

Утверждаю

КАРТА ПРОЦЕССА

Маркетинг

СОДЕРЖАНИЕ

1	Назначение карты процесса.....	3
2	Область применения.....	3
3	Термины и определения, сокращения	3
4	Сокращения:	3
5	Ответственность	3
6	Описание процесса	3
6.1	Входы процесса	3
6.2	Выходы процесса:	4
6.3	Ресурсы процесса:	4
6.4	Блок-схема.....	4
6.5	Перечень основных управляющих воздействий:	4
6.6	Улучшение процесса:	5
6.7	Критерии результативности процесса:.....	5
7	Рассылка	5

1 Назначение карты процесса

Цель карты процесса – карта процесса обеспечивает управление процессом «Маркетинг» ресторанных бизнеса с учетом требований, установленных ISO 9001:2015 (СТ РК ISO 9001-2016).

Цель процесса – привлечение новых клиентов, удержание существующих, повышение известности бренда, увеличение продаж и создание устойчивого имиджа заведения.

2 Область применения

Карта процесса охватывает деятельность по Маркетингу в ресторанном бизнесе.

Данным документом руководствуются соответствующие должностные лица, участвующие в процессе.

3 Термины и определения, сокращения

3.1 Термины и определения:

Система менеджмента качества – система менеджмента для руководства и управления организацией применительно к качеству.

Процесс – совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих видов деятельности, преобразующая входы и выходы.

Требование – потребность или ожидание, которое установлено, обычно предполагается или является обязательным.

Документ – информация и соответствующий носитель.

Запись – документ, излагающий полученные результаты или предоставляющий свидетельства осуществленной деятельности.

Корректирующее действие – действие, предпринятое для устранения причины обнаруженного несоответствия или другой нежелательной ситуации.

Компетентность – продемонстрированная способность применять знания и навыки.

4 Сокращения:

СМК – система менеджмента качества.

ВП – владелец процесса.

КП – карта процесса.

ДИ – должностная инструкция.

5 Ответственность

Ответственность за разработку, проверку содержания, организацию согласования и утверждения данного документа, ввод в действие, внесение изменений, а также функционирование и соблюдение требований процесса, обеспечение результативности процесса, проведение корректирующих действий несет владелец процесса – Менеджер по маркетингу.

6 Описание процесса

6.1 Входы процесса

№ П/п	Наименование входа	Требования к входу	Поставщик (подразделение или процесс)
1.	Маркетинговая информация	Актуальная информация о трендах и конкуренции	Аналитический отдел, внешние исследования
2.	Бюджет на маркетинг	Финансовые ограничения и план	Финансовый отдел
3.	Брендовые материалы	Концепция бренда и визуальные элементы	Дизайнеры, маркетологи
4.	Отзывы и рекомендации	Реальные отзывы клиентов	Клиенты, онлайн-платформы