

Утверждаю

КАРТА ПРОЦЕССА

Привлечение клиентов и маркетинг

СОДЕРЖАНИЕ

1	Назначение карты процесса.....	3
2	Область применения.....	3
3	Термины и определения, сокращения	3
4	Сокращения:.....	3
5	Ответственность	3
6	Описание процесса	3
6.1	Входы процесса	3
6.2	Выходы процесса:	4
6.3	Ресурсы процесса:	4
6.4	Блок-схема.....	4
6.5	Перечень основных управляющих воздействий:	4
6.6	Улучшение процесса:.....	5
6.7	Критерии результативности процесса:.....	5
7	Рассылка	5

1 Назначение карты процесса

Цель карты процесса – карта процесса обеспечивает управление процессом «Привлечение клиентов и маркетинг» с учетом требований, установленных СТ РК ИСО 9001-2016.

Цель процесса – увеличение клиентской базы, улучшение лояльности существующих клиентов и привлечение новых клиентов через маркетинговые усилия, рекламные кампании и улучшение клиентского опыта.

2 Область применения

Карта процесса охватывает деятельность по привлечению клиентов и маркетингу.

Данным документом руководствуются соответствующие должностные лица, участвующие в процессе.

3 Термины и определения, сокращения

3.1 Термины и определения:

Система менеджмента качества – система менеджмента для руководства и управления организацией применительно к качеству.

Процесс – совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих видов деятельности, преобразующая входы и выходы.

Требование – потребность или ожидание, которое установлено, обычно предполагается или является обязательным.

Документ – информация и соответствующий носитель.

Запись – документ, излагающий полученные результаты или предоставляющий свидетельства осуществленной деятельности.

Корректирующее действие – действие, предпринятое для устранения причины обнаруженного несоответствия или другой нежелательной ситуации.

Компетентность – продемонстрированная способность применять знания и навыки.

4 Сокращения:

СМК – система менеджмента качества.

ВП – владелец процесса.

КП – карта процесса.

ДИ – должностная инструкция.

CRM – система и набор стратегий, направленных на улучшение взаимодействия с клиентами и управления ими в рамках бизнеса

5 Ответственность

Ответственность за разработку, проверку содержания, организацию согласования и утверждения данного документа, ввод в действие, внесение изменений, а также функционирование и соблюдение требований процесса, обеспечение результативности процесса, проведение корректирующих действий несет владелец процесса – Руководитель отдела маркетинга.

6 Описание процесса

6.1 Входы процесса

№ П/п	Наименование входа	Требования к входу	Поставщик (подразделение или процесс)
1.	Информация о клиентах (потенциальных)	Данные актуальны, полные, сегментированы	CRM-система, маркетинг
2.	Маркетинговый бюджет	Утвержденный бюджет на маркетинговые мероприятия	Финансовый департамент
3.	Рынок и конкурентные данные	Актуальность и точность анализа конкурентов	Аналитический отдел
4.	Клиентская база	Точность и актуальность данных	CRM, база данных