

8 Operation

8.2 Requirements for products and services

8.2.1 Customer communication

Communication with customers shall include:

- a) providing information relating to products and services;
- b) handling enquiries, contracts or orders, including changes;
- c) obtaining customer feedback relating to products and services, including customer complaints;
- d) handling or controlling customer property;
- e) establishing specific requirements for contingency actions, when relevant.

8.2.2 Determining the requirements for products and services

When determining the requirements for the products and services to be offered to customers, the organization shall ensure that:

- a) the requirements for the products and services are defined, including:
 - 1) any applicable statutory and regulatory requirements;
 - 2) those considered necessary by the organization;
- b) the organization can meet the claims for the products and services it offers.

8.2.3 Review of the requirements for products and services

8.2.3.1 The organization shall ensure that it has the ability to meet the requirements for products and services to be offered to customers. The organization shall conduct a review before committing to supply products and services to a customer, to include:

- a) requirements specified by the customer, including the requirements for delivery and postdelivery activities;
- b) requirements not stated by the customer, but necessary for the specified or intended use, when known;
- c) requirements specified by the organization;
- d) statutory and regulatory requirements applicable to the products and services;
- e) contract or order requirements differing from those previously expressed.

The organization shall ensure that contract or order requirements differing from those previously defined are resolved.

The customer's requirements shall be confirmed by the organization before acceptance, when the customer does not provide a documented statement of their requirements.

NOTE In some situations, such as internet sales, a formal review is impractical for each order. Instead, the review can cover relevant product information, such as catalogues.

8.2.3.2 The organization shall retain documented information, as applicable:

- a) on the results of the review;
- b) on any new requirements for the products and services.

8.2.4 Changes to requirements for products and services

The organization shall ensure that relevant documented information is amended, and that relevant persons are made aware of the changed requirements, when the requirements for products and services are changed.

8 التشغيل

8.2 متطلبات المنتجات والخدمات

8.2.1 اتصال العملاء

يجب أن يشمل التواصل مع العملاء:

- أ) توفير المعلومات المتعلقة بالمنتجات والخدمات ؛
- ب) التعامل مع الاستفسارات أو العقود أو الأوامر ، بما في ذلك التغييرات ؛
- ج) الحصول على ملاحظات العملاء المتعلقة بالمنتجات والخدمات ، بما في ذلك شكاوى العملاء ؛
- د) التعامل مع أو التحكم في ممتلكات العميل ؛
- هـ) تحديد متطلبات محددة لإجراءات الطوارئ ، عند الاقتضاء.

8.2.2 تحديد متطلبات المنتجات والخدمات

عند تحديد متطلبات المنتجات والخدمات التي سيتم تقديمها للعملاء ، يجب على المؤسسة ضمان ما يلي:

- أ) يتم تحديد متطلبات المنتجات والخدمات ، بما في ذلك:
 - 1) أي متطلبات قانونية وتنظيمية سارية ؛
 - 2) أولئك الذين تعتبرهم المنظمة ضروريين ؛
 - ب) يمكن للمنظمة تلبية مطالبات المنتجات والخدمات التي تقدمها.

8.2.3 مراجعة متطلبات المنتجات والخدمات

8.2.3.1 يجب على المؤسسة التأكد من أن لديها القدرة على تلبية متطلبات المنتجات والخدمات التي يتم تقديمها للعملاء. يجب على المنظمة إجراء مراجعة قبل الالتزام بتزويد المنتجات والخدمات للعميل ، لتشمل:

أ) المتطلبات المحددة من قبل العميل ، بما في ذلك متطلبات أنشطة التسليم والتوصيل ما بعد التسليم ؛

ب) المتطلبات التي لم يذكرها العميل ، ولكنها ضرورية للاستخدام المحدد أو المقصود ، عندما تكون معروفة ؟

ج) المتطلبات التي تحددها المنظمة ؛

د) المتطلبات القانونية والتنظيمية المطبقة على المنتجات والخدمات ؛

هـ) متطلبات العقد أو الطلب تختلف عن تلك التي سبق التعبير عنها.

يجب على المؤسسة ضمان حل متطلبات العقد أو الأوامر التي تختلف عن تلك المحددة مسبقاً.

يجب تأكيد متطلبات العميل من قبل المؤسسة قبل قبولها ، عندما لا يقدم العميل بياناً موثقاً بمتطلباته.

ملاحظة: في بعض الحالات ، مثل مبيعات الإنترن特 ، تكون المراجعة الرسمية غير عملية لكل طلب. بدلاً من ذلك ، يمكن أن تغطي المراجعة معلومات المنتج ذات الصلة ، مثل الفهارس.

8.2.3.2 تحفظ المنظمة بالمعلومات الموثقة ، حسب الاقتضاء:

أ) على نتائج المراجعة ؛

ب) على أي متطلبات جديدة للمنتجات والخدمات.

8.2.4 التغييرات في متطلبات المنتجات والخدمات

يجب على المؤسسة التأكد من تعديل المعلومات الموثقة ذات الصلة ، وإبلاغ الأشخاص المعنيين بالمتطلبات المتغيرة ، عند تغيير متطلبات المنتجات والخدمات.

الشرح :

8.2 متطلبات المنتجات والخدمات

8.2.1 التواصل مع العملاء

1- يعتبر التواصل مع العملاء أحد أكثر الأنشطة التجارية شيوعاً في المؤسسة. قد تختلف طرق التواصل مع عملائك وفقاً لنوع النشاط المرتبط بالاتصال ، ونوع منتجك أو خدمتك ، أو نوع الاتفاقية

التي تبرمها المؤسسة مع عملائها ، وهناك حالات وسيناريوهات حيث التواصل سوف يملأها وسيطر عليها طرف ثالث.

2- سيتم تنظيم جميع هذه القضايا في ترتيبات مخططة للتواصل مع العملاء. دعونا نستعرض متطلبات معيار ISO 9001 فيما يتعلق بالتواصل مع العملاء:

- يجب أن تبدأ المنظمة التواصل مع العملاء وتسلیم المعلومات حول مواضيع مختلفة تتعلق بالمنتج أو الخدمة.
 - سيتضمن الاتصال مشاركة المعلومات مع العميل فيما يتعلق بأنشطة التسليم أو ما بعد التسليم بما في ذلك التغييرات والتحديثات ذات الصلة بالمنتج أو الخدمة.
 - ستتبادل المؤسسة المعلومات مع العملاء فيما يتعلق بالاستفسارات ، ومعالجة الطلبات ، والعقود.
 - يجب أن تبدأ المنظمة الاتصالات للتعامل مع شكاوى العملاء وردود الفعل.
 - يجب على المؤسسة أن تبدأ الاتصالات للمسائل المتعلقة بالتعامل مع ممتلكات العملاء.
 - تحدد المنظمة متطلبات محددة لإبلاغ القضايا المتعلقة بإجراءات الطوارئ ، عند الاقتضاء.
 - يجب تحديد متطلبات الاتصال بالعملاء وتحديدها: سيتم البث فيها ، وسيتم سنها رسميًا ، وستكون واضحة لمستخدمي نظام إدارة الجودة. لا يحدد معيار ISO 9001 الحاجة إلى تطوير طريقة أو ترتيبات للتواصل مع العميل. ومع ذلك ، أثناء المراجعة ، سيُطلب منك إثبات ذلك
 - يتم تعريف المعلومات للتواصل مع العملاء على النحو المطلوب في وقت سابق.
 - تتم إدارة هذه المعلومات وصيانتها.
- هذا هو السبب في أنك ستحتاج إلى طريقة لإثبات هذه النقاط. لا يلزم توثيق الطريقة بل تطبيقها ؛ لست مطالبًا بالحفظ على الإجراءات أو تعليمات العمل ولكن لإثبات أن هناك عمليات تحافظ على التواصل مع العملاء.

معلومات تتعلق بالمنتج أو الخدمة

1- يتطلب معيار ISO 9001 بدء التواصل مع العميل. الهدف هو ضمان قبول جميع المدخلات الضرورية أو نقلها وتحديد جميع المخرجات الضرورية وتوجيهها إلى العميل. تتدفق المعلومات ثنائياً الاتجاه - إما مرسلة أو مستلمة. هناك جانبان قد يحددان نوع قناة الاتصال والمعلومات التي ستنتقل عبرها:

- خصائص وطبيعة المنتج أو الخدمة اللثان ستحددان نوع المعلومات.
- أنواع الأنشطة في عملية التحقيق المتعلقة باستفسارات العميل.

2- قد يتم توصيل هذه المعلومات إلى العميل خلال الأنشطة المختلفة المتعلقة بتحقيق المنتج:

- قبول الطلب أو طلب العروض
- معلومات بخصوص خطط التطوير أو التصميم
- استفسارات حالة النظام
- نتائج اختبار القبول
- تسليم البضائع أو الخدمات
- متطلبات المدخلات مثل مواصفات العميل
- العروض التوضيحية والعروض التقديمية للمنتجات أو النماذج الأولية أو نتائج الاختبارات
- معلومات حول الفشل أو العيوب

3- قد تتضمن المعلومات المتعلقة بالمنتجات أو الخدمات سمات مثل

- وصف المنتج
- استخدام البضاعة أو الخدمة
- التدريب اللازم لاستخدام المنتج
- تعليمات أو تحذيرات بشأن استخدام وتشغيل المنتج
- الإصدارات أو الإصدارات السابقة من المنتج
- مواد ومكونات وخصائص المنتج
- عمليات وأنشطة تحقيق المنتج
- تحذيرات وإشعارات استشارية بشأن المنتج
- التغييرات والتحديثات والتحسينات في المنتج

4- يجب إطلاع العملاء على التغييرات والتحديثات والتحسينات التي تطرأ على المنتج أو الخدمة. وفقاً للمعيار ، فإن "التغيير" هو أي تعديلات يتم إجراؤها على ميزات المنتج أو سمات نموذج معاصر أو مستقبلي تم طلبه والاتفاق عليه مع العميل.

5- الأساس المنطقي وراء ذلك هو أن المنظمة تخطط للتغييرات في المنتج وستقدم منتجًا معدلاً لعملائها.

6- العميل ، من ناحية أخرى ، عنده معرفة توقعية أنه بعد التغيير قد لا يتحقق. تتضمن المعلومات المتعلقة بالمنتج بما في ذلك التغييرات والتحديثات

- التغييرات التي قد تؤثر على خصائص المنتج
- تحسينات على المنتج

• مشاكل تتعلق بالمنتج والتي لا يجب على العميل معرفتها

7- الأمر نفسه ينطبق على التحسينات (التي هي نوع من التغيير) ؛ يجب على المؤسسة التواصل وإخبار العميل بجميع التحسينات من خلال الوثائق أو رسائل البريد الإلكتروني أو المكالمات الهاتفية أو المراسلات المكتوبة أو الاجتماعات.

8- إذا قرر المرء الحفاظ على طريقة ، فيجب أن يصف جميع الترتيبات للتواصل مع العميل: أي شكل من أشكال الاتصال والوسائط التي يتم من خلالها. أحد الخيارات هو توثيق الترتيب بشأن تأكيد طلب العميل. خذ ، على سبيل المثال ، Microsoft. لدى Microsoft طريقة فعالة جدًا للإعلان عن مستخدمي نظام تشغيل Windows عن أي تغييرات أو تحديثات أو تحسينات: تحظى بمكون معين في نظام التشغيل يسمح للمستخدمين بعرض التحديثات والتغييرات والتحسينات على البرنامج وتحديد سواء كانوا يرغبون في قبولهم أو رفضهم.

التحقيقات أو الطلبات أو الاستفسارات المتعلقة بالأوامر أو العقود

- 1- يتطلب المعيار التواصل من أجل إدارة جميع الاستفسارات من العملاء فيما يتعلق بـ **حالة الطلبات أو العقود، الأهداف**
- **التوضيح للعميل** كيف يمكنه الاتصال بالمنظمة أو من هو الشخص المسؤول عن الاتصال **بخصوص الطلبات والاستفسارات**
- **للسماح** بالوصول إلى المعلومات المتعلقة بالمواضيع المتعلقة بالطلب التي قد تهم العميل.
- **عند تحديد الاتصال** ، يجب على المؤسسة أن تأخذ بعين الاعتبار المعلومات التي سيتم نقلها **إلى العملاء** :
- **الطلبات أو العقود -** عملية تقديم الطلبات أو العقود وكذلك الاستفسارات أو **التحقيقات قبل التقديم**
- **حالة الطلبات - الاستفسارات أو التحقيقات المتعلقة بأنشطة التحقيق** مثل مواعيد التسليم والنقل والتركيب ومطالبات الضمان
- **تقدم الأنشطة** التي تقع على عاتق العميل
- **الدعم الفني -** كيف سيتم توصيل الدعم الفني وتنظيمه مع العميل
- **الخدمة والصيانة -** كيف سيتم تنسيق أنشطة الخدمة مع العميل
- **تقارير حول التغييرات الحالية أو المستقبلية**
- **معلومات حول عدم المطابقة:** المنتجات أو الخدمات المعيبة التي تم تسليمها أو ت توفيرها للعميل
- **إذا قررت الحفاظ على الطريقة** ، فيجب أن تتضمن المسؤولية التنظيمية أو **الوظيفة** التي ستديرها.

التغذية العكسية (ملاحظات) العملاء

- 1- يتطلب معيار ISO 9001 مراقبة (التغذية العكسية) ملاحظات العملاء. في حين أنه يمكن تقديم إرضاء العملاء كرأي شخصي ، فإن **ملاحظات العملاء توفر وجهة نظر موضوعية حول ما إذا كانت المنظمة قد قدمت منتجًا وفقًا للمواصفات.**
- 2- تقدم التغذية العكسية (ملاحظات) العملاء **تحذيرًا مبكرًا** حول مشاكل الجودة المحتملة ، وتحدد المخاطر أو الفرص بشكل فعال ، **وتولد** المدخلات للتحسين ، وتبدأ الإجراءات التصحيحية اللازمة.
- 3- يمكن الحفاظ على تقييم التغذية الراجعة من خلال ما يلي:
 - شكاوى العملاء - تراقب المنظمة شكاوى العملاء فيما يتعلق بأداء المنتج ووظائفه.
 - استطلاعات المستخدم - تجري المنظمة استطلاعات بخصوص الوظائف والخصائص وأداء المنتج.
 - المراجعات - تبدأ المنظمة مراجعة بخصوص المنتج ووظائفه.
 - مراجعات المجالس - تبحث المنظمة عن اتجاهات القطاع والصناعة.
- 4- لكل من الإجراءات المذكورة أعلاه ، من الضروري تحديد المعلومات اللازمة لاحتواء جميع مدخلات ملاحظات العملاء وتوزيعها على الأطراف ذات الصلة. سيتم تناول طريقة مراجعة التعليقات في الفصل 9.1.2 - إرضاء العملاء - حيث يلزم تحديد طريقة مراقبة وإدارة رضا العملاء. هنا في البند 8.2.1 - "اتصالات العملاء" ، علينا تحديد قنوات الاتصال في هذه الطريقة. يتم التعامل مع معالجة الشكاوى بالتفصيل في الفقرة التالية.

التعامل مع الشكاوى

- 1- يعتبر معيار ISO 9001 **مسألة شكاوى العملاء ذات أهمية كبيرة**. أحد الجوانب المهمة في هذه المسألة هو التسهيلات أو الوسيلة التي يمكن للعميل من خلالها التواصل مع المنظمة وتسجيل شكاوى.
- 2- لا يقل أهمية عن توصيل المنظمة استجابة مرضية للشكاوى.
- 3- الشاغل الأول للمنظمة هو **تحديد المعلومات المتعلقة بالشكاوى**. يشير معيار ISO 9001 2015 القياسي إلى تعريف المعلومات للتعامل مع الشكاوى. وحسب ملاحظاتي ، يجب إدارة معالجة الشكاوى ان تتم باستخدام طريقة مختبرة ، وهي عملية تقديم للشكاوى.
- 4- يجب أن تشمل المعلومات جوانب مختلفة من العملية ، ويتم وصف الطريقة في القضايا التالية:

• التواصـل: يجب أن تصف الطريقة للعميل كيف يمكن ان يصلوا إلى المنظمة لتقديم شكوى. يمكن دمج الطريقة مع أنواع أخرى من الاستفسارات (مثل طلب المنتجات). ومع ذلك ، يجب على المؤسسة أن تثبت أن عملائها يتم إخطارهم بالطرق التي يمكنهم من خلالها تقديم الشكاوى - رقم هاتف معين ، ونموذج عبر الإنترنت ، وعنوان بريد إلكتروني معين ، ومركز للتفاعل - ويجب إجراء هذه الخيارات لتقديم شكوى معروفة للعميل ، ويجب نشر تفاصيل الاتصال (مطبوعة على كتيب أو موقع الشركة الإلكتروني أو على المنتج نفسه).

• التفاصـيل: يجب أن تحدد الطريقة ، المعلومات والتفاصيل المطلوبة التي يجب تسجيلها أثناء تلقى الشكوى. يجب أن تكون المعلومات والتفاصيل **كافية لضمان العلاج الفعال**. يجب على المنظمة توثيق المعلومات لضمان التحقيق الفعال في طبيعة وسبب الشكوى. تفاصيل الشكوى هي المدخلات لعمليات الجودة والأنشطة مثل الإجراءات لمعالجة المخاطر والفرص ، وعدم المطابقة ، والإجراءات التصحيحية ، والتحسين. إذا كانت الشكوى تشير إلى **منتج** ، فيجب تحديد المعلومات التالية: **النموذج أو التعريف أو التتبع (رقم الدفعـة أو الرقم التسلسـلي)** و**تفاصيل الإنتاج وشخص الاتصال وتاريخ التسلـيم وأي معلومات أخرى من شأنها تحديد المنتج ودعم التحقيق**. إذا كانت الشكوى تشير إلى خدمة ، فحدد وقت تقديم الخدمة ، ومن قبل ، وإلى أي منتج (مع تفاصيل التعريف) ، ومعرف الخدمة. أفضل طريقة لضمان توفير هذه التفاصيل هي تصميم تنسيق (يدويًا أو إلكترونيًا) والتأكد من اكتمال جميع الحقول.

• التوزـيع: يجب أن تنظر طريقة التعامل مع الشكوى في توزيع معلومات الشكوى على الأدوار أو الوظائف المناسبة في المنظمة. سيتم تحقيق ذلك من خلال تحديد الواجهة بين الوحدة التنظيمية التي تتلقى الشكوى والجهة التي ستتعامل معها والتحقيق فيها: بريد إلكتروني أو نموذج أو نظام معين.

• المسؤوليات: يجب تحديد الوظيفة التي ستكون مسؤولة عن عملية قبول الشكاوى (على سبيل المثال ، المكتب الخلفي أو ممثل دعم العملاء أو مدير علاقات العملاء أو مدير الحساب). بالإضافة إلى تحديد الوظيفة المسؤولة عن قبول الشكوى ، يجب أيضًا تحديد الوظيفة المسؤولة عن معالجة الشكوى. قد تحتاج بعض الشكاوى إلى شخص معين حتى يتم التعامل معها بشكل مناسب. يجب تعيين هذا الشخص بوضوح.

• الإطار الزمنـي: من الضروري تحديد الإطار الزمنـي المحدد للاستجابة والعلاج. ولا يجب ترك العميل بانتظـار إجـابة. إذا كانت الإجـابة تستغرق وقتاً طويلاً ، فيجب إخطـار العـميل والتأكد من أن الشـكوى قـيد التـحقيق. جانب آخر يتعلق بالأطر الزمنـية هو اللوائح المحلية أو الوطنية ؛ حيث تتطلب اللوائح أن تقدم إجراء في فترة زمنـية محددة ، يجب على المنظمة تطبيق هذه المتطلبات وتنفيذـها في عملياتها.

- **الإجابة:** بعد قبول الشكوى ومعالجتها ومعالجتها ، من الضروري إبلاغ العميل وإبلاغ النتائج. تحدد الطريقة الوسائل والتفاصيل. لا يمكن للمرء التأكد من إغلاق كل شكوى بما يرضي العميل ، ولكن يمكن للمرء التأكد من إرسال النتائج وتلقيها من العميل.

الاتصالات بشأن التعامل مع ممتلكات العملاء

- 1- يحدد معيار ISO 9001: 2015 **نوعاً آخر** من المعلومات الخاضعة للرقابة بين المؤسسة والعميل - معلومات تتعلق بالممتلكات الخاصة بالعميل. في البند 8.5.3 - الملكية الخاصة بالعملاء أو المزودين الخارجيين - يتطلب المعيار إخبار العملاء أو مقدمي الخدمات الخارجيين عندما تكون ممتلكاتهم أما تالفة أو عندما تكون غير مناسبة للاستخدام.
- 2- عند حدوث مثل هذا الحدث ، **يجب على المؤسسة الحفاظ على المعلومات الموثقة بشأن الإخطار للعميل**.
- 3- عند تحديد الاتصال وإنشاء قنوات الاتصال ، يجب النظر في الأمر ويجب التخطيط للقنوات المناسبة. يجب دمج هذا النوع من الاتصالات في عمليات الجودة:
 - عند استلام البضائع من العميل للمعالجة
 - عندما يتم العثور على السلع أو المعدات الواردة من العميل غير مناسبة للاستخدام أثناء عمليات التنفيذ
 - يجب أن يتضمن الاتصال معلومات مثل المنتجات التي تضررت
 - عندما حدث الضرر
 - ماذا حدث
 - إجراءات أو تعليمات أخرى

التواصل بشأن متطلبات إجراءات الأحداث غير المتوقعة (الطوارئ)

- 1- إجراءات الطوارئ هي **جزء من التفكير القائم على المخاطر** ؛ فهي نوع من المخرجات من إدارة المخاطر وترتبط بالإجراءات التي يجب اتخاذها كاستجابة للأحداث غير المخطط لها والتي تتطلب اهتمام العميل.
- 2- عند تحديد وتنفيذ المعلومات للتواصل مع العملاء ، يجب النظر في مسألة توصيل إجراءات الطوارئ ويجب التخطيط للقنوات المناسبة.
- 3- ينص المعيار بوضوح على أنه لا يجب الإبلاغ عن جميع إجراءات الطوارئ ولكن فقط عند **الضرورة** ، أي يتم تحديدها مع العميل بأنه يجب إبلاغه. لكل خطة طوارئ ، يجب على المنظمة تحديد ما يلي:
 - الشخص الذي يمكن الاتصال به
 - المعلومات التي يجب نقلها

قنوات الاتصال الفعالة

1- الهدف الرئيسي من البند 8.2.1 هو بدء **قنوات اتصال فعالة مع عملائك** ، سواء كانوا داخلين أو خارجين. يتم قياس **فعالية الاتصال** عندما تصل المعلومات إلى هدفها المحدد في نقطة زمنية محددة.

2- سيتم تحقيق فعالية قنوات الاتصال من خلال إدخال النقاط التالية في المنظمة:

- يتم تحديد طريقة قبول متطلبات العملاء والحفاظ عليها بشكل صحيح في المنظمة.

- يتلقى العميل جميع المعلومات والبيانات التي يحتاجها ويجب على استفساراته.

- تحفظ المنظمة بطريقة فعالة لتلقي الشكاوى من العميل وتزويده بالإجابات.

- تحفظ المنظمة بطريقة فعالة لتلقي ردود الفعل من العملاء.

- تحفظ المنظمة بطريقة فعالة للتواصل مع العملاء فيما يتعلق بمتلكاته.

- تحفظ المنظمة بقنوات فعالة لتبادل المعلومات وحالات المنتجات غير المطابقة للمواصفات.

- تحفظ المنظمة بطريقة فعالة لإبلاغ وتلقي المدخلات من العميل في حالة الطوارئ.

3- حاول أن تفهم وجهة النظر العقلانية الكامنة وراء هذا المطلب - **يجب أن يكون العميل وأحتجاجاته محور اهتمامك**. عندما يكون لدى العملاء احتياجات ، يبدأون التواصل مع المنظمة من خلال قنوات محددة. تلتزم المنظمة بالرد على هذه الاحتياجات والوفاء بها ، والتي قد تكون مرتبطة بعدها قضايا وقد تحدث في مراحل مختلفة من عمليات الإدراك: التسويق والتصميم والتطوير والإنتاج والتسليم والتركيب وأنشطة ما بعد التسليم مثل مطالبات الضمان ، والخدمة والصيانة ، وردد الفعل ، وتقديم الشكاوى. لكل حاجة أو نوع من التفاعل ، يجب عليك تحديد الأدوات التنظيمية مع الاستجابة والتفاعل الصحيح: القناة والمسؤولية والمعلومات التي سيتم التعامل معها.

النظام المحدد

بعد النظر في المعلومات الضرورية ليتم تبادلها مع العميل وتحديدها ، يجب على المؤسسة **تخطيط طريقة لإدارة أنواع المعلومات المختلفة**. سوف تعتمد الطريقة على ثلاثة مبادئ بسيطة:

1. **كيف** - تحدد المؤسسة بالوسائل التي ستتم من خلالها إدارة المعلومات واستلامها من العميل وحفظها وتسليمها إلى العميل: الإشعارات ، والوسائل المطبوعة ، ونظام CRM ، وأنظمة تخطيط موارد المؤسسات ، والبريد الإلكتروني ، والفاكس ، عبر الإنترنت عبر موقع الويب ، أو البرامج المعينة. سيكون التعريف ثانوي الاتجاه — من العملاء إلى الأعمال ومن الأعمال إلى العملاء.

2. **أين** - تحدد المنظمة مكان حفظ المعلومات وحفظها. يعتمد هذا إلى حد كبير على نوع المعلومات أو الاتصالات أو النشاط ، على سبيل المثال ، في شكل صريح في نظام المعلومات أو في حافظة العميل. قد تكون بعض هذه المعلومات ضرورية لخطيط التحكم في تحقيق المنتج وبالتالي يجب التحكم فيها كمعلومات موثقة.

3. **من** - توزيع المعلومات على الأطراف ذات الصلة في المنظمة التي تحتاج إلى هذه المعلومات لتحقيق المنتج: التسويق والتصميم والتطوير والإنتاج والخدمات اللوجستية والخدمات الفنية.

السلطات والمسؤوليات للتواصل مع العملاء

1- من أجل **الحفظ** على قنوات اتصال فعالة ، يجب على المؤسسة تعيين أدوار محددة لكل نوع من اتصالات العملاء. سيكون كل دور مسؤولاً عن إدارة قناة الاتصال المتعلقة بسياق معين (التسويق أو الإنتاج أو الخدمات اللوجستية). الهدف هو تعيين شخص أو وظيفة تحمل مسؤولية تشغيل الاتصال مع العميل وتبادل المعلومات المطلوبة. فمثلا:

- مندوب مبيعات مسؤول عن تقديم عروض الأسعار وأوامر الإدخال إلى نظام معلومات التسويق والمبيعات.

- عند تطوير منتج معين مع العميل ، سيتم تكليف مدير المشروع بمهمة التواصل مع العميل ، وتلقي وتوثيق مواصفات المنتج ومتطلباته ، وعقد اجتماعات مع العميل ، وعقد اجتماعات مع الوظائف الداخلية لتحقيق المنتج ، وهكذا.

- عند تشغيل مركز اتصالات ، يعتبر الممثل مسؤولًا عن التواصل مع العملاء بشأن مختلف القضايا.

- مدير الحساب الرئيسي أو مسؤول المبيعات مسؤول عن إبلاغ العملاء عند العثور على المنتجات أو الخدمات المعيبة أو تقديمها.

قد يظهر التعريف على الوصف الوظيفي أو تعريف الدور أو على تعليمات العمل. يتم التركيز **بقوة على معالجة الشكاوى ومعالجة ملاحظات العملاء**. إذا كان العميل لديه نظام مخصص للمراسلات ، فيجب أن يتلقى الأطراف ذات الصلة التدريب مع تعليمات حول كيفية استخدام النظام ذي الصلة.

الأطر الزمنية

- 1- يعد **تحديد الأطر الزمنية** الدقيقة لكل نوع أو قناعة اتصال **ضروريًا** للسماح بالتدفق المستمر للمعلومات بين المؤسسة والعميل. **الهدف هنا هو تحديد الإطار الزمني المحدد للرد** ، أي خلال الفترة الزمنية التي يجب خلالها نقل المعلومات المطلوبة إلى العميل. يعتمد الإطار الزمني على طبيعة الاتصال أو النشاط ذي الصلة. من حيث المبدأ ، سيتم تحديد وقت الاستجابة المطلوب لكل نوع من أنواع الاتصالات. فمثلاً:
- **العرض** - سيتم تحديد عدد أيام العمل للتعامل مع طلب العرض.
 - **شكوى** - سيتم تسليم إجابة فورية إلى العميل تفيد أن الشكوى قيد المراجعة وأنه سيتم تسليم إجابة كاملة إلى العميل وفقاً لأولوية وخطورة الحالة.
 - **تغيير المنتج أو تديثه** - سيتم تحديد وقت الاستجابة وفقاً لطبيعة التغيير أو التحديث.
 - **معلومات وتفاصيل حول المنتجات أو الخدمات غير المطابقة** - يتم تحديد وقت الاستجابة وفقاً لأنثير عدم المطابقة على المنتج.
- 2- يعتمد توثيق هذه الأطر الزمنية على نشاط الأعمال ومواصفاته. تظهر هذه الأنواع من المواصفات عادة في العقد. وبالتالي فإن سمات الأعمال التعاقدية مثل **نوع العميل** (البلاتيني ، الذهبي ، الفضي) أو **نوع اتفاقية الخدمة** (قسط عادي) قد تحدد وقت رد الفعل. عندما تكون هذه المعلومات ضرورية لخطيط التحكم في تحقيق المنتج ، يجب التحكم فيها كمعلومات موثقة.

سجلات العملاء

- 1- تعتبر سجلات العملاء بمثابة معلومات وبيانات **ضرورية للتواصل مع العميل** (من بين أنشطة أخرى مثل الفواتير أو تسليم البضائع). تحفظ هذه السجلات حسب طبيعة الاتصال. **الغرض هو تحديد المدخلات اللازمة لبدء الاتصال مع العميل**. يجب أن تحدد المنظمة التفاصيل المطلوبة من أجل الحفاظ على اتصال فعال مع العميل:
- **الأسماء والتفاصيل**
 - إدارة تفاصيل الاتصال مثل رقم الهاتف وعنوان البريد الإلكتروني وعنوان البريدي
 - إدارة التفاصيل حسب النشاط - أشخاص الاتصال أو ساعات العمل
 - إدارة التفاصيل المالية — تفاصيل الحساب المصرفي وأرقام بطاقات الائتمان
 - إدارة معلومات العملاء المحددة المتعلقة بتحقيق المنتج - إشعارات وملحوظات معينة ، أمثلة على المنتجات ، أنواع المستندات (الطلب ، مذكرات التسليم ، الفواتير) ، أو المواصفات الفنية
- 2- المرحلة التالية هي تحديد **مكان وكيفية وصيغة سجلات العميل** التي سيتم الاحتفاظ بها وتوزيعها على الأطراف ذات الصلة في المؤسسة. ستشير هذه التعريفات إلى عمليات

الإدراك. قد تتطلب كل خطوة تحقيق نوعاً مختلفاً من المعلومات عن العميل وهذا يعني نوعاً مختلفاً من قنوات الاتصال. الجدول التالي هو اقتراح لكيفية إدارة هذه المعلومات:

Process	Customer Records
Marketing lead	The name and telephone number of the prospect plus a completed lead survey for the sales representative to communicate to a potential customer
Sales order	Full customer details, including account details
Development	The name of a contact person by the customer related to the product
Delivery	Address for delivery and a contact person in the logistics
Accounting	Details for debit

المتطلبات التنظيمية

- 1- قد تتطلب المتطلبات القانونية والتنظيمية السارية قنوات اتصال وتفاصيل ومعلومات ضرورية مع العملاء حول مواضيع مختلفة بخلاف الشكاوى أو ملاحظات العملاء. إذا كانت هذه المتطلبات المتعلقة بالتواصل مع العميل قابلة للتطبيق ، فيجب على المؤسسة تنفيذها.
- 2- قد تؤثر هذه الحقيقة على عملية الاتصال بأكملها مع العميل. قد يكون من الضروري جمع بيانات محددة أو تصميم عمليات أو وثائق محددة من أجل الاستجابة لهذه الاحتياجات. هذا هو السبب في مطالبة المنظمة بتحديد هذه المتطلبات القانونية والتنظيمية المعمول بها ودمجها في عملياتها.
- 3- راجع البند 4.2 (فهم احتياجات وتوقعات الأطراف المعنية) ، 5.1.2 (القيادة والالتزام فيما يتعلق باحتياجات وتوقعات العملاء) ، 8.2.2 (تحديد المتطلبات المتعلقة بالسلع والخدمات) ، و 8.6.5 (أنشطة ما بعد التسلیم).

8.2.2 تحديد متطلبات المنتجات والخدمات

- 1- من خلال تحديد متطلبات المنتج والخدمة ، تحدد المؤسسة بالضبط مواصفات المنتج ، من أجل التقييم لاحقاً (البند 8.2.3) ما إذا كانت لديها القدرة على تلبية هذه المواصفات. يتبع هذا التحديد التحقق لاحقاً من جدواه وقدرته على توريد المنتج وفقاً لتوقعات العميل ومواصفاته. وبالتالي ، من الضروري مراجعة جميع المتطلبات من مختلف المدخلات والشروط - العملاء والتنظيم والسلامة والسلامة والتنظيمية.
- 2- متطلبات السلع أو الخدمات هي جمع المدخلات اللازمة لوضع معايير للتحقق من صحتها. من أجل تحديد هذه بدقة ، تحتاج المنظمة إلى تطوير طريقة لجمع ومراجعة هذه المدخلات. فيما يلي متطلبات ISO 9001:

 - يجب على المؤسسة التأكيد من تحديد متطلبات المنتجات والخدمات التي سيتم تقديمها للعملاء.

- يجب على المنظمة **تحديد ومراجعة** المتطلبات التنظيمية المطبقة على المنتج والخدمة.
- تحدد المنظمة **المتطلبات الإضافية** الالزمة لتحقيق المنتج أو تقديم الخدمات.
- يجب على المنظمة التأكيد والتأكد من أن لديها القدرة على تلبية المتطلبات وتوريد المنتج على النحو المطلوب أو المقدم للعميل.
- الهدف الرئيسي من البند 8.2.2 - تحديد متطلبات المنتجات والخدمات - هو **التأكد من أن جميع المتطلبات واضحة وموثقة وموزعة على الأطراف المناسبة في المنظمة أو الأطراف التي تشارك في تحقيق المنتج وتقديم الخدمة**. يقدم لنا المعيار عدة أنواع رئيسية من المتطلبات التي تحتاج إلى مراجعة عند قبول أو جمع المتطلبات المتعلقة بالمنتج. ستجعلك مراجعة هذه الاقتراحات أقرب إلى تحديد دقيق للمتطلبات.
- **لا يوجد متطلبات قياسية لتوثيق العملية**. ومع ذلك ، أثناء المراجعة ، سيكون عليك إثبات أن جميع متطلبات المنتج واضحة ومحددة: كتالوجات المنتجات أو العروض أو المناقصات والطلب وما إلى ذلك.

تحديد متطلبات المنتجات والخدمات

- 1- قد يتم تطوير منتج كجزء من عقد ، أو منتج متاح لقطاع السوق ، أو منتج مضمون في منتج آخر ، أو كخدمة. **متطلبات المنتج هي مجموعة المدخلات التي من المفترض أن تلبي توقعات العملاء**. من أجل تحديد هذه بدقة ، يجب على المنظمة إنشاء طريقة تجمع ومراجعة هذه المدخلات. **والأهداف هي** فهم توقعات العميل بشكل كامل ومنع سوء الفهم. قد تتأثر متطلبات المنتج والخدمات بعده عوامل:

 - المتطلبات المحددة في العقد
 - نتائج بحث السوق
 - احتياجات وتوقعات العملاء المعروفة
 - المتطلبات التي يقدمها العميل ، على سبيل المثال ، كطلب شراء أو عطاء
 - المتطلبات الضرورية للمنظمة مثل متطلبات الجودة أو المتطلبات التنظيمية
 - المتطلبات الجديدة التي هي نتيجة تغيير في توقعات العملاء

- 2- يجب تحديد جميع هذه الأنواع من المتطلبات ومعرفة المنظمة. ضع في اعتبارك أنه يجب التتحقق من **هذه المتطلبات في المراحل اللاحقة من الإدراك**. وبالتالي ، يلزم تحديد طريقة لتحديد وفهم الاحتياجات والطلبات المتعلقة بالمنتج وإثبات ما إذا كانت المنظمة قادرة على **تلبية هذه المتطلبات**. يجب أن تشمل الطريقة جميع الأطراف ذات الصلة التي تشارك في تحقيق المنتج: المبيعات والتطوير والإنتاج والشراء ، وما إلى ذلك.
- **لا يوجد متطلبات قياسية لتوثيق الطريقة** ؛ ومع ذلك ، سيُطلب منك إثبات أن هذه الطريقة محددة ويتم تنفيذها. من الصعب توجيه كيفية تنفيذ ذلك لأن كل نوع من المنتجات له طريقته الخاصة في تحديد المتطلبات.

4- أخطط وأقدم الأدوات الرئيسية التي تجسّد توقعات العملاء. قد تشمل هذه

- ملفات العملاء حيث يتم حفظ متطلبات العملاء المحددة

- ملخصات الاجتماعات حيث عبر العميل عن توقعاته

- قوائم المراجعة التي تثبت أنني فكرت في المواضيع الهامة أثناء تحديد المتطلبات

- نماذج الطلبات التي تعبّر عن توقعات العملاء

- أنظمة الإدارة التي تدير كل هذه العناصر

- تقرير موجز عن البحث إذا طلبت إجراء بحث سوقي

- وثيقة توصيف عند تقديم منتج للتصميم والتطوير

- موافقة العميل على خصائص المنتج

5- يجب إبلاغ المتطلبات إلى جميع الأطراف ذات الصلة في المنظمة. عند تغيير متطلبات المنتج ، يجب على المؤسسة التأكيد من تحديث الوثائق ذات الصلة وإبلاغ جميع الأطراف ذات الصلة.

تحديد المتطلبات التنظيمية والقانونية المعمول بها

1- قد **تؤثر** المتطلبات القانونية والتنظيمية المعمول بها على قدرة المنظمة في تحديد المتطلبات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة. هذه التوقعات من الأطراف المهمة لها تأثير محتمل على قدرة المؤسسة على تقديم المنتجات والخدمات التي تلبي المتطلبات باستمرار.

2- يعد تحديد المتطلبات التنظيمية ذات الصلة أمرًا بالغ الأهمية عند تحديد المتطلبات المتعلقة بالمنتج. قد تتضمن المتطلبات التنظيمية اللوائح الحكومية ، والسلامة ، والبيئة. قد تحتوي هذه على أحكام لسلامة المنتج وخصائصه وتحديده ووظيفته ؛ وقد تؤثر على أو تحدد متطلبات المنتج - التصميم والتطوير والإنتاج والتجميع والتخزين والنقل والمناولة وإعادة التدوير والتخلص من المواد أو المنتجات. قد تتطبق على أنشطة تحقيق مثل الاستحواذ أو التخزين أو المناولة أو إعادة التدوير أو التخلص من المواد أو المنتجات أو التخلص منها.

3- **الهدف هنا** هو التأكيد من توفر اللوائح وفهمها وتقديمها كمدخلات عند تحديد متطلبات المنتج. ستتضمن عملية تحديد المتطلبات أن أي تغييرات أو تحديات في المتطلبات التنظيمية يتم تحديدها وجمعها ومحاسبتها. هذه هي الطريقة التي قد تضمن بها أن متطلبات المنتج ذات الصلة ستكون محدثة فيما يتعلق باللوائح. لا يُقاس مدى توفر اللوائح من خلال حضورها المادي فحسب ، بل أيضًا من خلال وعي الموظفين باللوائح وتأثيرها وتأثيرها على تحقيق المنتج أو تقديم الخدمة. على سبيل المثال ، إذا قام أحدهم بإصلاح الإطارات المسطحة ، فقد يحتاج المرء إلى التخلص من الإطارات القديمة التي تم استبدالها بشكل صحيح لأن اللوائح البيئية تمنع أحد من رميها في القمامة. يراعي هذا التنظيم عندما يحدد المرء متطلبات الخدمة لاستبدال الإطارات المسطحة.

4- المتطلبات الإضافية اللازمة لتحقيق (أو توفير) المنتج تقوم المؤسسة بتقييم وتحديد متطلبات الإدراك الأخرى التي لا تهم العميل أو التي يحتاج العميل إلى معرفتها ، ولكنها مع ذلك

ضرورية لتحقيق العمليات ؛ من المحتمل أن تؤثر هذه على جودة المنتج وقد تؤثر أيضاً على قدرة المؤسسة على تلبية متطلبات العميل. قد تشمل هذه المتطلبات الإضافية

- مؤهلات أو مهارات أو معرفة الموظفين اللازمين لتحقيق المنتج
- استخدام المعدات والأدوات والملحقات الخاصة (مثل الملابس أو البرامح) لتحقيق الأنشطة أو توفيرها
- استخدام بعض المواد الخام أو المكونات
- الحاجة إلى ورش عمل ودورات تدريبية لصالح العميل
- الحاجة إلى موارد معينة مثل محطات العمل أو البنية التحتية أثناء تنفيذ الأنشطة أو التزويد
- العمليات الازمة لتحقيق أو توفير الأنشطة
- المعايير المطلوبة
- أنشطة التخلص من المنتجات أو المواد
- متطلبات بيئة التشغيل للمنتج

5- ستضمن المنظمة تحديد جميع هذه المتطلبات وتحديدها. المتطلبات الإضافية المتعلقة بالأطراف المعنية التي قد تؤثر على متطلبات المنتج هي

- **الموظفوون** - عندما يتعين على الموظفين الحصول على مؤهلات أو تدريبات معينة.
- **العملاء** - عندما لا ينقل العميل المواصفات الكافية فيما يتعلق بمتطلباته.
- **التقنية** - عندما يكون للمتطلبات جانب تقنية يجب مراعاتها.
- **الموردون** - عندما يتعين على الموردين التأكيد من قدرتهم على توفير السلع أو الخدمات وفقاً لما طلب منهم.
- **المنظمون** - عندما تؤثر المتطلبات التنظيمية على تحقيق المنتج. على سبيل المثال ، إذا كان المرء يقوم بتوصيل مواد خطرة (حيث يكون النقل جزءاً من تسليم المنتج) ، فقد يحتاج المرء إلى شهادات النقل المناسبة.

ضمان القدرة على تقديم منتج أو خدمة

1- إن **ناتج** تحديد متطلبات المنتج والخدمة هو دليل على أن المنظمة قادرة على توريد المنتج الذي سيتم تقديمه للعملاء. بمعنى آخر ، لتحويل المتطلبات المحددة إلى مجموعة من المصطلحات التشغيلية المرغوبة التي ستساعد المنظمة في تحديد ما إذا كانت لديها القدرة على توفير تلك المتطلبات أم لا:

- **خصائص المنتج** مثل الوظائف والاستخدام المقصود والسلامة والأمن محددة بوضوح ولا لبس فيها.
- **الموارد** (مثل البنى التحتية والمعرفة) متاحة.
- **جدوى التنفيذ** - تحفظ المنظمة بالعمليات والعمليات التي ستمكن من تحقيق المتطلبات ويتم تحديد الأولويات والموافقة على المتطلبات.
- يتم تحديد **إمكانية التتبع** بين متطلبات المنتج ومتطلبات العميل.

8.2.3 مراجعة متطلبات المنتجات والخدمات

بعد تحديد متطلبات المنتج أو الخدمة ، يتعين على المؤسسة **تطوير طريقة لمراجعة متطلبات العملاء**. تشير مراجعة متطلبات المنتجات والخدمات إلى فحص الظروف التشغيلية التي قد تؤثر على قدرة المؤسسة على تقديم منتج وفقاً للمتطلبات التي يحددها العميل والتي تحددها المؤسسة. متطلبات ISO 9001 القياسية هي كما يلي:

8.2.3.1

- يجب على المنظمة المراجعة بهدف **ضمان قدرتها على تلبية متطلبات المنتجات والخدمات** التي سيتم تقديمها للعملاء.
- يجب مراجعة المتطلبات **قبل** مشاركة المؤسسة في تقديم المنتج للعميل.
- يجب على المنظمة مراجعة متطلبات المنتج المحددة **من قبل العميل**. يشير القرار إلى أنشطة التسليم وما بعد التسليم كذلك.
- يجب على المنظمة مراجعة متطلبات المنتج اللازمة لتحقيق المنتج.
- يجب على المؤسسة مراجعة متطلبات المنتج التي لم يتم التعديل عنها أو إعادة توجيهها من قبل العميل ، ولكنها مطلوبة للحصول على الاستخدام المقصود للمنتج.
- يجب على المنظمة مراجعة المتطلبات التنظيمية أو القانونية المطبقة على المنتج والخدمة.
- يجب على المؤسسة التأكيد من تسوية الخلافات بين المواصفات التي ينقلها العميل والمتطلبات الفعلية المقدمة للعميل.
- يجب على المؤسسة التأكيد من أن متطلبات المنتج محددة واضحة ومفهومة ، بما في ذلك متطلبات التسليم وما بعد التسليم.
- عندما لا يقدم العميل متطلبات أو مواصفات موثقة ، يجب على المنظمة الحصول على موافقة **قبل القبول** (إعادة التوجيه لتحقيق).
- في حالة عدم تقديم العميل لمتطلباته الخاصة ، ستعتمد المراجعة على معلومات المنتج أو الخدمة المتاحة للعميل.
- ملاحظة - في حالة عدم إمكانية المراجعة ، يجب على المؤسسة إبلاغ العملاء بمواصفات المنتج **قبل قبول الطلب** (مثل كتالوجات المنتجات في مبيعات الإنترنت).

8.2.3.2

- يتم **الاحتفاظ** بنتائج المراجعة كمعلومات موثقة.
- حيثما ومتى تنشأ متطلبات جديدة من المراجعة ، يجب الاحتفاظ بها كمعلومات موثقة.
- **الهدف** من هذه المتطلبات هو توفير الموافقة الداخلية التي يمكن للمؤسسة تحقيقها وتوريد المنتج وفقاً لمتطلبات وتوقيعات العميل. سيتم إجراء المراجعة قبل تقديم الالتزام للعميل.
- وبعبارة أخرى ، يجب أن يكون واضحاً قبل تلقي الموافقة على الأمر ما يجب القيام به ، ومن قبل من ومتى وما إذا كانت المنظمة قادرة.
- قبول طلب من العميل

- تبدأ مراجعة المتطلبات المتعلقة بالمنتج بطريقة لاستلام المتطلبات وتنسيقها مع مؤسستك.

أهداف المراجعة هي كما يلي:

- التقاط متطلبات العميل

ترجمة الاحتياجات إلى شروط تنظيمية - مواصفات المنتج والعمليات والأنشطة
والمخاطر أو الفرص واللوائح
مراجعة ، وضمان ، والموافقة على قدرة المنظمة على تحقيق وتقديم المنتج أو تقديم
الخدمة

يتعين على المؤسسة تضمين هذه الخطوات في عملية إدارة طلبات العملاء أو طلباتهم.
أقترح هنا بعض المبادئ الأساسية البسيطة:

- إنشاء أداة لعرض مواصفات المنتج أو الخدمة للعميل ، حيث يتم إطلاع العميل على المنتج وخصائصه ، وعرض العميل ، وكتالوج المنتجات ، وموقع الإنترنت ، أو المشاركة في العطاء ، أو تحديد حاجة في السوق - تدرك المنظمة أن لديها القدرة على توفير السلع أو الخدمات للعملاء المهتمين أو المحتملين.
- قبول طلب من العميل لتسلیم المنتجات أو الخدمة - إنشاء واجهة بين المؤسسة والعميل لاستلام وتبادل ونقل المعلومات المتعلقة بتوقعات العميل فيما يتعلق بمنتجه.
- تقديم طلب المراجعة وإجراء المراجعة - يجب أن تشارك المسؤوليات التنظيمية المختلفة مدخلاتها في المراجعة وتقييم قدرة المنظمة على توفير المنتج وفقاً للمواصفات والتوقعات.
- تقديم مقترن للعميل - تأكيد المنظمة بأنها قادرة على توريد المنتجات أو الخدمات وفقاً للمتطلبات أو إبلاغ العميل بالاختلافات.
- تسوية الاختلافات - يلزم تسوية الاختلافات إذا حدثت المنظمة أثناء المراجعة الانحرافات بين متطلبات العميل وقدراته على توفير المنتج أو الخدمة.
- الموافقة على المراجعة - موافقة المؤسسة على قدرتها على توريد المنتجات أو الخدمات وفقاً للمتطلبات أو إبلاغ العميل بالاختلافات وتسويتها.
- لقد أدرجت هنا بعض الطرق التي تعتبر طرقاً لالتقاء وتحديد المتطلبات المتعلقة بالسلع والخدمات:

- عرض العملاء
- العطاءات
- طلب الزبون
- الطلب من موقع الإنترنت
- انكماش
- كتالوج المنتج

مراجعة القدرة على تلبية المتطلبات

1- يجب على المنظمة تقييم ما إذا كانت لديها القدرة على تزويد العميل بالمنتج وفقاً لمتطلباتهم ومواصفاتهم. من أجل مراجعة القدرة ، يجب توفير معلومات معينة أثناء المراجعة:

- مواصفات المنتج - كيف ترى المؤسسة المنتج.

- مواصفات التصميم - المواصفات التي تشير إلى خصائص المنتج (مثل الرسومات).

- المتطلبات الخاصة بالعميل — كيف ينظر العميل إلى المنتج.

- متطلبات نظام إدارة الجودة - ما هي عمليات التحقق أو الصلاحية المطلوبة ، وأهداف الجودة ذات الصلة ، ومتطلبات الجودة التي يطلبها العميل.

- المعايير ذات الصلة - قد تحدد متطلبات إضافية.

- اللوائح - قد تحدد متطلبات إضافية.

- المخاطر - يجب أن تؤخذ في الاعتبار المخاطر المتعلقة بتحقيق المنتج.

- شروط الشراء — متطلبات إضافية لأنشطة الشراء المتعلقة بهذا الطلب:

- بعض الموردين

- مواد معينة

- الاستعانة بمصادر خارجية إضافية

- قدرة أو توفر الموردين

- شروط النظام - تفاصيل إضافية بخصوص الطلب:

- الكميات - هل الكميات قابلة للتحقيق؟ هل تمتلك المنظمة ما يكفي من

- القدرات والموارد لتوريد هذه الكميات؟

- الالتزام بالجدوال - هل الجداول قابلة للتحقيق؟ هل تمتلك المنظمة

- القدرات والموارد الكافية لتلبية الجداول الزمنية؟

- الأسعار وشروط الدفع — هل الشروط وشروط الدفع ترضي المؤسسة والعميل؟

- البيئة والظروف - البيئة التي يجب أن يعمل فيها المنتج أو يجب تقديم الخدمة.

2- يمكن إجراء المراجعة من خلال وظيفة معينة أو مجموعة من الأدوار المتعلقة بتحقيق المنتج. من الأمثلة الجيدة على ذلك **الاجتماع الداخلي** صباح يوم الاثنين حيث يجلس الأشخاص من مختلف الوظائف في المنظمة معاً ومناقشة خطة العمل للأسبوع القادم. أثناء المراجعة ، يجب أن تكون جميع متطلبات الجودة المتعلقة بالمنتج متاحة ويجب أن تكون جميع الأطراف المشاركة في المراجعة على علم بها.

تبديد الفروق بين المنظمة والعميل

1- تتم مراجعة المتطلبات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة أثناء التفاعل بين العميل والمؤسسة. أحد أهداف المراجعة هو التأكيد على أن المؤسسة يمكن أن تقدم منتجًا للعميل وفقًا لاحتياجاته وتوقعاته حتى إذا نشأت الخلافات أو الفجوات أو سوء الفهم أو الاختلافات بين العميل والمنظمة فيما يتعلق بمتطلبات المنتج. وفقًا للمعيار:

- يجب أن تكون متطلبات المنتج واضحة ولا لبس فيها بطريقة تسمح بالتحقق الفعال من المنتج خلال المراحل اللاحقة من تحقيق المنتج أو تقديم الخدمات.
- يجب أن لا يتم تقديم طلب العميل لتحقيقه قبل حل جميع الخلافات أو الاختلافات بين العميل والمؤسسة.
- يتم تسوية هذه الاختلافات بقبول موافقة العميل على شروط توريد المنتج أو تلقي الخدمة.
- في حالة عدم قدرة المؤسسة على تزويد العميل بمنتج وفقًا لمواصفاته ، يجب على المؤسسة إبلاغ العميل قبل الموافقة على الطلب.
- يجب على العميل أن يؤكد قبوله للمنتج كما عرضته المؤسسة.

2- تشير الاختلافات بين المؤسسة والعميل إلى حقيقة أن العميل يريد منتجًا معيناً أو خدمة معينة ولكن المنظمة غير قادرة على توفيرها تماماً كما يعبر ويتوقع العميل. هذا أمر طبيعي. على سبيل المثال ، قد تظهر الاختلافات على أنها تفاوتات في الأسعار ، ووظائف ، وسمات ، ومشكلات لوجستية مثل التخزين ، وتحديد العبوة ، والتسلیم ، والتخلص منها أو جداول التسلیم. يجب حل هذه الاختلافات قبل التزام المؤسسة بتوريد السلع والخدمات إلى العميل أو قبل موافقة العميل على الطلب. تتخذ المنظمة تدابير للقضاء على سوء الفهم أو التغارات. من خلال عملية قبول الطلب ومراجعته ، يجب على المؤسسة أن توضح في أي نقطة من المراجعة يوافق العميل ويوافق على شروط المنظمة ، على سبيل المثال:

- نموذج موقع لتأكيد الطلب
- بريد إلكتروني مع التأكيد
- إجراء قبول الشروط والأحكام على موقع الإنترنت
- توقيع عقد الخدمة

3- إليك بعض الطرق لتحديد هذه الاختلافات وحلها في النهاية:

- إن تعيين سلطة أو وظيفة معينة لتلقي وفهم متطلبات العملاء سيقلل من عدد الآراء والتفسيرات.

- تحديد الأدوار والتواصل مع الوظائف من قبل العميل. قد تساعد هذه الوظائف المنظمة وتدعمها في فهم المتطلبات: مراقبة الجودة والشراء والتصميم والتطوير.
- التأكد من أن المصطلحات والاختصارات التقنية أو المهنية مفهومًا ومفسرة جيدًا وشرحها.

- عندما تكون المتطلبات بلغة أجنبية ، يجب على المنظمة التأكيد من أن لديها القدرة على ترجمة هذه.
- إنشاء قناة اتصال مصممة لاستقبال مدخلات محددة سيسعد من تقديم مدخلات محددة.

الموافقة على المتطلبات

- 1- إن الموافقة على المتطلبات المتعلقة بالمنتجات أو الخدمات هي **الخطوة الأخيرة** قبل إرسال طلب التنفيذ وبالتالي قد تكون حاسمة. أهداف الموافقة هي كما يلي:
 - التأكيد من قبول العميل لمواصفات المنتج وشروط التسليم
 - تجنب عدم المطابقة
 - القضاء على هدر الموارد (وبالتالي التسبب في المزيد من عدم المطابقة)
- 2- عندما لا يتم تقديم المتطلبات أو المواصفات الموثقة المتعلقة بالمنتج من قبل العميل ، يجب طلب تأكيد لها قبل القبول ، على سبيل المثال ، صيغة أمر موقعة أو موافقة عبر البريد الإلكتروني.

نتائج المراجعة كمعلومات موثقة

- 1- سيتم الاحتفاظ بنتائج المراجعة كمعلومات موثقة وستكون **بمثابة دليل**. والدليل هو إثبات أن جميع الأساليب المذكورة سابقاً قد تم تنفيذها: قبول طلب العميل ، ومراجعة القدرة على تلبية المتطلبات ، وحل الخلافات ، ومراجعة التغييرات ، والموافقة على المتطلبات. لا يوجد تنسيق محدد لمثل هذا الشرط الذي يمكن توثيق التفاصيل فيه. نتائج المراجعة لها **هدفين رئيسيين**:

- التأكيد من قدرة المؤسسة على تقديم المنتج حسب المواصفات
 - لتحديد وتحديد متطلبات المنتج والمواصفات الازمة للتحقق والتثبت لاحقا
- 2- تهدف المعلومات الموثقة للمتطلبات الجديدة للمنتجات والخدمات إلى تحقيق الأهداف التالية:
 - تأكيد من قبول المنظمة للمتطلبات والتوقعات الجديدة للعميل.
 - استعرضت المنظمة قدرتها على تقديم مثل هذه المتطلبات.

كما أراها ، تنقسم **أدلة المراجعة** إلى نوعين:

- **معلومات موثقة تصف المراجعة**: إجراء مراجعة العقد (غير مطلوب ولكن يُنصح به بالتأكيد) وتتنسيقات توثيق الاجتماعات وتتنسيقات تفاصيل الطلبات ونظام ERP لإدارة الطلبات
- **معلومات موثقة تثبت المراجعة نفسها**: محاضر الاجتماع ، دليل على التواصل مع العملاء ، مثل رسائل البريد الإلكتروني ، السجلات خارج نظام إدارة علاقات العملاء ، مطابقة

الطلبات الموقعة ، أو العروض ، الطلبات الداخلية ، خطط الإنتاج مع الإشارة إلى الطلبات ، سجلات الإرسالية والعطاءات الموقعة واتفاقيات العقود

مراجعة غير رسمية

في بعض الحالات ، تعتمد متطلبات العملاء على قائمة ثابتة باستمرار تمثل جميع خصائص المنتج ، على سبيل المثال ، متجر يبيع المنتجات (إما المتاجر التقليدية أو متجر الويب) ؛ يدخل العميل ، ويحدد المنتج ، ويدفع ، ويغادر. عند قبول طلب في هذه الأنواع من الشركات ، فإن المراجعة التقليدية ، كما ذكرنا سابقاً ، ليست عملية:

- تقدم المنظمة كتالوجها للمنتجات بأسعار وشروط التسليم.
 - يختار العميل منتجًا ويقبل الشروط من خلال الموافقة على شروط الطلب.
- بهذه الخطوتين ، تم الانتهاء من العملية بأكملها. في مثل هذه الحالات ، يمكن أن تغطي المراجعة المعلومات الأخرى ذات الصلة المتاحة للعميل. تشير هذه الملاحظة إلى المعلومات المتعلقة بمواصفات المنتج التي سيتم تسليمها إلى العميل في حالة إجراء مراجعة تقليدية للمتطلبات:

- **معلومات تتعلق بالمنتج** - يجب أن تكون المعلومات المتعلقة بالوظائف والخصائص متاحة للعميل. إذا كان منتجًا غذائيًا ، فعندئذ المكونات ، وإذا كان منتجًا يجمع بين عناصر متعددة ، قائمة بالعناصر الموردة.
- **الشروط الازمة لتحقيق المنتج أو تشغيله** - إذا كان برنامجًا ، فإن نظام التشغيل المطلوب والمواصفات الفنية المطلوبة لتنصيب البرنامج. إذا كان منتجًا غذائيًا يجب الحفاظ عليه بارداً ، فيجب ذكره على المنتج.
- **تعليمات التشغيل الضرورية** - معلومات تتعلق بتشغيل المنتج. إذا كان جهازًا كهربائياً ، فيجب تقديم تعليمات للعملية.

8.2.4 التغييرات على متطلبات المنتجات والخدمات

تتضمن متطلبات ISO 9001 القياسية ما يلي:

- عندما تحدث تغييرات في متطلبات العملاء
- سيتم تحديث المعلومات الموثقة ذات الصلة أو تعديلها.
- سيتم توزيع التغييرات وإبلاغها للموظفين المعنيين.

قبول التغييرات

1- يجب على المنظمة إدارة والتحكم في التغييرات في متطلبات العملاء. يدرك معيار ISO 9001 أن العملاء قد يغيرون رأيهم واحتياجاتهم. هذا هو السبب في أنه يجب على الشركات المصنعة ومقدمي الخدمات الحفاظ على السيطرة على تحديث وصلاحية المتطلبات.

2- **الأهداف** هي كما يلي:

- **قبل التغيير** - من العميل أو المورد أو طرف داخلي مثل الموظفين من قسم اللوجستيات أو الإنتاج
- **مراجعة التغيير** وتداعياته
- **إعلان الأطراف ذات الصلة** - العملاء والموردين والإدارات التنظيمية
- **قبول المموافقة** على تسلیم المعلومات وإمكانية التغيير
- **تحديث المعلومات** الموثقة ذات الصلة

3- يجب أن تحدد مراجعة التغييرات المطلوبة من قبل العميل ما إذا كانت المنظمة لا تزال قادرة على توفير المنتج أو الخدمة. وبالتالي ، يجب مراجعة العديد من السياقات التي قد تؤثر على المنتجات أو الخدمات:

- تفاصيل الطلب مثل الأسعار أو الكميات
- خصائص المنتج أو المواصفات الفنية
- الآثار على المخاطر أو الفرص
- التوافق مع المتطلبات التنظيمية
- القدرات الفنية للمنظمة
- توافر الموارد

4- المرحلة الأولى في العملية هي قبول طلب التغيير وتقديم التغيير إلى الأطراف ذات الصلة للمراجعة:

- **التغييرات المستلمة من العميل**
- **التغييرات الواردة من الأطراف المهتمة الأخرى** التي تشارك في تحقيق المنتج مثل المورد أو المنظم
- **التغييرات التي بدأتها المؤسسة** - تغييرات في الشروط التي تم الاتفاق عليها مع العميل والتي تلتزم بها المؤسسة: المواد والحرن والعمليات والموارد البشرية والنقل

5- يجب دمج إجراء القبول هذا في طريقة المراجعة. تعتمد كيفية القيام بذلك إلى حد كبير على عملية إدارة الطلبات - ستحدد خصائص العملية كيفية مراجعة التغيير وتقديمه إلى الأمام.

ولكن يجب تحديد القضايا التالية:

- من المسؤول عن التقييم؟
- ما الذي سيتم تقييمه؟
- ما هي الوثائق التي تحتاج إلى مراجعة وتحديث (الرسوم البيانية والمواصفات والتعليمات)؟
- من يوافق على التغييرات؟
- لمن يجب إبلاغ التغييرات؟

أعني بالتقدير تحديد مدى التغيير - **أين سيكون للتغيير آثار**:

- تحديد مواصفات المنتج
- تحديد الأنشطة المتعلقة بتحقيق المنتج
- تحديد الموارد التي قد تتأثر بالتغيير
- تحديد الجهات التنظيمية ذات الصلة التي يجب إبلاغها. مخرجات هذه العمليات هي كما يلي:
- إبلاغ التغيير للأطراف المعنية ذات الصلة المشاركة: الأفراد وال媧وردين والمنظمين
- تحديث المعلومات الموثقة ذات الصلة التي تقدم المدخلات اللازمة لتحقيق المنتج وفقاً لمواصفات العميل

لأخذ ، على سبيل المثال ، حالة بسيطة لتحديث تأكيد الطلب ؛ أجرى العميل طلبًا ، وبعد بضعة أيام قرر / لديها إضافة بعض العناصر أو طرحها في هذا الطلب وتغيير تواريخ التسليم. يمكن إجراء المراجعة على هذا النحو

- يبدأ العميل الاتصال من خلال قنوات اتصال محددة (انظر البند 8.2.4 - اتصال العميل).
- يقوم موظف المبيعات بتحديث تأكيد الأمر في نموذج الطلب أو في نظام تخطيط موارد المؤسسات.
- يقوم موظف المبيعات بإجراء فحص التوفير مع الأطراف ذات الصلة إما من خلال النظام أو عن طريق التواصل معهم مباشرة.
- بعد مسح المعلومات مع الجميع ، يوافق العميل على التغيير.

يبعد أن الأهداف قد تحققت ؛ قدم العميل رغبته / رغبتها ، وتم إبلاغ جميع المشاركون في التحقيق ، وتم تحديث المعلومات الموثقة ، وحصل العميل على موافقته. تصبح المشكلة معقدة عندما يكون المنتج أكثر تعقيدًا ، ويجب تقييم المزيد من المعلومات ، أو مشاركة المزيد من الأطراف المهمة ، أو عندما يكون المنتج مخصصاً بشكل خاص. في هذه الحالة ، قد يحتاج المرء إلى تحديث مجموعة كاملة من الوثائق ومراجعة التغيير مع الإدارات أو الوظائف المختلفة.

تحديث المعلومات الموثقة بعد التغيير

الهدف التالي هو التأكيد من تحديث جميع المعلومات الموثقة ذات الصلة بالتغييرات في المتطلبات.
يعتمد هذا التأكيد إلى حد كبير على خصائص عملياتك والمعلومات الموثقة ذات الصلة. واحد
المتطلبات لتحديد كل نوع من المعلومات الموثقة التي تشارك وتتأثر بالتغيير في المتطلبات، ما هي
المعلومات التي يمكن تغييرها؟

• **تفاصيل الطلب** - المعلومات المتعلقة بتوصيل المنتج أو الخدمة: الأسعار أو تواريخ التسلیم
وعنوان التسلیم

• **مواصفات المنتج** — مواصفات المنتج أو الجودة أو التغليف أو الإنتاج أو الشراء

• **متطلبات الموارد** — المواصفات المتعلقة بالموارد المستخدمة لتحقيق المنتج

• **متطلبات التسلیم** - النقل أو المتطلبات الجغرافية

• **المتطلبات الفنية** - المواصفات المتعلقة بالتقنيات الجديدة المستخدمة لتحقيق المنتج

خذ ، على سبيل المثال ، منتجًا يتضمن خططًا أو مخططات فنية. يرغب العميل في إجراء تغيير على
المواصفات الفنية. هذا يعني أن الخطط والرسوم البيانية المتعلقة بالتصميم والتطوير يجب أيضًا
تغييرها أو تحديثها ويجب إعادة توجيه هذه التغييرات إلى الإنتاج.

الى هنا تم الانتهاء من البند 8.2

وفي الجزء القادم ان شاء الله البند 8.3

لا تنسونا من صالح دعائكم – م. جمال زين الدين