



وزارت صنعت، معدن و تجارت

دستورالعمل شرایط، ضوابط و ارزیابی خدمات پس از فروش صنعت خودرو

بازنگری ۵

آبان ۱۴۰۳

فهرست

۱ مقدمه
	بخش اول:
۲-۶ • کلیات
	بخش دوم:
۷-۱۱ • چگونگی رتبه بندی شرکت ها و نمایندگی های مجاز آن ها
	بخش سوم:
۱۲-۴۰ • شاخص ها و فرآیند ارزیابی خدمات پس از فروش شرکت های عرضه کننده خودرو
	بخش چهارم :
۴۱-۹۷ • شاخص ها و الزامات خدمات پس از فروش شبکه نمایندگی های مجاز
	بخش پنجم
۹۸-۱۰۱ • چگونگی پایش رضایتمندی نمایندگی های مجاز از شرکت های عرضه کننده خودرو (DSI)
	بخش ششم
۱۰۲-۱۳۶ • چگونگی پایش عملکرد عرضه کنندگان خودرو و نمایندگی های مجاز
	بخش هفتم
۱۳۷-۱۳۹ • دستورالعمل چگونگی اطلاع رسانی عمومی و تبلیغات در خصوص نتایج ارزیابی ادواری خدمات پس از فروش صنعت خودرو

امروزه کیفیت خدمات برای بقا و سودآوری سازمان امری ضروری به شما می رود. در کشور ما نیز خدمات پس از فروش اهمیت بسزایی پیدا کرده و بقای شرکت های عرضه کننده خودرو در گرو ارائه خدمات پس از فروش مناسب و منطبق با نیازهای مصرف کنندگان می باشد. ارائه خدمات پس از فروش یکی از راهبردهای اصلی مشتری و کسب مزیت رقابتی بویژه در صنعت خودروسازی قلمداد می گردد. همواره شرکت های تولید کننده بدنبال ارائه محصولات خویش همراه با حفظ ارتباطات با مشتریان خود هستند و این هدف از طریق خدمات پس از فروش صورت می گیرد. بنابراین شناسایی و تعیین نیازهای مختلف مشتریان در عرضه خدمات پس از فروش مستمر بسیار حیاتی است.

خدمت نتیجه ای است که مشتریان خواستار آن هستند و در مفهوم جدید خدمت به مشتریان شامل کلیه اموری است که به منظور جلب رضایت مشتریان و کمک به آن ها برای دریافت بیشترین ارزش از محصولات یا خدماتی که خریداری کرده اند تعریف می گردد. در مورد اهمیت این موضوع باید گفت که کیفیت خدمت در توسعه صنعت خدمات پس از فروش خودرو، نقش مهمی ایفا می کند. و روابط پایدار با مشتریان راضی، و وفادارسازی مشتریان، برای موفقیت کسب و کار بسیار مهم می باشد. بنابراین نخستین اصل در دنیای کسب و کار امروزی ایجاد ارزش های مشتری پسند است.

امروزه ما در شرایط اجتماعی و اقتصادی خدمت محور زندگی می کنیم که این وضعیت نیز روز به روز در حال افزایش است، به عبارت دیگر مشتریان ما به مراقبت و خدمات بیشتری نسبت به گذشته نیاز دارند. مسلماً در این راستا اطلاع از تصویر ذهنی و ادراک مشتریان نسبت به خدمات ارائه شده از اهمیت خاصی برخوردار می باشد و ضمن مشخص نمودن نقاط ضعف و قوت یک سازمان، زمینه ای برای اتخاذ راهبردهای مناسب و ارتقای سطح عملکرد فراهم می آورد. گستردگی محصولات و خدمات و همچنین نیازهای متنوع و پیچیده مشتریان نیاز به ارزیابی چگونگی کیفیت ارائه خدمات، خدمات پس از فروش، سنجش رضایتمندی مشتریان و در صورت لزوم ارائه راه حل هایی برای بهسازی کیفیت خدمات و فرایندهای ارائه خدمت دارد.

نسخه پیش رو پنجمین ویرایش از الزامات دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش بوده و نسخه های پیشین در سال های ۱۳۸۵، ۱۳۸۷، ۱۳۹۰ و ۱۳۹۳ ارائه گردیده بود.

این دستورالعمل به عنوان حداقل شرایط و ضوابط مورد پذیرش وزارت صنعت، معدن و تجارت در زمینه خدمات پس از فروش صنعت خودرو تلقی می گردد و رعایت مفاد آن برای کلیه عرضه کنندگان خودرو، واسطه های خدمات پس از فروش و نمایندگی های مجاز الزامی می باشد.

بخش اول

کلیات

هدف:

هدف از تدوین این ضوابط، تعیین حداقل سطح کمی و کیفی واسطه های خدمات پس از فروش و نمایندگی های مجاز آن ها در راستای اجرای قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آئین نامه اجرائی آن به جهت ارائه خدمات پس از فروش مناسب می باشد تا رضایت مشتریان در این بخش به نحو مطلوب حاصل گردد.

۱- دامنه کاربرد:

محدوده این ضوابط شامل کلیه عرضه کننده های خودرو، واسطه های خدمات پس از فروش خودرو و نمایندگی های مجاز تعمیراتی می باشد.

۲- تعاریف:

۳-۱- عرضه کننده: هر شخص حقیقی یا حقوقی که بطور مستقیم یا از طریق واسطه فروش مبادرت به فروش خودروهای نو تولیدی یا وارداتی خود می کند.

۳-۲- نمایندگی مجاز: شخصیت حقیقی و یا حقوقی است که از طرف عرضه کننده خودرو و یا واسطه فروش و خدمات پس از فروش به عنوان نماینده رسمی و به صورت مستقیم عهده دار ارائه خدمات فروش یا پس از فروش (و یا هر دوی آن ها) بوده و دارای مجوز از عرضه کننده و پروانه کسب از مراجع ذیربط می باشد.

۳-۳- واسطه خدمات پس از فروش: به شخص حقیقی یا حقوقی دارنده مجوز های مربوطه اطلاق می شود که مستقیماً توسط عرضه کننده خودرو عهده دار ارائه خدمات پس از فروش از طریق نمایندگی های مجاز در طول دوره ضمانت و تعهد می باشد. واسطه خدمات پس از فروش می تواند به عنوان بخشی از مجموعه عرضه کننده خودرو و یا به عنوان واحدی مستقل تحت نظارت عرضه کننده خودرو فعالیت نموده و خدمات خود را ارائه نماید.

۳-۴- خدمات پس از فروش خودرو: عبارت است از کلیه خدماتی از قبیل ضمانت، تعهد (پشتیبانی خدمات، تعمیرات و تأمین قطعات استاندارد) که بر عهده عرضه کننده خودرو قرار می گیرد و موجب تعهد و تضمین کارکرد مطلوب محصول می شود.

۳-۵- بازرسی: شخصیت حقوقی است که پس از تأیید صلاحیت از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت، برای وظیفه ارزیابی عملکرد عرضه کننده، واسطه فروش، واسطه خدمات پس از فروش، نمایندگی های مجاز، تهیه گزارش های ادواری یا موردی و ارائه به همراه اظهار نظر لازم به وزارت صنعت، معدن و تجارت، معرفی می شود.

۳- دوره های ارزیابی و ارائه گزارشات:

لازم به ذکر است دوره های زمانی سالانه انجام ارزیابی ها از ابتدای هر سال شروع و تا پایان سال ادامه خواهد داشت. و پس از اتمام دوره سالانه، رتبه بندی شرکت های عرضه کننده خودرو و نمایندگی های مجاز را در آن سال مشخص می نماید.

۴- مسولیت ها:

۵-۱- مسئولیت نظارت بر حسن اجرای این دستورالعمل مطابق با قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو بر عهده وزارت صنعت، معدن و تجارت می باشد.

انجام ارزیابی های این دستورالعمل توسط شرکت بازرسی مورد اعتماد و واجد صلاحیت منتخب وزارت صنعت، معدن و تجارت خواهد بود و پس از معرفی ارزیاب کلیه شرکت ها ملزم به همکاری لازم برای اجرای هرچه بهتر ارزیابی می باشند.

تبصره ۱

تهیه چک لیست های ارزیابی بر اساس معیارهای اعلام شده در این دستورالعمل به عهده بازرسی می باشد.

۵-۲- گزارشات ارزیابی وضعیت خدمات پس از فروش عرضه کنندگان / واسطه های خدمات پس از فروش خودرو در موعد مقرر به وزارت صنعت، معدن و تجارت، شرکت های عرضه کننده و واسطه های خدمات پس از فروش ارائه خواهد شد.

تبصره ۲

ارائه گزارشات به رسانه، مطبوعات و سایر ارگان ها در صورت لزوم توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت و یا توسط شرکت بازرسی با تأیید وزارت صنعت، معدن و تجارت صورت می پذیرد.

۵-۳- مسئولیت ارائه اطلاعات لازم جهت اجرای فرآیند ارزیابی و انجام هماهنگی و همکاری لازم در راستای اجرای ارزیابی ها به عهده عرضه کنندگان خودرو/ واسطه های خدمات پس از فروش می باشد.

۵-۴- مواردی که باید توسط عرضه کننده یا واسطه خدمات پس از فروش ارائه گردد به شرح ذیل می باشد:

۵-۴-۱- ارائه نام و نشانی کلیه نمایندگی های مجاز فعال، تعلیق و لغو خدمات شده سراسر کشور (بصورت ماهانه).

۵-۴-۲- مشخصات کلیه مشتریان مراجعه کننده به شبکه خدمات پس از فروش به صورت دسترسی آنلاین برای بازرسی، که شامل نام آورنده، کد ملی، شماره تماس، نوع خودرو، شماره شناسایی خودرو، تاریخ پذیرش، تاریخ ترخیص، دلیل مراجعه، نام، کد، استان و شهر نمایندگی که به آن مراجعه شده، می باشد.

۵-۴-۳- ارائه اطلاعات فنی مرتبط با نمایندگی های مجاز نظیر لیست و مشخصات دستگاه های عیب یاب و استانداردها و سوابق آموزشی پرسنل (بصورت سالانه).

۵-۴-۴- سایر اطلاعات مورد نیاز مرتبط با قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آیین نامه اجرایی آن.

۵-۴-۵- لیست کلیه خودروهای پذیرش شده باید به صورت ماهانه و مطابق فرمت مورد نیاز به بازرسی ارائه گردد و صحه گذاری آن نیز بر عهده بازرسی می باشد.

۵-۴-۶- وضعیت پذیرش نمایندگی های مجاز باید ماهانه توسط شرکت عرضه کننده خودرو / واسطه خدمات پس از فروش به صورت آنلاین به بازرسی اعلام گردد. مواردی که جهت محاسبه آن لازم است مد نظر قرار گیرد عبارتند از:

۱- آمار کل پذیرش نمایندگی، مربوط به فعالیت های الزامی و تحت مسئولیت، مطابق با فرمت مورد نیاز.

۲- محاسبات متوسط پذیرش بر مبنای تقویم کاری نمایندگی در سال ارزیابی بوده و چنانچه تقویم کاری به تائید بازرس نرسیده باشد مبنای محاسبات ۲۶۰ روز کاری خواهد بود.

۳-۴-۵- شرکت های عرضه کننده خودرو موظف به تحت کنترل درآوردن کلیه مراجعات غیر گارانتی در سطح شبکه نمایندگی های مجاز خود می باشند.

۵- منابع و ماخذ:

- استاندارد ISO ۹۰۰۱:۲۰۱۵
- قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو (مصوب سال ۱۳۸۶)
- آیین نامه اجرائی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو (مصوب سال ۱۳۹۵)
- دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش بازرگری ۴ (اسفند ۱۳۹۳)
- استاندارد های شبکه فروش و خدمات پس از فروش شرکت ایران خودرو
- استاندارد های شبکه فروش و خدمات پس از فروش شرکت سایپا یدک
- استاندارد خدمات پس از فروش شرکت های سایر کشورها نظیر نیسان، هیوندایی، کیا، تویوتا و ...
- نظرات پیشنهادی سازمان ها و نهادهای ذیربط

۶- بازرگری:

این دستورالعمل در شرایط عادی هر دو سال یکبار مورد بازبینی قرار گرفته و در صورت نیاز بازرگری می گردد.

این دستورالعمل در صورت نیاز در موارد خاص به تشخیص وزارت صنعت، معدن و تجارت و پیشنهاد بازرس می تواند مورد بازرگری قرار گیرد.

بخش دوم

چگونگی رتبه بندی شرکت ها و

نمایندگی های مجاز آن ها

جدول ۱: رتبه بندی خدمات پس از فروش عرضه کنندگان خودرو (رتبه بندی کل)

امتیاز زیر شاخص			امتیاز کل (A)	رتبه	
ضریب خدمت*	امتیاز شبکه	نتیجه عملکرد			
حداقل ۷۵	حداقل ۹۰ درصد	حداقل ۸۰ درصد	$85 \leq A \leq 100$	★★★	یک
حداقل ۵۰	حداقل ۸۵ درصد	حداقل ۷۰ درصد	$70 \leq A < 85$	★★☆	دو
-	-	حداقل ۵۵ درصد	$55 \leq A < 70$	★☆☆	سه
-	-	پایین تر از ۵۵ درصد	$A < 55$	☆☆☆	مردود

بر اساس امتیازات کسب شده در فرآیند ارزیابی‌های ادواری در پایان هر سال رتبه شرکت های عرضه کننده خودرو و نمایندگی‌های مجاز آن ها، مطابق جداول شماره جدول ۳ و جدول ۴ محاسبه و اعلام خواهد شد. محاسبه امتیاز شبکه بر اساس پذیرش سالانه و با توجه به وزن دهی هر نمایندگی انجام خواهد شد.

تبصره ۱

شرکت هایی که در ارزیابی‌های ادواری همکاری لازم جهت انجام ارزیابی‌ها را به عمل نیاورند با امتیاز صفر به عنوان مردود شناخته خواهند شد.

محدودیت های ذیل در مورد شرکت های عرضه کننده یا واسطه خدمات پس از فروش که امتیازات خدمات پس از فروش آن ها از حد قابل قبول* پایین تر باشد می تواند اعمال گردد:

- عدم استفاده از تسهیلات ماده ۱۳۸ قانون مالیات ها

- عدم دریافت مجوز پیش فروش

- عدم صدور مجوز توسعه و افزایش ظرفیت تولید

- عدم تمدید گواهینامه ثبت نمایندگی رسمی شرکت خارجی

- عدم تمدید شناسه گارانتی و مجوز ارائه خدمات پس از فروش

* رتبه های ۱ تا ۳ به عنوان سطوح قابل قبول و امتیاز پایین تر از رتبه ۳، مردود می باشند.

* ضریب خدمت: عبارت است از میزان تحت پوشش قرار دادن کلیه خودروهای فروخته شده توسط شرکت عرضه کننده خودرو طی ۱۰ سال دوران تعهد که مطابق با فرمول ذیل محاسبه می گردد.

$$X = \frac{\text{آمارمجموع مراجعات سال}}{\sum_{i=1}^{10} R_i E_i P_i}$$

R = نرخ بقاء خودرو در شبکه

E = ضریب مراجعه سالانه خودروها

P = تعداد تولید محصول

i = سال تولید

پارامترهای اشاره شده در فرمول فوق بر اساس اطلاعات دریافتی از شرکت های عرضه کننده خودرو اخذ و پس از تأیید توسط بازرس اعمال می گردد.

تبصره ۲

شرکت های متقاضی واردات خودرو نیز جهت شروع فعالیت باید حداقل ۵۵ درصد از امتیاز مجموع شاخص های راهبری کسب و کار، کیفیت ارائه خدمات و بهره وری و پایداری سازمان را کسب نمایند.

جدول ۲: رتبه بندی نمایندگی مجاز

امتیاز زیر شاخص ها		رتبه
نتیجه عملکرد	وضعیت نمایندگی به تفکیک شاخص های نیروی انسانی، تجهیزات، فضای فیزیکی و نظام آراستگی و غیره	
حداقل ۹۰ درصد	حداقل ۹۵ درصد	۵ ستاره کیفی * ★★★★★ ۹۵ ≤ A ≤ ۱۰۰
حداقل ۸۵ درصد	حداقل ۹۰ درصد	۴ ستاره کیفی * ★★★★☆ ۹۰ ≤ A < ۹۵
حداقل ۷۵ درصد	حداقل ۸۰ درصد	۳ ستاره کیفی ★★★☆☆ ۸۰ ≤ A < ۹۰
حداقل ۶۵ درصد	حداقل ۷۰ درصد	۲ ستاره کیفی ★★☆☆☆ ۷۰ ≤ A < ۸۰
حداقل ۵۵ درصد	حداقل ۶۰ درصد	یک ستاره کیفی ★☆☆☆☆ ۶۰ ≤ A < ۷۰
پایین تر از ۵۵ درصد	پایین تر از ۶۰ درصد	مردود ☆☆☆☆☆ A < ۶۰

* صرفاً نمایندگی هایی قادر به کسب چهار یا پنج ستاره کیفی می باشند که متوسط پذیرش روزانه آن ها از متوسط پذیرش شرکت عرضه کننده خودرو/ واسطه خدمات پس از فروش خود بیشتر باشد.

تبصره ۳

چنانچه امتیاز کلی یک نمایندگی در محدوده یکی از رتبه های ۱ و ۲ قرار گرفت، لیکن امتیاز زیر شاخص ها در آن نمایندگی به حد تعریف شده رتبه مورد نظر نبود، حداکثر یک رتبه تنزل جهت آن نمایندگی منظور خواهد شد.

تبصره ۴

در ارزیابی های ادواری کلیه نمایندگی های مجاز فعال که در حال ارائه خدمت به مشتریان می باشند باید توسط شرکت های عرضه کننده خودرو جهت ارزیابی معرفی شوند در غیر اینصورت به عنوان مردود شناخته شده و مجاز به ارائه خدمات به مشتریان نخواهند بود ضمناً رتبه این نمایندگی ها ۴ و امتیاز آن صفر در نظر گرفته خواهد شد و در متوسط امتیاز شبکه نمایندگی های مجاز شرکت عرضه کننده مربوطه لحاظ می گردد.

تبصره ۵

چنانچه رتبه نمایندگی مجاز در سطح رتبه ۴ قرار گیرد. شرایط ذیل مورد نظر می باشد:

جهت بهبود شرایط امتیاز کل و میدانی حداکثر ۳ ماه و جهت بهبود شرایط امتیاز رضایت مندی مشتریان حداکثر ۶ ماه زمان جهت کسب شرایط حداقل رتبه ۳ در نظر گرفته خواهد شد. در صورت عدم کسب حداقل رتبه ۳ باید فعالیت نمایندگی تعلیق و تا برقراری شرایط حداقلی از فعالیت آن جلوگیری گردد. نمایندگی که امتیاز آن به صورت موقت لغو شده است باید با مجوز مجدد بازرسی در ارزیابی دوره ای بعد شرکت نماید و در صورتیکه نتواند سطح کیفی قابل قبول را کسب نماید امتیاز خدمات فروش و خدمات پس از فروش نمایندگی به صورت دائم لغو خواهد شد.

تبصره ۶

چنانچه نمایندگی مجاز در دوره متوالی حائز کسب رتبه ۴ (مردود) گردد، ادامه فعالیت آن نمایندگی با هر یک از شرکت های عرضه کننده مشروط به رعایت موارد ذیل می باشد:

۱- صاحب امتیاز و نفرات کلیدی شامل مدیر نمایندگی، کارشناس فنی و مسئول ارتباط با مشتریان تغییر کنند. و نفرات جدید باید حداقل باید ۶۰ درصد شرایط احراز را داشته باشند.

۲- انجام ارزیابی توسط شرکت بازرسی و کسب حداقل رتبه ۳ (در حوزه میدانی) قبل از شروع فعالیت رسمی.

تبصره ۷

نظر به رسالت دستورالعمل، ارزیابی ادواری کلیه نمایندگی‌های مجاز به صورت سرزده و بدون هماهنگی قبلی با شرکت‌های عرضه‌کننده خودرو صورت می‌پذیرد.

تبصره ۸

نمایندگی مجاز در صورتی حائز رتبه چهار یا پنج ستاره کیفی خواهد شد که علاوه بر کسب شروط تعیین شده در جدول ۲ رتبه بندی نمایندگی مجاز وجود موضوعات ذیل احراز شده باشد:

- ۱- وجود کف پوش‌های نوین صنعتی در کلیه فضاهای تعمیراتی
- ۲- امکان رویت خودرو در حین انجام تعمیرات از طریق فضای مشرف به تعمیرگاه
- ۳- پیاده سازی آخرین استانداردهای ایزو ۱۴۰۰۱، ۱۰۰۰۴، ۱۰۰۰۲، ۱۰۰۰۱، ۴۵۰۰۱، ۹۰۰۱
- ۴- نرخ خودروهای برگشتی کمتر از ۲ درصد باشد.
- ۵- نرخ شکایات مشتریان کمتر از ۱ درصد باشد.
- ۶- خدمات سرویس سریع بصورت مستقل و استانداردسازی شده ایجاد شده باشد.
- ۷- تعریف و اجرای موارد مرتبط با حفاظت از محیط زیست و کاهش انتشار کربن
- ۸- خدمات تعمیراتی مبتنی بر داده تعریف و اجرا شده باشد. نظیر استفاده از تحلیل داده خودرو جهت انجام تعمیرات، اطلاع رسانی به مشتریان در مورد نیازهای تعمیراتی قبل از انجام خرابی، سیستم‌های ارزیابی خودرکار رضایت مشتریان

بخش سوم

شاخص ها و فرآیند ارزیابی خدمات پس از فروش

شرکت های عرضه کننده خودرو

به طور کلی خدمات پس از فروش عرضه کنندگان خودرو بر اساس چهار شاخص و با اوزان ذیل مورد

بررسی و ارزیابی قرار خواهند گرفت:

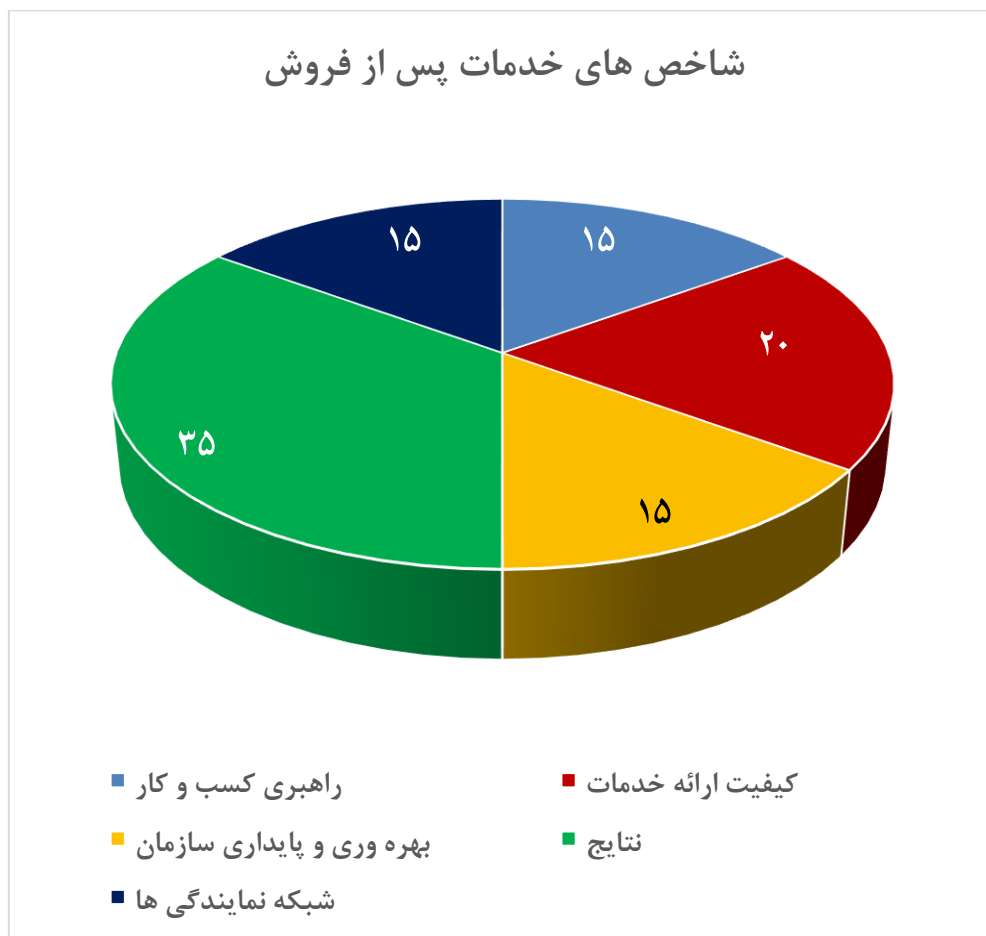
۱- راهبری کسب و کار ۱۵٪

۲- بهره‌وری و پایداری سازمان ۱۵٪

۳- شبکه نمایندگی‌ها ۱۵٪

۴- کیفیت ارائه خدمات ۲۰٪

۵- نتایج ۳۵٪



جدول ۳: شاخص ارزیابی خدمات پس از فروش عرضه کنندگان خودرو به همراه ضریب وزنی

شاخص	ضریب وزنی	ردیف	زیر شاخص	عوامل	ضریب وزنی
راهبری کسب و کار	٪۱۵	۱	بهبود کارایی سازمان و شبکه نمایندگی‌ها از طریق توسعه استراتژی های انگیزشی در سطوح مختلف	۲	تدوین و اجرای نظام انگیزشی در سطح پرسنل سازمان خدمات پس از فروش
				۴	تدوین و اجرای نظام انگیزشی در سطح نمایندگی‌ها
		۲	افزایش سهولت در دسترسی مشتریان به خدمات موردنیاز از طریق توسعه بهینه شبکه خدمات پس از فروش	۹	توسعه شبکه نمایندگی‌های مجاز با در نظر گرفتن تعداد و پراکنش خودروهای موجود در سطح کشور، ضریب مراجعه تعمیراتی دوران گارانتی و وارانتی، تنوع خودروهای تحت مسئولیت، متوسط ساعت تعمیراتی به تفکیک خودرو/فعالیت و جانمایی دقیق نمایندگی‌ها بر اساس نیاز منطقه ای مشتریان و توزیع متناسب خدمات
				۳	بهبود تصویر سازمانی نزد مشتریان از طریق استانداردسازی فیزیکی، رفتاری شبکه تعمیرگاهی
		۴	طرح ریزی و اجرای راهبرد سودآوری شبکه تعمیرگاهی از طریق تدوین استراتژی های حمایتی کسب و کار	۷	مدل کسب و کار نمایندگی‌ها بر اساس فروش خدمت (خدمات و قطعات) با در نظر گرفتن پارامترهای هزینه‌ایی نظیر بهروری نیروی انسانی، فضا، تجهیزات و ... که منتج به سود دهی نمایندگی در حوزه خدمات پس از فروش باشد
				۵	ارتقاء کیفی تعمیرات از طریق توسعه دانش و مهارت نیروی انسانی در پرسنل مرتبط با شبکه تعمیرگاهی
		۵	مهارت سنجی پرسنل شبکه با توجه به دوره های آموزشی ارائه شده	۳	طرح ریزی و پیاده سازی نظام نگهداشت کارکنان نمایندگی و پایش دوره ای
				۷	طرح ریزی و اجرای مدل جذب، تربیت و رشد پرسنل فنی چند منظوره در سطح شبکه تعمیرگاهی و نظارت دوره ای بر کیفیت عملکرد آن ها
		۷	توسعه ارائه خدمات خودروهای جدید (هیبرید، برقی و ...) از طریق بروزآوری تجهیزات، دانش و زیرساخت	۲	برگزاری دوره های آموزشی مرتبط با روش های جدید در انجام تعمیرات و ارائه خدمات به خودروهای با تکنولوژی جدید و ارتقاء سطح مهارت فنی پرسنل شبکه بر مبنای نیازهای روز
				۴	بروزآوری تجهیزات تعمیرگاهی و زیرساخت های نرم افزاری شبکه بر مبنای ارائه خدمات متناسب با خودروهای جدید

شاخص	ضریب وزنی	ردیف	زیر شاخص	عوامل	ضریب وزنی
راهبری کسب و کار	۱۵٪	۸	ارتقاء کیفیت خدمات در شبکه تعمیرگاهی از طریق تأمین و مدیریت بکارگیری مناسب ابزارآلات و تجهیزات	بروزآوری تجهیزات تعمیرگاهی شبکه بر مبنای روش های جدید در انجام تعمیرات بر اساس استانداردهای خدمات پس از فروش کلاس جهانی	۷
		۹	توسعه ارائه خدمات از طریق طرح ریزی و اجرای سرویس های نوین به مشتریان	خدماتی نظیر طرح ریزی و پیاده سازی خدمات سرویس در محل مشتریان (Home Service) که توسط شرکت های واسطه خدمات پس از فروش اعلام می گردد	۹
		۱۰	ارتقاء کیفیت خدمات از طریق نظارت بر فرآیندهای برون سپاری شده	شناسایی فرآیندهای برون سپاری شده در هر یک از حوزه های ارائه خدمات پس از فروش	۲
				تدوین و پایش دوره ای شاخص های کیفی نظارت بر فرآیندهای مورد نظر	۴
		۱۱	تداوم فرآیندهای خدمات پس از فروش از طریق بکارگیری راهبردهای مدیریت ریسک	طرح ریزی و استقرار فرآیند مدیریت ریسک از طریق شناسایی ریسک های موجود در سطح کلیه فعالیت های جاری سازمان خدمات پس از فروش و شبکه تعمیرگاهی و تعریف اقدامات کنترلی و پیشگیری های لازم در این خصوص	۳
				تدوین و بکارگیری طرح های اقتضائی جهت تاب آوری سازمان خدمات پس از فروش و شبکه نمایندگی های مجاز در مقابله با تکانه ها و متغیرهای محیطی، تغییرات قوانین و الزامات و سایر محدودیتها	۴
		۱۲	ایجاد مزیت رقابتی در ارائه خدمات سازمان و شبکه از طریق طرح ریزی و اجرای رویکرد ارزیابی انطباق	طرح ریزی و اجرای فرایند ارزیابی انطباق بر مبنای پارامترهای رهبری، برنامه ریزی، پشتیبانی، عملیات، ارزیابی عملکرد و بهبود در سطح کلیه فرآیندهای سازمان و شبکه نمایندگی های مجاز	۷
		۱۳	بهبود رویکرد سیستمی و تفکر فرآیندی از طریق توسعه سیستم های مدیریت کیفیت در سطح سازمان و شبکه تعمیرگاهی	طرح ریزی و استقرار سیستم مدیریت ISO ۹۰۰۱، ISO ۱۰۰۰۲، ISO ۱۰۰۰۴، ISO ۲۷۰۰۱ در سطح سازمان	۷
		۱۴	ارتقاء بلوغ سازمان و شبکه تعمیرگاهی از طریق پیاده سازی استاندارد ISO ۹۰۰۴	طرح ریزی و استقرار سیستم مدیریت کیفیت ISO ۹۰۰۴ در سطح سازمان	۵
		۱۰۰	جمع		

شاخص	ضریب وزنی	ردیف	زیر شاخص	عوامل	ضریب وزنی
کیفیت ارائه خدمات	۲۰٪	۱	طرحریزی و اجرای مکانیزم نظارت بر شبکه نمایندگی های مجاز	طراحی و اجرای سیستم نظارت دوره ای محسوس بر عملکرد نمایندگی های مجاز	۳
				طراحی و اجرای سیستم نظارت دوره ای نامحسوس بر عملکرد نمایندگی های مجاز	۳
				طراحی و اجرای سیستم نظارت مستمر و روزانه مبتنی بر زیر ساخت های IT بر عملکرد نمایندگی های مجاز	۴
		۲	مکانیزم ضمانت خودرو، قطعات و خدمات و بررسی صحت اجرا در سطح شبکه خدمات	اجرای الزامات گارانتی خودرو، خدمات و قطعات	۱۲
				مدیریت ارتباط مشتریان	فرآیند پایش، اندازه گیری و تحلیل نظرات مشتریان
		انجام طرح های مراقبت از مشتریان و وفادارسازی مشتریان و مدیریت تجارت مشتریان	۲		
		طرحریزی و اجرای فرایند رسیدگی و پاسخگویی به شکایات مشتریان	۹		
		۳	تدوین ضوابط برنامه ریزی، پذیرش، کنترل و ترخیص خودرو (کنترل کیفیت تعمیرات)	مدیریت درگاه های پذیرش حضوری و اینترنتی خودرو در سطح شبکه نمایندگان مجاز	۱
				پذیرش سیستمی و هوشمند خودرو با در نظر گرفتن الزامات قانونی	۲
				مدیریت سیستمی و هوشمند برنامه ریزی و اجرای تعمیرات خودرو با نظر گرفتن منابع	۳
				اجرای سیستمی و هوشمند فرآیند کنترل کیفیت تعمیرات انجام شده و ترخیص خودرو	۳
		۴	مکانیزم خدمات رسانی سیار	طرح ریزی و اجرای فرآیند امداد حمل و امداد بالینی	۱۰
				مکانیزم تأمین و توزیع قطعات یدکی و انبارش	برنامه ریزی، نظارت و تأمین قطعات یدکی (تجاری و خدماتی) خودروهای تحت مسئولیت و توزیع (شبکه تعمیرگاهی + عاملیت فروش قطعات) در شبکه نمایندگان و انبارش آن
		۷	مدیریت کیفیت قطعات یدکی		بررسی کیفیت قطعات یدکی توزیع شده در سطح شبکه نمایندگان
ابزارهای مخصوص	تأمین و توزیع مناسب ابزار مخصوص خودروهای تحت مسئولیت			۳	
	۸	خسارت خواب خودرو	استفاده از ابزار مخصوص در سطح شبکه	۴	
طرح ریزی مکانیزم سیستماتیک برآورد، تأمین و پرداخت خسارت خواب خودرو			۱۲		

شاخص	ضریب وزنی	ردیف	زیر شاخص	عوامل	ضریب وزنی
کیفیت ارائه خدمات	۲۰٪	۱۰	جداول زمان و نرخ استاندارد تعمیرات	تدوین و توزیع جداول زمان و نرخ استاندارد	۲
				صحت جداول زمان و نرخ استاندارد تعمیرات با توجه به وضعیت منابع موجود در شبکه	۴
			جداول قیمت قطعات یدکی	تدوین و توزیع جداول قیمت قطعات یدکی خودروهای تحت مسئولیت	۲
		جمع	۱۰۰		
بهره وری و پایداری سازمان	۱۵٪	۱	طرح ریزی و اجرای فرآیند مدیریت دانش در ستاد و نمایندگی‌ها	پیاده سازی فرآیند مدیریت دانش	۵
				تدوین و توزیع دستورالعمل‌های فنی و تعمیراتی	۳
		۲	طرح ریزی و اجرای فرآیند آموزش نیروی انسانی ستاد	استاندارد سازی آموزش مطابق با اهداف و ساختار سازمانی خدمات پس از فروش و شرح وظایف پست، مدل شایستگی شغلی، نیاز سنجی آموزش، برنامه ریزی و اجرا و سنجش اثربخشی	۱۰
				مکانیزم تأیید صلاحیت مدرسین دوره های آموزشی پرسنل شبکه (فنی و ستادی)	۲
		۳	طرح ریزی و اجرای فرآیند آموزش نیروی انسانی شبکه نمایندگی‌ها	استاندارد سازی آموزش مطابق با الزامات دستورالعمل خدمات پس از فروش و شرح وظایف پست شغلی، نیاز سنجی آموزش، برنامه ریزی و اجرا و سنجش اثربخشی	۱۰
				طرح ریزی سامانه نرم افزاری فرآیند آموزش در سطح شبکه و ستاد	۳
				تدوین و اجرای استانداردهای فیزیکی و زیرساختی برگزاری کلاس آموزش (حضوری و آنلاین)	۳
				مکانیزم شناسایی کارکنان کلیدی بر مبنای شرح وظایف محوله و اهداف تعیین شده	۲
		۴	کارکنان کلیدی	مکانیزم انگیزشی جهت حمایت ویژه از کارکنان کلیدی در راستای حفظ و نگهداشت	۵
				توسعه سامانه ارتباطی بین شرکت و نمایندگی‌ها	۱۰
		۵	طراحی و استقرار اپلیکیشن های کاربردی	طراحی و استقرار سامانه ارتباطی بین شبکه نمایندگان ها و مشتریان	۶

شاخص	ضریب وزنی	ردیف	زیر شاخص	عوامل	ضریب وزنی	
بهره وری و پایداری سازمان	۱۵٪	۷	توسعه سامانه ارتباطی بین شرکت و مشتریان	طراحی و استقرار اپلیکیشن جهت سهولت در ارائه خدمات به مشتریان با امکاناتی نظیر سرویس در محل مشتریان (Home Service)، تخصیص نوبت، یادآوری سرویس های دوره ای بر اساس پیمایش و کارکرد خودرو، ارائه اطلاعات کاربردی فنی و ...	۷	
		۸	مسئولیت پذیری اجتماعی	۳	حفاظت از محیط زیست	۳
				۵	کاهش مصرف انرژی در سطح ستاد و شبکه	۵
				۴	تمرکز و توجه به تأمین نیازهای کارکنان	۴
				۳	کاهش انتشار کربن در سطح ستاد و شبکه	۳
		۹	رضایت کارکنان	۵	فرآیند پایش، اندازه گیری و تحلیل رضایت کارکنان	۵
		۱۰	بازخورد کارکنان	۳	مکانیزم دریافت بازخوردها و پیشنهادات پرسنل	۳
		۱۱	بکارگیری IT در فرآیندهای اجرایی (هوشمند سازی کسب و کار)	۴	میز راهنما Help Desk	۴
				۷	مدیریت درخواست مشتریان Ticketing	۷
		جمع				
نتایج	۳۵٪	۱	کارایی نمایندگی ها	شاخص تعمیر خودرو در زمان متعارف	۱۰	
		۲	رضایت مشتریان از عملکرد شرکت خدمات پس از فروش	CSI	۴۰	
		۳	رضایت مدیران نمایندگی ها از عملکرد شرکت خدمات پس از فروش	DSI	۳	
		۴	ارزیابی و تحلیل	فرآیند خود ارزیابی	۸	
		۵	KPI خدمات پس از فروش	نتایج اثربخشی فرآیندهای کلیدی خدمات پس از فروش	۲۵	
		۶	بهره وری	طرح ریزی مکانیزم محاسباتی بهره وری سرمایه، نیروی انسانی، زیر ساخت، شبکه و سنجش اثر بخشی	۱۴	
		جمع				

جدول ۴: شاخص ارزیابی نمایندگی های مجاز به همراه ضریب وزنی

شاخص	ضریب وزنی	زیر شاخص	عوامل	ضریب		
وضعیت نمایندگی	۶۰٪	نیروی انسانی	آموزش، مهارت، تعدد و شرایط	۱۳		
		امکانات و تجهیزات	تجهیزات و ابزارآلات		۸	
			کالیبراسیون، نگهداری و تعمیرات		۴	
			فضاهای تعمیراتی، ستادی و اداری، انبار و پارکینگ		۸	
			الزامات محیطی (نظام آراستگی، تابلوها، رفاه مشتریان و ایمنی)		۷	
			پذیرش تا ترخیص		۱۵	
		فرایندهای خدمات پس از فروش	ضمانت و گارانتی		۱۰	
			سفارش گذاری و تأمین قطعات		۱۰	
			مدیریت ارتباط با مشتریان		۷	
			راهبری کسب و کار		۱۰	
			بهره وری و پایداری		۸	
				جمع		۱۰۰
		عملکرد نتیجه	۴۰٪	رضایت مشتریان	ارزیابی رضایت مشتریان	۶۰
نتایج فرآیندها	بررسی اثربخشی شاخص ها و فرآیندها			۴۰		
	جمع			۱۰۰		

۱- راهبری کسب و کار

۱-۱- بهبود کارایی سازمان و شبکه نمایندگی‌ها از طریق توسعه استراتژی‌های انگیزشی در

سطوح مختلف

۱-۱-۱- تدوین و اجرای نظام انگیزشی در سطح پرسنل سازمان خدمات پس از فروش:

شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش، باید نظام انگیزشی در سطح ستاد را برای پرسنل موثر بر خدمات به نحو مطلوب طراحی و اجرا نماید.

۱-۱-۲- تدوین و اجرای نظام انگیزشی در سطح نمایندگی‌های مجاز:

شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش، باید فرآیند تشویق سالانه شبکه نمایندگان را به نحوی طراحی و اجرا نماید که نمایندگان علاوه بر معیارهای داخلی شرکت بر اساس آخرین رتبه کسب شده در ارزیابی‌ها سالانه وزارت صمت نیز مورد تشویق قرار گیرند.

نظام انگیزشی شبکه خدمات پس از فروش می‌بایست در برگیرنده منافع مالی و درآمدی نمایندگی باشد و حداکثر ۳ ماه بعد از اعلام نتایج توسط بازرس اجرا گردد.

۱-۲- افزایش سهولت در دسترسی مشتریان به خدمات موردنیاز از طریق توسعه بهینه شبکه

خدمات پس از فروش

توسعه شبکه نمایندگی‌های مجاز با در نظر گرفتن تعداد و پراکنش خودروهای موجود در سطح کشور، ضریب مراجعه تعمیراتی دوران گارانتی و وارانتی، تنوع خودروهای تحت مسئولیت، متوسط ساعت تعمیراتی به تفکیک خودرو/فعالیت و جانمایی دقیق نمایندگی‌ها بر اساس نیاز منطقه ای مشتریان و توزیع متناسب خدمات باشد.

۱-۲-۱- فرآیند اعطاء و لغو نمایندگی‌های خدمات پس از فروش:

شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش، باید با هدف حصول اطمینان از حضور نمایندگان واجد شرایط در شبکه خدمات پس از فروش، فرآیند اعطاء و لغو نمایندگان را طراحی و اجرا نماید. این فرآیند باید بگونه‌ای طراحی شده باشد که علاوه بر توجه به تعداد و پراکنش خودروهای موجود در سطح کشور،

استاندارد تعمیرات و ضریب مراجعه تعمیراتی و تنوع خودروها، پیاده‌سازی حداقل موارد زیر را قبل شروع به کار نمایندگی صحه گذاری نماید:

- ✓ اعطاء بر اساس الزامات داخلی شرکت.
- ✓ اعطاء بر اساس تعریف و برگزاری حداقل آموزش‌های فنی و غیر فنی مورد نیاز.
- ✓ اعطاء بر اساس تهیه و بکار گیری حداقل امکانات و تجهیزات مورد نیاز جهت ارائه مطلوب خدمات پس از فروش.
- ✓ اعطاء بر اساس پیاده سازی فرآیندهای مورد نیاز جهت ارائه مطلوب خدمات پس از فروش به مشتریان شامل فرآیندهای پذیرش، ترخیص و گردش کار، فرآیندهای مرتبط با مدیریت ارتباط با مشتریان، فرآیندهای مرتبط با ضمانت و گارانتی محصولات و فرآیندهای مرتبط با سفارش گذاری و تأمین قطعات یدکی.

همچنین شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش، باید فرآیند لغو نمایندگان را بگونه‌ای طراحی و اجرا نماید که علاوه به الزامات داخلی از لغو نمایندگان رتبه ۴ در ارزیابی‌های سالانه وزارت صنعت، معدن و تجارت اطمینان حاصل شود.

تبصره ۱

قبل از شروع به فعالیت رسمی نمایندگی شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش می بایست نسبت به اخذ تأییدیه حداقل شرایط ارائه خدمات از شرکت بازرسی اقدام نماید.

۱-۳-۱- بهبود تصویر سازمانی نزد مشتریان از طریق استانداردسازی فیزیکی، رفتاری شبکه

تعمیرگاهی

۱-۳-۱- استاندارد هویت سازمانی (CI) مربوط به سازمان خدمات پس از فروش و شبکه نمایندگی‌های مجاز و استاندارد رفتاری شبکه تعمیرگاهی (در خصوص شبکه تعمیرگاهی).

۴-۱- طرح ریزی و اجرای راهبرد سودآوری شبکه تعمیرگاهی از طریق تدوین استراتژی های حمایتی کسب و کار

۴-۱-۱- مدل کسب و کار نمایندگی ها بر اساس فروش خدمت (خدمات و قطعات) با در نظر گرفتن پارامترهای هزینه ای نظیر بهروری نیروی انسانی، فضا، تجهیزات و ... که منتج به سوددهی نمایندگی در حوزه خدمات پس از فروش باشد

۱-۵- ارتقاء کیفی تعمیرات از طریق توسعه دانش و مهارت نیروی انسانی در پرسنل مرتبط با شبکه تعمیرگاهی

۱-۵-۱- توسعه مهارت پرسنل شبکه

شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش موظف است نسبت به ایجاد محتواهای متنی، تصویری و مالی مدیا آموزشی مورد نیاز جهت توسعه مهارت های فنی، عیب یابی و کنترل کیفیت تعمیرات، برگزاری دوره های آموزشی مورد نیاز و سنجش اثر بخشی آن اقدام نماید.

۲-۵-۱- طرح ریزی و پیاده سازی نظام نگهداشت کارکنان نمایندگی و پایش دوره ای

جهت پایش اثربخشی، شاخص های زیر باید تعریف، هدف گذاری و بصورت مستمر مورد محاسبه و تجزیه و تحلیل قرار گیرند:

✓ میزان اثر بخشی اقدامات نگهداشت کارکنان و ماندگاری پرسنل

۱-۶- بهینه سازی ظرفیت ارائه خدمات از طریق رویکرد جذب و ارتقاء تکنسین های چند منظوره

۱-۶-۱- طرح ریزی و اجرای مدل جذب، تربیت و رشد پرسنل فنی چند منظوره در سطح شبکه تعمیرگاهی و نظارت دوره ای بر کیفیت عملکرد آن ها

۷-۱- توسعه ارائه خدمات خودروهای جدید (هیبرید، برقی و ...) از طریق بروزآوری تجهیزات،

دانش و زیرساخت

۱-۷-۱- برگزاری دوره های آموزشی مرتبط با روش های جدید در انجام تعمیرات و ارائه خدمات به

خودروهای با تکنولوژی جدید و ارتقاء سطح مهارت فنی پرسنل شبکه بر مبنای نیازهای روز

۱-۷-۲- بروزآوری تجهیزات تعمیرگاهی شبکه بر مبنای ارائه خدمات متناسب با خودروهای جدید

۱-۷-۳- بروزآوری زیرساخت های نرم افزاری شبکه بر مبنای روش های جدید در انجام تعمیرات و

ارائه خدمات به خودروهای جدید

۸-۱- ارتقاء کیفیت خدمات در شبکه تعمیرگاهی از طریق تأمین و مدیریت بکارگیری مناسب

ابزارآلات و تجهیزات

۱-۸-۱- بروزآوری تجهیزات تعمیرگاهی شبکه بر مبنای روش های جدید در انجام تعمیرات بر اساس

آخرین استانداردهای بین المللی خدمات پس از فروش

۹-۱- توسعه ارائه خدمات از طریق طرح ریزی و اجرای سرویس های نوین به مشتریان

۱-۹-۱- خدماتی نظیر طرح ریزی و پیاده سازی خدمات سرویس در محل مشتریان (Home

Service) که توسط شرکت های واسطه خدمات پس از فروش اعلام می گردد.

۱۰-۱- ارتقاء کیفیت خدمات از طریق نظارت بر فرآیندهای برون سپاری شده

۱-۱۰-۱- شناسایی فرآیندهای برون سپاری شده در هر یک از حوزه های ارائه خدمات پس از فروش

۱-۱۰-۲- تدوین و پایش دوره ای شاخص های کیفی نظارت بر فرآیندهای مورد نظر

۱۱-۱- تداوم فرآیندهای خدمات پس از فروش از طریق بکارگیری راهبردهای مدیریت ریسک

۱-۱۱-۱- طرح ریزی و استقرار فرآیند مدیریت ریسک از طریق شناسایی ریسک های موجود در سطح

کلیه فعالیت های جاری سازمان خدمات پس از فروش و شبکه تعمیرگاهی و تعریف اقدامات کنترلی

و پیشگیری های لازم در این خصوص

۱-۱۱-۲- تدوین و بکارگیری طرح های اقتضائی جهت تاب آوری سازمان خدمات پس از فروش و شبکه نمایندگی های مجاز در مقابله با تکانه ها و متغیرهای محیطی، تغییرات قوانین و الزامات و سایر محدودیت ها

۱-۱۲-۱- ایجاد مزیت رقابتی در ارائه خدمات سازمان و شبکه از طریق طرح ریزی و اجرای رویکرد ارزیابی انطباق

۱-۱۲-۱- طرح ریزی و اجرای فرایند ارزیابی انطباق بر مبنای پارامترهای رهبری، برنامه ریزی، پشتیبانی، عملیات، ارزیابی عملکرد و بهبود در سطح کلیه فرآیندهای سازمان و شبکه نمایندگی های مجاز

۱-۱۳-۱- بهبود رویکرد سیستمی و تفکر فرآیندی از طریق توسعه سیستم های مدیریت کیفیت در سطح سازمان و شبکه تعمیرگاهی

۱-۱۳-۱- طرح ریزی و استقرار سیستم مدیریت ISO ۹۰۰۱، ISO ۱۰۰۰۲، ISO ۱۰۰۰۴، ISO ۲۷۰۰۱ در سطح سازمان (مصادیق اجرای استقرار استانداردها در شبکه نمایندگان بررسی می گردد) شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش جهت حصول اطمینان از اجرای مطلوب فرآیندهای داخلی خود، ملزم به پیاده سازی سیستم های مدیریت کیفیت بوده و گواهی نامه های معتبر و مرتبط با آن را بصورت بین المللی به ثبت رسانده باشد.

در این ارتباط پیاده سازی سیستم مدیریت کیفیت ISO ۹۰۰۱ الزامی بوده و سیستم های مدیریت کیفیت زیر نیز بصورت تشویقی توصیه می شود:

ISO ۱۰۰۰۲، ISO ۱۰۰۰۴، ISO ۴۵۰۰۱، ISO ۱۴۰۰۱، ISO ۲۷۰۰۱، EFQM/INQA

۱-۱۴-۱- ارتقاء بلوغ سازمان و شبکه تعمیرگاهی از طریق پیاده سازی استاندارد ISO ۹۰۰۴

۱-۱۴-۱- طرح ریزی و استقرار سیستم مدیریت کیفیت ISO ۹۰۰۴ در سطح سازمان

۲- کیفیت ارائه خدمات

۲-۱- طرح ریزی و اجرای مکانیزم نظارت بر شبکه نمایندگی‌های مجاز و عاملیت های خدمات

و فروش قطعات یدکی

۲-۱-۱- تدوین و اجرای دستورالعمل انتخاب و تأیید صلاحیت افراد ناظر بر شبکه

۲-۱-۲- طراحی و اجرای سیستم نظارت دوره ای محسوس بر عملکرد نمایندگی‌های مجاز و عاملیت

های خدمات و فروش قطعات یدکی

۲-۱-۳- طراحی و اجرای سیستم نظارت دوره ای نامحسوس بر عملکرد نمایندگی‌های مجاز

۲-۱-۴- طراحی و اجرای سیستم نظارت مستمر و روزانه مبتنی بر زیر ساخت های IT بر عملکرد

نمایندگی‌های مجاز

شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش، باید با هدف حصول اطمینان از کیفیت خدمات ارائه شده

به مشتریان و همچنین اجرای دقیق الزامات قانونی و داخلی شرکت در شبکه نمایندگان، عاملیت

های خدمات و فروش قطعات یدکی فرآیند نظارت بر عملکرد ایشان را طراحی و اجرا نماید.

این نظارت باید بصورت حضوری و حداقل دو بار در سال انجام شده و شرکت ارائه دهنده خدمات

پس از فروش ملزم به پیگیری رفع عدم انطباق‌های شناسایی شده در اولین فرصت ممکن می‌باشد.

جهت پایش اثربخشی فرآیند نظارت بر شبکه نمایندگان خدمات پس از فروش، شاخص‌های زیر باید

تعریف، هدف گذاری و بصورت مستمر مورد محاسبه و تجزیه و تحلیل قرار گیرند:

✓ درصد صحت صورت حساب‌های ارائه شده به مشتریان.

✓ درصد اعلام مدت و هزینه خواب خودروها به مشتریان.

✓ درصد انطباق مهارت پرسنل فنی.

✓ درصد اجرای فرآیند پذیرش، ترخیص و گردش کار (الزامات داخلی شرکت).

✓ درصد اجرای الزامات قانونی درج شده در آیین نامه حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو.

✓ درصد انطباق پرسنل شبکه مطابق با میزان تحصیلات، سابقه کار و استاندارد آموزشی قید شده در متن قانون.

✓ سایر شاخص های مرتبط با الزامات خدمات پس از فروش در حوزه نمایندگی ها

۲-۲- مکانیزم ضمانت خودرو، قطعات و خدمات و بررسی صحت اجرا در سطح شبکه خدمات

۲-۲-۱- اطلاع رسانی کتابچه راهنمای مالکین و گارانتی خودرو و اجرای الزامات گارانتی خودرو، خدمات و قطعات به مشتریان.

شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش باید جهت ارائه اطلاعات مورد نیاز مشتریان در ارتباط با شرایط استفاده و شرایط ضمانت محصولات، اقدام به تهیه و ارائه دفترچه راهنما و دفترچه ضمانت محصولات به مشتریان، مطابق الزامات قانونی و به زبان فارسی نماید.

جهت حصول اطمینان از ارائه مناسب دفترچه راهنما و دفترچه ضمانت محصولات به مشتریان، باید آخرین ویرایش دفترچه ها در وبسایت شرکت بارگزاری شده باشد.

شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش می بایست در خصوص نحوه اجرای صحیح الزامات و ضوابط گارانتی قطعات و خدمات در سطح شبکه اطمینان حاصل نماید.

۲-۳- مدیریت ارتباط مشتریان

۲-۳-۱- فرآیند پایش، اندازه گیری و تحلیل نظرات مشتریان

شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش باید با هدف حصول اطمینان از میزان مطلوب رضایت مشتریان از کیفیت خدمات ارائه شده به ایشان، اقدام به اندازه گیری و تجزیه و تحلیل نتایج بدست آمده نماید.

این اندازه گیری باید توسط شرکت بازرسی معتمد وزارت صمت و بر اساس معیارهای تعریف شده در قانون انجام گرفته و تجزیه و تحلیل نتایج بدست آمده توسط شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش انجام گیرد.

۲-۳-۲- انجام طرح های مراقبت از مشتریان و وفادارسازی مشتریان و مدیریت تجارت مشتریان
ایجاد سیستم های دریافت بازخورد مشتریان.

ایجاد سیستم های تحلیل رفتار مشتریان و پیش بینی نیازهای رفتاری مشتریان

۲-۳-۳- طرحریزی و اجرای فرایند رسیدگی و پاسخگوئی به شکایات مشتریان

شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش باید با هدف حصول اطمینان از روند مطلوب ثبت و رسیدگی به شکایات مشتریان از خدمات ارائه شده به ایشان، اقدام به طراحی، پیاده سازی و اطلاع رسانی مکانیزم رسیدگی به شکایات مشتریان نماید.

این مکانیزم باید بگونه‌ای طراحی و اجرا شود که علاوه بر رسیدگی به شکایات ظرف حداکثر ۲۰ روز کار، از موارد زیر نیز اطمینان حاصل نماید:

- ✓ ثبت کامل شکایت شامل، مشخصات مشتری و موضوع شکایت.
- ✓ ثبت کامل مراحل رسیدگی به شکایات و تصمیمات گرفته شده جهت رفع شکایت.
- ✓ اجرای تصمیمات اخذ شده و ثبت کامل نتایج حاصل از آن.
- ✓ ثبت سیستماتیک کلیه مراحل رسیدگی به شکایات و ایجاد دسترسی برای مشتریان جهت اطلاع رسانی لحظه‌ای از روند پیگیری شکایات ایشان.
- جهت پایش اثربخشی فرآیند مدیریت ارتباط با مشتریان، شاخص‌های زیر باید تعریف، هدف گذاری و بصورت مستمر مورد محاسبه و تجزیه و تحلیل قرار گیرند:
- ✓ کلیه موضوعات مرتبط با نظرسنجی از مشتریان مطابق با پرسشنامه نظرسنجی
- ✓ مدت زمان رسیدگی و بسته شدن شکایت
- ✓ نسبت شکایات ثبت شده به پذیرش به تفکیک شبکه، قطعات، امداد
- ✓ نسبت مشتریان وفادار

۴-۲- تدوین ضوابط برنامه ریزی، پذیرش، کنترل و ترخیص خودرو (کنترل کیفیت تعمیرات)

شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش، باید فرآیند پذیرش، ترخیص و گردش کار را نمایندگان طراحی و جهت اجرا به ایشان ابلاغ کند. این فرآیند باید علاوه بر پوشش کلیه الزامات قانونی و داخلی شرکت ارائه دهنده خدمات فرآیندهای زیر را نیز بصورت شفاف بیان کرده باشد:

۴-۲-۱- مدیریت درگاه های پذیرش حضوری و اینترنتی خودرو در سطح شبکه نمایندگان مجاز

۴-۲-۲- پذیرش سیستمی و هوشمند خودرو با در نظر گرفتن الزامات قانونی یا داخلی

۴-۲-۳- مدیریت سیستمی و هوشمند برنامه ریزی و اجرای تعمیرات خودرو با نظر گرفتن منابع

فرآیند برنامه ریزی تعمیرات: شامل محاسبه ظرفیت پذیرش روزانه نمایندگی با توجه به ساعات روزانه، تعداد نفرات، قطعات، تجهیزات، جایگاه‌های در دسترس و همچنین کارهای باقی‌مانده از روز قبل.

۴-۲-۴- اجرای سیستمی و هوشمند فرآیند کنترل کیفیت تعمیرات انجام شده و ترخیص خودرو

فرآیند کنترل کیفیت تعمیرات: شامل تعریف کلیه موارد کنترلی لازم با هدف حصول اطمینان از کیفیت تعمیرات انجام شده، بررسی موارد ایمنی، حصول اطمینان از رفع عیوب درخواستی قبل از تحویل خودرو به مشتری.

۲-۵- مکانیزم خدمات رسانی سیار (طرح ریزی و اجرای فرآیند امداد حمل و امداد بالینی)

۵-۲-۱- طرح ریزی و اجرای فرآیند امداد حمل و امداد بالینی

شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش موظف است با هدف ارائه خدمات به مشتریانی که نیاز به دریافت خدمات در خارج از محل نمایندگی را دارند، اقدام به طراحی و پیاده سازی مکانیزم خدمت رسانی سیار نماید.

جهت حصول اطمینان از کیفیت مطلوب خدمات سیار، باید پس از تعریف سطح خدمات قابل ارائه در محل مشتری فرآیندهای زیر تعریف و پیاده سازی شوند:

۵-۲-۱-۲- خودرو استاندارد امداد

شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش باید با توجه به سطح خدمات قابل ارائه در محل مشتری نسبت به تعریف استانداردهای آن اقدام و نسبت به پیاده سازی این استاندارد در شبکه خدمت رسانی بسیار نظارت نماید. این استاندارد حداقل باید موارد زیر را پوشش دهد:

- ✓ مشخصات فنی و ظاهری خودروی امداد.
 - ✓ نوع و تعداد قطعات یدکی.
 - ✓ ابزارآلات و تجهیزات مورد نیاز.
 - ✓ جدول تعرفه خدمات شامل قیمت قطعات، اجرت، ایاب و ذهاب و هزینه حمل.
- ۲-۲-۵-۲- آموزش امدادگران:

شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش باید با توجه به سطح خدمات قابل ارائه در محل مشتری نسبت به تعریف استاندارد آموزشی امدادگران اقدام نموده و با هدف حصول اطمینان از ایجاد مهارت لازم جهت ارائه خدمات مطلوب به مشتریان، آموزش‌های مورد نیاز امدادگران را بصورت مطلوبی طرح‌ریزی و اجرا نمایند.

در این ارتباط موارد زیر باید بصورت کامل طراحی شده و اجرای مناسب آن تحت کنترل قرار گیرد:

- ✓ تدوین محتوای آموزشی بر اساس استاندارد آموزشی تعریف شده، ترجیحاً به زبان فارسی. طراحی مکانیزمی جهت تحت کنترل قرار دادن و پایش معتبر این محتواها جهت آموزش و توزیع در شبکه خدمات بسیار الزامی می‌باشد.

- ✓ نیازسنجی آموزشی کلیه امدادگران حداکثر هر ۶ ماه یکبار. شناسایی و صحت‌گذاری پرسنل شبکه خدمت رسانی بسیار قبل از نیازسنجی الزامی می‌باشد.

- ✓ برنامه ریزی جهت تأمین کلیه نیازهای آموزشی شناسایی شده باید ظرف حداکثر ۱۲ ماه از زمان نیازسنجی انجام گیرد. جهت حصول اطمینان از کفایت برنامه آموزشی طراحی شده باید ابتدا تمامی نیازها شناسایی شده در یک برنامه کلان سالانه برنامه ریزی و در ابتدای هر فصل تقویم آموزشی دقیق آن طراحی شود.

جهت پایش اثربخشی فرآیند آموزش پرسنل شبکه خدمت رسانی سیار، شاخص‌های زیر باید تعریف، هدف گذاری و بصورت مستمر مورد محاسبه و تجزیه و تحلیل قرار گیرند:

✓ درصد پرسنل آموزش دیده.

✓ میزان اثربخشی آموزشی سطح یادگیری (بر اساس نتایج پس آزمون‌های اخذ شده)

✓ میزان اثربخشی آموزشی سطح عملکردی (بر اساس آزمون‌های جامع برگزار شده، ۳ تا ۶ ماه بعد از برگزاری دوره‌ها)

✓ میزان اثربخشی آموزشی سطح رفتاری

۳-۲-۵-۲- فرآیند نظارت بر شبکه خدمت رسانی سیار:

شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش، باید با هدف حصول اطمینان از کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان و همچنین اجرای دقیق الزامات قانونی و داخلی شرکت در شبکه خدمت رسانی سیار، فرآیند نظارت بر عملکرد ایشان را طراحی و اجرا نماید.

این نظارت باید بصورت حضوری و دو بار در سال انجام شده و شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش ملزم به پیگیری رفع عدم انطباق‌های شناسایی شده در اولین فرصت ممکن می‌باشد.

۴-۲-۵-۲- فرآیند توسعه شبکه خدمات رسانی سیار:

شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش با هدف حصول اطمینان از سهولت دسترسی مشتریان به خدمات در محل مشتری، باید مکانیزم توسعه شبکه خدمت رسانی سیار را تعریف و سالانه مورد پایش قرار دهد.

این مکانیزم میبایست با توجه به میزان خودروهای عرضه شده در ۱۰ سال گذشته، متوسط زمان رسیدن، متوسط زمان تعمیر، ضریب مراجعه و نرخ بقاء به تفکیک مدل انجام گیرد.

در ارتباط با توسعه شبکه خدمت رسانی سیار خودروهای سنگین بین شهری، این مکانیزم علاوه به موارد قید شده باید پوشش ۱۲ محور اصلی را نیز در بر گرفته باشد.

۲-۵-۲-۵- پایش اثربخشی فرآیند خدمت رسانی سیار:

شاخص‌های زیر باید تعریف، هدف گذاری و بصورت مستمر مورد محاسبه و تجزیه و تحلیل قرار گیرند:

- ✓ درصد صحت صورت حساب‌های ارائه شده به مشتریان.
- ✓ درصد انطباق خودروهای امداد بر اساس استاندارد تعریف شده.
- ✓ درصد انطباق مهارت فنی امدادگران.
- ✓ متوسط زمان رسیدن خودرو امداد به مشتری.
- ✓ میزان رضایت مشتریان از خدمات امداد.

۶-۲- مکانیزم تأمین و توزیع قطعات یدکی و انبارش

۶-۲-۱- برنامه ریزی، نظارت و تأمین قطعات یدکی (تجاری و خدماتی) خودروهای تحت مسئولیت و

توزیع (شبکه تعمیرگاهی + عاملیت فروش قطعات) در شبکه نمایندگان و انبارش آن

شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش موظف است با هدف حصول اطمینان از تأمین قطعات یدکی مورد نیاز مشتریان خدمات پس از فروش، نسبت به طراحی و پیاده سازی سیستم تأمین و توزیع قطعات یدکی در شبکه نمایندگان خدمات پس از فروش اقدام نماید.

در این ارتباط باید برای کلیه قطعات در گردش شامل قطعات تند مصرف، میان مصرف و کند مصرف مواردی نظیر نرخ مصرف، مدت زمان تأمین سفارشات عادی، زمان تأمین سفارشات اضطراری، نقطه سفارش و نقطه ذخیره احتیاطی تعریف و بر اساس آن مدل بهینه سفارش گذاری و تأمین قطعات یدکی طراحی و بگونه‌ای پیاده سازی شود که در ارتباط با موارد زیر اطمینان حاصل شود:

- ✓ شناسایی، سفارش گذاری و تأمین مناسب قطعات با موجودی زیر نقطه سفارش.
- ✓ شناسایی، سفارش گذاری و تأمین مناسب قطعات با موجودی زیر نقطه ذخیره احتیاطی.
- ✓ شناسایی، سفارش گذاری و تأمین مناسب قطعات با موجودی صفر.

شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش موظف است با هدف حصول اطمینان از شرایط مطلوب نگهداری قطعات، نسبت به ایجاد یک انبار مرکزی استاندارد نموده و سیستم مدیریت قطعات را به گونه‌ای پیاده سازی کند که در ارتباط با موارد زیر اطمینان حاصل شود:

- ✓ تحت کنترل قرار گرفتن میزان موجودی قطعات.
 - ✓ قابلیت شناسایی دقیق قطعات.
 - ✓ قابلیت آدرس دهی و جانمایی قطعات.
 - ✓ چیدمان و نگهداری صحیح و ایمن قطعات مطابق با استانداردهای انبارداری.
 - ✓ بسته بندی قطعات مطابق با طرح بسته بندی شرکت مادر.
 - ✓ قابلیت کنترل تاریخ مصرف قطعات برای قطعاتی که تاریخ تولید آنها در کیفیت قطعات موثر است.
- جهت پایش اثربخشی فرآیند تأمین و توزیع قطعات یدکی، شاخص‌های زیر باید تعریف، هدف گذاری و بصورت مستمر مورد محاسبه و تجزیه و تحلیل قرار گیرند:
- ✓ تعداد اعلام عدم موجودی قطعات به نسبت کل درخواست‌ها.
 - ✓ نسبت تعداد شکایات خدمات از عدم تأمین قطعات به کل شکایات خدمات.
 - ✓ نسبت قطعات زیر نقطه ذخیره احتیاطی به کل قطعات.
 - ✓ مدت زمان پاسخگویی از لحظه سفارش تا زمان حمل به نمایندگی.
 - ✓ مدت زمان پاسخگویی از لحظه حمل تا لحظه شارژ انبار نمایندگان.

۲-۷- مدیریت کیفیت قطعات یدکی

۲-۷-۱- بررسی کیفیت قطعات یدکی توزیع شده در سطح شبکه نمایندگان و عاملیت های فروش قطعات

۲-۸- ابزار مخصوص

۲-۸-۱- تأمین و توزیع مناسب ابزار مخصوص خودروهای تحت مسئولیت

۲-۸-۲- نظارت بر وجود، سلامت و نحوه استفاده از ابزار مخصوص در سطح شبکه

۲-۹- خسارت خواب خودرو

۲-۹-۱- طرح ریزی مکانیزم سیستماتیک برآورد، تأمین و پرداخت خسارت خواب خودرو شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش باید با هدف حصول اطمینان از محاسبه و پرداخت خسارت خواب به مشتریان مطابق الزامات قانونی، نسبت به طراحی و پیاده سازی مکانیزم شناسایی، محاسبه، اعلام و پرداخت خودکار خسارت خواب به مشتریان نماید.

جهت پایش اثربخشی فرآیند شناسایی، محاسبه و پرداخت خسارت خواب، شاخص‌های زیر باید تعریف، هدف گذاری و بصورت مستمر مورد محاسبه و تجزیه و تحلیل قرار گیرند:

- ✓ نسبت هزینه توقف پرداخت شده به کل هزینه توقف خودروهای مشمول.
- ✓ نسبت مشتریان مشمول دریافت خسارت توقف به کل مرجعات.
- ✓ نسبت مشتریان برخوردار از افزایش دوره ضمانت به کل مشتریان مشمول.

۱۰-۲- جداول زمان و نرخ استاندارد تعمیرات

- ۲-۱۰-۱- تدوین و توزیع جداول زمان و نرخ استاندارد تعمیرات در شبکه
- ۲-۱۰-۲- صحت جداول زمان و نرخ استاندارد تعمیرات با توجه به وضعیت منابع موجود در شبکه

۱۱-۲- جداول قیمت قطعات یدکی

۲-۱۱-۱- تدوین و توزیع جداول قیمت قطعات یدکی خودروهای تحت مسئولیت زمان، نرخ اجرت و قیمت استاندارد قطعات: شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش باید قیمت استاندارد قطعات یدکی، نرخ استاندارد اجرت تعمیرات و زمان استاندارد تعمیرات را تعریف و لیست بروز آن را بصورت موثری در شبکه خدمات پس از فروش توزیع و اطلاع رسانی کرده باشد.

۳- بهره‌وری و پایداری سازمان

۳-۱- طرح ریزی و اجرای فرآیند مدیریت دانش در ستاد و نمایندگی‌ها

۳-۱-۱- پیاده‌سازی فرآیند مدیریت دانش

استاندارد سازی آموزش مطابق با اهداف و ساختار سازمانی خدمات پس از فروش و شرح وظایف پست شغلی، نیازسنجی آموزش، برنامه ریزی و اجرا و سنجش اثربخشی

۳-۱-۲- تدوین و توزیع دستورالعمل‌های فنی و تعمیراتی

شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش جهت حصول اطمینان از انجام تعمیرات مطابق دستورالعمل‌های شرکت مادر، موظف است نسبت به تهیه کلیه دستورالعمل‌های فنی و تعمیراتی تدوین شده توسط شرکت مادر اقدام و آن‌ها را اختیار شبکه نمایندگان قرار دهد. این دستورالعمل‌ها باید به زبان فارسی برگردانده شده باشند.

۳-۲- طرح ریزی و اجرای فرآیند آموزش نیروی انسانی ستاد

۳-۲-۱- استاندارد سازی آموزش مطابق با اهداف و ساختار سازمانی خدمات پس از فروش و شرح

وظایف و مدل شایستگی شغلی، نیازسنجی آموزش، برنامه ریزی و اجرا و سنجش اثربخشی شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش باید چارت سازمانی خود را بصورت دقیق طراحی نموده و استاندارد آموزشی کلیه پست‌های سازمانی تعریف شده در چارت سازمانی را تعریف نمایند. شرکت‌ها موظفند با هدف حصول اطمینان از ایجاد مهارت لازم جهت ارائه خدمات مطلوب به مشتریان، آموزش‌های مورد نیاز پرسنل ستاد شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش را بصورت مطلوبی طرح ریزی و اجرا نمایند.

در این ارتباط طراحی و تدوین محتوای آموزشی برای کلیه استانداردهای آموزشی تعریف شده در متن قانون، به زبان فارسی بصورت کامل طراحی شده و اجرای مناسب آن تحت کنترل قرار گیرد. طراحی مکانیزمی جهت تحت کنترل قرار دادن ویرایش معتبر این محتواها جهت آموزش الزامی می‌باشد.

نیازسنجی آموزشی کلیه پرسنل ستاد شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش حداکثر هر ۶ ماه یکبار.

برنامه ریزی جهت تأمین کلیه نیازهای آموزشی شناسایی شده باید ظرف حداکثر ۱۲ ماه از زمان نیازسنجی انجام گیرد. جهت حصول اطمینان از کفایت برنامه آموزشی طراحی شده باید ابتدا تمامی نیازها شناسایی شده در یک برنامه کلان سالانه برنامه ریزی و در ابتدای هر فصل تقویم آموزشی دقیق آن طراحی شود.

جهت پایش اثربخشی فرآیند آموزش پرسنل ستاد شرکت خدمات پس از فروش، شاخص‌های زیر باید تعریف، هدف گذاری و بصورت مستمر مورد محاسبه و تجزیه و تحلیل قرار گیرند:

- ✓ درصد پرسنل آموزش دیده.
- ✓ میزان اثربخشی آموزشی سطح یادگیری (بر اساس نتایج پس آزمون‌های اخذ شده)
- ✓ میزان اثربخشی آموزشی سطح عملکردی (بر اساس آزمون‌های جامع برگزار شده، ۳ تا ۶ ماه بعد از برگزاری دوره‌ها)

۳-۳- طرح ریزی و اجرای فرآیند آموزش نیروی انسانی شبکه نمایندگی‌ها

- ۳-۳-۱- مکانیزم تأیید صلاحیت مدرسین دوره های آموزشی پرسنل شبکه (فنی و ستادی)
- ۳-۳-۲- استاندارد سازی آموزش مطابق با الزامات دستورالعمل خدمات پس از فروش و شرح وظایف پست شغلی، نیاز سنجی آموزش، برنامه ریزی و اجرا و سنجش اثربخشی
- ۳-۳-۳- طرح ریزی سامانه نرم افزاری فرآیند آموزش در سطح شبکه و ستاد
- ۳-۳-۴- تدوین و اجرای استانداردهای فیزیکی و زیرساختی برگزاری کلاس آموزش (حضور و آنلایین)

جهت پایش اثربخشی فرآیند آموزش پرسنل ستاد شرکت خدمات پس از فروش، شاخص‌های زیر باید تعریف، هدف گذاری و بصورت مستمر مورد محاسبه و تجزیه و تحلیل قرار گیرند:

- ✓ درصد پرسنل آموزش دیده.
- ✓ میزان اثربخشی آموزشی سطح یادگیری (بر اساس نتایج پس آزمون‌های اخذ شده)

✓ میزان اثربخشی آموزشی سطح عملکردی (بر اساس آزمون‌های جامع برگزار شده، ۳ تا ۶ ماه بعد از برگزاری دوره‌ها

✓ میزان اثربخشی آموزشی سطح رفتاری

تبصره ۲

جهت برگزاری دوره‌های آموزشی و آزمون‌ها بصورت مجازی شرایط ذیل باید در نظر گرفته شود:

- ۱- برگزاری دوره و آزمون از طریق سامانه آموزشی.
- ۲- امکان ذخیره سازی کلاس، آزمون و کلیه سوابق و مستندات مورد نیاز به مدت مناسب.
- ۳- امکان پرسش و پاسخ در زمان برگزاری کلاس برای افراد فراهم باشد.
- ۴- امکان صحنه گذاری حضور و تطبیق نفرات بصورت مناسب فراهم باشد.
- ۵- مدت زمان مناسب برای برگزاری دوره با توجه به شرایط غیر حضوری بودن در نظر گرفته شود.

۳-۴- طرح ریزی فرآیند نگهداشت سرمایه های انسانی شبکه با تمرکز بر نگهداشت کارکنان

کلیدی

۱-۴-۳- مکانیزم شناسایی کارکنان کلیدی بر مبنای شرح وظایف محوله و اهداف تعیین شده

۲-۴-۳- مکانیزم انگیزشی جهت حمایت ویژه از کارکنان کلیدی در راستای حفظ و نگهداشت

۳-۵- توسعه سامانه ارتباطی بین شرکت و نمایندگی‌ها

- ۱-۵-۳- طراحی و استقرار سامانه ارتباطی بین سازمان خدمات پس از فروش و شبکه نمایندگی‌ها عوامل و مؤلفه های امکان شناسایی و ردیابی جابجایی و تغییرات پرسنل شبکه نمایندگی‌های مجاز، امکان ردیابی و کنترل کارت های باز، کنترل زمان پذیرش و ترخیص، کنترل مشاهدات مستندات فنی توسط پرسنل نمایندگی، امکان مشاهده سوابق آموزشی، امکان تبادل موضوعات فنی (FAQ)، امکان ردیابی و کنترل کلیه درخواست های حوزه خدمات پس از فروش (Ticketing)، زیرساخت

های اجرای فرایند ضمانت و گارانتی قطعات و خدمات، امکان مشاهده و کنترل موجودی برخط انبار شبکه نمایندگی، طراحی و مدیریت شبکه زنجیره توزیع قطعات در سطح شبکه نمایندگی‌ها شرکت عرضه کننده خدمات پس از فروش باید نسبت به طراحی سامانه ارتباطی با نمایندگان با قابلیت‌های زیر اقدام نماید:

- ✓ ثبت تعمیرات انجام شده.
- ✓ ثبت قطعات تعمیر یا تعویض شده.
- ✓ صدور سیستماتیک صورت حساب بر اساس استانداردهای شرکت.
- ✓ محاسبه و درج مدت و هزینه خسارت خواب در صورت حساب مشتریان.
- ✓ سفارش گذاری قطعات یدکی مورد نیاز.
- ✓ امکان مشاهده وضعیت لحظه‌ای خودروهای پذیرش شده.
- ✓ تبادل اطلاعات فنی.
- ✓ توزیع دستورالعمل‌های فنی و تعمیراتی.
- ✓ ضمانت عیوب برطرف نشده از دوره گارانتی.
- ✓ ضمانت قطعات تعمیر یا تعویض شده مطابق شرایط تعریف شده در قانون.
- ✓ ضمانت اجرت خدمات ارائه شده مطابق شرایط تعریف شده در قانون.

۶-۳- توسعه سامانه ارتباطی بین شرکت و مشتریان

۶-۱-۳- طراحی و استقرار سامانه ارتباطی بین شبکه نمایندگی‌ها و مشتریان عوامل و مؤلفه های CRM و کانال های ارتباطی، قیمت قطعات، نرخ اجرت ها، سرویس های دوره ای، شرایط و ضوابط امداد، نحوه ارتباط با امداد، نوبت دهی اینترنتی، ضوابط گارانتی، کتابچه راهنمای خودرو، ضوابط خسارت خواب خودرو، الزامات آئین نامه، تاریخچه تعمیرات، امکان مشاهده فاکتورهای قبلی، نام و آدرس و لوکیشن نمایندگی‌های مجاز و لغو شده و پایلوت های تعمیراتی، استعلام اصلی بودن قطعات، استعلام صحت فاکتور، امکان مشاهده رتبه بندی نمایندگی‌ها، car flow.

Complain progress control، ردیابی قطعات سفارش گذاری شده، سامانه پیامکی صحنه

گذاری مبلغ فاکتور

شرکت عرضه کننده خدمات پس از فروش باید نسبت به طراحی سامانه ارتباطی با مشتریان با

قابلیت‌های زیر اقدام نماید:

✓ اطلاعات نمایندگان رسمی شبکه خدمات پس از فروش شامل نام، کد، نشانی، تلفن، ساعات

کاری و خودروهای تحت پوشش.

✓ انتخاب نمایندگی و پذیرش اینترنتی.

✓ امکان مشاهده وضعیت لحظه‌ای خودرو پذیرش شده.

✓ اطلاع رسانی سیستماتیک اعمال گارنتی عیوب برطرف نشده در دوره ضمانت.

✓ اطلاع رسانی سیستماتیک گارنتی خدمات و قطعات تعمیرات انجام شده خارج از ضمانت.

✓ اطلاع رسانی سیستماتیک تأمین قطعات اضطراری سفارش گذاری شده برای مشتریان به

صورت لحظه‌ای از زمان ثبت تا زمان تأمین.

✓ امکان مشاهده صورت حساب‌های صادر برای مشتریان.

✓ امکان مشاهده قیمت قطعات و اجرت تعمیرات.

✓ امکان مشاهده قانون و آیین نامه جاری قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان.

✓ امکان مشاهده آخرین ویرایش دفترچه راهنما مشتریان.

✓ امکان مشاهده آخرین ویرایش دفترچه ضمانت محصولات.

✓ امکان ثبت و پیگیری شکایات مطرح شده توسط مشتریان.

۳-۷- طراحی و استقرار اپلیکیشن های کاربردی

جهت سهولت در ارائه خدمات به مشتریان با امکاناتی نظیر سرویس در محل مشتریان (Home

Service)، تخصیص نوبت، یادآوری سرویس های دوره ای بر اساس پیمایش و کارکرد خودرو، ارائه

اطلاعات کاربردی فنی و ...

۳-۸- مسئولیت پذیری اجتماعی

۳-۸-۱- حفاظت از محیط زیست

۳-۸-۲- کاهش مصرف انرژی در سطح ستاد و شبکه

۳-۸-۳- تمرکز و توجه به تأمین نیازهای کارکنان

۳-۸-۴- کاهش انتشار کربن در سطح ستاد و شبکه

۹-۳- رضایت کارکنان

۳-۹-۱- فرآیند پایش، اندازه‌گیری و تحلیل رضایت کارکنان

۱۰-۳- بازخورد کارکنان

۳-۱۰-۱- مکانیزم دریافت بازخوردها و پیشنهادات پرسنل

۱۱-۳- بکارگیری IT در فرآیندهای اجرائی (هوشمند سازی کسب و کار)

۳-۱۱-۱- میز راهنما Help Desk

۳-۱۱-۲- مدیریت درخواست مشتریان Ticketing

۴- نتایج

۴-۱- کارائی نمایندگی‌ها

۴-۱-۱- شاخص تعمیر خودرو در زمان متعارف

۴-۲- رضایت مشتریان از عملکرد شرکت خدمات پس از فروش (CSI)

۴-۳- رضایت مدیران نمایندگی‌ها از عملکرد شرکت خدمات پس از فروش (DSI)

۴-۴- ارزیابی و تحلیل

۴-۴-۱- فرآیند خود ارزیابی

۴-۵- شاخص‌های کلیدی عملکرد خدمات پس از فروش

۴-۵-۱- نتایج اثربخشی فرآیندهای کلیدی خدمات پس از فروش

۴-۶- بهره‌وری

۴-۶-۱- طرح ریزی مکانیزم محاسباتی بهره‌وری سرمایه

۴-۶-۲- طرح ریزی مکانیزم محاسباتی بهره‌وری نیروی انسانی

۴-۶-۳- طرح ریزی مکانیزم محاسباتی بهره‌وری زیر ساخت

۴-۶-۴- طرح ریزی مکانیزم محاسباتی بهره‌وری شبکه

بخش چهارم

شاخص ها و الزامات خدمات پس از فروش شبکه

نمایندگی های مجاز

۱- تعاریف مربوط به نمایندگی های مجاز:

۱-۱- فضای تعمیراتی:

به محلی که دارای نیروی انسانی، فضای فیزیکی و تجهیزات مناسب جهت انجام تعمیرات خودرو در نظر گرفته می شود اطلاق می گردد که لازم است فضای تعمیراتی مسقف و دارای تابلوی نوع فعالیت باشد.

۱-۲- انبار قطعات یدکی:

محلی که برای نگهداری قطعات یدکی در نظر گرفته شده است و بایستی دارای قفسه بندی مناسب و همچنین دارای سیستم کدبندی قطعات یدکی باشد.

تبصره ۱

برای کنترل موجودی، انبارهای لوازم یدکی باید حداقل به سیستم کاردکس مجهز باشد.

تبصره ۲

نمایندگی باید جهت برنامه ریزی تامین قطعات یدکی اقدام به تعریف نقطه سفارش و نقطه ذخیره احتیاطی نماید و نظارت بر اجرای آن را نیز انجام دهد.

۱-۳- انبار قطعات داغی:

این انبار محلی برای جمع آوری قطعات و لوازم داغی در نمایندگی می باشد.

۱-۴- انبار مواد مصرفی:

این انبار برای نگهداری روغن ها، ضدیخ، گریس و سایر مواد مصرفی در نمایندگی در نظر گرفته می شود.

۱-۵- انبار ابزار آلات:

بمنظور نگهداری مناسب از ابزار مخصوص و ابزار دقیق از این انبار استفاده می گردد.

تبصره ۳

این انبارها می توانند در یک فضا بصورت مجزا و مشخص قرار گرفته شده باشند.

۱-۶- پارکینگ خودروهای منتظر تعمیر و تعمیر شده:

از این پارکینگ برای توقف خودروهای تعمیر شده و منتظر تعمیر استفاده می گردد. پارکینگ باید به گونه ای باشد که امکان ورود و خروج خودروها به راحتی در آن وجود داشته باشد.

۷-۱- نگهداری و تعمیرات:

نمایندگی باید جهت تجهیزات مشخص شده در جداول بخش تجهیزات و ابزارآلات اقدام به تدوین دستورالعمل نگهداری و تعمیرات نموده به نحوی که برنامه زمان بندی، نوع سرویس و سایر شرایط مورد نیاز در آن تعریف شده باشد.

۸-۱- نمایندگی فعال:

نمایندگی فعال محسوب می گردد که تا زمان شروع فرایند ارزیابی نمایندگی های مجاز مشغول به فعالیت بوده است.

تبصره ۴

بدیهی است اعلام لغو و یا تعلیق بودن نمایندگی در بازه انجام ارزیابی توسط بازرس مورد صحه گذاری قرار خواهد گرفت.

۹-۱- نقطه سفارش:

منظور از نقطه سفارش سطحی از موجودی است که جوابگوی "نیاز نمایندگی" در دوره انتظار برای تأمین مجدد باشد.

۱۰-۱- ذخیره احتیاطی:

ذخیره احتیاطی یا حداقل موجودی عبارت است از میزان اضافه موجودی انبار برای جلوگیری از کمبود های احتمالی در زمان انتظار جهت دریافت قطعه.

✓ نیروی انسانی

✓ امکانات و تجهیزات

✓ فرایندهای خدمات پس از فروش

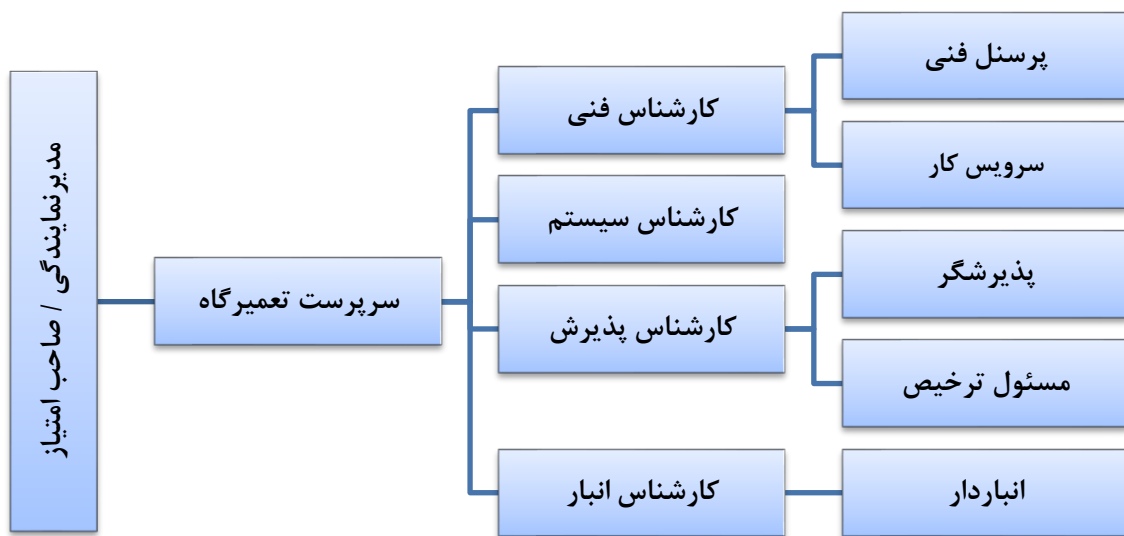
✓ امتیازهای تشویقی

۱- نیروی انسانی

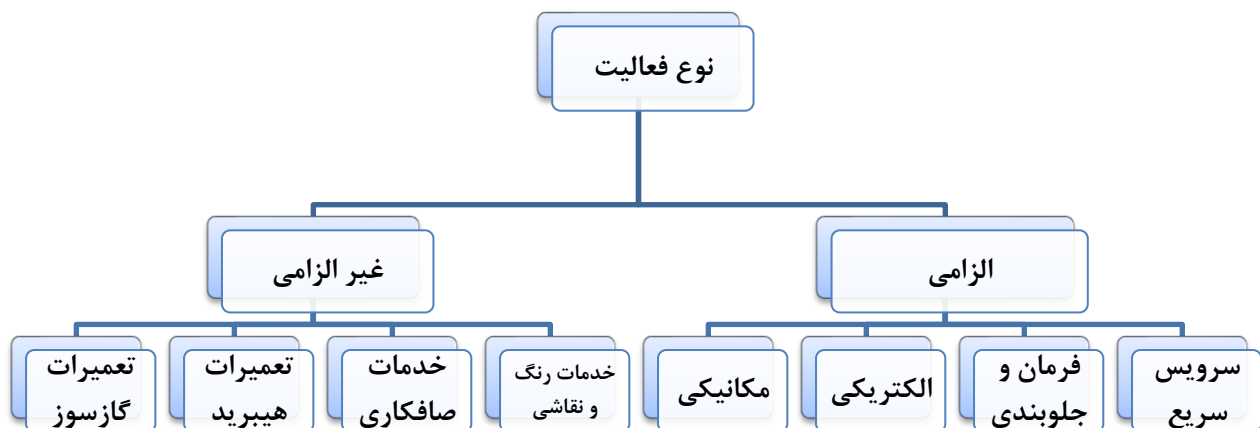
۱-۱- آموزش، مهارت، تعدد و شرایط

مدیریت نیروی انسانی یکی از پارامترهای مهم در نمایندگی مجاز به جهت ارائه خدمات مطلوب به مشتریان محسوب می گردد که بر این اساس تعیین تعداد نیروی انسانی کافی با توجه به تعداد پذیرش در هر نمایندگی مجاز به جهت برآورده کردن امکانات خدماتی صحیح و موثر باید صورت گیرد.

۱-۱-۱ ساختار سازمانی نمایندگی مجاز



* صاحب امتیاز نمایندگی می تواند در صورت احراز شرایط مدیر تعمیرگاه، این سمت را نیز به عهده داشته باشد.



۱-۱-۲ تعیین تعداد نیروی انسانی مورد نیاز در نمایندگی مجاز

جدول ۱-۱-۱ تعداد نفرات مورد نیاز مدیریت و نیروی انسانی نمایندگی سبک

ردیف	سمت	تعداد			
		$۳۰ \leq R$	$۲۰ \leq R < ۳۰$	$۱۰ \leq R < ۲۰$	$۰ < R < ۱۰$
۱	مدیر نمایندگی / صاحب امتیاز	۱			
۲	کارشناس پذیرش	۱	۱	۱	
۳	پذیرشگر	۲	۱		
۴	مسئول ترخیص	۱	۱		
۵	کارشناس سیستم	۱			
۶	کارشناس انبار	۱	۱	۱	
۷	انبار دار	به ازای هر ۲۰ پذیرش یک نفر اضافه می شود	۱		

R = متوسط تعداد پذیرش روزانه

جدول ۱-۱-۲ تعداد نفرات مورد نیاز مدیریت و نیروی انسانی نمایندگی سنگین

ردیف	سمت	تعداد			
		$۳۰ \leq R$	$۲۰ \leq R < ۳۰$	$۱۰ \leq R < ۲۰$	$۰ < R < ۱۰$
۱	مدیر نمایندگی / صاحب امتیاز	۱			
۲	کارشناس پذیرش	۱	۱	۱	
۳	پذیرشگر	۲	۱		
۴	مسئول ترخیص	۱	۱		
۵	کارشناس سیستم	۱			
۶	کارشناس انبار	۱	۱	۱	
۷	انبار دار	به ازای هر ۲۰ پذیرش یک نفر اضافه می شود	۱		

جدول ۱-۳ تعداد نفرات مورد نیاز سرپرست تعمیرگاه و کارشناس فنی نمایندگی سبک و سنگین

تعداد					سمت	ردیف
$40 < T$	$30 < T \leq 40$	$20 < T \leq 30$	$10 < T \leq 20$	$0 < T \leq 10$		
به ازای هر ۱۵ نفر پرسنل فنی یک نفر اضافه می گردد	۴	۳	۲	۱	کارشناس فنی	۱
۱			-		سرپرست تعمیرگاه	۲

 $T =$ تعداد پرسنل فنی

تعیین تعداد پرسنل فنی مورد نیاز در نمایندگی مجاز سبک جهت فعالیت های الزامی:

$$\text{تعداد پرسنل فنی} = \left\lceil \frac{(R_M * 2.5) + (R_C * 1.5) + (R_E * 1) + (R_G * 1.5)}{t} \right\rceil$$

$$\text{تعداد سرویس کار} = \left\lceil \frac{(R_S * 0.5)}{t} \right\rceil$$

تعیین تعداد پرسنل فنی مورد نیاز در نمایندگی مجاز سنگین جهت فعالیت های الزامی:

$$\text{تعداد پرسنل فنی} = \left\lceil \frac{(R_M * 4) + (R_C * 3) + (R_E * 2) + (R_G * 3.2)}{t} \right\rceil$$

$$\text{تعداد سرویس کار} = \left\lceil \frac{(R_S * 1)}{t} \right\rceil$$

 $R_M =$ متوسط تعداد پذیرش روزانه فعالیت مکانیکی $R_C =$ متوسط تعداد پذیرش روزانه فعالیت جلوبندی $R_E =$ متوسط تعداد پذیرش روزانه فعالیت الکتریکی $R_G =$ متوسط تعداد پذیرش روزانه فعالیت گازسوز و هیبریدکار $R_S =$ متوسط تعداد پذیرش روزانه سرویس سریع $t =$ ساعت کار نمایندگی در یک روز (به صورت پیش فرض ساعت کارکرد نمایندگی ۸ ساعت در نظر گرفته می شود)

و در صورت وجود بانک اطلاعاتی مشخص از وضعیت ساعت کارکرد نمایندگی های مجاز و صحه گذاری آن توسط

شرکت های عرضه کننده خودرو/واسطه خدمات پس از فروش و پس از تأیید آن توسط بازرس جهت نمایندگی هایی

که بیش از ۸ ساعت در روز فعالیت دارند، ساعت فعالیت آن ها لحاظ خواهد شد)

✓ محاسبه تعداد پرسنل فنی در نمایندگی های مجاز بر اساس گرد کردن افزایشی (Round up) مجموع

تعداد پرسنل محاسبه خواهد شد.

- ✓ چنانچه سرویس کار شرایط احراز سطح پرسنل فنی را دارا باشد در صورت برقراری محاسبات تعداد پرسنل مورد نیاز نمایندگی می تواند نفراتی مشترک را در این پست معرفی نماید.
- ✓ محاسبات مربوط به پذیرش سرویس دوره ای در صورت نیاز به نسبت در فعالیت های مکانیکی، جلوبندی و الکتریکی لحاظ گردد.
- ✓ کلیه پذیرش هایی که زمان پذیرش تا اتمام تعمیرات و یا بازدید آنها کمتر از ۶۰ دقیقه باشد به عنوان فعالیت سرویس سریع لحاظ می گردند.

تبصره ۵

در صورت وجود بانک اطلاعات تفکیکی و مشخص از زمان بندی شروع و اتمام تعمیرات انجام شده در کلیه نمایندگی های مجاز شرکت عرضه کننده خودرو / واسطه خدمات پس از فروش می تواند پس از تأیید اطلاعات توسط بازرس نسبت به اصلاح متوسط زمان انجام تعمیرات اقدام نماید.

تبصره ۶ (در خصوص نمایندگی های سبک و سنگین)

در مورد نمایندگی های مجاز با پذیرش روزانه تا ۱۰ خودرو، وجود یک نفر به عنوان کارشناس فنی، کارشناس پذیرش، پذیرشگر و مسئول ترخیص، مورد قبول می باشد که لازم است ضمن احراز شرایط کارشناس فنی، دوره های آموزشی مربوط به پست های فوق را نیز گذرانده باشد.

تبصره ۷

علاوه بر پرسنل مورد نیاز مطابق با جدول فوق سایر پرسنل شاغل در پست های یاد شده در نمایندگی نیز ثبت و مطابق با جداول شرایط احراز ارزیابی خواهند گردید.

نفراتی قابلیت کسب امتیاز را دارا می باشند که حداقل سه ماه از تاریخ شروع کار آنها در نمایندگی و معرفی به سازمان تأمین اجتماعی گذشته باشد، حداقل سن آنها ۱۸ سال تمام بوده و حداقل دارای ۲۰ روز فعالیت ماهانه داشته باشند. ارائه مدارک و مستندات جهت اثبات این موضوع توسط نمایندگی مجاز الزامی است.

✓ نفراتی که دارای آموزش های مقدماتی و دانشی بوده و به عنوان سرویس کار در نمایندگی مشغول به فعالیت می باشند نیز در ارزیابی قرار خواهند گرفت. این گروه باید دوره های دانشی را سپری نموده باشند. و حداقل ۷۰ درصد شرایط احراز این پست را کسب نموده باشند (مطابق جدول دوره های دانشی).

تبصره ۸

چنانچه نفراتی جدیدالورود بوده و یا مزاد بر نیاز حداقل پرسنل فنی و سرویس کار مورد نیاز نمایندگی باشند، در سطح سرویس مورد محاسبه قرار می گیرند.

✓ کلیه پرسنل نمایندگی مجاز باید از طرف عرضه کننده / واسطه خدمات پس از فروش به عنوان پرسنل نمایندگی مجاز با ثبت عنوان شغلی مورد تأیید قرار گرفته باشد. پذیرش نفرات بر اساس احراز پست پرسنل، توسط بازرس خواهد بود.

تبصره ۹

واسطه خدمات پس از فروش باید بسته آموزشی مورد نیاز کلیه پست های الزامی و غیر الزامی (در صورت وجود) را طراحی و کلیه سرفصل های آموزشی مورد نیاز را به آنها آموزش دهد و پس از اطمینان از کسب مهارت های لازم توسط آنها برای ایشان، گواهینامه تأیید صلاحیت احراز پست مربوطه در خصوص کلیه خودروهایی تحت مسئولیت آن نمایندگی را صادر نماید. سرفصل های این بسته آموزشی باید حداقل شامل موارد مورد اشاره در این دستورالعمل باشد.

نحوه سطح بندی نفرات شاغل در حوزه فنی نمایندگی و حداقل آموزش مورد نیاز هر سطح، مطابق با نمودار زیر می باشد:



تبصره ۱۰

سطح پرسنل با توجه به تعدد دوره های آموزشی گذرانده شده و شرایط احراز تعریف شده تعیین می گردد.

نحوه امتیاز دهی آموزش پرسنل ستادی:

محاسبه امتیاز آموزش پرسنل ستادی که شامل مدیر نمایندگی، سرپرست تعمیرگاه، کارشناس فنی، کارشناس پذیرش، پذیرشگر، مسئول ترخیص، کارشناس سیستم، کارشناس انبار و انباردار می گردد بر اساس گذراندن دوره های آموزشی مورد نیاز هر پست می باشد. دوره های پرسنل ستادی شامل دوره های عمومی و تخصصی آن پست می باشد. وزن دوره های عمومی ۵۰ درصد وزن دوره های تخصصی می باشد.

نحوه امتیاز دهی آموزش پرسنل فنی و سرویس:

محاسبه امتیاز آموزش پرسنل فنی و پرسنل سرویس بر اساس نوع آموزش فردی و گروهی برای تعداد پرسنل مورد نیاز می باشد. نمرات مازاد هر پست با الزامات سطح بعدی و یا شاخص توسعه پرسنل بررسی خواهند شد.

آموزش فردی: گذراندن حداقل یک سرفصل از یکی از خودروهایی تحت مسئولیت نمایندگی

(تعداد دوره ها × تعداد پرسنل موجود) ÷ (تعداد دوره های گذرانده شده مستقل از نوع خودرو) = آموزش فردی

آموزش کل: مجموع دوره های آموزشی مورد نیاز در هر پست کاری بر اساس تعداد پذیرش روزانه کلیه

خودروهایی تحت مسئولیت

$$\text{ضریب آموزش} * \left[\frac{\text{تعداد دوره های گذرانده شده با توجه بسته آموزشی مورد نیاز} * \text{آموزش فردی}}{\text{تعداد دوره ها} * \text{بسته آموزشی مورد نیاز}} \right] = \text{امتیاز کل}$$

تعداد پرسنل مورد نیاز *

تبصره ۱۱

بسته آموزشی بر اساس پذیرش خودرو در فعالیت مربوطه محاسبه می گردد.

۱-۱-۳- شرایط احراز پرسنل نمایندگی های مجاز

۱-۱-۳-۱- مدیر نمایندگی / صاحب امتیاز:

سوابق تحصیلی و کاری

- لیسانس و بالاتر با سه سال سابقه کار مرتبط با خودرو
- فوق دیپلم با پنج سال سابقه کار مرتبط با خودرو
- دیپلم با هفت سال سابقه کار مرتبط با خودرو

▪ دوره های آموزشی الزامی

- آشنایی با کلیه نرم افزارهای ارتباطی شرکت مربوطه
- مدیریت نمایندگی با توجه به الزامات شرکت خودرو ساز
- آشنایی با الزامات آخرین بازنگری دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو (عمومی)

• آشنایی با آخرین ویرایش استاندارد ISO ۹۰۰۱ (عمومی)

• تجزیه و تحلیل داده ها (عمومی)

• اصول و فنون مذاکره (عمومی)

• آشنایی با محصولات

• اصول مدیریت و سرپرستی (عمومی)

• سنجش و ارزیابی عملکرد و کارایی کارکنان (عمومی)

▪ دوره های آموزشی تکمیلی

• آشنایی با الزامات و قوانین ایمنی کار

• آشنایی با قوانین بیمه و مالیات

آشنایی با آخرین ویرایش استاندارد ایزو ۱۰۰۰۲ و ایزو ۱۰۰۰۴

برنامه ریزی استراتژیک

طرح کسب و کار

تجزیه و تحلیل صورت های مالی

▪ شرح وظایف

- نظارت بر سیستم خدمات پس از فروش
- طراحی، سازماندهی و برنامه ریزی خدمات
- نظارت بر چگونگی رسیدگی به شکایات مشتریان و بررسی روند آنها
- نظارت بر فرایند تأمین و سفارش گذاری قطعات یدکی
- نظارت بر نحوه ارائه خدمات گارانتی و وارانتی
- بکارگیری استراتژی های کسب و کار در جهت رسیدن به اهداف تجاری
- تجزیه و تحلیل شرایط بازار
- تجزیه و تحلیل شاخص های کلیدی عملکرد
- ارتباط مستقیم با عرضه کننده / واسطه خدمات پس از فروش
- نظارت بر اجرای نظام انگیزشی پرسنل و تأمین منابع مورد نیاز

۱-۱-۳-۲- سرپرست تعمیرگاه:

▪ سوابق تحصیلی و کاری

- لیسانس فنی و بالاتر با دو سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو
- فوق دیپلم فنی با چهار سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو
- دیپلم فنی با شش سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

دوره های آموزشی الزامی

- آشنایی نرم افزار ارتباطی شرکت مربوطه
- مشتری مداری (عمومی)
- آشنایی با الزامات و قوانین ایمنی کار (عمومی)

- آشنایی با آخرین ویرایش استاندارد ایزو ۹۰۰۱ (عمومی)
- اصول مدیریت و سرپرستی (عمومی)
- آشنایی با کالیبراسیون (عمومی)
- دوره های دانشی و تخصصی تعمیرات شامل: دوره های مقدماتی و پیشرفته در سرفصل های سیستم موتور، سیستم گیربکس، سیستم سوخت رسانی، سیستم ترمز ، آموزش کار با دستگاه های عیب یاب، سیستم برق خودرو، سیستم تهویه مطبوع و تعمیرات آن، سیستم تعلیقات خودرو، روش کار با کلیه ابزار مخصوص ها و دوره تخصصی تعمیرات سیستم های گازسوز CNG/هیبرید/برقی و ایمنی (در صورتیکه نمایندگی دارای فعالیت گازسوز/هیبرید/برقی باشد)

دوره های آموزشی تکمیلی

- کار تیمی
- اصول و فنون مذاکره
- آشنایی با کامپیوتر و نرم افزارهای اداری
- مدیریت و بهبود فرآیندها و اندازه گیری اثربخشی و کارایی
- نظام آراستگی (5S)

شرح وظایف

- ارائه گزارشات مورد نیاز به مدیریت نمایندگی
- نظارت بر عملکرد کارشناسان فنی و پاسخ گویی به سوالات و ابهامات
- آموزش کارشناسان فنی نمایندگی مجاز در صورت لزوم
- دریافت اطلاعاتی های فنی از شرکت عرضه کننده خودرو / خدمات پس از فروش، دستورالعمل های فراخوان و نظارت بر اجرای آن
- نظارت بر عملکرد پرسنل فنی و رعایت اصول ایمنی حین کار
- نظارت بر فرایند نوبت دهی، پذیرش و ترخیص
- نظارت بر فرایند پاسخ دهی به مشتریان

▪ سوابق تحصیلی و کاری

- لیسانس فنی و بالاتر با حداقل دو سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو
- فوق دیپلم فنی با حداقل چهار سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو
- دیپلم فنی با حداقل شش سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

دوره های آموزشی الزامی

- آشنایی نرم افزار ارتباطی شرکت مربوطه
- مشتری مداری (عمومی)
- آشنایی با نرم افزارهای اداری (عمومی)
- نظام آراستگی (۵S) (عمومی)
- آشنایی با امداد رسانی و اطفاء حریق (عمومی)
- دوره های دانشی و تخصصی تعمیرات شامل: دوره های مقدماتی و پیشرفته در سرفصل های سیستم موتور، سیستم گیربکس، سیستم سوخت رسانی، سیستم ترمز، اصول عیب یابی و آموزش کار با دستگاه های عیب یاب، سیستم برق خودرو، سیستم تهویه مطبوع و تعمیرات آن، سیستم تعلیقات خودرو، روش کار با کلیه ابزار مخصوص ها و دوره تخصصی تعمیرات سیستم های گازسوز CNG/هیبرید/برقی و ایمنی (در صورتیکه نمایندگی دارای فعالیت گازسوز/هیبرید/برقی باشد)

دوره های آموزشی تکمیلی

- آشنایی با الزامات و قوانین ایمنی کار (عمومی)
- آشنایی با آخرین ویرایش استاندارد ایزو ۹۰۰۱ (عمومی)
- اصول مدیریت و سرپرستی (عمومی)
- اصول و فنون مذاکره (عمومی)
- آشنایی با کالیبراسیون

▪ شرح وظایف

- آموزش پرسنل فنی و تعمیرکاران نمایندگان مجاز
 - آموزش نحوه امداد رسانی و اطفاء حریق به پرسنل
 - انجام آزمایش های لازم قبل از شروع کار تعمیرات و انجام عملیات تعمیراتی به طور سیستماتیک
- با توجه به موعد تحویل خودرو و در نهایت ارائه مشاوره به مشتریان
- دریافت اطلاعاتی های فنی، دستورالعمل های فراخوان و نظارت بر اجرای اطلاعاتی ها و دستورالعمل ها، نگهداری و طبقه بندی و آموزش آن به پرسنل نمایندگی
 - حفظ و نگهداری مستندات فنی برای هر کدام از مدل های خودرو در آرشیو فنی و بروز کردن آن ها

- بررسی نحوه تعمیرات انجام شده توسط پرسنل فنی
- انجام تستهای لازم بر روی خودرو قبل از تحویل آن به مشتری
- ارائه گزارشات مورد نیاز به سرپرست/مدیر نمایندگی
- هماهنگی برای ارسال به موقع تجهیزات و ابزارالات اندازه گیری جهت کالیبراسیون
- کنترل و اجرای نگهداری و تعمیرات دوره ای تجهیزات و دستگاه های تعمیرگاه

۱-۱-۳-۴- کارشناس پذیرش:

▪ سوابق تحصیلی و کاری

- فوق دیپلم فنی و یا بالاتر با دو سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو
- دیپلم فنی و یا بالاتر با چهار سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

▪ دوره های آموزشی الزامی

- آشنایی نرم افزار ارتباطی شرکت مربوطه
- اصول پذیرش
- اصول برخورد و تحلیل رفتار مشتریان (عمومی)
- اصول نوبت دهی و برنامه ریزی تعمیرات

• دوره های دانشی تعمیرات شامل: سیستم موتور، سیستم گیربکس، آموزش کار با دستگاه های عیب یاب، سیستم برق خودرو، سیستم سوخت رسانی، سیستم تعلیق، ترمز و فرمان و تعمیرات سیستم های گازسوز CNG/هیبرید/برقی و ایمنی (در صورتیکه نمایندگی دارای فعالیت گازسوز/هیبرید/برقی باشد)

▪ دوره های آموزشی تکمیلی

- آشنایی با نرم افزارهای اداری
- کار تیمی
- نظام آراستگی (5S)
- آشنایی با آخرین ویرایش استاندارد ایزو ۹۰۰۱ (عمومی)

▪ شرح وظایف

- برنامه ریزی و کنترل نوبت دهی
- پذیرش محترمانه مشتری و تکمیل فرم های مربوطه
- هماهنگی اجرای امور تعمیرات با سایر پرسنل مرتبط
- تست اولیه خودرو به منظور شناسایی ایرادات عنوان شده از سوی مشتری در صورت نیاز
- تخمین زمان مورد نیاز و هزینه تعمیر خودرو در زمان پذیرش و اعلام تغییرات احتمالی
- پیگیری تعمیرات و هماهنگی با مشتری در صورت لزوم در حین انجام کار
- تحویل خودرو به مشتری با ارائه توضیحات و توصیه های لازم
- اطمینان از جلب رضایت مشتری در هنگام تحویل خودرو
- اطمینان از برطرف شدن یا تعیین تکلیف عیوب ایمنی خودرو قبل از تحویل به مشتری
- ترخیص خودرو

۱-۱-۳-۵- پذیرشگر:

▪ سوابق تحصیلی و کاری

▪ دیپلم و یا بالاتر با دو سال سابقه کار

▪ دوره های آموزشی الزامی

- آشنایی نرم افزار ارتباطی شرکت مربوطه
- اصول پذیرش
- مشتری مداری (عمومی)
- آشنایی با نرم افزارهای اداری (عمومی)

▪ دوره های آموزشی تکمیلی

- اصول نوبت دهی و برنامه ریزی تعمیرات
- نظام آراستگی (5S)
- اصول ترخیص خودرو

▪ شرح وظایف

- ثبت اطلاعات مشتری و ایرادات خودرو بر اساس اظهارات مشتری
- پیگیری تعمیرات و هماهنگی زمان تحویل خودرو با مشتری
- ثبت تغییرات احتمالی تعمیرات و هزینه و اطلاع رسانی به مشتری
- صدور برگه پذیرش سیستمی و ارائه آن به مشتری

۱-۱-۳-۶- مسئول ترخیص:

▪ سوابق تحصیلی و کاری

- دیپلم و یا بالاتر با دو سال سابقه کار

▪ دوره های آموزشی الزامی

- آشنایی نرم افزار ارتباطی شرکت مربوطه
- اصول ترخیص
- مشتری مداری (عمومی)

▪ دوره های آموزشی تکمیلی

- نظام آراستگی (5S)

- آشنایی با نرم افزارهای اداری

▪ شرح وظایف

- صدور فاکتور رسمی نهایی و ارائه به مشتری
- آگاهی از خودروهای آماده تحویل به مشتریان از کارشناس فنی با پذیرش جهت آماده سازی ترخیص

- اطلاع رسانی و هماهنگی با مشتری جهت ترخیص خودرو
- راهنمایی مشتریان جهت زمان مراجعات بعدی در صورت نیاز

۱-۱-۳-۷- کارشناس انبار:

▪ سوابق تحصیلی و کاری

- فوق دیپلم و یا بالاتر با دو سال سابقه کار مرتبط با انبارداری
- دیپلم با چهار سال سابقه کار مرتبط با انبارداری

▪ دوره های آموزشی الزامی

- آشنایی با نرم افزار ارتباطی شرکت مربوطه
- برنامه ریزی و کنترل موجودی و مدل های سفارش گذاری
- قطعه شناسی

- اصول انبار داری (عمومی)
- نظام آراستگی (5S) (عمومی)
- ایمنی انبار (عمومی)

▪ دوره های آموزشی تکمیلی

- اصول ممیزی و کنترل انبار
- آشنایی با نرم افزارهای اداری

تبصره ۱۲

دوره اصول انبارداری باید سرفصل های انبارگردانی، کنترل موجودی، کد گذاری اقلام، نحوه چیدمان و آدرس دهی را پوشش دهد.

▪ شرح وظایف

- ایجاد سیستم سفارش گذاری منظم در بازه های زمانی مورد نیاز با در نظر گرفتن میزان موجودی، نرخ مصرف و نقطه سفارش
- طبقه بندی و کدگذاری قطعات
- کنترل موجودی انبار و بهینه کردن مدیریت موجودی
- رعایت شرایط نگهداری قطعات یدکی در انبار
- بایگانی اسناد و مدارک مرتبط با انبار و سفارش گذاری
- تحویل گرفتن قطعات خریداری شده مطابق با نیاز سنجی خرید
- صدور حواله هنگام تحویل دادن قطعات
- ارائه گزارشات لازم به مدیریت نمایندگی

۱-۱-۳-۸- انباردار:

▪ سوابق تحصیلی و کاری

- دیپلم و یا بالاتر با دو سال سابقه کار

▪ دوره های آموزشی الزامی

- آشنایی با نرم افزار ارتباطی شرکت مربوطه
- قطعه شناسی

- نظام آراستگی (۵S) (عمومی)

- ایمنی انبار (عمومی)

▪ دوره های آموزشی تکمیلی

- آشنایی با نرم افزارهای اداری
- اصول انبار داری
- برنامه ریزی و کنترل موجودی و مدل های سفارش گذاری

▪ شرح وظایف

- چیدمان قطعات تحویلی در قفسه ها
- ایجاد نظم و ترتیب و آراستگی در انبار

- تحویل قطعات به پرسنل فنی
- رعایت شرایط نگهداری قطعات یدکی در انبار
- بایگانی اسناد و مدارک مرتبط با انبار و سفارش گذاری

۱-۱-۳-۹- کارشناس سیستم:

▪ سوابق تحصیلی و کاری

- لیسانس یا بالاتر با دو سال سابقه کار مرتبط
- فوق دیپلم یا بالاتر با چهار سال سابقه کاری مرتبط

▪ دوره های آموزشی الزامی

- آشنایی با الزامات و ممیزی داخلی ویرایش الزامات استانداردهای ایزو ۹۰۰۱، ۱۰۰۰۲ و ۱۰۰۰۴ (عمومی)

- آشنایی با الزامات آخرین بازنگری دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو (عمومی)

- تجزیه و تحلیل شاخص های رضایت مندی مشتریان (مقدماتی) (عمومی)

- مدیریت ارتباط با مشتری (عمومی)

- اصول و فنون مذاکره (عمومی)

- آشنایی با کالیبراسیون (عمومی)

- آشنایی با امداد رسانی و اطفاء حریق (عمومی)

- آشنایی با الزامات و قوانین ایمنی کار (عمومی)

- نظام آراستگی (5S) (عمومی)

• دوره های آموزشی تکمیلی

- آشنایی با نگهداری و تعمیرات

- تجزیه و تحلیل شاخص های رضایت مندی مشتریان (پیشرفته)

- روش های وفادارسازی مشتریان

• مدیریت هزینه های کیفیت COQ

▪ شرح وظایف

- کمک به توسعه و حفظ روابط با مشتریان
- بررسی شکایات مشتریان و انجام اقدام و تعریف اقدامات اصلاحی
- تحلیل نتایج حاصل از نظر سنجی مشتریان و طراحی و توسعه برنامه های افزایش ارتقاء سطح رضایت مندی مشتریان
- ارزیابی دوره ای در حوزه نظام آراستگی و تعریف اقدامات بهبود
- آموزش امدادسانی و اطفاء حریق به سایر پرسنل
- نظارت بر رعایت الزامات ایمنی حین کار در نمایندگی
- نظارت بر پیاده سازی الزامات آخرین ویرایش دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش
- تجزیه و تحلیل و پایش شاخص های عملکردی
- ارائه گزارشات دوره ای نظارت بر سیستم و الزامات به مدیریت نمایندگی
- نظارت بر نحوه پیاده سازی و انجام ممیزی داخلی سیستم مدیریت کیفیت
- حفظ مستندات و سوابق مرتبط
- نظارت بر اجرای صحیح و به موقع کالیبراسیون
- نظارت بر اجرای صحیح و به موقع نگهداری و تعمیرات
- سنجش اثر بخشی اجرای نظام انگیزشی کلیه پرسنل نمایندگی

۱-۱-۳-۱۰- پرسنل فنی:

▪ سوابق تحصیلی و کاری

- دیپلم و یا بالاتر با دو سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو
- سیکل با چهار سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

▪ دوره های آموزشی الزامی

- دوره های دانشی و تخصصی تعمیرات شامل:

- سیستم موتور، سیستم گیربکس، سیستم سوخت رسانی، سیستم ترمز، عیب یابی و کار با دستگاه های عیب یاب، روش کار با ابزار مخصوص، سیستم برق، سیستم تهویه مطبوع، سیستم فرمان، سیستم تعلیق، سیستم جلوبندی، سیستم گازسوز/هیبرید/برقی (در صورت پایلوت)
- نظام آراستگی (5S)

▪ دوره های آموزشی تکمیلی

- آشنایی با امداد رسانی و اطفاء حریق
- آشنایی نرم افزار ارتباطی شرکت مربوطه
- مشتری مداری (عمومی)
- آشنایی با نرم افزارهای اداری (عمومی)

۱-۱-۳-۱۱- سرویس کار:

▪ سوابق تحصیلی و کاری

- زیر دیپلم (حداقل گواهینامه پایان تحصیلات راهنمایی) با حداقل چهار سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو
- دیپلم و یا بالاتر با حداقل دو سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

▪ دوره های آموزشی الزامی

- دوره های دانشی تعمیرات شامل: سیستم موتور، سیستم برق خودرو، سیستم سوخت رسانی، سیستم تعلیقات خودرو و تهویه مطبوع
- نظام آراستگی (5S)

تبصره ۱۳

رشته های تحصیلی فنی عبارتند از:

مهندسی مکانیک (کلیه گرایش ها)، برق (کلیه گرایش ها)، اتومکانیک و ماشین آلات کشاورزی، تعمیرات مکانیکی، تعمیر و نگهداری خودرو، الکتروتکنیک.

تبصره ۱۴

در صورت برگزاری دوره های آموزشی عمومی در سایر مراکز آموزشی خارج از شرکت واسطه خدمات پس از فروش، ثبت دوره های آموزشی مشروط بر اخذ آزمون با تأیید شرکت واسطه خدمات پس از فروش و بازرس امکان پذیر می باشد.

تبصره ۱۵

برگزارکننده دوره های آموزش الزامات دستورالعمل جاری باید مورد تأیید بازرس قرار گیرد.

تبصره ۱۶

در صورت عدم ارائه و یا تأیید مدرک تحصیلی ارائه شده در هر پست، امتیاز سابقه کار بر اساس حداکثر الزام تعیین شده همان پست محاسبه خواهد گردید.

۱-۲- شاخص های مورد بررسی در حوزه نیروی انسانی:

۱- شاخص ماندگاری پرسنل:

$$\text{نرخ ماندگاری} = \left[\frac{\text{مجموع سوابق داخل نمایندگی ماه}}{\text{تعداد پرسنل مورد نیاز موثر بر خدمات}} \right]$$

تبصره ۱۷

در صورت ترک کار و بازگشت مجدد پرسنل سابقه محاسبه شده جهت اندازه گیری این شاخص از زمان بازگشت مجدد خواهد بود.

۲- شاخص مهارت پرسنل:

مهارت پرسنل: این شاخص بر اساس آزمون مهارت سنجی که توسط شرکت عرضه کننده / خدمات پس از فروش و صحه گذاری آن توسط نتایج بازرس بصورت سالانه مورد پایش قرار خواهد گرفت. آزمون مهارت سنجی باید حوزه های کار با تجهیزات تعمیرگاهی الزامی، ابزار مخصوص، دستورالعمل های فنی و تعمیراتی، عیب یابی و زمان انجام تعمیرات را پوشش دهد.

$$\text{مهارت پرسنل نمایندگی} = \left[\frac{(\text{پست ضریب} * \text{میانگین امتیاز مهارت پست})}{\text{مجموع ضرایب}} \right]$$

پست های مورد نظر جهت مهارت سنجی شامل کارشناس پذیرش، کارشناس فنی و پرسنل فنی می باشد.

۳- شاخص کارایی آموزش:

این شاخص بر اساس مدت زمان برخورداری پرسنل از گواهینامه دوره های آموزشی طی شده مورد نظر می باشد. این شاخص بصورت سالانه و برای کلیه پرسنل نمایندگی توسط بازرس مورد سنجش قرار می گیرد.

$$\text{کارایی آموزش} = \left[\frac{\sum_{i=1}^{12} (\text{تعداد دوره سپری الزامی شده پرسنل در ماه } i \text{ ام})}{\text{تعداد دوره الزامی پرسنل مورد نیاز در ماه } i \text{ ام}} \right] / 12$$

۴- شاخص دوره های تکمیلی (تشویقی):

این شاخص بر اساس تعداد دوره های تکمیلی سپری شده پرسنل هر پست مورد محاسبه قرار میگیرد.

$$\text{دوره های تکمیلی} = \left[\frac{\sum_{i=1}^{12} (\text{تعداد دوره تکمیلی سپری شده پرسنل در ماه } i \text{ ام})}{\text{تعداد دوره تکمیلی پرسنل مورد نیاز در ماه } i \text{ ام}} \right] / 12$$

۵- شاخص توسعه و رشد پرسنل (تشویقی):

این شاخص بر اساس شرایط فعلی پرسنل فنی مزاد بر حداقل نیروی مورد نیاز نمایندگی مورد محاسبه قرار میگیرد. چنانچه نمایندگی دارای نفرات مزاد در پست های کارشناس فنی، کارشناس پذیرش، پرسنل فنی و سرویس باشد این شاخص به عنوان شاخص تشویقی مورد محاسبه قرار می گیرد. مبنای محاسبه این شاخص بر اساس شرایط احراز سطح پرسنل سرویس و به میزان حداکثر ۳۰ درصد تعداد پرسنل مورد نیاز در پست های اشاره شده می باشد.

۳-۱- نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز بخش (آموزش، مهارت، تعدد و شرایط) ۱۳ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی می باشد.

نحوه امتیاز دهی این بخش به ازای تعداد نفرات تعیین شده در جداول ۱-۱-۱، ۲-۱-۱ و ۳-۱-۱ سبک و سنگین و بر اساس ضرایب جدول ۳-۱ تعیین می گردد:

جدول ۱-۳ ضرایب پرسنل تعمیرگاه مجاز

ردیف	سمت	ضریب
۱	مدیر نمایندگی	۲
۲	سرپرست تعمیرگاه	۲.۵
۳	کارشناس فنی	۲
۴	کارشناس سیستم	۱.۵
۵	کارشناس پذیرش	۱
۶	کارشناس انبار	۱
۷	پرسنل فنی	۱.۵
۸	پذیرشگر	۰.۵
۹	مسئول ترخیص	۰.۵
۱۰	انباردار	۰.۵
۱۱	سرویس کار	۰.۵

تبصره ۱۸

حداقل شرط سنجش امتیاز پرسنل در پست های ستادی شامل مدیر نمایندگی، کارشناس پذیرش، کارشناس سیستم، کارشناس انبار، پذیرشگر، مسدول ترخیص و انباردار کسب حداقل ۵۰ درصد شرایط احراز می باشد.

تبصره ۱۹

ده درصد امتیاز هر یک از پرسنل مربوط به سوابق تحصیلی و بیست درصد مربوط به سوابق کاری و هفتاد درصد مابقی مربوط به دوره های آموزشی تعیین شده می باشد.

تبصره ۲۰

مدارک تحصیلی مورد پذیرش در فرآیند ارزیابی عبارتند از:

- اصل مدارک صادر شده توسط وزارت آموزش و پرورش و یا سازمان آموزش فنی و حرفه ای
- اصل مدارک صادر شده توسط وزارت علوم و تحقیقات و فناوری و یا ارائه از طریق سامانه های وزارت علوم و تحقیقات و فناوری
- سوابق مندرج در نرم افزار ارتباطی شرکت ها در صورت تأیید بازرس

سوابق کاری مورد پذیرش در فرآیند ارزیابی عبارتند از:

- سوابق ثبت شده در سامانه تأمین اجتماعی برای کلیه پرسنل
- اصل جواز کسب معتبر برای مدیر نمایندگی
- اصل قرارداد محضری برای افراد بازنشسته
- سوابق مندرج در نرم افزار ارتباطی شرکت ها در صورت تأیید بازرس

تبصره ۲۱

در خصوص سوابق کاری و تحصیلی پرسنل نمایندگی‌های مجاز امتیاز سوابق ارائه شده در ارزیابی به نسبت سوابق تعیین شده در دستورالعمل لحاظ می‌گردد.

تبصره ۲۲

دوره های آموزشی مرتبط با این دستورالعمل توسط مدرسین مورد تأیید بازرس قابل تأیید می باشد.

تبصره ۲۳

ارائه سوابق آموزشی الزامی و تکمیلی از طریق سایت رسمی شرکت واسطه خدمات پس از فروش با ذکر شماره گواهینامه، تاریخ برگزاری و نمره کسب شده قابل قبول میباشد. حد نصاب قبولی در دوره های تخصصی و عمومی کسب امتیاز ۱۴ از ۲۰ می باشد. بر این اساس کلیه نفرات حاضر در دوره های برگزار شده باید توسط شرکت عرضه کننده / واسطه خدمات پس از فروش مورد سنجش قرار گیرند.

۲- امکانات و تجهیزات

۲-۱- تجهیزات و ابزارآلات

۲-۱-۱- بالابرها (نمایندگی های سبک)

در نمایندگی های سبک حداقل نیمی از فضا های مورد نیاز پرسنل فنی و کلیه فضاهای سرویس باید مجهز به بالابر دو ستونه و یا قیچی باشند.

تبصره ۲۴

در صورت انجام فعالیت گازسوز و یا هرگونه فعالیت تعمیراتی دیگر (نظیر سرویس سریع یا pds) که نیاز به جک مجزا داشته باشد وجود حداقل یک بالابر دو ستونه یا قیچی در محل آن فعالیت الزامی می باشد.

تبصره ۲۵

در کلیه نمایندگی های مجاز سبک به منظور انجام فعالیت تنظیم فرمان وجود یک جک چهارستونه (یا جک قیچی دوپل) همراه با صفحات لغزان و گردان و جک تودلی الزامی است. این جک می تواند به عنوان یکی از جک های مورد نیاز پرسنل فنی مورد محاسبه قرار گیرد.

۲-۱-۲- بالابرها (نمایندگی های سنگین)

در نمایندگی های سنگین حداقل نیمی از فضاهای مورد نیاز پرسنل فنی و کلیه فضاهای سرویس باید مجهز به چال سرویس یا جک موبایل باشند.

تبصره ۲۶

در صورت انجام فعالیت گازسوز و یا هرگونه فعالیت تعمیراتی دیگر که نیاز به جک مجزا داشته باشد وجود حداقل یک چال سرویس یا جک موبایل در محل آن فعالیت الزامی می باشد.

تبصره ۲۷

در کلیه نمایندگی های مجاز سنگین به منظور انجام فعالیت میزان فرمان، وجود یک جک چال همراه با صفحات لغزان و گردان و چال سرویس متناسب با فاصله محور چرخ های خودروهای عرضه شده الزامی است.

جدول ۱-۲-۱ امتیاز تجهیزات بالابر و چال سرویس

ردیف	نوع تجهیزات	امتیاز	گواهی صحت عملکرد	نگهداری و تعمیرات
۱	جک دوستون/قیچی / بالابر مخصوص خودروهای برقی	۱۰	✓	✓
۲	جک چهارستون	۱۵	✓	✓
۳	جک موبایل (سنگین) / بالابر مخصوص خودروهای برقی	۲۰	✓	✓
۴	چال سرویس (سنگین)	۵		

۲-۱-۳- تجهیزات عمومی تعمیرگاهی

تجهیزات عمومی تعمیرگاهی باید مطابق با جداول ۲-۱-۲ الی ۵-۱-۲ تهیه گردد.

جدول ۲-۱-۲ امتیاز تجهیزات عمومی تعمیرگاهی

ردیف	تجهیزات	امتیاز	کالیبراسیون	نگهداری و تعمیرات
۱	میکرومتر (مطابق با رنج مورد نیاز در دستورالعمل های فنی کلیه خودروهای تحت مسئولیت)	۵	✓	
۲	کولیس (مطابق با رنج مورد نیاز در دستورالعمل های فنی کلیه خودروهای تحت مسئولیت)	۵	✓	
۳	ترکمتر (مطابق با نیروی مورد نیاز تعیین شده در دستورالعمل های فنی کلیه خودروهای تحت مسئولیت)	۵	✓	
۴	مولتی متر	۵	✓	
۵	ساعت اندازه گیری با پایه	۵	✓	
۶	دماسنج رادیاتور (نصب بروی درب رادیاتور کلیه خودروهای تحت مسئولیت) یا پیرومتر	۵	✓	
۷	گیج اندازه گیری کمپرسور موتور (فقط سبک)	۵	✓	
۸	دستگاه شارژ باطری	۵		✓
۹	دستگاه تست روغن ترمز (فقط نمایندگی سبک)	۵		
۱۰	دستگاه تستر دینام و باتری	۵		
۱۱	جرثقیل زنجیری سقفی یا جک سیار موتور درآر (در نمایندگی سنگین حداقل ۳ تن)	۱۰		✓
۱۲	جک گیربکس درآر (فقط نمایندگی سبک)	۱۰		✓
۱۳	دستگاه مکش روغن (فقط نمایندگی سبک)	۱۰		
۱۴	میز دوار موتور و گیربکس (با قابلیت کاربرد در خودروهای تحت مسئولیت نمایندگی)	۱۰		
۱۵	دستگاه تعویض روغن گیربکس	۱۰		✓
۱۶	پرس هیدرولیکی (حداقل ۳ تن نمایندگی سبک و ۲۰ تن نمایندگی سنگین)	۱۰	✓	✓
۱۷	دستگاه عیب یاب	۱۰		
۱۸	دستگاه تست، عملکرد و شارژ کولر	۱۵	✓	✓
۱۹	دستگاه تنظیم نور چراغ های جلو	۱۵	✓	✓
۲۰	دستگاه شستشوی انژکتور	۱۵		
۲۱	دستگاه بالانس چرخ ثابت (دارای قابلیت بالانس در همه خودروهای تحت پوشش)	۱۵	✓	✓
۲۲	اگزوز فن (کلیه فضاهای مورد نیاز پرسنل فنی)	۲۰		
۲۳	دستگاه تست دود (فقط نمایندگی سنگین)	۲۰		
۲۴	دستگاه شستشوی قطعات (حداقل ابعاد مطابق با بلوک سیلندر کلیه خودروهای تحت مسئولیت)	۲۰		✓
۲۵	دستگاه میزان فرمان کامپیوتری	۲۵	✓	✓

جدول ۲-۱-۳ امتیاز تجهیزات جایگاه گازسوز/هیبرید/برقی

ردیف	نوع تجهیزات	امتیاز	کالیبراسیون	نگهداری و تعمیرات
۱	دستگاه عیب یاب- دارای نرم افزار بروز و سخت افزار مربوط به سیستم های گازسوز/هیبرید/برقی	۱۰		
۲	دستگاه نشت یاب مربوط به سیستم های گاز سوز	۵		
۳	میگر مولتی متر	۵	✓	
۴	آمپر متر کلمپی	۵	✓	
۵	کیت ابزار عمومی عایق دار (انبردست، سیم چین، آچارها، پیچ گوشتی و ...)	۱۵		
۶	ترکمتر عایق دارد ولتاژ بالا	۵	✓	
۷	ترولی جک دار به همراه پد عایق برق فشار قوی	۵		
۸	بالابر باتری (میز هیدرولیک یا پنوماتیک)	۱۰		✓
۹	استراکچر جابجایی باتری	۱۰		
۱۰	دستگاه شارژر باتری (AC)	۱۵		✓
۱۱	دستگاه شارژر باتری (DC)	۲۵		✓
۱۲	دستگاه نشت یابی پک باتری	۲۰		✓
۱۳	دستگاه شارژ و دشارژ پک باتری	۲۰		✓
۱۴	دستگاه متعادل کننده سل های باتری (یکسان سازی سلول های باتری)	۲۵		✓
۱۵	منبع تغذیه DC	۱۰		
۱۶	دستگاه استارتر باتری ۱۲ ولت	۱۰		

جدول ۲-۱-۴ امتیاز تجهیزات تکمیلی

ردیف	تجهیزات	امتیاز	کالیبراسیون	نگهداری و تعمیرات
۱	دستگاه تست ترمز (تست لاین)	۱۵	✓	✓
۲	دستگاه تست کمک فتر (تست لاین)	۱۵	✓	✓
۳	دستگاه تعویض روغن ترمز	۱۰		
۴	دستگاه شستشوی رادیاتور	۱۰		
۵	تاب گیر رینگ	۵		
۶	تست نشستی تایر	۱۰		
۷	لاستیک درآر	۵		✓

جدول ۲-۱-۵ امتیاز تجهیزات سرویس سریع

ردیف	تجهیزات سرویس سریع	امتیاز	کالیبراسیون	نگهداری و تعمیرات
۱	تست نشستی تایر	۵		
۲	لاستیک درآر	۱۰		✓

تبصره ۲۸

در صورتی که شرکت عرضه کننده خودرو تأییدیه شرکت مادر (طراح خودرو) مبنی بر عدم نیاز به استفاده از دستگاه شستشوی انژکتور و ساکشن روغن برای محصولات تحت پوشش را ارائه نماید، این دستگاه از فهرست تجهیزات مربوط به ارزیابی نمایندگی‌های مجاز آن شرکت حذف خواهد شد.

تبصره ۲۹

دستگاه میزان فرمان باید قابلیت اندازه‌گیری کلیه زوایای چرخ‌های جلو و عقب مطابق دستورالعمل فنی محصول (کستر، کمبر، کینگ پین، تو این و تو اوت) را دارا باشد. در غیر این صورت امتیازی به دستگاه تعلق نخواهد گرفت. همچنین دستگاه فوق باید قابلیت استفاده برای کلیه محصولات تحت پوشش نمایندگی را دارا باشد.

در صورت عدم وجود صفحات لغزان، گردان و جک تودلی در بالابر به دستگاه میزان فرمان امتیازی تعلق نخواهد گرفت.

تبصره ۳۰

در صورت وجود قابلیت تعریف خودروها در نرم افزار دستگاه میزان فرمان، باید کلیه محصولات تحت پوشش نمایندگی در نرم افزار تعریف شده و حدود قابل پذیرش کلیه زوایا مطابق با دستورالعمل های فنی نیز در آن درج شده باشد.

تبصره ۳۱

وجود تجهیزات تکمیلی در نمایندگی ها اختیاری است و در صورت وجود، دارای امتیاز مازاد یا تشویقی می باشد. تجهیزات تکمیلی حداکثر ۳ امتیاز به امتیاز تجهیزات تعمیرگاهی اضافه می نماید که در صورت وجود هر یک از تجهیزات جدول فوق به نسبت امتیاز محاسبه خواهد شد.

تبصره ۳۲

برای خودروهایی که فاقد درب رادیاتور می باشند جهت اندازه گیری دمای آب رادیاتور استفاده از پیرومتر الزامی می باشد.

تبصره ۳۳

صرفاً به دستگاه ها و تجهیزات سالم که نصب و توسط اپراتور مرتبط مورد بهره برداری قرار می گیرند امتیاز تعلق می گیرد. پرسنل فنی باید مهارت استفاده و دانش راه اندازی تجهیزات پست مرتبط با خود را داشته باشند. در صورت عدم مهارت پرسنل امتیازی به تجهیزات پست مربوطه تعلق نخواهد گرفت.

۲-۲- کالیبراسیون، نگهداری و تعمیرات

۲-۲-۱- کالیبراسیون

کلیه تجهیزات و ابزارآلاتی که قابلیت اندازه گیری داشته باشند به صورت دوره ای نیازمند کالیبراسیون می باشند.

فرایند اجرای کالیبراسیون باید در نمایندگی تعریف و توسط کارشناس سیستم مورد اجرا، نگهداری و پایش دوره ای قرار گیرد. فرایند کالیبراسیون حداقل باید موارد ذیل را پوشش دهد:

- تهیه دستورالعمل کنترل تجهیزات و یا لیست کلیه تجهیزات و ابزارآلات دارای قابلیت کالیبراسیون و صحت عملکرد جهت کلیه فعالیت های نمایندگی.

- تدوین برنامه زمانی اجرای کالیبراسیون و کنترل با توجه به تواتر استفاده، فرسودگی، شرایط محیطی، نتایج نگهداری و تعمیرات.
- شناسایی شرکت های واجد شرایط که دارای مجوز فعالیت از مرکز ملی تأیید صلاحیت ایران و تأییدیه بازرسی باشند.
- کدگذاری ابزارآلات و تجهیزات
- کالیبره کردن ابزارآلات و تجهیزات
- الصاق برچسب کالیبراسیون روی تجهیزات و ابزار
- تعیین شرایط نگهداری ابزارآلات و تجهیزات
- تهیه لیست ابزارآلات نامنطبق و متمایز نمودن آنها
- تصدیق کالیبراسیون انجام شده خارجی

تبصره ۳۴

در صورت پیاده سازی آخرین ویرایش سیستم مدیریت کیفیت ایزو ۹۰۰۱ و تأیید بازرسی نمایندگی می تواند بازه زمانی اجرای کالیبراسیون تجهیزات را حداکثر تا دو سال با تأیید بازرسی تعیین نماید.

تبصره ۳۵

بالا بر ها باید دارای گواهینامه صحت عملکرد از مراجع معتبر و مورد تأیید بازرسی باشند.

۲-۲-۲- نگهداری و تعمیرات

نمایندگی باید طرح ریزی و فعالیت های مورد نیاز بر روی تجهیزات که باعث عملکرد مستمر تجهیز برای ارائه خدمات با کیفیت می باشد را مهیا سازد. فعالیت نگهداری و تعمیرات تعریف شده باید سطوح برنامه ریزی شده، پیشگیرانه، اصلاحی و پیش بینانه را پوشش دهد. فرآیند نگهداری و تعمیرات باید حداقل موارد ذیل را پوشش دهد:

- تهیه دستورالعمل نت تجهیزات و یا لیست کلیه تجهیزات و دستگاه های مورد نیاز در فعالیت نگهداری و تعمیرات

- تهیه شناسنامه تجهیزات و تعیین لوازم یدکی اصلی

- شناسایی تجهیزات کلیدی و تدوین و ایجاد راهکارهای اقتضایی در صورت خرابی تجهیز

- تهیه برنامه زمانی انجام نگهداری و تعمیرات بر اساس نوع تجهیز، میزان استفاده، شرایط محیطی و نحوه نگهداری

- نظارت بر اجرای نگهداری و تعمیرات و ثبت و نگهداری کلیه سوابق مورد نیاز
- بروزرسانی برنامه زمانی بر اساس نرخ خرابی و یا تعمیرات هر تجهیز
- تعیین نفرات واجد شرایط جهت انجام نگهداری و تعمیرات با توجه به شرایط احراز مورد نیاز
- ایجاد مکانیزم ردیابی اجرای نگهداری و تعمیرات

۲-۲-۱- شاخص های مورد بررسی در حوزه نگهداری و تعمیرات تجهیزات:

✓ شاخص بهره برداری سالیانه تجهیزات:

$$\text{بهره برداری تجهیز} = \left[\frac{\text{مجموع پذیرش های ثبت شده مرتبط با تجهیز مورد نظر}}{\text{تعداد درخواست ثبت شده خدمت مورد نظر}} \right]$$

- جهت محاسبه این شاخص تجهیزات میزان فرمان، شارژ گاز کولر، تنظیم نور، تزریق روغن گیربکس و چهارگاز مورد نظر خواهد بود.

✓ شاخص تأمین سالیانه تجهیزات:

$$\text{تأمین تجهیزات} = \left[\frac{\text{تعداد ماه های وجود تجهیز}}{۱۲} \right]$$

✓ شاخص فاصله بین دو خرابی تجهیز (MTBF):

$$MTBF = \left[\frac{\text{مجموع زمان کارکرد تجهیز}}{\text{مجموع دفعات خرابی تجهیز}} \right]$$

- شرکت خدمات پس از فروش/عرضه کننده باید امکانات سیستمی لازم جهت گزارش گیری و ارائه اطلاعات لازم مربوط به این شاخص را فراهم آورد.

۲-۲-۳- نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز دو بخش (تجهیزات و ابزارآلات و کالیبراسیون، نگهداری و تعمیرات) ۱۲ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی می باشد.

نحوه امتیاز دهی این بخش بر اساس ضرایب جدول ۲-۳-۳ تعیین می گردد:

جدول ۲-۲-۳ ضرایب بالابر ها، تجهیزات عمومی، کالیبراسیون و نگهداری و تعمیرات

ردیف	شرح	ضریب
۱	بالابر ها و تجهیزات عمومی نمایندگی	۸
۲	کالیبراسیون	۲.۵
۳	نگهداری و تعمیرات	۱.۵

تبصره ۳۶

روش امتیاز دهی در بخش تجهیزات به شرح ذیل می باشد.

- ۱- حداکثر وزن امتیازی بالابرها ۲۰ درصد مجموع ضرایب ردیف ۱ جدول فوق می باشد.
- ۲- در صورت وجود تجهیز به صورت ناقص، حداکثر نیمی از امتیاز به آن تجهیز تعلق خواهد گرفت.
- ۳- در صورت وجود تجهیز به صورت خراب یا عدم استفاده یا عدم توانایی در استفاده از تجهیز امتیازی به آن تجهیز تعلق نخواهد گرفت.
- ۴- امتیاز دهی کالیبراسیون تجهیزات بر اساس وزن همان تجهیز محاسبه خواهد شد. در صورت عدم وجود تجهیز امتیاز حوزه کالیبراسیون و نگهداری و تعمیرات آن نیز صفر لحاظ خواهد شد.

۲-۳- فضاهای تعمیراتی، ستادی و اداری، انبار و پارکینگ

فضای فیزیکی در نمایندگی به چهار بخش فضای تعمیراتی، ستادی و اداری، انبار و پارکینگ تقسیم می گردد:

۲-۳-۱- فضای تعمیراتی

الف - تعیین تعداد و ابعاد فضای تعمیراتی و تردد مورد نیاز در نمایندگی مجاز خودروهای سبک

جمع تعداد پرسنل فنی و سرویس کار = تعداد فضای تعمیراتی مورد نیاز

۲۸ متر مربع = 4×7 = اندازه فضای هر بخش تعمیراتی

۱۴ متر مربع = 4×3.5 = اندازه فضای تردد و ورود و خروج

ب - تعیین تعداد و ابعاد فضای تعمیراتی و تردد مورد نیاز در نمایندگی مجاز خودروهای سنگین

جمع تعداد پرسنل فنی و سرویس کار = تعداد فضای تعمیراتی مورد نیاز

۵۰ متر مربع = 5×10 = اندازه فضای هر بخش تعمیراتی

۲۵ متر مربع = 5×5 = اندازه فضای تردد و ورود و خروج

ج - تعیین تعداد و ابعاد فضای تعمیراتی و تردد مورد نیاز در نمایندگی مجاز اتوبوس تا طول ۱۲ متر

جمع تعداد پرسنل فنی و سرویس کار = تعداد فضای تعمیراتی مورد نیاز

۷۵ متر مربع = 5×15 = اندازه فضای هر بخش تعمیراتی

۳۷.۵ متر مربع = 5×7.5 = اندازه فضای تردد و ورود و خروج

د - تعیین تعداد و ابعاد فضای تعمیراتی و تردد مورد نیاز در نمایندگی مجاز اتوبوس تا طول ۱۸ متر

جمع تعداد پرسنل فنی و سرویس کار = تعداد فضای تعمیراتی مورد نیاز

۱۰۵ متر مربع = 5×21 = اندازه فضای هر بخش تعمیراتی

۴۵ متر مربع = 5×9 = اندازه فضای تردد و ورود و خروج

تبصره ۳۷

در صورتی که ۲ فضای تعمیراتی روبروی هم قرار گرفته باشند، وجود تنها یک فضای تردد در بین آنها

کافی می باشد.

تبصره ۳۸

فضاهای تعمیراتی و انبارها باید مسقف باشد و حداقل ابعاد تعیین شده در آنها رعایت گردد.

تبصره ۳۹

کف کلیه فضاهای تعمیراتی باید از جنس پوشش های نوین صنعتی باشد.

تبصره ۴۰

در خصوص نمایندگی هایی که پایلوت خودروهای برقی می باشند، وجود حداقل دو جایگاه مستقل و مجاور

با رعایت ابعاد جایگاه تعمیراتی و تردد تعریف شده در بندهای الف، ب و ج برای خودروهای سبک و سنگین

الزامی می باشد.

تبصره ۴۱

در خصوص نمایندگی هایی که عملیات تعمیرات باتری خودروهای برقی را انجام می دهند، وجود فضای

مجزا (جایگاه تعمیرات باتری) با رعایت ابعاد متناسب الزامی می باشد.

۲-۳-۲- فضای اداری، ستادی و انبار

جدول ۲-۳-۱ حداقل مترآژ مورد نیاز فضای اداری، ستادی و انبار نمایندگی سبک

ردیف	نام واحد		حداقل مترآژ موجود در نمایندگی - متر مربع		
			$۰ < R \leq ۱۰$	$۱۰ < R \leq ۲۰$	$۲۰ < R \leq ۳۰$
۱	فضای اداری و ستادی	محل انتظار مشتریان	۱۰	۲۰	۳۰
		محل پذیرش و ترخیص (اداری)	۱۰	۱۵	۲۰
		محل پذیرش و تشریح تعمیرات (فیزیکی)	۵۰	۱۰۰	۱۵۰
۲	بخش انبار	فروشگاه یا انبار قطعات یدکی	۴۰	۵۵	۷۵
		* انبار قطعات بدنه	۲۵	۳۵	۵۰
		انبار روغن و روانکارها	۲۰	۲۰	۲۵
		انبار قطعات داغی	۲۰	۲۰	۲۵
		انبار ابزار آلات و تجهیزات	۱۰	۱۰	۱۵
		مجموع مترآژ	۱۷۰	۲۴۵	۳۵۵

(متوسط تعداد پذیرش روزانه = R)

جدول ۲-۳-۲ حداقل مترآژ مورد نیاز فضای اداری، ستادی و انبار نمایندگی سنگین

ردیف	نام واحد		حداقل مترآژ موجود در نمایندگی - متر مربع		
			$۰ < R \leq ۱۰$	$۱۰ < R \leq ۲۰$	$۲۰ < R \leq ۳۰$
۱	فضای اداری و ستادی	محل انتظار مشتریان	۱۰	۲۰	۳۰
		محل پذیرش و ترخیص (اداری)	۱۰	۱۵	۲۰
		محل پذیرش و تشریح تعمیرات (فیزیکی)	۱۵	۳۰	۴۵
۲	بخش انبار	فروشگاه یا انبار قطعات یدکی	۳۵	۴۵	۶۰
		* انبار قطعات بدنه	۲۰	۳۰	۴۰
		انبار روغن و روانکارها	۵	۵	۱۰
		انبار قطعات داغی	۵	۱۰	۱۰
		انبار ابزار آلات و تجهیزات	۵	۵	۱۰
		مجموع مترآژ	۸۵	۱۲۰	۱۸۵

(متوسط تعداد پذیرش روزانه = R)

* انبار قطعات بدنه برای نمایندگی‌هایی مورد نیاز است که دارای فعالیت صافکاری و یا نقاشی باشند الزام می‌باشد.

تبصره ۴۲

فضای مورد نیاز انبارش قطعات یدکی باید بر اساس محاسبات سفارش گذاری و نگهداری قطعات یدکی بوده و از حداقل مترآژ جداول بالا کمتر نباشد.

تبصره ۴۳

در نمایندگی‌های مجاز قطعات یدکی، روغن‌ها و روانکارها، قطعات داغی و همچنین ابزارآلات و تجهیزات می‌تواند در یک فضا نگهداری شوند، مشروط به اینکه قسمت نگهداری این اقلام در فضای مذکور تفکیک شده باشد. ضمناً در مواردی که محفظه یا قفسه‌هایی جهت نگهداری ابزارآلات و تجهیزات در نمایندگی تعبیه می‌گردد، فضای آن نیز به عنوان انبار ابزارآلات و تجهیزات مورد پذیرش خواهد بود.

تبصره ۴۴

در حوزه فضای اداری و انبارها، طول و عرض فضای فیزیکی باید به اندازه‌ای باشد که علاوه بر کسب مترآژ یاد شده در جداول ۲-۴-۱ و ۲-۴-۲ نمایندگی سبک و سنگین، قابلیت استفاده با عنوان آن را داشته باشد.

تبصره ۴۵

فضای فیزیکی پذیرش و تشریح تعمیرات باید به گونه‌ای طراحی گردد که توقف خودرو مانع از ورود و خروج سایر خودروها به داخل و یا خارج نمایندگی نشود.

۲-۳-۳- فضای پارکینگ (پارکینگ خودروهای آماده تعمیر و تعمیر شده)

الف- تعیین تعداد و ابعاد پارکینگ و فضای تردد مورد نیاز در نمایندگی مجاز خودروهای سبک

تعداد فضاهای تعمیراتی موجود - (۰.۶۵ × تعداد پذیرش) = تعداد پارکینگ مورد نیاز

۱۱ متر مربع = ۲.۲×۵ = اندازه فضای هر پارکینگ

۷.۷ متر مربع = ۲.۲×۳.۵ = اندازه فضای تردد و ورود و خروج

ب- تعیین تعداد و ابعاد پارکینگ و فضای تردد مورد نیاز در نمایندگی مجاز خودروهای سنگین و نیمه

سنگین

تعداد فضاهای تعمیراتی - (۰.۶۵ × تعداد پذیرش) = تعداد پارکینگ مورد نیاز

۲۴ متر مربع = ۳×۸ = اندازه فضای هر پارکینگ

۱۵ متر مربع = ۳×۵ = اندازه فضای تردد و ورود و خروج

ج- تعیین تعداد و ابعاد پارکینگ و فضای تردد مورد نیاز در نمایندگی مجاز اتوبوس تا طول ۱۲ متر

تعداد فضاهای تعمیراتی - (۰.۶۵ * تعداد پذیرش) = تعداد پارکینگ مورد نیاز

۳۶ متر مربع = ۳×۱۲ = اندازه فضای هر پارکینگ

۱۸ متر مربع = ۳×۶ = اندازه فضای تردد و ورود و خروج

د- تعیین تعداد و ابعاد پارکینگ و فضای تردد مورد نیاز در نمایندگی مجاز اتوبوس تا طول ۱۸ متر

تعداد فضاهای تعمیراتی - (۰.۶۵ * تعداد پذیرش) = تعداد پارکینگ مورد نیاز

۵۴ متر مربع = ۳×۱۸ = اندازه فضای هر پارکینگ

۲۷ متر مربع = ۳×۹ = اندازه فضای تردد و ورود و خروج

تبصره ۴۶

در صورت افزایش فضای پارکینگ خودروهای فروش (در صورت کاربرد) و خودروهای آماده تعمیر و تعمیر شده در نمایندگی ثبت فضا بر اساس افزایش انجام شده صورت می پذیرد. در غیر این صورت فضای پارکینگ خودروهای آماده تعمیر و تحویل با نسبت ۷۰٪ محاسبه خواهد شد.

تبصره ۴۷

در نمایندگی‌های مجاز صرف نظر از تعداد پذیرش روزانه خودرو وجود حداقل سه فضای تعمیراتی و سه فضای پارکینگ خودرو الزامی بوده و مازاد بر آن بر اساس فرمول‌های مذکور محاسبه خواهد شد.

تبصره ۴۸

کلیه فضاهای تعریف شده و مورد نیاز در محل نمایندگی مورد تأیید می باشند و خارج از محل نمایندگی مورد تأیید نخواهد بود.

۲-۳-۴- نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز بخش (فضاهای تعمیراتی، ستادی و اداری، انبار و پارکینگ) ۸ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی می باشد.

نحوه امتیاز دهی این بخش به ازای تعداد فضاهای تعیین شده و بر اساس ضرایب جدول ۲-۳-۴ محاسبه می گردد.

جدول ۲-۳-۴ ضرایب فضاهای تعمیراتی و تردد

ردیف	شرح	ضریب
۱	فضای تعمیراتی و تردد	۴
۲	فضای اداری، ستادی و انبار	۲.۵
۳	فضای پارکینگ و تردد	۱.۵

تبصره ۴۹

متراژ (طول و عرض) فضای تعمیراتی، فضای تردد و فضای پارکینگ چنانچه کمتر از ۸۰ درصد میزان تعیین شده باشد به آن بخش امتیازی تعلق نخواهد گرفت. در صورتیکه ۸۰ درصد و بیش از آن باشد امتیاز آن به نسبت محاسبه خواهد شد.

۲-۴- الزامات محیطی

۲-۴-۱- نظام آراستگی

نماینده‌گی باید کلیه الزامات نظام آراستگی را به نحوی مطلوب ایجاد و پیاده سازی نماید. نظام آراستگی شامل حوزه های پرسنل، تعمیرگاه، پارکینگ، انبار و کلیه فضاهای ستادی و اداری می باشد.

۲-۴-۱-۱- پرسنل

- کلیه پرسنل نمایندگی باید دارای لباس کار استاندارد شرکت خدمات پس از فروش باشند.
- پوشش پرسنل باید تمیز و سالم و منطبق با شرایط اداری باشد.
- کلیه پرسنل نمایندگی باید دارای اتیکت شناسایی با فرمت مشخص شده از سوی شرکت خدمات پس از فروش بوده و روی لباس کار آن‌ها نصب شده باشد. اتیکت شناسایی باید نشان دهنده نام و پست کاری فرد باشد.
- کلیه افراد شاغل (ذکر شده در دستور العمل) در تعمیرگاه باید دارای پرونده پرسنلی باشند- در پرونده های پرسنلی باید مدارک شناسایی و سوابق شغلی، سوابق تحصیلی، سوابق آموزشی موجود باشد.
- مدیریت نمایندگی باید آموزش های لازم را به منظور فراگیری استانداردهای رفتاری تعیین شده از سوی خدمات پس از فروش به پرسنل نمایندگی ارائه نماید. و برخورد پرسنل با مشتریان مطابق استاندارد تعیین شده باشد.

۲-۴-۱-۲- تعمیرگاه و پارکینگ

- کلیه کتب فنی و دستورالعمل های تعمیراتی خودروهای تحت پوشش باید مطابق با آخرین تغییرات اعمال شده از سوی شرکت عرضه کننده خودرو / واسطه خدمات پس از فروش موجود باشد و به صورت منظم در محل قابل دسترسی برای پرسنل مرتبط جمع آوری شده باشد. موارد فوق می تواند به صورت کاغذی و یا الکترونیکی باشد.

- قرار گرفتن قطعات داغی و معیوب در فضاهای تعمیراتی و در دسترس پرسنل، مجاز نمی باشد.
- کف سالن و فضاهای تعمیراتی، دیوارها و شیشه ها باید تمیز و مطابق با استاندارد تعیین شده از سوی شرکت خدمات پس از فروش باشد.

- سالن و فضاهای تعمیراتی باید دارای شرایط ذیل باشد:

- ✓ کف سالن باید تمیز و دارای پوشش نوین صنعتی و خط کشی شده با رنگهای ترافیکی یا با دوام باشد.
- ✓ دیوارها باید تمیز بوده و تا ارتفاع مناسب توسط کاشی و یا سرامیک پوشانده شده باشد و از آن به بعد دارای پوشش یکنواخت و رنگ شده باشد.
- ✓ فضاهای تعمیراتی باید در سالن و یا سوله با ارتفاع حداقل ۵ متر طراحی شده باشند. دارای سیستم تهویه، سرمایش و گرمایش مناسب و نور یکنواخت و کافی باشند. کلیه سیم کشی ها داخل تحت کنترل و دارای پوشش مناسب باشند.
- ✓ طراحی آگروز فن و اتصالات آن باید بصورت استاندارد بوده و مانع از تردد خودرو و ایجاد مزاحمت برای پرسنل نشود.
- ✓ فضای پارکینگ باید خط کشی شده و کف آن به نحوی باشد که مانع از ایجاد گرد و غبار گردد.
- ✓ کلیه خودروهای در حال تعمیر باید دارای روکش محافظ (شامل: روکش گلگیر، صندلی، زیرپایی، فرمان و دسته دنده) باشند.

۲-۴-۱-۳- انبار

- ✓ قفسه بندی انبار باید مطابق استانداردهای قفسه بندی و با رعایت حداقل فاصله مناسب از یکدیگر و سقف باشد.
- ✓ انبار باید دارای شرایط دمایی و نور مناسب بوده و قطعات در مسیر تابش مستقیم نور آفتاب نباشند.
- ✓ فضای انبار باید به گونه ای باشد که شرایط ایجاد رطوبت و وجود گرد و غبار فراهم نگردد.
- ✓ انبار باید دارای تجهیزات مناسب جهت حمل و یا جابجایی قطعات باشد.
- ✓ در صورت وجود مستندات فیزیکی در انبار، محل مناسبی جهت نگهداری مستندات مذکور مورد نیاز می باشد.
- ✓ کلیه فضاهای انبار باید تمیز و مرتب باشند. پوشش دیوارها باید به گونه ای باشد که مانع از انتقال رطوبت و یا آسیب به قطعات گردد.

✓ کلیه قطعات در انبار باید در قفسه نگهداری شوند و قابلیت شناسایی داشته باشند قابلیت شناسایی حداقل باید شامل نام و کد قطعه باشد.

✓ کلیه مواد مصرفی و قطعات داغی گارانتی در انبار نگهداری شوند و دارای قابلیت شناسایی باشند.

✓ شرایط نگهداری و چیدمان کالاها در انبار باید رعایت گردد (جهت چیدمان قطعه، عدم بیرون زدگی قطعات از قفسه، رطوبت، نور آفتاب، نفوذ آب باران، گرد و غبار، نفوذ پرندگان، طرح بسته بندی قطعات دریافتی از شرکت عرضه کننده خودرو)

۲-۴-۱-۴-۲- فضاهای ستادی و اداری

✓ محل پذیرش اداری باید داخل فضای ساختمانی بوده و مطابق با استاندارد معرفی شده از سوی شرکت خدمات پس از فروش طراحی شده باشد.

✓ شیشه ها و دیوارها فاقد برگه ها و یا اعلامیه نصب شده باشند.

✓ وضعیت ظاهری محوطه های عمومی باید آراسته، تمیز بوده و دارای پوشش مناسب باشند.

✓ کلیه صندلی ها و میزها باید مطابق با استاندارد شرکت خدمات پس از فروش بوده سالم و تمیز باشند.

✓ محل نگهداری پرونده های مشتریان، پرسنل و ... باید مرتب و تمیز باشد.

✓ اقلام غیر ضروری در محل فعالیت پرسنل ستادی و اداری وجود نداشته باشد.

✓ کلیه فضاهای ستادی و اداری باید دارای سیستم سرمایش و گرمایش مناسب باشند.

۲-۴-۲-۲- تابلوها

تابلوهای راهنمای فعالیت ها و مکان های مختلف نمایندگی مشخص و در معرض دید مشتریان نصب شده باشد. این تابلوها باید بنحوی باشد که در زمان ورود مشتری به نمایندگی قابل رویت باشند.

جدول ۲-۴-۱ تابلوها و شرایط آنها

ردیف	نام تابلو	شرایط
۱	حقوق مشتریان	در محل پذیرش نصب و حداقل در قطع A۲ بوده و اندازه متن و محل نصب آن بگونه ای باشد که به راحتی برای مشتریان قابل خواندن باشد
۲	رتبه نمایندگی	
۳	محل انتظار مشتریان	
۴	محل پذیرش، ترخیص و صندوق	
۵	انبار یدکی، انبار داغی، انبار روغن	
۶	پارکینگ خودروهای آماده تعمیر و تعمیر شده، پارکینگ فروش (در صورت مشمولیت)	مطابق با الزامات شرکت عرضه کننده / واسطه خدمات پس از فروش
۷	مدیریت، حسابداری، مالی	
۸	فعالیت های تعمیراتی	
۹	ارتباط با مشتریان	
۱۰	کلیه تابلوهای ایمنی	مطابق با الزامات قانونی تابلوهای ایمنی

تبصره ۵۰

تابلو حقوق مشتریان باید منطبق بر قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آئین نامه اجرایی آن باشد. توجه: در صورت عدم نصب تابلو حقوق مشتریان در محل قابل رویت مشتریان بیست درصد از جمع کل امتیاز کسب شده نمایندگی در دوره ارزیابی مربوطه کسر خواهد شد.

تبصره ۵۱

تابلو رتبه مطابق با فرمت تعیین شده بازرسی باید در محل پذیرش و در دید مشتریان نصب گردد. همچنین رتبه و گرید نمایندگی باید در تابلو سردر نمایندگی نیز بصورت خوانا درج شده باشد. توجه: در صورت عدم تطابق امتیازات و رتبه تابلو نصب شده با نتایج اعلامی بازرسی، ۱۰ درصد از امتیاز وضعیت نمایندگی به عنوان جریمه کسر خواهد گردید. فرمت تابلو رتبه بصورت یکسان در کلیه نمایندگی های مجاز سبک و سنگین توسط بازرسی تهیه و اعلام می گردد.

تبصره ۵۲

شرکت خدمات پس از فروش باید مکانیزمی را طراحی نماید که رتبه نمایندگی در سامانه های ارتباطی با مشتریان نیز درج گردد.

۲-۴-۳- رفاه مشتریان

• محل انتظار مشتری باید دارای صندلی جهت استراحت مشتریان باشد. تعداد صندلی ها باید متناسب با تعداد پذیرش روزانه نمایندگی باشد و حداقل ۳۰٪ مشتریانی که در یک روز پذیرش می شوند امکان انتظار در محل انتظار مشتریان را داشته باشد.

• محل انتظار مشتری باید دارای سیستم گرمایش و سرمایش مناسب باشد.

• محل انتظار مشتری باید مشرف به سالن تعمیرات باشد. در غیر این صورت باید نمایشگر با امکان نمایش وضعیت خودروهای در حال تعمیر را داشته باشد.

• نمایندگی باید امکانات رفاهی که شامل سرویس بهداشتی مجزا آقایان و بانوان، تلویزیون جهت نمایش اطلاعات ضروری سرویس ها، خدمات و یا اطلاعات فنی خودرو، دستگاه آب سرد و گرم برای مشتریان، اینترنت وای فای ایجاد نماید.

۲-۴-۴- ایمنی

• نمایندگی باید ریسک های ناشی از خطرات کار با دستگاه ها و تجهیزات تعمیرگاهی، را شناسایی نموده و طریقه پیشگیری از خطر را به صورت بصری و یا مکتوب به اطلاع پرسنل برساند. برای کاهش احتمال وقوع خطر اقدامات لازم را نیز اجرا نماید.

• ارزیابی الزامات ایمنی در نمایندگی های مجاز بر اساس آیین نامه ها و یا دستورالعمل های پیشگیری و کنترل تدوین شده توسط وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی خواهد بود. برخی از آیین نامه های مورد نظر شامل موارد ذیل می گردند:

۱. آیین نامه حفاظت و بهداشت عمومی در کارگاه ها

۲. آیین نامه وسایل حفاظت فردی

۳. آیین نامه پیشگیری و مبارزه با آتش سوزی در کارگاه ها

۴. آیین نامه علائم ایمنی در کارگاه ها

۵. آیین نامه ایمنی ساختمان کارگاه ها

۶. آیین نامه کار با ابزار دستی و دستی قدرتی

۷. آیین نامه حفاظت تاسیسات و وسایل الکتریکی در کارگاه

• در خصوص جایگاه های تعمیراتی خودروهای برقی، رعایت نکات ذیل الزامی می باشد:

۱. مجهز به کفپوش عایق، متناسب با ابعاد جایگاه

۲. استفاده از تابلوهای ایمنی و هشدار دهنده

۳. کپسول آتش نشانی متناسب و سطل ماسه

۴. خط کشی و نرده مانع ورود به منطقه ولتاژ بالا

۵. فاصله مناسب از جایگاه های کناری

۶. مجهز به پرریز و دستگاه شارژ باتری استاندارد

۷. دارای بالابر متناسب با خودرو

۸. وجود و استفاده از ابزارآلات و ترولی عایق

۹. قلاب نجات ولتاژ بالا

۱۰. شیب بندی استاندارد (عدم تجمع آب، مایعات و ...)

۱۱. چادر ضد آب (جهت حمل و نگهداری خودروی حادثه دیده، متناسب با ابعاد خودرو)

• در خصوص نمایندگی هایی که عملیات تعمیرات باتری خودروهای برقی را انجام می دهند، در جایگاه تعمیرات

باتری، علاوه بر رعایت نکات ایمنی جایگاه های تعمیراتی، موارد زیر نیز الزامی می باشد:

۱. مجهز به استند عایق مخصوص قرارگیری باتری

۲. جایگاهی مجزا، با ابعاد متناسب و دارای خط کشی و با پارتیشن بندی (عایق الکتریسیته)

۳. دستگاه اندازه گیری دمای محل نگهداری باتری

۴. دستگاه اندازه گیری رطوبت محل نگهداری باتری

۵. دستگاه اسکن حرارتی اندازه گیری دمای باتری

۶. فن تهویه متناسب جهت تعمیرات باتری

- پرسنل فنی و سرویس کاران خودروهای برقی باید از اقلام حفاظت فردی مخصوص از جمله: کلاه ایمنی ولتاژ بالا، عینک ایمنی ولتاژ بالا، شیلد/ماسک ولتاژ بالا، لباس کار مخصوص ولتاژ بالا، دستکش مقاوم ولتاژ بالا و کفش مقاوم ولتاژ بالا در فضای تعمیراتی استفاده نمایند.

تبصره ۵۳

- ✓ وجود جعبه کمک های اولیه مجزا در صورت تفکیک سالن های تعمیراتی در هر محل الزامی است.
- ✓ محتویات جعبه کمک های اولیه باید حداقل شامل محلول ضد عفونی کننده، گاز استریل، باند استریل، چسب زخم، قیچی، پماد سوختگی و پنبه استریل باشد. در غیر این صورت امتیازی به آن تعلق نخواهد گرفت.
- ✓ نمایندگی باید محل تجمع ایمن پرسنل در زمان وقوع حوادث طبیعی نظیر زلزله را شناسایی و مشخص نماید.
- ✓ میزان بار قرار گرفته بر روی بالابر ها باید مطابق با توان جک بوده و دارای سیستمی باشد که در صورت اضافه بار از حرکت جک جلوگیری به عمل آورد.
- ✓ پیاده سازی الزامات ایمنی مطابق با آخرین ویرایش استاندارد ایزو ۴۵۰۰۱ مورد بررسی قرار خواهد گرفت.
- ✓ وجود سیستم ارتینگ دارای تأییدیه از مراجع ذیصلاح، برای نمایندگی الزامی می باشد.

۲-۴-۵- نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز بخش (الزامات محیطی) ۷ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی می باشد.
نحوه امتیاز دهی این بخش به ازای رعایت شرایط هر قسمت و بر اساس ضرایب جدول ۲-۴-۵ محاسبه می گردد:

جدول ۲-۴-۵ ضرایب فضاهای تعمیراتی و تردد

ردیف	شرح	ضریب
۱	نظام آراستگی	۱.۵
۲	تابلوها	۱
۳	رفاه مشتریان	۲
۴	ایمنی	۲.۵

۳- فرآیندهای خدمات پس از فروش

۳-۱- پذیرش تا ترخیص

۳-۱-۱- نوبت دهی

- شرکت خدمات پس از فروش / عرضه کننده باید سامانه ای آنلاین با قابلیت کاربری آسان از طریق اپلیکیشن های موبایلی و همچنین دسترسی در سایت رسمی شرکت طراحی و در دسترس مشتریان قرار دهد. نمایندگی موظف می باشد درصدی از پذیرش های خود را برای پذیرش مشتریان این سامانه تخصیص دهد.
- سامانه نوبت دهی باید دارای قابلیت های ذیل باشد:
 - ✓ ارائه ظرفیت های خالی نمایندگی ها به مشتری
 - ✓ نمایش خدمات قابل ارائه هر نمایندگی به مشتری بر اساس خودرو
 - ✓ امکان انتخاب شهر، منطقه و محل دریافت خدمت
 - ✓ امکان انتخاب زمان مراجعه به نمایندگی
 - ✓ امکان رویت رتبه نمایندگی
- ✓ ایجاد دسترسی لازم برای نمایندگی به منظور تأیید پذیرش درخواست شده و ثبت دلایل عدم پذیرش
- ✓ ارسال پیامک تأیید نوبت رزرو شده برای مشتری
- ✓ ثبت عدم پذیرش خودرو در نمایندگی توسط مشتری

۳-۱-۲- پذیرش

- شرکت خدمات پس از فروش / عرضه کننده باید سامانه ای را به منظور ثبت درخواست پذیرش برای مشتریان و نمایندگی مجاز ایجاد نماید. اطلاعات اولیه مورد نیاز پذیرش در این سیستم توسط مشتری و یا پرسنل نمایندگی قابل ثبت باشد.
- کلیه پذیرش ها باید در زمان پذیرش به صورت سیستمی ثبت گردد و رسید پذیرش خودرو نیز بصورت سیستمی به مشتری ارائه گردد.

- نمایندگی باید حداقل اطلاعات ذیل را در سیستم پذیرش ثبت نماید و در رسید پذیرش نیز به مشتری ارائه کند:

- ✓ اظهارات مشتری عینا و بدون تفسیر و تغییر
- ✓ نظریه کارشناس فنی جهت اقدامات اولیه و مورد نظر توسط پرسنل فنی
- ✓ خدمات قابل توصیه به مشتری با توجه به کارکرد خودرو(در صورت نیاز)
- ✓ هزینه تعمیرات درخواست شده توسط مشتری
- ✓ زمان پیش بینی ترخیص خودرو
- ✓ شماره تماس و کد ملی مالک و آورنده خودرو
- ✓ کیلومتر کارکرد، میزان سوخت موجود در خودرو، وضعیت سلامت بدنه، ملحقات و اقلام اضافی خودرو
- ✓ نام و شماره تماس کارشناس پاسخگو به منظور پیگیری امور مشتری

تبصره ۵۴

- اظهارات ثبت شده در برگه های پذیرش باید به تأیید مشتری رسیده باشد.
- در صورت انجام تعمیرات اضافه بر روی خودرو باید هماهنگی هزینه و زمان تعمیرات با مشتریان صورت پذیرد و به صورت مکتوب نیز در برگه پذیرش درج گردد.
- شرکت خدمات پس از فروش / عرضه کننده باید سامانه ای را به منظور آگاهی مشتری از وضعیت خودرو در نمایندگی طراحی نموده و در اختیار مشتریان قرار دهد. این سامانه می تواند از طریق اپلیکیشن موبایل و یا سایت شرکت ارائه گردد.
 - در این سامانه همچنین قابلیت اطلاع رسانی تاخیر های احتمالی، وضعیت قطعات سفارش گذاری شده و زمانبندی تأمین و تحویل آن به نمایندگی، هزینه تعمیرات پیش بینی نشده را باید دارا باشد.
 - نمایندگی باید مکانیزمی ایجاد نماید که شناسایی اولیه عیوب خودرو با حضور مشتری صورت پذیرد.
 - در صورت درخواست انجام سرویس دوره ای شرکت خدمات پس از فروش باید کلیه بازدید های اجباری و قطعات تعویضی مورد نظر را به اطلاع مشتری برساند.

- در پذیرش های سرویس سریع زمان و هزینه انجام تعمیرات و بازدید باید بصورت دقیق به مشتری اعلام گردد.

- شرکت خدمات پس از فروش باید مکانیزمی در سیستم پذیرش ایجاد نماید که قابلیت شناسایی فراخوان های تعمیراتی مورد نیاز خودرو مشتری را در زمان پذیرش داشته باشد.
- درخواست های مرتبط با عیوب و قطعات ایمنی باید در زمان پذیرش بصورت سیستمی مشخص گردد.
- نمایندگی باید اجرای ضوابط نوبت دهی، پذیرش، برنامه ریزی، کنترل کیفیت تعمیرات و ترخیص خودرو مطابق با مدل سیستمی و هوشمند طراحی و در سطوح زیر طراحی و اجرا نماید.

سطح ۱: رعایت ضوابط

سطح ۲: رعایت ضوابط + مدیریت زمان تعمیرات مطابق با استاندارد زمان تعمیرات + خدمات سرویس سریع + تحقق شاخص های اثربخشی

سطح ۳: الزامات سطح ۲ + روش های نوین پذیرش + تخصیص کارشناس پشتیبان برای هر خودرو

۳-۱-۳- برنامه ریزی و انجام تعمیرات و صحه گذاری

- نمایندگی باید مکانیزمی را جهت انجام برنامه ریزی تعمیرات ارجاع شده به صورت روزانه و با در نظر گرفتن پارامترهایی نظیر نیروی انسانی، فضای تعمیراتی، زمان انجام تعمیرات، نوع فعالیت تعمیراتی، قطعات یدکی مورد نیاز، زمان و تجهیزات در دسترس پیاده سازی نماید. برنامه ریزی تعمیرات باید بر اساس بسترهای سامانه ارتباطی با شرکت خدمات پس از فروش طراحی و اجرا گردد.

تبصره ۵۵

این برنامه ریزی باید به گونه ای باشد که حجم خودروهای منتظر تعمیر مانده از روزهای قبل و همچنین پذیرش روز جاری را پوشش دهد.

- پرسنل فنی باید بر اساس نظریه کارشناس فنی و همچنین سابقه تعمیرات خودرو اقدام به عیب یابی و رفع ایرادات خودرو نمایند.
- نمایندگی باید شروع و پایان تعمیرات را در هر مرحله ثبت نموده و انحرافات موجود در برنامه ریزی تعمیرات را اندازه گیری و پایش کند و از اطلاعات مذکور به عنوان مبنای برنامه ریزی های آتی استفاده نماید.
- نمایندگی باید مکانیزمی به منظور کنترل کیفی تعمیرات انجام شده با استفاده از کارشناس فنی ایجاد نماید.

- کنترل کیفی و صحه گذاری انجام تعمیرات باید بر اساس چک لیست های طراحی شده و با توجه به خدمات ثبت شده در سامانه شرکت خدمات پس از فروش توسط کارشناس فنی انجام گردد.
- کارشناس فنی باید از بر طرف شدن درخواست های تعمیراتی مرتبط با عیوب و قطعات ایمنی اطمینان حاصل نموده و در صورت عدم رفع ایراد در خصوص صدور مجوز ترخیص هماهنگی لازم با مشتری و مدیریت نمایندگی انجام پذیرد.
- نمایندگی باید نسبت به انجام تعمیرات مطابق با زمان استاندارد اقدام نماید. کارشناس سیستم مسئولیت پایش و تحلیل این موضوع را بر عهده دارد.

۳-۱-۴- ترخیص

- مکانیزم ترخیص باید به گونه ای باشد که تحویل خودرو همراه با ارائه توضیحات و تست (در صورت نیاز) و در حضور مشتری صورت پذیرد.

تبصره ۵۶

- درخصوص خودروهایی که صرفاً جهت سرویس های دوره ای پذیرش شده اند تحویل خودرو همراه با تست مورد نیاز نمی باشد.
- نمایندگی باید کلیه قطعات داغی غیر گارانتی را در زمان ترخیص خودرو تحویل مشتری نماید.

تبصره ۵۷

- در صورت عدم تمایل مشتری به دریافت قطعات داغی باید تأییدیه مشتری در این خصوص ثبت شده باشد.
- نمایندگی باید کلیه قطعات داغی غیر گارانتی را در زمان ترخیص خودرو تحویل مشتری نماید.
 - اطلاع رسانی شرایط و ضوابط گارانتی با توجه خدمات و تعمیرات انجام شده باید بصورت شفاف و از طریق سامانه پیامکی و سایت ارتباطی به مشتری اعلام گردد.
 - شرکت خدمات پس از فروش میبایست حقوق قانونی مشتریان از جمله میزان مبلغ خسارت خواب را بعد از اتمام تعمیرات و قبل از ترخیص خودرو از طریق سامانه پیامکی به مشتری اطلاع رسانی نمایند.
 - فاکتور نهایی صادر شده باید با اظهارات و درخواست مشتری تطابق داشته باشد.
 - مبلغ پرداخت شده توسط مشتری باید مطابق با فاکتور نهایی صادر شده باشد.

- وضعیت اجرا و یا عدم اجرای کلیه درخواست های ثبت شده مشتری در زمان پذیرش باید در فاکتور نهایی با ذکر علت قید گردد.
- نمایندگی باید زمان مراجعه بعدی و یا سرویس های مورد نیاز و آتی را در زمان ترخیص به مشتری اطلاع دهد.
- بمنظور صدور فاکتور شرکت خدمات پس از فروش باید مکانیزمی را ایجاد نماید که امکان درج اجرت های توافقی در فعالیت های الزامی وجود نداشته باشد. همچنین الزامات درج هزینه های تعمیرات اصلی و زیر مجموعه نیز تعیین شده باشد. بگونه ای که امکان ثبت همزمان هزینه تعمیر اصلی و زیرمجموعه وجود نداشته باشد.

۳-۱-۵- شاخص های مورد بررسی در فرایند پذیرش تا ترخیص

✓ نرخ برگشت از تعمیرات:

$$\text{نرخ برگشت از تعمیرات} = \left[\frac{\text{تعداد پذیرش برگشتی ثبت شده}}{\text{تعداد کل پذیرش ثبت شده}} \right]$$

✓ کارایی:

$$\text{کارایی} = \left[\frac{\text{تعداد خودرو رفع عیوب شده در ۴۸ ساعت}}{\text{تعداد کل خودرو پذیرش شده}} \right]$$

✓ نرخ تحقق برنامه:

$$\text{نرخ تحقق برنامه} = \left[\frac{\text{تعداد خودروهای دارای انحراف از برنامه}}{\text{تعداد کل خودرو مشمول برنامه ریزی}} \right]$$

✓ تطابق استاندارد تایم تعمیرات:

$$\text{تطابق استاندارد تایم تعمیرات} = \left[\frac{\text{مجموع ساعت انجام تعمیرات}}{\text{مجموع استاندارد تایم تعریف شده}} \right]$$

✓ نرخ بهره برداری از پرسنل فنی:

$$\text{نرخ بهره برداری پرسنل فنی} = \left[\frac{\text{مجموع ساعت اجرای کار}}{\text{کل ظرفیت اجرای کار}} \right]$$

۳-۲- ضمانت و گارانتی

- اصل فاکتور رسمی و سیستمی هزینه تعمیرات و قطعات در زمان تحویل خودرو به مشتریان از سوی نمایندگی باید ارائه گردد.
- لینک دریافت صورت حساب باید از طریق سامانه پیامکی شرکت خدمات پس از فروش در زمان ترخیص به مشتری اعلام گردد.
- سابقه تعمیرات، هزینه های پرداختی و فاکتور های صادر شده باید در سامانه شرکت ایجاد و در دسترس مشتریان قرار گیرد.
- اجرای ضوابط گارانتی در خصوص هزینه ها باید مطابق با الزامات قانونی و آیین نامه اجرایی باشد.
- هزینه های دریافتی از مشتریان باید مطابق نرخ مصوب مورد نظر آیین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو باشد.
- چنانچه مصرف کننده در دوران ضمانت به نمایندگی مجاز مراجعه نماید و رفع کامل ایرادات خودرو تحت هر شرایطی در مدت زمان باقی مانده از دوران ضمانت خودرو برای نمایندگی مقدور نباشد، عرضه کننده یا واسطه خدمات پس از فروش موظف است، ضمن الزام نمایندگی مجاز به اعلام کتبی موضوع به مصرف کننده ترتیبی اتخاذ نماید که خودرو مصرف کننده در اولین فرصت ممکن تحت شرایط ضمانت رفع نقص گردد.

تبصره ۵۸

- ارائه خدمات باقی مانده از دوران ضمانت (قطعات و خدمات) باید در هر یک از نمایندگی های شبکه بنا به درخواست مشتری تحت پوشش گارانتی قابل انجام باشد.
- شناسایی خدمات باقی مانده از دوران ضمانت و تعمیراتی که مشمول ضوابط گارانتی از سوی شرکت خدمات پس از فروش می باشند باید بصورت سیستمی و خودکار در زمان پذیرش مشخص گردد.
 - نمایندگی مجاز تحت هر شرایطی ملزم به پذیرش خودروهایی است که به دلیل موارد ایمنی قادر به تردد نمی باشند.
 - شرکت خدمات پس از فروش باید مکانیزمی به منظور اطلاع رسانی فراخوان های فنی به مشتری ایجاد و زمان بندی و در صورت لزوم محل ارائه خدمت را نیز مشخص نماید.

- در صورت ارائه خدمات گارانتی از سوی نمایندگی شرایط ابطال گارانتی خدمات و قطعات باید از سوی شرکت خدمات پس از فروش به اطلاع مشتری رسانده شود.

۳-۳- سفارش گذاری و تأمین قطعات

- نمایندگی مجاز موظف می‌باشد مکانیزمی در خصوص سفارش گذاری قطعات تعریف و بر اساس آن اقدام نماید.
- اجرای سفارش گذاری باید بگونه‌ای باشد که موجودی کلیه قطعات به غیر از قطعات کند گردش به صفر نرسد.
- چنانچه اجرای سفارش گذاری از سوی نمایندگی مطابق با محاسبات شرکت خدمات پس از فروش انجام شده باشد ولی قطعات تأمین نگردهد امتیاز این حوزه از شرکت خدمات پس از فروش کسر خواهد شد.
- سیستم سفارش گذاری باید قابلیت شناسایی قطعات مورد نیاز برای ثبت سفارش را داشته باشد.
- سفارش گذاری قطعات باید بصورت بهینه بوده و مصرف مورد نیاز نمایندگی را تأمین کند.
- در صورت وجود قطعات غیر شرکتی، تأییدیه شرکت خدمات پس از فروش جهت مصرف و ارائه آن به مشتری الزامی می‌باشد.
- نمایندگی باید ورود و خروج کلیه قطعات را در نرم افزار ارتباطی ثبت و موجودی قطعات را از طریق اجرای انبارگردانی تحت کنترل قرار دهد.
- کلیه قطعات انبار باید در نرم افزار ارتباطی شرکت ثبت و دارای آدرس دهی باشند.
- نمایندگی باید سفارش گذاری قطعات اضطراری را حداکثر طی ۲۴ ساعت بعد از عیب‌یابی انجام دهد.

تبصره ۵۹

در بررسی کلیه فرایندها پیاده سازی الزامات مطابق آخرین ویرایش استاندارد ایزو ۹۰۰۱ مورد نظر می‌باشد.

۳-۴- مدیریت ارتباط با مشتریان

- نمایندگی باید مکانیزم رسیدگی به شکایات مشتریان را مستقر، اجرا و پایش نماید.
- مکانیزم رسیدگی به شکایات باید به نحوی موثر به مشتریان اطلاع رسانی گردد.
- نمایندگی باید وضعیت نهایی شکایات مشتریان را حداکثر تا بیست روز کاری مشخص نماید.
- گزارش های حاصل از نظرسنجی و شکایات مشتریان باید به وسیله ابزارها و تکنیک های آماری مورد سنجش و پایش قرار گیرند.

- نمایندگی باید مکانیزمی را جهت اطلاع از دریافت خدمات مناسب توسط مشتریان حداکثر تا ۷۲ ساعت بعد از ترخیص ایجاد نماید.
- شرکت خدمات پس از فروش باید شماره تماس رسیدگی به شکایات اضطراری مشتریان را در یکی از مراحل پذیرش تا ترخیص به مشتری اعلام نماید.
- در بررسی فرآیند مدیریت ارتباط با مشتریان سوابق پیاده‌سازی استانداردهای مدیریت کیفیت ۱۰۰۰۲ و ۱۰۰۰۴ مورد نظر می باشد.
- نمایندگی باید نسبت به انجام طرح های مراقبت از مشتریان و وفادار سازی مشتریان و مدیریت تجارت مشتریان اقدام نماید.

۳-۵- راهبری کسب و کار

- نمایندگی باید نسبت به تدوین، اجرا و پایش اثر بخشی نظام انگیزشی در سطح کلیه پرسنل اقدام نماید.
- نمایندگی باید استاندارد هویت سازمانی (CI) مربوط به سازمان خدمات پس از فروش و شبکه نمایندگی‌های مجاز و استاندارد رفتاری شبکه تعمیرگاهی را اجرا نماید.
- نمایندگی باید طرح ریزی و اجرای اثر بخش مدل کسب و کار بر اساس فروش خدمت (خدمات و قطعات) با در نظر گرفتن پارامترهای هزینه ایی نظیر بهروری نیروی انسانی، فضا، تجهیزات و ... که منتج به سوددهی نمایندگی در حوزه خدمات پس از فروش باشد را اجرا نماید.
- نمایندگی باید برنامه ریزی ارتقاء کیفی تعمیرات را از طریق توسعه دانش و مهارت نیروی انسانی در پرسنل نمایندگی ایجاد نماید.
- نمایندگی باید نسبت به طرح ریزی و پیاده سازی نظام نگهداشت کارکنان و پایش دوره ای آن اقدام نماید.
- نمایندگی باید به منظور تداوم فعالیت های کسب و کار نسبت به طرح ریزی و استقرار فرآیند مدیریت ریسک از طریق شناسایی ریسک های موجود در سطح کلیه فعالیت های جاری خدمات پس از فروش و تعریف اقدامات کنترلی و پیشگیری های لازم در این خصوص اقدام نماید.
- نمایندگی باید به منظور بهبود تفکر سیستمی و ایجاد رویکرد فرایندی نسبت به طرح ریزی و استقرار سیستم مدیریت کیفیت ISO ۹۰۰۱، ISO ۱۰۰۰۲، ISO ۱۰۰۰۴، ISO ۱۴۰۰۱ و ISO ۴۵۰۰۱ اقدام نماید.

- نمایندگی باید به منظور ارتقاء بلوغ سازمانی نسبت به پیاده سازی سیستم مدیریت کیفیت ISO ۹۰۰۴ اقدام نماید.

۳-۶- بهره وری و پایداری

- نمایندگی باید به منظور ارتقاء بهره وری و پایداری نسبت به طرح ریزی و اجرای فرآیند مدیریت دانش اقدام نماید.
- نمایندگی به منظور ارتقا بهره وری و پایداری نسبت به پایش، اندازه گیری و تحلیل رضایت کارکنان اقدام نماید.
- نمایندگی باید نسبت به ایجاد مکانیزم دریافت بازخوردها و پیشنهادات پرسنل اقدامات کافی را به عمل آورد.
- نمایندگی به منظور ارزیابی و تحلیل وضعیت خود باید نسبت به اجرای خود ارزیابی در یازده های زمانی معین اقدام نماید. و در صورت اعلام بازرسی نسبت به ثبت نتایج در سامانه بازرسی اقدام به عمل آورد. بدیهی است صلاحیت فرد یا افراد ارزیابی کننده باید توسط بازرسی احراز گردد.
- نمایندگی باید نسبت به طرح ریزی محاسبات بهره وری سرمایه، بهره وری نیروی انسانی و بهره وری زیرساخت اقدام نماید.

۴- امتیازهای تشویقی

۴-۱- متوسط پذیرش نمایندگی

چنانچه متوسط پذیرش روزانه نمایندگی بیش از دو برابر متوسط پذیرش شرکت عرضه کننده باشد (در صورت ارسال اطلاعات نظرسنجی به صورت دسترسی آنلاین) و امتیاز رضایتمندی مشتریان آن نمایندگی نیز از متوسط امتیاز رضایت مشتریان آن شرکت بالاتر باشد، بر اساس پذیرش روزانه آن نمایندگی نسبت به بالاترین پذیرش روزانه در کلیه نمایندگی‌های آن شرکت حداکثر تا ۰.۵٪ به امتیاز نتیجه عملکرد آن نمایندگی اضافه خواهد شد.

۴-۲- متوسط پذیرش وارانتی

چنانچه متوسط پذیرش نمایندگی مجاز در دوران تعهد (وارانتی) بیشتر از متوسط پذیرش در دوران ضمانت (گارانتی) باشد (در صورت ارسال اطلاعات نظرسنجی به صورت دسترسی آنلاین) بر اساس پذیرش روزانه آن نمایندگی در دوران تعهد نسبت به بالاترین پذیرش روزانه در کلیه نمایندگی‌های آن شرکت در دوران تعهد حداکثر تا ۰.۵٪ به امتیاز نتیجه عملکرد آن نمایندگی اضافه خواهد شد.

۴-۳- نرخ برگشت از تعمیرات

چنانچه نرخ برگشت از تعمیرات خودروهای پذیرش شده کمتر از دو درصد باشد حداکثر تا ۰.۳٪ به امتیاز میدانی آن نمایندگی اضافه خواهد شد.

۴-۴- نرخ ترخیص به موقع

چنانچه بیش از ۹۵ درصد خودروهای پذیرش شده (به غیر از موارد مرتبط با سرویس سریع یا دوره ای، صافکاری و نقاشی و تعمیرات سنگین نظیر تعمیرات موتور و گیربکس) در همان روز ضمن رفع کلیه عیوب ثبت شده ترخیص شده باشد حداکثر ۰.۲٪ امتیاز تشویقی به نتیجه عملکرد اضافه می گردد.

۴-۵- ارائه خدمات سرویس در محل

چنانچه نمایندگی مکانیزم ارائه خدمات سرویس در محل را ایجاد و حداقل به مدت ۶ ماه و برای حداقل ۲۰ درصد ظرفیت سرویس اجرا شده باشد حداکثر به میزان ۰.۳٪ به امتیاز میدانی نمایندگی اضافه خواهد شد.

بخش پنجم

چگونگی پایش رضایتمندی نمایندگی‌های مجاز از

شرکت‌های عرضه‌کننده خودرو (DSI)

از آنجا که رضایتمندی نمایندگی‌های مجاز از عملکرد عرضه‌کنندگان خودرو و واسطه‌های خدمات پس از فروش بر رضایتمندی مشتریان نیز اثر گذار است، بنابراین شاخص رضایتمندی نمایندگی‌های مجاز نیز به عنوان یکی از شاخص‌های ارزیابی عملکرد عرضه‌کنندگان خودرو مورد بررسی قرار می‌گیرد.

در همین راستا پرسشنامه‌ای به منظور پایش رضایتمندی نمایندگی‌های مجاز از عملکرد شرکت‌های عرضه‌کننده خودرو/واسطه خدمات پس از فروش بر اساس نیازسنجی انجام شده از مدیران نمایندگی‌های مجاز تدوین گردیده است. این پرسشنامه که نتایج آن به عنوان نتایج عملکردی شرکت‌های عرضه‌کننده خودرو/واسطه خدمات پس از فروش شناخته می‌شود، در بازه‌های زمانی ۳ ماهه، بر اساس نظرسنجی از مدیران کلیه نمایندگی‌های مجاز تکمیل خواهد شد.

پرسشنامه اندازه گیری رضایت نمایندگی های مجاز از شرکتهای عرضه کننده خودرو / واسطه خدمات پس از فروش

با سلام،

خواهشمند است به منظور شناخت نقاط قوت و نواحی قابل بهبود شرکت عرضه کننده خودرو / واسطه خدمات پس از فروش، پرسشنامه ذیل را تکمیل فرمایید. بدیهی است نظرات و پیشنهادات شما محرمانه تلقی شده و پاسخ های صحیح شما موجب بهبود شرایط فعلی و رشد و تعالی سیستم خدمات فروش خواهد شد.

ردیف	شاخص	تا چه حد از شاخص مطرح شده رضایت دارید؟				
۱	به طور کلی چقدر از همکاری در زمینه خدمات پس از فروش با شرکت رضایت دارید؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۲	رضایت شما از مکانیزم های سفارش گذاری قطعات یدکی به چه میزان است؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۳	رضایت شما از نحوه سفارش گذاری و تامین قطعات اضطراری چقدر میباشد؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۴	رضایت شما از هماهنگی قیمت قطعات یدکی ارائه شده با بازار چقدر است؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۵	به طور معمول چه مدت پس از درخواست، قطعات یدکی مورد نیاز را دریافت می کنید.روز..				
۶	رضایتمندی شما از سرعت عمل شرکت در ارسال قطعات (از زمان درخواست تا تحویل قطعات) چگونه است؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۷	میزان رضایت شما از سطح کیفیت قطعات یدکی ارائه شده از شرکت چگونه است؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۸	رضایت شما از دقت در بررسی قطعات داغی گارانتی چقدر میباشد؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۹	به طور معمول چه مدت زمان پس از ارسال داغی گارانتی، نتایج آن به شما اعلام می گردد؟روز..				
۱۰	رضایت شما از سرعت عمل در بررسی قطعات داغی گارانتی چقدر است؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۱۱	آیا دلایل عدم پذیرش قطعات داغی گارانتی به شما اعلام میشود؟	بلی	خیر	گاهی اوقات		
۱۲	به نظر شما این دلایل تا چه میزان مطابق استاندارد می باشد؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۱۳	میزان رضایت شما از محل تحویل قطعات داغی چگونه است؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۱۴	میزان اطلاع رسانی شرکت در خصوص شرایط و ضوابط گارانتی قطعات و خدمات چقدر رضایت شما را تامین کرده است؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۱۵	رضایتمندی از مکانیزم برگزاری دوره های آموزشی (اطلاع رسانی، دعوت، ثبت نام در دوره های آموزشی) چگونه است؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۱۶	میزان رضایت شما از کیفیت دوره های آموزشی فنی و تئوری برگزار شده برای پرسنل نمایندگی چقدر است؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۱۷	میزان رضایت شما از شرایط و محل برگزاری دوره های آموزشی چقدر است؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۱۸	سرعت امور مالی در رسیدگی به صورتحساب های مالی نمایندگی چقدر رضایت شما را تامین کرده است؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۱۹	میزان دقت و شفافیت در رسیدگی به صورتحساب ها توسط امور مالی چگونه است؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۲۰	میزان مطلوبیت نرخ های قطعات تعمیرات تعیین شده از سوی شرکت را چگونه ارزیابی می کنید؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۲۱	میزان مطلوبیت نرخ های اجرت تعمیرات تعیین شده از سوی شرکت را چگونه ارزیابی می کنید؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۲۲	فعالیت امور نمایندگی ها در جهت ارتقاء نمایندگی چقدر رضایت شما را تامین کرده است	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۲۳	میزان رضایت شما از سهولت ارتباط با مدیران و مسئولان مرتبط چقدر است؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۲۴	میزان رضایت شما از مکانیزم رسیدگی به درخواستها و شکایات شما چقدر است؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۲۵	میزان رضایت شما از نحوه نظارت در محل نمایندگی توسط پرسنل شرکت چقدر است؟	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم

تا چه حد از شاخص مطرح شده رضایت دارید؟					شاخص	ردیف	
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میزان رضایت شما از شرایط و نحوه توزیع ابزار مخصوص توسط شرکت چقدر است؟	۲۶	
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	رضایتمندی شما از شرایط و نحوه توزیع تجهیزات و ابزارآلات در نمایندگی چگونه است؟	۲۷	
					بلی	خیر	۲۸
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	تا چه اندازه نظام انگیزشی را منصفانه و بر اساس عملکرد نمایندگی می دانید؟	۲۹	
							۳۰
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	تا چه اندازه نظام انگیزشی را منصفانه و بر اساس عملکرد نمایندگی می دانید؟	۳۱	
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میزان اطلاع رسانی واحد فنی شرکت در خصوص سیستم های فنی جدید خودروها چگونه است؟	۳۲	
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	مستندات فنی که از طرف شرکت ارائه می گردد تا چه حد کاربردی می باشد؟	۳۳	
					بلی	خیر	۲۶
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	سیستم رایانه ای موجود در نمایندگی را تا چه حد مفید و اثر بخش می دانید؟	۲۷	
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	اطلاعات موجود در سیستم رایانه ای تا چه اندازه پاسخگوی نیاز های شما در زمینه خدمات پس از فروش می باشد؟	۲۸	
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میزان رضایت شما از نحوه برخورد مسئولین و مدیران شرکت چگونه است؟	۲۹	
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	در صورت دریافت پیشنهاد با شرایط مشابه از شرکت های دیگر تا چه اندازه تمایل به ادامه همکاری با شرکت فعلی دارید؟	۳۰	
نظرات و پیشنهادات							
مشخصات مصاحبه شونده							
۱. جنسیت: (۱) زن (۲) مرد							
۲. سن: (۱) ۱۸ تا ۳۰ سال (۲) ۳۱ تا ۴۵ سال (۳) ۴۶ تا ۶۰ سال (۴) ۶۱ به بالا							
۳. میزان تحصیلا (۱) دیپلم (۲) فوق دیپلم (۳) لیسانس (۴) فوق لیسانس و بالاتر							
۴۱. نام و نام خانوادگی: سمت:							
مشخصات نمایندگی نام شرکت: کد نمایندگی:							
کد شرکت بازرسی کیفیت: شهر: تلفن:							
توسط ارزیاب / پرسنر تکمیل گردد							

بخش ششم

چگونگی پایش عملکرد

عرضه کنندگان خودرو و نمایندگی‌های مجاز



وزارت صنعت، معدن و تجارت

دستورالعمل اجرایی اندازه‌گیری رضایت مشتریان صنعت خودرو
(بازنگری ۳)

وزارت صنعت، معدن و تجارت

ابلاغیه شماره ۴۰۸۸۳۶۹ مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۰۷

فهرست:

- ۱- هدف ۱۰۵
- ۲- دامنه ۱۰۵
- ۳- مراجع ۱۰۵
- ۴- تعاریف و مفاهیم ۱۰۵
- ۵- مسئولیت ها ۱۰۶
- ۶- کلیات ۱۰۸
- ۷- فرآیندها ۱۰۸
- ۸- پرسشنامه ۱۰۹
- ۹- حجم نمونه و روش نمونه گیری ۱۱۲
- ۱۰- دوره های نمونه گیری ۱۱۳
- ۱۱- شیوه های ارائه پرسشنامه و جمع آوری اطلاعات ۱۱۴
- ۱۲- جمع آوری داده ها و کدینگ پرسشنامه ۱۱۵
- ۱۳- نحوه محاسبات میزان اهمیت ۱۱۵
- ۱۴- نحوه محاسبات ۱۱۵
- ۱۵- گزارشات ۱۱۷
- ۱۶- شرایط احراز پرسشگران ۱۲۱
- ۱۷- یکسان سازی رویه پرسشگران ۱۲۲
- ۱۸- ارائه خدمات تشویقی برای مشتریان ۱۲۲
- ۱۹- تغییرات ۱۲۲
- ۲۰- پیوست ها ۱۲۲

دستورالعمل اجرایی اندازه‌گیری رضایت مشتریان صنعت خودرو

این دستورالعمل، در راستای اجرای تبصره ۲ ماده ۶ قانون ساماندهی صنعت خودرو مصوب مجلس شورای اسلامی مورخ ۱۴۰۰/۰۸/۲۶ و قانون ارتقاء کیفی تولید خودرو و سایر تولیدات صنعتی داخلی مصوب مجلس شورای اسلامی مورخ ۱۳۸۹/۰۳/۱۰ با هدف تعیین میزان رضایتمندی مشتریان خودروهای تولید داخل و وارداتی جهت اطلاع رسانی به عموم مشتریان در آذر ماه سال ۱۴۰۳ تدوین و ابلاغ شده است.

۱- هدف

هدف از اجرای این دستورالعمل تعیین میزان رضایتمندی مشتریان در حوزه های کیفیت محصول (سلامت خودرو در زمان تحویل، کیفیت اولیه محصول، کیفیت دوام محصول، شاخص IQS، قابلیت اطمینان خودرو، شاخص VDS و طراحی و چیدمان)، فرآیند فروش (ثبت نام و تحویل) و خدمات پس از فروش در خصوص خودروهای ساخت داخل و وارداتی با استفاده از تحلیل های آماری و به جهت ایجاد قابلیت بهینه کاوی و ارتقاء سطح کیفی محصولات و خدمات می‌باشد.

۲- دامنه

دامنه کاربرد این طرح شامل مشتریان کلیه خودروها مورد استفاده در سطح کشور (اعم از ساخت داخل و وارداتی) می باشد.

۳- مراجع

- هندبوک اندازه‌گیری رضایت مشتریان/ نایجل هیل- جیم الکساندر/ ویرایش سوم
- اندازه‌گیری رضایت خاطر مصرف کننده/ باب ی. هیز
- روشهای اندازه‌گیری رضایت مشتری/ دکتر سیدمحمد رضا کاوسی- دکتر عباس سقایی
- نظریه نمونه گیری و کاربردهای آن/ علی عمیدی
- کندوکاوها و پنداشته ها/ فرامرز رفیع پور
- دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو
- دستورالعمل اجرایی آیین نامه قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو
- استاندارد ارزشیابی خودروهای سواری
- روش های اندازه‌گیری رضایت مشتریان در شرکت های JD.POWER، هیوندایی، مزدا، پژو و سایر شرکتهای خودروسازی

۴- تعاریف و مفاهیم

- رضایتمندی مشتری:

رضایتمندی مشتری، درک و یا احساس مشتری از مجموعه خدمت و یا محصول ارائه شده از سوی عرضه کننده می باشد.

- طیف:

مجموعه گزینه ها جهت پاسخگویی به سوالات بسته پرسشنامه می باشد.

- خصوصیت:

یک مشخصه و یا صفت مهم که دانستن نظر مشتری در مورد آن از اهمیت خاصی برخوردار است و در قالب یک سوال بسته طرح می گردد.

- شاخص:

شاخص اندازه ای است که اجزای یک مفهوم کمی و یا کیفی را نشان می دهد. در این دستورالعمل تعدادی خصوصیت که مشترکاً رضایتمندی از مجموعه ای مشخص را اندازه گیری می نماید شاخص نامیده می شود.

- ضریب همبستگی:

ضریب همبستگی میزان ارتباط خطی دو متغیر می باشد.

- عرضه کننده:

منظور شرکت خودروساز و یا وارد کننده خودرو می باشد.

- نمایندگی مجاز:

شخصیت حقیقی و یا حقوقی است که از طرف عرضه کننده خودرو و یا واسطه فروش و خدمات پس از فروش به عنوان نماینده رسمی به صورت مستقیم عهده دار ارائه خدمات فروش یا خدمات پس از فروش (و یا هر دوی آن ها) بوده و دارای مجوز از عرضه کننده و پروانه کسب از مراجع ذیربط می باشد.

- بازرس:

شخصیت حقوقی است که پس از تأیید صلاحیت از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت، برای وظیفه ارزیابی رضایتمندی مشتریان در صنعت خودرو و تهیه گزارشات ادواری یا موردی لازم به وزارت صنعت، معدن و تجارت، معرفی می شود.

۵- مسئولیت ها

۵-۱- مسئولیت اجرای این دستورالعمل بر عهده بازرس می باشد.

۵-۲- نظارت بر حسن اجرای این دستورالعمل بر عهده وزات صنعت، معدن و تجارت می باشد.

۵-۳- مسئولیت ارائه لیست مشتریان به منظور انجام فرآیند نظرسنجی به عهده عرضه کننده خودرو می باشد.

تبصره ۱: مشخصات مشتریان ارسال شده توسط شرکت های عرضه کننده خودرو شامل موارد ذیل می باشد.

تبصره ۲: بازرس باید ظرفیت و زیرساخت های لازم اجرای نظرسنجی بصورت میدانی، تلفنی و آنلاین را داشته باشد.

تبصره ۳: بازرس در جهت امکان دسترسی سریع تر تمامی گزارشات را در بستر آنلاین ارائه نماید.

لیست مشتریان فروش ثبت نام شده: نام و نام خانوادگی، نوع خودرو، زمان ثبت نام، آدرس مشتری، شماره تماس همراه و ثابت مشتری، ایمیل مشتری، کد نمایندگی، نام نمایندگی و آدرس نمایندگی.

لیست مشتریان فروش تحویل داده شده: نام و نام خانوادگی، نوع خودرو، تاریخ تحویل خودرو، تاریخ تحویل خودرو مطابق قرارداد فروش، آدرس مشتری، شماره تماس همراه و ثابت مشتری، ایمیل مشتری، کد نمایندگی، نام نمایندگی، آدرس نمایندگی، شماره شاسی، شماره پلاک خودرو و مشخص کردن وضعیت مشتری از نظر مشمول بودن سود مشارکت یا خسارت دیرکرد.

لیست مشتریان خدمات پس از فروش: نام و نام خانوادگی، شماره تماس همراه و ثابت مشتری، ایمیل مشتری، نوع خودرو، زمان پذیرش خودرو، کد نمایندگی، نام نمایندگی، آدرس نمایندگی، شماره شاسی، مدت زمان توقف خودرو، علت پذیرش خودرو (اظهارات مشتری)، شماره پلاک خودرو، شرح اجرت خدمات مشتری و قطعه استفاده شده، هزینه پرداختی مشتری و زمان استاندارد تعمیرات (استاندارد تایم).

تبصره ۴: عرضه کننده خودرو ملزم می باشد که دسترسی آنلاین به داده های فروش (ثبت نام و تحویل) و خدمات پس از فروش (پذیرش نمایندگی) را برای بازرس و وزارت صنعت، معدن و تجارت ایجاد و ارائه نمایند.

تبصره ۵: عرضه کننده خودرو ملزم می باشد که در جهت بالا بردن دقت نظرسنجی تمامی موارد مطرح شده در مشخصات مورد نیاز مشتری را در دسترسی آنلاین به بازرس و وزارت صنعت، معدن و تجارت ارائه نماید.

۴-۵- در صورت عدم ارسال لیست کامل مشتریان و یا اطلاعات ناقص، امتیاز عرضه کننده خودرو در محاسبه ضرایبی که مرتبط با لیست مذکور باشد، صفر در نظر گرفته خواهد شد.

۵-۵- در صورت عدم ارائه دسترسی آنلاین توسط عرضه کننده خودرو، امتیاز ایشان در محاسبه شاخص های مرتبط با آن داده در رتبه بندی و ارزیابی های ادواری مشمول ۱۰٪ جریمه خواهد شد.

۵-۶- در صورت مشاهده وجود تناقض در داده های ارسالی بازرس امکان بازدید سرزده از شرکت های عرضه کننده خودرو و نمایندگی های مجاز شرکت ها جهت نمونه گیری تصادفی را دارد و در صورت مغایرت اطلاعات مراتب جهت تصمیم گیری برای وزارت صنعت، معدن و تجارت ارسال خواهد شد.

۵-۷- مسئولیت ارائه خدمات تشویقی به مشتریان بر عهده شرکتهای عرضه کننده می باشد.

۶- کلیات

در اجرای این دستورالعمل به منظور اندازه‌گیری سطح رضایتمندی مشتریان، با استفاده از پرسشنامه های مجزا در حوزه‌های سلامت خودرو، کیفیت خودرو، شاخص IQS، شاخص VDS، طراحی و چیدمان خودرو، فرآیند فروش (ثبت نام و تحویل خودرو) و فرآیند خدمات پس از فروش، با توجه به تعداد نمونه در نظر گرفته شده و همچنین با بهره‌گیری از شیوه‌های مختلف مصاحبه (که در ادامه به طور کامل به آن‌ها اشاره می‌گردد) جمع‌آوری اطلاعات از خریداران خودرو و استفاده کنندگان از خدمات عرضه کنندگان صورت می‌پذیرد.

پس از این مرحله اطلاعات حاصل توسط بازرس مورد تحلیل و بررسی کارشناسی قرار گرفته و نتایج حاصل در قالب گزارشاتی که در بند ۱۵ دستورالعمل در خصوص آن توضیح داده می‌شود ارائه می‌گردد.

۷- فرآیندها

۷-۱- سلامت خودرو

شاخص سلامت خودرو بیانگر درصد خودروهایی می‌باشد که بدون ایراد به مشتریان تحویل داده شده است، زمان ارزیابی این فرآیند ۴۸ تا ۷۲ ساعت پس از تحویل خودرو می‌باشد. یکی دیگر از اهداف این فرآیند شناسایی مشتریانی که خودرو با ایراد به آن‌ها تحویل داده شده می‌باشد تا عرضه کننده خودرو در خصوص رفع ایراد خودرو اقدام نماید.

تبصره ۶: عرضه کننده خودرو ملزم می‌باشد تا نسبت به رفع ایراد خودرو مشتریانی که اعلام شده خودرو با ایراد به آن‌ها تحویل داده شده است اقدام نماید.

تبصره ۷: بازرس ملزم است در خصوص دسترسی سریع و آسان نمایندگی‌های عرضه کننده خودرو دسترسی آنلاین به گزارشات و داده‌های نظرسنجی سلامت خودرو را برای تمامی نمایندگی‌ها بصورت مجزا ارائه نماید.

۷-۲- کیفیت محصول

اندازه‌گیری رضایت مشتریان از کیفیت محصول در سه حوزه زیر از طریق پرسشنامه یکسان انجام می‌پذیرد.

- کیفیت اولیه محصول: ارزیابی در سه ماهه اول خرید و استفاده از محصول
- کیفیت دوام: ارزیابی در پانزده ماهه اول خرید و استفاده از محصول
- قابلیت اطمینان: ارزیابی پس از سه سال خرید و استفاده از محصول

۷-۳- شاخص IQS

شاخص IQS تعداد عیوب مشاهده شده در هر ۱۰۰ خودرو در سه ماه اول مالکیت خودرو از دید مشتریان می‌باشد. این شاخص به منظور کمک به تولید کننده برای ارتقاء کیفیت طراحی و تولید و نهایتاً کسب رضایت حداکثری مشتریان در خودروی مورد نظر می‌باشد.

۷-۴- شاخص VDS

شاخص VDS تعداد عیوب مشاهده شده در هر ۱۰۰ خودرو پس از گذشت سه سال از مالکیت خودرو، از دید مشتریان می باشد. این شاخص به منظور سنجش قابلیت اطمینان خودرو ها جهت کمک به تولید کننده برای ارتقاء کیفیت طراحی و تولید و نهایتاً کسب رضایت حداکثری مشتریان درمورد خودروی مورد نظر می باشد.

۷-۵- طراحی و چیدمان خودرو

اندازه‌گیری رضایت مشتریان از طراحی و چیدمان خودرو ارائه شده توسط عرضه کنندگان پس از گذشت ۲ تا ۹ ماه از تحویل خودرو به مشتری صورت می پذیرد.

۷-۶- اندازه‌گیری رضایت مشتریان از فرآیند فروش خودرو

اندازه‌گیری رضایت مشتریان از فرآیند فروش خودرو توسط عرضه کنندگان در دو بخش انجام می پذیرد:

- فرآیند ثبت نام: اندازه‌گیری رضایت مشتریان از فرآیند ها و زیرساخت های ثبت نام خودرو
- فرآیند تحویل: اندازه‌گیری رضایت مشتریان از فرآیند تحویل خودرو در نمایندگی

۷-۷- خدمات پس از فروش

اندازه‌گیری رضایت مشتریان از خدمات پس از فروش ارائه شده توسط عرضه کنندگان و نمایندگیهای مجاز صورت می پذیرد.

۸- پرسشنامه

۸-۱- سلامت خودرو

شاخص سلامت خودرو با بهره گیری از نیازسنجی از مشتریان در فرآیند فروش و پایش اطلاعات توسط خبرگان پرسشنامه با موارد ذیل شکل می گیرد:

- ۱- مشخصات مشتری
- ۲- مشخصات خودرو
- ۳- سوالات بسته بصورت بله و خیر
- ۴- سوال در خصوص درخواست مشتریان جهت رفع ایراد خودرو

۸-۲- کیفیت محصول

در این پرسشنامه پس از تعیین اهداف و نیازسنجی از مشتریان در خصوص کیفیت خودرو، با مشارکت خبرگان و کارشناسان مرتبط طی جلسات کارشناسی شاخص ها و گویه های پرسشنامه نهایی و میزان رضایت مشتریان از هر یک از خصوصیات عنوان شده مورد ارزیابی قرار می گیرند. این پرسشنامه حوزه خودروهای سواری، وانت و ... (پیوست ۱ تا ۴) شامل ۶ مجموعه به شرح ذیل می باشد:

- ۱- مشخصات مشتری
- ۲- مشخصات خودرو
- ۳- سوالات بسته (طیف ۰ تا ۱۰) مربوط به کیفیت خودرو

۴- نکات و مشکلات اشاره شده از سوی مشتریان به صورت گزینه باز در خصوص هر سوال مطرح شده

۵- پیشنهادات و انتقادات

۶- سوالات تکمیلی

تبصره ۸: با توجه به اینکه تعداد سوالات پرسشنامه کیفیت محصول زیاد است و امکان دارد از حوصله پاسخگو خارج شود در صورت نیاز پرسشنامه دو قسمت شده و با مشتریان مصاحبه می گردد و نتایج آن ها جمع می گردد.

تبصره ۹: در صورت اضافه شدن یک آپشن به اکثر خودرو های ارائه شده توسط عرضه کنندگان خودرو سوال مربوط به آن به پرسشنامه اضافه خواهد شد.

تبصره ۱۰: ایراداتی که در ارزشیابی خودرو طی شش ماه مداوم تکرار شوند، سوال مربوط به ایراد مورد نظر در پرسشنامه کیفیت محصول قرار می گیرد.

۸-۳- شاخص IQS

شاخص IQS در قالب پرسشنامه اندازه گیری رضایت مشتریان از کیفیت اولیه محصول اجرا می گردد، مشتریانی که در هر یک از گویه های پرسشنامه امتیازات بین ۰ تا ۶ داده باشند، ایرادات پرسیده می شود و در صورتیکه مشتریان امتیاز بیش از ۶ داده باشند سوالی در خصوص ایرادات پرسیده نمی شود اما در صورتیکه خود مشتری ایرادی اعلام نماید ایراد مطرح شده ثبت می گردد.

تبصره ۱۱: مشتریانی که در گویه های تناسب مصرف سوخت مطابق با مشخصات مندرج در دفترچه راهنمای خودرو و قدرت و شتاب خودرو امتیاز بین ۰ تا ۳ داده باشند، ایرادات پرسیده می شود و در صورتیکه مشتریان امتیاز بیش از ۳ داده باشند سوالی در خصوص ایرادات پرسیده نمی شود اما در صورتیکه خود مشتری ایرادی اعلام نماید ایراد مطرح شده ثبت می گردد.

تبصره ۱۲: مطابق تبصره ۱۱ اگر گویه های تناسب مصرف سوخت مطابق با مشخصات مندرج در دفترچه راهنمای خودرو و قدرت و شتاب خودرو در ۳ ماه متوالی جزء ۱۵ ایراد پرتکرار باشند بایستی پروژه های بهبود برای اصلاح این شاخص ها در نظر گرفته شود.

۸-۴- شاخص VDS

شاخص VDS مطابق پرسشنامه و شرایط اندازه گیری رضایت مشتریان از اطمینان محصول (جهت قابلیت مقایسه روند) اجرا می گردد، مشتریانی که در هر یک از گویه های پرسشنامه امتیازات بین ۰ تا ۶ داده باشند ایرادات پرسیده می شود در صورتیکه مشتریان امتیاز بیش از ۶ داده باشند سوالی در خصوص ایرادات پرسیده نمی شود اما در صورتیکه خود مشتری ایرادی اعلام نماید ایراد مطرح شده ثبت می گردد.

۸-۵- طراحی و چیدمان خودرو

در این پرسشنامه پس از تعیین اهداف و نیازسنجی از مشتریان در خصوص طراحی و چیدمان خودرو، با مشارکت خیرگان و کارشناسان مرتبط طی جلسات کارشناسی شاخص ها و گویه های پرسشنامه نهایی و میزان رضایت مشتریان از هر یک از خصوصیات عنوان شده مورد ارزیابی قرار می گیرد. این پرسشنامه (پیوست ۵) شامل ۶ مجموعه ذیل می باشد:

۱- مشخصات مشتری

۲- مشخصات خودرو

- ۳- سوالات بسته (طیف ۰ تا ۱۰) مربوط به طراحی و چیدمان خودرو
- ۴- نکات و مشکلات اشاره شده از سوی مشتریان به صورت گزینه باز در خصوص هر سوال مطرح شده
- ۵- پیشنهادات و انتقادات
- ۶- سوالات تکمیلی

تبصره ۱۳: با توجه به اینکه تعداد سوالات پرسشنامه طراحی و چیدمان خودرو زیاد است و امکان دارد از حوصله پاسخگو خارج شود در صورت نیاز پرسشنامه دو قسمت شده و با مشتریان مصاحبه و نتایج آن‌ها جمع می‌گردد.

۸-۶- اندازه‌گیری رضایت مشتریان از فرآیند فروش خودرو

در طراحی پرسشنامه های فرآیند فروش خودرو (فرآیند ثبت نام خودرو و فرآیند تحویل خودرو)، با استفاده از نیازسنجی به عمل آمده از مشتریان این حوزه و پس از آن با پایش اطلاعات به دست آمده توسط خبرگان، پرسشنامه با موارد ذیل شکل می‌گیرد:

- ۱- مشخصات مشتری
- ۲- مشخصات خودرو
- ۳- سوالات بسته (طیف ۰ تا ۱۰) مربوط به فرآیند فروش خودرو
- ۴- پیشنهادات و انتقادات
- ۵- سوالات تکمیلی

۸-۷- خدمات پس از فروش

با توجه به اینکه طراحی پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان با بهره‌گیری از خواسته‌ها و نیازهای مشتریان انجام می‌گردد لذا در طراحی پرسشنامه سعی گردیده است ضمن بررسی این نیازها سوالاتی در پرسشنامه مطرح شود که جزء خواسته‌های اصلی و عمومی مشتریان باشد، از سوالات غیر ضروری پرهیز شود، برداشت افراد از سوالات یکسان باشد و سوالات متغیرهای مورد نظر را اندازه‌گیری نماید. پس از طراحی اولیه، پرسشنامه به صورت آزمایشی مورد مصاحبه و بررسی قرار گرفت و با انجام اصلاحات لازم ساختار نهایی پرسشنامه تأیید گردید که در این پرسشنامه از مشتریان پرسیده و مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

این پرسشنامه از پنج بخش اصلی تشکیل گردیده که عبارتند از:

- ۱- مشخصات مشتری
- ۲- مشخصات خودرو
- ۳- سوالات بسته (طیف ۰ تا ۱۰) مربوط به خدمات پس از فروش
- ۴- پیشنهادات و انتقادات
- ۵- سوالات تکمیلی

تبصره ۱۴: بازرسی می‌تواند با توجه به تغییرات فرآیند و نیازهای مشتریان پس از تأیید وزارت صنعت، معدن و تجارت تمامی پرسشنامه‌ها (ابزارهای پژوهش) را در صورت نیاز در بازه‌های زمانی سالانه تغییر دهد.

۹- حجم نمونه و روش نمونه گیری

با توجه به نوع فرآیند و حجم جامعه در فرآیندهای مختلف (تنها در فرآیند سنجش سلامت خودرو از فرمول کوکران استفاده نشده است) از فرمول نمونه گیری کوکران استفاده شده است.

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 \frac{cv^2}{e^2}}{1 + \frac{1}{N} \left[\left((Z_{\alpha/2})^2 \right) \frac{cv^2}{e^2} \right]}$$

که در آن:

N: حجم تحویل پذیرش/تحویل هر خودرو در ماه

e: درصد خطای نمونه گیری

CV: ضریب تغییرات که برابر است با نسبت انحراف معیار رضایت مشتریان بر میانگین رضایت مشتریان

$Z_{\alpha/2}$: نسبت به ضریب اطمینان بر اساس جدول توزیع نرمال استاندارد تعیین می‌گردد.

n: حجم نمونه

تبصره ۱۵: تعداد نمونه تا ۱۰ درصد تفرانس از نمونه تعیین شده از فرمول نمونه گیری قابل پذیرش است.

تبصره ۱۶: در صورت پایین بودن تعداد جامعه، نمونه گیری سر شماری کامل مورد پذیرش است.

جزئیات نمونه گیری هر یک از فرآیندها در ادامه آمده است:

۹-۱- سلامت خودرو

با توجه به ماهیت شاخص سلامت خودرو نمونه گیری در این فرآیند انجام نمی پذیرد و نظرسنجی بصورت سرشماری کامل انجام می شود. در صورتیکه شاخص سلامت خودرو به تفکیک محصول به ۹۹٪ برسد، جمع آوری اطلاعات مطابق فرمول کوکران با خطای ۱٪ و ضریب اطمینان ۹۵٪ بصورت ماهانه به تفکیک خودرو، حجم نمونه تعیین می شود.

۹-۲- کیفیت محصول (کیفیت اولیه محصول، کیفیت دوام محصول و قابلیت اطمینان)

به منظور پوشش کلیه خودروها، پس از دریافت اطلاعات مشتریان از شرکت های عرضه کننده آنها با استفاده از روش نمونه گیری سیستماتیک تصادفی جمع آوری اطلاعات مطابق فرمول کوکران با خطای ۲٪ و ضریب اطمینان ۹۵٪ بصورت ماهانه حجم نمونه تعیین می شود صورت می پذیرد.

تبصره ۱۷: مطابق تبصره ۸ در صورت نیاز پرسشنامه کیفیت دو قسمت می گردد لذا تعداد نمونه بدست آمده برای هر دو قسمت لحاظ می گردد.

تبصره ۱۸: در صورتیکه تعداد نمونه تکمیل شده یک خودرو کمتر از ۳۰ نمونه باشد گزارش خودرو مذکور تا تکمیل حداقل ۳۰ نمونه به دوره های بعد منتقل می گردد.

۹-۳- شاخص IQS

با توجه به اینکه شاخص IQS در قالب پرسشنامه اندازه گیری رضایت مشتریان از کیفیت اولیه محصول اجرا می گردد نمونه گیری این شاخص نیز مطابق با کیفیت اولیه محصول می باشد.

۹-۴- شاخص VDS

با توجه به اینکه شاخص VDS در قالب پرسشنامه اندازه گیری رضایت مشتریان از قابلیت اطمینان محصول اجرا می گردد نمونه گیری این شاخص نیز مطابق با قابلیت اطمینان محصول می باشد.

۹-۵- طراحی و چیدمان خودرو

به منظور پوشش کلیه خودرو ها، پس از دریافت اطلاعات مشتریان از شرکت های عرضه کننده با استفاده از روش نمونه گیری سیستماتیک تصادفی جمع آوری اطلاعات مطابق فرمول کوکران با خطای ۲٪ و ضریب اطمینان ۹۵٪ بصورت یک ساله حجم نمونه تعیین می شود صورت می پذیرد.

تبصره ۱۹: مطابق تبصره ۱۳ پرسشنامه طراحی و چیدمان خودرو در صورت نیاز دو قسمت می گردد لذا تعداد نمونه بدست آمده برای هر دو قسمت لحاظ می گردد.

۹-۶- اندازه گیری رضایت مشتریان از فرآیند فروش خودرو

با در نظر گرفتن فرمول نمونه گیری کوکران با استفاده از روش نمونه گیری سیستماتیک تصادفی و پیش فرض فاصله اطمینان ۹۵٪، برای نظر سنجی از فرآیند ثبت نام خطای ۱٪ برای هر عرضه کننده و برای نظرسنجی از فرآیند تحویل خطای ۳٪ برای هر نمایندگی در هر ماه در نظر گرفته می شود.

تبصره ۲۰: با توجه به اینکه پیش از آغاز نمونه گیری می باید تعداد حجم نمونه تعیین گردد، تعداد تحویل خودرو در دوره گذشته مبنای تعیین حجم نمونه اولیه دوره بعدی قرار می گیرد و در طول دوره به روز می گردد.

۹-۷- خدمات پس از فروش

با در نظر گرفتن فرمول نمونه گیری کوکران با استفاده از روش نمونه گیری سیستماتیک تصادفی و پیش فرض فاصله اطمینان ۹۵٪، و خطای ۳٪ برای هر نمایندگی در هر ماه در نظر گرفته می شود.

تبصره ۲۱: با توجه به اینکه پیش از آغاز نمونه گیری می باید تعداد حجم نمونه تعیین گردد، تعداد پذیرش خودرو در دوره گذشته مبنای تعیین حجم نمونه اولیه دوره بعدی قرار می گیرد و در طول دوره به روز می گردد.

۱۰- دوره های نمونه گیری

دوره های نمونه گیری و گزارش دهی هر یک از شاخص ها با توجه به فرآیند مربوطه بصورت ذیل می باشد:

۱-۱۰- سلامت خودرو

با توجه به اینکه نظرسنجی سلامت خودرو بصورت سرشماری کامل می باشد لذا دوره نمونه گیری تعریف نمی شود.

۱-۲- کیفیت محصول (کیفیت اولیه محصول، کیفیت دوام محصول و قابلیت اطمینان)

حجم نمونه مربوط به پرسشنامه ارزیابی رضایت مشتریان از کیفیت محصول بصورت ماهانه و مصاحبه با مشتریان سه ماه پس از استفاده از خودرو کیفیت اولیه محصول و کیفیت دوام محصول پانزده ماه پس از استفاده از خودرو به تفکیک خودرو (با در نظر گرفتن تبصره ۱۶) شاخص قابلیت اطمینان سه سال پس از استفاده از خودرو به صورت مستمر انجام می پذیرد.

۱-۳- شاخص IQS

با توجه به اینکه نظرسنجی شاخص IQS با پرسشنامه کیفیت اولیه محصول یکپارچه می باشد، حجم نمونه مربوطه بصورت ماهانه و مصاحبه با مشتریان سه ماه پس از استفاده از خودرو به تفکیک خودرو (با در نظر گرفتن تبصره ۱۶) به صورت مستمر انجام می پذیرد.

۱-۴- شاخص VDS

با توجه به اینکه نظرسنجی شاخص VDS با پرسشنامه قابلیت اطمینان محصول یکپارچه می باشد، حجم نمونه مربوطه بصورت سه ماهه و مصاحبه با مشتریان سه سال پس از استفاده از خودرو به تفکیک خودرو (با در نظر گرفتن تبصره ۱۶) به صورت فصلی انجام می پذیرد.

۱-۵- طراحی و چیدمان خودرو

حجم نمونه مربوط به پرسشنامه ارزیابی رضایت مشتریان از طراحی و چیدمان خودرو بصورت یک ساله و مصاحبه با مشتریان ۲ تا ۹ ماه پس از استفاده از خودرو به تفکیک خودرو انجام می پذیرد.

۱-۶- اندازه گیری رضایت مشتریان از فرآیند فروش خودرو

حجم نمونه مربوط به پرسشنامه ارزیابی رضایت مشتریان به صورت ماهانه و با استفاده از آمار واقعی ثبت نام و تحویل خودروها که به تفکیک نمایندگی توسط شرکتهای سازنده در پایان هر ماه اعلام می گردد محاسبه و نمونه گیری به صورت مستمر انجام می پذیرد.

۱-۷- خدمات پس از فروش

به منظور بررسی منظم و مستمر میزان رضایت مشتریان لازم است در دوره های زمانی مشابه که طی آن فرصت کافی برای انجام اقدامات اصلاحی توسط عرضه کنندگان وجود داشته باشد نمونه گیری به عمل می آید که برای این منظور دوره زمانی یک ماهه جهت جمع بندی اطلاعات و ارائه نتایج در نظر گرفته شده است.

۱۱- شیوه های ارائه پرسشنامه و جمع آوری اطلاعات

برای جمع آوری اطلاعات بر اساس حجم نمونه تعیین شده و نوع فرآیند شیوه های زیر مورد استفاده قرار می گیرند:

الف) انجام مصاحبه آنلاین با ارسال لینک پرسشنامه برای مشتریان، که لازم است بدین منظور لیست اسامی به همراه شماره تماس و ایمیل آنها از طریق عرضه کننده به بازرس ارائه شود.

ب) مصاحبه تلفنی با مشتریان، که لازم است لیست اسامی به همراه شماره تماس آن‌ها از طریق سامانه آنلاین به بازرس ارائه شود.

ج) استقرار نیروی کارشناس در اماکن عمومی پر تردد خودروها نظیر نمایندگی‌های مجاز، جایگاه‌های سوخت‌گیری، کارواشها، مراکز تعیین خسارت بیمه، پایانه‌ها، پارکینگ‌های عمومی و ... که امکان مصاحبه دقیق با مشتریان وجود دارد (فقط برای شاخص‌های کیفیت محصول و طراحی و چیدمان خودرو).

۱۲- جمع آوری داده‌ها و کدینگ پرسشنامه

پرسشنامه‌های جمع آوری شده ارزیابی میزان رضایت مشتریان در حوزه‌های سلامت خودرو، کیفیت خودرو (اولیه، دوام و قابلیت اطمینان)، شاخص IQS، شاخص VDS، طراحی و چیدمان خودرو، فرآیند فروش (ثبت نام و تحویل خودرو) و فرآیند خدمات پس از فروش به بانک اطلاعاتی نرم افزار بر اساس کدینگ مشخص وارد می‌شود و پس از حذف پرسشنامه‌های فاقد ارزش اطلاعاتی (به تشخیص نرم افزار با استفاده از حدود کنترلی و کارشناس متخصص واردکننده اطلاعات) جهت استفاده در گزارشات دسته بندی می‌گردد.

تبصره ۲۲: بازرس ملزم می‌باشد تمامی مصاحبه‌ها را از طریق نرم افزار یکپارچه نظر سنجی که ویژگی‌های زیر را داشته باشد انجام

دهد:

- ضبط تمامی صداهای مکالمات پرسشگران با مشتریان اعم از موفق و ناموفق
- قابلیت تماس خودکار با مشتری (عدم مشاهده شماره تماس مشتریان توسط پرسشگران)
- نمونه‌گیری خودکار به صورت ظرف بندی خوشه‌ای
- انجام سوالات شرطی به صورت سیستمی و خودکار
- اجرای ترتیب سوالات به صورت تصادفی
- طراحی سامانه آنلاین نظر سنجی

۱۳- نحوه محاسبات میزان اهمیت

به منظور محاسبه میزان اهمیت، از سوالی که رضایتمندی کلی را مورد سنجش قرار می‌دهد استفاده می‌شود همبستگی هر خصوصیت با سوال کلی به عنوان اهمیت آن خصوصیت در شکل‌گیری رضایت کل مد نظر قرار می‌گیرد. جهت بالا بردن دقت وزن تخصیص داده شده تعداد پاسخ دهندگان به هر سوال در اهمیت بدست آمده ضرب می‌گردد.

۱۴- نحوه محاسبات

الف- نحوه محاسبه میزان رضایت

جهت محاسبه میزان رضایت مشتریان از هر شاخص، ابتدا نمرات اهمیت خصوصیات تشکیل دهنده آن شاخص نرمال شده و در میانگین درصد رضایتمندی هر خصوصیت ضرب می‌گردد. مجموع نمرات به دست آمده تشکیل دهنده میانگین رضایت آن شاخص بر حسب درصد می‌باشد.

جهت محاسبه میزان رضایتمندی کلی در هر حوزه (کیفیت محصول (کیفیت اولیه، کیفیت دوام و قابلیت اطمینان)، طراحی و چیدمان محصول، فرآیند فروش (فرآیند ثبت نام و تحویل خودرو)، خدمات پس از فروش)، نیز ضرایب اهمیت تمامی خصوصیت های تشکیل دهنده رضایتمندی کلی نرمال گشته و پس از ضرب در میانگین رضایتمندی خصوصیت های مربوطه با هم جمع می گردد.

ب- شاخص های IQS و VDS

جهت محاسبه شاخص های IQS و VDS تعداد ایرادات مطرح شده توسط مشتری بر تعداد نظر سنجی تقسیم و در نهایت این مقدار در ۱۰۰ ضرب می شود، تا تعداد ایرادات هر خودرو در ۱۰۰ نمونه مشخص گردد.

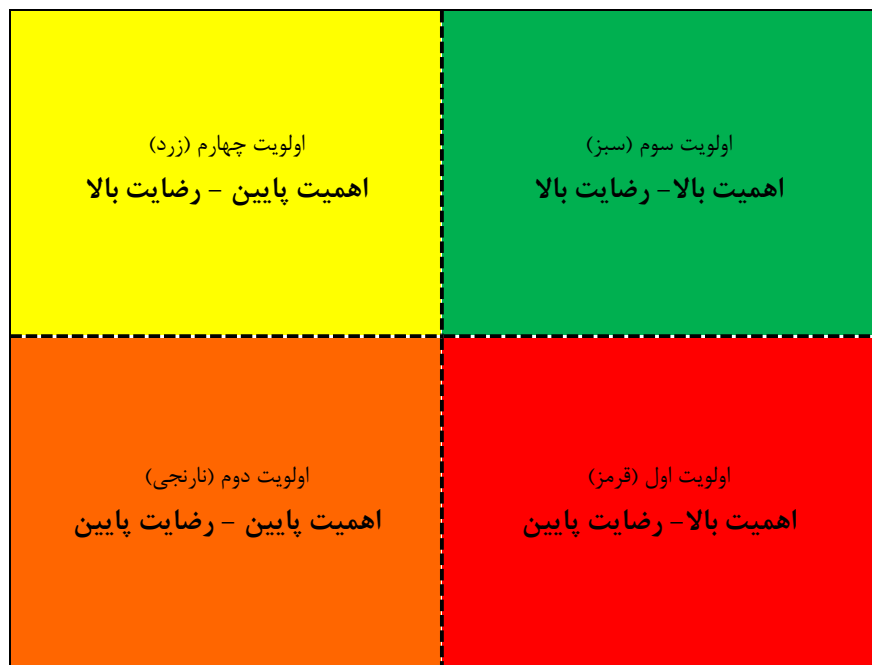
ج- شاخص سلامت خودرو

جهت محاسبه در شاخص سلامت خودرو درصد فراوانی مشتریانی که در مصاحبه اعلام کرده اند خودرو خود را بدون ایراد تحویل گرفته اند به کل مشتریان محاسبه می شود.

د- ماتریس عملکرد (نمودار اولویت بندی)

این نمودار برای تعیین اولویت ها جهت انجام اقدامات اصلاحی به کار گرفته می شود و اساس این اولویت بندی بر پایه چهار منطقه مشخص شده می باشد که این چهار منطقه از تقاطع دو محور مختصات که در محور افقی نمره اهمیت نرمال و در محور عمودی نمره رضایت نرمال شده تشکیل شده است. ضمناً دو خط دیگر که بصورت خط چین افقی و عمودی مشخص شده اند بر این اساس و مطابق نمودار ذیل چهار منطقه بوجود می آید:

نمره رضایت نرمال شده



نمره اهمیت نرمال شده

- I- منطقه اول شامل خصوصياتی که از نظر مشتریان دارای اهمیت بالا و رضایتمندی پایین می باشند بدیهی است خصوصیات این ناحیه که با رنگ قرمز در نمودار مشخص شده اند اولویت اول جهت انجام اقدامات اصلاحی می باشند.
- II- منطقه دوم خصوصياتی که از نظر مشتریان دارای اهمیت و رضایتمندی پایین می باشند خصوصیات این ناحیه که با رنگ نارنجی مشخص شده اند به عنوان اولویتهای دوم معرفی می گردند.
- III- منطقه سوم خصوصياتی که از نظر مشتریان دارای اهمیت و رضایتمندی بالا می باشند خصوصیات این ناحیه که با رنگ سبز مشخص شده اند به عنوان اولویتهای سوم معرفی می گردند.
- IV- منطقه چهارم خصوصياتی که از نظر مشتریان دارای اهمیت پایین و رضایتمندی بالا می باشند خصوصیات این ناحیه با رنگ زرد مشخص شده اند به عنوان اولویتهای چهارم معرفی می گردند.

۱۵- گزارشات

جهت بهره برداری مناسب از اطلاعات اخذ شده از فرآیند فوق گزارشات در قالب های کلی سلامت خودرو، کیفیت محصول (کیفیت اولیه، کیفیت دوام و قابلیت اطمینان)، VDS، IQS، طرحی و چیدمان محصول، فرآیند فروش و خدمات پس از فروش دسته بندی و به شرح ذیل در اختیار تصمیم گیران صنعت قرار می گیرد:

۱-۱۵- سلامت خودرو

سنجش شاخص سلامت خودرو به تفکیک خودرو و به صورت ماهانه صورت می پذیرد، گزارشات در قالب یک گزارش برای هر محصول و عرضه کننده در بستر آنلاین به صورت ذیل تهیه می گردد:

۱-۱-۱۵- تحلیل ها

گزارش بصورت داشبورد آنلاین برای عرضه کنندگان خودرو و نمایندگی های آن ارائه می شود و در جهت امکان ردیاب رفع ایراد احتمالی خودرو برای مشتریانی که خودرو با ایراد به آن ها تحویل داده شده است نمایندگی باید قابلیت ثبت اقدام در خصوص رفع عیب خودرو مشتری را داشته باشد همچنین در این گزارش به منظور ارائه نتایج مطلوب علاوه بر ارائه روندهای شاخص ها و خصوصیات مختلف فرآیند فروش نسبت به دوره های گذشته و دوره مبدأ، تحلیلهای ذیل نیز صورت می پذیرد:

- درصد خودرو های بدون ایراد تحویل داده شده برای هر خودرو
- دسته بندی ایرادات در زمان تحویل خودرو
- تحلیل مشخصات پاسخگویان و تاثیر گروه های مختلف جامعه بر رضایتمندی مشتریان

۱-۱-۲- زمان ارائه گزارشات

زمان ارائه گزارشات مربوط به هر ماه حداکثر تا انتهای ماه بعد خواهد بود.

تبصره ۲۳: با توجه به تبصره ۶ در جهت ارائه خدمات بهتر توسط عرضه کننده بازرسی ملزم به ارائه گزارش آنلاین برای شاخص سلامت خودرو با امکان دسترسی به تمامی مشتریان یک نمایندگی که مسائل مربوط به محرمانگی داده های در آن لحاظ شده باشد می باشد.

۱۵-۲- گزارشات کیفیت محصول

کیفیت محصول در سه چارچوب کلی ذیل اندازه گیری می گردد:

- کیفیت اولیه محصول:
- سه ماهه اول خرید و استفاده از محصول
- کیفیت دوام محصول:
- پانزده ماهه اول خرید و استفاده از محصول
- قابلیت اطمینان محصول:
- سه سال اول خرید و استفاده از محصول

۱۵-۲-۱- گزارشات ماهیانه (شاخص جزء)

به منظور ارائه بازخورد نتایج مشتریان به شرکتهای عرضه کننده جهت بهره برداری برای شناخت اقدامات اصلاحی، گزارشات در چارچوب کلی فوق (کیفیت اولیه محصول، کیفیت دوام محصول و قابلیت اطمینان محصول) ارائه می گردد. در این گزارشات بررسی روندها در شاخصها و خصوصیات نسبت به دوره های گذشته و دوره مبدأ به تفکیک خودرو و عرضه کننده و همچنین تعیین اولویت جهت اقدامات اصلاحی برای هر خصوصیت به تفکیک خودرو مد نظر قرار خواهند گرفت.

۱۵-۲-۱-۱- زمان ارائه گزارشات

گزارشات مربوط به هر خودرو در دوره های زمانی یک ماهه طبق جدول زیر تهیه و ارسال خواهد شد:

زمان ارائه گزارش	محدوده کارکرد خودرو بر حسب زمان	کیفیت اولیه
ماه تحویل + ۴ ماه	حداکثر سه ماه از زمان تحویل	کیفیت دوام محصول
ماه تحویل + ۱۶ ماه	حداکثر پانزده ماه از زمان تحویل	قابلیت اطمینان محصول
سه ماهه اول (مرداد ماه) سه ماهه دوم (آبان ماه) سه ماهه سوم (بهمن ماه) سه ماهه چهارم (اردیبهشت ماه) + ۳۷ ماه	حداکثر سه سال از زمان تحویل	

۱۵-۲-۲- گزارشات تحلیلی

به منظور تحلیل اقدامات صورت گرفته از سوی شرکتهای عرضه کننده جهت بهبود محصول و سنجش اثربخشی آن، گزارشات شش ماهه با ارائه تحلیلهای ذیل ارائه می گردد:

- شناخت تأثیر گذارترین زیر شاخص بر شاخص رضایتمندی کل کیفیت محصول
- تحلیل مشخصات پاسخگویان و تأثیر گروه های مختلف جامعه بر رضایتمندی مشتریان
- بررسی معنی داری تغییرات رضایتمندی در شاخص ها و زیر شاخص ها طی ادوار گذشته

- بررسی ایرادات خاص و تأثیر گذار و بررسی آن در سطح رضایت مشتریان

۱۵-۲-۱- زمان ارائه گزارشات

این گزارشات به صورت شش ماهه در اختیار بهره برداران قرار خواهد گرفت. گزارشات مربوط به شش ماهه اول سال در دی ماه و گزارشات مربوط به شش ماهه دوم سال در تیر ماه سال بعد ارائه می گردد.

۱۵-۳-IQS

با توجه به نظرسنجی شاخص IQS در قالب پرسشنامه کیفیت اولیه محصول، تمامی موارد مربوط به گزارشات این شاخص مشابه کیفیت اولیه محصول می باشد.

۱۵-۴- شاخص VDS

با توجه به نظرسنجی شاخص VDS در قالب پرسشنامه قابلیت اطمینان محصول، تمامی موارد مربوط به گزارشات این شاخص مشابه قابلیت اطمینان محصول می باشد.

۱۵-۵- گزارشات طراحی و چیدمان محصول

با توجه به اینکه اندازه گیری رضایت مشتریان از طراحی و چیدمان خودرو به تفکیک خودرو و به صورت یک ساله صورت می پذیرد گزارشات در قالب یک جلد گزارش تحلیلی برای هر محصول و عرضه کننده به صورت ذیل تهیه می گردد:

۱۵-۵-۱- تحلیل ها

در این گزارش به منظور ارائه نتایج مطلوب علاوه بر ارائه روندهای شاخص ها و خصوصیات مختلف طراحی و چیدمان خودرو نسبت به دوره های گذشته و دوره مبدأ، تحلیلهای ذیل نیز صورت می پذیرد:

- شناخت تأثیر گذارترین زیر شاخص بر شاخص رضایتمندی فرایند طراحی و چیدمان خودرو
- اندازه گیری رضایت مشتریان هر خودرو از طراحی و چیدمان خودرو
- شناخت اولویت اقدامات اصلاحی برای عرضه کننده خودرو
- تحلیل مشخصات پاسخگویان و تأثیر گروه های مختلف جامعه بر رضایتمندی مشتریان
- بررسی معنی داری تغییرات رضایتمندی در شاخص ها و زیر شاخص ها طی سنوات گذشته

۱۵-۵-۲- زمان ارائه گزارشات

این گزارشات و نقطه نظرات مشتریان در شش ماه اول مالکیت خودرو به صورت شش ماهه در اختیار بهره برداران قرار خواهد گرفت. گزارشات مربوط به شش ماهه اول سال در دی ماه و گزارشات مربوط به شش ماهه دوم سال در تیر ماه سال بعد ارائه می گردد.

۱۵-۶- گزارشات فرآیند فروش

اندازه گیری رضایت مشتریان از فرآیند فروش (در قالب دو گزارش مجزا برای فرآیند ثبت نام و فرآیند تحویل) انجام و گزارشات به صورت ذیل ارائه می گردد:

۱۵-۶-۱- تحلیل ها

در این گزارش ها به منظور ارائه نتایج مطلوب علاوه بر ارائه روندهای شاخص ها و خصوصیات مختلف فرآیند فروش نسبت به دوره های گذشته و دوره مبدأ، تحلیل‌های ذیل نیز صورت می پذیرد:

- شناخت تأثیر گذارترین خصوصیت بر شاخص رضایتمندی کل فرآیند ثبت نام و فرآیند تحویل
- اندازه‌گیری رضایت مشتریان به تفکیک نمایندگی‌های شرکت عرضه کننده از فرآیند ثبت نام و فرآیند تحویل
- شناخت اولویت اقدامات اصلاحی برای شرکت عرضه کننده در فرآیند ثبت نام و فرآیند تحویل
- تحلیل مشخصات پاسخگویان و تأثیر گروه های مختلف جامعه بر رضایتمندی مشتریان
- بررسی معنی داری تغییرات رضایتمندی در شاخص ها و زیر شاخص ها طی سنوات گذشته

۱۵-۶-۲- زمان ارائه گزارشات

زمان ارائه گزارشات مربوط به سه ماهه اول سال حداکثر تا پایان مرداد، سه ماهه دوم سال تا پایان آبان ماه، سه ماهه سوم تا پایان بهمن ماه و سه ماهه چهارم تا پایان اردیبهشت ماه سال بعد خواهد بود.

۱۵-۷-۲- گزارشات خدمات پس از فروش

اندازه‌گیری رضایت مشتریان خدمات پس از فروش به صورت ذیل ارائه می گردد.

۱۵-۷-۱- تحلیل ها

در این گزارش به منظور ارائه نتایج مطلوب علاوه بر ارائه روندهای شاخص ها و خصوصیات مختلف فرآیند خدمات پس از فروش نسبت به دوره های گذشته و دوره مبدأ، تحلیل های ذیل نیز صورت می پذیرد:

- شناخت تأثیر گذارترین زیر شاخص بر شاخص رضایتمندی کل خدمات پس از فروش
- اندازه‌گیری رضایت مشتریان به تفکیک نمایندگی‌های شرکت های خدمات پس از فروش
- شناخت اولویت اقدامات اصلاحی برای شرکت خدمات پس از فروش
- تحلیل مشخصات پاسخگویان و تأثیر گروه های مختلف جامعه بر رضایتمندی مشتریان
- بررسی معنی داری تغییرات رضایتمندی در شاخص ها و زیر شاخص ها طی سنوات گذشته

۱۵-۷-۲- زمان ارائه گزارشات:

زمان ارائه گزارشات مربوط به سه ماهه اول سال حداکثر تا پایان مرداد، سه ماهه دوم سال تا پایان آبان ماه، سه ماهه سوم تا پایان بهمن ماه و سه ماهه چهارم تا پایان اردیبهشت ماه سال بعد خواهد بود.

۱۵-۸- دریافت کنندگان گزارشات

گزارشات فوق در اختیار ارگان های ذیل جهت بهره برداری قرار خواهد گرفت:

- وزارت صنعت، معدن و تجارت
- عرضه کنندگان خودرو

تبصره ۲۴: ارائه اطلاعات به سایر ارگان‌ها با هماهنگی وزارت صنعت، معدن و تجارت صورت می پذیرد.

۱۶- شرایط احراز پرسشگران

یکی از حساس ترین فرآیندهای موجود در دستورالعمل اندازه گیری رضایت مشتریان، شرایط احراز پرسشگران می باشد که بدین منظور بازرس با استفاده از دستورالعملهای داخلی انتخاب و آموزش پرسشگران و با در نظر گرفتن شرایط عمومی ذیل نیروی انسانی مورد نیاز طرح را تامین می نماید:

- دارای صبر و بردباری و توانایی برقراری ارتباط
- دارای برخورد خوب و با متانت
- برخوردار از تحصیلات دانشگاهی
- تسلط به مفاهیم پرسشها و توانایی تفهیم پرسشهای پرسشنامه
- قدرت بیان برای مطرح کردن پرسشها به صورت ساده و قابل فهم
- خلاقیت در کار پرسشگری و مصاحبه
- وقت شناس و دارای وجدان کاری، دقت و ایمان
- آشنا با هدف و نتیجه پژوهش
- دارای حس کنجکاوی ، بیشتر شنونده بودن و دوری جستن از تحمیل نظرات خود بر مصاحبه شونده
- رعایت کامل آیین نامه تکمیل پرسشنامه
- شرکت در جلسه توجیهی و آموزشی آشنایی با پرسشنامه و اهداف اجرای طرح

۱۷- یکسان سازی رویه پرسشگران

به منظور یکسان سازی رویه نحوه مصاحبات در روشهای پرسشگری حضوری و تلفنی، آیین نامه داخلی در این خصوص تهیه و در اختیار پرسشگران قرار می گیرد.

۱۸- ارائه خدمات تشویقی برای مشتریان

به منظور تشویق و ترغیب مشتریان جهت تکمیل پرسشنامه آنلاین و دریافت اطلاعات دقیق تر و کامل تر از سوی مشتریان، با توافق شرکتهای عرضه کننده و بازرسی خدمات تشویقی برای مشتریان می تواند در نظر گرفته شود.

۱۹- تغییرات

در صورت نیاز این دستورالعمل به تشخیص وزارت صنعت، معدن و تجارت مورد بازنگری قرار خواهد گرفت.

۲۰- پیوست ها

فرم ۱- پرسشنامه اندازه گیری سلامت خودرو تحویلی به مشتریان

فرم ۲- پرسشنامه اندازه گیری رضایت مشتریان از کیفیت محصول

فرم ۳- پرسشنامه اندازه گیری رضایت مشتریان از کیفیت خودروی وانت

فرم ۴- پرسشنامه اندازه گیری رضایت مشتریان از کیفیت خودروی اتوبوس، مینی بوس و میدی باس

فرم ۵- پرسشنامه اندازه گیری رضایت مشتریان از کیفیت خودروی کامیون، کامیونت و کشنده

فرم ۶- پرسشنامه اندازه گیری رضایت مشتریان از طراحی و چیدمان محصول

فرم ۷- پرسشنامه اندازه گیری رضایت مشتریان از خدمات فروش (ثبت نام)

فرم ۸- پرسشنامه اندازه گیری رضایت مشتریان از خدمات فروش (تحویل)

فرم ۹- پرسشنامه اندازه گیری رضایت مشتریان از خدمات پس از فروش

جدول توزیع نرمال استاندارد



وزارت صنعت معدن و تجارت

فرم ۱- پرسشنامه اندازه‌گیری سلامت خودرو تحویلی به مشتریان

ردیف	خصوصیت	تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟	توضیحات		
۱	به طور کلی از موارد مربوط به تحویل خودرو راضی بودید؟	بلی خیر			
۲	آیا خودرو در زمان مقرر مطابق قرارداد به شما تحویل داده شده است؟	بلی خیر			
۳	آیا خودرو بدون ایراد به شما تحویل داده شده است؟	بلی خیر			
۴	(اگر سوال ۳ خیر) ایراد خودرو چه چیزی بوده است؟	پاسخ ها در دسته بندی مربوطه ثبت شود.			
		مجموعه نیرو محرکه و سوخت رسانی	ایمنی	انتقال قدرت	بدنه
		مجموعه تعلیق	اتاق	ادوات برقی	تهویه مطبوع
۵	(اگر سوال ۳ خیر) تمایل دارید برای رفع ایراد به نمایندگی برگردید تا ایراد خودروتون بررسی شود؟	بلی خیر			
پیشنهادات و انتقادات :					
۱. جنسیت <input type="checkbox"/> زن (۱) <input type="checkbox"/> مرد (۲)					
۲. سن <input type="checkbox"/> ۱۸ تا ۳۰ سال (۱) <input type="checkbox"/> ۳۱ تا ۴۵ سال (۲) <input type="checkbox"/> ۴۶ تا ۶۰ سال (۳) <input type="checkbox"/> ۶۱ به بالا (۴)					
۳. میزان تحصیلات <input type="checkbox"/> زیر دیپلم (۱) <input type="checkbox"/> دیپلم (۲) <input type="checkbox"/> فوق دیپلم (۳) <input type="checkbox"/> لیسانس (۴) <input type="checkbox"/> فوق لیسانس و بالاتر (۵)					
۴. شغل:					



وزارت صنعت معدن و تجارت

فرم ۲- پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از کیفیت خودرو

❖ به طور کلی تا چه میزان از کیفیت خودرو رضایت دارید؟ پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)

ردیف	خصوصیت	تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟	توضیحات
مجموعه نیرو محرکه و سوخت رسانی			
۱	قدرت و شتاب خودرو	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲	تناسب مصرف سوخت مطابق با مشخصات مندرج در دفترچه راهنمای خودرو	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳	وضعیت موتور (صدای موتور، عدم روغن ریزی و ...)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
ایمنی			
۴	عملکرد ترمز (گیرایی)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۵	عملکرد ترمز دستی	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۶	عملکرد برف پاک‌کن و شیشه شوی	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۷	عملکرد لوازم ایمنی داخل اتاق (کمربند ایمنی و ...)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۸	کیفیت تاپرها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۹	(در صورتیکه در سوال ۸ از عملکرد سیستم کنترل فشار باد لاستیک‌ها (TPMS) اعلام نارضایتی شود) برای تنظیم باد لاستیک‌ها به نمایندگی مراجعه داشته‌اید؟	بله	خیر
انتقال قدرت			
۱۰	نوع گیربکس	دستی	اتوماتیک
۱۱	(در صورتیکه سوال ۱۰ دستی باشد) عملکرد مجموعه کلاچ	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۲	عملکرد مجموعه گیربکس	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
بدنه			
۱۳	نحوه باز و بسته شدن دربها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۴	کیفیت رنگ بدنه	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۵	کیفیت و عملکرد آینه‌ها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
مجموعه تعلیق			
۱۶	عملکرد سیستم فرمان	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۷	عملکرد جلوبندی و کمک فنرها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
اتاق			
۱۸	سکوت نسبی و آرامش داخل اتاق	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۹	عدم نفوذ آب، باد به داخل خودرو	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۰	عملکرد سانروف	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۱	کیفیت صندلی‌ها (عملکرد، راحتی و ...)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
ادوات برقی			
۲۲	عملکرد شیشه بالا برها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۳	سیستم برق رسانی و ادوات برقی (باتری، آمپر، دینام، استارت و ...)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۴	عملکرد سنسور دنده عقب	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۵	عملکرد کروز کنترل	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۶	عملکرد سیستم صوتی و مالتی مدیا (راديو پخش، سی دی و ...)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۷	عملکرد و تنظیم نور چراغها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
تهویه مطبوع			
۲۸	عملکرد سیستم تهویه	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
مخصوص خودروهای برقی و هیبریدی			
۲۹	از مدت زمان شارژ باتری خودرو چقدر رضایت دارید؟	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳۰	از عملکرد باتری از نظر بازدهی و طول عمر باتری چقدر رضایت دارید؟	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	



وزارت صنعت معدن و تجارت

فرم ۲- پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از کیفیت خودرو

❖ به طور کلی تا چه میزان از کیفیت خودرو رضایت دارید؟ پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)

ردیف	خصوصیت	تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟	توضیحات
۳۱	از سیستم و سامانه های مدیریت باتری خودرو چقدر رضایت دارید؟	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
سایر ایرادات :			
۱. جنسیت	<input type="checkbox"/> زن (۱) <input type="checkbox"/> مرد (۲)		
۲. سن	<input type="checkbox"/> ۱۸ تا ۳۰ سال <input type="checkbox"/> ۳۱ تا ۴۵ سال <input type="checkbox"/> ۴۶ تا ۶۰ سال <input type="checkbox"/> ۶۱ به بالا (۴)		
۳. میزان تحصیلات	<input type="checkbox"/> (۱) زیر دیپلم <input type="checkbox"/> (۲) دیپلم <input type="checkbox"/> (۳) فوق دیپلم <input type="checkbox"/> (۴) لیسانس <input type="checkbox"/> (۵) فوق لیسانس و بالاتر		
۴. شغل:			



وزارت صنعت معدن و تجارت

فرم ۳- پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از کیفیت خودروی وانت

❖ به طور کلی تا چه میزان از کیفیت خودرو رضایت دارید؟ پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)

ردیف	خصوصیت	تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟	توضیحات
مجموعه نیرو محرکه و سوخت رسانی			
۱	قدرت و شتاب خودرو	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲	تناسب مصرف سوخت مطابق با مشخصات مندرج در دفترچه راهنمای خودرو	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳	وضعیت موتور (صدای موتور، عدم روغن ریزی و ...)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
ایمنی			
۴	عملکرد ترمز (گیرایی)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۵	عملکرد ترمز دستی	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۶	عملکرد برف پاک‌کن و شیشه شوی	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۷	عملکرد لوازم ایمنی داخل اتاق (کمربند ایمنی و ...)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۸	کیفیت تایرها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۹	(در صورتیکه در سوال ۸ از عملکرد سیستم کنترل فشار باد لاستیک‌ها (TPMS) اعلام ناراضی‌تی شود) برای تنظیم باد لاستیک‌ها به نمایندگی مراجعه داشته‌اید؟	بله	خیر
انتقال قدرت			
۱۰	نوع گیربکس	دستی	اتوماتیک
۱۱	(در صورتیکه سوال ۱۰ دستی باشد) عملکرد مجموعه کلاچ	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۲	عملکرد مجموعه گیربکس	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۳	عملکرد دیفرانسیل	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
بدنه			
۱۴	نحوه باز و بسته شدن دربها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۵	استحکام شاسی	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۶	کیفیت رنگ بدنه	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۷	کیفیت و عملکرد آینه‌ها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
مجموعه تعلیق			
۱۸	عملکرد سیستم فرمان	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۹	عملکرد جلوپنندی و کمک فنرها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
اتاق			
۲۰	استحکام اتاق	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۱	عدم نفوذ آب، باد به داخل خودرو	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۲	سکوت نسبی و آرامش داخل اتاق	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۳	کیفیت صندلی‌ها (عملکرد، راحتی و ...)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
ادوات برقی			
۲۴	عملکرد و تنظیم نور چراغها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۵	عملکرد شیشه بالا برها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۶	سیستم برق رسانی و ادوات برقی (باتری، سنسور دنده عقب، آمپر، دینام، استارت و ...)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۷	عملکرد سیستم صوتی و مالتی مدیا (رادیو پخش، سی دی و ...)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
تهویه مطبوع			
۲۸	عملکرد سیستم تهویه	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	

سایر ایرادات :

جنسیت	<input type="checkbox"/> زن (۱)	<input type="checkbox"/> مرد (۲)			
سن	<input type="checkbox"/> ۳۰ تا ۳۵ سال (۱)	<input type="checkbox"/> ۳۱ تا ۴۵ سال (۲)	<input type="checkbox"/> ۴۶ تا ۶۰ سال (۳)	<input type="checkbox"/> ۶۱ به بالا (۴)	
میزان تحصیلات	<input type="checkbox"/> زیر دیپلم (۱)	<input type="checkbox"/> دیپلم (۲)	<input type="checkbox"/> فوق دیپلم (۳)	<input type="checkbox"/> لیسانس (۴)	<input type="checkbox"/> فوق لیسانس و بالاتر (۵)
۴. شغل:					



وزارت صنعت معدن و تجارت

فرم ۴- پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از کیفیت خودروی اتوبوس، مینی بوس و میدی باس

❖ به طور کلی تا چه میزان از کیفیت خودرو رضایت دارید؟ پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)

ردیف	خصوصیت	تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟	توضیحات
مجموعه نیرو محرکه و سوخت رسانی			
۱	قدرت و شتاب خودرو	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲	تناسب مصرف سوخت مطابق با مشخصات مندرج در دفترچه راهنمای خودرو	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳	عملکرد سیستم خنک کننده (رادیاتور، فن، واتر پمپ و ...)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۴	وضعیت موتور (صدای موتور، عدم روغن ریزی و ...)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
ایمنی			
۵	عملکرد ترمز (گیرایی)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۶	عملکرد ترمز دستی	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۷	عملکرد پمپ باد	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۸	عملکرد ترمز های کمکی (ریتارد، ترمز موتور و ...)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۹	عملکرد برف پاک کن و شیشه شوی	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۰	عملکرد لوازم ایمنی داخل اتاق (کمربند ایمنی و ...)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۱	کیفیت تایرها	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۲	(در صورتیکه در سوال ۱۱ از عملکرد سیستم کنترل فشار باد لاستیک ها (TPMS) اعلام نارضایتی شود) برای تنظیم باد لاستیک ها به نمایندگی مراجعه داشته اید؟	بله	خیر
انتقال قدرت			
۱۳	نوع گیربکس	دستی	اتوماتیک
۱۴	(در صورتیکه سوال ۱۳ دستی باشد) عملکرد مجموعه کلاچ	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۵	عملکرد مجموعه گیربکس	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۶	عملکرد دیفرانسیل	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
بدنه			
۱۷	استحکام شاسی	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۸	نحوه باز و بسته شدن دربها	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۹	کیفیت رنگ بدنه	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۰	کیفیت و عملکرد آینه ها	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
مجموعه تعلیق			
۲۱	عملکرد سیستم فرمان	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۲	عملکرد فنر بندی و تعلیق	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۳	عملکرد جلوبندی و کمک فنرها	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
اتاق			
۲۴	استحکام اتاق	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۵	سکوت نسبی و آرامش داخل اتاق	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۶	عدم نفوذ آب، باد به داخل خودرو	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۷	کیفیت صندلی ها (عملکرد، راحتی و ...)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
ادوات برقی			
۲۸	عملکرد و تنظیم نور چراغها	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۹	عملکرد شیشه بالابرها	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳۰	سیستم برق رسانی و ادوات برقی (باتری، سنسور دنده عقب، آمپر ها، دینام، استارت و ...)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳۱	عملکرد سیستم صوتی و مالتی مدیا(رادیو پخش، سی دی و ...)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	



وزارت صنعت معدن و تجارت

فرم ۴- پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از کیفیت خودروی اتوبوس، مینی بوس و میدی باس

❖ به طور کلی تا چه میزان از کیفیت خودرو رضایت دارید؟ پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)

ردیف	خصوصیت	تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟	توضیحات
تهویه مطبوع			
۳۲	عملکرد سیستم تهویه	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
سایر ایرادات :			
۱. جنسیت <input type="checkbox"/> زن (۱) <input type="checkbox"/> مرد (۲)			
۲. سن <input type="checkbox"/> ۱۸ تا ۳۰ سال <input type="checkbox"/> ۳۱ تا ۴۵ سال <input type="checkbox"/> ۴۶ تا ۶۰ سال <input type="checkbox"/> ۶۱ به بالا <input type="checkbox"/> (۴)			
۳. میزان تحصیلات <input type="checkbox"/> زیر دیپلم <input type="checkbox"/> (۱) <input type="checkbox"/> دیپلم <input type="checkbox"/> (۲) <input type="checkbox"/> فوق دیپلم <input type="checkbox"/> (۳) <input type="checkbox"/> لیسانس <input type="checkbox"/> (۴) <input type="checkbox"/> فوق لیسانس و بالاتر <input type="checkbox"/> (۵)			
۴. شغل:			



وزارت صنعت معدن و تجارت

فرم ۵- پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از کیفیت خودروی کامیون، کامیونت و کشنده

❖ به طور کلی تا چه میزان از کیفیت خودرو رضایت دارید؟ پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)

ردیف	خصوصیت	تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟	توضیحات
مجموعه نیرو محرکه و سوخت رسانی			
۱	قدرت و شتاب خودرو	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲	تناسب مصرف سوخت مطابق با مشخصات مندرج در دفترچه راهنمای خودرو	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳	عملکرد سیستم خنک‌کننده (رادیاتور، فن، واتر پمپ و ...)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۴	وضعیت موتور (صدای موتور، عدم روغن ریزی و ...)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۵	عملکرد پمپ گازوییل	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
ایمنی			
۶	عملکرد ترمز (گیرایی)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۷	عملکرد ترمز دستی	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۸	عملکرد پمپ باد	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۹	عملکرد ترمزهای کمکی (ریتارد، ترمز موتور و ...)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۰	عملکرد برف پاک‌کن و شیشه شوی	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۱	عملکرد لوازم ایمنی داخل اتاق (کمربند ایمنی و ...)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۲	کیفیت تایرها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۳	(در صورتیکه در سوال ۱۲ از عملکرد سیستم کنترل فشار باد لاستیک‌ها (TPMS) اعلام نارضایتی شود) برای تنظیم باد لاستیک‌ها به نمایندگی مراجعه داشته‌اید؟	بله	خیر
انتقال قدرت			
۱۴	نوع گیربکس	دستی	اتوماتیک
۱۵	(در صورتیکه سوال ۱۴ دستی باشد) عملکرد مجموعه کلاچ	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۶	عملکرد مجموعه گیربکس	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۷	عملکرد دیفرانسیل	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
بدنه			
۱۸	استحکام شاسی	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۹	نحوه باز و بسته شدن دربها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۰	کیفیت رنگ بدنه	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۱	کیفیت و عملکرد آینه‌ها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
مجموعه تعلیق			
۲۲	عملکرد سیستم فرمان	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۳	عملکرد فنر بندی و تعلیق	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۴	عملکرد جلوبندی و کمک فنرها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
اتاق			
۲۵	سکوت نسبی و آرامش داخل اتاق	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۶	عدم نفوذ آب، باد به داخل خودرو	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۷	کیفیت صندلی‌ها (عملکرد، راحتی و ...)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
ادوات برقی			
۲۸	عملکرد و تنظیم نور چراغها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۹	عملکرد شیشه بالا برها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳۰	سیستم برق رسانی و ادوات برقی (باتری، سنسور دنده عقب، آمپرها، دینام، استارت و ...)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳۱	عملکرد سیستم صوتی و مالتی مدیا (رادیو پخش، سی دی و ...)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	



وزارت صنعت معدن و تجارت

فرم ۵- پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از کیفیت خودروی کامیون، کامیونت و کشنده

❖ به طور کلی تا چه میزان از کیفیت خودرو رضایت دارید؟ پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)

ردیف	خصوصیت	تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟	توضیحات
تهویه مطبوع			
۳۲	عملکرد سیستم تهویه	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
سایر ایرادات :			
۱. جنسیت <input type="checkbox"/> زن (۱) <input type="checkbox"/> مرد (۲)			
۲. سن <input type="checkbox"/> ۱۸ تا ۳۰ سال <input type="checkbox"/> ۳۱ تا ۴۵ سال <input type="checkbox"/> ۴۶ تا ۶۰ سال <input type="checkbox"/> ۶۱ به بالا <input type="checkbox"/>			
۳. میزان تحصیلات <input type="checkbox"/> زیر دیپلم (۱) <input type="checkbox"/> دیپلم (۲) <input type="checkbox"/> فوق دیپلم (۳) <input type="checkbox"/> لیسانس (۴) <input type="checkbox"/> فوق لیسانس و بالاتر <input type="checkbox"/>			
۴. شغل:			



وزارت صنعت معدن و تجارت

فرم ۶- پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از طراحی، عملکرد و چیدمان خودرو

❖ پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)

ردیف	خصوصیت	تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟	توضیحات
طراحی خارج خودرو			
۱	طراحی و نمای جلوی خودرو	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲	طراحی و نمای عقب خودرو	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳	طراحی و نمای جانبی خودرو	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۴	طراحی رینگها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
ورود و خروج از وسیله نقلیه			
۵	طراحی و جانمایی دستگیره خارجی دربها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۶	طراحی و جانمایی دستگیره داخلی دربها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۷	نحوه ورود و خروج به خودرو	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۸	ریموت خودرو	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۹	سیستم‌های هوشمند خوش آمدگویی و ترک خودرو	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
طراحی داخل خودرو			
۱۰	طراحی صندلی راننده	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۱	طراحی صندلی شاگرد	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۲	طراحی صندلیهای عقب	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۳	طراحی فضای داخل اتاق	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۴	طراحی رودری‌ها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۵	طراحی و جانمایی آمپرها و گیجها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۶	طراحی داشبورد	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۷	طراحی کنسول میانی	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۸	طراحی شیشه‌ها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۹	طراحی سقف	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
قابلیت دید و ایمنی مرتبط با طراحی استایل خودرو			
۲۰	دید کافی جلو و عقب خودرو	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۱	طراحی آینه‌ها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۲	طراحی و جانمایی ایربگها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۳	طراحی برف پاک‌کن‌ها و شیشه شوی	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۴	طراحی و جانمایی کمربندهای ایمنی	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
عملکرد سیستم نیرومحرکه، انتقال قدرت، تعلیق و ترمز			
۲۵	قدرت و شتاب (طراحی نوع موتور)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۶	نوع گیربکس	دستی	اتوماتیک
۲۷	(اگر سوال ۲۶ دستی) گیربکس دستی و کلاچ	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۸	(اگر سوال ۲۶ اتوماتیک) گیربکس اتوماتیک	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲۹	طراحی فرمان	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳۰	طراحی جلوبندی و کمک فنرها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳۱	ترمز و ترمز دستی	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
سیستم‌های هوشمند مرتبط با ایمنی و اطلاعات و سرگرمی			
۳۲	سیستم‌های هوشمند، مرتبط با ارتقاء ایمنی خودرو	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳۳	سیستم‌های هوشمند، جهت پشتیبانی رانندگی بهتر	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳۴	سیستم مالتی مدیا (اطلاعات و سرگرمی)	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳۵	طراحی و جانمایی بلندگوها	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
سرمایش، گرمایش و سیستم تهویه			
۳۶	طراحی و جانمایی خروجی‌های سیستم تهویه	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	



وزارت صنعت معدن و تجارت

فرم ۶- پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از طراحی، عملکرد و چیدمان خودرو

❖ پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)

ردیف	خصوصیت	تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟	توضیحات
۳۷	طراحی و جانمایی ابزار کنترلی سیستم تهویه	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳۸	به طور کلی از طراحی، چیدمان و عملکرد خودرو خود چقدر رضایت دارید؟	پاسخ‌ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
سایر ایرادات :			
۱. جنسیت	<input type="checkbox"/> زن (۱) <input type="checkbox"/> مرد (۲)		
۲. سن	<input type="checkbox"/> ۱۸ تا ۳۰ سال (۱) <input type="checkbox"/> ۳۱ تا ۴۵ سال (۲) <input type="checkbox"/> ۴۶ تا ۶۰ سال (۳) <input type="checkbox"/> ۶۱ به بالا (۴)		
۳. میزان تحصیلات	<input type="checkbox"/> زیر دیپلم (۱) <input type="checkbox"/> دیپلم (۲) <input type="checkbox"/> فوق دیپلم (۳) <input type="checkbox"/> لیسانس (۴) <input type="checkbox"/> فوق لیسانس و بالاتر (۵)		
۴. شغل:			



وزارت صنعت معدن و تجارت

فرم ۷- پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از خدمات فروش (ثبت نام)

ردیف	خصوصیت	تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟		توضیحات
		حضور	آنلاین	
۱	نحوه ثبت نام شما به چه صورتی بوده است؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲	از نحوه اطلاع رسانی شرکت در مورد شرایط فروش، بخشنامه ها و قرارداد چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳	(در صورتی که سوال ۱ آنلاین) از امکانات و قابلیت ها سامانه ثبت نام چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۴	(در صورتی که سوال ۱ حضوری) از وضعیت محل ثبت نام (از نظر آراستگی و امکانات رفاهی) چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۵	از برخورد و پاسخگویی پرسنل فروش در زمان ثبت نام خودرو چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۶	از سهولت فرآیند ثبت نام چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۷	از تنوع روشهای فروش مثل نقدی، ودیعه ای و مشارکتی و شرایط قرارداد ارائه شده چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۸	از تنوع محصولات ارائه شده جهت فروش چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۹	از خدمات ارائه شده در زمینه تست خودرو پیش از خرید چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۰	از قیمت خودرو (متناسب با خودرو ثبت نامی) چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۱	به طور کلی از فرآیند ثبت نام چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
پیشنهادات و انتقادات :				
۱. جنسیت <input type="checkbox"/> زن (۱) <input type="checkbox"/> مرد (۲)				
۲. سن <input type="checkbox"/> ۱۸ تا ۳۰ سال <input type="checkbox"/> ۳۱ تا ۴۵ سال <input type="checkbox"/> ۴۶ تا ۶۰ سال <input type="checkbox"/> ۶۱ به بالا				
۳. میزان تحصیلات <input type="checkbox"/> زیر دیپلم <input type="checkbox"/> (۲) دیپلم <input type="checkbox"/> (۳) فوق دیپلم <input type="checkbox"/> (۴) لیسانس <input type="checkbox"/> (۵) فوق لیسانس و بالاتر				
۴. شغل:				



وزارت صنعت معدن و تجارت

فرم ۸- پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از خدمات فروش (تحويل)

ردیف	خصوصیت	تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟	توضیحات
۱	از نحوه اطلاع رسانی به مشتری در خصوص فرآیند تحويل خودرو چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲	از برخورد و پاسخگویی مسئول تحويل در زمان تحويل خودرو چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳	از تحويل به موقع خودرو چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۴	آیا خودرو شما مشمول خسارت دیرکرد و سود مشارکت شد؟	بلی	خیر
۵	(اگر سوال ۴ بلی) از پرداخت خسارت دیرکرد و سود مشارکت مطابق قرارداد چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۶	از سلامت خودرو در زمان تحويل چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۷	از وضعیت خودرو از لحاظ تمیز بودن در زمان تحويل چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۸	از شرایط محل تحويل خودرو از نظر آراستگی و امکانات رفاهی چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۹	از نحوه پیگیری نمایندگی از طریق تماس، پیامک، اپ و ... در خصوص فرآیند تحويل خودرو چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۰	از راهنمایی و آموزش مشتریان در خصوص استفاده از خودرو چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۱	از راهنمایی و آموزش مشتریان در خصوص شرایط و ضوابط گارانتی چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۲	از تحويل متعلقات الزامی خودرو (جک و مثلث خطر) مطابق با ضوابط چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۳	از تحويل به موقع بیمه و فاکتور فروش شرکت چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۴	به طور کلی از فرآیند تحويل خودرو ثبت نامی چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۵	تمایل شما به خرید خودرو از شرکت ... یا معرفی به دوستان چقدر است؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۶	چقدر فرآیند خرید خودرو برای شما راحت بوده است؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	

پیشنهادات و انتقادات :

۱. جنسیت	<input type="checkbox"/> زن (۱)	<input type="checkbox"/> مرد (۲)			
۲. سن	<input type="checkbox"/> ۱۸ تا ۳۰ سال	<input type="checkbox"/> ۳۱ تا ۴۵ سال	<input type="checkbox"/> ۴۶ تا ۶۰ سال	<input type="checkbox"/> ۶۱ به بالا (۴)	
۳. میزان تحصیلات	<input type="checkbox"/> زیر دیپلم (۱)	<input type="checkbox"/> دیپلم (۲)	<input type="checkbox"/> فوق دیپلم (۳)	<input type="checkbox"/> لیسانس (۴)	<input type="checkbox"/> فوق لیسانس و بالاتر (۵)
۴. شغل:					
۵. در حال حاضر از خودرو استفاده می‌نمایید؟ (۱) بلی	<input type="checkbox"/> خیر (خودرو فروخته شده است) (۲)	<input type="checkbox"/> خیر (جهت سرمایه گذاری) (۳)			



وزارت صنعت معدن و تجارت

فرم ۹- پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از خدمات پس از فروش

ردیف	خصوصیت	تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟	توضیحات
۱	از فرآیند پذیرش خودرو (زمان و نحوه پذیرش) در نمایندگی چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲	از مدت زمان تعمیر خودرو مطابق زمان اعلام شده در زمان پذیرش خودرو چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳	خودرو را چه زمانی به شما تحویل دادند؟	همان روز <input type="checkbox"/> فردا <input type="checkbox"/> چند روز بعد <input type="checkbox"/> روز	
۴	میزان رضایت شما از کیفیت خدمات ارائه شده از قبیل تعمیرات و سرویس های نمایندگی مطابق خدمات درخواست شده در زمان پذیرش چقدر است؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۵	برای تعمیر خودرویتان قطعه مصرفی و غیر مصرفی نیاز بود؟	بلی <input type="checkbox"/> خیر <input type="checkbox"/>	
۶	از اقدامات و پیگیری نمایندگی در خصوص تأمین قطعات چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۷	آیا در این مراجعه هزینه ای بابت خدمات ارائه شده پرداخت نموده اید؟	بلی <input type="checkbox"/> خیر <input type="checkbox"/>	
۸	از هزینه پرداختی (قطعه و اجرت) متناسب با خدمات انجام شده چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۹	از امکانات رفاهی ارائه شده در نمایندگی چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۰	از توضیحات ارائه شده در خصوص کارهای انجام شده روی خودرو چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۱	از نحوه رفتار و برخورد پرسنل تعمیرگاه چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۲	از نحوه پیگیری نمایندگی از طریق تماس، پیامک، اپ و در خصوص کیفیت خدمت ارائه شده پس از ترخیص چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۳	از سهولت دسترسی به نمایندگی های این شرکت چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۴	به طور کلی تا چه میزان از خدمات پس از فروش ارائه شده توسط نمایندگی در تاریخ رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۵	با توجه به خدماتی که این نمایندگی تاکنون به شما ارائه داده تا چه میزان تمایل دارید این نمایندگی را به دیگران معرفی کنید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۶	چقدر فرآیند دریافت خدمات پس از فروش برای شما راحت بوده است؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
پیشنهادات و انتقادات :			
۱. جنسیت <input type="checkbox"/> زن (۱) <input type="checkbox"/> مرد (۲)			
۲. سن <input type="checkbox"/> ۱۸ تا ۳۰ سال <input type="checkbox"/> ۳۱ تا ۴۵ سال <input type="checkbox"/> ۴۶ تا ۶۰ سال <input type="checkbox"/> ۶۱ به بالا <input type="checkbox"/> (۴)			
۳. میزان تحصیلات <input type="checkbox"/> زیر دیپلم (۱) <input type="checkbox"/> دیپلم (۲) <input type="checkbox"/> فوق دیپلم (۳) <input type="checkbox"/> لیسانس (۴) <input type="checkbox"/> فوق لیسانس و بالاتر <input type="checkbox"/> (۵)			
۴. شغل:			

بخش هفتم

دستورالعمل چگونگی اطلاع رسانی عمومی و تبلیغات در خصوص نتایج ارزیابی ادواری خدمات پس از فروش صنعت خودرو

دستورالعمل چگونگی اطلاع رسانی عمومی و تبلیغات در خصوص نتایج ارزیابی ادواری خدمات پس از فروش صنعت خودرو

۱- هدف

هدف از تهیه این دستورالعمل ایجاد شرایط نظام مند جهت اطلاع رسانی عمومی و تبلیغات در خصوص نتایج ارزیابی‌های ادواری خدمات پس از فروش می باشد.

۲- دامنه کاربرد

محدوده این دستورالعمل شامل کلیه شرکت های عرضه کننده خودرو و واسطه خدمات پس از فروش مشمول فرآیند ارزیابی می باشد.

۳- تعاریف

▪ امتیاز نهایی: امتیازی است که بر اساس ارزیابی در پایان هر دوره به شرکت های عرضه کننده خودرو یا واسطه خدمات پس از فروش اختصاص می یابد.

▪ رتبه: بر اساس دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش کلیه شرکت ها بر اساس امتیازات کسب شده در چهار سطح رتبه بندی می شوند که رتبه‌های ۱ تا ۳ به عنوان سطوح قابل قبول و رتبه ۴ به عنوان پایین‌تر از سطح قابل قبول در نظر گرفته می‌شوند.

▪ تبلیغات: عبارتست از کلیه فعالیت‌هایی که در زمینه اطلاع رسانی عمومی در خصوص نتایج ارزیابی‌ها صورت می گیرد. (اعم از مصاحبه‌های مطبوعاتی، تابلوهای تبلیغاتی، متون منتشره در روزنامه‌های کثیرالانتشار و...).

۴- شرایط لازم جهت امکان استفاده از تبلیغات

تنها شرکت هایی می توانند بصورت تبلیغاتی از نتایج ارزیابی هر دوره استفاده نمایند که اولاً: حائز بالاترین امتیاز نهایی در بین کلیه شرکت های (سبک و سنگین) ارزیابی شده در دوره مربوطه بوده و ثانیاً: دارای یکی از شرایط زیر نیز باشند:

- حائز رتبه یک باشند.

• حائز رتبه دو در آخرین ارزیابی بوده و امتیاز نهایی آن نسب به دوره گذشته حداقل ۵ درصد رشد داشته باشند.

۵- شرایط متون تبلیغاتی

الف- کلیه متون تبلیغاتی قبل از هر اقدامی لازم است از نظر تطابق با نتایج ارزیابی به تأیید وزارت صنعت، معدن و تجارت برسد.

ب- در متن تبلیغات، دوره زمانی ارزیابی صراحتاً مشخص شود.

ج- در متن تبلیغات به دامنه ارزیابی (حوزه خدمات پس از فروش خودرو در کشور) اشاره گردد.

د- در بیان مزیت کسب، بالاترین امتیاز، از واژه‌های ابهام آمیز مانند رتبه ۱، مقام اول و ... استفاده نگردد.

نکته: واژه‌های اشاره شده فوق تنها در صورتی قابل طرح در متن تبلیغات می‌باشند که شرکت حائز رتبه ۱ در سطوح تعریف شده گردیده باشد.

۶- محدوده زمانی

محدوده زمانی پیش بینی شده جهت اطلاع رسانی و تبلیغات شرکت‌ها در ارتباط با هر دوره، از زمان اعلام نتایج آن دوره آغاز و به محض اعلام نتایج دوره بعد پایان می‌یابد و در زمان مقرر شرکت اقدام کننده موظف به جمع‌آوری کلیه تبلیغات انجام شده می‌باشد.

تبصره: شرکت‌هایی که موفق به حفظ و یا ارتقاء نتیجه قبلی گردند با هماهنگی وزارت صنعت، معدن و تجارت مجاز به ادامه تبلیغات می‌باشند.

۷- ضمانت اجرا

تمامی شرکت‌هایی که در فرآیند ارزیابی قرار دارند مکلف به اجرای دقیق کلیه مفاد این دستورالعمل بوده و در صورت بروز هر گونه تخلف و بی‌توجهی به موارد ذکر شده از سوی هر یک از شرکت‌ها، موضوع از طریق وزارت صنعت، معدن و تجارت مورد پیگرد قانونی قرار می‌گیرد.