

مدیرعامل چارگون: گردهمایی‌های سالانه، میعادگاه چارگون با مشتریان است

مدیرعامل چارگون، گردهمایی مشتریان را میعادگاه اصلی چارگون با مشتریان دانست و گفت: طرح شعار گفتمان سازمانی نشان‌دهنده بلوغ سازمانی شرکت و محصولات آن است.

فرزاد رحمانی در گفت‌وگو با روابط عمومی چارگون تصریح کرد: اینکه ما هر سال یک روز اختصاصی را برای گردهمایی مشتریانمان انتخاب می‌کنیم و علاقه‌ای به اشتراک گذاشتن آن در فضاهای نمایشگاهی نداریم این است که می‌خواهیم در فضایی اختصاصی و بی‌واسطه با مشتریان از جنبه‌هایی متفاوت گفت‌وگو کنیم. وی به سابقه برگزاری گردهمایی سالانه مشتریان چارگون اشاره کرد و گفت: گردهمایی‌ها به محلی تبدیل شده که مشتریان چارگون بی‌واسطه و خارج از ارتباطات و مراودات روزمره با پیمانکاران خود از نزدیک ارتباط می‌گیرند. رحمانی اضافه کرد: آنها ضمن آشنایی با محصولات جدید شرکت در همین فضا زمینه‌ای برای آشنایی هرچه بیشتر با سایر مشتریان پیدا می‌کنند. مشتریان در این فضا فرصت پیدا می‌کنند تجربیات خود را با هم به اشتراک بگذارند، شروع به شبکه‌سازی کنند و چارگون را بهتر بشناسند.

به گفته وی، در این گردهمایی چندین کارگاه آموزشی برگزار می‌شود تا مشتریان بتوانند

به اقتضای نرم افزارهایی که استفاده می کنند سئوالات خود را بپرسند و نیازهای احتمالی خود را برطرف کنند.

مدیرعامل چارگون درباره رونمایی از محصولات جدید چارگون در پنجمین گردهمایی سالانه شرکت نیز یادآور شد: امسال نیز به سنت هرساله، حول محور شعار انتخاب شده "گفتمان سازمانی" از محصولاتی رونمایی می کنیم که معتقدم تحول شگرفی را در نظام اداری و سازمانی دستگاههای دولتی، خصوصی، بنگاههای علمی، آموزشی و ... پدید خواهد آورد.

رحمانی ادامه داد: می دانیم که رد شدن از گردنه گفتمان سازمانی، انرژی زیادی از ما می گیرد؛ اما هدف این است که این شعار را به عنوان یک فرهنگ در جامعه جا بیندازیم و مطمئنیم که به کل حوزه کسب و کار ایرانی کمک خواهد کرد.

وی تاکید کرد: مطمئنیم که مشتریان نیز این تلاش خلاقانه را می بینند و از میزان خلاقیت، چابکی، روانی کار و پیشرو بودن، تحت تاثیر قرار می گیرند و به انتخاب خود مطمئن می شوند.