



نام مدرک: دستورالعمل ارزیابی و نظارت نمایندگی ها

کد مدرک: I-021-00

تاریخ ایجاد/بازنگری: ۰۰/۱۰/۲۲

دامنه کاربرد مدرک در سطح شرکت های گروه آراین:

آراین موتور پویا آراین موتور تابان آراین پارس توربو

شرح خلاصه تغییرات	شماره بازنگری
ایجاد مدرک	۰۰
	۹۷/۰۸/۲۷

وضعیت اعتبار مدرک			
تصویب کننده/گان	تایید کننده/گان	تهیه کننده/گان	مسئولیت ها
محمد رضا سیفی	وحید قاسمی شیران --- علی موسوی	بهزاد کاظمی - علی امیری	نام و نام خانوادگی
مدیر عامل	مدیر خدمات پس از فروش مدیر فروش	رییس شبکه نمایندگان -- کارشناس مسئول شبکه نمایندگان	سمت
			محل امضاء

تاریخ انتشار مدرک: ۱۴۰۰/۱۱/۰۵

محل درج مهر اعتبار:



دستورالعمل ارزیابی و نظارت نمایندگی ها

کد مدرک: I-021-00

تاریخ ایجاد/ بازنگری: ۹۷/۰۸/۲۷

شماره صفحه: ۲ از ۶

۱. هدف:

هدف از تدوین این دستورالعمل ایجاد روش مدون و یکنواخت جهت ارزیابی، ایجاد بستر مناسب جهت بهبود و تدوین اقدام اصلاحی، بهبود نمایندگی ها، تعیین امتیاز هر نمایندگان و اجرای دستورالعمل انگیزشی در شبکه نمایندگی های فروش و خدمات پس از فروش و آماده سازی شبکه نمایندگی ها جهت بازدیدهای برون سازمانی شرکت آرینپارس رامان می باشد.

۲. دامنه کاربرد:

این دستورالعمل در شرکت آرین پارس توریو و برای کلیه نمایندگی های مجاز قابل اجرا می باشد.

۳. الزامات برون سازمانی:

الف- دستورالعمل ها، قانون و آیین نامه ی وزارت صمت

ب- ضوابط و مقررات شرکت مادر

۴. تعاریف:

الف - خدمات پس از فروش :

عبارتست از کلیه خدمات ارائه شده به مشتری شامل انجام تعمیرات، تامین و فروش قطعات و لوازم یدکی در دوره گارانتی و پس از آن مطابق ضوابط و دستورالعملهای تعریف و تبیین شده شرکت به منظور تضمین کارکرد مطلوب محصول.

ب - فروش خودرو :

عبارتست از کلیه فعالیتهای انجام شده از مرحله بازاریابی تا فروش و تحویل خودرو به مشتری بر اساس ضوابط و دستورالعملهای تعریف و تبیین شده شرکت.

پ - عاملیت 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 آنها) بوده و دارای مجوز از عرضه کننده و پروانه کسب از مراجع ذیربط می باشد.

ج - تعمیرگاه :

فضای فیزیکی که براساس ضوابط و استانداردهای شرکت، امکانات و تجهیزات تخصصی به منظور ارائه خدمات پس از فروش به خودروهای تحت پوشش شرکت تجهیز گردیده و بایستی فضایی تحت عنوان انبار قطعات یدکی برای نگهداری قطعات یدکی داشته و بایستی دارای قفسه بندی مناسب و همچنین دارای سیستم کدبندی و سیستم کنترل موجودی دستی و یا رایانه ای باشد.

د - نمایشگاه :

فضای فیزیکی که براساس ضوابط و استانداردهای شرکت، امکانات و تجهیزات مربوطه جهت بازاریابی، نمایش، فروش و تحویل خودرو به مشتری تجهیز گردیده است.

۵. مسئولیت ها:

مسئولیت برنامه ریزی، بازدید حضور، ارائه گزارش بازدید و پیگیری اقدام اصلاحی حوزه فروش بر عهده کارشناس فروش و تأیید گزارش پس از صحت گذاری سرپرست فروش، بر عهده مدیر فروش می باشد.

مسئولیت برنامه ریزی، بازدید حضور، ارائه گزارش بازدید و پیگیری اقدام اصلاحی حوزه بازاریابی بر عهده کارشناس بازاریابی و تأیید گزارش پس از صحت گذاری سرپرست بازاریابی، بر عهده مدیر بازاریابی می باشد.

مسئولیت برنامه ریزی، بازدید حضور، ارائه گزارش بازدید و پیگیری اقدام اصلاحی حوزه خدمات پس از فروش بر عهده کارشناس امور عملیات ها و تأیید گزارش پس از صحت گذاری رییس امور نمایندگی ها، بر عهده مدیر خدمات پس از فروش می باشد.



دستورالعمل ارزیابی و نظارت نمایندگی ها

کد مدرک: I-021-00

تاریخ ایجاد/ بازنگری: ۹۷/۰۸/۲۷

شماره صفحه: ۳ از ۶

۶. روش اجرا:

ارزیابی و رتبه بندی نمایندگی ها به دو روش ارزیابی حضوری (امتیاز کل ارزیابی) و سنجش شاخص های غیر حضوری صورت می پذیرد. امتیاز هر یک از روش ها به پیوست جدول شماره ۱ می باشد.

۶-۱ ارزیابی حضوری

ارزیابی حضوری فروش، بازاریابی و خدمات پس از فروش توسط دپارتمانهای مختلف شامل ۴ بخش اصلی نیروی انسانی، امکانات و تجهیزات، فرآیند و رضایتمندی مشتریان می باشد که در این حوزه ها امتیاز دهی ارزیابی مطابق پیوست شماره یک ۱ صورت می گیرد.

ارزیابی حضوری از ۲ زیر شاخص وضعیت نمایندگی و نتیجه عملکرد تشکیل شده است که ضریب وزنی هر کدام از شاخص ها ۵۰ درصد می باشد.

۶-۱-۱ وضعیت نمایندگی

ارزیابی وضعیت نمایندگی ها بصورت دوره ای و حداقل ۲ بار در سال انجام می پذیرد. در ابتدای هر سال برنامه ارزیابی نمایندگی ها در کلیه حوزه های فروش، بازاریابی و خدمات پس از فروش تهیه شده و ارزیابی بر اساس چک لیست های ارزیابی نمایندگی ها که در پیوست شماره ۲ ارائه شده است انجام می شود.

تبصره ۱: تعداد بازدیدها بر اساس نتیجه بازرسی های قبلی می تواند تغییر یابد، چک لیست ها ارائه می گردد. وزن ارزیابی واحدها در پیوست جدول شماره ۱ ارائه می گردد.

تبصره ۲: در مواقعی که امکان فروش خودرو بنا به شرایط امکان پذیر نمی باشد ارزیابی واحدهای فروش و بازاریابی موضوعیت نداشته و امتیاز ارزیابی می دانی همان امتیاز ارزیابی خدمات پس از فروش می باشد.

۶-۱-۱-۱ نیروی انسانی

نیروی انسانی از مهم ترین شاخص های ارزیابی وضعیت نمایندگی ها می باشد. ۲۶ درصد امتیاز شاخص وضعیت نمایندگی ها مربوط به نیروی انسانی می باشد. شرایط احراز نیروی انسانی در پیوست ۳ معرفی می گردد.

۶-۱-۱-۲ امکانات و تجهیزات

امکانات و تجهیزات یکی از شاخص های ارزیابی وضعیت نمایندگی ها می باشد. ۳۴ درصد امتیاز شاخص وضعیت نمایندگی ها مربوط به امکانات و تجهیزات است که ضوابط آن در پیوست شماره ۴ لحاظ گردیده است.

۶-۱-۱-۳ فرآیندها

فرآیندهای مرتبط با الزامات حقوق مصرف کنندگان که شامل فرآیند سفارش گذاری و تامین قطعات، فرآیند مدیریت ارتباط با مشتریان، فرآیند پذیرش تا ترخیص و فرآیند ضمانت و گارانتی می باشد، یکی از مهم ترین شاخص های ارزیابی وضعیت نمایندگان مجاز می باشد. این بخش ۴۰ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی را دارا است.



دستورالعمل ارزیابی و نظارت نمایندگی ها

کد مدرک: I-021-00

تاریخ ایجاد/ بازنگری: ۹۷/۰۸/۲۷

شماره صفحه: ۴ از ۶

۶-۱-۲ نتیجه عملکرد

ارزیابی رضایتمندی مشتریان عمده ترین شاخص پایش عملکرد نمایندگی ها می باشد. این شاخص در مجموع ۵۰ درصد امتیاز ارزیابی نهایی را شامل می شود. رضایتمندی مشتریان بر مبنای پرسشنامه ی مندرج در دستورالعمل اجرایی اندازه گیری رضایت مشتریان از مشتریانی که به نمایندگی مراجعه نموده اند و میزان رضایتمندی آنها از طریق تماس سنجیده می شود.

تبصره ۱: تعیین حجم نمونه جهت ارزیابی در بخش فروش به میزان فروش خودرو و در قسمت خدمات پس از فروش از می انگین پذیرش تا ترخیص و رضایتمندی مشتریان بر اساس می انگین پذیرش روزانه هر نمایندگی می باشد که با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه محاسبه می گردد.

تبصره ۲: پس از پایان ارزیابی حضوری هر نمایندگی می بایست صورت جلسه ای از مغایرت ها تنظیم گردد و توسط مدیر نمایندگی امضا شود.

۶-۲ سنجش شاخص های غیر حضوری

- ۱- شاخص های غیر حضوری خدمات پس از فروش
شاخص های غیر حضوری نمایندگی (پیوست ۵) که براساس اطلاعات و سوابق موجود در سیستم جامع شرکت آراین محاسبه می گردد.
- ۲- شاخص های غیر حضوری فروش
شاخص های غیر حضوری نمایندگی (پیوست ۵) که بر اساس اطلاعات و سوابق موجود در سیستم جامع شرکت آراین محاسبه می گردد.
- ۳- شاخص های غیر حضوری بازاریابی
شاخص های غیر حضوری نمایندگی (پیوست ۵) که بر اساس اطلاعات و سوابق موجود در سیستم جامع شرکت آراین محاسبه می گردد.



دستورالعمل ارزیابی و نظارت نمایندگی ها

کد مدرک: I-021-00

تاریخ ایجاد/ بازنگری: ۹۷/۰۸/۲۷

شماره صفحه: ۵ از ۶

امتیاز نهایی:

جهت تعیین وضعیت و امتیاز نهایی هر عاملیت و اجرای دستورالعمل انگیزشی، بر اساس فرمول ذیل امتیاز نهایی نمایندگی محاسبه می گردد.

امتیاز شاخص غیر حضوری هر واحد W_i + امتیاز شاخص های حضوری هر واحد W_i = امتیاز نهایی

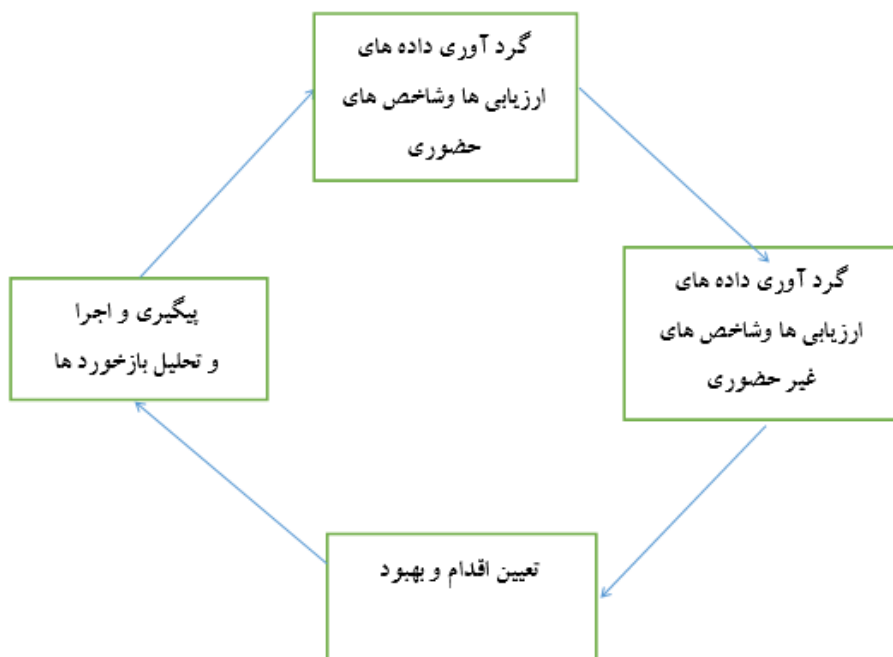
رتبه	امتیاز کل
۱	$85 \leq a \leq 100$
۲	$70 \leq a < 85$
۳	$50 \leq a < 70$
مردود	$a < 50$

تعیین برنامه بهبود و اقدامات اصلاحی

بعد از انجام ارزیابی ها و محاسبه شاخص های غیر حضوری روشی سیستماتیک برای پایش اطلاعات ایجاد شود. این روش می بایست کاملا سازمان یافته باشد، تا امکان طرح ریزی و اجرای فرآیندی جامع برای پایش و بهبود وضعیت نمایندگی ها فراهم شود.

در این روش ابتدا نتایج ارزیابی های صورت گرفته و اطلاعات شاخص های غیر حضوری جمع آوری شده، سپس این داده ها تحلیل شده ، نقاط قوت و ضعف هر عاملیت و موارد افت وضعیت شبکه و نیاز های شبکه از آن استخراج می گردد. در انتها جهت رفع و بهبود نیاز های شناسایی شده، برنامه بهبود و اقدامات اصلاحی نمایندگی ها تکمیل شده و برای عاملیت ارسال می گردد و در تاریخ های معین شده موارد پیگیری می گردد.

(چرخه پایش ارزیابی شبکه نمایندگی ها)





دستورالعمل ارزیابی و نظارت نمایندگی ها

کد مدرک: I-021-00

تاریخ ایجاد/ بازنگری: ۹۷/۰۸/۲۷

شماره صفحه: ۶ از ۶

۷. دریافت کنندگان:

خدمات پس از فروش

واحد فروش

واحد بازاریابی

نمایندگان مجاز

۸. مدارک مرتبط:

دستورالعمل ضوابط و شرایط خدمات پس از فروش صنعت خودروی (بازنگری ۴)

قانون حمایت از مصرف کنندگان

۹. سوابق:

ردیف	نام سند		محل نگهداری	مدت نگهداری		نحوه نگهداری	
	کد	شرح		جاری	راکد	کاغذی	الکترونیک
۱	F-191			۱ سال	۲ سال	✓	✓

ردیف	عنوان	مسئول تکمیل	مسئول نگهداری	محل نگهداری	مدت نگهداری
۱	فرم ارزیابی استانداردهای نمایندگی های مجاز	کارشناس نمایندگان مجاز/ فنی مهندسی/ قطعات	ریاست امور نمایندگان مجاز/ فنی	واحد خدمات پس از فروش	۱ سال

۱۰. پیوست ها:

- وزن دهی (پیوست شماره ۱)
- چک لیست ارزیابی خدمات پس از فروش (پیوست شماره ۲)
- نیروی انسانی (پیوست شماره ۳)
- امکانات و تجهیزات (پیوست شماره ۴)
- شاخص های غیر حضوری (پیوست شماره ۵)