

PharmaHemp d.o.o., Koprška ulica 106C, SI-1000 Ljubljana, Slovenija		PharmaHemp®
PRODAJA		
Veljavno od:	Veljavno do:	Šifra: SOP-SAL-001
		Verzija: 02
		Priloge: /
Izdelal: Barbara Jeran	Pregledal: Anže Skubic	Odobril: Tine Lavrič

USPOSABLJANJE/SEZNANJENOST

Obseg usposabljanja	
Obseg seznanjenosti	VSI

RAZLAGA KRATIC IN POJMOV

CDO	Chief Department Office
CEO	Chief Executive Officer

PRODAJA	Pharma  Hemp®
	Šifra: SOP-SAL-001
	Verzija: 02

KAZALO

1. NAMEN	3
2. ODGOVORNOSTI	3
3. PRODAJA	3
3.1 Določanje cen	3
3.2 Prodajne aktivnosti	3
3.2.1 Komunikacija z odjemalci	3
3.2.2 Opredeljevanje zahtev za izdelke in storitve	4
3.2.3 Pregled zahtev za izdelke in storitve	4
3.2.4 Spremembe zahtev za izdelke in storitve	5
3.2.5 Potrditev naročila	5
3.2.6 Odprema naročil	6
4. POPRODAJNE AKTIVNOSTI	6
4.1 Skrbništvo odjemalcev	6
4.2 Pospeševanje prodaje	6
4.3 Povratne informacije odjemalcev	7
4.3.1 Pritožbe	7
4.3.2 Merjenje zadovoljstva odjemalcev	7
4.4 Odpoklic in umik izdelkov	7
5. MARKETINŠKE AKTIVNOSTI	7
5.1 Grafično oblikovanje in celostna grafična podoba	7
5.1.1 PharmaHemp logotip	7
5.1.2 Spremembe oz. dodajanje elementov CGP	8
5.2 Promocijski materiali	8
5.2.1 Publikacije	8
5.3 Struktura besedilnega komuniciranja	9
5.3.1 Splošne smernice za pisanje besedil	9
5.4 Notranje komunikacije	9
5.5 Zunanje komunikacije	10
5.5.1 Spletna mesta	10
5.5.2 Spletna družbena omrežja	10
5.5.3 Usmeritve pri komuniciranju z elektronsko pošto	10
5.5.4 Komuniciranje z mediji	11
5.5.5 Organizacija promocijskih predstavitev	11
6. REFERENCE	11
7. ZGODOVINA DOKUMENTA	11

PRODAJA	Pharma  Hemp®
	Šifra: SOP-SAL-001
	Verzija: 02

1. NAMEN

Namen dokumenta je opisati postopke sodelovanja, promocije, prodaje (trženja) in komuniciranja z odjemalci (naročniki, kupci). V organizacijski enoti SAL (Prodaja) obvladujemo naslednje ključne vsebine:

- proces prodaje,
- proces naročila,
- poprodajne aktivnosti,
- proces promocije.

2. ODGOVORNOSTI

Proces prodaje:

- promocija: zaposleni v SAL (sodelujejo tudi VSI zaposleni),
- določanje cen: zaposleni v SAL, dokončna odločitev CEO,
- prodajne aktivnosti: zaposleni v organizacijski SAL:
 - o komunikacija z odjemalci,
 - o opredeljevanje in pregled zahtev (po potrebi v sodelovanju z vsemi org. enotami)
 - o potrditev in odprema naročila.

Poprodajne in promocijske aktivnosti:

- skrbništvo odjemalcev: zaposleni v organizacijski enoti SAL,
- povratne informacije odjemalcev (pritožbe, ankete, ipd.): zaposleni v organizacijski enoti SAL in ostali zaposleni (VSI),
- pospeševanje prodaje: zaposleni v organizacijski enoti SAL,
- odpoklic in umik izdelkov: zaposleni v SAL v sodelovanju z ostalimi org. enotami.

3. PRODAJA

Prodajne aktivnosti vključujejo, določevanje politike cen, prodajne aktivnosti in marketinške aktivnosti v naslednjih segmentih:

- proizvodnja:
 - o izdelki blagovne znamke PharmaHemp,
 - o »Private oz. white label« izdelki (izdelava in prodaja izdelkov za druge blagovne znanke),
 - o surovine.
- storitve:
 - o analitika,
 - o razvoj formulacij in raziskave.

3.1 Določanje cen

Politiko določanja cen obvladujemo glede na posamezen prodajni segment upoštevajoč:

- aktualne tržne razmere/pogoje in pričakovanja odjemalcev,
- povpraševanje, opredeljevanje in pregled zahtev,
- odločitev CEO, ki glede na vhodne informacije definira dve ceni:
 - o izhodiščno ceno: začetno cenovno pogajanje,
 - o minimalno ceno: v kolikor ni mogoče doseči izhodiščno ceno.

3.2 Prodajne aktivnosti

3.2.1 Komunikacija z odjemalci

V organizacijski enoti SAL skrbimo za primerno komunikacijo s potencialnimi in obstoječimi odjemalci upoštevajoč:

- zagotavljanje informacij v zvezi z izdelki in storitvami,

PRODAJA	Pharma  Hemp®
	Šifra: SOP-SAL-001
	Verzija: 02

- ravnanje s povpraševanji, pogodbami, naročili, vključno s spremembami,
- pridobivanje povratnih informacij odjemalcev (ankete, pritožbe, pohvale, ipd.),
- ravnanje z lastnino odjemalcev ali njeno obvladovanje,
- postavljanje specifičnih zahtev za ukrepanje ob nepredvidljivih dogodkih, kadar je primerno.

3.2.2 Opredelevanje zahtev za izdelke in storitve

Zahteve za izdelke ali storitve so opredeljene s:

- tistimi, ki jih podjetje šteje za potrebne,
- s pričakovanji odjemalcev,
- z zakonodajnimi in regulatornimi zahtevami.

Organizacijska enota SAL po potrebi vključi v proces opredeljevanja in kasneje tudi pregleda zahtev preostale organizacijske enote podjetja:

- R&D, snovanje in razvoj izdelkov,
- REG, pregled zakonskih in regulatornih zahtev,
- PRO, pregled proizvodnih zmogljivosti,
- QMS, pregled parametrov zagotavljanja kakovosti.

3.2.3 Pregled zahtev za izdelke in storitve

S pregledom zahtev zagotavljamo, da obstaja soglasje med ponudbo in naročilom, in da je zagotovljen informacijski tok v podjetju, ter da smo v podjetju zmožni izpolnjevati zahteve za izdelke ali storitve. Glede na vrsto izdelka in storitve se v podjetju srečujemo s:

- povpraševanjem odjemalcev o izdelkih/storitvah, za katere želijo pridobiti ponudbo,
- pripravo in pregledom ponudb/pogodb, v katerih definiramo medsebojne obligacijske odnose s specifikacijo izdelkov ali storitev.

Pregled zajema naslednje zahteve:

- o ki jih opredeli odjemalec, vključno z zahtevami za aktivnosti ob dostavi in po njej,
- o ki jih odjemalec sicer ne navede, a so za specificirano ali predvideno uporabo potrebne, če so poznane,
- o ki jih določi naše podjetje (SPC - specifikacije),
- o zakonodaje in regulative, ki se nanašajo na izdelke in storitve,
- o iz naročila ali pogodbe, ki se razlikujejo od predhodno izraženih.

Zagotoviti moramo, da se zahteve naročila, ki se razlikujejo od predhodno določenih, razrešijo. Kadar odjemalec ne zagotovi dokumentirane izjave o svojih zahtevah, mora organizacija potrditi njegove zahteve pred sprejemom. V nekaterih primerih, kot je internetna prodaja, formalni pregled vsakega naročila ni možen. Namesto tega pregled lahko zajema ustrezne informacije o izdelku, na primer kataloge.

V obeh primerih smo podrobneje določili odgovornosti in aktivnosti, ki jih je potrebno izvesti z namenom, da:

- zagotovimo, da je ponudba ali pogodba v skladu s smernicami podjetja,
- obstaja usklajenost med obveznostmi iz ponudbe/pogodbe in dejanskim izvajanjem,
- je preverjena izvedljivost ponudbe/pogodbe in
- zagotovljen informacijski tok v podjetju za izvedbo.

V okviru povpraševanja od odjemalcev pridobimo naslednje osnovne podatke:

- podatki odjemalca,
- vrsta in količina izdelka,
- ostalo (opombe),
- naslov za dostavo.

V okviru opredeljevanja zahtev SAL določi ident izdelka upoštevajoč SOP-GEN-005 - Obvladovanje identov.

PRODAJA	Pharma  Hemp®
	Šifra: SOP-SAL-001
	Verzija: 02

VRSTA IZDELKA	OPIS IZDELKA	IDENT
Prehransko dopolnilo	Izdelki z živilskimi zahtevami, ki ne vsebujejo koncentrata kanabinoidov, izjema je olje semen konoplje in/ali terpeni izdelani iz konoplje.	FDG
Izdelki z neznano deklaracijo	Izdelki z živilskimi zahtevami: - neznana deklaracija - znana deklaracija, ki ni FGD	FDX
Kozmetični izdelki	Izdelki s kozmetičnimi zahtevami.	COS
Tekočine za elektronske cigarete	Surovine, ki se uporabljajo za polnjenje elektronskih cigaret.	ELQ

Na podlagi opredeljenih zahtev SAL izdelava in odjemalcu posreduje ponudbo.

Živilke in prehranske zahteve

V postopku procesa prodaje in naročila prehranskega dopolnila, mora oddelek Prodaja (SAL) od odjemalca pridobiti specifikacije o izdelku. V kolikor odjemalec ne določi natančnih specifikacij za izdelek, mu mora le-te poslati podjetje samo (SPC-REG-IZD-XXX), odjemalec pa jih mora pred izvedbo naročila potrditi. Specifikacije zajemajo informacije o izdelku, povezane z varnostjo živil, da se omogoči ustrezno rokovanje, razstavljanje, shranjevanje, priprava, distribucija in uporaba izdelka v prehranjevalni verigi ali s strani potrošnika.

V okviru zagotavljanja varnosti živil hranimo in posredujemo odjemalcem dokumentirane informacije o vseh surovinah, sestavinah in materialih, ki so v stiku z izdelkom in podatke za izvedbo analize nevarnosti:

- biološke, kemijske in fizikalne lastnosti,
- sestava sestavljenih sestavin, vključno z dodatki in pripomočki za obdelavo,
- vir (npr. živalski, mineralni ali zelenjavni),
- kraj izvora (poreklo),
- način proizvodnje,
- način pakiranja in dostave,
- pogoji skladiščenja in rok uporabnosti,
- priprava in / ali ravnanje pred uporabo ali predelavo,
- merila sprejemljivosti v zvezi z varnostjo živil ali specifikacijami kupljenih materialov in sestavin, ki ustrezajo njihovi predvideni uporabi,
- označevanje v zvezi z varnostjo živil in / ali navodila za ravnanje, pripravo in predvideno uporabo,
- način distribucije in dostave.

Po opravljenem pregledu zahtev SAL pridobi od odjemalca pisno potrditev naročila in opredeljenih zahtev in prične postopek izvedbe naročila.

3.2.4 Spremembe zahtev za izdelke in storitve

Vse spremembe zahtev za izdelke in storitve se morajo ustrezno dokumentirati. Za izvedbo je odgovoren zaposlen, ki je prejel spremembo zahtev. O spremembi mora zaposlen obvestiti vodjo pristojne organizacijske enote (MAN) ali direktorja pristojnega področja (CDO).

3.2.5 Potrditev naročila

Potrditev naročila poteka na podlagi:

- posameznega dogovora z odjemalcem (avansno plačilo, odlok plačila, ipd.),
- pregledom opravljenih avansnih plačil (informacije področja FIN),
- preverbo zalog (izhodišče SAL za informacijo o planirani dobavi).

PRODAJA	Pharma  Hemp®
	Šifra: SOP-SAL-001
	Verzija: 02

Postopek:

- organizacijska enota LOG (Logistika) prejme iz SAL nalog za pripravo pošiljke, vključno z opombam za posameznega odjemalca oz. naročilo, ki se morajo upoštevati pri izdelavi),
- po prejemu naloga za pripravo pošiljke LOG preveri stanje zalog v skladišču,
- v kolikor so naročeni materiali na zalogi, LOG izdelava dobavnico in sledi odpošiljanje naročila,
- v primeru, da materialov ni na zalogi LOG posreduje v PRO dokument za pripravo produktov (naziv izdelka, naziv odjemalca, količina, številka predračuna, opombe),
- na podlagi dokumenta za pripravo produktov JPM/MAN/PRO izdelava proizvodni nalog (SOP-PRO-007 - Izdelava proizvodnega naloga),
- v primeru naročila storitve SAL posreduje naročilo na pristojno organizacijsko enoto za izvedbo storitve, npr. R&D, LAB, ipd.).

3.2.6 Odprema naročil

Ko je nalog za pripravo pošiljke zaključen, LOG izdelava dobavnico in jo pošlje v SAL, ta pa poskrbi za izvedbo odpreme in v LOG pošlje naslednjo dokumentacijo:

- dobavnica,
- račun,
- tehnično dokumentacijo upoštevajoč zahteve posameznega odjemalca (COA, COO specifikacije, flow charti, izvozna dokumentacija, dovoljenja, ipd.),
- tovorni list, ki vsebuje informacijo o teži pošiljke, število paketov, naziv pošiljatelja in prejemnika, številko za sledenje paketa).

V nadaljevanju:

- SAL organizira datum in uro prevzema naročil,
- LOG fizično preda naročilo v distribucijo in arhivira potrdilo o odpremi pošiljke.

Spletna prodaja poteka po naslednjem postopku:

- SAL prejme naročilo po elektronski pošti, ga potrdi in pošlje nalog za pripravo pošiljke v LOG,
- LOG pripravi paket in dobavnico, ki jo pošlje v SAL,
- SAL pripravi račun in tehnično dokumentacijo za odpremo ter jo posreduje LOG,
- LOG pripravi tovorni list, naroči prevzem/kurirja in pošlje sledilno številko v SAL,
- SAL sledilno številko posreduje stranki.

4. POPRODAJNE AKTIVNOSTI

4.1 Skrbništvo odjemalcev

Skrbništvo odjemalcev zajema aktivnosti in vzdrževanja odnosov/stikov z obstoječim odjemalci, katere v organizacijski enoti SAL ločimo na:

- ključne odjemalce,
- ostale odjemalce.

Direktor organizacijske enote SAL (CDO/SAL) razporedi skrbništvo odjemalcev preostalim zaposlenim v SAL.

4.2 Pospeševanje prodaje

V okviru pospeševanje prodaje obvladujemo način informiranja obstoječih in potencialnih odjemalcev, katere obveščamo o naslednjih vsebinah:

- razvoj novih izdelkov,
- akcije in cene,
- pomembnejše poslovno in regulatorne informacije.

PRODAJA	Pharma  Hemp®
	Šifra: SOP-SAL-001
	Verzija: 02

V okviru pospeševanja uporabljamo naslednje kanale:

- elektronska pošta,
- telefonski in spletni pogovori,
- obiski odjemalcev,
- udeležba na sejnih ipd.

4.3 Povratne informacije odjemalcev

4.3.1 Pritožbe

Načela in način reševanja pritožb in ohranjanje zaupanja odjemalcev obvladujemo v SAL skladno s VOD-GEN-006 - Pritožbe in odpoklici. Ustno ali pisno pritožbo zapišemo in evidentiramo na ustreznem obrazcu in nemudoma posredujemo v nadaljnjo obravnavo. Pripravimo oz. shranimo tudi vse morebitno pritožbeno dokumentacijo in korespondenco.

4.3.2 Merjenje zadovoljstva odjemalcev

Organizacijska enota SAL sodeluje pri pridobivanju pozitivnih in negativnih povratnih informacije odjemalcev, ki zajema:

- anketiranje oz. sodelovanje pri anketiranju in analizi anket zadovoljstva odjemalcev (VOD-GEN-008 - Neskladnosti in izboljšave),
- vodenje in arhiviranje zapisov o komuniciranju z odjemalci.

4.4 Odpoklic in umik izdelkov

Področje SAL skladno s VOD-GEN-006 - Pritožbe in odpoklici pri izvedbi zaprosila odjemalcev:

- zaprosilo odjemalcem, da vrnejo neskladen izdelek ali serijo izdelkov,
- zaprosilo odjemalcem (kupcem), da vrnejo izdane listine na podlagi neskladne storitve ali serije storitev (kot dokaz o vračilu hranimo vrnjene listine v arhivu pristojnega področja »vrnjeno/zavrnjeno«).

5. MARKETINŠKE AKTIVNOSTI

Marketinške aktivnosti:

- grafično oblikovanje, snovanje blagovnih znamk in skrb za grafično podobo podjetja,
- priprava besedil in izdelava promocijskih materialov,
- notranje komuniciranje in zunanje komuniciranje.

5.1 Grafično oblikovanje in celostna grafična podoba

Organizacijska enota skrbi za obvladovanje, razvoj in komuniciranje ustrezne celotne grafične podobe (CGP) podjetja, ki izražajo podobo podjetja v najširšem smislu kot oblika enotnega pojavljanja v javnosti (splošne tiskovine, katalogi, digitalne komunikacije, ipd.). V enoti obvladujejo skupaj s sodelavci snovanje blagovnih znamk, oblikovanje promocijskih gradiv, oglasov, ipd.

5.1.1 PharmaHemp logotip

V podjetju uporabljamo dve različici logotipa, enobarvni in barvni logotip. Razmerje med višino in širino logotipa mora ostati nespremenjeno, dovoljene pa so povečave in pomanjšave logotipa. Logotipa ni dovoljeno poljubno oblikovati oz. spreminjati.

Za pravilno uporabo in upoštevanje elementov celostne grafične podobe so odgovorni vsi zaposleni. Vse tiskovine, ki vsebujejo PharmaHemp logotip naroča in pregleduje organizacijska enota SAL.

PRODAJA	Pharma  Hemp®
	Šifra: SOP-SAL-001
	Verzija: 02

Enobarvni logotip, ki ni v črni barvi in barvni logotip je lahko tiskan samo na barvnih tiskalnikih in nikoli ne sme biti tiskan na črno-belem tiskalniku ali drugi obliki črno-bele reprodukcije.



PANTONE 425
C=62% / M=50% / Y=47% / K=40%
R= 83 / G=87 / B=90
#53575A



PANTONE 367
C=44% / M=0% / Y=75% / K=0%
R= 162 / G=212 / B=94
#A2D45E

5.1.2 Spremembe oz. dodajanje elementov CGP

Vedno nove poslovne situacije, zahteve časa oz. sodobnega oblikovanja, specifične zahteve komunikacijskih sredstev in poti, zahtevajo spremembe in dopolnitve obstoječih grafičnih pravil. Za vsako spremembo se v smislu ustrezne priprave variančnih predlogov in rešitev pridobi mnenje organizacijske enote SAL, katere po mnenju potrdi tudi CEO.

5.2 Promocijski materiali

Organizacijska enota SAL je odgovorna za obvladovanje tiskanega in digitalnega promocijskega materiala in za ostala promocijska darila in embalažo. Pobudo za pripravo promocijskega materiala lahko podajajo vsi zaposleni, ki predlagajo vrsto in okvirno vsebino materiala.

5.2.1 Publikacije

Publikacije (PUB) vsebujejo informacije za odjemalce: brošure, zloženke, katalogi in druge informacije za odjemalce. Skladno z VOD-GEN-003 - Sistem dokumentacije je obvladovanje publikacij v sistemu vodenja dokumentacije priporočljivo in ni obvezno. Ali bo posamezna publikacija vključena v sistem vodenja dokumentacije odloča CDO/SAL. Oblika in vsebina publikacij ni predpisana, označbe (šifre) publikacij se običajno nahajajo na robovih posamezne publikacije.

Obvladovanim publikacijam zaradi zagotavljanja verzij in sledljivosti dodelimo unikatni identifikator, ki je sestavljen iz naslednjih oznak.

PUB-XXX-YYY-YY/MM:

- PUB - Publikacija,
- XXX - oznaka organizacijske enote, ki je izdala publikacijo,
- YYY - zaporedna številka,
- WW - oznaka leta,
- MM - mesec izdaje.

Primer oznake: PUB-SAL-001-21/05

PRODAJA	Pharma  Hemp®
	Šifra: SOP-SAL-001
	Verzija: 02

5.3 Struktura besedilnega komuniciranja

Zaradi lažje berljivosti in preglednosti pri oblikovanju besedil (tisk, splet), se priporoča naslednja struktura besedilnega komuniciranja:

1. Trženjski del: cilj je vzbuditi pozornost in zanimanje za storitev, v ospredju je trženje in prednosti, ki jih izdelek/storitev prinaša odjemalcu.
2. Strokovni del: Namenjen tistim, ki jih zanima več podrobnejših informacij oziroma »tehnično« bistvo izdelka/storitve.
3. Akcijski del: možnost komunikacije s podjetjem npr. oddaja povpraševanja, izvedba naročila, nakupa, ipd.

5.3.1 Splošne smernice za pisanje besedil

- Pišimo v obrnjeni piramidi: besedilo začnite s sklepno mislijo, nadaljujte s ključnimi informacijami, ki podpirajo sklep; sledijo podrobnosti, ki orišejo ozadje obravnavane teme.
- Upoštevajte pravilo »en odstavek – ena ideja«: pišite kratke odstavke, ne daljše od šestih vrstic; v vsakem odstavku obravnavajte le eno ključno idejo.
- Navajajte povzetke pripetih daljših besedil in dokumentov: povzetek naj vsebuje pomembna in zanimiva dejstva iz vsebine.
- Ohranjajte doslednost pri organizaciji besedil.
- Daljše besedilo razčlenite na več manjših enot (več odstavkov), uporabljajte alineje (naštevane enakovrednih enot) in številčne sezname (zaporedje korakov), podatke predstavite v tabelah.
- Večino besedila poravnajte levo, s sredinsko poravnavo lahko poudarite naslove ali krajše izseke iz besedila.
- S krepkim izpisom poudarite ključne besede in besedne zveze v besedilu: ne pretiravajte, če je poudarjenega besedila preveč, izgubi svoj pomen.
- Uporabljajte znane izraze in besede, ki veliko povedo: jasnost besedila.
- Naslovi člankov, odstavkov in drugih vsebinskih enot naj povedo čim več.

5.4 Notranje komunikacije

Komunikacija znotraj podjetja običajno poteka osebno na delovnem mestu. V primeru, da osebna komunikacija zaradi oddaljenosti delovnih mest ni mogoča, poteka komuniciranje tudi telefonsko, preko elektronske pošte in s pomočjo digitalnih spletnih komunikacijskih vmesnikov.

Notranje komuniciranje v podjetju poteka tudi preko interne spletne strani Intranet <https://intra.pharmahemp.si/>, kjer objavljamo v podjetju pomembnejše vsebine, ki so namenjene za sporočanje večini ali vsem zaposlenim.

Intranet je interni komunikator, ki omogoča zaposlenim enostaven dostop do podatkov in dokumentov podjetja ter zagotavlja boljše in lažje medsebojno komuniciranje med zaposlenimi. Intranet je dostopen samo zaposlenim znotraj podjetja in ni namenjen za komuniciranje z zunanjimi odjemalci. Zaposlenim dodeli dostop do intraneta vodja IT (MAN/ADM).

Komunikacijske funkcionalnosti Intraneta:

- vzpostavlja arhiv informacij, ki so za zaposlene v podjetju pomembne (interni pravilniki, formularji, opomniki, novice iz industrije, ipd.),
- vzpostavlja arhiv informacij, ki odražajo poslovanje in njegov potek v podjetju (poslovni rezultati, trendi razvoja ipd.),
- vzpostavlja arhiv pomembnih dokumentov, tako o podjetju kot tudi o posameznih projektih, ki jih zaposleni potrebujejo pri svojem delu,
- predstavlja kanal komuniciranja med zaposlenimi, ki omogoča takojšnje informiranje vseh ter izmenjavo informacij med vsemi zaposlenimi,

PRODAJA	Pharma  Hemp®
	Šifra: SOP-SAL-001
	Verzija: 02

- odpira prostor za objavo zabavnejših vsebin, povabil na dogodke in ostalih sporočil (fotogalerija, imenik zaposlenih, anekdote, ipd.).

5.5 Zunanje komunikacije

5.5.1 Spletna mesta

Namen predstavitve podjetja na spletnih mestih (straneh) je posredovanje informacij, izdelkov in storitev obstoječim odjemalcem in vzbuditi pozornost in zanimanje potencialnih odjemalcev.

Organizacijska enota SAL skrbi za:

- uredništvo (struktura, izgled, vsebina),
- ažuriranje in razvoj,
- koordinacijo z morebitnimi zunanjimi izvajalci.

Korporativna spletna stran: www.pharma-hemp.com.

5.5.2 Spletna družbena omrežja

PharmaHemp pri komuniciranju na spletnih družbenih omrežjih upošteva naslednja vodila:

- pobudo za odpiranje/zapiranje spletnih družbenih omrežjih lahko podajo VSI zaposleni,
- zaradi globalnega poslovanja običajno komuniciramo v angleškem jeziku,
- v kolikor družbena omrežja niso ažurna lahko prinašajo več slabosti kot koristi,
- pri objavljanju velja pazljivost, namreč vse, kar je objavljeno na spletu, je vidno in zabeleženo dolgo časa,
- uporaba velikega števila različnih digitalnih kanalov lahko prinaša pri »bralcih« zmedo, hkrati pa tudi veliko odgovornost pri skrbništvu.

5.5.3 Usmeritve pri komuniciranju z elektronsko pošto

Kako komuniciramo preko spleta je izjemno pomembno, saj elektronsko sporočilo predstavlja naš poslovni bonton, naše znanje in našo osebnost, na podlagi česar si bralci sporočila ustvarijo vtis. Da bo podoba podjetja v javnosti ustrezna in usklajena, smo uvedli osnovne usmeritve, ki jih upoštevamo pri komuniciranju z elektronsko pošto:

- Vsi zaposleni morajo pri komuniciranju upoštevati enotno obliko in vsebino elektronske vizitke.
- Komunikacija z e-pošto naj bo kratka, jedrnata, vsebino sporočila naj v čim večji meri nakaže že naslov, pričakovanje od naslovnika (odgovor, aktivnost) naj bo jasno izpostavljeno v samem sporočilu, po možnosti v začetnem delu, priponke naj ne bodo osnovno sporočilo, če je le mogoče.
- Pripeti dokumenti morajo biti primerni za shranjevanje in izpisovanje.
- Daljše besedilo razčlenimo na več manjših enot (več odstavkov), uporabljajmo alineje.
- V času odsotnosti (več kot en delovni dan dostop do e-poštnega odjemalca ni voljo) vključimo funkcijo Out of Office.

Ime in priimek

Področje dela

phone: +386 1 620 7 70

mobile: +386 41 770 770

Cesta v Gorice 8

SI-1000 Ljubljana | Slovenia

PRODAJA	Pharma  Hemp®
	Šifra: SOP-SAL-001
	Verzija: 02

www.pharma-hemp.com

Pharma  Hemp®

IMPROVING LIVES DROP BY DROP



5.5.4 Komuniciranje z mediji

Pisna ali ustna komunikacija z mediji lahko vpliva na ugled in poslovanje podjetja. V primeru komunikacije z mediji upoštevamo hitro odzivnost in naslednji postopek:

1. Zapišemo ime novinarja, naziv medija, vsebino komunikacije in do kdaj potrebujejo morebitne povratne informacije.
2. Medij oz. novinarja se obvesti, da bo v kratkem času prejel povratno.
3. V okviru prve komunikacije medijem ne odgovarjamo na morebitna vsebinska vprašanja.
4. Informacije o prejetem klicu novinarja, zaposleni (VSI) posredujemo izvršnemu direktorju podjetja (CEO).

5.5.5 Organizacija promocijskih predstavitev

Organizacijska enota je skupaj s sodelavci ostalih enot odgovorna za organizacijo in izvedbo različnih promocijskih predstavitev:

- medijske (tiskane, digitalne) predstavitve/oglaševanje,
- sejemske predstavitve,
- predstavitvene stojnice,
- promocijski dogodki, partnerska srečanja, ipd.

6. REFERENCE

- VOD-GEN-006 – Pritožbe in odpoklici
- VOD-GEN-008 - Neskladnosti in izboljšave
- ISO 9001:2015 - Sistemi vodenja kakovosti - Zahteve
- ISO/IEC 17025:2017 - Splošne zahteve za usposobljenost preskuševalnih in kalibracijskih laboratorijev
- ISO 22000:2018 - Sistemi vodenja varnosti živil - Zahteve za vsako organizacijo v prehranski verigi
- ISO 22716:2007 - Kozmetika - Dobra proizvodna praksa (GMP) - Smernice za dobro proizvodno prakso
- Smernice z dne 19. marca 2015 o načelih dobre distribucijske prakse za zdravilne učinkovine za zdravila za uporabo v humani medicini (2015/C 95/01) (GDP)

7. ZGODOVINA DOKUMENTA

Verzija	Razlog za spremembo	Veljavno od	Zamenjano z novo verzijo (datum, podpis)
01	Prva izdaja	16. 04. 2021	
02	Dodane promocijske aktivnosti.		