

## **17 Palabras claves para la gestión de los servicios públicos desde el marketing**

Sólo algunas de muy básicas, que marcan estilo, que sitúan a la organización y su red de equipos en la gestión actual: con los ciudadanos

**Administración pública.** Organización que lleva años modernizándose, pero parece que jamás lo logra

**Asociaciones ciudadanas.** Red plural de organizaciones de ciudadanos autoorganizados para una causa, muy valoradas por los ciudadanos por la proximidad de sus servicios.

**Burocracia.** Sida de la administración contra el cual hay vacuna pero ni políticos ni alta dirección se atreven a aplicarla

**Catálogo de servicios.** Folleto o pequeña guía en la que están todos los servicios públicos que la administración ofrece a los ciudadanos para la ciudad mejor, cómoda, visible, estupenda.

**Ciudadanos.** Están en el centro de la administración pública. Desde ellos, con ellos, para ellos, se toman todas las decisiones y se montan y facilitan todos los servicios. Los ciudadanos, felizmente, son plurales.

**Civilidad.** Todo lo que hace y hará la administración pública se encamina a lograr una cota más alta de civilidad: de ciudad de convivencia, emprendedora, con todos, segura, en libertad.

**Competencia.** Las otras organizaciones administrativas, asociativas y empresariales son de referencia para los servicios de una administración pública: siempre serán mejores o diferentes

**Comunicación.** La manera actual de pensar, organizar, gestionar y trabajar en la administración pública: siempre en contacto con todos los ciudadanos y sus organizaciones. Nada sin ellos.

**Diseño del servicio.** Forma usable que toma un servicio a través del trabajo de producción del equipo: un servicio es un paquete de servicios.

**Entusiasmo.** Manera como trabajan hoy todos en la administración pública que entusiasma a los ciudadanos.

**Equipos.** La única manera de trabajar posible en las administraciones públicas: somos un equipo de equipos en acción de servicios con los ciudadanos.

**Expectativas.** Los equipos trabajan no para satisfacer las necesidades de los ciudadanos. No es suficiente: logran superar sus expectativas. Entonces los ciudadanos valoran lo público

**Funcionarios.** La palabra es inteligente: los que hacen funcionar. Mayormente: los que impiden que la administración funcione por tu trabajo en casillas, monotonó, pasivo, sumiso, desactivado, interno....

**Gestión.** Hacer las cosas con otros. Nunca solos. Siempre en equipo. con otras organizaciones. Agilmente. Con resultados. Relacionalmente. Ya.

**Idea útil.** Lo que el servicio propone como respuesta para abordar una necesidad o un reto ciudadano

**Innovación.** La única manera de trabajar, todos, en la administración. La única manera de organizarla y gestionarla o comunicarla. Vacuna eficaz contra la burocracia

**Marketing.** Método de gestión que parte de las necesidades de los ciudadanos para transformarlas, con los servicios, en oportunidades de primera división. Método, todavía, desconocido en lo público.

**Momento de la verdad.** Es el momento del uso del servicio por parte del ciudadano o un grupo de ellos: experimentan que lo que el servicio promete, está. Y está espléndidamente.

**Necesidades.** Lo que los ciudadanos les urge, esperan, desean, les preocupa para su calidad de vida personal y común. Las necesidades siempre son plurales y casi infinitas.

**Planificación.** Momento, largo, en el que se identifican todas las necesidades ciudadanas en las que la administración quiere estar presente con servicios.

**Posicionamiento.** Opción, desde el valor de marca, que presenta y bien sitúa a la administración pública como organización imprescindible para la vida de los ciudadanos.

**Priorización.** Selección desde el valor de marca de las necesidades en las que la administración pública estará, seguro, presente a partir de los recursos que tiene.

**Producción.** Proceso a través del que un equipo fabrica un servicio y lo facilita a los ciudadanos, evaluándolo y mejorándolo.

**Programación.** Acción que dota a cada necesidad priorizada de los recursos necesarios para poderla abordar con éxito desde un servicio.

**Proximidad.** Los servicios están, se ofrecen, donde están los ciudadanos. Y amablemente.

**Públicos.** Conjunto de ciudadanos con una necesidad conocida y comprendida a través de un proceso lógico: público potencial, segmentación y público objetivo final.

**Segmentación.** Acción muy eficaz para analizar cualquier público ciudadano con microscopio: agrupando en conjuntos más homogéneos a los ciudadanos que viven, diferentemente, una misma necesidad.

**Reingeniería.** Cambio constante, desde los resultados de visibilidad ciudadana en servicios, por el que la administración y sus equipos para la gestión siempre optimizan los servicios.

**Servucción.** Modelo especialmente adaptado a la producción de los servicios: los productos u objetos se fabrican más fácilmente.

**Servicios públicos.** Los que produce y ofrece a los ciudadanos la administración. Sólo pueden ser excelentes, próximos, altamente valorados.

**Valor de marca.** Síntesis ética, de valor, concreto y imprescindible, que la administración presenta a los ciudadanos como eje y para los resultados de su trabajo cuatrienal.

**Visibilidad/resultados.** La vida mejor, personal y común, que facilitan los servicios y que siempre se debe evaluar para trabajar desde aquí.

**Visión.** Trazo de vida mejor, ciudadana y de ciudad, que una administración presenta como horizonte de su trabajo a lograr en ocho/doce años.