

A2.1 Привлечение 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. Цели процесса	5
1.2. Владелец процесса	5
1.3. Исполнители процесса	5
1.4. Результат процесса	5
1.5. 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
3. Показатели процесса	7

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 «А2.1 Привлечение 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. Цели процесса

Выполнение процесса «А2.1 Привлечение клиентов» направлено на достижение следующих целей компании:

- Привлечение клиентов
- Увеличение количества клиентов

1.2. Владелец процесса

Владельцем процесса является:

- Начальник отдела продаж (Отдел продаж)

1.3. Исполнители процесса

Субъекты, выполняющие процесс:

- Отдел продаж

1.4. Результат процесса

Основным результатом процесса являются привлеченные клиенты.

1.5. Документация процесса

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

- Платежный бюджет
- Стратегия развития

2. Взаимодействие с другими процессами и внешней средой

При выполнении процесса «А2.1 Привлечение 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.	Потенциальные клиенты			{Граница}

2.2. Взаимодействие по Выходу

№	Выход	Объекты	Передается	
			Получатель	Процесс/Внешняя среда
1.	Привлеченные клиенты		Отдел продаж	А2.2 Определение потребностей клиентов

2.3. Управление процесса

№	Вход	Объекты	Поступает от	
			Исполнитель	Процесс/Внешняя среда
1.	Платежный бюджет	Платежный бюджет	Бухгалтерия	А7.4 Формирование платежного бюджета
2.	Стратегия развития	Стратегия развития	Начальник отдела продаж	А1.3 Разработка долгосрочного плана развития

3. Показатели процесса

Для оценки результатов выполнения процесса используются следующие показатели:

№	Показатель	Единица измерения
1.	Затраты на привлечение клиентов	Тысячи рублей
2.	Затраты на привлечение одного клиента	Рубли
3.	Количество привлеченных клиентов	Штуки