

A2.2 Определение потребностей клиентов

Регламент процесса

Версия: 1.1.1

Статус: В работе

УТВЕРЖДАЮ

(Должность)

(Подпись)

(Ф.И.О.)

« ____ » _____ 20__ г.

Перечень изменений

№	Версия	Статус	Дата изменения статуса	Изменения
1.	1.1.1	В работе	31.03.2007	

Содержание

1. Общие положения	5
1.1. Владелец процесса	5
1.2. Исполнители процесса	5
1.3. Результат процесса	5
1.4. Документация процесса	5
2. Взаимодействие с другими процессами и внешней средой	6
2.1. Взаимодействие по Входу	6
2.2. Взаимодействие по Выходу	6
2.3. Управление процесса	6

Термины и сокращения

{Граница}	– внешний поставщик или потребитель стрелки. Находится за рамками моделируемой системы. Название не детализируется в случаях однозначного понимания читателями диаграммы или в случаях неоднозначности.
{Туннель}	– поставщик или потребитель стрелки. Название не детализируется в случаях однозначного понимания читателями диаграммы.
Бизнес-процесс	– последовательность действий (подпроцессов), направленная на получение заданного результата, ценного для организации (далее Процесс).
Владелец процесса	– должностное лицо, несущее ответственность за получение результата процесса и обладающее полномочиями для распоряжения ресурсами, необходимыми для выполнения процесса.
Входы бизнес-процесса	– ресурсы (материальные, информационные), необходимые для выполнения и получения результата процесса, которые потребляются или преобразовываются при выполнении процесса.
Выходы бизнес-процесса	– объекты (материальные или информационные), являющиеся результатом выполнения бизнес-процесса, потребляемые другими бизнес-процессами или внешними по отношению к организации клиентами.
Исполнитель процесса	– подразделение или должность сотрудника, выполняющего процесс.
Механизмы бизнес-процесса	– ресурсы (технологические, трудовые), используемые для выполнения процесса, целиком не потребляющиеся при выполнении одной итерации процесса.
Организационная структура управления	– совокупность специализированных функциональных подразделений, взаимосвязанных в процессе обоснования, выработки, принятия и реализации управленческих решений (далее Организационная структура).
Подпроцесс	– бизнес-процесс, являющийся составной частью вышестоящего процесса.
Процедура	– бизнес-процесс нижнего уровня, содержащий последовательность конечных (не требующих дополнительной детализации) операций (функций).
Управление бизнес-процесса	– управляющие воздействия, регламентирующие выполнение процесса.

1. Общие положения

Настоящий документ является регламентом бизнес-процесса «A2.2 Определение потребностей клиентов» ООО «ИнТехПроект» и разработан в целях:

- Формирования единых правил и требований к организации процесса.
- Установления ответственности за результат процесса.
- Унификации и стандартизации документооборота.

1.1. Владелец процесса

Владельцем процесса является:

- Начальник отдела продаж (Отдел продаж)

1.2. Исполнители процесса

Субъекты, выполняющие процесс:

- Отдел продаж

1.3. Результат процесса

Основным результатом процесса является выявленные потребности клиентов.

1.4. Документация процесса

Выполнение процесса «Определение потребностей клиентов» регламентируется следующей плановой или нормативно-методической документацией:

- Ценовая политика

2. Взаимодействие с другими процессами и внешней средой

При выполнении процесса «A2.2 Определение потребностей клиентов» осуществляется взаимодействие с другими процессами и с внешней средой по входу, выходу, управлению и механизмам:

2.1. Взаимодействие по Входу

№	Вход	Объекты	Поступает от	
			Исполнитель	Процесс/Внешняя среда
1.	Привлеченные клиенты		Отдел продаж	A2.1 Привлечение клиентов

2.2. Взаимодействие по Выходу

№	Выход	Объекты	Передается	
			Получатель	Процесс/Внешняя среда
1.	Неудовлетворимые потребности		Начальник отдела продаж	A1.1 Анализ рынка
2.	Потребность клиента		Менеджер по продажам	A2.3 Формирование и заключение договора с клиентом
			Отдел продаж	A2.4 Инициация проекта

2.3. Управление процесса

№	Вход	Объекты	Поступает от	
			Исполнитель	Процесс/Внешняя среда
1.	Ценовая политика	Ценовая политика	Отдел продаж	A1.2 Выбор сегментов рынка и определение продуктового портфеля

