

دليل إجراءات العمل للمؤسسة



قائمة المحتويات

١.	المقدمة	٥
١,١	مقدمة عن المشروع ومانح حق الامتياز	٥
١,٢	معلومات حول الدليل	٥
١,٣	الهدف من الدليل	٥
١,٤	كيفية استخدام الدليل	٥
١,٥	المسؤولية	٦
١,٦	الالتزام بين مانح حق الامتياز والحاصل على حق الامتياز	٦
٨	دليل الإجراءات التشغيلية في مرحلة	٨
٨	ما قبل الافتتاح	٨
٢.	تأسيس حق الامتياز	٩
٢,١	المبادئ الإرشادية لاختيار الموقع	٩
٢,٢	المبادئ الإرشادية للتصميمات والموضوع	١٠
٢,٣	الموردين والمزودين	١٠
٢,٤	التقارير وعمليات التدقيق والتفتيش	١٠
٢,٥	الجدول الزمني إلى أن يتم الافتتاح	١٢
١٤	دليل الإجراءات التشغيلية في مرحلة	١٤
١٤	ما بعد الافتتاح	١٤
٣.	إدارة الموارد البشرية	١٥
٣,١	الهيكل التنظيمي	١٦
٣,٢	الوصف الوظيفي للمناصب الوظيفية في الاسم التجاري	١٧
٣,٤	الرواتب والأجور	٢٠
٤.	السياسات والإجراءات التشغيلية	٢٠
٤,١	تعريف الإجراءات والسياسات التشغيلية الموحدة	٢٠
٤,٢	توثيق الإجراءات والسياسات التشغيلية الموحدة	٢٠
٤,٣	الإجراءات التشغيلية الموحدة لمختلف الأنشطة:	٢٠
٥.	التسويق	٣٤
٥,١	العلامة التجارية	٣٤
٥,٢	ملف تعريف العميل	٣٤
٥,٣	إدارة قنوات التواصل والتسويق والإعلان	٣٥
٣٨	الملحق ١: اتفاق السرية	٣٨
٣٩	الملحق ٢: خطة عمل ما قبل التشغيل	٣٩
٤٢	الملحق ٣: برنامج المتسوق السري	٤٢

١. المقدمة

١,١ مقدمة عن المشروع ومانح حق الامتياز



١,٢ معلومات حول الدليل

دليل العمليات (الإجراءات) هو مخطط تفصيلي يوضح جميع المجالات الادارية والقانونية بين مانح حق الامتياز والحاصل على حق الامتياز. الدليل قائم على تعريف أسس الفرنشايز، وتحديد هيكل الموظفين والمسؤوليات، وتعريف الإجراءات التشغيلية الأساسية ذات التأثير الجذري على العمليات الإدارية.

تم بناء هذا الدليل ليكون المرجع الرئيسي للحاصل على حق الامتياز فيما يخص المعايير الموصى بها وأسس العمل عند إدارة أفرع الفرنشايز. التوجيه المعكوس في الدليل يساعد في عمليات ما قبل الافتتاح وحتى بعد الافتتاح من ناحية تنظيم الإدارة والعمليات اليومية. كما أنه يحتوي على مبادئ ارشادية لتوجيه الحاصل على حق الامتياز عند اختيار الموقع، والتصميمات وغيرها.

١,٣ الهدف من الدليل

يهدف مخطط دليل العمليات إلى:

- توضيح أسس إنشاء "الاسم التجاري" من قبل الحاصل على حق الامتياز ويضم ذلك تفاصيل ما قبل الافتتاح وما بعده.
- تعريف الهيكل التنظيمي وتوضيح تسلسل الأدوار والمسؤوليات.
- توثيق جميع القواعد والإجراءات المعمول بها في "الاسم التجاري" لضمان دقة إنجازها وسهولة العمل بها، ويعتبر أحد المراجع الرسمية المختصة للإجراءات وأسس العمل الإدارية والتنظيمية.
- تحديد الخطوات التنفيذية التي يجب اتباعها من قبل المسؤولين والعاملين في أفرع "الاسم التجاري" لتطبيق السياسات المعتمدة.
- وضع إطار عمل مرن ينظم العمليات وينسق الإجراءات ويعمل على تحديد وتوضيح واجبات العاملين في جميع الأقسام في الشركة.

١,٤ كيفية استخدام الدليل

تم تطوير هذا الدليل من أجل توفير التوجيه للإدارة والكوادر العاملة في شركة "الاسم التجاري". يهدف الدليل لتوضيح كيفية تبني وتطبيق جميع الإجراءات التشغيلية في مراحل ما قبل الافتتاح، والإجراءات المستمرة في مراحل ما بعد الافتتاح. يوضح الدليل أيضاً الدور التكاملي بين موظفي الأقسام المختلفة وصلاحيات العمل لكل منهم، لضمان التناسق والنظام في بيئة العمل الداخلية.

يتم اعتماد هذا الدليل كمرجع رئيسي ويتم استعماله:

قبل الافتتاح: للغايات التالية

- | | | | |
|-----------------------|---|-------------------------|---|
| اختيار الموقع | • | الديكورات | • |
| التوظيف | • | اعتماد الموردين | • |
| التدريب | • | تعريف قنوات التوزيع | • |
| تعريف الهيكل التنظيمي | • | تعريف القوانين الداخلية | • |

بعد الافتتاح: للغايات التالية

- توضيح الأسس الادارية والنظامية التي يجب اتباعها
- الاجراءات التشغيلية لجميع الأقسام
- التواصل مع مانح حق الامتياز
- حملات التسويق
- الموافقات والصلاحيات

١,٥ المسؤولية

- تسري أحكام وسياسات ومضامين هذا الدليل على الحاصل على حق الامتياز وجميع الموظفين العاملين في أفرعه للعلامة التجارية "الاسم التجاري"، ويستعين به الموظفون في تعاملهم مع مرؤوسيههم وتوجيههم ومتابعتهم.
- يجب المحافظة على هذا الدليل ومحتوياته تحت إدارة حق الامتياز ويمنع تداوله مع أي جهة خارجية.

١,٦ الالتزام بين مانح حق الامتياز والحاصل على حق الامتياز

يخضع الحاصل على حق الامتياز لعدة جوانب قانونية تحكم العلاقة بينه وبين مانح حق الامتياز. بالإضافة إلى أنها توضح واجباته، ومسؤولياته وحدود صلاحيته. القسم التالي يعكس بشكل عام بعض البنود الأساسية التي تحكم علاقة الامتياز.

الشروط العامة:

١. من المتفق عليه أن الحاصل على حق الامتياز يقر ويعترف بأن المالك الفعلي والحصري للعلامة التجارية "الاسم التجاري" هو مانح الامتياز وعليه فان الحاصل على حق الامتياز يلتزم بعدم استعمال العلامة التجارية لغير غايتها او الادعاء بامتلاكها في أي حال من الأحوال.
٢. يكون نموذج الامتياز من نوع (امتياز كلي/جزئي)، ويستحق على الحاصل على حق الامتياز عدة رسوم، منها الرسوم الأولية والتشغيلية ورسوم إنشاء أفرع الامتياز. (تفاصيل هذا البند موضحة في قسم التزامات الحاصل على حق الامتياز).
٣. يسمح مانح الامتياز للحاصل على حق الامتياز باستعمال علامته التجارية في منطقة الامتياز، ولفترة زمنية مدتها (---) سنوات من تاريخ توقيع العقد بين الطرفين.
٤. يلتزم مانح الامتياز في جميع الأوقات خلال سريان هذا العقد بأن يوفر للحاصل على حق الامتياز الدليل التشغيلي الخاص بطريقة إدارة الأفرع وكذلك أي تعديلات أو تحسينات يدخلها عليه.
٥. يوفر مانح حق الامتياز، على نفقته الخاصة، تدريباً لكادر الحاصل على حق الامتياز في مرحلة الافتتاح ويكون تدريب مكثفاً وفي موقع الافتتاح، وتتراوح مدة التدريب بين (--- و ---) أسابيع.
٦. يوفر مانح حق الامتياز تدريباً لكادر الحاصل على حق الامتياز على نفقة الطرف الثاني (الحاصل على حق الامتياز)، في الحالات التالية:
 - أ. بشكل منتظم (بالعادة --- في السنة) وحسب التنسيق الداخلي بين الطرفين.
 - ب. عند تعريف منتج جديد أو أسس جديدة للعمل ويكون هذا التدريب لتعميم النظام الجديد (قد يكون عن بعد أو في بلد الامتياز حسب الترتيب الداخلي بين الطرفين).

٧. يوفر منح الامتياز المساعدة الفنية للحصول على حق الامتياز والمتمثلة في تقديم النصائح المتعلقة بالتعامل مع المنتجات، وتدريب العاملين وتمكينهم، والتشاور فيما يتعلق بمشتريات المواد، ومتطلبات التخزين، وحملة الدعاية المتعلقة بالافتتاح، وحملات الترويج، وتقديم كافة النصائح والإرشادات المتعلقة بالمستوى العام لمنفذ الامتياز بصفة عامة .

٨. يوفر منح الامتياز الرسومات التصميمية المبدئية لغرف العرض (Initial Conceptual Design Sketches) لمنفذ الامتياز.

٩. يقوم منح حق الامتياز بزيارات ميدانية كل --- أو --- أشهر للتدقيق والمساندة، ولمنح الامتياز الحق بتوجيه الانذارات التي يراها مناسبة في حال الإخلال بشروط ومواصفات تقديم الخدمة وفق ما تمليه العلامة التجارية. إذا قضت الحاجة لزيارات أخرى خلال العام بسبب حاجة الحصول على حق الامتياز للمساندة، يتم دراستها وإذا تمت تكون على نفقة الحصول على حق الامتياز.

من التزامات الحصول على حق الامتياز:

١. يلتزم الحصول على حق الامتياز بشراء المنتجات التي يزودها به الطرف الأول، وعدم شراء أي منتج آخر بدون موافقة خطية من الطرف الأول.

٢. يلتزم الحصول على حق الامتياز بجميع الأدلة الإرشادية الخاصة بالطرف الأول (منح حق الامتياز) وتشمل على سبيل المثال لا الحصر (المنتجات، الألوان، المساحات، وتصاميم صالات العرض، وطريقة عرض المنتجات، والديكورات) والتي سيتم تزويده بها من قبل الطرف الأول كجزء من حزمة الامتياز ويقر الحصول على حق الامتياز بأن مخالفته لما ورد تعرضه للمسؤولية القانونية والغرامات المالية.

٣. يلتزم الحصول على حق الامتياز بإدارة عمليات التسويق للمنتجات في بلد الامتياز، وتخضع للشروط والأحكام التالية:

- أ. يقوم منح حق الامتياز بتوفير مساندة في عمليات التسويق للحصول على حق الامتياز في المرحلة الأولية (في مرحلة ما قبل الافتتاح)، وعند الحاجة في حالة تنظيم حملة دعائية جديدة لمنتج جديد.
- ب. حق الملكية لمنصات التواصل الاجتماعي الخاصة بالعلامة التجارية "الاسم التجاري" يعود لمنح حق الامتياز وإدارة المنصات مسؤولية الحصول على حق الامتياز وعند انتهاء العقد تعود ملكيتها لمنح حق الامتياز.
- ج. إدارة عمليات التسويق اليومية والحملات الدعائية من مسؤولية الحصول على حق الامتياز.
- د. يتوجب على الحصول على حق الامتياز الحصول على موافقة خطية على محتوى وتصاميم الحملات التسويقية الموسمية والسنوية التي تتخطى ميزانيتها (-----) ريال عماني.

دليل الإجراءات التشغيلية في مرحلة
ما قبل الافتتاح

٢. تأسيس حق الامتياز

٢,١ المبادئ الإرشادية لاختيار الموقع

يجب أن تتوفر الشروط التالية في الموقع المختار لضمان مخطط عمل متوافق مع الأهداف والقيم الاستراتيجية للاسم التجاري.

سهولة الوصول للموقع:

يكون الموقع المثالي لفرع "الاسم التجاري" المراد افتتاحه في منطقة يسهل الوصول إليها للسيارات وللمشاة أيضاً. سهولة التنقل في المنطقة تلعب دوراً مهماً جداً في إبراز العلامة التجارية، وبناء توعية عن علامة "الاسم التجاري"، وجذب الزبائن، وعليه فإنه ينصح بالابتعاد عن الأماكن المخفية وصعبة الرؤية.

منطقة تجارية:

لضمان استقطاب الزبائن يتوجب أن يكون موقع الفرع في منطقة تجارية حيوية تعج بالحركة، مما يساهم بتأمين تدفق زبائن معتدل بشكل مستمر. يمكن للفرع أن يكون في مجمع تجاري أو كفرع مستقل خارجه. العامل المهم أن تكون هذه المنطقة التجارية تعم بالحياة حيث إنها ستكون حاضنة لعدد كبير من الشريحة المستقطبة من الزبائن.

التراخيص والتصاريح:

لضمان العمل بشكل قانوني، يجب على الحاصل على حق الامتياز أن يصدر جميع التراخيص والتصاريح المتعلقة بقطاع عمل "الاسم التجاري" بما يتوافق مع شروط الجهات المعنية في الدولة المراد العمل على أراضيها، إضافة لذلك يجب اصدار التصاريح اللازمة لاستقدام وتوظيف العمالة الخارجية والمحلية.

البنية التحتية:

تحقيق رضى العملاء يتخطى تقديم الخدمة الجيدة وذلك لأن العديد من العوامل تلعب دوراً رئيساً في هذا الموضوع، مثل توافر البنية التحتية الملائمة للفرع ومن أهمها (-----) الداخلية والخارجية.

ملاحظة: في حال كانت ظروف الموقع المختار وبنيتة الأساسية غير ملائمة للمواصفات، على الحاصل على حق الامتياز ترميم وصيانة المكان قبل تركيب الأنظمة والمعدات لضمان تحقيق أعلى معايير الجودة.

السلامة:

قد يؤثر عامل السلامة سلباً على صورة وأداء "الاسم التجاري"، لذلك فإنه من المهم العمل على توفير السلامة للعملاء داخل الفرع منذ المراحل الأولية، مع ضرورة التحقق من جميع المواقع المقترحة قبل الشراء أو الاستئجار لمعرفة اذا ما كان يستوجب أخذ احتياطات إضافية تتعلق بالسلامة.

بعد اختيار الموقع، يجب تركيب أنظمة حماية (كاميرات، حساسات، الخ) والعمل على نظام حماية من الحرائق (خطة، إجراءات، مطفأة حريق، الخ) للحد من أي أخطار قد تحدث في المستقبل.

مساحة المعرض:

يجب أن لا تقل مساحة المعرض عن (-----) متراً مربعاً. علماً بأن تقدير عدد الموظفين للفرع يتم وفقاً لهذه المساحة، وعالية فإذا قرر الحاصل على حق الامتياز استخدام مساحة أكبر سيتوجب عليه رفع عدد الموظفين داخل هذا الفرع ليتناسب مع المساحة المستخدمة.

٢,٢ المبادئ الإرشادية للتصميمات والموضوع

التصاميم هي العامل الأساسي الذي يعكس بصمة العلامة التجارية "الاسم التجاري" ولذلك يجب التقيد بها بدقة وحزم. يجب أن يكون الالتزام في النواحي التالية:

الألوان:

تستعمل "الاسم التجاري" الألوان

الديكورات:

من أهم أسس الديكور في الأشكال

ترتيب المنتجات:

طريقة عرض المنتجات يكون حسب ارشادات منح حق الامتياز

٢,٣ الموردين والمزودين

سلسلة الامداد والتزويد الخاصة بشركة "الاسم التجاري" متفرعة لقسمين: قسم تزويد المنتجات وقسم تزويد اللوازم والمواد الأخرى. المنتجات تزود بشكل مركزي من الفرع الرئيسي لمانح حق الامتياز، أما باقي اللوازم تكون من خلال موردين محليين.

تزويد المنتجات:

تزويد جميع المنتجات يكون بشكل مركزي من الفرع الرئيسي في سلطنة عمان. حيث أن الحاصل على حق الامتياز لا يتواصل مع أي موردين للمنتجات، فشبكة التواصل محدودة مع مانح حق الامتياز.

تزويد لوازم العمليات التشغيلية اليومية:

يقوم الحاصل على حق الامتياز بالتعاقد مع موردين محليين من أجل تزويد جميع اللوازم للفرع من أصول ومواد تشغيلية. عمليات اقتناء وشراء الأصول تكون في مرحلة التأسيس والافتتاح أما بالنسبة للمواد التشغيلية فيتم طلبها بشكل دوري حسب الحاجة وحسب سياسات قسمي المشتريات والمستودعات.

يتوجب العلم أنه لا يتم اعتماد أي من الموردين إلا بعد أخذ موافقة خطية من مانح حق الامتياز.

٢,٤ التقارير وعمليات التدقيق والتفتيش

التقارير:

من أجل ضمان سريان الحوكمة والنظام الداخلي في الشركة، يتوجب تسليم تقارير دورية. حيث تسلم من الموظفين لمدراءهم المباشرين والذين بدورهم يقومون برفعها للإدارة. في حال عكست التقارير أي تحديات أو مشاكل مالية، يتم دراستها مع أسبابها وتعريف خطط حل لها.

الجدول التالي يوضح التقارير التي يتم تسليمها مع الفترات الزمنية لكل تسليم:

الفترة الزمنية	الموظف المسؤول	التقرير
يومي	موظف المبيعات	المبيعات: • المبيعات اليومية • الخصومات التي قدمت • التحديات
أسبوعي	موظف المستودعات	مستويات المخزون
شهري التقارير الرئيسية بشكل سنوي ونصف سنوي	موظف المالية	التقارير المالية: • قائمة الدخل • الميزانية • التدفق النقدي

التدقيق:

تتقسم عمليات التدقيق إلى تدقيق داخلي وتدقيق خارجي:

التدقيق الداخلي:

يكون التدقيق الداخلي منظماً من قبل الحاصل على حق الامتياز لضبط بيئة العمل والتأكد من أن جميع الأمور التشغيلية والإدارية متماشية مع المعايير والأسس المنهجية للعلامة التجارية "الاسم التجاري". تتم عمليات تدقيق بشكل يومي من قبل كل مدير مباشر على فريق عمله، بالإضافة إلى ذلك يتوجب تنظيم دورات تفتيش شهرية من قبل الحاصل على حق الامتياز يقوم بها بالتدقيق على عمل جميع الأقسام والتأكد أن جميع الإجراءات متماشية مع معايير الشركة. عند الطلب، يقوم الحاصل على حق الامتياز بتزويد مانح حق الامتياز بتقرير يشمل مخرجات عمليات التدقيق الداخلية.

التدقيق الخارجي:

يتم تنظيم دورات للتدقيق من خلال مانح حق الامتياز. يتم الاتفاق بين مانح حق الامتياز والحاصل على حق الامتياز على تاريخ لتنظيم هذا التدقيق. ويكون من خلال شركة خارجية أو عن طريق فريق مانح حق الامتياز ويستمر لعدة أيام حتى يتم تقييم وتدقيق جميع الأقسام. في حال رصد أي خلل في أسس الأمور التشغيلية يتم تنبيه مانح حق الامتياز حالاً ويحق له التصرف بالطريقة التي يجدها مناسبة. في حال كان هناك خلل كبير وتم تقصي أي مخالفات كبرى يتم سحب حق الامتياز. تفاصيل عملية هذا التدقيق الخارجي تكون مدونة ومعرفة في العقد القانوني.

٢,٥ الجدول الزمني إلى أن يتم الافتتاح

تحرص "الاسم التجاري" على متابعة الحاصل على حق الامتياز خطوة بخطوة منذ اختيار الفرع ومروراً بكل مراحل الانشاءات وصولاً الى الافتتاح الرسمي، حيث قامت بتطوير جدول زمني يحدد المهام الواجب تتبعها وإنجازها ضمن فترة زمنية محددة كما هو موضح في الشكل التالي:

الاسبوع الثامن	الاسبوع السابع	الاسبوع السادس	الاسبوع الخامس	الاسبوع الرابع	الاسبوع الثالث	الاسبوع الثاني	الاسبوع الأول	المهمة
								انتهاء رخصة العمل والأوراق التجارية
								الإشراف على ديكورات المحل الداخلية
								طلب الأثاث
								طلب نظام نقاط البيع
								التوظيف
								تصميم لوحة المحل الخارجية وطلبها
								طلب الأكسسوارات للديكور
								الاشتراك بالهاتف الأرضي والمحمول
								التعاقد مع شركة أنظمة سمعية وبصرية
								تركيب كاميرات المراقبة والنظام الصوتي و المرئي
								إنشاء الحسابات البنكية وطلب آلة الدفع الإلكتروني عن طريق بطاقة الائتمان
								الاشتراك بالإنترنت
								طلب الزي الرسمي للموظفين
								طلب جميع المطبوعات
								طلب جميع المنتجات من مستودع "الاسم التجاري" الرئيسي
								استئجار مستودع (إن لزم الأمر)
								تحديد الموردين المحليين
								التعاقد مع شركة تنظيف وتعقيم
								شراء جميع الأجهزة الإضافية (الكمبيوتر المحمول والطابعة وغيرها)
								شراء المستلزمات المكتبية والقرطاسية
								شراء خزانة نقود
								طلب نظام المحاسبة
								استلام الأثاث كاملاً
								تركيب الهاتف والإنترنت
								تركيب الكاميرات والنظم المرئية والصوتية
								تركيب نظام نقاط البيع
								تركيب اللوحة الخارجية
								تركيب نظام الدفع الآلي
								برمجة نظام المحاسبة
								استلام الديكورات والاكسسوارات
								التعاقد مع شركة تأمين
								ترتيب البضاعة في المستودع
								استلام الزي الرسمي للموظفين
								استلام المطبوعات
								بدء التدريب
								طلب بطاقات العمل للموظفين
								طلب بطاقات الأسماء للموظفين
								انتهاء التدريب
								تحديد تاريخ الافتتاح الرسمي

٢,٦ خطة عمل ما قبل التشغيل

توفر "الاسم التجاري" خطة عمل ما قبل التشغيل لفرع الامتياز لتقديم الدعم اللازم لضمان سير العمل بسهولة واحترافية الى أن يصبح الفرع جاهزاً للتشغيل. ويتوجب على الحاصل على حق الامتياز الاستعانة بها، مما يساهم في انجاز المهام بشكل سريع ويضمن الانتقال من مرحلة الى اخرى بسهولة وفعالية. كما ويتوجب على الحاصل على حق الامتياز تحديث الخطة بشكل دوري وإرسال النسخة المحدثة للمسؤول في الفرع الرئيسي لمتابعة التقدم في تجهيز الفرع، وسيكون المسؤول جاهزاً للرد على جميع الاستفسارات و تقديم النصائح كلما دعت الحاجة الى ذلك.

دليل الإجراءات التشغيلية في مرحلة
ما بعد الافتتاح

٣. إدارة الموارد البشرية

تعد إدارة الموارد البشرية من أهم العوامل المؤثرة على نجاح أي مؤسسة حيث إنها تهتم بتوظيف الأفراد وإدارتهم لتحقيق الأهداف العامة. لطالما أولت إدارة "الاسم التجاري" الموارد البشرية اهتماماً خاصاً واعتبارها ركيزة من الركائز الأساسية التي تعتمد عليها العلامة التجارية لتحقيق أهدافها. ويظهر ذلك من خلال الاهتمام بالموظفين على مختلف الأصعدة كما يلي:

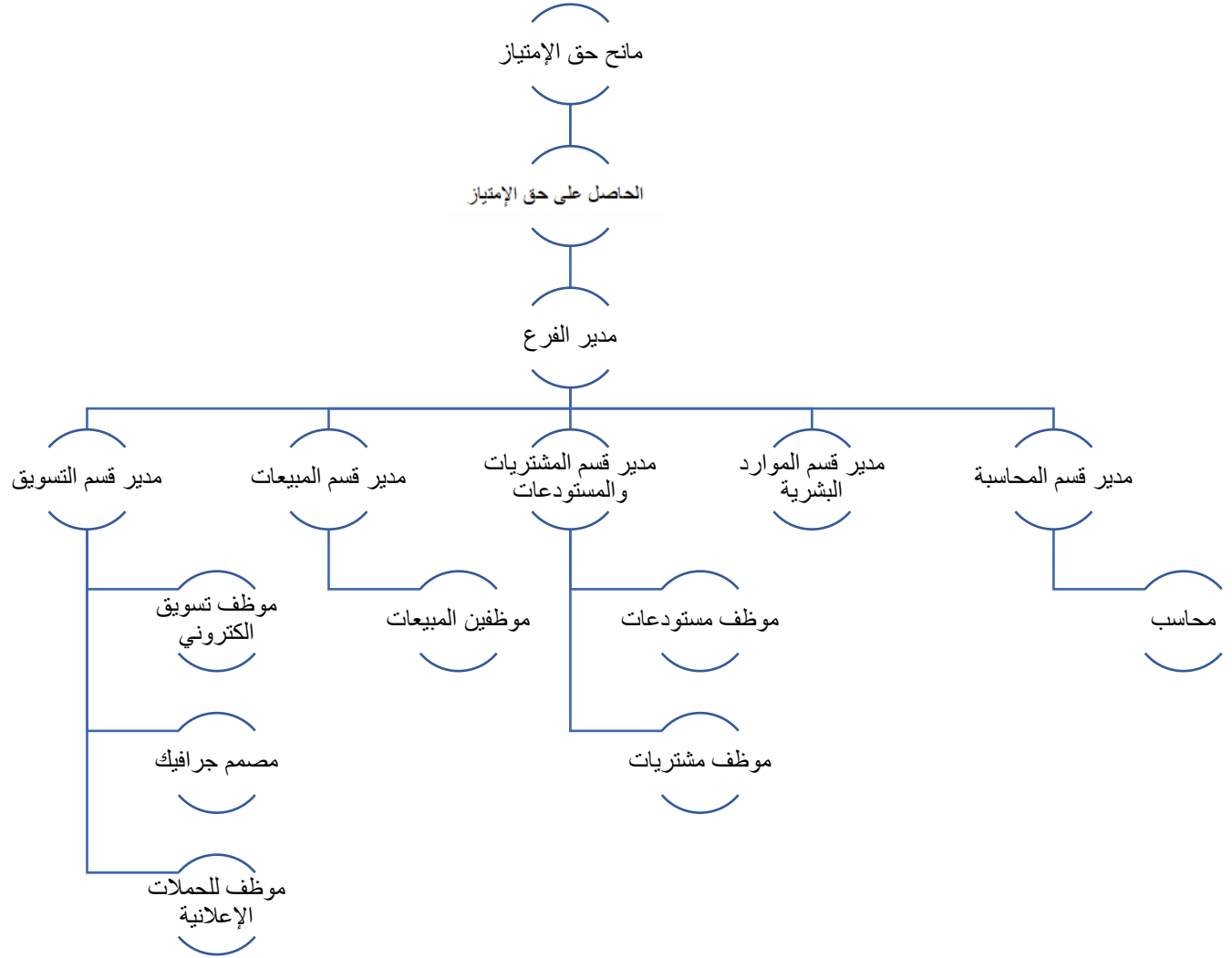
- تقدم "الاسم التجاري" تدريباً أولياً لجميع الموظفين في مختلف الأقسام ما قبل الافتتاح، وتدريبات دورية ما بعده في فرع الامتياز والتي يتم تطبيقها أيضاً في فروع "الاسم التجاري" الرئيسية في بلد الامتياز الرئيسي (سلطنة عمان). وخلال هذه التدريبات يتعرف الموظفون من مختلف الأقسام على العلامة التجارية بشكل تفصيلي، ولضمان سرية المعلومات الخاصة بـ "الاسم التجاري" فسوف يطلب من الموظف توقيع اتفاق سري يتعهد من خلاله بعدم مشاركة أي معلومة عن العلامة التجارية "الاسم التجاري" مع أي طرف ثالث دون علم الشركة بذلك.
- القيام باجتماعات دورية لمناقشة خطط سير العمل مع الموظفين ومشاركتهم في اتخاذ القرارات من خلال عكس تجاربهم مع الزبائن على طريقة إدارة الفرع بشكل ايجابي وبما يتناسب مع متطلبات السوق.
- اعتماد نظام حوافز مادي مجدي وفعال بالإضافة الى الحوافز المعنوية لمكافئة الموظفين ذوي الكفاءات العالية مما يساهم في دفعهم لتقديم أفضل ما لديهم وزيادة ولائهم للعلامة التجارية مما ينعكس ايجابيا على الجو العام في الفرع وعلى المبيعات بشكل خاص.
- متابعة دورية لاستبيان رضا الموظفين، والتعامل مع أي مشكلة تواجه أي موظف وتقديم حلول فورية وفعالة.
- منح الموظفين العديد من المميزات كبديل للسكن، والمواصلات، والتأمين الصحي، و تذكرة طائرة ذهاباً و إياباً لبلد الموظف الأم سنوياً.

تعتمد "الاسم التجاري" هيكلًا تنظيميًا يضم المناصب الإدارية والتشغيلية على جميع المستويات وعلى الحاصل على حق الامتياز اتباع هذا الهيكل في فرع بلد الامتياز. كما ويحقق الالتزام بالهيكل التنظيمي المقترح الفوائد المذكورة أدناه:

- تحديد الوصف الوظيفي لكل موظف حسب مسؤولياته، مما يساعد على تقليص الازدواجية في الاختصاصات وتوزيع الأنشطة بشكل عملي.
- تنظيم العلاقات بين العاملين في المؤسسة وتحديد شكل واضح بغرض تمكينهم من الانسجام في العمل والتركيز على الأهداف وكيفية تحقيقها.

فيما يلي الشكل التوضيحي للهيكل التنظيمي المعتمد في "الاسم التجاري" بالإضافة الى جداول توضح الوصف الوظيفي لكل مسمى كما هو متبع في الفرع الرئيسي للعلامة التجارية.

٣,١ الهيكل التنظيمي
الهيكل التنظيمي الآتي يوضح جميع المناصب الإدارية والتشغيلية لشركة "الاسم التجاري".



٣,٢ الوصف الوظيفي للمناصب الوظيفية في الاسم التجاري
يبلغ عدد الموظفين الذي تم إحصاؤهم ---- موظفا تقسم أدوارهم ومسؤولياتهم كما يلي:

العدد المطلوب لكل معرض	المهام والوصف الوظيفي	المسمى الوظيفي
	- اتخاذ القرارات المؤسسية الكبرى - الحفاظ على التواصل مع جميع مدراء الأفرع - تقييم اداء الأفرع	مانح حق الإمتياز
١	- مخاطبة مانح حق الإمتياز من خلال الحاصل على حق الامتياز - تزويد مانح حق الإمتياز بالتقارير اللازمة - التواصل مع مدراء الأقسام - الإشراف على عملية التوظيف - تنظيم التدريبات اللازمة والإشراف عليها - تقييم أداء المبيعات وقياس مؤشرات الأداء KPIs - دراسة وضع المبيعات داخل المنطقة وإعداد خطط واستراتيجيات - تحليل البيانات للتعرف على أفضل أساليب البيع والأكثر كفاءة - التواصل مع العملاء لمعالجة الشكاوى الكبرى وتقديم الحلول المناسبة - اكتشاف فرص المبيعات من خلال الدراسات والبحوث الاستهلاكية	مدير الفرع
١	- تدقيق التقارير المالية وتقارير المبيعات - الإشراف على اعداد التقارير الدورية - إدارة الحسابات والوصلات والوثائق المالية - الحفاظ على تواصل فعال مع باقي الأقسام لضمان كفاءة سير العمليات - الموافقة على عمليات المشتريات الرئيسية - التدقيق على الفواتير - تزويد مانح حق الإمتياز بالتقارير المالية اللازمة	مدير قسم المحاسبة
١	- إدارة شؤون الموظفين - حل أي نزاعات أو مشاكل بين الموظفين - مراقبة سلوك الموظفين - إعداد خطط توظيف لجميع الشواغر - إدارة وترتيب التدريب - تحضير تدريب توجيهي للموظفين الجدد - إدارة عملية تصريح الموظفين - متابعة مقاييس الموارد البشرية مثل معدل الدوران ومصدر التوظيف - حساب المستحقات والتي تتضمن ساعات العمل الإضافي والإجازات - متابعة متطلبات وزارة العمل - إجراء تقييم سنوي للموظفين - إجراء مقابلات وظيفية دورية للتعامل مع الحاجة للتوظيف الفوري في أي ظرف طارئ	مدير قسم الموارد البشرية

١	- تقدير وتحديد التكاليف وميزانيات الشراء - الإشراف على موظفي المشتريات والمستودع - متابعة المتطلبات وتقديم التقارير الخاصة بالمشتريات والمتطلبات - التعاون مع الإدارات المختلفة لضمان وضوح المتطلبات والميزانيات - بناء وتطوير قسم المشتريات ووضع خطط الشراء ورسم السياسات والإجراءات - المحافظة على التواصل مع الموردين لضمان توفر المنتجات في الوقت اللازم - الموافقة على طلبات الشراء وإصدارها - فحص واختبار العقود الحالية والتأكد من مواعيد تجديد العقود - إدارة المستودع بشكل استراتيجي وفقاً لسياسات الشركة ورؤيتها - الإشراف على عمليات الاستلام والتخزين والتوزيع والصيانة - ضمان الاستخدام الأمثل للمساحات المتاحة - الحفاظ على معايير الصحة والسلامة والنظافة والأمن	مدير قسم المشتريات والمستودعات
١	- تطوير وتنفيذ استراتيجيات مبيعات فعالة - التفاوض وإنهاء إجراءات البيع والاتفاقات مع العملاء المهمين - التنسيق مع مدير قسم التسويق لوضع أهداف المبيعات الشهرية - وضع أهداف المبيعات الشهرية الخاصة بالأفراد وبالمتجر ككل - رصد وتحليل نسب المبيعات وقياس الأداء واقتراح التحسينات - التأكد من رصد تقارير المبيعات اليومية بشكل شهري - التأكد أن قسم المبيعات على استعداد للقيام بالمهام بشكل مناسب - الإشراف على توظيف وتدريب موظفين المبيعات - تقييم أداء موظفين المبيعات بشكل دوري - ابقاء التواصل الفعال مع مدراء الأقسام الآخرين لضمان تناسق العلامة التجارية.	مدير قسم المبيعات
١	- متابعة وتحليل اتجاهات السوق - تعريف أهداف المبيعات الشهرية مع مجير المبيعات وتحجيج حملات التسويق الشهرية - تطوير استراتيجيات تسويق المنتج مثل التسعير، الإعلان، إطلاق المنتجات وغيرها - مراجعة الإعلانات والتأكد من توضيح المميزات الخاصة بالمنتجات - تقييم المشاريع باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs وتحليل ردود أفعال العملاء الحاليين والمحتملين - الإشراف على أداء موظفين قسم التسويق وتقييم ادائهم بشكل دوري	مدير قسم التسويق
١	- إدارة جميع العمليات المحاسبية الخاصة بالمؤسسة - تجهيز فواتير بكل المصروفات - إصدار رواتب الموظفين بعد احتساب الحوافز لكل فرد - تحضير القوائم المالية بشكل دوري مما يشمل: ▪ قائمة الدخل ▪ الميزانية ▪ التدفق النقدي	محاسب
١	- مراقبة مستويات المخزون - التواصل مع قسم المشتريات عند الحاجة لوضع طلب شراء جديد - التأكد من تواريخ الصلاحية لكل من المنتجات - توثيق المواد التي تدخل وتخرج من المستودع - ترتيب المنتجات بالشكل الصحيح داخل المستودعات ووضع بطاقات وصف عليها بحيث يسهل الوصول إليها دون عناء - استلام وترتيب البضائع بالشكل السليم تجنباً للتلف أو الكسر - المحافظة على نظافة المستودعات والتأكد من سهولة الوصول إلى البضاعة.	موظف المستودعات
١	- متابعة المتطلبات وتقديم التقارير الخاصة بالمشتريات والمتطلبات - متابعة يومية مع قسم المبيعات من أجل التأكد من المبيعات	موظف المشتريات

	- عمل خطة دورية في نهاية كل عام وتحديث السياسات والإجراءات - بناء وتحديث النماذج المختلفة المستخدمة في دائرة المشتريات - الاحتفاظ بملفات طلبات الشراء الداخلية والخارجية، وعروض الأسعار والعقود - إعداد الطلبات الواردة من الأقسام المختلفة وإرسالها إلى الموردين المعتمدين ومتابعتها حتى استلامها - مراجعة عروض الموردين والرد عليها بالإيجاب أو الرفض	
٤	- إتمام عمليات البيع وتحقيق نسبة المبيعات المطلوبة - الحفاظ على قاعدة البيانات الخاصة بالعملاء والسجلات الخاصة بالعملاء المحتملين - استقبال الزبائن بشكل لبق واعطائهم نبذة عن المنتجات والعروض - إصدار فواتير البيع للزبائن - التعامل مع شكاوي الزبائن اليومية - اتمام عمليات تبديل المنتجات للزبائن - جرد الصندوق وادخال البيانات الى النظام المالي المحوسب - ادخال المبلغ في حساب المتجر - الحفاظ على تواصل فعال مع قسم المحاسبة لضمان دقة البيانات المدخلة	موظفين المبيعات
١	- تطبيق حملات التسويق المعرفة من قبل مدير التسويق - صياغة محتوى مواقع التواصل الاجتماعي - ابتكار فعاليات تحت على تفاعل المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي مثل المسابقات وذلك بالتنسيق مع مدير قسم التسويق - تجهيز الحملات التسويقية الخاصة بالوسائط الرقمية بما يتناسب مع أهداف خطة المؤسسة - إدارة قنوات المؤسسة على شبكات التواصل الرقمية المختلفة - زيادة معرفة العملاء عن العلامة التجارية من خلال تحسين التواجد على مواقع الويب - تحسين صورة المؤسسة من خلال تقديم مواد تفيد العملاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي - مراقبة مواقع التواصل الاجتماعي ودراسة التغذية الراجعة من المتابعين - الرد على استفسارات المتابعين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بلباقة	موظف التسويق الالكتروني
١	- العمل على تصاميم الشركة وفقاً للمعايير المحددة - إعداد التصاميم المبتكرة وبشكل احترافي للحملات الدعائية - معاينة أي تصاميم صادرة سواء مطبوعة أو منشورة على شبكة الإنترنت - التطوير المستمر في الأدوات والبرامج المستخدمة ومواكبة التطور في الأفكار الإبداعية للتصاميم	مصمم جرافيك
١	- العمل بشكل مباشر مع مدير التسويق - كتابة نصوص واضحة ومفصلة لوصف المنتجات - إنشاء نصوص إعلانية للكتيبات واللافتات - العمل بالتنسيق مع جهات الدعاية والإعلان المختلفة عند ترتيب الحملات - التنسيق مع مدير المبيعات عن كيفية عرض لوائح العروض والحملات داخل صالات العرض - المتابعة والتدقيق على كادر المبيعات للتأكد من صحة تسويقهم للمنتجات وتقديم العروض بالطريقة الصحيحة - التعاون مع المصممين لتحسين صفحات الويب والحصول على ميزات المنتجات الجديدة - التأكد من أن جميع محتويات النصوص متوافقة مع المنتج وتتوافق مع العلامة التجارية - التعاون مع المصممين لإنشاء رسومات جذابة تساعد على اكتمال النصوص. - تنسيق مواعيد إطلاق الحملات الإعلانية - دراسة السوق واهتمامات الفئة المستهدفة - التنسيق مع باقي الأقسام لضمان تناسق العلامة التجارية.	موظف للحملات الإعلانية

٤, ٣ الرواتب والأجور

يتوجب على الحاصل على حق الإمتياز مراعاة توفير الأجور المناسبة للموظفين وفقا لأحكام ومعايير بلد الإمتياز، بحيث لا تقل الرواتب عن الحد الأدنى داخل بلد الإمتياز وأن تضمن حقوق جميع الموظفين وفقا لقوانين العمل المعمول بها داخل البلد.

٤. السياسات والإجراءات التشغيلية

٤,١ تعريف الإجراءات والسياسات التشغيلية الموحدة

تحكم السياسات والإجراءات التشغيلية العمليات داخل المؤسسة. ولضمان تطبيق جميع العمليات بالمستوى ذاته بشكل دائم يجب أن تكون مبنية على أسس واضحة. بالإضافة إلى ذلك، يساهم تعريف الإجراءات والسياسات التشغيلية بتحقيق نظام داخلي قوي في الشركة مما يحقق التكامل بين جميع الأقسام.

من أجل ضمان تبني حق الامتياز للعلامة التجارية "الاسم التجاري" بشكل كلي وضمان عكس أسس العمل بالمعايير المعتمدة، يجب تعريف وتطبيق إجراءات وسياسات تشغيلية موحدة ليتم تبنيها في جميع الأفرع. هذا التوحيد سيضمن أن معايير الجودة، والخدمة، ورحلة الزبون داخل أي فرع "الاسم التجاري" ستكون ذاتها المطبقة في فرع مانح حق الامتياز.

٤,٢ توثيق الإجراءات والسياسات التشغيلية الموحدة

يجب أن تكون الإجراءات والسياسات التشغيلية موثقة في دليل إجراءات يتم تحديثه بشكل منتظم. حيث أن توفير الإجراءات والسياسات بشكل شفهي لا يضمن تطبيقها بشكل دقيق ولذلك يجب أن يتم توثيقها وتوفيرها في دليل واضح لأي طرف سيحصل على حق الامتياز.

يتم تعريف سياسات عامة لجميع الأقسام الموجودة داخل الشركة: الموارد البشرية، والتسويق، والمشتريات والمستودعات، والمالية. اما بالنسبة للأشغال اليومية فيتم تعريف وتوثيق إجراءات وسياسات لها، حيث أن العمليات اليومية يجب توضيحها وتفصيلها بشكل واضح لضمان تبني منهجية العمل بالمعايير الصحيحة.

٤,٣ الإجراءات التشغيلية الموحدة لمختلف الأنشطة:

فيما يلي توضيح السياسات الخاصة بكل قسم:

٤,٣,١ سياسات التسويق

ادارة الاعلام:

- يعتبر إنشاء وإدارة صفحات على مواقع التواصل الإجتماعي مسؤولية الحاصل على حق الإمتياز، لكن حق الملكية يعود بالكامل لمانح الإمتياز.
- يجب أخذ موافقة مانح حق الامتياز "الاسم التجاري" عندما تتجاوز ميزانية الحملة الاعلانية مبلغ (----- ريال عماني).
- على جميع أفرع "الاسم التجاري" أن تكون متماشية مع بعضها البعض على المنشورات الإعلامية، مثل حملات الإعلان عن منتج جديد.
- يتوقع من الحاصل على حق الإمتياز أن يتأكد من فاعلية منصات الإعلام والتوعية الخاصة ب "الاسم التجاري"، ويتوجب أن يتم تقديم عروض تتماشى مع بلد الامتياز، من خلال التعاقد مع شركة مختصة بالتسويق أو الإدارة المباشرة لقنوات التسويق.

- يتوجب التقيد بجميع قوانين وأحكام البلد التي يعمل بها الحاصل على حق الامتياز، ولن يتم التهاون مع أي حملات قد تؤثر على "الاسم التجاري" بطريقة سلبية، ويحق لمانح الامتياز إنهاء العقد في حال تم التشويه لسمعة "الاسم التجاري".
- ترتقي معايير المنشورات الإعلامية للقواعد الإرشادية للعلامة التجارية "الاسم التجاري" والتي تكون معرفة ومقدمة من قبل مانح الإمتياز. ويحق لمانح الإمتياز تعديل، أو إضافة، أو شطب أي من محتويات المنشور الإعلامي، في حال لم يكن يعكس المعايير المطلوبة.

التسويق الإلكتروني:

- يجب تحديث الموقع الرسمي بشكل دوري بأحدث المنتجات والعروض.
- يجب أن يكون هنالك شخص مسؤول عن ادارة صفحة الانستغرام والصفحات الأخرى على مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بمتجر "الاسم التجاري"، من خلال التعاقد مع شركة مختصة بالتسويق أو الإدارة المباشرة لقنوات التسويق.
- يترتب على مسؤول ادارة صفحات التواصل الاجتماعي أن يجيب على رسائل واستفسارات المتابعين بشكل لبق وفي فترة زمنية لا تتجاوز ال ٢٤ ساعة.
- يجب ان تكون صفحات التواصل الاجتماعي فعالة بشكل مستمر وأن تحافظ على تفاعل المتابعين عن طريق إطلاق مسابقات وأخذ آراء المتابعين بالمنتجات والعروض.
- يجب أن تتماشى جميع المنشورات من حيث الطابع والألوان الخاصة بالعلامة التجارية.
- يجب أن يكون هنالك توحيد بين المنشورات على الموقع الرسمي وعلى مواقع التواصل الاجتماعي.

التعامل مع الزبائن:

- يتم استقبال الزبائن عند المدخل ويقوم موظف المبيعات بالتعريف عن نفسه.
- يتم مرافقة كل زبون يقوم بدخول الفرع ليتم:
 - تقديم شرح له عن كل منتج
 - اقتراح ما يناسبه من المنتجات
 - إجابة أي أسئلة لديه
- الاستماع والرد بطريقة يقظة لاستفسارات الزبائن.
- يتم تخصيص بعض العينات (Testers) ليتم تجربتها من قبل الزبائن.
- يتم خدمة الزبائن على أسس تطبيق أولوية الخدمة لمن يصل أولاً.
- يتم توضيح العروض الجديدة المتوفرة في الفرع من خلال منشورات الدعاية بأنواعها المختلفة، ويتم تعريفها للزبائن عند دخولهم للمعرض.
- توفير خدمة الحجز لمدة ٢٤ ساعة للزبائن.
- يتوجب توفر المنتجات المعروضة على الموقع الإلكتروني أيضا في الأفرع في حال زيارة أي من الزبائن خصيصا من أجل رؤيتها وشرائها.
- في حال شراء الزبون لأي منتج يتم توفير خدمات ارشادية عن كيفية الاستخدام من قبل موظف المبيعات.
- عند تعريف منتج جديد يتم توفير عينات مجانية لتوزع للزبائن في الفترة الأولية لإطلاق المنتج.
- يحق للمدير العام -بأحكام مشروطة- إعطاء خصم حتى ---% على قيمة الفاتورة الإجمالية، ويتم تقديمها في الحالات الآتية و يجب أن يكون توقيع المدير العام موجود على الفاتورة:
 - زبائن من كبار الشخصيات أو الشخصيات الهامة VIP
 - الزبائن الأوفياء

- تعويض زبون غير راضي

رضا الزبائن ونظام الشكاوي:

- يجب أن يغادر كل زبون الفرع حاملاً صورة إيجابية عن الاسم التجاري مع رغبة إعادة الزيارة.
- في حال ظهور أي مشكلة أو سوء تفاهم مع أي من الزبائن يتم حل المشكلة بشكل فوري، ويتم التواصل مع مدير الفرع عند الحاجة.
- يتم توفير صندوق مقترحات في الفرع ويتم التحقق منه بشكل يومي وفي حال وجود أي تعليق سلبي يقوم مدير الفرع بالتواصل مع الزبون المعني لفهم تفاصيل المشكلة وحلها.
- يتم متابعة الرسائل الواردة من منصات التواصل الاجتماعي بشكل يومي، وفي حال وجود أي شكاوي يجب أن يتم الرد على الزبون في غضون ٢٤ ساعة، وعند الحاجة يتم التواصل مع الزبون هاتفياً لفهم تفاصيل المشكلة وللوصول لحل لإرضاء الزبون.
- إن توضح أن سبب المشكلة مع أي من الزبائن هو تصرف نابع من أحد الموظفين، يتم إعلام مديره المباشر والتصرف مع الموظف بشكل رسمي وحسب النظام الداخلي.

٤,٣,٢ سياسات الموارد البشرية

إدارة شؤون الموظفين (سياسات عامة):

- يتم احترام والتقدير بالسلم الإداري من قبل جميع الموظفين. في حال وجود أي مشكلة لدى أي من الموظفين فإنه يوصى بالرجوع إلى المدير المباشر لحلها.
- في حال حاجة أي من الموظفين لإجازة لمدة ٣ أيام أو أكثر يتم الإعلان عنها في بداية السنة ويتم جدولتها من قبل الموارد البشرية والمدير العام.
- في حال احتاج موظف لإجازة مرضية تزيد عن يوم واحد فيتوجب عليه تقديم تقرير طبي للموارد البشرية.
- إذا خالف أي موظف القوانين السرية "الاسم التجاري" وقام بالكشف عن أي معلومات سرية يتم إنهاء عقد عمله ويتم التعامل معه من قبل الموارد البشرية فوراً.
- يتم احتساب ساعات العمل الإضافي في نهاية كل شهر ويتم زيادتها على الراتب أو تعويض تلك الساعات كأيام إجازة إضافية حسب ما يراه مدير الفرع مناسباً.
- على المدير المباشر أن يكون على علم في حال حصلت أي مشكلة تتعلق بأحد موظفيه.
- يحق لمصرف الموارد البشرية أن ينصح المدير المباشر بإعطاء أي الموظف إنذاراً رسمياً في حال بدر منه أي تصرف خاطئ.
- يكون مشرف الموارد البشرية مسؤولاً عن حل أي نزاعات تحدث بين الموظفين، على أن يأخذ بعين الاعتبار سرية هوية الموظف في حال أراد التبليغ عن النزاع.
- يتم تطبيق سياسة ضمان سرية الهوية ليتمكن الموظفين من الإبلاغ عن أي مشكلة أو فساد شهده في الفرع مع ضمان مساندة الإدارة وعدم الكشف عن هويتهم.

التعيين والتوظيف:

يتم تعيين الموظفين في "الاسم التجاري" بناءً على أسس مبنية على الكفاءة والعدالة وتساوي الفرص دون تمييز في الدين أو الجنس أو العرق أو أي نوع آخر.

- يقوم كل موظف بتوقيع إتفاق سرّي عند توقيع عقد التوظيف مع الشركة، يتعهد من خلاله الموظف بالحفاظ على أسرار العلامة التجارية "الاسم التجاري" وعدم مشاركتها مع أي طرف ثالث دون علم الشركة.

- في حال وجود أي شواغر وظيفية يتم تعبئتها داخلياً أو من خلال إعادة تنظيم جداول الدوام. في حال لم تفي الكوادر الحالية بالحاجة يتم الإعلان الخارجي عن شواغر وظيفية.
- يتقيد الحاصل على حق الامتياز بجميع قوانين العمل في البلد التي يعمل بها، مثل تسجيل الموظفين في الهيئة العامة للتأمينات الاجتماعية، والالتزام بشروط وزارة العمل والقواعد الضريبية.
- تعد المتطلبات الخاصة بكل وظيفة الحد الأدنى للشروط التي يجب توفرها في شاغر الوظيفة ولا يجوز الاستثناء في هذا الخصوص وذلك بهدف وضع الشخص المناسب في المكان المناسب.
- يتم الاجتماع بشكل دوري بين دائرة الموارد البشرية، ورؤساء الأقسام، لمعرفة متطلبات الأعداد والكفاءات والخبرات المحتاجة في القسم.
- يقوم مسؤول الموارد البشرية بدراسة طلبات التوظيف والبيانات المعروضة عليه وتحديد المرشحين المناسبين للمقابلة ومواعيد المقابلات، وتتكون اللجنة من رئيس القسم المعني أو من ينوب عنه، ومسؤول الموارد البشرية.

توجيه وتدريب الموظفين:

- يتم تدريب الكوادر بشكل مستمر وبالأخص موظفين المبيعات.
- تقوم دائرة الموارد البشرية بوضع إطار عام للاحتياجات التدريبية للاسم التجاري ككل وأيضاً احتياجات كل قسم في بداية العام.
- يقوم مسؤول الموارد البشرية بالتنسيق مع مانح حق الامتياز لترتيب دورات تدريبية من خلاله عند الحاجة ويجب أن يكون الحاصل على حق الامتياز على علم بهذا التنسيق.
- بعد تحديد الاحتياجات يبدأ العمل على تحليل الاحتياجات التدريبية والتعليمية ووضع خطة عمل والبحث عن مصادر لتلبية الاحتياجات التدريبية، سواء كانت هذه المصادر داخلية أم خارجية وبما يتناسب مع الميزانية المخصصة للتعليم والتدريب ل "الاسم التجاري".
- يتم تقييم أداء الموظفين الجدد بشكل مستمر وتطوير خطة تعليمية فردية من خلال مجموعة متنوعة من المصادر التعليمية لمساعدة الموظف الجديد في تحقيق الكفاءة في المهارات المطلوبة التي قد تكون لديه بها معرفة أو خبرة محدودة.
- يقوم رؤساء الأقسام بتحديد الكفاءات والمهارات المطلوبة من كل موظف وفقاً للمسمى الوظيفي الخاص به، مع توثيق هذه البيانات. بالإضافة إلى تحديد الكفاءات التي يجب توفرها عند كل الموظفين على نطاق الشركة ككل.

التعامل مع شكاوى الموظفين وقياس رضاهم:

- في حال كان الموظف يواجه أي مشكلة فعليه مراجعة مديره المباشر لحلها.
- على المدير المباشر أن يكون على علم في حال نتجت أي مشكلة تعني أحد موظفيه ليقوم بحل المشكلة أو التواصل مع الإدارة إن لزم الأمر.
- تقوم دائرة الموارد البشرية بمتابعة الشكاوى الواردة من استبيان رضا الموظفين ومناقشتها خلال اجتماع الإدارة.
- يتم تصنيف الشكاوى بناءً على:
 - في حال قدم أحد الموظفين شكوى على موظف آخر يتم وضع نسخة في ملف كل من الموظفين.
 - في حال لم يقدم الموظف بكتابة اسمه (شكاوى مجهولة) يتم وضع الشكاوى في ملف الشكاوى.
 - في حال قام الموظف بكتابة اسمه يتم وضع الشكاوى في ملف الموظف.

تقييم الكفاءة:

- يتم الانتباه عند القيام بتقييم الموظف على سجل الحضور والغياب، والواجبات والمسؤوليات المدرجة في الوصف الوظيفي، ونماذج التقييم السابقة، وتقارير عمل سابقة مقدمة من الموظف، وأي سجلات ذات علاقة بالإنتاجية او جودة العمل.
- على رئيس كل قسم تعبئة تقرير الأداء السنوي في نهاية كل عام للموظفين العاملين فيه بناءً على ما تم تسجيله من ملاحظات (نقاط القوة ونقاط الضعف في سجل الأداء).
- ١. يتوجب على رئيس كل قسم تحديد الكفاءات المطلوب توفرها في الموظف ضمن القسم المعني ونوع التدريب ومقاييس وأدوات التقييم التي سيتم من خلالها تقييم الموظف.
- ٢. يتم الاحتفاظ بجميع استمارات الكفاءات في الملف التعليمي الخاص بالموظف في القسم المعني وتحديثه بشكل دوري.
- ٣. يتم التحقق من كفاءات الموظفين في الجوانب التالية:
 - النظام
 - العمل بروح الفريق الواحد
 - القدرة على التسويق والبيع
 - الوصول لهدف المبيعات الشهري/السنوي
 - التقيد بالقواعد والقوانين التنظيمية

الإحلال التعاقبي:

- يجب على مختلف الأقسام والوحدات إعداد وتحديث خطط الإحلال التعاقبي لكافة المسميات الوظيفية.
- يتوجب وجود خطة للتعامل مع الدوران الوظيفي (turn over) مثل الاستقالة، والتقاعد، والإجازة بدون راتب، وأي أمر آخر يؤدي إلى خروج الكفاءات المدربة والمؤهلة من شاغلي الوظائف.
- إقرار خطة التعاقب والخطة التدريبية وتعميمها على كافة المعنيين وبناءً على ما وصل منهم من دائرة الموارد البشرية.
- مراجعة وتعديل خطة الإحلال سنوياً من قبل مسؤول الموارد البشرية ومسؤول القسم المعني.
- تصميم برامج التناوب على الوظائف للبدلاء المرشحين، الأمر الذي يساعد في زيادة معارفهم وصقل مهاراتهم وإعطاءهم تصور شمولي عن طبيعة العمل في المناصب المختلفة.

٤,٣,٣ السياسات المالية والمحاسبية

المؤشرات المالية:

- يتم تحديد المؤشرات المالية المقبولة التي تضمن ربحية المشروع وكفاءة عملياته من قبل مانح حق الإمتياز وعليه يترتب على الحاصل على حق الإمتياز العمل وتكثيف الجهود للحفاظ عليها والعمل ضمن هذا النطاق. تتضمن هذه المؤشرات ما يلي:
 - أن يتراوح هامش الربح ما بين ٧٠-٨٠ % من المبيعات
 - أن تتراوح نسبة صافي الربح ما بين ٢٠-٣٠ % من المبيعات
 - ألا تقل قيمة المبيعات الشهرية عن (----) ريال عماني للفرع الواحد.
 - ألا تقل قيمة المبيعات السنوية عن (----) ريال عماني للفرع الواحد.

تحضير التقارير المالية:

- يتولى مدير قسم المحاسبة مسؤولية اصدار جميع المستندات والأرقام المالية التي يتم ارسالها بشكل رسمي الى مانح الامتياز.
- يتم اعداد وتدقيق التقارير المالية بشكل دوري ومن ثم مشاركتها مع مانح حق الإمتياز وفق الأسس المتفق عليها بين الطرفين. وتشمل التقارير ما يلي:
 - قائمة الدخل
 - الميزانية
 - التدفق النقدي
- يتم استلام فواتير الشحن بشكل دوري من قسم المشتريات ويتم تحديد قيم الانفاق بشكل فوري على النظام ومن ثم أرشفتها وعكسها على التقارير.

تحديد الميزانية:

- يتم تحديد الميزانية السنوية لكل قسم من أقسام فرع الإمتياز وجمعهم على شكل تقرير يتم مشاركته مع مانح حق الإمتياز لأخذ الموافقة النهائية قبل مباشرة العمل به.
- في حال حاجة أي قسم لزيادة الميزانية يتم تقديم طلب للإدارة مع توضيح مبررات طلب الزيادة، ولا يتم زيادتها إلا بعد إستلام موافقة خطية من الإدارة.
- يتم مراجعة أداء كل قسم مع ميزانيته بشكل ربع سنوي.
- يتم تحديد ميزانية لكل حملة اعلانية وفي حال تجاوزت تكلفتها (---) ريال عماني، يتوجب على الحاصل على حق الإمتياز مشاركة الميزانية مع مانح حق الإمتياز وأخذ الموافقة منه قبل تطبيق الحملة.
- يجب أن يتم تخصيص جزء من الميزانية لحملات التسويق السنوية

جرد الصناديق:

- يتم جرد الصناديق بشكل يومي من قبل موظف المبيعات وادخال البيانات الى النظام المالي المحوسب.
- يتم مقارنة المبلغ المدخل الى النظام المالي المحوسب بقيمة المبيعات التي تمت خلال اليوم.
- في حال تجاوزت قيمة المبلغ الذي في الصندوق (---) ريال عماني يتم إيداعهم في البنك فوراً.
- في حال وجود نقص في قيمة الأموال المتوفرة مقارنة بمدخولات النظام المحوسب يتم مراجعة موظف المبيعات وإبلاغ مدير المبيعات.

قوائم التسعير:

- يتم توفير البية التسعير من قبل مانح حق الإمتياز.
- للحصول على حق الإمتياز الحق في تعديل الأسعار فيما يتوافق مع طبيعة الأسعار داخل بلد الإمتياز، شريطة أخذ موافقة رسمية وخطية من قبل مانح حق الإمتياز.
- يجب على الحاصل على حق الامتياز أخذ موافقة رسمية وخطية من جهة مانح حق الإمتياز في حال رغبته بتعديل أي من الأسعار المتفق عليها لغاية حملة دعائية، أو لزيادة المبيعات، أو لغيرها من الأسباب.

٤,٣,٤ سياسات ضبط الجودة

هي مجموعة من الخطوات التي تمكن العلامة التجارية "الاسم التجاري" من مراجعة كفاءة عمليات الإدارة وعناصر الإنتاج لدى فرع الامتياز، والتي تتلخص فيما يلي:

- تقديم دليل تشغيلي مفصل لإدارة الفرع ويشمل طريقة التعامل مع المنتجات كنقلها وتخزينها و طريقة عرضها لضمان تطابقها مع الإجراءات المتبعة في الفرع الرئيسي، حيث يتوجب على الحاصل على حق الامتياز الاستعانة بالدليل لتطبيق معايير ومواصفات العلامة التجارية.
- التدقيق على أداء الفرع ويشمل:
 - **التدقيق الداخلي:** والذي يقوم به الحاصل على حق الامتياز بشكل يومي وشهري لضبط بيئة العمل، والتأكد من سير العمليات التشغيلية حسب المعايير المتفق عليها.
 - **التدقيق الخارجي:** يتم تنظيمه بالاتفاق مع الحاصل على حق الامتياز وبالتعاون مع شركة تدقيق خارجية أو من خلال فريق المانح لحق الامتياز ويتم التدقيق على جميع الأقسام والعمليات التشغيلية وإدارة الفرع بشكل عام ولمدة عدة أيام. كما ويتم لفت نظر الحاصل على حق الامتياز في حال رصد أي خلل يخالف السياسات العامة والمعايير المطبقة في "الاسم التجاري".
 - تصميم برنامج المتسوق السري والذي تسعى من خلاله "الاسم التجاري" للكشف الدوري على أداء فرع الامتياز ويتم ذلك من خلال إرسال متسوق سري للفرع كل أربعة أشهر للمتسوق ولرصد التجربة الشرائية، ثم يقوم بتعبئة نموذج المتسوق السري و إرساله للفرع الرئيسي في مسقط.

يتم مشاركة الحاصل على حق الامتياز بنتائج البرنامج حيث يهدف الى مساعدته في اكتشاف نقاط الضعف في إدارة الفرع (إن وجدت)، ليقوم بتطويرها وتجنب تكرارها في المستقبل.

٤,٣,٥ سياسات المشتريات والمخزون

التخزين وإدارة المخزون:

- يتم اتباع نظام تعريف كل مادة برمز خاص. يكون نظام الرموز موحداً بين جميع أفرع "الاسم التجاري" عالمياً ويتم تبنيه كما هو من مانح الامتياز.
- يتم تعريف نقطة إعادة طلب لكل مادة، ويكون مبنياً على أساس كمية الطلب على المادة في المتجر وفترة دورة الشراء للمنتج.
- يجب أن يلتزم عامل المستودع بجميع ظروف التخزين والتي تضم درجة الحرارة والرطوبة وسعة أمكنة التخزين وموقعها.
- يجب الالتزام بمعايير النظافة داخل المستودع للحفاظ على بيئة نظيفة ومعقمة.
- يتم وضع ملاحظة "مواصفات المنتج" على كل مجموعة من المواد مع تسجيل جميع مواصفاتها، ويضم ذلك اسم المنتج، والوصف للمنتج، ورقم الدفعة أو المجموعة، وتاريخ الانتهاء.
- لا يُسمح للموظفين غير المصرح لهم بالدخول إلى المستودع الرئيسي.
- في حال انتهاء صلاحية أحد المواد أو كسرها، يتم تعبئة تقرير "النفايات والأضرار" ويتم ابلاغ الإدارة بذلك أيضاً.

- يتم اصدار تقارير الجرد أسبوعيا من قبل موظف المستودع.

تزويد الأفرع بالمنتجات:

- يجب أن يتم احتساب حد أدنى وحد أقصى لكمية الطلب لكل من المواد.
- يتم تزويد جميع أفرع الإمتياز بالمنتجات النهائية من قبل المخزن الرئيسي التابع لمانح حق الإمتياز في سلطنة عمان.
- يجب الإلتزام بجميع ظروف التخزين والتي تضم درجة الحرارة والرطوبة وسعة التخزين في عملية نقل المواد من المخزن الى صالات العرض.
- يجب ابلاغ موظف المستودع بتاريخ استلام كل طلبية حتى يتسنى له الاعداد لاستلام الشحنة.
- يلتزم موظف المشتريات بإرسال فواتير الشحنات المستلمة إلى قسم المالية بمجرد استلام الشحنة.
- في حال حدوث أي تأخير في أي شحنة يجب إبلاغ الإدارة وموظف المستودع على الفور.
- تصدر تقارير المشتريات شهريا من قبل موظف المشتريات.

إدارة مستويات المخزون:

- يتم احتساب نقطة اعادة الطلب لكل من المواد بناء على الطلب، وفترة الصلاحية، والوقت اللازم لاستلام الكمية الجديدة.
- موظف المستودع هو الشخص الوحيد المخول بتعبئة نماذج طلب المواد ويقوم بارسالها الى قسم المشتريات بعد ذلك.
- في حال الوصول الى نقطة اعادة الطلب لمنتج معين، وعند الحاجة لطلب هذا المنتج، ينبغي اتباع التالي:
 - تعبئة نموذج طلب المنتجات
 - إرساله إلى مدير الفرع للحصول على الموافقة
 - إرسال النموذج للمشتريات
- عند وصول شحنة من المواد المطلوبة، لا يُسمح لموظفي المشتريات باستلامها، ويكون موظف المستودع هو المسؤول عن القيام بذلك.

إرجاع المنتجات لفرع مانح الإمتياز في سلطنة عمان:

- في حال وجود عيب او خطأ مصنعي في أي من المنتجات يقوم أمين مستودع فرع الامتياز بجمعها ويقوم بتصنيفها حسب فئة المنتج والكميات المراد ارجاعها.
- يتم التواصل مع المستودع المعتمد (فرع مانح الإمتياز الرئيسي في سلطنة عمان) من قبل أمين المستودع الرئيسي أو مسؤول المستودعات وإبلاغه بكميات الارجاع الموجودة.
- يقوم مندوب المستودع الرئيسي مانح الإمتياز في سلطنة عمان بتزويد مستودع فرع الامتياز بسند إرجاع رسمي موضحاً الكميات المستلمة من أمين المستودع، ويتم إدخال السند على النظام وتسليمه للمالية.

٤,٣,٦ الإجراءات التشغيلية اليومية

السياسات

- يكون هناك تواصل واضح بين موظفي الوردية الصباحية والمساءية للتأكد من تسليم كامل وصحيح للعمل.
- يجب الالتزام بالتعليمات والقواعد المعرفة لعمليات فتح واغلاق المتجر.
- يكون قسمي المحاسبة والمستودعات على تواصل دائم مع المتجر، للمساعدة في إدارة الأمور المحاسبية ومستويات المخزون.
- يلتزم جميع موظفي المبيعات بالإجراءات المعرفة للتعامل مع الزبائن.

الهدف

- توضيح أسس سير العمليات اليومية في المتجر.
- توضيح كيفية طلب المنتجات وترتيبها و التعامل معها.
- تعريف كيفية التعامل مع الخصومات.
- توضيح دور الأقسام في إدارة الأشغال اليومية للمتجر.

الإجراءات

<u>الشخص المسؤول</u>	<u>العمليات</u>
موظف المبيعات الذي تم تعيينه لعملية التنظيف حسب جدول المهام الشهرية	١. يتم فتح المتجر يومياً في تمام الساعة ٠٠:٠٠ صباحاً والبدء بعملية التنظيف والترتيب حتى الساعة ٠٠:٠٠ وهو الموعد الرسمي لفتح المتجر للزبائن.
موظف المبيعات، مدير قسم المبيعات	٢. يتم تفقد تاريخ الصلاحية لجميع المنتجات المعروضة على الرفوف وفي حال قارب أي من المنتجات على تاريخ الانتهاء يتم تبليغ مدير المبيعات لينسق مع قسمي المستودعات والتسويق للتأكد من العدد الكلي المتبقي من هذا المنتج واختيار أي خطة تسويق وخصومات لبيع المنتجات.
موظف المبيعات	٣. تفقد الكميات المتوفرة من كل منتج، و في حال الحاجة لطلب المزيد من المنتجات من المستودع يتم تطبيق إجراءات سياسة "طلب المواد". ٤. عند استقبال الزبائن يتم مرافقتهم في جولتهم في المتجر ويتم تسويق أكثر من منتج خلال الجولة لمحاولة تحقيق هدف المبيعات. ٥. عند محاسبة المنتجات يتم قبول الكاش أو بطاقات الائتمان.
	الخصومات:
موظف المبيعات	١. يتم توفير خصم ---% على قيمة الفاتورة في حال كان الزبون: - موظف في أحد البنوك المتعاقدين مع الاسم التجاري باتفاقية شراكة - موظف في أحد الجهات الحكومية المتعاقدة مع الاسم التجاري باتفاقية شراكة - طالب حامل لبطاقة جامعية

	٢. يتم توثيق قيمة الخصم على الفاتورة وعلى النظام مع توضيح سبب الخصم. ٣. في حال بلغت مشتريات أحد الزبائن أكثر من --- ريال عماني وطلب خصماً على المنتجات يتم التواصل مع مدير المبيعات لتلبية طلب الزبون.
مدير المبيعات	٤. يقوم مدير المبيعات بتوفير خصم للزبون لا يتجاوز نسبة ال---%، ومن ثم يوقع على الفاتورة ويدخل قيمة الخصم على النظام. ٥. يتم توفير شرح/تبرير لقسم المالية عن سبب توفير الخصم للزبون.
	تغيير الورديات
موظفو المبيعات	١. يتم تغيير الورديات بعد استراحة الغداء.
موظف الوردية الصباحية	٢. يقوم موظف الوردية الصباحية بتسليم كاش المبيعات المتوفر لموظف الوردية المسائية وإبلاغه عن أي مشاكل تم مواجهتها ولم تحل بعد، وعن أي تعميمات تم إصدارها في الصباح، وأي عمليات قائمة وما زالت بحاجة لمتابعة. ٣. يتم الاستعانة بمدير المبيعات في حال الحاجة لتفاصيل أكبر لأي مشاكل أو مهام لم يتم إغلاقها من الوردية الصباحية.
موظف الوردية المسائية	يتم المتابعة على كل من المهام القائمة والمفتوحة وتوثيق أي تطورات عليها ليتم إعلام موظفي الوردية الصباحية بها لاحقاً ومتابعتها في اليوم التالي.
	مهام ما قبل الاغلاق:
موظف الوردية المسائية	١. في نهاية اليوم يتم تحضير تقرير مفصل يسلم للإدارة، ويتضمن الآتي: - المبيعات التي تمت خلال اليوم داخل المتجر - المبيعات التي تمت لجهات خارجية (بنوك، شركات... إلخ) - تحديد تفاصيل المبيعات إن كانت نقداً أو عن طريق بطاقات الائتمان - الخصومات التي تم تطبيقها؛ قيمتها وسببها - أي مشاكل تم مواجهتها خلال اليوم ٢. التأكد من إعادة ترتيب المنتجات. ٣. تفقد النقد المتوفر في الصندوق، وفي حال كان المبلغ يتعدى ال--- ريال عماني يتوجب حفظه في خزانة الفرع ليتم إيداعه في البنك في اليوم التالي وتسليم إيصال الإيداع لقسم المالية.

٤,٣,٧ طلب المنتجات

السياسات

- يتم تزويد صالات العرض (الأفرع) بكل احتياجاتها من المنتجات من المستودعات الرئيسية.
- لطلب واستلام المنتجات يتم تعبئة طلب على النظام الالكتروني.
- موظف المبيعات هو المسؤول عن تعبئة طلب المنتجات من المستودع.
- مسؤول المستودع له الصلاحية لتحديد الكمية النهائية التي يتم إرسالها لصالات العرض، حسب رؤيته للحاجة الحالية.
- يجب أن يتم تحديد حد أدنى، وحد أعلى، وحد الطلب لكل منتج في صالات العرض.
- التأكد من بناء شبكة تواصل فعالة ما بين موظفي المبيعات وموظفي المستودع لضمان توفر المنتجات اللازمة في الوقت المناسب.
- يجب توفير مخزون كافٍ من المنتجات في الفرع لتجنب مواجهة أي نقص.
- يتم التأكد من عدد المنتجات المتوفرة داخل المتجر بشكل يومي.

الهدف

- ضمان توفر المنتجات بالكميات المناسبة داخل صالات العرض.
- ضمان وصول المنتجات في الوقت المناسب.
- وجود آلية واضحة لعملية طلب المواد.

الإجراءات

<u>العمليات</u>	<u>الشخص المسؤول</u>
١. يتم التأكد من كمية المنتجات داخل صالات العرض بشكل يومي.	موظف المبيعات
٢. في حال وصول عدد المنتجات لنقطة إعادة الطلب، يتم اعداد الطلبية من خلال النظام المحوسب.	موظف المبيعات
٣. يتم التحقق من صحة الطلبية، من خلال مقارنتها مع آخر كمية تم طلبها وكمية المبيعات التي تمت وتقدير الحاجة الفعلية (من خلال النظام المحوسب).	مسؤول المستودع
٤. يقوم مسؤول المستودع بإصدار الكمية التي يراها مناسبة من المنتجات ويتم توثيق هذا الاصدار على النظام.	موظف المستودعات
٥. يتم إرسال المنتجات من المستودع الى صالات العرض عن طريق مسؤول الشحن الخاص "الاسم التجاري".	مسؤول الشحن
٦. عند استلام الطلبية في صالات العرض، يتم التأكد من صحتها من خلال مقارنة العدد الفعلي الذي تم استلامه بالعدد الذي تم اصداره على النظام.	موظف المبيعات
٧. تحديث النظام المحوسب بأعداد المنتجات الواردة لصالات العرض.	موظف المبيعات
٨. تخزين وعرض المنتجات على الرفوف حسب السياسات المعتمدة.	موظف المبيعات

٤,٣,٨ المبيعات الالكترونية

السياسات

- يتم البيع الإلكتروني عبر الواتساب أو الموقع الرسمي لمتجر الاسم التجاري.
- يجب ان يكون هنالك شخص مسؤول عن التواصل مع الزبائن عبر الواتساب لإجابة أي استفسار ومتابعة عملية الشراء.
- يتم تحديث الموقع الرسمي للاسم التجاري بشكل دوري بأحدث العروض والمنتجات.
- يجب أن يكون هنالك شخص مسؤول عن متابعة الطلبات عبر الموقع الرسمي.

الهدف

- ضمان فعالية البيع الإلكتروني.
- تعريف الية معتمدة وتسلسل واضح لعملية البيع الإلكتروني، لتفادي الأخطاء.
- زيادة المبيعات السنوية.

الإجراءات

<u>العمليات</u>	<u>الشخص المسؤول</u>
البيع عبر الواتساب:	
١. يتم تلقي الرسالة من الزبون والرد عليها بلباقة في أسرع وقت على ألا يتجاوز ساعتين من وقت استلام الرسالة (خلال ساعات العمل المحددة)	موظف المبيعات المسؤول عن الواتساب
٢. يتم أخذ الطلب من الزبون، وتقديم نبذة عن أحدث المنتجات والعروض.	
٣. يتم التأكيد على الطلبية وأخذ عنوان الزبون.	
٤. يتم اخبار الزبون بالمبلغ المطلوب وبتكاليف التوصيل والموعد المتوقع لاستلام الطلب.	
٥. يقوم الزبون باختيار الية الدفع، سواء الدفع عند الإستلام أو الدفع عن طريق التحويل البنكي.	
٦. في حال قرر الزبون الدفع عن طريق التحويل البنكي، ينتج عن ذلك خطوتين اضافيتين كالآتي: بعد أن يقوم الزبون بتحويل بنكي لكامل المبلغ (باستثناء تكاليف التوصيل) وارسال صورة عنها لمندوب المبيعات، يقوم الموظف بالتأكد من صحة المبلغ.	
٧. بعد التأكد من التحويل البنكي، يتم اصدار فاتورة للمشتريات	موظف الحسابات
في حال قرر الزبون الدفع عند الإستلام تستكمل الإجراءات الآتية:	
١. يتم العمل على تحضير الطلبية و تغليفها.	موظف المبيعات
٢. في حال كان الزبون في منطقة قريبة للمتجر يقوم السائق الخاص بالاسم التجاري بإرسال الطلبية وتحصيل المبلغ متضمنا تكاليف التوصيل	السائق الخاص بالمتجر

شركة الشحن	٣. في حال كان الزبون بمنطقة بعيدة أو كان السائق غير متواجد يتم ارسال الطلبية مع احدى شركات الشحن المتعاقدة مع الاسم التجاري ويكون هو مسؤولاً عن قبض المبلغ المطلوب من الزبون.
موظف المبيعات	٤. بعد التوصيل، يتم التواصل مع الزبون للتأكد من صحة الطلبية وأخذ التغذية الراجعة منه.
البيع عبر الموقع الرسمي:	
موظف المبيعات المسؤول عن الموقع	٥. يتم تلقي الطلب عبر الموقع الرسمي الخاص بالاسم التجاري.
مسؤول الحسابات	٦. بعد التأكد من أن المبلغ المطلوب تم دفعه عن طريق الدفع الإلكتروني أو التحويل البنكي، يتم اصدار فاتورة بالمشتريات.
موظف المبيعات	٧. يتم تحضير وتغليف الطلبية.
السائق الخاص بالمتجر	٨. في حال كان الزبون في منطقة قريبة للمتجر يقوم السائق الخاص بالاسم التجاري بإرسال الطلبية وتحصيل تكاليف التوصيل.
شركة الشحن	٩. في حال كان الزبون بمنطقة بعيدة أو كان السائق غير متواجد يتم ارسال الطلبية مع احدى شركات الشحن المتعاقدة مع الاسم التجاري ويكون هو مسؤولاً عن قبض تكاليف التوصيل من الزبون.

٤,٣,٩ تحديد أهداف المبيعات الشهرية

السياسات

- يتم تحديد الأهداف الخاصة بالمبيعات في بداية كل شهر.
- يجب أن يكون هنالك تواصل فعال ما بين قسم التسويق وقسم المبيعات، لربط الحملات التسويقية الشهرية بأهداف المبيعات الشهرية.
- مدير قسم المبيعات ومدير قسم التسويق مسؤولون عن تحديد الأهداف الشهرية للمبيعات.
- يتم تحديد هدفين في ما يخص المبيعات الشهرية، أحدهم لكل موظف و الآخر للفرع ككل.
- يجب تحديث الوثائق الورقية والالكترونية الخاصة بالمبيعات بشكل يومي بحيث تظهر المبيعات اليومية لكل موظف ليتم مقارنتها مع الهدف المطلوب.

الهدف

- التأكد من أن الأهداف الخاصة بالمبيعات يتم تدقيقها بشكل صحيح.
- قابلية قياس الأهداف الخاصة بالمبيعات.
- التأكد من أن كل موظف على دراية بالهدف المطلوب منه كفرد ومن المتجر ككل.

الإجراءات

<u>العمليات</u>	<u>الشخص المسؤول</u>
١. بعد التواصل مع قسم التسويق، يتم تحديد أهداف المبيعات الشهرية الخاصة بكل فرد و بالمتجر ككل. ٢. يتم تعميم الأهداف على جميع الموظفين قبل بداية كل شهر من خلال اجتماع لقسم المبيعات. ٣. يتم تدقيق الوثائق الخاصة بالمبيعات بشكل يومي، لمقارنة المبيعات اليومية بالأهداف المطلوبة للمتجر وللأفراد. ٤. في حال وجود اختلاف ملحوظ بين المبيعات الصباحية والمبيعات المسائية، يتم مراجعة الموظفين بهذا الخصوص. ٥. في حال كان أداء أحد الموظفين بعيداً عن الهدف المطلوب منه يتم لفت نظره الى ذلك. ٦. في حال تكرار الأداء الضعيف لأحد الموظفين، يتم محاورته لمعرفة الأسباب المؤدية لذلك، ومن ثم إتخاذ الإجراء المناسب في حقه. ٧. في نهاية كل شهر يتم مقارنة الأهداف بالمبيعات الفعلية.	مدير قسم المبيعات
٨. في نهاية كل شهر يتم دراسة المبيعات الخاصة بكل فرد وبالمتجر ككل لإصدار الحوافز.	مدير الفرع
٩. في حال عدم تحقيق الهدف الشهري يتم مراجعة مدير الفرع للتحقق من السبب.	مدير قسم المبيعات

قواعد إرشادية لضبط النظام والإدارة الداخلية في "الاسم التجاري"

الإدارة:

- تتحمل الإدارة مسؤولية تطوير جميع عمليات الشركة والتأكد من التزام جميع الموظفين بالضوابط الداخلية.
- يجب توفر اتصال منتظم وفعال داخل الشركة بين جميع الأفراد، وتكون الإدارة على إطلاع دائم على وضع العمليات اليومية والمركزية بالإضافة لأي مخاطر أو أي تحديات قائمة.
- تحديد مسؤوليات تسليم التقارير وخطوط التسليم بين الموظفين والأشخاص المشرفين .
- تضمن الإدارة أن تكون المناصب الإدارية والإشرافية لأفراد مؤهلين وذوي خبرة.
- تتأكد الإدارة من امتثال الجميع بالإجراءات التشغيلية والتدقيق الداخلي.
- يجب أن تكون أدوار كل من الوظائف التشغيلية، على سبيل المثال لا الحصر، المبيعات والمحاسبة والمشتريات، واضحة وموثقة لضمان عدم تضارب المصالح وتحقيق الموضوعية في كل وظيفة.

الموظفين:

- يلتزم جميع الموظفين بالزي الرسمي.
- يتقيد كل موظف بسلسلة الهيكل التنظيمي ولا يحق له أن يتجاوز عن التواصل مع مديره المباشر في أي حال من الأحوال.
- يحترم كل موظف القيم الجوهرية لالاسم التجاري ويتقيد بتبنيها وتنفيذها.
- يتم تطبيق كل من العمليات اليومية حسب السياسات والإجراءات التشغيلية المعرفة للشركة.

الكفاءات:

- يتم اختيار الموظفين وفق معايير كفاءة محددة مسبقا من قبل الإدارة العليا.
- يتم العمل على تطوير كفاءة الموظفين من خلال تقييم أدائهم بشكل دوري.
- يتم توفير التدريبات اللازمة للموظفين لضمان كفاءتهم.
- الحرص على تقدير الموظفين أصحاب الكفاءة العالية من خلال الحوافز المادية والمعنوية.

الأمن والسلامة العامة:

- توفير معدات اطفاء الحريق.
- وضع كاميرات داخل المتجر لمراجعتها في حالات السرقة.
- يجب أن تتوفر الإضاءة المناسبة للعمل.
- الحفاظ على قواعد التخزين والسلامة للحفاظ على المنتجات.
- العمل على تعقيم المتجر بشكل مستمر.

٥. التسويق

٥,١ العلامة التجارية

--

٥,٢ ملف تعريف العميل

بعد دراسة احتياجات سوق العمل والمحيط "الاسم التجاري" تم تصنيف الزبائن المستهدفين لقسمين رئيسيين:

- المؤسسات، التي بدورها تساهم بشكل كبير في تحقيق دخل ثابت وتسويق لمنتجات العلامة التجارية.
- الأشخاص منفردين حيث تم تصنيفهم أيضاً إلى قسمين: الإناث والذكور.

تم إنشاء ملف يوضح بشكل تفصيلي كل قسم من الزبائن المستهدفين كما هو موضح أدناه:

المؤسسات

- تتوجه "الاسم التجاري" لتوريد منتجاتها لأسواق البيع بالتجزئة وأسواق الجملة
- يتم البيع للمؤسسات والشركات الحكومية والخاصة
- التعامل مع جميع أحجام المؤسسات كبيرة كانت أم صغيرة بشرط تحقق مواصفات الشريحة المستقطبة.
- نقطة تعامل "الاسم التجاري" مع المنشآت تكون من خلال قسم المشتريات.
- تتم عملية التسويق المباشر للمؤسسات لتزويدهم بمنتجات "الاسم التجاري".

الأفراد

- الأعمار:
- مستوى الدخل: المتوقع هو متوسط الى عالي.
- النوع: ذكور وإناث

٥,٣ إدارة قنوات التواصل والتسويق والإعلان

نحرص في متجر "الاسم التجاري" على إنشاء تواصل قوي وفعال بين الإدارة والموظفين، كما نحرص على توطيد العلاقات مع الزبائن الحاليين والمتوقعين مستقبلا. وذلك من خلال الإلتزام بخطط تواصل داخلي وخارجي موثقة وفعالة.

خطط التواصل الداخلي

التواصل الإلكتروني:

- يتم التواصل عبر البريد الإلكتروني الخاص بالشركة لغايات التواصل الرسمي التي تحتاج الى توثيق كطلب إجازة أو تحديد موعد اجتماع وما الى ذلك.
- يتم التواصل عبر الـ Whatsapp لغايات التواصل الغير رسمية في الحالات الطارئة أو عند الحاجة لرد سريع.
- يتم استخدام الشبكة الداخلية (intranet) من قبل جميع الموظفين لتحقيق التفاعل بينهم ولسهولة مشاركة المعلومات.
- يتم استخدام النظام المحوسب لربط أشغال المبيعات، والمالية، والمستودعات، والمشتريات وضبط حركة المواد والحركات المالية.

التواصل بين الكوادر:

- على جميع الموظفين الإلتزام بالهيكل التنظيمي والسلم الإداري الخاص بالشركة وعدم تجاوزه في أي حال من الأحوال.
- يتم تعريف قنوات تواصل واضحة لكل مشروع وكل تقرير، حتى تكون مرجعية السؤال والتسليم واضحة لدى جميع الجهات.
- في حال نشأ أي خلاف بين الموظفين يتم التواصل مع مديرهم المباشر، وفي حال استمر الخلاف يتم مراجعة مدير قسم الموارد البشرية لأخذ الإجراءات اللازمة حسب قوانين الشركة.
- يتم عقد اجتماعات دورية على مستوى الأقسام وعلى مستوى المتجر ككل لإبقاء جميع الأطراف على تواصل ولضمان المحافظة على روح الفريق.
- يتم تحديد نقطة مرجعية للموظفين للتعامل مع حالات الطوارئ.
- يتم المحافظة على تواصل دائم بين موظفين المبيعات بإشراف مدير قسم المبيعات لتقسيم المناوبات بشكل عادل وفعال مما يتناسب مع قوانين العمل.
- في حال اضطر أحد موظفي المبيعات أخذ مغادرة أو إجازة مرضية يتم التواصل مع مدير قسم المبيعات ويتم التنسيق مع موظفين المبيعات الآخرين لتغطية مكانه.

خطط التواصل الخارجي

من أجل الحفاظ على التواصل مع الزبائن الحاليين ولجذب زبائن جدد، يجب الحرص على اطلاق حملات إعلانية بشكل دوري، كما يجب اعداد خطة تواصل تتناسب مع الخطة الدعائية وخطة التسويق. ولضمان الوصول لأكبر عدد ممكن من الأشخاص من الفئات المستهدفة يتم التركيز على عدة قنوات للتواصل الخارجي والتي تشمل الآتي:

• الإعلانات المطبوعة:

الحرص على توفير الكميات المناسبة من الإعلانات المطبوعة على هيئة كتيبات ومنشورات تظهر أحدث المنتجات والعروض لدى "الاسم التجاري" وذلك لتوزيعهم على الزبائن بعد زيارتهم للمتجر أو لإرفاقهم مع الطلبات المرسلة للزبائن.

• اللوحات الإعلانية:

مراعاة أن تكون اللوحات الإعلانية موزعة بمناطق مختلفة وبالقرب من الأفرع سواء في الشوارع أو داخل المجمعات التجارية المتواجدة فيها أفرع الاسم التجاري. كما يتم الحرص على أن تكون هذه اللوحات ملفتة للنظر لجذب أكبر عدد من المارة.

• مواقع التواصل الإجتماعي:

التواجد على مواقع التواصل الإجتماعي التي تساعد على تخطي الحدود الجغرافية حيث نجح تطبيق انستجرام في جذب أكثر من (-----) متابع من مختلف البلدان. يتم العمل على استغلال هذه القنوات لتقليص الفجوة بين العلامة التجارية الاسم التجاري وبين المتابعين، وذلك من خلال تحفيزهم على المشاركة في نقاشات شيقة وطرح اسئلة تفاعلية، بالإضافة الى عمل مسابقات من حين الى آخر. كما ويتم أيضا التعاقد مع مشاهير مواقع التواصل الإجتماعي ذوي الكفاءة لعكس صورة العلامة التجارية، ولترويج المنتجات من خلال حساباتهم.

- المشاركة بالمعارض والفعاليات:

العمل على تواجد "الاسم التجاري" في عدة معارض وفعاليات خلال العام لعرض المنتجات على نطاق أوسع وللوصول لأكبر فئة ممكنة من الأشخاص. يتم توزيع المنشورات والعينات على رواد المعارض. كما يتم الإجابة عن أي سؤال أو استفسار حول المنتجات.

اتفاق السرية

أنا الموقع أدناه _____ ، و الموظف لدى شركة _____ ، المالكة للعلامة التجارية المسجلة "الاسم التجاري" في مدينة _____. أتعهد بأن جميع المعلومات التي تخص العلامة التجارية المذكورة أعلاه من أنواع المنتجات والموردين والأسعار وغيرها، وكل ما سأطلع عليه من خلال وظيفتي سأقوم باستخدامه لغايات العمل فقط لا غير، كما وأقرّ بأن جميع ما ذكر سابقاً يعتبر من أسرار العلامة التجارية وتعود ملكيته للشركة فقط ولا يجوز لي مشاركته مع أي طرف ثالث دون علم الشركة بذلك.

وعليه، فإنني أتحمل كافة المسؤولية والتبعات القانونية المترتبة على إفشائي لأي سر من أسرار العلامة التجارية لطرف ثالث.

التوقيع:

التاريخ:

الملحق ٢: خطة عمل ما قبل التشغيل

فترة التنفيذ	المهمة	التعليقات	تاريخ بدء التنفيذ	تاريخ إنتهاء التنفيذ
<u>الاسبوع الأول</u>				
	إنهاء رخصة العمل والاوراق التجارية			
	الاشراف على ديكورات المحل الداخلية			
	طلب الأثاث			
	تحديد تاريخ استلام الأثاث			
	طلب نظام نقاط البيع			
	تحديد تاريخ تركيب نظام نقاط البيع			
<u>الأسبوع الثاني</u>				
	التوظيف			
	طلب جميع الاكسسوارات الاضافية للديكور (اللوحات والسجاد وغيرها)			
	تصميم لوحة المحل وطلبها بالإضافة إلى لوحة خارجية توضح أوقات العمل			
	تاريخ تركيب لوحة المحل واللوحة الخارجية			
	تقديم طلب الاشتراك بالهاتف الأرضي والهاتف المحمول			
	تاريخ تركيب خط الهاتف الأرضي			
	إرسال النسخة المعدلة للمسؤول في "الاسم التجاري" (الفرع الرئيسي)			
<u>الأسبوع الثالث</u>				
	التعاقد مع شركة أنظمة سمعية وبصرية لتركيب كاميرات المراقبة والنظام الصوتي والمرئي			
	إنشاء الحسابات البنكية وطلب آلة الدفع الإلكتروني عن طريق بطاقة الائتمان			
	الاشتراك بالإنترنت			
	تحديد تاريخ تركيب جهاز الانترنت			
	طلب الزي الرسمي للموظفين			

			طلب جميع المطبوعات	
			طلب جميع المنتجات من مستودع الاسم التجاري الرئيسي	
			إرسال النسخة المعدلة للمسؤول في (الفرع الرئيسي)	
				<u>الأسبوع الرابع</u>
			استئجار مستودع (إن لزم الأمر)	
			تحديد تاريخ وصول الشحنة من شركة الاسم التجاري (الفرع الرئيسي)	
			تحديد الموردين المحليين (إن لزم ذلك) وتوقيع اتفاقيات بين الطرفين	
			التعاقد مع شركة تنظيف وتعقيم	
			إرسال النسخة المعدلة للمسؤول في الاسم التجاري (الفرع الرئيسي)	
				<u>الاسبوع الخامس</u>
			شراء جميع الاجهزة الاضافية (الكمبيوتر المحمول والطابعة وغيرها)	
			شراء خزنة نقود (لحفظ المبيعات اليومية)	
			شراء جميع المستلزمات المكتبية والقرطاسية	
			طلب نظام المحاسبة في حال كان نظام نقاط البيع لا يغطي الاحتياجات الأساسية للأمور المالية والمحاسبة	
				<u>الأسبوع السادس</u>
			هل تم استلام الأثاث كاملاً؟	
			هل تم تركيب الهاتف والانترنت؟	
			هل تم تركيب الكاميرات والنظم المرئية والصوتية؟	
			هل تم تركيب نظام نقاط البيع؟	
			هل تم تركيب اللوحة الخارجية ولوحة أوقات العمل؟	
			هل تم تركيب نظام الدفع الآلي؟	
			هل تمت برمجة نظام المحاسبة؟	

			هل تم استلام الديكورات والاكسسوارات الإضافية؟	
			التعاقد مع شركة تأمين (لتأمين الفرع والمستودع إن وجد)	
			إرسال النسخة المعدلة للمسؤول في (الفرع الرئيسي)	
				<u>الأسبوع السابع</u>
			بدء التدريب	
			هل وصلت البضاعة وتم تخليص الشحنة ونقلها الى المستودع؟	
			هل تم استلام البضاعة من الموردين (إن وجدت)؟	
			هل تم استلام الزي الرسمي للموظفين؟	
			هل تم استلام جميع المطبوعات؟	
			إرسال النسخة المعدلة للمسؤول في (الفرع الرئيسي)	
				<u>الأسبوع الثامن</u>
			طلب بطاقات العمل للموظفين	
			طلب بطاقات الأسماء للموظفين	
			انتهاء التدريب	
			تحديد تاريخ الافتتاح الرسمي	

الرجاء إرسال النسخة المعدلة من خطة العمل للبريد الالكتروني:

الملحق ٣: برنامج المتسوق السري

العلامة الكلية	التقييم	تجربة التسوق المباشر من الفرع
١٠٠%		هل كانت لوحة الفرع الخارجية واضحة ونظيفة؟
١٠٠%		هل كان المدخل / الزجاج نظيفاً؟
١٠٠%		هل كانت الإضاءة داخل الفرع تعمل بشكل جيد؟
١٠٠%		هل كانت أرضية الفرع من المدخل إلى الداخل نظيفة؟
١٠٠%		هل يبدو الديكور العام بحالة جيدة؟
١٠٠%		المجموع الكلي

في حال عدم توفر دورة مياه داخل الفرع الرجاء عدم الإجابة على القسم التالي

العلامة الكلية	التقييم	تجربة التسوق المباشر من الفرع
١٠٠%		هل كانت دورة المياه تعمل بشكل جيد؟
١٠٠%		هل كانت دورة المياه نظيفة؟
١٠٠%		هل كان الماء متوفراً؟
١٠٠%		هل كان هناك مخزون كافٍ من المناشف الورقية، والصابون وغيرها؟
١٠٠%		هل كانت الحاويات فارغة و نظيفة؟
١٠٠%		المجموع الكلي

العلامة الكلية	التقييم	تجربة التسوق المباشر من الفرع
١٠٠%		هل كانت الإضاءة داخل الفرع مريحة؟
١٠٠%		هل كان الفرع خالياً من الرائحة الكريهة؟
١٠٠%		هل كان صوت الموسيقى مناسباً؟

	هل كانت الحرارة داخل الفرع مناسبة؟	١٠٠%
	هل كانت المنتجات مرتبة على الأرفف بشكل واضح وأنيق؟	١٠٠%
	هل كانت الأرفف نظيفة؟	١٠٠%
	المجموع الكلي	١٠٠%

العلامة الكلية	التقييم	تجربة التسوق المباشر من الفرع
١٠٠%		هل كان البائع بمظهر جيد؟
١٠٠%		هل كان للبائع رائحة كريهة؟
١٠٠%		هل يضع البائع علامة تبين اسمه؟
١٠٠%		هل كان لباسه مرتباً و نظيفاً؟
١٠٠%		المجموع الكلي

العلامة الكلية	التقييم	تجربة التسوق المباشر من الفرع
١٠٠%		هل قام البائع باستقبالك عند الباب؟
١٠٠%		هل قام البائع بتحيتك بابتسامة؟
١٠٠%		هل سألك إن كانت أول زيارة لك للفرع؟
١٠٠%		هل عرض عليك المساعدة؟
١٠٠%		هل أخبرك عن العروض (إن كانت متوفرة)؟
١٠٠%		هل كانت طريقة تعامله لطيفة؟
١٠٠%		هل سارع للاستجابة عندما طلبت منه المساعدة؟

هل لديه المعلومات الكافية عن المنتجات ومكوناتها واستخدماتاتها؟	%١٠٠
هل قام باقتراح منتج معين لك؟	%١٠٠
هل قدم لك المعلومات الكافية عن المنتج الذي قمت باختياره؟	%١٠٠
المجموع الكلي	%١٠٠

العلامة الكلية	التقييم	تجربة التسوق المباشر من الفرع
%١٠٠		هل كان الكاشير بمظهر جيد؟
%١٠٠		هل كانت له رائحة كريهة؟
%١٠٠		هل يضع علامة تبين اسمه؟
%١٠٠		هل كان لباسه مرتباً ونظيفاً؟
%١٠٠		هل رحب بك عند الدفع؟
%١٠٠		هل سألك ان كنت ترغب بإضافة شيء آخر قبل الدفع؟
%١٠٠		هل كان المبلغ الذي يجب أن تدفعه واضحاً على نظام البيع أمامك؟
%١٠٠		هل سألك إن كنت ترغب بالدفع نقداً او بالبطاقة البنكية؟
%١٠٠		هل أعطاك الفاتورة؟
%١٠٠		هل أطلعك على شروط الاستبدال والاسترجاع؟
%١٠٠		هل أعاد لك المبلغ المتبقي الصحيح (في حالة الدفع نقداً)؟
%١٠٠		هل أعطاك النسخة الصادرة من جهاز الدفع الالكتروني (في حالة الدفع عن طريق البطاقة البنكية)؟
%١٠٠		هل قدم لك مشترياتك بشكل لائق داخل أكياس خاصة تحمل العلامة التجارية؟
%١٠٠		هل قام بشكرك ودعوتك لزيارة الفرع من جديد؟
%١٠٠		المجموع الكلي

العلامة الكلية	التقييم	تجربة التسوق المباشر من الفرع
١٠٠%		هل أنت راض عن تجربتك بشكل عام؟
١٠٠%		بالاعتماد على الخدمة، هل ستكرر زيارتك للفرع؟
١٠٠%		المجموع الكلي

إذا كانت لديك مقترحات لتحسين الخدمة يرجى كتابتها في المربع أدناه:

الرجاء إرسال النسخة بعد تعبئتها الى البريد الإلكتروني التالي:

نشكركم على مشاركتكم في برنامج المتسوق السري "الاسم التجاري"

نتائج التقييم النهائية (لإستخدام إدارة الاسم التجاري فقط)

العلامة الكلية	نتائج التقييم	القسم
١٠٠%		النظافة والهيئة العامة للفرع
١٠٠%		نظافة دورة المياه (في حال توفره داخل الفرع)
١٠٠%		الأجواء العامة داخل الفرع
١٠٠%		مظهر البائع
١٠٠%		أداء البائع
١٠٠%		أداء الكاشير (عند الدفع)
١٠٠%		الرضا العام عن التجربة
١٠٠%		المجموع الكلي

إخلاء مسؤولية

تم إعداد هذه النماذج بواسطة هيئة تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسلطنة عمان كمصادر مفتوحة لرواد الأعمال والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في سلطنة عمان، إلا أن هذه النماذج والمعلومات المتاحة أعدت كمرجع عام، ولا تقدم الهيئة أي تعهدات أو ضمانات من أي نوع، صريحة أو ضمنية، حول اكتمالها أو دقتها أو موثوقيتها أو ملائمتها لأي مشروع تجاري، كما لا تشكل هذه المعلومات أية نصيحة قانونية وليس ذلك هو الغرض منها. إذا احتجت إلى مشورة قانونية، يجب عليك استشارة محاميك الخاص أو أي مكتب قانوني. عليه فإن استخدام هذا الملف هو مسؤولية المستخدم. جميع الحقوق محفوظة لهيئة تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسلطنة عمان، وأن أي استخدام لهذا الملف لغير الغرض المذكور أعلاه يتطلب موافقة خطية من قبل الهيئة.