

عنوان فرآیند: بازاریابی

هدف: افزایش تعداد بازارها از طریق شناخت بازارهای جدید

مسئول فرآیند: مسئول بازاریابی، مدیر فروش

نوع فرآیند	منابع	ورودها	ورودی از	خروجی	خروجی به
COP زیر فرآیند ندارد	منابع انسانی کامپیوتر مدارک فنی شرکت لیست شرکتهای مادر و زیر مجموعه های آنها اینترنت کاتالوگ CD پرزنتیشن CD های آموزشی و معرفی محصولات	رویه بازاریابی با کد: SHM-P4007	فرآیند کنترل مدارک و سوابق		
		لیست شرکتهای مادر و زیر مجموعه ها	اینترنت، بازار	لیست مشتریان جدید	فرآیند فروش
		پرسشنامه ها و مدارک تکمیل نشده	مشتریهای احتمالی	پرسشنامه ها و مدارک تکمیل شده	مشتریهای احتمالی
		درخواست سمینار و پرزنتیشن	مشتریهای احتمالی	سمینارها و پرزنتیشن برگزار شده	مشتریهای احتمالی
		درخواست بازدید از سازمان	مشتریهای احتمالی		
		خدمات آموزشی	فرآیند آموزش	نیازهای آموزشی	فرآیند آموزش
		اقدامات اصلاحی و پیشگیرانه	فرآیند بهبود مستمر	درخواست اقدام اصلاحی و پیشگیرانه	فرآیند بهبود مستمر
		ممیزی داخلی	فرآیند بهبود مستمر		
		رویه کنترل سوابق کیفی با کد: SHM-P2002	فرآیند کنترل مدارک و سوابق		
		سوابق تعیین تکلیف شده، مدارک اصلاح یا تهیه شده مدارک درون سازمانی و لیست راهنمای بایگانی سوابق	فرآیند کنترل سوابق و مدارک		
				توصیه بهبود و تغییرات موثر بر سیستم کیفیت	فرآیند بهبود مستمر
		کالاهای مورد نیاز	فرآیند انبارش	درخواست جنس از انبار	فرآیند انبارش

شاخص پایش و اندازه گیری	روش اندازه گیری	حدود قابل قبول	دوره تناوب	مسئول ارزیابی
افزایش بازارهای جدید	نسبت تعداد بازارهای این دوره به دوره قبل	> 1	سالانه	مسئول بازاریابی
عدم انطباق ممیزی داخلی	تعداد عدم تطابق هر دوره ممیزی داخلی نسبت به دوره قبل	≤ 1	بعد از انجام هر دوره ممیزی داخلی	مدیر تضمین کیفیت