

کتابچه اول:

**راهنما و دستور عمل تکمیل
پرسشنامه انتخاب برند برتر سال
ویژه سال ۱۴۰۱**



دیرخانه دائمی

همایش برندینگ





فهرست مطالب		
ردیف	شرح	شماره صفحه
۱	مقدمه	۳
۲	تغییرات پرسشنامه در دهمین سال برگزاری	۴
۳	هدف	۵
۴	دامنه کاربرد	۵
۵	تعاریف : الف - تعاریف عمومی	۵
۶	تعاریف ب- تعاریف تخصصی ویژه اظهارنامه برند برتر	۶
۷	مصادق و موضوعیت	۸
۸	نمای شماتیک مراحل انجام کار	۱۰
۹	۱- تهیه و دریافت پرسشنامه و دستور عمل	۱۱
۱۰	نحوه ارائه مدارک و مستندات منطبق بر پرسشنامه	۱۱
۱۱	استانداردهای مستندات الکترونیکی	۱۲
۱۲	استانداردهای مستندات کاغذی	۱۳
۱۳	۲- تکمیل پرسشنامه	۱۴
۱۴	۳- ارائه مدارک و مستندات مطابق با معیارهای پرسشنامه	۱۵
۱۵	۴- ارزیابی مدارک و مستندات ارائه شده توسط گروه ارزیابان	۱۶
۱۶	۵- انجام سایت ویزیت توسط تیم متخصص و گروه ارزیابان	۱۷
۱۷	۶- اعلام نتایج در مراسم سالانه همایش برندینگ	۱۸
۱۸	بخش مسئولیت اجتماعی	۱۸



مقدمه :

انجمن مدیران صنایع به همت گروهی از مدیران صنعت به منظور حفظ صنایع موجود و توسعه آن و نیز شناساندن نقش صنعت در توسعه اقتصادی، معرفی مدیریت صنعتی در فرایند تولید و کمک به صنعتی شدن کشور از طریق تقویت فرهنگ کارآفرینی در سال ۱۳۵۷ در کشور پایه‌گذاری شد.

انجمن مدیران صنایع خراسان به عنوان یکی از قدیمی‌ترین تشکلهای صنعتی استان، طی سه دهه فعالیت خود، همواره در جهت ارتقا فرهنگ تولید و رفع مشکلات عمومی واحدهای تولیدی تلاش و اهتمام داشته است و از سال ۱۳۹۲ با عنایت به ضرورت آشنایی بیشتر فعالین اقتصادی از وضعیت بازار و همچنین درک دقیق از نقش برند و برند سازی جهت حضور موفق و پایدار در بازارهای داخلی و خارجی با همکاری اتاق بازرگانی و صنایع و معادن و کشاورزی خراسان، اتحادیه صادرکنندگان استان و ۱۶ اتحادیه وابسته به اتاق و تحت نظارت مستقیم سازمان صنعت، معدن و تجارت استان و حمایت استانداری خراسان، نسبت به برگزاری سلسله همایش‌های با رویکردهای مختلف و متناسب با مسائل روز اقتصادی اقدام نموده است.

در اولین سال برگزاری موفق همایش، به پیشنهاد ریاست محترم اتاق بازرگانی و صنایع و معادن و کشاورزی ایران مسئولیت دبیرخانه دائمی همایش برندینگ به انجمن مدیران صنایع خراسان تفویض گردید.

برند سازی به عنوان یک ضرورت اجتناب ناپذیر برای ورود و ماندگاری در بازارهای جهانی در دستور کار اغلب بنگاه‌های خرد و کلان اقتصادی است و خلق و محافظت از برند از مهم‌ترین دغدغه‌های فعالان اقتصادی است.

لذا انجمن مدیران صنایع خراسان در طول نه سال متوالی (۱۴۰۰-۱۳۹۲) با عنایت به مسئولیت محوله تلاش نموده است ضمن آموزش فعالان اقتصادی و تشویق آنان به اهمیت و سرمایه‌گذاری در مقوله برندینگ، برندها را بر اساس امتیازات کسب شده سنجش و ارزیابی نموده و بر مبنای مستندات ارائه شده، در صورت کسب امتیاز لازم، به عنوان برند برتر معرفی و در مراسم اختتامیه همایش که با حضور مقامات عالی‌رتبه استانی برگزار می‌شود، تقدیر نماید.



تغییرات پرسشنامه در دهمین سال برگزاری

هدف از همایش برندینگ و مدل ارزیابی ۳۶۰ درجه (پرسشنامه پیش رو) نزدیک کردن قابلیت‌های رقابتی صنایع و بنگاه‌های اقتصادی استان به کلاس جهانی است؛ با این هدف، طبق روال ده ساله همایش برندینگ، عوامل زیر باعث بازنگری، بهبود و ارتقای مدل پرسشنامه بوده است.

• این مدل باید برازنده همه انواع کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ، خدماتی و تولیدی، اصناف و صنایع، محلی و صادراتی و ... باشد.

• مدل باید بتواند نقاط کلیدی قابل بهبود کسب‌وکارها را به خوبی نشان دهد.

• به تدریج صاحبان صنایع را با ادبیات رقابت در کلاس جهانی آشنا تر و نزدیک تر کند.

• با همه این‌ها باید مباحث و فنون آن برای کارشناسان ملموس، قابل فهم و کاربردی باشد.

لذا به جهت رسالت آموزشی دبیرخانه همایش و کمک هر چه بیشتر به صنایع و اصناف، امسال نیز ارتقا و بهبودهایی در جهت سهولت و قابل فهم تر شدن پرسشنامه انجام شده است. این تغییرات بر اساس تجارب سالانه ارزیابی بنگاه‌های اقتصادی و باملاحظه اهداف چهارگانه فوق در جهت راهگشایی در ارزیابی‌ها صورت گرفته است.

تغییرات اعمال شده در راستای مدل اصلی انجمن مدیران بوده و کوچک‌ترین خدشه‌ای به اصل مدل وارد نشده است.

خلاصه سازی ۵۵ پرسش (معیار و زیر معیارهای مربوطه) **به ۲۰ پرسش** (معیار و زیرمعیارهای مربوطه) از جمله مصادیق این تغییرات می‌باشد. که شرح آن در جدول صفحه ۶ آورده شده است.

اضافه شدن پیوست آموزشی (شرح نظری اصطلاحات و معیارها)، جهت شفاف‌سازی هر چه بیشتر معیارها و زیر معیارهای مربوطه؛

لازم به ذکر است مطالب پیوست آموزشی، با هدف آموزش بوده و اشکال، نمودارها و... ارائه شده صرفاً به عنوان مثال و جهت

تفہیم بیشتر مطالب درج شده‌اند. بدیهی است فرایندها در هر سازمان با توجه به شرایط متفاوت‌اند، لذا انتظار جدی دارد در ارائه

اسناد مربوطه دقت لازم به عمل آید. **هرگونه کپی مستقیم و تکرار عینی مطالب به عنوان اسناد پیوست سازمانی پذیرفته نیست و**

خلاف مقررات دبیرخانه است و مشمول امتیاز منفی خواهد شد.



هدف :

هدف از تدوین این دستور عمل ایجاد یکپارچگی و وحدت رویه جهت تدوین مدارک و مستندات پرسشنامه ارزیابی برندها و معرفی برندهای برتر در مراسم همایش سالانه برندینگ می باشد.

دامنه کاربرد:

این دستور عمل در خصوص چگونگی تهیه مدارک و مستندات در حوزه صنعت و اصناف کاربرد دارد .

تعاریف

الف - تعاریف عمومی

اصناف :

به کلیه بنگاه‌های اقتصادی و مؤسسات تجاری اطلاق می‌شود که پروانه فعالیت خود را طبق مقررات قانون نظام صنفی از اتحادیه مربوطه و یا سایر مراجع ذیصلاح (موضوع تبصره ذیل بند (م) ماده ۳۰ قانون نظام صنفی) اخذ نموده‌اند.

نکته : شرکتهایی که از نظر بافت سیستمی (ساختاری) و سائز و ابعاد، کوچک هستند (زیر ۱۰ نفر نیروی انسانی در هر شیفت) یا در مراحل اولیه شروع فعالیت‌های کسب و کار خود می‌باشند ، (مطابق تجربه ۹ ساله همایش برندینگ) می‌توانند در بخش اصناف مورد ارزیابی قرار گیرند.

صنعت و بازرگانی :

به کلیه بنگاه‌های اقتصادی و مؤسسات تجاری اطلاق می‌گردد که مجوز فعالیت خود را از سازمان صمت استان دریافت کرده‌اند.

نکته : شرکتهایی که به دلیل ماهیت صنفی خود در گروه اصناف قرار گرفته اما بافت ساختاری آنها یا ابعاد و اندازه‌شان در حد متوسط یا بزرگ است (تعداد نیروی انسانی بالاتر از ۷۰ نفر) و پتانسیل رشد سریع و توسعه‌ی کلان دارند، مطابق درخواست واحد، ارزیابی آنها در گروه صنعت و بازرگانی منظور خواهد شد.



ابعاد صنعت:

هر بنگاه اقتصادی با توجه به موارد زیر ابعاد صنعت خود را مشخص می‌کند:

حجم تولید به نسبت تقاضای بازار؛ سهم از بازار؛ اندازه و ابعاد مجموعه؛ تعداد پرسنل؛ طول عمر و سابقه مجموعه؛ گردش مالی بر اساس نرُم این صنعت و دامنه فعالیت‌های جغرافیائی (محلی ، ملی ، بین‌المللی).

ب- تعاریف تخصصی ویژه اظهارنامه برند برتر

مدل ارزیابی ۳۶۰ درجه انجمن مدیران صنایع خراسان :

مدلی ارزیابی ۳۶۰ درجه انجمن برگرفته از مدل BEM بانیک (BANIK) است که به کمک متخصصین این حوزه و با توجه به تغییرات مداوم دنیای امروز و شرایط محیطی ایران و استان، بومی‌سازی شده است تا وضعیت بنگاه‌های اقتصادی را در مسیر برند شدن در همه ابعاد (۳۶۰ درجه) مورد ارزیابی قرار دهد.

این مدل در قالب پرسشنامه ارزیابی برند هر ساله در وبسایت انجمن مدیران صنایع خراسان (www.imakh.ir) و وبسایت همایش برندینگ (www.khbc.ir) در دسترس عموم قرار می‌گیرد.

برندهای برتر :

برند برتر به بنگاه‌های اقتصادی اطلاق می‌شود که بر اساس موارد ذیل بتوانند امتیاز لازم را کسب نمایند:

الف) حداقل $\frac{2}{3}$ از بالاترین امتیاز آن سال را کسب نمایند.

ب) تمامی الزامات مندرج در دستور عمل و سایت ویزیت را به‌درستی پوشش دهند.

این بنگاه‌های اقتصادی، بر اساس "مدل برندینگ انجمن" توانسته‌اند زیرساخت‌های مربوطه را به‌درستی در مجموعه خود پیاده‌سازی نمایند.

برندهای شایسته تقدیر :

بنگاه‌های اقتصادی که بر اساس معیارهای "مدل برندینگ انجمن" در حال ایجاد زیرساخت‌های لازم جهت رشد و توسعه برند می‌باشند.

در این مدل ارزیابی؛ بنگاه‌های اقتصادی باید $\frac{1}{3}$ بالاترین امتیاز آن سال را کسب و الزامات مندرج در دستور عمل را پوشش دهند.



الزامات امتیاز آور :

آن دسته از مواردی است که بر اساس میزان تطابق مدارک ارائه شده با دستور عمل حاضر ، توسط ارزیابان و کمیته نظارتی تشخیص و امتیاز مربوطه بدان تعلق می گیرد.

یادآور می شود این دسته از امتیازها ، امتیاز ارفاقی بوده و به امتیاز اصلی پرسشنامه اضافه می شوند و عدم رعایت موارد ذکر شده باعث کسر امتیاز نخواهد شد.

شایان ذکر است بنگاه های اقتصادی که در کسب این بخش از امتیازات اهتمام ورزند ، درصد موفقیت خود را افزایش خواهند داد.

محرمانگی و امانت داری:

اطلاعات ارائه شده از سوی شرکت کنندگان (بنگاه های اقتصادی) صرفاً توسط ارزیابان و به منظور سنجش برند در همایش استفاده می گردد .

مصدق و موضوعیت:

تعریف :

میزان تطابق، تناسب، تناظر و مصداق داشتن هر معیار با موضوع کسب و کار آن بنگاه اقتصادی

ضرورت این بخش :

از آنجاکه این پرسشنامه، یک مدل فراگیر برای همه انواع بنگاه های اقتصادی است، مصداق و موضوعیت هر کدام از عناوین معیارها در عمل برای انواع مختلف بنگاه های اقتصادی حائز اهمیت است.

با توجه به گستردگی، تنوع و پیچیدگی های کسب و کارها و همین طور به جهت رعایت مساوات در ارزیابی ها، این بخش علاوه بر حیطه کار ارزیابان به بخش خود اظهاری بنگاه های اقتصادی نیز اضافه شده است.

مکانیزم امتیازدهی به این بخش:

در حالت کلی فرض بر آن است که معیارها برای کلیه کسب و کارها تماماً مصداق و موضوعیت دارد و نسبت امتیازها از کل



۴ امتیاز سنجیده می‌شود. اما ممکن است معیاری برای برخی بنگاه‌های اقتصادی صرفاً تا گزینه دوم، سوم یا چهارم مصداق و موضوعیت داشته باشد که در این صورت به ترتیب امتیاز کسب شده از نسبت ۳ امتیاز، ۲ و ۱ امتیاز قابل حصول، محاسبه می‌شود. چنانچه معیار مذکور برای آن کسب‌وکار به هیچ‌عنوان مصداق و موضوعیت نداشته باشد، وزن معیار مذکور صفر لحاظ می‌گردد.

نحوه خود اظهاری در این بخش توسط بنگاه‌های اقتصادی :

یکی از ارکان مدل پرسشنامه انجمن مدیران خود اظهاری بنگاه‌های اقتصادی است. لذا در این مورد نیز بنگاه اقتصادی ادعای خود را در رابطه با مصداق و موضوعیت اظهار می‌کند.

نحوه نظارت بر این بخش :

ارزیابان و کمیته نظارت طبق دستور عمل موجود مانند سایر بخش‌های خود اظهاری توسط بنگاه‌های اقتصادی، نظر خود را بر آن اعمال می‌کنند.

جنبه‌های مؤثر در مصداق و موضوعیت :

به جهت قضاوت صحیح در خصوص مصداق و موضوعیت داشتن یک معیار در مورد بنگاه اقتصادی خاص، موارد مطابق جنبه‌های هشتگانه زیر مورد ملاحظه قرار می‌گیرند.

- (۱) **بافت و ساختار بنگاه اقتصادی** برای انواع کسب‌وکارهای صنفی تا سازمان‌های صنعتی و غیر صنعتی.
به عنوان مثال ممکن است معیار معماری سازمانی به جهت کوچک بودن بدنه ستادی اصناف به شکلی دیگر مصداق یابد.
- (۲) **نوع بازار و مشتری** برای انواع کسب‌وکارهای B2C و B2B و B2G (فروش به دولت)
به عنوان مثال معیار تحقیقات در مورد سبک زندگی مشتریان در انواع B2B و فروش به مشتری دولتی متفاوت طرح شود.
- (۳) **نوع محصول** برای کسب‌وکارهایی از نوع تولیدی و همچنین خدماتی
به عنوان مثال معیار تحلیل زنجیره ارزش در کسب‌وکارهای خدماتی به گونه‌ای متفاوت با تولیدی‌ها مصداق می‌یابد.
- (۴) **تیراژ ارائه محصول** برای کسب‌وکارهایی از نوع ارائه انبوه (تولید خطی) در مقایسه با بنگاه‌های پروژه محور
به عنوان مثال در سازمان‌های پروژه محور به جهت موقت بودن ساختار سازمان پروژه، معیارهای شماره ۱۲ و ۱۳ شکلی متفاوت داشته باشد.
- (۵) **سایز کسب‌وکار** برای انواع کسب‌وکارهای کوچک، متوسط و بزرگ
به عنوان مثال ممکن است معیار معماری سازمانی به جهت کوچک بودن بدنه ستادی شرکتهای خرد به شکلی دیگر مصداق یابد.
- (۶) **مالکیت** برای انواع بنگاه‌های اقتصادی با مالکیت‌های خصوصی، نیمه خصوصی، دولتی و نیمه دولتی
به عنوان مثال معیار طرح تجاری و تدوین برنامه بودجه برای شرکت‌های وابسته و نیمه دولتی به گونه‌ای دیگر موضوعیت پیدا می‌کند.
- (۷) برای انواع بنگاه‌های اقتصادی با **حوزه فعالیت جغرافیایی** (محلی، کشوری یا صادراتی در انواع منطقه‌ای و بین‌المللی)
به عنوان مثال معیار ثبت حقوقی بین‌الملل برای شرکت‌های با فعالیت در حوزه داخلی موضوعیت ندارد.
- (۸) برای انواع کسب‌وکارهایی با دوره عمر متفاوت (نوپا یا بالغ)
به عنوان مثال برای شرکت‌های نوپا معیارهایی که تأکید بر سیستم سازی و یا استانداردهای ایزو و تعالی سازمانی دارند مصداق کمتری دارد.



مراحل انجام کار

• تهیه و دریافت پرسشنامه و دستور عمل از سایت های مربوطه

• تکمیل پرسشنامه

• ارائه مدارک و مستندات مطابق با معیارهای پرسشنامه

• ارزیابی مدارک و مستندات ارائه شده توسط گروه ارزیابان و کمیته نظارت

• انجام سایت ویزیت توسط تیم متخصص و گروه ارزیابان

• ارائه نتایج و اخذ تاییدیه سازمان صمت

• اعلام در مراسم سالانه همایش برندینگ



۱- تهیه و دریافت پرسشنامه و دستور عمل از سایت

بنگاه‌های اقتصادی می‌توانند هر ساله جدیدترین ورژن پرسشنامه انتخاب برند برتر را در دو حوزه صنایع و اصناف از سایت‌های ذیل دریافت نمایند.

www.khbc.ir

www.Imakh.ir

نکته: مهلت مقرر برای ارائه مدارک و مستندات، در سایت‌های مذکور اعلام خواهد شد و عموماً غیر قابل تمدید است.

نحوه ارائه مدارک و مستندات منطبق بر پرسشنامه

بنگاه‌های اقتصادی می‌بایست پرسشنامه را تکمیل و همراه با مدارک و مستندات مربوطه در مهلت اعلام شده، به دبیرخانه دائمی همایش تحویل نمایند.

۱- امسال نیز مشابه سال گذشته به دلیل رعایت پروتکل‌های بهداشتی و پیشگیری از شیوع کرونا، ارسال مدارک در مرحله اول به صورت فایل الکترونیکی خواهد بود، چنانچه در ارزیابی اولیه، حد نصاب لازم کسب گردد می‌بایست علاوه بر فایل الکترونیکی، فایل پرینت شده نیز مطابق این دستور عمل تهیه و ارائه شود.

۲- انتظار جدی دارد بنگاه‌های اقتصادی، از هرگونه ارائه مدارک و مستنداتی که با معیارهای پرسشنامه سنخیت و ارتباط ندارد، جدا خودداری نمایند.

استانداردهای مستندات الکترونیکی

در خصوص ارائه مدارک و مستندات به صورت الکترونیکی ضرورت دارد شرکت‌کنندگان (بنگاه‌های اقتصادی) به موارد زیر توجه نمایند:

۱- مستندات از طریق فلش مموری ارائه شود.

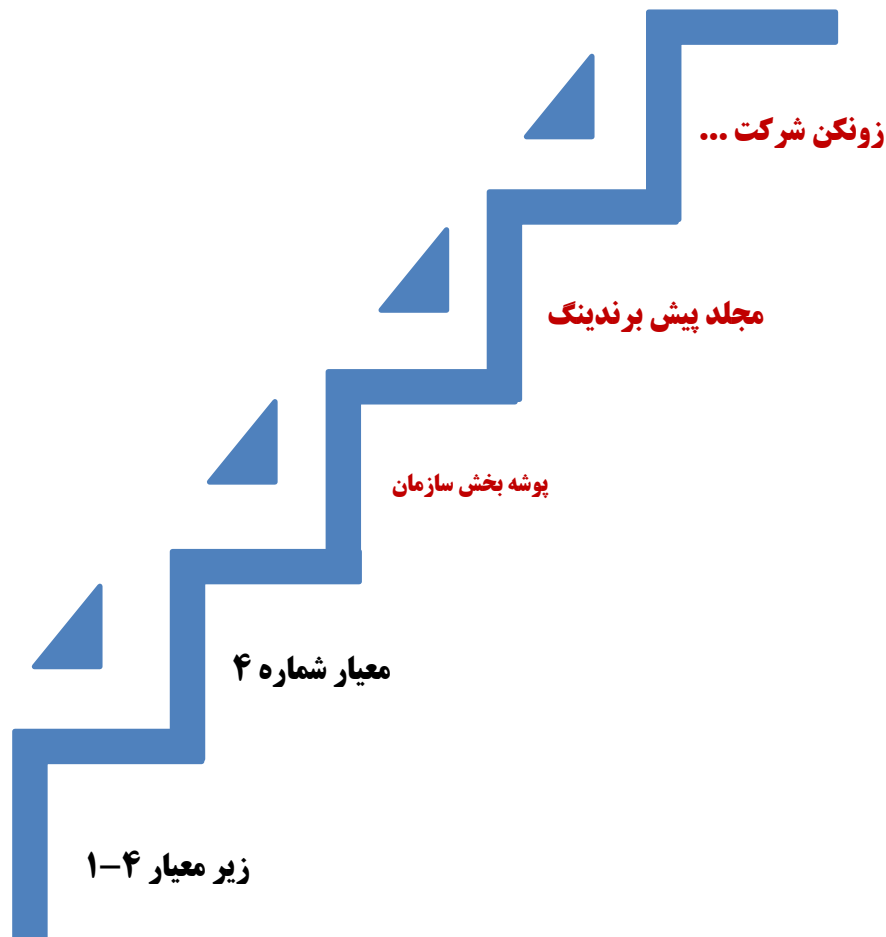
۲- درج نام سازمان روی فلش مموری الزامی است.

۳- هر یک از معیارها به صورت کامل در یک پوشه (فولدر) جداگانه قرار داده شود. (الزام امتیازآور)

۴- پوشه‌ها می‌بایست دقیقاً منطبق بر فهرست پرسشنامه باشد.



۵- مدارک و سوابق از طریق فرمت‌های متداول (word/Jpg / Excel/ Pdf) ارائه شود.



استانداردهای مستندات کاغذی

در خصوص ارائه مدارک و مستندات به صورت کاغذی لازم است شرکت کنندگان (بنگاه‌های اقتصادی) به موارد زیر توجه نمایند:

۱- مستندات می‌بایست به صورت مجلد (فنی/ صحافی) ارائه شود.

۲- بر روی تمامی جلدها نام بنگاه اقتصادی و سال شمسی به طور کامل و خوانا درج شود.

۳- در صورتی که تعداد مجلدها بیش از ۱ جلد است، درج شماره بر روی آن‌ها الزامی است.

مثال : مجلد شماره ۱ از ۳ بنگاه اقتصادی مجلد شماره ۲ از ۳ بنگاه اقتصادی..... و مجلد شماره ۳ از ۳ بنگاه اقتصادی

۴- هر یک از معیارها به صورت کامل توسط مُقسّم (دیوایدر) جداسازی شود.

۵- بر روی هر یک از تقسیم‌بندی‌ها طبق فهرست پرسشنامه، شماره‌گذاری شود. (الزام امتیازآور)



- ۶- ترتیب چیدمان مدارک می‌بایست دقیقاً منطبق بر فهرست پرسشنامه باشد
- ۷- به هر مدرک در همان بخشی که قرار داده شده است امتیاز داده می‌شود، چنانچه در بخش‌های نامرتب قرار داده شود امتیاز مربوطه را کسب نخواهد نمود.
- ۸- زونکن‌هایی که شامل کاور و هر کاور حاوی چندین برگه بی‌شناسه، بدون شماره‌گذاری صفحات و موارد مشابه باشد، پذیرفته نمی‌شود و یا امتیازی تعلق نمی‌گیرد.
- ۹- در صورتی که مدارکی برای دو یا چند معیار کاربرد داشته باشد، می‌بایست در اولین معیار مدارک مربوطه گذاشته شود و در سایر معیارها، با ذکر شماره صفحه به محل قرار گرفتن مدارک و اسناد اشاره شود.
- ۱۰- بدیهی است به منظور پرهیز از حجیم شدن پرونده‌های ارزیابی در صورت نیاز به تکرار مستندات برای معیارهای مختلف می‌توان از آدرس دهی و ارجاع به محل معیار مورد نظر استفاده کرد.



۲- تکمیل پرسشنامه

در تکمیل و ارائه پرسشنامه باید موارد زیر، مورد توجه قرار گیرد:

- ۱- در پرسشنامه، اطلاعات مربوط به بنگاه اقتصادی، مدیرعامل و سایر موارد درخواستی به‌طور کامل و دقیق قید شود.
 - ۲- تمامی صفحات بایستی (به‌منزله اطلاع و رؤیت و تأیید صحت داده‌ها) ممهور به مهر شرکت و امضاء مدیر ارشد باشد.
 - ۳- ارائه پرسشنامه به‌صورت جداگانه و منفک از پک مدارک (پک مجلد شده/ فلش مموری) الزامی است.
- نکته:** بدیهی است در صورتی که پرسشنامه همراه با مدارک و مستندات صحافی شده باشد، پک قابل عودت نمی‌باشد.
- ۴- در تکمیل سؤالات پرسشنامه، فقط یک گزینه انتخاب شود و در صورت انتخاب دو گزینه یا مخدوش بودن هیچ امتیازی به آن معیار تعلق نمی‌گیرد.
 - ۵- در هر معیار می‌بایست سازمان حداقل یک گزینه را در هر ۴ بخش مربوطه انتخاب کند (خود معیار، تاریخ به‌روزرسانی، پیاده‌سازی سند، مصداق و موضوعیت) و در صورتی که موارد فوق ناقص درج گردد، به آن معیار هیچ امتیازی تعلق نمی‌گیرد.

۳- ارائه مدارک و مستندات مطابق با معیارهای پرسشنامه

هر بنگاه‌های اقتصادی می‌بایست طبق برنامه زمانی تعیین شده، مدارک زیر را به دبیرخانه دائمی همایش ارائه نماید:

- ۱- اصل پرسشنامه به‌صورت جداگانه.
 - ۲- پک مدارک کاغذی (به همراه فایل الکترونیکی)
- نکته:** در خصوص مدارکی که جنبه محرمانه دارد و قابلیت ارائه در پک مدارک کاغذی یا فلش مموری وجود ندارد می‌توان با هماهنگی دبیرخانه همایش و تعیین وقت قبلی، به‌صورت حضوری توسط نماینده شرکت به ارزیابان ارائه و پرزنت شود.
- بدیهی است در این خصوص، هر بنگاه اقتصادی در مورد چند معیار محدود و فقط یک بار امکان دریافت وقت و پرزنت دارد.



۴- ارزیابی مدارک و مستندات ارائه شده توسط گروه ارزیابان

ارزیابی‌ها به فراخور مقتضیات و مشخصات هر گروه از کسب‌وکارها، رویکرد مختص به خود را دارد.

ارزیابی شامل ۳ فاز زیر می‌باشد :

فاز یک ارزیابی:

بررسی عمومی مدارک ابتدا در دبیرخانه همایش به جهت داشتن الزامات اولیه و انطباق آن با الزامات این دستور عمل انجام می‌شود.

فاز دو ارزیابی:

تیم ارزیابی شامل تخصص‌های مختلف در حوزه برندینگ بوده که هرکدام بر ارزیابی معیارهای حوزه تخصصی خود متمرکز می‌شوند (نظیر جنبه حقوقی برند، جنبه مالی اقتصادی برند، حوزه مدیریت استراتژیک، حوزه مارکتینگ، حوزه مدیریت تولید و کیفیت، و ...).

فاز سوم ارزیابی:

بررسی مستندات تا این مرحله فقط شامل تصدیق "امتیاز معیارها" و "امتیاز به‌روز بودن" است و تعیین میزان پیاده‌سازی سند منوط به بازدید از مجموعه و صحنه‌گذاری از طریق مشاهده میدانی خواهد بود که در اصطلاح « بازدید میدانی » گفته می‌شود. در بازدید میدانی علاوه بر صحنه‌گذاری بر "به‌روز بودن" مدارک و مستندات، میزان انطباق مدارک ارائه شده با روند جاری فعالیت‌های هر کسب‌وکار و درصد اجرای اثربخش آن بررسی و مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.



۵- انجام "بازدید میدانی" توسط تیم متخصص و گروه ارزیابان

پس از بررسی‌های لازم پیرامون مستندات ارائه شده در کمیته ارزیابی در خصوص تعیین بازدید میدانی به شرح ذیل تصمیم‌گیری و ابلاغ خواهد شد :

۱- تشخیص کمیته ارزیابی مبنی بر بررسی مستندات ارائه شده توسط بنگاه اقتصادی، در این صورت تاریخ بازدید میدانی بر اساس مکاتبات توسط دبیرخانه دائمی همایش ابلاغ می‌شود.

۲- بنگاه اقتصادی در پرسشنامه تمایل خود را برای بازدید میدانی اعلام کرده است. در این حالت در صورتی که امتیاز وی به مرحله بازدید میدانی برسد، تاریخ بازدید میدانی بر اساس مکاتبات توسط دبیرخانه دائمی همایش ابلاغ می‌شود .

۳- بنگاه اقتصادی در پرسشنامه تمایل خود را برای بازدید میدانی اعلام کرده است ؛ اما امتیاز وی به مرحله بازدید میدانی نمی‌رسد، در این صورت بازدید میدانی آن مجموعه در نوبت قرار می‌گیرد و در صورت وجود فرصت کافی برای ارزیابان، زمان بازدید میدانی به بنگاه مذکور ابلاغ می‌شود.

۴- در صورت وجود هر یک از شرایط سه بند فوق؛ نامه‌ای از سوی دبیرخانه همراه با فرم بازدید میدانی برای شرکت‌های مربوطه ارسال خواهد شد.

نکته : در صورت عدم تمایل سازمان‌هایی که شرایط لازم برای بازدید میدانی را دارند، بدیهی است سازمان با کسب هر امتیازی از جایگاه " برند برتر " حذف و در جایگاه " شایسته تقدیر " با سایر سازمان‌ها به رقابت خواهد پرداخت.



۶- اعلام نتایج در مراسم اختتامیه همایش سالانه برندینگ

نتایج به اطلاع دبیران علمی و اجرایی همایش رسیده و پس از کنترل نهایی با حضور نمایندگان استانداری، سازمان صمت، سایر دستگاه‌های اجرائی ذی‌ربط و تشکل‌های وابسته، صورت‌جلسه می‌شود و پس از اخذ تأیید ریاست سازمان صمت؛ نتایج نهایی و رسماً در مراسم همایش برندینگ اعلام خواهد شد.

همچنین در صورت درخواست از سوی هر یک از شرکت‌کنندگان، کمیته ارزیابی می‌تواند اطلاعات را جهت تهیه گزارش تحلیلی و ترسیم نموداری و ارزیابی تفصیلی برند، با هدف مشاوره و راهنمایی شرکت‌ها به کار گرفته و گزارش‌ها موصوف، فقط در اختیار مالک برند قرار خواهد گرفت.

بخش مسئولیت اجتماعی:

انجمن مدیران صنایع خراسان رضوی جهت ارائه خدمات بهتر و ترویج مفاهیم و اصول برندینگ و همچنین برای احیا مجدد و اشاعه فرهنگ مسئولیت اجتماعی برند، با عنایت به رسالت آموزشی و مسئولیت اجتماعی خویش، بر آن شد تا با اضافه کردن بخش مسئولیت‌های اجتماعی برند به پرسشنامه ارزیابی، حمایت خود را از بنگاه‌های اقتصادی فعال در این زمینه اعلام دارد؛ کسانی که بااراده‌ای فعال، هم در عرصه‌های اقتصادی و هم در عرصه‌های اجتماعی خوش درخشیدند و با توجه به فشارها و سختی‌های موجود از اجتماع و محیط پیرامون خود غافل نشدند.

با آرزوی توفیق روزافزون برای تمامی فعالان اقتصادی کشور عزیزمان ایران

دبیرخانه دائمی همایش