

مراجعة الحملات الاعلانية، الفواتير والعمولات		رقم الكود: MR-PR-08-00
رقم الاصدار / التعديل : 3		تاريخ الاصدار : 2019/09/28
تاريخ المراجعة: 2019/09/28		تاريخ التفعيل : 2019/10/01
رقم المراجعة : 0	اعتماد: خالد القلاوي	اعداد: ملاك نبيل
الوظيفة: رئيس قسم الجودة	مراجعة: امانى حافظ	الوظيفة: مشرف الالتزام بالادارة
التوقيع:	الوظيفة: المدير الاقليمي للتسويق	التوقيع:
التاريخ: 2019-09-28	التاريخ: 30/9/19	التاريخ: 30/9/19
		رقم النسخة: 7.0.1
		الموقع:

1. الغرض

هذا الإجراء يعبر عن جزء من الدورة المستندية لمراجعة الحملات الإعلانية بشركة أخناتون للتجارة والتوزيع.

2. مجال التطبيق

(1-2) شركة أخناتون.

3. المسؤوليات

(1-3) مدير إدارة التسويق.

(2-3) مديري المنتجات، ومسئول الالتزام

(3-3) الادارة المالية.

4. التعريفات

(1-4) لا يوجد.

5. النماذج المستخدمة

لا يوجد

6. خطوات التنفيذ

1-6 مراجعة الحملات الاعلانية:

(1-1-6) يقوم مدير المنتج بتحديد الموازنة وفترة الحملة الاعلانية وارسال مختصر للشركة الاعلانية المختصة بعد التأكد من توافر

الموازنة.

(2-1-6) تقوم الشركة الاعلانية بارسال الحملة الاعلانية خلال 7 ايام عمل كحد اقصى ويتم ارسالها إلى الادارة المالية بعد التأكد

من اعتماد المحتوى الإعلاني والموازنة الكلية للحملة من خلال العضو المنتدب للشركة.

(3-1-6) تقوم الإدارة المالية بإعداد تقرير بنتائج مراجعة الحملة الإعلانية، يرفع لمسئول الالتزام بإدارة التسويق لمراجعته وفقاً

للتعاقد المبرم مسبقاً من خلال مدير ادارة الاستثمار.

(4-1-6) فى حالة وجود بنود بالحملة خارج العقد المبرم (قنوات جديدة مثلاً)، يقوم مسئول الالتزام بإدارة التسويق بالرجوع

لشركة الدعاية للاتفاق على الخصومات بناءً على الأسعار السابقة - إن أمكن - أو المقارنة بالبرامج المثلثة أو البحث على

المواقع المختلفة على قوائم أسعار القنوات، ومحاولة تخفيض قيمة الحملة بالتفاوض، ثم اعتماد السعر من مدير إدارة التسويق

ومدير ادارة الاستثمار.

نسخة غير مراقبة
Uncontrolled Copy

مراجعة الحملات الاعلانية، الفواتير والعمولات		رقم الكود: MR-PR-08-00
		رقم الاصدار / التعديل : 3 تاريخ الاصدار : 2019/09/28 تاريخ التفعيل : 2019/10/01
رقم المراجعة: 0	تاريخ المراجعة: 2019/09/28	

6-1-5) يقوم مسئول الالتزام بالتسويق بإضافة ما تم الاتفاق عليه بشأن الخصومات للقنوات الجديدة إلى تقرير مراجعة الحملة، ورفع لمدير التسويق لإجراء التعديلات اللازمة على الحملة.

6-1-6) استلام الحملة بعد التعديل، ومراجعة التعديلات التي تمت على الحملة، وإرسال بريد الكتروني بما يفيد المراجعة من المختصين بالإدارة المالية والتسويق.

6-1-7) تسليم الحملة بعد الاعتماد إلى مدير المنتج بإدارة التسويق، لاعتمادها من مدير التسويق، وإخطار شركة الدعاية بموعد بدء الإذاعة.

6-1-8) يجب ان تتم جميع خطوات هذا الإجراء خلال 14 يوم عمل.

6-1-9) يجب تحديد الهدف من الحملة للقياس العائد على الاستثمار أى فى حالة ان الحملة بهدف نشر ثقافة المنتج وطريقة الاستخدام لا يمكن قياس العائد على الاستثمار فى حالة ان الهدف قياس المبيعات يتم قياس المبيعات قبل وبعد الحملة بـ 6 شهور.

6-2) مراجعة الفواتير الاعلانية:

6-2-1) استلام مسئول الالتزام بإدارة التسويق لفواتير الدعاية والإعلان، ومراجعتها، وإعداد تقرير بكافة ملاحظات المراجعة والتأكد من اصدار طلب شراء وامر التوريد على برنامج اواركل بالفترة الخاصة بالحملة على ان يتم تسليمها للإدارة المالية بعد

المراجعة للمراجعة مرة أخرى قبل الصرف للتأكد من مراجعتها بطريقة صحيحة ووفقاً للحملة المعتمدة عن طريق المختص بإدارة التسويق.

6-2-2) يقوم مسئول الالتزام برفع الملاحظات المطلوب اعتمادها إلى كل من مدير المنتج ومدير التسويق لاعتماد السداد فى حالة وجود ملاحظات متعلقة بالإدارة.

6-2-3) يقوم مسئول الالتزام بإرسال الموقف النهائى بكافة الملاحظات إلى مدير التسويق واعتماد السداد أو الخصم منه.

6-2-4) يجب ان تتم خطوات هذا الإجراء خلال 60 يوم من إستلام الفواتير كاملة المرفقات، على ان تصدر الشيكات وفقاً لفترات الأجل المتفق عليها مع الموردين.

نسخة غير مراقبة
Uncontrolled Copy

6-3) مراجعة عمولات استخدام الأفكار الاعلانية:

6-3-1) يقوم مسئول الالتزام باعداد بيان بالعمولات الخاصة باستخدام الاعلان الخاضع للعمولة وتسليمه إلى الادارة المالية موضح به رقم الفاتورة، الشركة المعلنة، قيمة الاعلان ونسبة العمولة مع كل طلب صرف.

6-3-2) حساب قيمة العمولة المستحقة لكل شركة من مقدمى الأفكار الإعلانية، بحسب العقود المبرمة معهم.

6-3-3) يقوم مسئول الالتزام بالحصول على فواتير من مقدمي الأفكار الإعلانية بقيمة العمولات واعداد طلب شراء وامر توريد بالقيمة المطلوب صرفها على برنامج اواركل.

أخناتون للتجارة والتوزيع

مراجعة الحملات الاعلانية، الفواتير والعمولات		رقم الكود: MR-PR-08-00
رقم الاصدار / التعديل : 3		تاريخ الاصدار : 2019/09/28
رقم المراجعة: 0	تاريخ المراجعة: 2019/09/28	تاريخ التفعيل : 2019/10/01

4-3-6 قيام المختص بالإدارة المالية بمراجعة البيان والتأكد من عدم تكرار صرف العمولة سابقاً والتأكد من استحقاق المورد صاحب العمولة.

نسخة غير مراقبة

Uncontrolled Copy

7. مقاييس الأداء:

3-7 الالتزام بالسداد للمورد خلال فترة السداد المعتمدة .

8. السجلات:

1-8 Soft Copy : (الحملة النهائية المعتمدة - امر التوريد الخاص بالحملة - امر التوريد الخاص بالعمولة)

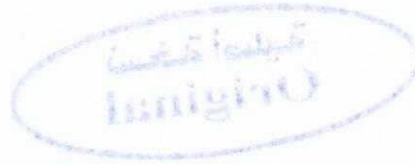
لمدة 6 شهور

9. الوثائق المرجعية:

المواصفة القياسية 2015 : ISO 9001

10. الرسم التفصيلي:

لم يعد



أخناتون للتجارة والتوزيع

مراجعة الحملات الاعلانية، الفواتير والعمولات		رقم الكود: MR-PR-08-00
		رقم الاصدار / التعديل : 3 تاريخ الاصدار : 2019/09/28 تاريخ التنفيع : 2019/10/01
رقم المراجعة: 0	تاريخ المراجعة: 2019/09/28	

تاريخ التنفيع	رقم المراجعة	رقم الصفحة	شرح التعديل
	1		
	2		
	3		
	4		
	5		

المراجعة الدورية (مرة كل عامين):			
رقم المراجعة	تاريخ المراجعة المخطط	تاريخ المراجعة الفعلي	أخصائي امتثال الجودة التوقيع
1	09/2021		رئيس قسم توكيد الجودة والامتثال التوقيع
2	09/2023		

نسخة غير مراقبة
Uncontrolled Copy