

۲- فرایندها

سازمان‌های موفق فرایندهای مرتبط با کیفیت محصول را به نحوی طراحی و مدیریت نموده و بهبود می‌بخشند که مشتریان و سایر طرف‌های ذینفع را کاملاً راضی کنند و برای آن‌ها ارزش افزوده ایجاد نمایند.

۲-۱- فرایندهای طراحی، تکوین و تحقق محصول و ارائه خدمات مدیریت می‌شوند و بهبود می‌یابند.

۲-۲- فرایندهای روابط با مشتری، مدیریت و تقویت می‌شوند.

۲-۳- فرایندهای تضمین و ارتقا کیفیت محصول در جهت حفظ منافع ذی‌نفعان (جامعه، محیط زیست و ...) به نحو نظام‌مند طراحی و مدیریت می‌شوند.

۲-۴- فرایند نوآوری و خلاقیت برای توسعه محصول مدیریت و تقویت می‌شود.

۱-۲- فرایندهای طراحی، تکوین و تحقق محصول و ارائه خدمات مدیریت می شوند و بهبود می یابند.

۱-۱-۲- از تحقیقات بازار و نظرسنجی از مشتریان و سایر اشکال بازخورد برای تعیین نیازها و انتظارات فعلی مشتریان از محصول استفاده می شود.

۲-۱-۲- زمینه های بهبود کیفیت محصول، هماهنگ با نیازها و انتظارات آتی مشتریان و سایر ذینفعان پیش بینی و شناسایی می شوند.

۳-۱-۲- محصولات جدید با همراهی مشتریان و تامین کنندگان به منظور ایجاد ارزش افزوده برای مشتریان طراحی شده و توسعه می یابند.

۴-۱-۲- محصولات جدید برای بازارهای تثبیت شده فعلی و دستیابی به بازارهای دیگر توسعه می یابند.

۵-۱-۲- از خلاقیت، نوآوری و قابلیت های اصلی کارکنان و تامین کنندگان برای طراحی و توسعه محصول استفاده می شود.

۲-۲- فرایندهای روابط با مشتری، مدیریت و تقویت می شوند.

۱-۲-۲- به بازخورد حاصل از تماس های روزانه با مشتری و از جمله شکایات، رسیدگی می شود.

۲-۲-۲- با مشتریان به منظور شناخت و رسیدگی به نیازها، انتظارات و نگرانی های آن ها به طور فعال تعامل می شود.

۳-۲-۲- با پی گیری فروش و ارائه خدمات و سایر تماس ها برای تعیین سطوح رضایت از محصول استفاده می شود.

۴-۲-۲- به منظور تعیین و تقویت سطوح رضایت در روابط با مشتری از نظر سنجی های منظم و سایر اشکال جمع آوری ساختمان داده ها، مانند تماس های روزانه با مشتری، استفاده می شود.

۵-۲-۲- به مشتری راهنمایی های لازم درباره استفاده مسئولانه از محصول ارائه می شود.

۲-۳- فرایندهای تضمین و ارتقاء کیفیت محصول در جهت حفظ منافع ذی نفعان (جامعه و محیط زیست و ...) به نحو نظام‌مند طراحی و مدیریت می‌شوند.

- ۱-۳-۲- فرایندهای کلیدی تحقق محصول و تضمین و ارتقاء کیفیت آن شناسایی و تحلیل می‌گردند.
- ۲-۳-۲- الزامات اجتماعی و زیست محیطی برای موفقیت محصول در بازار شناسایی و در فرایندها جاری می‌گردد.
- ۳-۳-۲- به مشتریان و مصرف‌کنندگان اطلاعات و آگاهی لازم برای استفاده مطلوب از محصول در جهت حفظ منافع ذینفعان ارائه می‌شود.
- ۴-۳-۲- با استفاده از ترازبایی شاخص‌ها و معیارهای تضمین و ارتقاء کیفیت تعیین، بازنگری و به روز می‌گردند.
- ۵-۳-۲- نظام تضمین و ارتقاء کیفیت محصول همسو با اهداف ذی نفعان مدیریت می‌شود.

۲-۴- فرایند نوآوری و خلاقیت برای توسعه محصول مدیریت و تقویت می‌شود.

- ۱-۴-۲- از وجود مسئولیت‌های روشن در مورد نوآوری و خلاقیت در محصول، فرایندها، پروژه‌ها و برنامه‌ها اطمینان حاصل می‌شود.
- ۲-۴-۲- فرایندهای نوآوری و خلاقیت به طور نظام‌مند هدایت و مدیریت می‌شود.
- ۳-۴-۲- زمینه و امکان انجام کار تیمی در مورد فرایندهای نوآوری و خلاقیت به طور موثر وجود دارد.
- ۴-۴-۲- از فرایندهای بازاریابی برای نوآوری و بهینه‌سازی محصول استفاده می‌شود.
- ۵-۴-۲- برای حمایت از نوآوری و خلاقیت، روش‌ها و سیستم‌های مدیریتی وجود دارد.
- ۶-۴-۲- به طور مداوم از ترازبایی برای نوآوری در فرایندها از طریق بازنگری و مقایسه با بهترین‌ها استفاده می‌شود.