Пашенцева Валерия БИСО-03-19

**Политика информационной безопасности**

**Интернет-магазин «Зайчик»**

**Компания ООО «Зайчик»**

*Штат – 30 сотрудников:*

2 – руководство;

5 – бухгалтерия;

5 – персонал;

5 – IT отдел;

8 – менеджеры по работе с клиентами;

5 – отдел безопасности;

Управление компании использует телефонную связь и все существующие ресурсы компании, имеют полный доступ ко всем программам, которые используются в компании.

Бухгалтерия использует телефонную связь, сайт, MS Office, 1С:Бухгалтерию.

IT-отдел обеспечивает функционирование внутренней сети организации, а также сайта компании и личных кабинетов клиентов. Использует интернет, MS Office, 1С, телефонную связь, сайт, приложение, СУБД, языки программирования.

Менеджеры по работе с клиентами осуществляют работу с ними посредством Интернет (чат в приложении или на сайте кмпании), Телефонной связи и др.

Персонал устанавливает непосредственно физическую связь с клиентами, предоставляет возможность приобретения того или иного товара, осуществляет работу курьера

Отдел безопасности обеспечивает информационную безопасность компании, клиентам и работникам компании, используя MS Office, 1С, телефонную связь, сайт, приложение, СУБД, языки программирования и задействует различные ресурсы интернета.

Так же все сотрудники используют мессенджер Slack для общения внутри компании.

**Регламент отдела менеджеров по работе с клиентами**

*Задачи:*

1. Проинформировать клиента о возможностях ООО «Зайчик».
2. Выслать (по желанию клиента) дополнительные информационные материалы об организации и предоставляемых услугах. Информация может быть направлена клиенту при помощи выбранного им информационного канала, каковым может являться:
3. Электронная почта;
4. Обычная почта;
5. Факс;
6. Доставка личным представителем (курьером)
7. Пригласить прийти в офис ООО «Зайка» (или связаться с менеджером отдела продаж) при появлении заказа

*Обязанности и права:*

1. Сотрудник, замещающий должность, обязан искать клиентов любыми доступными коммуникационными каналами. Для этого он должен проводить анализ рынка, выявлять целевую аудиторию и мониторить конкурентов.
2. Привлечение заказчиков путём формирования интереса к компании и реализуемой её продукции.
3. Обработка входящего трафика звонков, электронной почты, визитов. Анализирует потребности потенциальных клиентов и пытается понять, почему клиенты позвонили именно в вашу фирму.
4. Собственно проведение самой сделки. Продажа товара или услуги и дальнейший контроль поставки товара или оказания услуги. Оформление всего перечня сопроводительной документации.
5. Клиентоориентированность, то есть желание сформировать у покупателей желание обратиться в компанию вновь.
6. Менеджер должен качественно ориентироваться в предлагаемых компанией продуктах и услугах. Кроме того, он должен представлять услуги и продукты лучше, чем менеджеры в конкурирующих фирмах.