

إعداد ومتابعة موازنة التسويق		رقم الكود: MR-PR-07-00
		رقم الاصدار / التعديل : 3 تاريخ الاصدار : 2019/09/28
رقم المراجعة : 0	تاريخ المراجعة: 2019/09/28	تاريخ التفعيل : 2019/10/01
اعتماد: خالد القلاوي الوظيفة: رئيس قسم الجودة التوقيع:  التاريخ: 30-09-2019	مراجعة: امانى حافظ الوظيفة: المدير الأقليمي للتسويق التوقيع:  التاريخ: 30/9/19	اعداد: ملاك نبيل الوظيفة: مشرف الالتزام بالادارة التوقيع:  التاريخ: 27/9/19
		رقم النسخة: الموقع:

1. الغرض

هذا الإجراء هو جزء من الدورة المستندية لأعمال إدارة التسويق بشركة أخناتون للتجارة والتوزيع، وهو واحد من مهام مديري المنتجات لتحقيق خطة المبيعات للسنة التالية بالتنسيق مع مسئول الدعم التسويقي للمنتجات Trade Marketing ومتابعة الموانة المعدة بصفة ربع سنوية.

2. مجال التطبيق

1-2 شركة اخناتون.

3. المسئوليات

1-3 مدير إدارة التسويق.

2-3 كافة بإدارة التسويق.

3-3 مسئول الرقابة بالتسويق.

4-3 الإدارة المالية

4. التعريفات

1-4 لا يوجد.

5. النماذج المستخدمة

لا يوجد

6. خطوات التنفيذ

1-6 إعداد موازنة التسويق:

يقوم مديري المنتجات بالخطوات التالية:

1-1-6 إنشاء خطة التسويق السنوية بالربع الاخير من العام المنتهى مقسمة إلى مجموعة المنتجات ربع سنوياً لكل مجموعة،

مع مراعاة المحددات الاخرى مثال: موسمية الصنف، دعم طرح المنتجات الجديدة والحالية، وتوزيع خطة المبيعات.

1-1-6 يتم تحديد قيمة الموازنة لكل مجموعة منتجات بناءً على ظروف السوق مثال: نشاط المنافسين وعددهم الخ، نسبة

النمو، خطة المبيعات، وربحية الأصناف التي يتم الحصول عليها من إدارة اداريات البيع وما تم فعلياً خلال العام السابق.

1-1-6 يتم توزيع قيمة الموازنة لكل منتج على كل أو بعضاً من الانشطة التسويقية التالية: الاذاعة بالوسائل المرئية والمسموعة،

صفحات الانترنت المختلفة، الاعلانات الخارجية Outdoors، عروض المستهلك، المواد الدعائية المطبوعة، انتاج اعلان جديد،

إعداد ومتابعة موازنة التسويق		رقم الكود: MR-PR-07-00
		رقم الاصدار / التعديل : 3
		تاريخ الاصدار : 2019/09/28
رقم المراجعة: 0	تاريخ المراجعة: 2019/09/28	تاريخ تفعيل : 2019/10/01

عرض المنتجات على الرف Visibility، حملات توزيع منتجات مجانية، ابحاث ودراسات تسويقية جديدة، وانشطة خارجية Events.

6-1-4 يتم عرض خطة التسويق النهائية على العضو المنتدب لإبداء أي اقتراحات واعتمادها والارسال إلى الادارة المالية واداريات البيع خلال الاسبوع الاول من شهر اكتوبر من كل عام.

6-1-5 يتم إبلاغ الجهاز البيعى وكافة الادارات المعنية بالانشطة التسويقية فور التأكد من تنفيذها اثناء مناقشة خطة المبيعات المقترحة بالعام التالي.

6-1-6 يقوم مدير المنتج بإعتماد الخطة الربع سنوية من مدير التسويق والعضو المنتدب للعمل بموجبها قبل بدء الفترة الربع سنوية بحد أدنى اسبوعين.

6-2 تعديل خطة التسويق:

6-2-1 يقوم قسم التسويق بطلب تعديل خطة التسويق فى حالة ظهور اصناف جديدة بالسوق، تعديل جوهرى من المنافسين، معوقات انتاج اصناف جديدة أو الرغبة فى ايجاد فرص بيعية جديدة.

نسخة غير مراقبة
Uncontrolled Copy

6-3 متابعة موازنة التسويق:

6-3-1 يتم تسليم الموازنة السنوية المعتمدة من العضو المنتدب لشركة اخناتون للادارة المالية لرفعها على برنامج اوركل مقسمة إلى مجموعة المنتجات وربع سنوياً ونوع المصروف.

6-3-2 تلتزم إدارة التسويق بعمل طلب شراء وامر توريد لكافة المصروفات للصرف من خلال الادارة المالية اولا باول من على برنامج اوركل فيما عدا بنود انتاج اعلان التليفزيون للاعلانات المرحلة من الاعوام السابقة، العينات المجانية، البضاعة يتم استبعاد المدخل منها وتحمل ما يخص الفترة بحسب المذكرة المعتمدة للاهلاك او المصروف من الادارة العليا.

6-3-3 تلتزم إدارة التسويق بمتابعة بند المصروفات وطلب التحويل من بند إلى بند داخل الفترة الربع سنوية باعتماد مدير التسويق ومن فترة إلى فترة بعد الحصول على موافقة العضو المنتدب لشركة اخناتون للتجارة والتوزيع.

6-3-4 اعتماد طلبات الشراء الاكبر من الفين جنيه من مدير التسويق الإقليمي والعضو المنتدب للشركة وطلبات الشراء الاقل من الفين جنيه تعتمد من مدير التسويق الاقليمي فقط.

6-3-5 يتم تسليم صورة امر التوريد المعتمد من مسئول الرقابة بالتسويق بناءً على طلب الشراء المعتمد من مدير التسويق الاقليمي والعضو المنتدب للشركة إلى الادارة المالية لعمل اللازم والصرف من برنامج اوركل.

6-3-6 تلتزم الإدارة المالية بعدم سداد أى امر توريد من برنامج اوركل إلا بعد الحصول على صورة من امر التوريد الصادر من برنامج اوركل.

إعداد ومتابعة موازنة التسويق		رقم الكود: MR-PR-07-00
		رقم الاصدار / التعديل : 3 تاريخ الاصدار : 2019/09/28
رقم المراجعة: 0	تاريخ المراجعة: 2019/09/28	تاريخ التفعيل : 2019/10/01

6-3-7) يتم عمل مطابقة ربع سنوية للمصروفات مع الادارة المالية للتأكد من صحة المصروفات المرفوعة على برنامج اوركل واستبعاد واطافة ما يلزم من المصروفات.

6-3-8) فى حالة تعديل موازنة مصروفات صنف من خلال قسم التكاليف - وذلك فى حالة عدم تعويض قيمة الصنف داخل عائلة الصنف المطلوب تعديله - يتم ابلاغ ادارة التسويق بالنسبة المخفضة من مجموعة الاصناف الخاصة بهذا المنتج لادارة التسويق لدراسة هذا التعديل والعمل على تخفيض هذه النسبة من المتبقى او الرجوع للعضو المنتدب والحصول على استثناء بعدم التعديل فى حالة عدم وجود موازنة او وجود التزامات مستقبلية تم الاتفاق عليها مسبقاً قبل التعديل مثال:

- تم تعديل موازنة مصروفات صنف كريم بشرة ببيروتينات اللبن.
- يتم ابلاغ ادارة التسويق من النسبة المخفضة من موازنة Eva Care.
- يتم دراسة النسبة وفقاً للبند وفى حالة وجود اتفاق مسبق على اعلان على سبيل المثال او حملة اعلانية تنشيطية يتم العمل على الحصول على الموافقات اللازمة بخصوص عدم التعديل.

7. مقاييس الأداء:

7-1) اعتماد خطة التسويق السنوية بنهاية شهر اكتوبر من كل عام.

7-2) عدم تجاوز الموازنة العامة للتسويق.

8. السجلات:

Soft Copy على برنامج اوركل لمدة عام.

9. الوثائق المرجعية:

المواصفة القياسية 2015 : ISO 9001

10. الرسم التفصيلي:

نسخة غير مراقبة
Uncontrolled Copy

إعداد ومتابعة موازنة التسويق		رقم الكود: MR-PR-07-00
		رقم الاصدار / التعديل : 3 تاريخ الاصدار : 2019/09/28 تاريخ التنفيع : 2019/10/01
رقم المراجعة: 0	تاريخ المراجعة: 2019/09/28	

نسخة غير مراقبة
Uncontrolled Copy

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

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