



# Process Classification Framework

# چارچوب طبقه‌بندی فرآیند



# 13

Category



# 72

Process Group



# 327

Process

Version :

7.2.1

September 2018

## OPERATING PROCESSES

1.0  
Develop  
Vision  
and  
Strategy

2.0  
Develop and  
Manage Products  
and Services

3.0  
Market  
and Sell  
Products and  
Services

4.0  
Deliver  
Physical Products

5.0  
Deliver  
Services

6.0  
Manage  
Customer  
Service

## MANAGEMENT AND SUPPORT SERVICES

7.0 Develop and Manage Human Capital

8.0 Manage Information Technology

9.0 Manage Financial Resources

10.0 Acquire, Construct, and Manage Assets

11.0 Manage Enterprise Risk, Compliance, Remediation, and Resiliency

12.0 Manage External Relationships

13.0 Develop and Manage Business Capabilities

## Level 1 - Category

Represent the highest level of process in the enterprise, such as Manage customer service, supply chain, Financial Organization, and Human resource.

### Level 2 - Process Group

Indicates the next level of processes and represents a group of process. Perform after sales repairs, Procurement, Accounts payable, Recruit/source, and Develop sales strategy are examples of process groups.

### Level 3 – Process

A process is the next level of decomposition after process group. The process may include elements related to variants and rework in addition to the core elements needed to accomplish the process.

### Level 4 - Activity

Indicates key events performed when executing a process. Examples of activities include Receive customer requests, Resolve customer complaints, and Negotiate purchasing contracts.

### Level 5 – Task

Tasks represents the next level of hierarchical decomposition after activities. Tasks are generally much more fine grained and may vary widely across industries. Examples include: Create business case and obtain funding and Design recognition and reward approaches

## سطح ۱ – دسته فرآیند

نشان‌دهنده بالاترین سطح فرآیند در سازمان است، مانند مدیریت خدمات مشتری، زنجیره تامین، مدیریت مالی، و منابع انسانی

## سطح ۲ – گروه فرآیند

سطح بعدی فرآیند را نشان داده و شامل گروهی از فرآیندها می‌شود. مانند تعمیر پس از فروش، خرید، حساب‌های پرداختی، جذب/استخدام، و تدوین استراتژی فروش

## سطح ۳ – فرآیند

یک فرآیند، سطح شکست بعد از گروه فرآیند می‌باشد. فرآیند ممکن است علاوه بر اجزاء اصلی موردنیاز فرآیند، شامل اجزائی مربوط به تغییرات و دوباره‌کاری در فرآیند نیز باشد.

## سطح ۴ – فعالیت

رویدادهای کلیدی هستند که در اجرای یک فرآیند انجام می‌شوند. مانند دریافت درخواست مشتری، رفع ادعای مشتری، مذاکره قراردادهای فروش.

## سطح ۵ – وظیفه

وظایف نشان‌دهنده سطح بعدی شکست در درختواره پس از فعالیت می‌باشند. وظایف معمولاً ریزتر بوده و ممکن است در صنایع مختلف با هم متفاوت باشند. مانند خلق طرح تجاری و دریافت اعتبار، طراحی رویکردهای شناسایی و پاداش‌دهی



فرآیندهای

3.0 Market and Sell Products  
and Services

3.0 بازاریابی و فروش محصولات و  
خدمات

دسته فرآیند :

3.0



5

گروه فرآیند



25

فرآیند

Version :

7.2.1

September 2018

» **3.1.1 Perform customer and market intelligence analysis (10106)**

## 3.1.1.1 Conduct customer and market research (10108)

## 3.1.1.1.1 Understand consumer needs and predict customer purchasing behavior (10114)

## 3.1.1.2 Identify market segments (10109)

## 3.1.1.2.1 Determine market share gain/loss (10115)

## 3.1.1.3 Analyze market and industry trends (10110)

## 3.1.1.4 Analyze competing organizations, competitive/substitute products/services (10111)

## 3.1.1.5 Evaluate existing products/services (10112)

## 3.1.1.6 Assess internal and external business environment (10113)

» **3.1.2 Evaluate and prioritize market opportunities (10107)**

## 3.1.2.1 Quantify market opportunities (10116)

## 3.1.2.2 Determine target segments (10117)

## 3.1.2.2.1 Identify under-served and saturated market segments (18941)

## 3.1.2.3 Prioritize opportunities consistent with capabilities and overall business strategy (10118)

## 3.1.2.4 Validate opportunities (10119)

## 3.1.2.4.1 Test with customers/consumers(10120)

## 3.1.2.4.2 Confirm internal capabilities (10121)

« **3.1.1 انجام تجزیه و تحلیل اطلاعات مشتری و بازار**

## 3.1.1.1 راهبری تحقیقات مشتری و بازار

## 3.1.1.1.1 درک نیازهای مشتری و پیش‌بینی رفتار خرید مشتری

## 3.1.1.2 شناسایی بخش‌های بازار

## 3.1.1.2.1 تعیین افزایش/کاهش سهم بازار

## 3.1.1.3 تجزیه و تحلیل روندهای بازار و صنعت

## 3.1.1.4 تجزیه و تحلیل سازمان‌های رقیب و محصولات/خدمات رقیب/جایگزین

## 3.1.1.5 سنجش محصولات/خدمات موجود

## 3.1.1.6 ارزیابی محیط درونی و بیرونی کسب‌وکار

« **3.1.2 ارزیابی و اولویت‌بندی فرصت‌های بازار**

## 3.1.2.1 کمی‌کردن فرصت‌های بازار

## 3.1.2.2 تعیین بخش‌های هدف

## 3.1.2.2.1 شناسایی کاربران و بخش‌های بازار اشباع شده

## 3.1.2.3 اولویت‌بندی فرصت‌های متناسب با قابلیت‌ها و استراتژی کلان کسب‌وکار

## 3.1.2.4 صحه‌گذاری فرصت‌ها

## 3.1.2.4.1 تست با مشتریان/مصرف‌کنندگان

## 3.1.2.4.2 تایید قابلیت‌های درونی

» **3.2.1 Define offering and customer value proposition (11168)**

- 3.2.1.1 Define offering and positioning (11169)
- 3.2.1.2 Develop value proposition including brand positioning for target segments (11170)
- 3.2.1.3 Validate value proposition with target segments (11171)
- 3.2.1.4 Develop new branding (11172)

» **3.2.2 Define pricing strategy (10123)**

- 3.2.2.1 Conduct pricing analysis (13169)
- 3.2.2.2 Establish guidelines for applying pricing and discounting of products/services (10124)
- 3.2.2.3 Establish pricing targets (19999)
- 3.2.2.4 Approve pricing strategies/policies and targets (10125)

» **3.2.3 Define and manage channel strategy (20000)**

- 3.2.3.1 Determine channels to be supported (20001)
- 3.2.3.2 Establish channel objectives (20002)
- 3.2.3.3 Determine channel role and fit with target segments (10127)
- 3.2.3.4 Select channels for target segments (10128)
- 3.2.3.5 Identify required channel capabilities (20003)
- 3.2.3.6 Evaluate channel attributes and potential partners (10126)
- 3.2.3.7 Orchestrate seamless customer experience across supported channels (20004)
  - 3.2.3.7.1 Define omni-channel strategy (16590)
  - 3.2.3.7.2 Define omni-channel requirements (16591)
  - 3.2.3.7.3 Develop omni-channel policies and procedures (16592)
- 3.2.3.8 Develop and manage execution roadmap (20005)

« **3.2.1 تعریف ارزش پیشنهادی مشتری**

- 3.2.1.1 تعریف پیشنهاد و جایگاه‌یابی
- 3.2.1.2 تدوین ارزش پیشنهادی شامل جایگاه برند برای بخش‌های هدف
- 3.2.1.3 صحت‌گذاری ارزش پیشنهادی با بخش‌های هدف
- 3.2.1.4 تدوین برندینگ جدید

« **3.2.2 تعریف استراتژی قیمت‌گذاری**

- 3.2.2.1 راهبری تجزیه و تحلیل قیمت‌گذاری
- 3.2.2.2 تدوین راهنمایی برای قیمت‌گذاری و تخفیف محصولات/خدمات
- 3.2.2.3 تنظیم اهداف قیمت‌گذاری
- 3.2.2.4 تصویب استراتژی‌ها/سیاست‌ها و اهداف قیمت‌گذاری

« **3.2.3 تعریف و مدیریت استراتژی کانال**

- 3.2.3.1 تعیین کانال‌هایی که پشتیبانی می‌شوند
- 3.2.3.2 تدوین اهداف کانال
- 3.2.3.3 تعیین نقش کانال و انطباق با بخش‌های هدف
- 3.2.3.4 انتخاب کانال‌ها برای بخش‌های هدف
- 3.2.3.5 شناسایی قابلیت‌های موردنیاز کانال
- 3.2.3.6 سنجش ویژگی‌های کانال و شرکای بالقوه
- 3.2.3.7 هماهنگ‌سازی یکپارچه تجربه مشتری در سرتاسر کانال‌های تاییدشده
  - 3.2.3.7.1 تعریف استراتژی کانال اومنی
  - 3.2.3.7.2 تعریف الزامات کانال اومنی
  - 3.2.3.7.3 تدوین سیاست‌ها و رویه‌های کانال اومنی
- 3.2.3.8 تدوین و مدیریت نقشه‌راه اجرا



» **3.2.4 Analyze and manage channel performance (20006)**

- 3.2.4.1 Establish channel-specific metrics and targets (16573)
- 3.2.4.2 Monitor and report performance (16574)
- 3.2.4.3 Monitor and report events influencing factors (16575)
- 3.2.4.4 Analyze performance (16500)
- 3.2.4.5 Develop plan for improvements (16501)

» **3.2.5 Develop marketing communication strategy (16848)**

- 3.2.5.1 Develop customer communication calendar (16849)
- 3.2.5.2 Define public relations (PR) strategy (16850)
- 3.2.5.3 Define direct marketing strategy (16851)
- 3.2.5.4 Define internal marketing communication strategy (16852)
- 3.2.5.5 Identify new media for marketing communication (16853)
- 3.2.5.6 Define new media communication strategy (16854)
- 3.2.5.7 Define point of sale (POS) communication strategy (16855)
- 3.2.5.8 Define communication guidelines and mechanisms (18627)

» **3.2.6 Design and manage customer loyalty program (18924)**

- 3.2.6.1 Define customer loyalty program (20007)
- 3.2.6.2 Acquire members to customer loyalty program (18925)
- 3.2.6.3 Build engagement and relationship with members (18926)
- 3.2.6.4 Monitor customer loyalty program benefits to the enterprise and the customer (16633)
- 3.2.6.5 Optimize loyalty program value to both the enterprise and the customer (18927)

« **3.2.4 تجزیه و تحلیل و مدیریت عملکرد کانال**

- 3.2.4.1 تدوین متریک‌ها و اهداف ویژه هر کانال
- 3.2.4.2 پایش و گزارش عملکرد
- 3.2.4.3 پایش و گزارش رویدادهای موثر بر عوامل
- 3.2.4.4 تجزیه و تحلیل عملکرد
- 3.2.4.5 تدوین برنامه برای بهبودها

« **3.2.5 تدوین استراتژی ارتباطات بازاریابی**

- 3.2.5.1 تدوین تقویم ارتباط با مشتری
- 3.2.5.2 تعریف استراتژی روابط عمومی
- 3.2.5.3 تعریف استراتژی بازاریابی مستقیم
- 3.2.5.4 تعریف استراتژی ارتباطی بازاریابی درونی
- 3.2.5.5 شناسایی رسانه جدید برای ارتباطات بازاریابی
- 3.2.5.6 تعریف استراتژی ارتباطی رسانه جدید
- 3.2.5.7 تعریف استراتژی ارتباطی نقطه فروش
- 3.2.5.8 تعریف راهنما و مکانیزم‌های ارتباطی

« **3.2.6 طراحی و مدیریت برنامه تعهد مشتری**

- 3.2.6.1 تعریف برنامه تعهد مشتری
- 3.2.6.2 تامین کارمندان برای برنامه تعهد مشتری
- 3.2.6.3 ایجاد تعامل و روابط با کارمندان
- 3.2.6.4 پایش مزایای برنامه تعهد مشتری برای کسب‌وکار و مشتری
- 3.2.6.5 بهینه‌سازی ارزش برنامه تعهد (مشتری) برای کسب‌وکار و مشتری

- » **3.3.1 Establish goals, objectives, and metrics for products/ services by channel/segment (10148)**
- » **3.3.2 Establish marketing budgets (10149)**
  - 3.3.2.1 Confirm marketing alignment to business strategy (10155)
  - 3.3.2.2 Determine costs of marketing (10156)
  - 3.3.2.3 Create marketing budget (10157)
  - 3.3.2.4 Determine projected ROI for marketing investment (17683)
- » **3.3.3 Develop and manage pricing (20593)**
  - 3.3.3.1 Understand resource requirements for each product/service and delivery channel/method (20009)
  - 3.3.3.2 Determine corporate incentives (18948)
  - 3.3.3.3 Determine pricing based on volume/unit forecast (10163)
  - 3.3.3.4 Execute pricing plan (10164)
  - 3.3.3.5 Evaluate pricing performance (10165)
  - 3.3.3.6 Refine pricing as needed (10166)
  - 3.3.3.7 Implement promotional pricing programs (11495)
  - 3.3.3.8 Implement other retail pricing programs (11496)
  - 3.3.3.9 Communicate and implement price changes (11497)
  - 3.3.3.10 Achieve regulatory approval for pricing (17684)

- « **3.3.1 تعیین اهداف کلان، اهداف کوتاه مدت و متریک‌ها برای محصولات/خدمات به تفکیک کانال/بخش بازار**
- « **3.3.2 تعیین بودجه‌های بازاریابی**
  - 3.3.2.1 تایید همسویی (برنامه‌های) بازاریابی با استراتژی کسب‌وکار
  - 3.3.2.2 تعیین هزینه‌های بازاریابی
  - 3.3.2.3 تدوین بودجه بازاریابی
  - 3.3.2.4 تعیین نرخ بازگشت سرمایه (ROI) پیش‌بینی شده برای سرمایه‌گذاری‌های بازاریابی
- « **3.3.3 توسعه و مدیریت قیمت‌گذاری**
  - 3.3.3.1 درک الزامات منابع برای هر محصول/خدمت و کانال/روش تحویل
  - 3.3.3.2 تعیین مشوق‌های مربوط به سازمان‌ها
  - 3.3.3.3 تعیین برنامه قیمت‌گذاری براساس پیش‌بینی حجم/واحد فروش
  - 3.3.3.4 اجرای برنامه قیمت‌گذاری
  - 3.3.3.5 سنجش عملکرد قیمت‌گذاری
  - 3.3.3.6 اصلاح قیمت‌ها در صورت نیاز
  - 3.3.3.7 پیاده‌سازی برنامه‌های قیمت‌گذاری ترویجی
  - 3.3.3.8 پیاده‌سازی سایر برنامه‌های قیمت‌گذاری خرده‌فروشی
  - 3.3.3.9 اطلاع‌رسانی و پیاده‌سازی تغییرات قیمتی
  - 3.3.3.10 دریافت تاییدات قانونی برای قیمت‌گذاری



» **3.3.4 Develop and manage promotional activities (20010)**

- 3.3.4.1 Define promotional concepts and objectives (10167)
- 3.3.4.2 Develop marketing messages (10159)
- 3.3.4.3 Define target audience (10160)
- 3.3.4.4 Plan and test promotional activities (10168)
- 3.3.4.5 Execute promotional activities (10169)
- 3.3.4.6 Evaluate promotional performance metrics (10170)
- 3.3.4.7 Refine promotional performance metrics (10171)
- 3.3.4.8 Incorporate learning into future/planned consumer promotions (10172)

» **3.3.5 Track customer management measures (10153)**

- 3.3.5.1 Determine customer lifetime value (10173)
- 3.3.5.2 Analyze customer revenue trend (10174)
- 3.3.5.3 Analyze customer attrition and retention rates (10175)
- 3.3.5.4 Analyze customer metrics (10176)
- 3.3.5.5 Revise customer strategies, objectives, and plans based on metrics (10177)

« **3.3.4 توسعه و مدیریت فعالیتهای ترویجی**

- 3.3.4.1 تعریف مفاهیم و فعالیتهای ترویجی
- 3.3.4.2 تدوین پیام‌های بازاریابی
- 3.3.4.3 تعریف مخاطبین هدف
- 3.3.4.4 برنامه‌ریزی و تست فعالیتهای ترویجی
- 3.3.4.5 اجرای فعالیتهای ترویجی
- 3.3.4.6 سنجش متریک‌های عملکردی ترویج
- 3.3.4.7 اصلاح متریک‌های عملکردی ترویج
- 3.3.4.8 به‌کارگیری یادگیری‌ها در ترویج‌های آینده/برنامه‌ریزی‌شده برای مصرف‌کننده

« **3.3.5 پیگیری شاخص‌های فرآیندی مدیریت مشتری**

- 3.3.5.1 تعیین ارزش عمر مشتری
- 3.3.5.2 تجزیه و تحلیل روند درآمد مشتری
- 3.3.5.3 تجزیه و تحلیل نرخ ریزش و نگهداشت مشتری
- 3.3.5.4 تجزیه و تحلیل متریک‌های مشتری
- 3.3.5.5 بازنگری استراتژی‌ها، اهداف کوتاه‌مدت و برنامه‌های مشتری براساس شاخص‌ها

» **3.3.6 Analyze and respond to customer insight (16613)**

- 3.3.6.1 Monitor and respond to social media activity (16627)
- 3.3.6.2 Analyze customer website activity (16614)
- 3.3.6.3 Analyze customer purchase patterns (16615)
- 3.3.6.4 Develop business rules to provide personalized offers (16616)
- 3.3.6.5 Monitor effectiveness of personalized offers and adjust offers accordingly (16617)

» **3.3.7 Develop and manage packaging strategy (10154)**

- 3.3.7.1 Plan packaging strategy (10178)
- 3.3.7.2 Test packaging options (10179)
- 3.3.7.3 Execute packaging strategy (10180)
- 3.3.7.4 Refine packaging (10181)

« **3.3.6 تجزیه و تحلیل و پاسخ‌دهی به دیدگاه‌های مشتریان**

- 3.3.6.1 پایش و پاسخ‌دهی به فعالیت‌های رسانه‌های اجتماعی
- 3.3.6.2 تجزیه و تحلیل فعلیتهای مشتریان در وبسایت
- 3.3.6.3 تجزیه و تحلیل الگوهای خرید مشتریان
- 3.3.6.4 تدوین اصول کسب‌وکار جهت تهیه پیشنهادات شخصی
- 3.3.6.5 پایش اثربخشی پیشنهادات شخصی و تنظیم پیشنهاد براساس آن

« **3.3.7 تدوین و مدیریت استراتژی بسته‌بندی**

- 3.3.7.1 برنامه‌ریزی استراتژی بسته‌بندی
- 3.3.7.2 تست گزینه‌های بسته‌بندی
- 3.3.7.3 اجرای استراتژی بسته‌بندی
- 3.3.7.4 اصلاح بسته‌بندی

## 3.4 Develop sales strategy (10103)

## 3.4 تدوین استراتژی فروش

## » 3.4.1 Develop sales forecast (10129)

- 3.4.1.1 Gather current and historic order information (10134)
- 3.4.1.2 Analyze sales trends and patterns (10135)
- 3.4.1.3 Generate sales forecast (10136)
- 3.4.1.4 Analyze historical and planned promotions and events (10137)

## » 3.4.2 Develop sales partner/alliance relationships (10130)

- 3.4.2.1 Identify alliance opportunities (10138)
- 3.4.2.2 Design alliance programs and methods for selecting and managing relationships (10139)
- 3.4.2.3 Select alliances (10140)
- 3.4.2.4 Develop trade customer trade strategy and customer objectives/targets (11465)
- 3.4.2.5 Define trade programs and funding options (11521)
- 3.4.2.6 Conduct planning activities for major trade customers (11466)
- 3.4.2.7 Develop partner and alliance management strategies (10141)
- 3.4.2.8 Establish partner and alliance management goals (10142)
- 3.4.2.9 Establish partner and alliance agreements (18629)
- 3.4.2.10 Develop promotional and category management calendars (trade marketing calendars) (11522)
- 3.4.2.11 Create strategic and tactical sales plans by customer (11523)
- 3.4.2.12 Communicate planning information to customer teams (11468)

## « 3.4.1 تدوین پیش‌بینی فروش

- 3.4.1.1 جمع‌آوری اطلاعات سفارش‌های جاری و گذشته
- 3.4.1.2 تجزیه و تحلیل روندها و الگوهای فروش
- 3.4.1.3 خلق پیش‌بینی فروش
- 3.4.1.4 تجزیه و تحلیل ترویج‌ها و رویدادهای گذشته و برنامه‌ریزی شده

## « 3.4.2 توسعه روابط مشارکت/اتحاد برای فروش

- 3.4.2.1 شناسایی فرصت‌های اتحاد
- 3.4.2.2 طراحی برنامه‌ها و روش‌های اتحاد برای انتخاب و مدیریت روابط
- 3.4.2.3 انتخاب متحدین
- 3.4.2.4 تدوین استراتژی معاملات مشتری و اهداف کوتاه‌مدت مشتری
- 3.4.2.5 تعریف برنامه‌های معاملات و گزینه‌های تامین اعتبار
- 3.4.2.6 راهبری فعالیتهای برنامه‌ریزی برای مشتریان اصلی معاملات
- 3.4.2.7 تدوین استراتژی‌های مدیریت شرکا و متحدین
- 3.4.2.8 ایجاد اهداف کلان مدیریت شرکا و متحدین
- 3.4.2.9 تدوین توافقنامه با شرکا و متحدین
- 3.4.2.10 تدوین تقویم‌های مدیریت ترویجی و دسته‌ای (تقویم‌های بازاریابی معاملات)
- 3.4.2.11 خلق برنامه‌های استراتژیک و تاکتیکی فروش به تفکیک مشتری
- 3.4.2.12 اطلاع‌رسانی اطلاعات برنامه‌ریزی به تیم‌های مشتری

## 3.4 Develop sales strategy (10103)



## 3.4 تدوین استراتژی فروش

- » **3.4.3 Establish overall sales budgets (10131)**
  - 3.4.3.1 Calculate product market share (17682)
  - 3.4.3.2 Calculate product revenue (10143)
  - 3.4.3.3 Determine variable costs (10144)
  - 3.4.3.4 Determine overhead and fixed costs (10145)
  - 3.4.3.5 Calculate net profit (10146)
  - 3.4.3.6 Create budget (10147)
- » **3.4.4 Establish sales goals and measures (10132)**
- » **3.4.5 Establish customer management measures (10133)**

« **3.4.3 تدوین بودجه‌های فروش کلی**

- 3.4.3.1 محاسبه سهم بازار محصول
- 3.4.3.2 محاسبه درآمد محصول
- 3.4.3.3 تعیین هزینه‌های متغیر
- 3.4.3.4 تعیین هزینه‌های بالاسری و ثابت
- 3.4.3.5 محاسبه سود خالص
- 3.4.3.6 تدوین بودجه

« **3.4.4 تدوین اهداف کلان فروش و شاخص‌های فرآیندی آن**« **3.4.5 تدوین شاخص‌های فرآیندی مدیریت مشتری**

## 3.5 Develop and manage sales plans (10105)



## 3.5 تدوین و مدیریت برنامه‌های فروش

## » 3.5.1 Manage leads/opportunities (20594)

- 3.5.1.1 Identify potential customers (10188)
- 3.5.1.2 Identify/receive leads/opportunities (10189)
- 3.5.1.3 Validate and qualify leads/opportunities (18115)
- 3.5.1.4 Match opportunities to business strategy (11773)
- 3.5.1.5 Develop opportunity win plans (18116)
- 3.5.1.6 Manage opportunity pipeline (20011)
- 3.5.1.7 Determine sales resource allocation (10209)
- 3.5.1.8 Manage customer sales calls (10184)
  - 3.5.1.8.1 Perform sales calls (10190)
  - 3.5.1.8.2 Perform pre-sales activities (10191)
  - 3.5.1.8.3 Manage customer meetings/workshops (20012)
  - 3.5.1.8.4 Close the sale (10192)
  - 3.5.1.8.5 Record outcome of sales process (10193)

## » 3.5.2 Manage customers and accounts (10183)

- 3.5.2.1 Select key customers/accounts (20013)
- 3.5.2.2 Develop sales/key account plan (11173)
- 3.5.2.3 Manage sales/key account plan (20014)
- 3.5.2.4 Manage customer relationships (11174)
- 3.5.2.5 Manage customer master data (14208)
  - 3.5.2.5.1 Collect and merge internal and third-party customer information (16598)
  - 3.5.2.5.2 De-duplicate customer data (16599)

## « 3.5.1 مدیریت نفوذ/فرصت‌ها

- 3.5.1.1 شناسایی مشتریان بالقوه
- 3.5.1.2 شناسایی/دریافت نفوذها/فرصت‌ها
- 3.5.1.3 صحت‌گذاری و کنترل نفوذها/فرصت‌ها
- 3.5.1.4 انطباق فرصت‌ها با استراتژی کسب‌وکار
- 3.5.1.5 تدوین برنامه‌های فرصت برنده
- 3.5.1.6 مدیریت کانال فرصت
- 3.5.1.7 تعیین تخصیص منابع فروش
- 3.5.1.8 مدیریت فراخوان‌های فروش مشتری
  - 3.5.1.8.1 اجرای فراخوان فروش
  - 3.5.1.8.2 اجرای فعالیت‌های قبل از فروش
  - 3.5.1.8.3 مدیریت جلسات/کارگاه‌های مشتری
  - 3.5.1.8.4 بستن فروش
  - 3.5.1.8.5 ثبت نتایج فرآیند فروش

## « 3.5.2 مدیریت مشتریان و حساب‌ها

- 3.5.2.1 انتخاب مشتریان/حساب‌های کلیدی
- 3.5.2.2 تدوین برنامه فروش/حساب کلیدی
- 3.5.2.3 مدیریت برنامه فروش/حساب کلیدی
- 3.5.2.4 مدیریت ارتباط با مشتری
- 3.5.2.5 مدیریت مستردیتای مشتریان
  - 3.5.2.5.1 جمع‌آوری و ادغام اطلاعات درونی و شرکت‌های ثالث از مشتری
  - 3.5.2.5.2 حذف داده‌های تکراری مشتریان

## « 3.5.3 تدوین و مدیریت طرح‌های پیشنهادی فروش، پیشنهادات مزایده و پیشنهاد قیمت

## » 3.5.3 Develop and manage sales proposals, bids, and quotes (11779)

3.5.3.1 Receive Request For Proposal (RFP)/Request For Quote (RFQ) (11781)

3.5.3.2 Refine customer requirements (11780)

3.5.3.3 Review RFP/RFQ request (11782)

3.5.3.4 Perform competitive analysis (11783)

3.5.3.5 Validate with strategy/business plans (11784)

3.5.3.6 Understand customer business and requirements (11785)

3.5.3.7 Develop solution and delivery approach (20015)

3.5.3.8 Identify staffing requirements (11787)

3.5.3.9 Develop pricing and scheduling estimates (11788)

3.5.3.10 Conduct profitability analysis (11789)

3.5.3.11 Manage internal reviews (20016)

3.5.3.12 Manage internal approvals (20017)

3.5.3.13 Submit/present bid/proposal/quote to customer (11790)

3.5.3.14 Revise bid/proposal/quote (20018)

3.5.3.15 Manage notification outcome (11793)

3.5.3.1 دریافت درخواست طرح پیشنهادی (RFP)/درخواست استعلام قیمت (RFQ)

3.5.3.2 اصلاح الزامات مشتری

3.5.3.3 مرور درخواست‌های RFP/RFQ

3.5.3.4 اجرای تجزیه و تحلیل رقابت

3.5.3.5 صحه‌گذاری همسویی با برنامه‌های استراتژی/کسب‌وکار

3.5.3.6 درک کسب‌وکار مشتری و الزامات او

3.5.3.7 توسعه راه‌حل و رویکرد تحویل

3.5.3.8 شناسایی الزامات کارمندیابی

3.5.3.9 تدوین روش قیمت‌گذاری و تخمین‌های زمانبندی

3.5.3.10 راهبری تجزیه و تحلیل قابلیت سوددهی

3.5.3.11 مدیریت ارزیابی‌های درونی

3.5.3.12 مدیریت تاییدات درونی

3.5.3.13 ارسال ارائه پیشنهاد مزایده/طرح پیشنهادی/استعلام قیمت به مشتری

3.5.3.14 بازنگری پیشنهاد مزایده/طرح پیشنهادی/استعلام قیمت

3.5.3.15 مدیریت نتایج مزایده



## 3.5 Develop and manage sales plans (10105)



## 3.5 تدوین و مدیریت برنامه‌های فروش

## » 3.5.4 Manage sales orders (10185)

- 3.5.4.1 Accept and validate sales orders (10194)
- 3.5.4.2 Collect and maintain account information (10195)
  - 3.5.4.2.1 Administer key account details (10201)
  - 3.5.4.2.2 Retrieve full customer details (10202)
  - 3.5.4.2.3 Modify involved party details (10203)
  - 3.5.4.2.4 Record address details (10204)
  - 3.5.4.2.5 Record contact details (10205)
  - 3.5.4.2.6 Record key customer communication profile details (10206)
  - 3.5.4.2.7 Review involved party information (10207)
  - 3.5.4.2.8 Terminate involved party information (10208)
- 3.5.4.3 Determine availability (10196)
- 3.5.4.4 Determine fulfillment process (10197)
- 3.5.4.5 Enter orders into system (10198)
- 3.5.4.6 Identify/perform cross-sell/up-sell activity (17404)
- 3.5.4.7 Process back orders and updates (10199)
- 3.5.4.8 Handle sales order inquiries including post-order fulfillment transactions (10200)

## « 3.5.4 مدیریت سفارشات فروش

- 3.5.4.1 پذیرش و صحه‌گذاری سفارشات فروش
- 3.5.4.2 جمع‌آوری و حفظ اطلاعات حساب
  - 3.5.4.2.1 اداره جزئیات حساب‌های کلیدی
  - 3.5.4.2.2 بازاریابی جزئیات همه مشتریان
  - 3.5.4.2.3 اصلاح جزئیات طرف‌های درگیر
  - 3.5.4.2.4 ثبت جزئیات آدرس
  - 3.5.4.2.5 ثبت جزئیات تماس
  - 3.5.4.2.6 ثبت جزئیات پروفایل ارتباطی مشتریان کلیدی
  - 3.5.4.2.7 مرور اطلاعات طرف‌های درگیر
  - 3.5.4.2.8 منقضی کردن اطلاعات طرف‌های درگیر
- 3.5.4.3 تعیین در دسترس بودن (محصول/خدمت)
- 3.5.4.4 تعیین فرآیند تکمیل (سفارش)
- 3.5.4.5 ثبت سفارش در سیستم
- 3.5.4.6 شناسایی/اجرای فعالیت فروش مکمل/بیش‌فروشی
- 3.5.4.7 پردازش سفارشات برگشتی و به‌روزرسانی آنها
- 3.5.4.8 راهبری سوالات سفارش فروش شامل تکمیل تراکنش‌های پس از فروش

## 3.5 Develop and manage sales plans (10105)



## 3.5 تدوین و مدیریت برنامه‌های فروش

## » 3.5.5 Manage sales partners and alliances (10187)

3.5.5.1 Provide sales and product/service training to sales partners/alliances (10211)

3.5.5.1.1 Provide certification enablement training (20019)

3.5.5.1.2 Manage certifications and skills (20020)

3.5.5.1.3 Provide support to partners/alliances (20021)

3.5.5.2 Provide marketing materials to sales partners/alliances (18641)

3.5.5.3 Evaluate partner/alliance results (10214)

3.5.5.4 Manage sales partner/alliance master data (14209)

## « 3.5.5 مدیریت شرکای و متحدین فروش

3.5.5.1 ارائه آموزش فروش و محصول/خدمت به شرکا/متحدین

3.5.5.1.1 ارائه آموزش توانمندسازی گواهینامه

3.5.5.1.2 مدیریت گواهینامه‌ها و مهارت‌ها

3.5.5.1.3 پشتیبانی از شرکا/متحدین

3.5.5.2 ارائه لوازم بازاریابی به فروش/متحدین

3.5.5.3 سنجش نتایج شرکا/متحدین

3.5.5.4 مدیریت مستردیتای فروش شرکا/متحدین

# منیجر اسلاید

## Share Good Practice



### ارائه‌دهنده:

- « اسلایدهای مدیریتی (مراجع معتبر)
- « دوره‌های آموزشی مدیریت
- « مشاوره مدیریت (فرآیند و استراتژی)

### محسن مهیاری

- « مدیریت فرآیندی، تعالی سازمانی، و مدیریت تغییر
- « ۱۷ سال سابقه فعالیت در شرکت فولاد مبارکه
- « موسس و مدیرعامل شرکت مشاوره‌ای سامان سیستم سپاهان
- « <https://ir.linkedin.com/mohsenmahyari>
- « 0913 305 3935



### کانال‌های ارتباط با ما:

[www.managerslide.ir](http://www.managerslide.ir)  
[info@managerslide.ir](mailto:info@managerslide.ir)  
031-3680 9550