת תחרות הוגנת, שקופה ובעלת שם שמטרתה לקדם את תחום השירות וחווית הלקוח בשוק הישראלי ולהעניק הכרה והוקרה לעוסקים במלאכה.

## על התחרות בקצרה

### מה התחרות בוחנת ?

כל ארגון בתחרות נמדד ביחס לעצמו. כלומר, התחרות בוחנת את קפיצת המדרגה שעשה הארגון ביחס לאותו המהלך: מה הייתה נקודת המוצא והיכן נמצא הארגון / כיצד נראית חווית הלקוח לאחר המהלך.



### מי יכול לגשת לתחרות ?

כל ארגון, גדול וקטן, אשר הוביל מהלך לשיפור השירות וחווית הלקוח בחמש השנים האחרונות. לתחרות ניתן להגיש מהלכים אשר השפיעו על לפחות 20% מקהל הלקוחות/עובדים.



### בקצרה, מה נדרש מכם כדי להשתתף ?

1. כתיבת **שאלון מועמד על פי הפורמט המצורף** המתאר את המהלך – הרקע, המטרות, תיאור המהלך והתוצאות.
2. העברת **רשימת לקוחות** לטובת סקר שיבוצע ע"י חברת SQ (פירוט מלא בהמשך התקנון)
3. במידה ועליתם לגמר – העברת **פרזנטציה** בת 15 דקות בפני פאנל השופטים בתחרות (ייתכן והפרזנטציה תיערך ב-ZOOM)



### איזה מהלכים ניתן להגיש לתחרות ?

אופי המהלכים המוגשים לתחרות יכולים להיות מהלכים ארוכים בעלי השפעה אסטרטגית רחבה על הארגון – מצד אחד, או מהלכים נקודתיים המשפרים את השירות וחווית הלקוח באחת מנקודות הממשק מול הלקוחות – מצד שני.



**חבר השופטים**

חבר השופטים מונה כ- 70 שופטים בניהם מנכ"לים, סמנכ"לים, נושאי משרה בכירה, אנשי יעוץ ומחקר ואנשי אקדמיה העוסקים בהוראה פעילה במוסדות להשכלה גבוהה.  
 ניגוד עניינים / פסילות שופטים:  
 כל שופט מחויב ליידע את הנהלת התחרות על היכרות עם מי מהמתמודדים וכן על העניין או הקשר שיש לו עם מי מהמתמודדים / או מתחריהם בקטגוריה. בכל חשש של חשש לכאורה או חשש לניגוד עניינים, יפסול עצמו שופט מלתת ניקוד למועמד ו/או לכל מתמודד בקטגוריה, ואם לא יעשה זאת תוכל הנהלת התחרות לעשות זאת.  
 מבלי לפגוע בכל האמור לעיל, בין הסיבות האפשריות לפסילת שופט: מעורבות בעסקי חברה משתתפת או חברה מתחרה, כמנהל או כיועץ בטווח של 5 השנים האחרונות.  
 פסל את עצמו שופט, או נפסל כאמור, או נבצר ממנו לשפוט מכל סיבה שהיא, ימשיך הליך השיפוט להתנהל ולהתקיים עם צוות השופטים שנותרו.  
 לפני שיתחיל השיפוט בתחרות, יוכלו המתמודדים לבחון את רשימת השופטים ולפסול שופט מסוים, תוך פירוט הסיבות לבקשה. להנהלת התחרות שמורה ההחלטה לאשר / לדחות פסילות שופטים לפי הגדרות התקנון.  
 כל החלטה במקרים שלא כוסו על ידי תקנון התחרות, תתקבל ע"י הנהלת התחרות בדיון מיוחד. החלטת הנהלת התחרות תהיה סופית.

**תהליך השיפוט:**

השיפוט יתבצע בשני שלבים:

**שלב א' - הציון לשלב א' יורכב משני פרמטרים:**



**עבודה כתובה - 60% מציון שלב א'**

- נבחרת השופטים תעריך את העבודות באופן עצמאי, בלתי תלוי וללא השוואה לעבודות האחרות בקטגוריה.  
 חבר השופטים ידרג את העבודות לפי המדדים הבאים:
- התאמת המהלך לסביבה העסקית/ארגונית (10%)
  - הגדרות מטרות ויעדים רלוונטיים וישימים (10%)
  - יישום המהלך (30%)
  - חדשנות המהלך ביחס לארגון ולשוק (10%)
  - תוצאות, מידת השיפור והעמידה ביעדים (40%)



**סקר לקוחות - 40% מציון שלב א'**

סקר לקוחות לפי הפירוט בעמודים 6-7



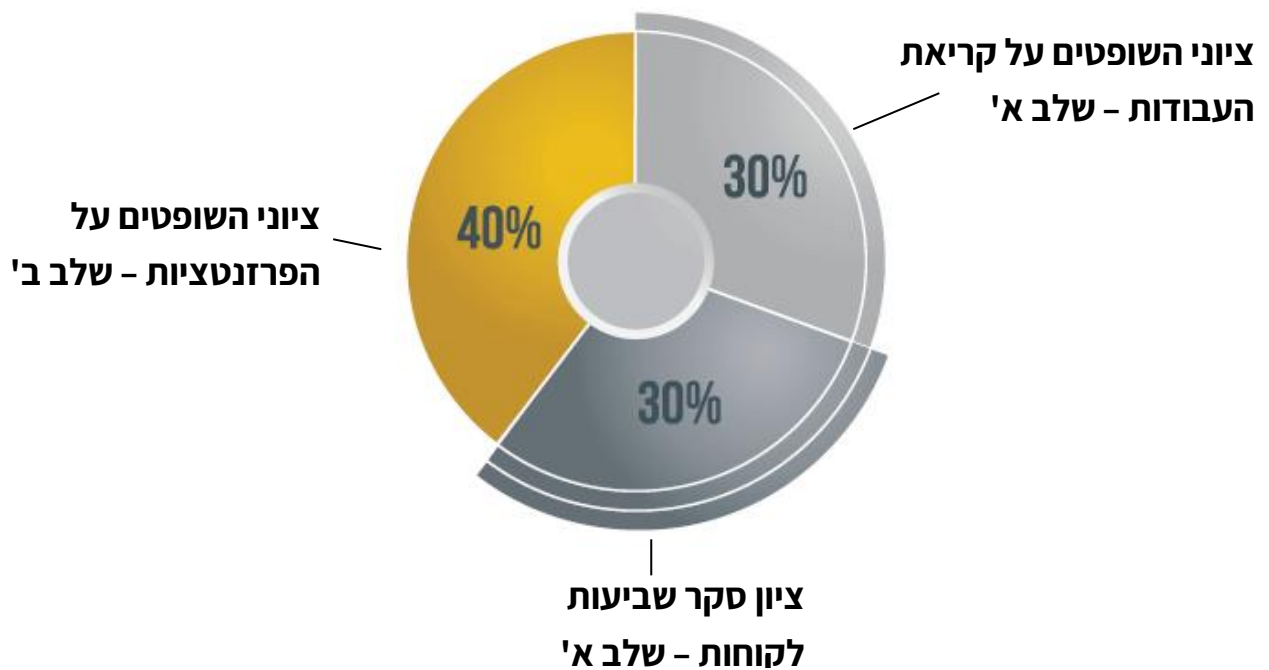
## שלב ב' -

המהלכים שעלו לשלב ב' (שלב הגמר) יזומנו לבצע **הצגה פרונטלית** של המהלך בפני נבחרת השופטים. על כל ארגון להכין מצגת אשר אורכה כ- 15 דקות ולאחריה יוקדשו עוד 10 דקות נוספות לשאלות השופטים.

המטרה של הפרזנטציה היא להוסיף מידע ולספק נקודות מבט ועדויות נוספות בנוסף לעבודה הכתובה – רצוי להזמין לפרזנטציה מנכ"ל שידבר, עובד שיציג את המהלך, לקוח מרוצה ועוד. יתכן ושלב הפרזנטציות יערך ב-ZOOM, בהתאם למצב במשק.

## הציון הסופי -

הציון הסופי יורכב מציוני שני השלבים לפי הפירוט הבא:



## בשלב הגמר :

- ארגונים שיגיעו לציון 85 ומעלה – יהיו זכאים למדליית הזהב
- ארגונים שיגיעו לציון 80-85 – יהיו זכאים למדליית כסף
- ארגונים שיגיעו לציון 75-80 – יהיו זכאים למדליית ארד



## פרטים כלליים

### הסכמת המועמד

עצם הגשת המועמדות מהווה אישור להסכמתו של כל מועמד לכל תנאי התחרות המובאים בתקנון זה. הגשת המועמדות מהווה אישור לפרסום התחרות, התכנים וטקס חלוקת הפרסים בכל מדיה שתיבחר ע"י הנהלת התחרות.

### סודיות

הנהלת התחרות, צוות השופטים ומכון המחקר מתחייבים לשמור בסודיות כל מידע שהתקבל מן המשתתפים במסגרת התחרות.

### פרסום ויח"צ

המי"ל יפרסם את התחרות וידאג לניהול יחסי ציבור סביב התחרות. כל דבר פרסום מטעם הזוכים בתחרות הינו בכפוף לקבלת אישור מוקדם של המי"ל תוך שימוש בשם התחרות ובלוגו. לצורך קידום התחרות והמתמודדים בו, מתבקש כל ארגון המתחרה בתחרות להגיש תקציר עד 80 מילים אודות המהלך + לוגו בפורמט JPEG באיכות גבוהה. בפרסום מודעות הזוכים לאחר התחרות, יש להקפיד לציין את הקטגוריה בה זכה הארגון בתחרות.

### הכרזה על הזוכים בתחרות

טקס הכרזת הזוכים בתחרות והענקת הפרסים יערך במהלך ספטמבר 2024



**קטגוריות התחרות**

את המהלך המוצג יש לשייך לאחת מהקטגוריות הבאות:

**השירות כשותף אסטרטגי**



בקטגוריה זו יוגשו מהלכים מערכתיים ואסטרטגיים באופיים. מהלכים רחבי היקף הנותנים ביטוי לתפקידו של מערך השירות כשותף אסטרטגי/עסקי ויש להם השפעה ארגונית רחבה, לרבות השפעה על התוצאות העסקיות. לדוגמא – מהלכים המבטאים הובלת שינוי ארגוני, עיצוב תרבות ארגונית, הטמעת אסטרטגיה ממוקדת לקוח, החדרה וטיפוח של ערכי השירות בארגון, אמנת שירות ועוד.

**הטכנולוגיה בשירות השירות**



לקטגוריה זו יוגשו מהלכים שעוסקים בשילוב טכנולוגיה ודיגיטל בתהליכי שירות. בין המהלכים שניתן להגיש לקטגוריה: מהלכים המתמקדים בפיתוח ערוצי שירות בדיגיטל באמצעות אתר החברה, בשיפור המענה ברשתות החברתיות, בערוצי Self Service ובאפליקציה. כמו כן, מהלכים של ארגונים שהטמיעו מערכות טכנולוגיות לשיפור חוויית הלקוח, תוך הטמעת המערכת בארגון הן ברמה הפנים ארגונית, הן בהתאמת ובשיפור תהליכי העבודה וכמובן השפעתם על חוויית הלקוח.

**חוויה ושירות לעובד (Employee Experience)**



בקטגוריה זו יוגשו מהלכים שנעשו לפיתוח והעצמת העובד בניהם שימור עובדים, Employee Value Proposition, צמצום תחלופה, תהליכי ההדרכה וההכשרה, שיפור השירות הפנימי בתחום ה-IT, ה-HR ועוד. מהלכים המבטאים תפיסה ארגונית המציגה את העובד במרכז מתוך הכרה כי השירות לעובד משפיע על השירות ללקוח. מהלכים השמים דגש על פיתוח התקשורת הפנים ארגונית כערוץ אפקטיבי לשיפור שביעות רצון העובדים והזדהות עם הארגון, ערכיו ויעדיו.

**פרסונליזציה ובניית מסעות לקוח מותאמים**



בקטגוריה זו יוגשו מהלכים שהתבססו על שימוש בדאטה על מנת לזהות ולאפיין את קהל היעד ולספק לו חוויית לקוח מותאמת ופרסונאלית. השימוש בדאטה יכול להיות בכל אחד מהממשקים המתייחסים לחוויית הלקוח – בתהליכי השירות, במכירה ובשיווק ובבניית מסעות לקוח מותאמים לתהליכים שונים. המהלכים יתבקשו להוכיח שהשימוש ב-Big Data הוביל להבנת לקוחות הארגון על סגיו השונים, שיפור חוויית הלקוח ומסעו ולאופי שבו הלקוח תופס את הארגון וחווה אותו בערוצים השונים.

### פשטות בשירות



בקטגוריה זו יוגשו מהלכים שנעשו על מנת לייצר חווית שירות נגישה, מהירה וקלה ללקוח. ביניהם – צמצום בירוקרטיה בפניות שירות, התייעלות בתהליכי עבודה, קיצור תהליכי שירות ועוד. מהלכים המבטאים ראייה ממוקדת בהנגשת השירות באופן המיטבי ביותר ללקוח תוך איתור נקודות המגע הקריטיות והתהליכים המסורבלים והפיכתם לקלים ויעילים, ובנוסף מהלכים בהן בוצע שינוי ממקוד ופשוט אשר השיג תוצאה גדולה ומשמעותית.

### השירות במגזר הציבורי



קטגוריה זו הוקמה מתוך הבנה כי למגזר הציבורי מאפיינים ייחודיים משל עצמו. לקטגוריה יוגשו ארגונים ציבוריים אשר עשו מהלך לשיפור השירות במגוון הערוצים וללא חלוקה לקטגוריה.

### שירות בעולם המוקדים

מהפכה הדיגיטלית שינתה את כללי המשחק. הדבר לא בא לידי ביטוי רק בטכנולוגיות חדשות וערוצי פעילות חדשים, אלא גם בצורך של חברות לייצר שיח חדש ומשודרג עם הלקוחות המבוסס על היכרות מעמיקה עימם והבנת צרכיהם.



זה הוביל לשינוי תפיסת העולם של מוקדי שירות, ששמים את הלקוח במרכז ומספקים לו שירות איך שהוא רוצה, בלי לכפות עליו את הדרך, שבה הוא מתקשר עם המוקד. בקטגוריה זו יהיה ניתן להעמיק את מהלכי שיפור השירות בעולם של מוקדים

### שירות בעולם העמותות

קטגוריה זו הוקמה מתוך רצון להעלאת המודעות לשירות בעמותות קטנות כגדולות אשר מובילות מהלכים מרשימים לשיפור השירות וחווית הלקוח, לקטגוריה זו יוגשו עמותות אשר עשו מהלך לשיפור השירות במגוון ערוצים וללא חלוקה לקטגוריה



### שירות בתקופת מלחמה – קטגוריית EXTRA\*

קטגוריה זו הוקמה מתוך המציאות שנכפתה עלינו, בקטגוריה זו, מצופה להראות מהלכים משמעותיים שנולדו בעקבות המשבר ותרמו ללקוחות/עובדים/כלל החברה, תוך התמודדות עם המשך שגרה אפקטיבי לארגון.



**\*קטגוריית EXTRA – הינה קטגוריה אשר לא ניתן לגשת אליה כקטגוריה יחידה, אלא רק כקטגוריה נוספת.**

**להמי"ל שמורה הזכות לאחד / לשנות / לפצל / לבטל קטגוריות בהתאם לכמות המועמדים בכל קטגוריה.**

הנהלת התחרות תודיע למתמודדים לאיזה קטגוריה הם שויכו. ממועד ההודעה למועמד, הוא יהיה זכאי לערער על ההחלטה לשלבו בקטגוריה, שהוא אינו חפץ להתחרות במסגרת, ובלבד שהמועד האחרון להגשת הערעור יהיה עד 48 שעות (2 ימי עבודה) מיום פרסום רשימת המועמדים.





## פירוט אודות תהליך הסקירה

סקר תחרות השירות יכיל שתי שאלות גנריות

1. הערכה כוללת לשירות של החברה / לחוויה בשירות ספציפי (לבחירת המתמודדים)
2. המלצה לחבר להיות לקוח החברה- לא תישאל כשאינ רלוונטיות, כמו במגזר ציבורי

סקר תחרות השירות בקטגוריות השירות מתחיל מבפנים (עובדים) יכיל שתי שאלות גנריות

1. שביעות רצון כללית מעבודתו בחברת \_\_\_\_\_
2. המלצה לחבר לעבוד בחברה - לא תישאל כשאינ רלוונטיות

- הציון הכולל של הסקר יחושב לפי ממוצע פשוט של שתי השאלות או ציון שאלה אחת במקרים שלא נשאלת שאלת המלצה לחבר.
- ראו בהמשך נוסח שאלות הסקר.
- חברה אשר מתמודדת בכמה קטגוריות (של שירות ללקוח) תיסקר פעם אחת וציון סקר זה ישמש לחישוב הציון המשוקלל של כל הקטגוריות שבהן החברה מתמודדת.



## שיטת ההפצה

- הסקרים יבוצעו בשיטה של סקר מקוון (מייל או מסרון) באמצעות פלטפורמת המחקר של חברת SQ.
- הסקרים יישלחו לרשימה אקראית שתועבר על ידי המתמודדים.
- כל חברה תעביר רשימה של 2,000 מספרי טלפון נייד או כתובת מייל של לקוחות אשר קיבלו שירות מהחברה המתמודדת בשלושה חודשים שקדמו למועד שליחת המאגר ואשר נשלפו באופן אקראי לטובת הסקר.
- במקרים שבהם לחברה מספר לקוחות קטן מ 2,000, תעביר החברה רשימה של כלל הלקוחות אשר קיבלו שירות בשלושה חודשים שקדמו.
- המתמודדים בקטגוריית שירות מתחיל מבפנים (עובדים), יעבירו קובץ ובו 500 מספרי נייד, או כתובות מייל, של עובדים אשר נשלפו באופן אקראי לטובת הסקר. במקרים של מספר עובדים קטן מ 500 תעביר החברה רשימה של כלל העובדים.
- לעניין זה רשימה של לקוחות/עובדים משמעה רשימה הכוללת שדה אחד בלבד ובו מספר טלפון נייד או כתובת מייל.
- הרשימה יכולה להיות רשימה המתנהלת בפועל בעסקה של החברה המתמודדת, או רשימה אותה הפיקה המתמודדת באופן חוקי וכדין לצורך התחרות.
- העברת הרשימות תתבצע עד ה – 20.5.2024 בקובץ אקסל לדוא"ל [stela@sqm.co.il](mailto:stela@sqm.co.il).
- **מתמודדים אשר לא יעבירו רשימה לטובת הסקר עד לתאריך זה, לא יסוקרו וציון התחרות בסעיף הסקר יהיה 0.**
- במקרים שבהם מתמודדים אינם יכולים להעביר רשימת לקוחות לחברת SQ לטובת הפצה, חברת SQ תספק קישור של השאלון שאותו תפיץ המתמודדת באופן עצמאי.
- במקרים חריגים שבהם מתמודדים מנועים לבצע סקרים עם צד שלישי שאינו ספק רשום שלהם, תיבחן אופציה לרשום את אס קיו כספק של החברה או לחלופין, הסקר יבוצע על ידי ספק מחקר של המתמודדת בכפוף לחתימת החברה על מסמך התחייבות המצורף בנספח ג' לתקנון. במקרים אלו שאלון הסקר, המתודולוגיה ומועדי הגשת הנתונים יהיו זהים למפורסם בתקנון.
- לחברת SQ הסכמות לפסול סקרים שבוצעו לא בהתאם להנחיות המופיעות בתקנון



השאלונים

לקוחות:

1. בין 1 ל 10 איך היית מדרג את רמת איכות השירות של חברת \_\_\_\_\_ / של שירות \_\_\_\_\_ שמציעה חברת \_\_\_\_\_ כש- 10 משמעו גבוהה מאוד ו- 1 נמוכה מאוד.

לא יודע	גבוהה מאוד									נמוכה מאוד
99	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

2. בין 1 ל – 10 עד כמה היית רואה לנכון להמליץ לחבר או קרוב משפחה על חברת \_\_\_\_\_ כש- 10 משמעו בטוח שאמליץ ו- 1 בטוח שלא אמליץ.

לא יודע	בטוח שאמליץ									בטח שלא אמליץ
99	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

עובדים:

3. בין 1 ל 10 מה רמת שביעות הרצון שלך מעבודתך בחברת \_\_\_\_\_ כש- 10 משמעו שביעות רצון גבוהה מאוד ו- 1 שביעות רצון נמוכה מאוד.

לא יודע	גבוהה מאוד									נמוכה מאוד
99	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

4. בין 1 ל – 10 עד כמה היית רואה לנכון להמליץ לחבר או קרוב משפחה לבוא לעבוד בחברת \_\_\_\_\_ כש- 10 משמעו בטוח שאמליץ ו- 1 בטוח שלא אמליץ.

לא יודע	בטוח שאמליץ									בטוח שלא אמליץ
99	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1



## מידע נוסף אודות ביצוע הסקר

- להמי"ל אין ולא תהיה נגיעה לכל מידע הנמסר לחברת SQ, למעט הציון הסופי של הסקר לצורך שקלול ציון התחרות.
- מתמודדים שישתתפו בתחרות זכאים לקבל בסיום התחרות כולה את ציונם במחקר השדה ביחס לממוצע בקטגוריה במסגרתה התמודדו.
- כל המשתתפים רשאים, בתום התחרות, להתקשר באופן ישיר לחברת SQ ולקבל דוח מפורט ובו ממצאי הסקר שלהם בהשוואה לקטגוריה בעלות 2,600 ש"ח + מע"מ

## אודות חברת SQ

SQ היא חברת ייעוץ אסטרטגי ומחקר יישומי מהמובילות בישראל. החברה מספקת מגוון פתרונות מודולריים, המאפשרים למנהלים בחברות וארגונים לשפר את התוצאות העסקיות והתפעוליות שלהם. פעילותנו מבוססת על שיטת SQM הייחודית שפותחה על ידינו ומשלבת בין מתודולוגיה מדעית מוכחת, מודלים לחיזוי תוצאות עסקיות, טכנולוגיה מתקדמת וניסיון מעשי רב שנים בשטח. את השיטה פיתח שיהושע חיון, מנכ"ל SQ, אשר לו 25 שנות ניסיון במחקר וביישום שיפור לאור מדדים בארגונים מובילים בישראל ובעולם.

שיטה זו מיושמת בהצלחה בעשרות חברות וארגונים מהגדולים והמובילים בארץ לצד לקוחות SMB. יחד עם הצוות המקצועי והמנוסה שלנו והמחויבות שלנו להצלחת הלקוח, אנו נחשבים לשותף המוביל של לקוחותינו בדרך להשגת ושיפור התוצאות העסקיות והתפעוליות שלהם.

לפרטים אודות החברה - [www.sqm.co.il](http://www.sqm.co.il)

## הנחיות לחברות אשר אינן יכולות להעביר מאגר לסקירה לחברת SQ

- חברות אשר אינן יכולות להעביר מאגר לסקירה ע"י חברת SQ יפנו בכתב להנהלת התחרות עד תאריך 05.06.2024 לקבלת אישור חריג לבצע את הסקר באמצעות מכון מחקר שאיתו עובדת החברה.
- להלן הנחיות מיוחדות במקרה שבו החברה תבצע את הסקר באמצעות מכון המחקר שלה:
- הסקר יתבצע ע"י מכון מחקר מקצועי בלבד
  - הסקר צריך להתבצע באופן מקוון לאותה מכסת לקוחות ובאותו נוסח שאלות כפי שמופיע בתקנון
  - מכון המחקר החיצוני ישלח מכתב התחייבות על מהמנות הנתונים בנוסח אשר מצורף בנספח ג'
  - בתום הסקירה יש להעביר את התשובות של הסקר (דאטה) בקובץ אקסל לחברת SQ
  - את הדאטה יש להעביר עד תאריך 09.06.2024 לסטלה: [stela@sqm.co.il](mailto:stela@sqm.co.il)
  - לחברת SQ הסכמות לפסול סקרים שבוצעו לא בהתאם להנחיות אלו



## כיצד ניגשים ?

ארגון המעוניין להשתתף בתחרות נדרש להגיש את החומרים הבאים עד ה- **04.06.2024**:

### 1 טופס הרשמה

את טופס ההרשמה יש לשלוח לעינת למברסקי בפקס: 03-6711921 או באמצעות דוא"ל: [einatl@hamil.co.il](mailto:einatl@hamil.co.il).

### 2 שאלון מועמד

מצורף לתקנון - המתאר את המהלך המוגש.  
את השאלון יש להעלות לאתר התחרות [sherut.hamil.co.il](http://sherut.hamil.co.il) המשמש פלטפורמת שיפוט.  
לנרשמים לתחרות תישלח מצגת הסבר לאופן הגשת העבודות באתר.

### 3 רשימת לקוחות לסקר

את רשימת הלקוחות לטובת הסקר יש להעביר ישירות לחברת SQ באמצעות מייל לסטלה: [stela@sqm.co.il](mailto:stela@sqm.co.il)

## דמי הרישום לתחרות

שלב ב'		שלב א'		קטגוריה
עבודה נוספת	עבודה ראשונה	עבודה נוספת	עבודה ראשונה	
3,200	5,750	2,700	3,570	ארגון המונה מעל 1,000 עובדים
2,300	4,500	1,900	3,000	ארגון המונה מתחת ל- 1,000 עובדים
1,900	3,450	1,280	1,760	מגזר ציבורי
1,000	1,000	500	500	עמותות

\*\*המחירים אינם כוללים מע"מ

**אנו מזמינים אתכם להצטרף לעשרות ארגונים מובילים  
ולהיות הזוכים הבאים בתחרות מצוינות בשירות וחווית לקוח של המי"ל**



## נספח א' - טופס רישום לתחרות המי"ל למצוינות בשירות וחווית לקוח 2023

אנא סמנו את הקטגוריה/ות בהן ברצונכם להשתתף:

- השירות כשותף אסטרטגי
- הטכנולוגיה בשירות השירות
- חוויה ושירות לעובד (Employee Experience)
- פרסונליזציה ובניית מסעות לקוח מותאמים
- פשטות בשירות
- שירות בעולם העמותות - שינוי גדול מתחיל כאן
- שירות במגזר הציבורי
- שירות בעולם המוקדים
- קטגוריית EXTRA - שירות בתקופת מלחמה

### פרטי החברה

שם החברה: \_\_\_\_\_ ח.פ (חובה): \_\_\_\_\_  
שם המהלך: \_\_\_\_\_  
כתובת: \_\_\_\_\_ מיקוד: \_\_\_\_\_ טלפון: \_\_\_\_\_  
איש קשר + תפקיד: \_\_\_\_\_ טל' נייד: \_\_\_\_\_  
דוא"ל: \_\_\_\_\_ גודל חברה (מס' עובדים): \_\_\_\_\_  
סה"כ לתשלום: \_\_\_\_\_ + מע"מ

### אמצעי תשלום

תשלום יבוצע בהעברה בנקאית כנגד הפקת חשבונית מהמי"ל   
רצ"ב המחאה מס': \_\_\_\_\_ על סך: \_\_\_\_\_ שם לפקודת המי"ל בע"מ   
למשלמים בכרטיס אשראי על סך \_\_\_\_\_ שם (כולל מע"מ)   
שם בעל הכרטיס: \_\_\_\_\_ מס' ת.ז: \_\_\_\_\_  
מס' כרטיס: \_\_\_\_\_  
בכרטיס ישראלכרט / ויזה / דיינרס / אמריקן אקספרס. תוקף: \_\_\_\_/\_\_\_\_ CW  
חתימה וחוממת בעל הכרטיס: \_\_\_\_\_ תאריך: \_\_\_\_\_

### לפרטים והרשמה:

גלי שרי - מנהלת המי"ל | 052-2775503 | gali@hamil.co.il



## הצהרת מנכ"ל החברה

- אני הח"מ מצהיר בזה כי המועמדות והחומר המצורף עומדים בקריטריונים של התחרות כפי שפורט בתקנון ומאשר את אמינות הנתונים שנמסרו. ברור לי כי אם לא נעמוד בתנאים אלה, עלולה העבודה להיפסל ולא נהיה זכאים לקבל חזרה את דמי ההשתתפות. הננו מתחייבים ומצהירים כי כל אחריות בנושא העבודה, זכויות יוצרים וכיו"ב, הנה באחריותנו הבלעדית ולמארגני התחרות אין כל אחריות בנושא.
- אני הח"מ מצהיר בזה כי רשימת הלקוחות שנמסרה לחברת SQ, במסגרת תחרות המי"ל למצוינות בשירות וחווית לקוח, הנה אקראית ולא נעשתה בה כל הטיה העלולה להשפיע בצורה כלשהי על תוצאות הסקר.
- החברה מתחייבת כי המאגר שאותו מעבירה ל-SQ לטובת ביצוע סקרים רשום כדין ואין כל מניעה לפי כל דין להשתמש בו לטובת הסקר של תחרות המי"ל למצוינות בשירות וחווית לקוח.

שם החותם: \_\_\_\_\_ תפקיד: \_\_\_\_\_

תאריך: \_\_\_\_\_ חתימה: \_\_\_\_\_



## נספח ב' - הנחיות לכתיבת שאלון מועמד

- לרשותכם עומדים **עד 7 עמודים** לכתיבת השאלון מועמד המתאר את המהלך אותו ביצעתם.
- אנו ממליצים להשיב בתמציתיות לכל סעיף.
- טפסי הגשה אשר יחרגו מכמות המידע שהוגדרה – יוחזרו למילוי מחדש למגיש העבודה.
- פונט 12, צבע שחור – חל איסור על עיצוב המסמך למעט כותרת בצבע (לרבות הוספת שער, תמונות וכיו"ב).
- אין לחרוג מכמות המילים שהוגדרה לכל סעיף.
- ניתן להוסיף גרפים, והם יכולים להופיע בצבע.
- אין למחוק מטופס ההגשה את שאלות הטופס כולל הפירוט המלא שלהן.
- את השאלון יש לכתוב בפורמט word שמור כ- PDF ולהגישו באתר התחרות.

## נספח ג' - כתבי התחייבות לחברת SQ עבור ארגון שמשמש במכון מחקר שלו

כתב התחייבות של מכון המחקר החיצוני על ביצוע סקר עבור לקוח שלו המתמודד בתחרות המי"ל למצוינות בשירות וחוויית לקוח:

\*\* יש להעתיק את הנוסח הנ"ל על גבי דף לוגו של מכון המחקר ועליו יהיה חתום מנהל בכיר במכון המחקר.


במסגרת התמודדות חברת \_\_\_\_\_ בתחרות המי"ל למצוינות בשירות וחוויית לקוח, ערכנו סקר שביעות רצון לקוחות.

הסקר נערך באופן ייעודי בשיטה של סקר מקוון (מסרון) באותו הנוסח שמופיע בתקנון התחרות.

אנו מתחייבים בזאת כי הסקר נערך תוך הקפדה על כללי מהמינות ותקפות בקרב מדגם אקראי ומייצג וללא כל הטיה.





 Check List

האם -

- שלחתי טופס רישום להמי"ל
- נרשמתי באתר התחרות
- הגשתי את העבודה הכתובה באתר התחרות
- העברתי רשימת לקוחות ל-SQ
- העברתי תקציר עד 80 מילים אודות המהלך
- העברתי לוגו החברה באיכות גבוהה בפורמט JPEG

