

شرح شغل نتیجه محور

چطور شرح شغلی بنویسیم که واقعاً کاربردی باشد، نه فقط یک سند اداری

۱. عنوان شغل و جایگاه سازمانی

عنوان دقیق شغل، واحد سازمانی، و خط گزارش دهی را مشخص کن: این نقش مستقیم زیر نظر چه کسی است (خط اصلی)، و در صورت وجود، با چه کسی به صورت غیرمستقیم هماهنگ می شود (خط فرعی).

۲. هدف شغل، نه فهرست وظایف

یک یا دو جمله بنویس که بگوید این نقش اصلاً چرا وجود دارد؛ چه مسئله ای را برای کسب و کار حل می کند.

مثال: «این نقش تضمین می کند هیچ سرخ فروش بدون پیگیری نماند.»

۳. خروجی های کلیدی (Key Results)

مهم ترین بخش شرح شغل همین جاست. به جای فهرست فعالیت، سه تا شش نتیجه ی مشخص و قابل سنجش بنویس که این نقش مسئول تحویل آن است. فرمول ساده: «نتیجه، از طریق کار اصلی».

✓ نمونه ی درست (نتیجه)

هر لید ظرف ۲۴ ساعت پاسخ می گیرد و در CRM ثبت می شود، از طریق پیگیری تلفنی و پیامکی روزانه.

✗ نمونه ی نادرست (فعالیت)

پاسخ گویی به مشتریان

۴. مرز و سطح تصمیم گیری

مشخص کن این نقش در هر حوزه چه سطحی از اختیار دارد. برای کسب و کار کوچک، همین سه سطح کافی است:

سطح ۱ – تصمیم می گیرد و بعداً گزارش می دهد : مثال: ترتیب پیگیری روزانه ی مشتریان

سطح ۲ – پیشنهاد می دهد، تأیید نهایی با مدیر است : مثال: تخفیف بالای ۱۰٪

سطح ۳ – فقط اجرا می کند، تصمیم با رده ی بالاست : مثال: تغییر قیمت پایه ی محصول

۵. ارتباطات کاری

مشخص کن ورودی کارش را از چه کسی می گیرد، خروجی را به چه کسی تحویل می دهد، و با کدام نقش های دیگر هماهنگ می شود.

مثال: «ورودی (لید) از واحد بازاریابی؛ خروجی (مشتری آماده ی خرید) به واحد فروش.»

۶. معیارهای سنجش عملکرد

دو تا سه شاخص ساده انتخاب کن که مستقیماً از خروجی‌های بخش سوم می‌آیند، نه چیزی جدید و بی‌ربط.

مثال: زمان پاسخ‌گویی، درصد لیدهای پیگیری‌شده، نرخ تبدیل.

۷. الزامات پایه (اختیاری برای نسخه‌ی کوتاه)

تجربه، مهارت یا ابزار حداقلی که برای انجام این نقش واقعاً لازم است را بنویس؛ نه یک فهرست آرزویی و غیرواقعی.

نکته‌ی کاربردی : این سند را یک‌بار ننویس و کنار نگذار. هر تغییر تیم یا فرآیند که این نقش را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد، باید همین‌جا هم به‌روزرسانی شود؛ وگرنه دوباره برمی‌گردد به همان «قرارداد نانوشته در ذهن مدیر».