ООО «ИнТехПроект»

A2.2 Определить потребности клиентов

Регламент функции

Версия: 1.0.1
Статус: В работе

УТВЕРЖДАЮ

_____
(Должность)

_____ _____
(Подпись) (Ф.И.О.)
«____» _____ 20___г.

Перечень изменений

№	Версия	Статус	Дата изменения статуса	Изменения
1.	1.0.1	В работе	17.10.2020	

Содержание

1. Общие положения 5
   1.1. Владелец функции 5
   1.2. Исполнители функции 5
   1.3. Результат функции 5
   1.4. Документация функции 5
2. Взаимодействие с другими единицами деятельности и внешней средой 6
   2.1. Взаимодействие по Входу 6
   2.2. Взаимодействие по Выходу 6
   2.3. Управление функции 6

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.
Процесс (бизнес-процесс)	–	последовательность операций, имеющая четко определенные начало и конец во времени, направленная на получение заданного результата.
Владелец функции	–	должностное лицо, несущее ответственность за получение результата функции и обладающее полномочиями для распоряжения ресурсами, необходимыми для ее выполнения.
Входы функции	–	ресурсы (материальные, информационные), необходимые для выполнения и получения результата функции, которые потребляются или преобразовываются при ее выполнении.
Выходы функции	–	объекты (материальные или информационные), являющиеся результатом выполнения функции, потребляемые другими функциями или внешними по отношению к организации клиентами.
Исполнители функции	–	ресурсы (технологические, трудовые), используемые для выполнения функции.
Механизмы функции	–	ресурсы (технологические, трудовые), используемые для выполнения функции, целиком не потребляющиеся при выполнении одной итерации функции.
Организационная структура управления	–	совокупность специализированных функциональных подразделений, взаимосвязанных в процессе обоснования, выработки, принятия и реализации управленческих решений (далее Организационная структура).
Подфункция	–	функция, являющаяся составной частью вышестоящей функции.
Функция	–	единицы деятельности, сгруппированные по выбранному набору критериев (например, одинаковые ресурсы, функциональные объекты, компетенции и т.д.).
Управление функции	–	управляющие воздействия, регламентирующие выполнение функции.

1. Общие положения

Настоящий документ является регламентом функции «А2.2 Определить потребности клиентов» ООО «ИнТехПроект» и разработан в целях:

- Формирования единых правил и требований к организации функции.
- Установления ответственности за результат функции.
- Унификации и стандартизации документооборота.

1.1. Владелец функции

Владельцем функции является:

- Начальник отдела продаж (Отдел продаж)

1.2. Исполнители функции

Оргединицы, выполняющие функцию:

- Отдел продаж

1.3. Результат функции

Основным результатом функции является Выявленные потребности клиентов..

1.4. Документация функции

Выполнение функции «Определить потребности клиентов» регламентируется следующей плановой или нормативно-методической документацией:

- Ценовая политика

2. Взаимодействие с другими единицами деятельности и внешней средой

При выполнении функции «A2.2 Определить потребности клиентов» осуществляется взаимодействие с другими единицами деятельности и с внешней средой по входу, выходу, управлению и механизмам:

2.1. Взаимодействие по Входу

№	Вход	Объекты	Поступает от	
			Исполнитель	Единица деятельности /Внешняя среда
1.	Привлеченные клиенты		Отдел продаж	A2.1 Привлечь клиентов

2.2. Взаимодействие по Выходу

№	Выход	Объекты	Передается	
			Получатель	Единица деятельности /Внешняя среда
1.	Неудовлетворимые потребности		Начальник отдела продаж	A1.1 Анализ рынка
2.	Потребность клиента		Менеджер по продажам	A2.3 Сформировать и заключить договор с клиентом
			Отдел продаж	A2.4 Инициировать проект

2.3. Управление функции

№	Вход	Объекты	Поступает от	
			Исполнитель	Единица деятельности /Внешняя среда
1.	Ценовая политика	Ценовая политика	Отдел продаж	A1.2 Выбрать сегменты рынка и определить продуктовый портфель