

	Wersja	6	obowiązuje od:	07.01.2025	Nr dokumentu:	PRC-01
	Nazwa procesu: Pozyskanie i utrzymanie Klienta					
	<i>Niniejszy dokument jest własnością firmy DP System Sp. z o.o. – do użytku wewnętrznego, po wydrukowaniu nie podlega nadzorowi za wyjątkiem egz. numerowanych przez Pełnomocnika</i>					
Cel Procesu:			Zdobycie klienta, utrzymanie dobrych relacji z Klientem. Zdobywanie zaufania Klientów. Promocja firmy, troska o satysfakcję Klientów. Monitorowanie bazy Klientów.			
Odpowiedzialny za proces:			Dyrektor Działu			
Zasoby niezbędne do realizacji procesu			Ludzie	Dyrektor Handlowy, Kosztorysant, Pracownicy Sekcji Handlowych poszczególnych BU		
			Infrastruktura	Zasoby informatyczne		
			Środowisko	ZSZ, przepisy prawa, zestawienia KNR		

z	Dana wejściowa	Kroki	Dana wyjściowa	Odpowiedzialny	do
	Analiza kontekstu firmy, potrzeby i oczekiwania stron zainteresowanych, strategia BU	Krok 1: Działania promocyjno-reklamowe Dystrybucje materiałów informacyjnych, dostarczenie materiałów na stronę internetową , przygotowywanie prezentacji, udział w konferencjach i targach.	Prezentacje, foldery reklamowe, akcje reklamowe i informacyjne w mediach,	Dyrektor handlowy	Krok 2
	Spotkania i rozmowy z Klientami, analiza portali przetargowych, analiza rynku, udział w konferencjach, zapytania ofertowe, referencje partnerów	Krok 2: Tworzenie i utrzymywanie bazy Klientów Ciągły proces uzupełnienia i weryfikacji informacji dotyczących kontrahentów, spotkań, prowadzonych projektów.	Baza Klientów, Baza informacji z rynku	Dyrektor handlowy	Krok 3
Krok 2 i	Analiza kontekstu firmy, potrzeby i oczekiwania osób zainteresowanych, strategia firmy, analiza zakończonych projektów, Baza informacji z rynku	Krok 3: Segmentacja Klientów Podział Klientów w kontekście przyszłych działań na kategorie.	Przydział do grupy Klientów (w kontekście przyszłych działań)	j.w.	Krok 4

z	Dana wejściowa	Kroki	Dana wyjściowa	Odpowiedzialny	do
Krok 3	Baza Klientów	Krok 4: Planowanie i realizacja działań wobec Klientów W zależności od przydziału do grupy planowane są różne aktywności-Dyrektor działu opracowuje plan działań handlowych. Podczas spotkań i rozmów z klientami następuje prezentacja firmy, produktów i zakresu kompetencji oraz form współpracy. Wyniki działań zostają odnotowane w bazie klientów (np. informacje o potencjalnych projektach, potrzebach klienta, oraz potencjale współpracy). Dla zakończonych projektów monitorowane są czasy gwarancji i potrzeby klienta oraz badane są potencjalne nowe tematy, utrzymany jest kontakt z klientem.	Plan działania	Dyrektor handlowyDziału	Krok 5
	Przydział do grupy				
	, Baza informacji z rynku				
Krok 4	Zapytanie ofertowe	Krok 5: Ofertowanie W odpowiedzi na zapytanie ofertowe od Klienta opracowywana oferta handlowa zgodnie z warunkami klienta lub dokumentacją przetargową jeżeli występujemy jako GW w danym postępowaniu. Proces składania oferty jest załącznikiem do procedury. . W razie potrzeby odbywa się konsultacja z Działem Prawnym i księgowym (wynikiem ma być sformułowanie pytania).W momencie otrzymania zaproszenia do negocjacji końcowych lub informacji o wygraniu oferty powoływany jest przez Sponsora Kierownik Projektu. Opisać proces weryfikacji (PM lub osoba wyznaczona) oferty przed negocjacjami. Opis postępowania w tym kroku zawarty jest w instrukcji, Zasady przygotowania ofert będącej załącznikiem nr 1 do niniejszej procedury.	Aktualizacja bazy	Dyrektor handlowyDziału	Krok 1 z PRC-08 Krok 1 z PRC-02
	Materiały przetargowe (w tym np. wzór umowy) Szablon oferty, szablon kalkulacji oferowej		Oferta, pytania do Zamawiającego, uwagi do wzoru umowy	Pracownik Pionu Handlowego, Dział Prawny, Dział Finansowy, Dyrektor BU	Krok 1 z PRC-02
Krok 5	Wzór umowy	Krok 6: Przygotowanie do negocjacji, negocjacje-do sfinalizowania zlecenia/podpisania umowy Jeżeli są wymagane negocjacje, powoływany jest zespół negocjacyjny i spisywany jest protokół z negocjacji, zawierający kluczowe ustalenia dotyczące realizowanego zadania. W razie potrzeby do zespołu negocjacyjnego zapraszany jest przedstawiciel Działu Prawnego. W przypadku zleceń, które nie wymagają negocjacji danymi wejściowymi do przyszłego zamówienia/zlecenia jest zaakceptowana przez klienta treść oferty, potwierdzana i akceptowana pisemnie. W przypadku wygranych negocjacji tworzona jest karta projektu przez wyznaczonego kierownika projektu. Jeżeli projekt prowadzony jest przez wyznaczonego Inżyniera sprzedaży na bazie przygotowywanych dokumentów tj. oferty sporządzane jest zlecenie	Protokół z negocjacji	Przedstawiciel Pionu Handlowego	Krok 1 z PRC-02
	Materiały przetargowe		Karta projektu	Dyrektor handlowy Działu	Krok 1 z PRC-08
	Oferta		Aktualizacja bazy klientów	Dyrektor handlowyDziału, Dyrektor BU	Krok 3
Krok 12 z PRC-02	Karta projektu (część podsumowująca)	Krok 7: Badanie satysfakcji Klienta / W trakcie trwania projektów oraz Po zakończeniu i zamknięciu projektu przedstawiciel sekcji handlowej—planuje spotkanie z klientem w celu przeprowadzenia badania satysfakcji.	Uwagi z protokołu odbioru, Referencje, uwagi i wnioski z realizacji	Przedstawiciel Sekcji Handlowej, Kierownik projektu	Krok 2
		Załączniki: Zał 1: zasady przygotowania ofert/przetargów DP			

ZASADY OKRESOWEJ ANALIZY PROCESU					
MIERNIKI PROCESU					
<i>L.p.</i>	<i>Opis</i>	<i>Miara</i>	<i>Wyliczający</i>	<i>Częstotliwość wyliczenia</i>	<i>Kryterium sukcesu</i>
1	Poziom zaakceptowanych w stosunku do przygotowanych ofert.	%	Pracownik Sekcji Handlowej	1 x 6 m-cy	Nie mniej niż 50%
4	Pozyskanie referencji od Klientów.	%	j. w.	1 x rok	Minimum 50% referencji na 100% zrealizowanych projektów /zleceń
ZASADY OKRESOWEJ ANALIZY PROCESU					
Przeprowadzający: Dyrektor Działu Forma analizy: zgodna z wymaganiami Pełnomocnika ds. Jakości Częstotliwość: minimum raz w roku przed przeglądem zarządzania					