

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

گزارش خلاصه نتایج ارزیابی خدمات فروش

شرکت های عرضه کننده خودرو

در سال ۱۳۹۸

بر اساس دستورالعمل شرایط، ضوابط و ارزیابی خدمات فروش خودرو

مدل ارزیابی خدمات فروش

صنعت خودرو

مدل ارزیابی خدمات فروش صنعت خودرو

الزامات قانونی

قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو
مصوب مجلس شورای اسلامی



آیین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو
مصوب هیات وزیران



دستورالعمل و نظامات آیین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان
خودرو مصوب وزارت صنعت، معدن و تجارت

امتیاز شاخص های اصلی ارزیابی بر اساس دستورالعمل شرایط، ضوابط و ارزیابی خدمات فروش خودرو

امتیاز نهایی شرکت ها



روند انجام فرآیند ارزیابی خدمات فروش صنعت خودرو

پس سنجش رضایتمندی مشتریان در حوزه شاخص های ادراکی و عملکردی

۳ ماه



پس ارزیابی سیستم خدمات فروش

سالانه



پس ارزیابی نمایندگی های مجاز

سالانه



آمار کلی ارزیابی خدمات فروش

سال ۱۳۹۸

کلیاتی در خصوص ارزیابی خدمات فروش صنعت خودرو در سال ۱۳۹۸

ردیف	شرح	تعداد کمی
۱	ارزیابی نظام مدیریتی خدمات فروش شرکت های عرضه کننده خودرو	۱۹ شرکت
۲	نظرسنجی از مشتریان (شامل ارزیابی عملکرد و سنجش رضایت)	۲۴۲.۳۶۵ مشتری
۳	ارزیابی میدانی نمایندگی های مجاز خدمات فروش در سراسر کشور	۱۷۵۳ نمایندگی مجاز

لیست شرکت های تحت ارزیابی در سال ۱۳۹۸

شرکت های عرضه کننده خودرو / واسطه خدمات فروش			
حوزه خودروهای سنگین		حوزه خودروهای سواری	
نام شرکت	ردیف	نام شرکت	ردیف
ارس خودرو دیزل	۱	ایران خودرو	۱
ایران خودرو دیزل	۲	بهمن موتور	۲
بهمن دیزل	۳	پرستوی ابی ارگ	۳
سایپا دیزل	۴	سازه های خودرو دیار	۴
سروش دیزل مبنا	۵	سایپا	۵
سیبا موتور	۶	سرمایه گذاری بین الملل بایک	۶
عقاب افشان	۷	کارمانیا	۷
کاریزان خودرو	۸	کرمان موتور	۸
ماموت دیزل	۹	مدیران خودرو	۹
مایان فولاد	۱۰		

کلیاتی در خصوص نتایج حاصل از

ارزیابی های سال ۱۳۹۸

یافته های کلیدی ارزیابی (حوزه کلی صنعت) :

- ✓ در سال ۱۳۹۸ تعداد ۱۹ شرکت در حوزه خدمات فروش تحت ارزیابی قرار گرفته اند که در این بین صرفاً ۱۴ شرکت در هر ۳ حوزه سیستم خدمات فروش، نمایندگی ها و نظرسنجی مورد ارزیابی قرار گرفته و سایر شرکت ها حداقل در یکی از ۳ حوزه ارزیابی بررسی نگردیده اند.
- ✓ در سال ۱۳۹۸ بنا به دستور وزارت محترم صمت و با توجه به محدودیت واردات خودرو صرفاً شرکت های تولید کننده، مورد ارزیابی خدمات فروش قرار گرفتند.
- ✓ ارزیابی سال ۱۳۹۸، سومین دوره سنجش الزامات حوزه خدمات فروش بر اساس دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات فروش صنعت خودرو بوده است.
- ✓ نتایج ارزیابی های صورت گرفته نشان می دهد امتیاز شاخص وضعیت خدمات فروش صنعت خودرو در سال ۱۳۹۸ معادل ۵۵.۹٪ بوده که نسبت به سال قبل ۷.۹ درصد افزایش داشته است.

یافته های کلیدی ارزیابی (حوزه سیستم خدمات فروش شرکت ها) :

✓ نتایج ارزیابی نشان می دهد که سیستم خدمات فروش در هیچ یک از شرکت های تحت ارزیابی با

الزامات آئین نامه اجرائی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو انطباق کامل ندارد که از

عمده ترین پارامترهای مغفول مانده در حوزه سیستم فروش در انطباق با قوانین می توان به پایش

اثربخشی فرآیند آموزش پرسنل ستاد، پایش اثربخشی فرآیند آموزش پرسنل شبکه، پایش

اثربخشی فرآیند پرداخت سود و خسارت و پایش اثربخشی فرآیند نظارت بر شبکه اشاره نمود.

✓ یافته های حاصل از ارزیابی نشان می دهد میزان انطباق شرکت های عرضه کننده خودرو با الزامات

خدمات فروش ۵۵.۷ درصد بوده که نسبت به سال قبل با افزایش ۲۵ درصدی همراه بوده است.

یافته های کلیدی ارزیابی (حوزه رضایتمندی مشتریان) :

✓ متوسط امتیاز رضایتمندی مشتریان از خدمات فروش صنعت خودرو در سال ۱۳۹۸ معادل ۵۷.۹٪ بوده که نسبت به سال گذشته ۱۳٪ افت داشته است.

✓ یافته های حاصل از ارزیابی نشان می دهد افت رضایتمندی مشتریان در هر دو حوزه های سنگین و سبک بوده و امتیاز رضایتمندی این ۲ حوزه تنها ۰.۵٪ درصد اختلاف دارد.

✓ بر اساس مصاحبه با حدود ۲۴۲ هزار مشتری مراجعه کننده به شبکه خدمات فروش در سال ۹۸ عمده علل نارضایتی مشتریان تاخیر در تحویل خودرو، عدم پرداخت خسارت دیرکرد و عدم پایبندی به تعهدات بوده است.

یافته های کلیدی ارزیابی (حوزه ارزیابی نمایندگی های مجاز):

- ✓ متوسط امتیاز نمایندگی های مجاز خدمات فروش شرکت های عرضه کننده خودرو در سال ۹۸ به میزان ۵۲.۳٪ بوده که نسبت به سال گذشته ۲۶٪ رشد داشته است.
- ✓ بر اساس ارزیابی های انجام شده در سال ۹۸، ۶۸.۹ درصد از نمایندگی های مجاز با حداقل سطوح استاندارد تعریف شده در دستورالعمل **منطبق نبوده اند**.
- ✓ در سال ۱۳۹۸ همانند سال ۱۳۹۷ هیچ یک از نمایندگی های مجاز در حوزه خدمات فروش رتبه ۱ **کسب ننموده اند**.
- ✓ نتایج ارزیابی نمایندگی های مجاز شرکت های عرضه کننده خودرو در سال ۹۸ نشان می دهد فرآیند مدیریت ارتباط با مشتریان **پایین ترین** امتیاز را در بین شاخص های ارزیابی نمایندگی های مجاز داشته است.

گزارش وضعیت انطباق ستاد خدمات فروش

شرکت های عرضه کننده خودرو

با الزامات آئین نامه اجرائی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

۱- شاخص کیفیت خدمات ۱-۱- زیر شاخص رعایت ضوابط مربوط به روش‌های فروش براساس جدول مربوطه

عامل ← اطلاعات لازم در فروش اینترنتی

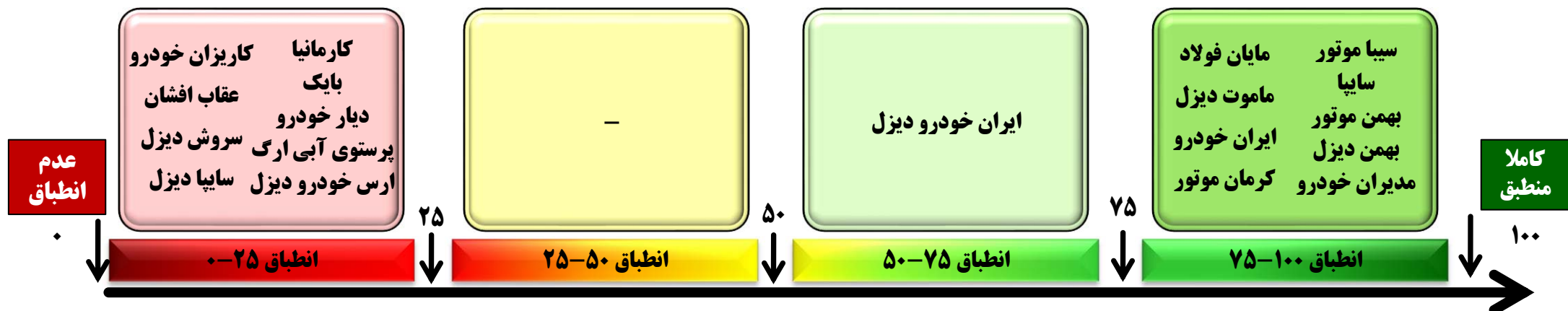
ماده ۳ آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

عرضه کننده موظف است در سامانه اطلاع رسانی خود، نسبت به فروش اینترنتی محصولات با قید مشخصات خودرو و شرایط فروش از قبیل نشان تجاری، نوع، تیپ، رنگ، تجهیزات درخواستی، قیمت خودرو، سود مشارکت، زمان تحویل و سایر موارد مرتبط اقدام نماید.
تبصره- عرضه کننده موظف است حداقل دو روز کاری قبل از اجرای فرآیند فروش شرایط موصوف را اطلاع رسانی عمومی نماید.

وضعیت مورد انتظار:

- * اطلاعات لازم در فروش اینترنتی شامل: نشان تجاری، نوع، تیپ، رنگ، تجهیزات درخواستی، قیمت، سود مشارکت، زمان تحویل و ... است.
- * الزام اطلاع رسانی ۲ روز کاری قبل از شروع
- * الزام عدم خرید اینترنتی توسط نمایندگی‌ها
- * روش‌های اطلاع رسانی فروش اینترنتی: نصب در تابلوی اصلی نمایندگی، وب سایت شرکت و پیامک/تلفن به مشتریان قدیم
- * الزام حداقل فروش ۲۰٪ خودروهای بصورت اینترنتی
- * امکان انتخاب نمایندگی جهت تحویل خودرو توسط مشتری

وضعیت موجود:



۱- شاخص کیفیت خدمات ۱-۱- زیر شاخص رعایت ضوابط مربوط به روش‌های فروش براساس جدول مربوطه

عامل ← شفاف‌سازی شرایط فروش / الزامات مندرج در متن قرارداد فروش / الزامات عقد قرارداد فروش الزامات بعد از عقد قرارداد فروش

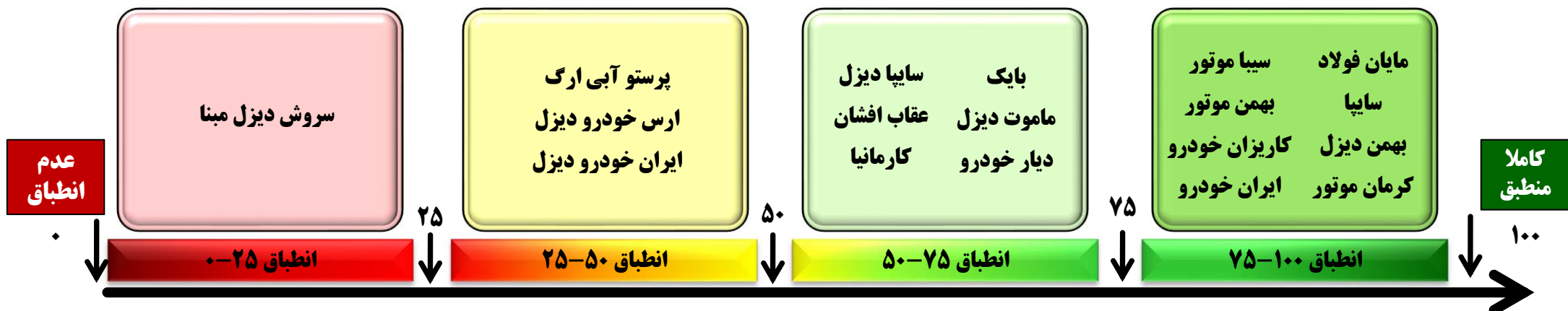
ماده ۴، ۵، ۶ و ۷ آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

ماده ۴- عرضه کننده موظف است قیمتی نهایی محصولات خود به همراه قید نوع، تیپ، رنگ و متعلقات، ضوابط و روش‌های مختلف فروش و فرآیند خرید را به صورت شفاف و روشن مطابق جدول مربوطه تهیه و در پایگاه اطلاع رسانی و نمایندگی‌های مجاز فروش خود، در دسترس متقاضیان خرید قرار دهد.
 ماده ۵- عرضه کننده موظف است قبل از اقدام به پیش فروش خودرو، مجوز مربوط شامل تعداد خودروی قابل عرضه را از وزارت اخذ نماید.
 ماده ۶- عرضه کننده موظف است نسبت به عقد قرارداد فروش با مصرف کننده اقدام نماید.
 ماده ۷- انتقال خودرو به سایر متقاضیان در نوبت در صورت عدم تصفیه حساب مشتری ظرف ۱۵ روز کاری پس از ابلاغ دعوت نامه کتبی عرضه کننده،

وضعیت مورد انتظار:

- * شفاف سازی شرایط فروش از جمله: قیمت، زمان تحویل به هفته، نحوه محاسبه روزها (کاری و غیر کاری)، نحوه پرداخت، شرایط محاسبه خسارت دیرکرد و ...
- * دریافت مجوز پیش فروش از وزارت صمت
- * درج اطلاعات مجوز در آگهی‌ها و تبلیغات (شماره و تاریخ مجوز، تعداد خودرو)
- * الزامات مندرج در متن قرارداد فروش (نشان تجاری، نوع، تیپ، رنگ، تجهیزات درخواستی، قیمت، سود مشارکت، زمان تحویل، خسارت تأخیر و ...)
- * الزامات عقد قرارداد فروش (عدم واریز وجه قبل از عقد قرارداد، بازگذاری فرمت قرارداد در وب سایت، قابلیت ردیابی کلیه قراردادها در وب سایت و ...)
- * الزامات بعد از عقد قرارداد (ارسال کتبی دعوتنامه، مهلت تسویه ۱۵ روز کاری، اطلاع رسانی سیستمی دعوتنامه، امکان پیگیری روند خرید و ...)

وضعیت موجود:



۱- شاخص کیفیت خدمات ۱-۱- زیر شاخص رعایت ضوابط مربوط به روش‌های فروش براساس جدول مربوطه

عامل ← **تعریف فرآیندهای مرتبط با بازاریابی / تعریف فرآیندهای مرتبط با فروش**

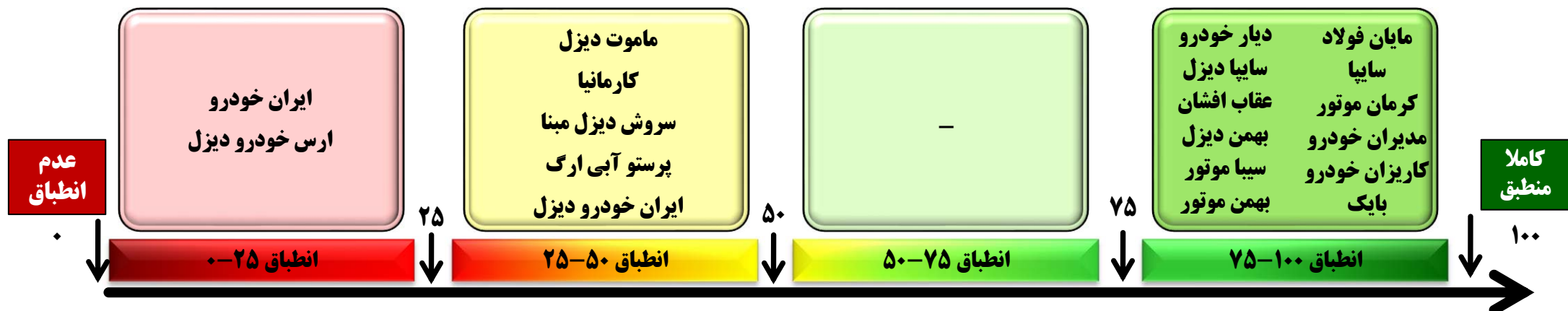
ماده ۱۱-الف - آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

عرضه کننده موظف است نسبت به تهیه نظامات و دستورالعمل های خدمات فروش از قبیل تعیین حداقل سطح کمی و کیفی واسطه های فروش و خدمات فروش و نمایندگی های مجاز اقدام و بر حسن اجرای آن، در چارچوب مفاد این ماده نظارت نماید.
الف- عرضه کننده موظف است در سامانه اطلاع رسانی خود با توجه به ماده (۳) آیین نامه، نسبت به فروش اینترنتی محصولات با قید مشخصات خودرو و شرایط فروش از قبیل نشان تجاری، نوع، تیپ، رنگ، تجهیزات درخواستی، قیمت خودرو، سود مشارکت، زمان تحویل اقدام نماید.

وضعیت مورد انتظار:

- * تعریف فرآیندهای مرتبط با بازاریابی (روش اطلاع رسانی و مذاکره با مشتریان، روش تبلیغات و روش حفظ و توسعه بازار)
- * تعریف فرآیندهای مرتبط با فروش (فرآیند ثبت نام، فرآیند تحویل دعوتنامه، فرآیند انصراف از خرید، فرآیند تبدیل و فرآیند درخواست امانی)

وضعیت موجود:



۱- شاخص کیفیت خدمات ۱-۲- زیر شاخص آموزش کارکنان نمایندگی‌ها و ستاد (آموزش پرسنل شبکه و ستاد)

عامل ← تدوین استاندارد آموزشی پرسنل شبکه و ستاد / نیازسنجی آموزشی پرسنل شبکه و ستاد / برنامه‌ریزی و اجرای آموزش پرسنل شبکه و ستاد

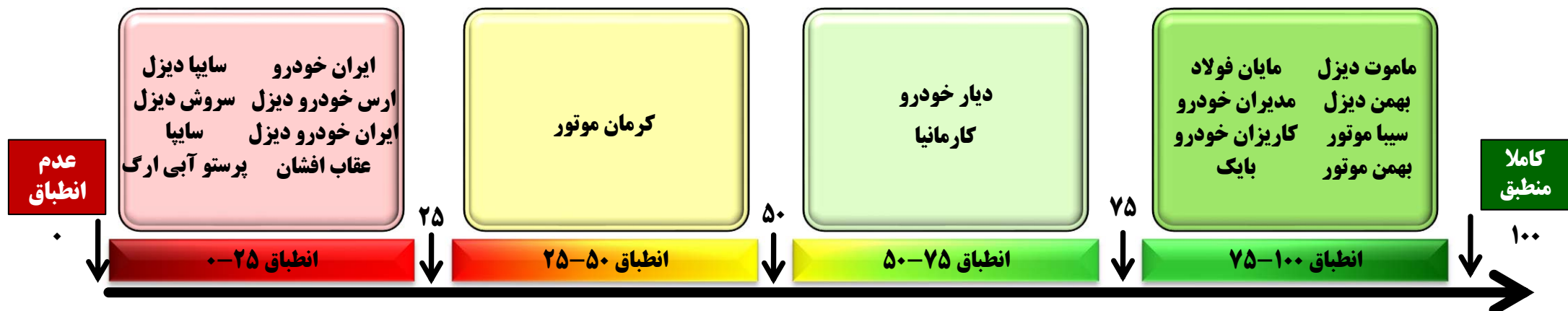
ماده ۱۱-ث- آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

نظام آموزش کارکنان شرکت عرضه کننده و نمایندگی‌های مجاز:
شرکت عرضه کننده یا واسطه خدمات فروش خودرو می بایست اقدامات لازم را در جهت تدوین استاندارد، نیازسنجی، برنامه ریزی و اجرای فرآیند آموزشی و کنترل مهارت و اندازه گیری میزان اثربخشی کارکنان نمایندگی های مجاز و شبکه خدمات فروش بر اساس قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آیین نامه اجرائی آن، انجام دهد.

وضعیت مورد انتظار:

- ۱- تدوین استاندارد آموزشی کارکنان بر اساس جزوات آموزشی و دستورالعمل های فنی و تعمیراتی تخصصی خودروهای تحت مسئولیت به زبان فارسی
- ۲- شناسایی کارکنان شبکه از طریق دریافت فهرست نفرات در بازه های زمانی مشخص (۶ ماهه یا کمتر) و صحه گذاری آنان از طریق بازدیدهای ادواری نمایندگی های مجاز
- ۳- بررسی نیازهای آموزشی کارکنان در تطابق با استاندارد آموزشی هر پست
- ۴- طرح ریزی دو نوع برنامه آموزشی بلند مدت و جاری (حداکثر یک سال) مطابق با نیازسنجی
- ۵- پایش اثربخشی دوره های آموزشی در چهارسطح شامل جمع آوری اطلاعات، تجزیه و تحلیل، تعریف اقدامات اصلاحی و پیگیری و اجرای اقدامات

وضعیت موجود:



۱- شاخص کیفیت خدمات ۱-۳- زیر شاخص نظارت بر شبکه

عامل ← وجود مکانیزم نظارت بر شبکه / اجرای مکانیزم نظارت به شبکه

ماده ۱۱-۵- آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

ارتقای کمی و کیفی نظارت بر نمایندگی های مجاز:

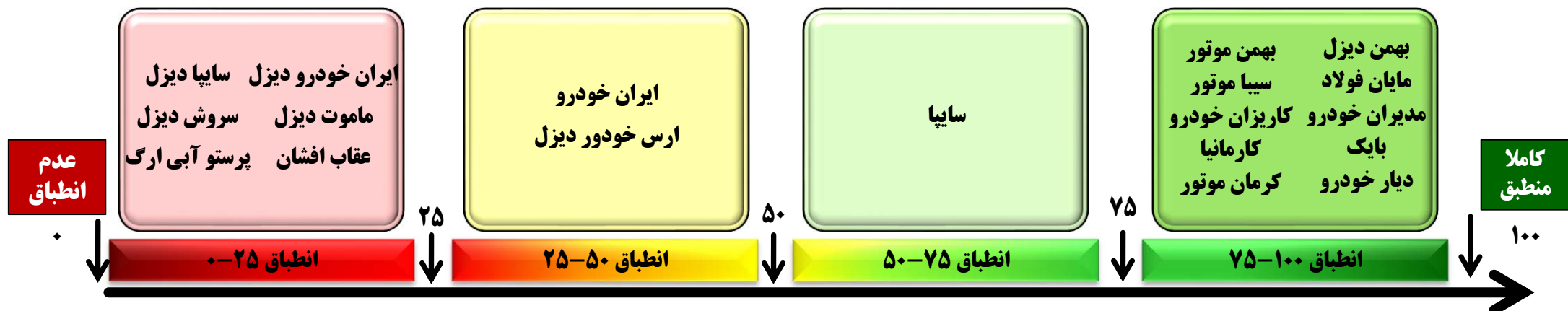
طرح ریزی و اجرای سیستم نظارتی بر نمایندگی های مجاز بر اساس پارامترهای مورد انتظار

وضعیت مورد انتظار:

* تدوین، اجرا و پایش اثربخشی فرآیند نظارت بر نمایندگی های فروش (تدوین دستورالعمل فرآیند نظارت بر شبکه)

* حداقل موارد نظارت بر شبکه نمایندگان فروش (تجهیزات اداری و رفاهی، تجهیزات PDS، شرایط محیطی، پارکینگ و نور فضاها، فضای اداری، انتظار مشتری، تعداد و شرایط تابلو، الزامات ایمنی محیط، الزامات نظافت و تمیزی، امکانات رفاهی مشتریان و الزامات ظاهری کارکنان)

وضعیت موجود:



۱- شاخص کیفیت خدمات ۱-۴- زیر شاخص تشویق و تنبیه نمایندگی‌ها

عامل ← وجود مکانیزم تشویق و تنبیه نمایندگی‌ها / اجرای مکانیزم تشویق و تنبیه نمایندگی‌ها

ماده ۱۱-۵- آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

نظام تشویق و تنبیه نمایندگی‌های مجاز:

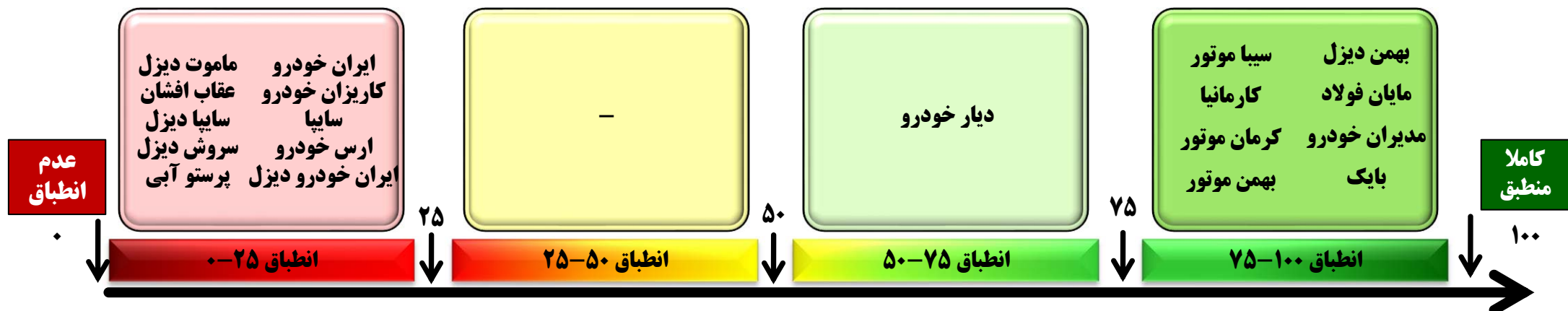
تدوین و اجرای نظام انگیزشی نمایندگی‌های مجاز براساس الزام آیین نامه و با در نظر گرفتن نتایج رتبه بندی نمایندگی‌های مجاز مطابق با دستورالعمل شرایط و ضوابط و ارزیابی خدمات پس از فروش صنعت خودرو

وضعیت مورد انتظار:

تدوین مکانیزم تشویق و تنبیه نمایندگی‌ها بر اساس الزامات آیین نامه و پایش اثربخشی این فرآیند از طریق شاخص‌های ذیل:

* وجود مکانیزم تشویق نمایندگی‌ها * میزان اجرای مکانیزم

وضعیت موجود:



۱- شاخص کیفیت خدمات ۱-۵- زیر شاخص نظام نظرسنجی و دریافت بازخوردهای مشتریان

عامل ← اجرای مکانیزم نظرسنجی از مشتریان

ماده ۱۱- ر- آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

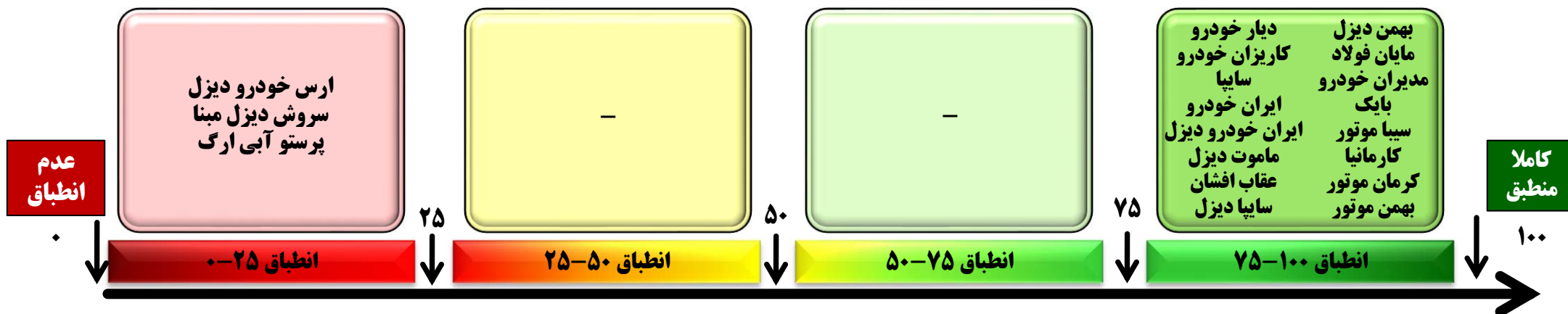
- ۱- طراحی پرسشنامه سنجش رضایتمندی مشتریان حوزه خدمات پس از فروش با در نظر گرفتن شاخص هایی نظیر، برخورد کارکنان، هزینه خدمات و قطعات و ...
- ۲- طرح ریزی و اجرای مکانیزم نظرسنجی از مشتریان مراجعه کننده به تعمیرگاههای مجاز با در نظر گرفتن روش های نمونه گیری آماری در دوره های زمانی مشخص
- ۳- استخراج و جمع آوری نتایج رضایتمندی مشتریان
- ۴- تحلیل نتایج رضایتمندی با استفاده از فنون آماری متداول و مرتبط
- ۵- تعریف و اجرای اقدامات اصلاحی و پروژه های بهبود ناشی از تحلیل نتایج مشتریان

وضعیت مورد انتظار:

* تدوین مکانیزم نظرسنجی و دریافت بازخوردهای مشتریان بر اساس الزامات آیین نامه و پایش اثربخشی این فرآیند

* تعیین هدف، محاسبه شاخص، تجزیه و تحلیل، تعیین اقدام و اجرای آن در این نظرسنجی بررسی می شود

وضعیت موجود:



۱- شاخص کیفیت خدمات ۱-۶- زیر شاخص تدوین و اجرای دستورالعمل کنترل خودرو قبل از تحویل (PDS)

عامل ← اجرای مکانیزم PDS

ماده ۹- آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

بازرسی قبل از تحویل خودرو:

عرضه کننده خودرو موظف است، کلیه خودروهای فروخته شده را پیش از تحویل مورد بازرسی قرار داده و نهایتاً خودروی بی عیب و نقصی را به مشتری تحویل نماید.

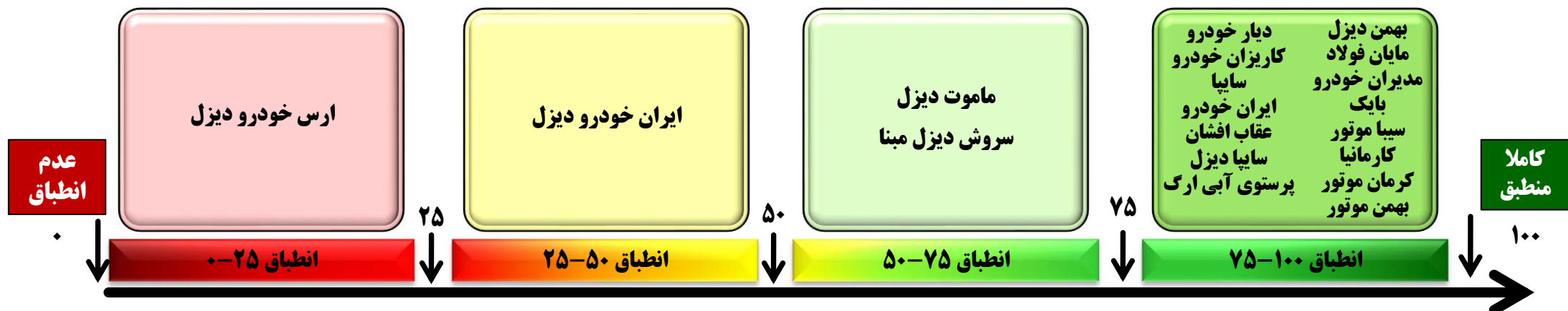
وضعیت مورد انتظار:

* خودروی تحویلی به مشتری میبایست کاملاً تمیز و عاری از هر گونه گرد و غبار باشد.

* خودروی تحویلی به مشتری میبایست کمتر از ۹۹ کیلومتر پیمایش نموده باشد.

* شاخص اثربخشی این فرآیند: نسبت خودروهای مراجعه کرده به تعمیرگاه قبل از سرویس اولیه ناشی از عدم اجرای PDS به کل خودروهای فروخته شده.

وضعیت موجود:



۲- شاخص سرعت خدمات ۱-۲- زیر شاخص سیستم های ارتباطی و اطلاعاتی

عامل ← میزان پیاده سازی سیستم ارتباطی و اطلاعاتی

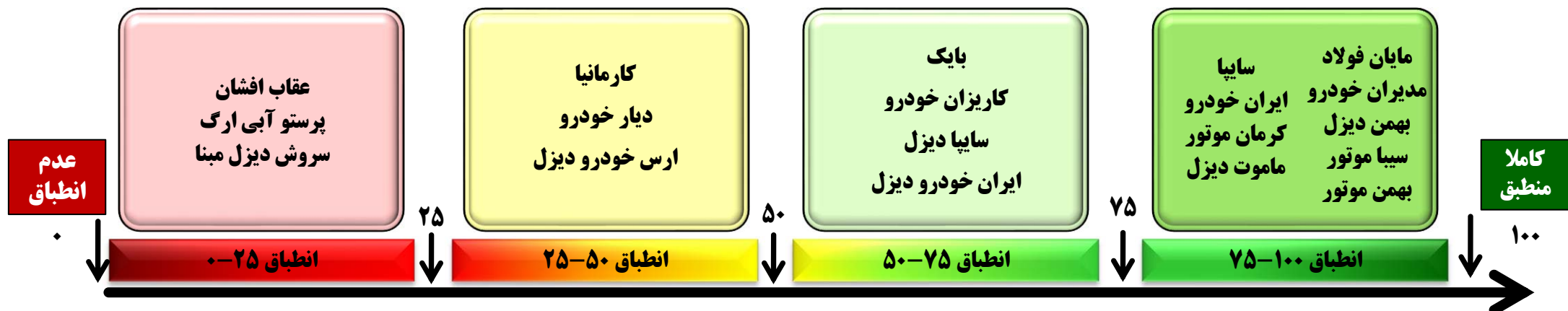
ماده ۱۶ و ۱۱-۵- آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

عرضه کننده موظف است نسبت به راه اندازی سامانه ای مبتنی بر فناوری اطلاعات به منظور رعایت مفاد ماده (۵) قانون و تعیین زمان و محل مراجعه مصرف کننده به نمایندگی های مجاز در دوره تضمین و تعهد اقدام نماید. در صورتی که مصرف کننده تأکید بر پذیرش در نمایندگی خاصی را داشته باشد عرضه کننده باید در اولین زمان ممکن، نسبت به اجرای این درخواست، اقدام نماید.

وضعیت مورد انتظار:

- * توسعه شبکه ارتباطی رایانه ای بین مشتریان و عرضه کنندگان خودرو یا واسطه های خدمات فروش مطابق با ماده ۱۶ آیین نامه با قابلیت های مورد انتظار
- * تدوین مکانیزم ارتباطی مشتریان با شرکت عرضه کننده از طریق شاخص های: قابلیت پیش فروش، فروش، ثبت قرارداد، پیگیری قرارداد و صدور دعوتنامه
- * تدوین مکانیزم ارتباطی فروش با شرکت عرضه کننده از طریق شاخص های: ثبت قرارداد، قابلیت پیگیری

وضعیت موجود:



۲- شاخص سرعت خدمات ۲-۲- زیر شاخص اعطاء و لغو نمایندگی ها

عامل ← وجود مکانیزم اعطاء و لغو / اجرای مکانیزم اعطاء و لغو / تدوین و اجرای مکانیزم توسعه شبکه فروش

ماده ۱۱-خ-د- آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

نظام تشویق، تنبیه و اعطا و لغو نمایندگی های مجاز خود:

۱) تدوین دستورالعمل اعطا و لغو نمایندگی های مجاز (۲) لغو نمایندگی های با سطح کیفی غیر قابل قبول
ارتقای کمی و کیفی توسعه شبکه مجاز فروش: تدوین طرح توسعه شبکه نمایندگی مجاز شرکت عرضه کننده یا واسطه خدمات فروش با در نظر گرفتن پارامترهایی نظیر تعداد خودروهای عرضه شده، ضریب مراجعه تعمیراتی، نحوه توزیع و پراکنش خودروها و نمایندگی های مجاز و ...

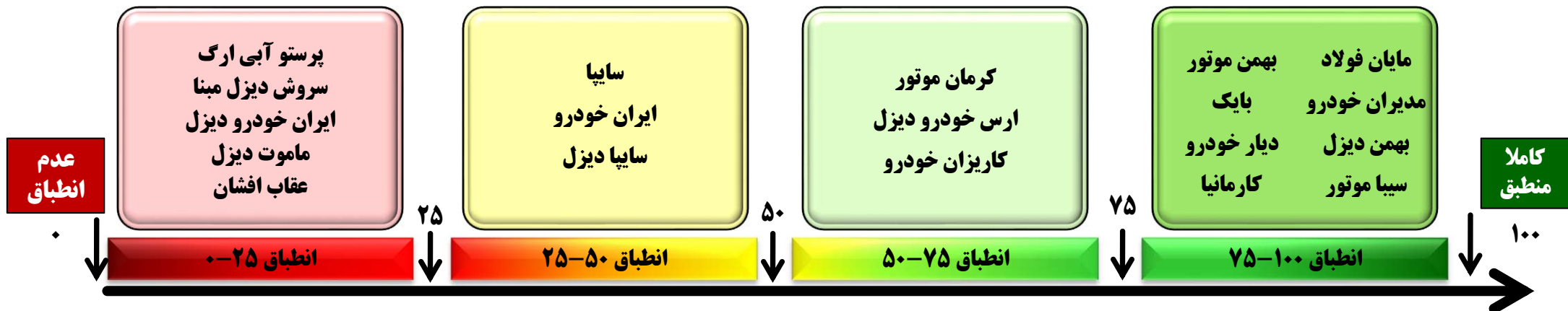
وضعیت مورد انتظار:

تدوین مکانیزم اعطاء و لغو و توسعه شبکه فروش نمایندگی ها بر اساس الزامات آئین نامه و پایش اثربخشی این فرآیند از طریق شاخص های ذیل:

* وجود مکانیزم اعطاء و لغو نمایندگی بر اساس الزامات قانونی، الزامات داخلی شرکت و ارزیابی ISQI

* تعریف سیاست فروش محصولات توسط مدیریت ارشد سازمان، طراحی مکانیزم توسعه شبکه فروش با توجه به سیاست فروش، تعریف شاخص های مناسب جهت پایش کفایت توسعه، تعداد نمایندگان فروش موجود و مورد نیاز، تعریف گانت جارت مناسب جهت توسعه شرکت

وضعیت موجود:



۲- شاخص سرعت خدمات ۲-۳- زیر شاخص فرآیند رسیدگی به شکایات مشتریان

عامل ← اجرای مکانیزم رسیدگی به شکایات

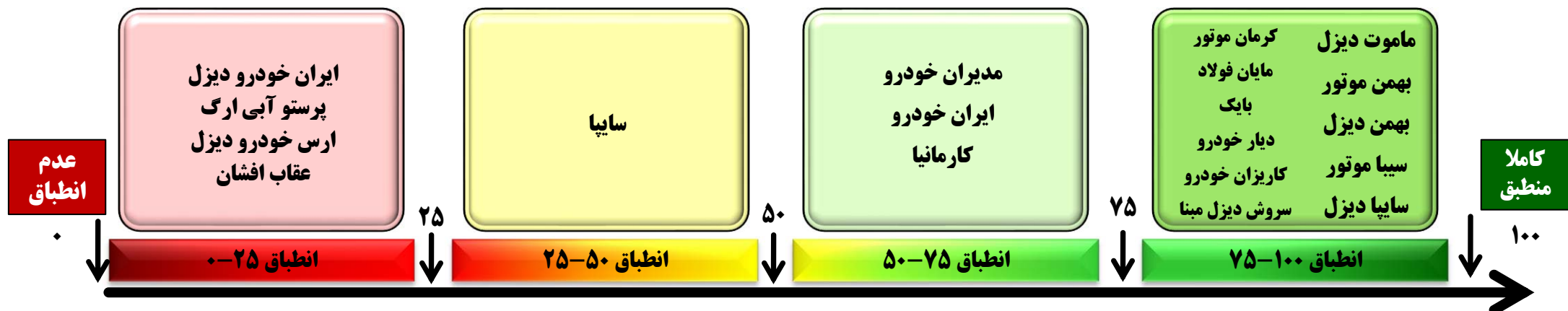
ماده ۱۱-ژ- آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

- ۱- طراحی و اجرا مکانیزمی جهت رسیدگی به شکایات مشتریان و لزوم دسترسی آسان و اطلاع رسانی برای پاسخگویی به شکایات مشتریان
- ۲- کلیه شکایات واصله به شرکت عرضه کننده و نمایندگی های مجاز می بایست از طریق سامانه ای ثبت و ضبط گردد.
- ۳- شرح ارجاعات کلیه شکایات به هر یک از واحدهای مرتبط می بایست ثبت و قابل ردیابی باشد.
- ۴- در طول فرآیند رسیدگی به شکایات، شرکت عرضه کننده خودرو می بایست به طور مستمر مشتری را در جریان اقدامات انجام شده قرار دهد.

وضعیت مورد انتظار:

- ✓ نسبت شکایات مختومه شده به کل شکایات دریافتی
- ✓ متوسط زمان مختومه نمودن شکایات
- ✓ نرخ تنوع پذیری شکایات
- ✓ نرخ تکرار پذیری شکایات

وضعیت موجود:



۲- شاخص سرعت خدمات ۲-۴ زیر شاخص ضوابط حمل خودرو به نمایندگی

عامل ← اجرای مکانیزم حمل خودرو

ماده ۱۱-ت- آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

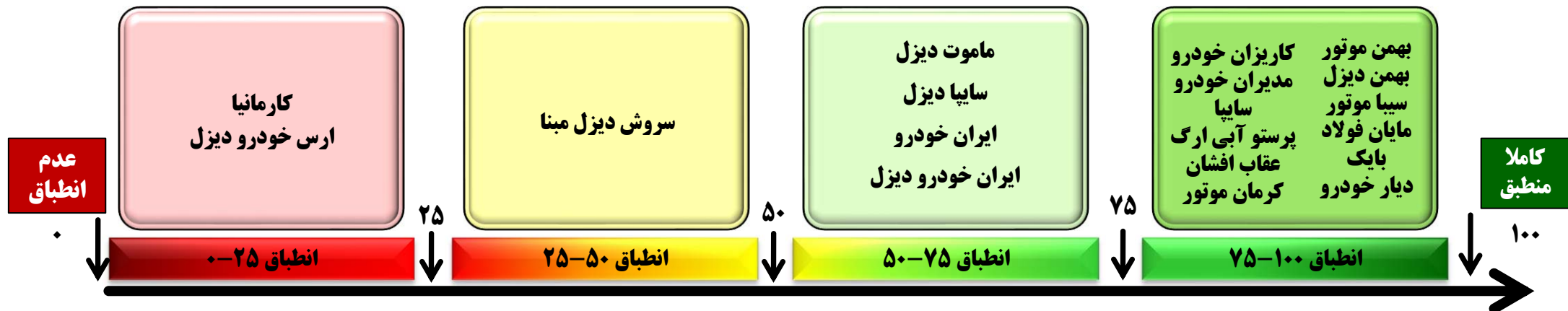
حمل مناسب خودرو از محل عرضه کننده تا نمایندگی مجاز :
عرضه کننده خودرو موظف است کلیه خودروهای فروخته شده را با در نظر گرفتن الزامات کیفی و ایمنی به محل نمایندگی های مجاز فروش حمل نماید.

وضعیت مورد انتظار:

تدوین مکانیزم حمل خودرو بر اساس الزامات آیین نامه و پایش اثربخشی این فرآیند از طریق شاخص های ذیل:

- ۱- متوسط پیمایش خودروهای تحویل شده
- ۲- تعداد خودروهای حمل شده با خودرو بر نسبت به کل خودروهای حمل شده
- ۳- توضیح فرآیند مطابق دستورالعمل خدمات فروش

وضعیت موجود:



۳- شاخص هزینه خدمات ۱-۳- زیر شاخص سیستم پرداخت سود مشارکت و انصراف، جریمه تاخیر خسارات وارده به مشتریان

عامل ← تعریف و اعلام شرایط پرداخت سود و خسارت / مطابقت شرایط پرداخت سود و خسارت با آیین نامه / تعریف فرآیندهای محاسبه و پرداخت سود و خسارت

تبصره ۲ ماده ۴- آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

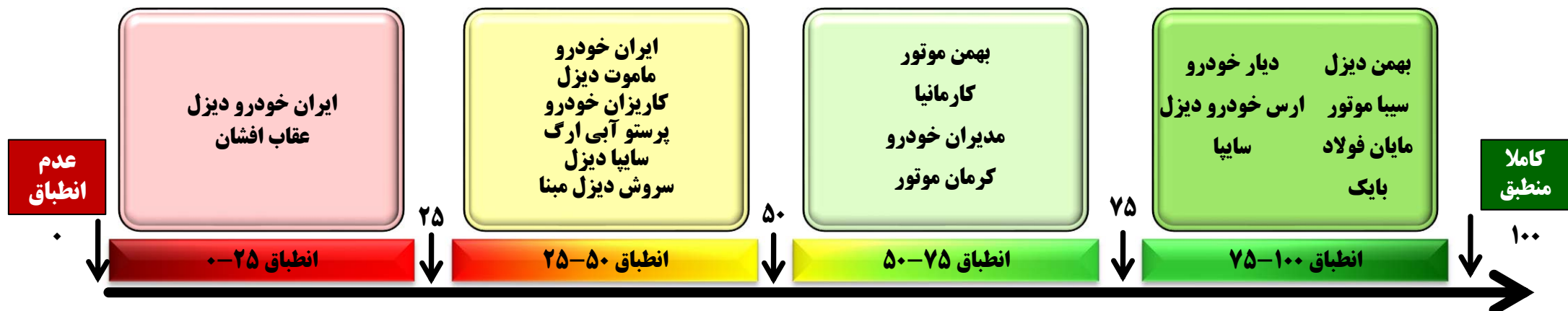
سود انصراف و خسارت تأخیر مندرج در بخش ضوابط فروش براساس تبصره ۲ ماده (۴) آیین نامه، به صورت روزشمار محاسبه می‌شود. عرضه کننده موظف است شرایط فروش خود را با توجه به پارامترهای ذیل شفاف سازی کند: قیمت خودرو، زمان تحویل (ماه و هفته)، نحوه محاسبه روزها با تاکید بر تعطیل و غیر تعطیل، نحوه پرداخت (زمان بندی)، شرایط محاسبه خسارت دیرکرد، زمان پرداخت خسارت دیرکرد (بازه زمانی هفت روزه)، شرایط فروش (فوری، پیش فروش، مشارکت)، رنگ خودرو، آپشن خودرو، مدل خودرو، شرایط تسهیلات ویژه، سود مشارکت، سود انصراف

وضعیت مورد انتظار:

تدوین مکانیزم پرداخت سود مشارکت و انصراف، جریمه تاخیر خسارات وارده به مشتریان و پایش اثربخشی این مکانیزم بر اساس شاخص های ذیل:

- ۱- درصد خسارات (دیرکرد و توقف) پرداختی به کل خسارات تعیین شده
- ۲- درصد سود (مشارکت و انصراف) پرداختی به کل سود تعیین شده
- ۳- میزان رضایت مشتریان از فرآیند پرداخت سود (مشارکت و انصراف) و خسارت (دیرکرد و توقف)
- ۴- متوسط زمان پرداخت خسارت (دیرکرد و توقف)
- ۵- متوسط زمان پرداخت سود (مشارکت و انصراف)

وضعیت موجود:



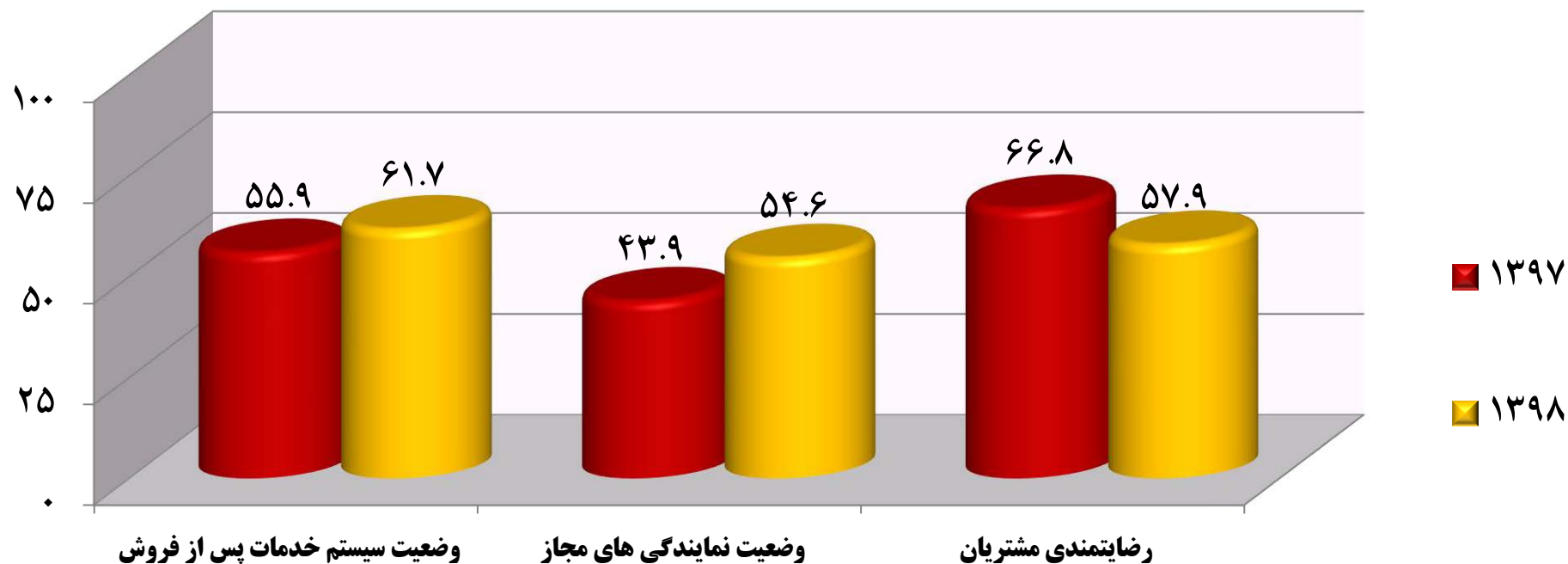
خلاصه نتایج ارزیابی خدمات فروش
شرکت های عرضه کننده خودرو - سبک
در سال ۱۳۹۸

یافته های کلیدی ارزیابی (حوزه خودروهای سبک):

- ✓ در سال ۹۸ تعداد ۹ شرکت عرضه کننده خودرو و ۱۴۹۸ نمایندگی سبک مورد ارزیابی قرار گرفتند.
- ✓ امتیاز نهایی خدمات فروش خودروهای سبک در سال ۹۸ معادل ۵۹.۲ درصد بوده که نسبت به سال گذشته ۶.۵ درصد افزایش یافته است.
- ✓ نتایج ارزیابی ها نشان می دهد که امتیاز نمایندگی های مجاز شرکت های عرضه کننده خودرو سبک در سال ۱۳۹۸ معادل ۵۴.۶٪ بوده که نسبت به سال گذشته ۲۴.۴ درصد افزایش یافته است.
- ✓ در ارزیابی نمایندگی های مجاز شرکت های عرضه کننده خودرو سبک حوزه های فرآیندی شامل مدیریت ارتباط با مشتری از حیث انطباق در وضعیت قابل قبولی قرار ندارند.
- ✓ لازم به ذکر است از شرکت های عرضه کننده خودرو در حوزه خدمات فروش خودروهای سواری، تنها ۱ شرکت رتبه ۲ شده و ۵ مورد رتبه ۳ و مابقی رتبه ۴ بوده اند.

متوسط امتیاز شاخص های اصلی ارزیابی شرکت های عرضه کننده خودرو - سبک

ردیف	عوامل ارزیابی	امتیاز سال ۱۳۹۷	امتیاز سال ۱۳۹۸
۱	وضعیت سیستم خدمات فروش	۵۵.۹	۶۱.۷
۲	وضعیت نمایندگی های مجاز	۴۳.۹	۵۴.۶
۳	رضایتمندی مشتریان	۶۶.۸	۵۷.۹

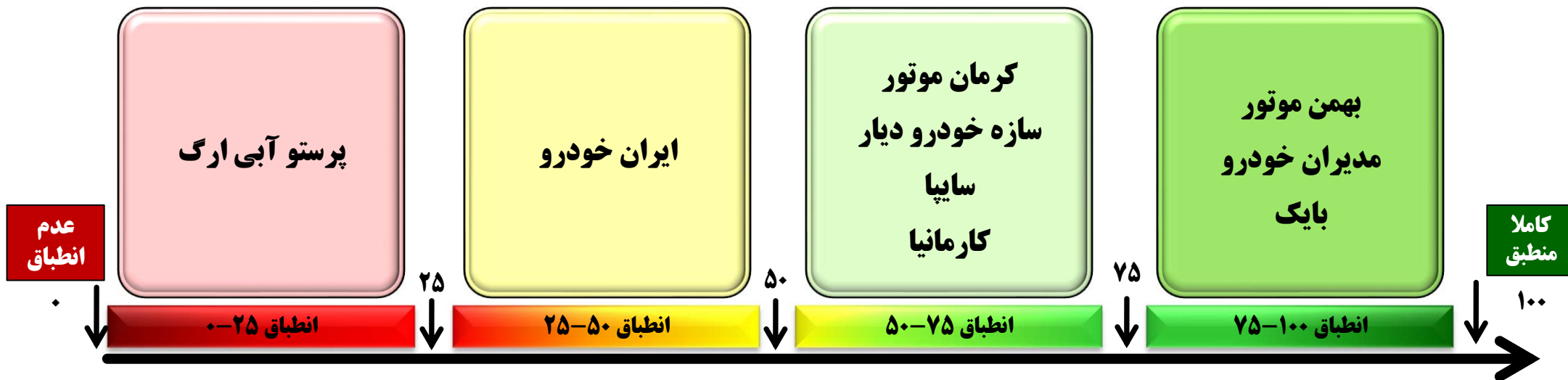


مقایسه وضعیت نظام مدیریتی (رویه های اجرایی تعریف شده در سیستم مدیریتی) شرکتها

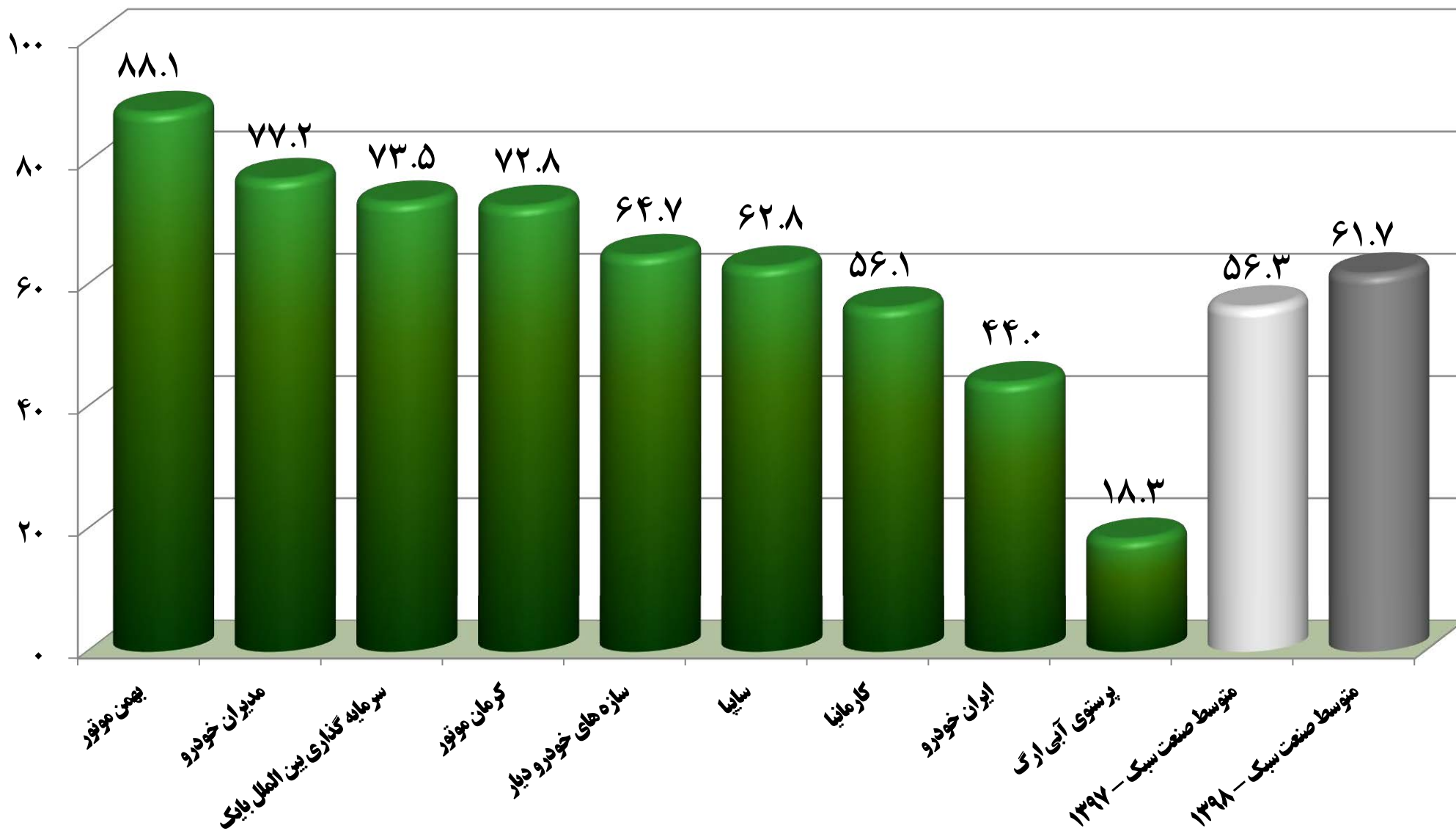
شامل بررسی پارامترهایی نظیر:

- ✓ رعایت ضوابط مربوط به روش های فروش
- ✓ آموزش کارکنان نمایندگی ها و ستاد
- ✓ الزامات مرتبط با شبکه نمایندگی های فروش
- ✓ جریمه تاخیر خسارات وارده به مشتریان
- ✓ فرآیند پاسخگویی و رسیدگی به شکایات مشتریان و ...
- ✓ سیستم پرداخت سود مشارکت و انصراف

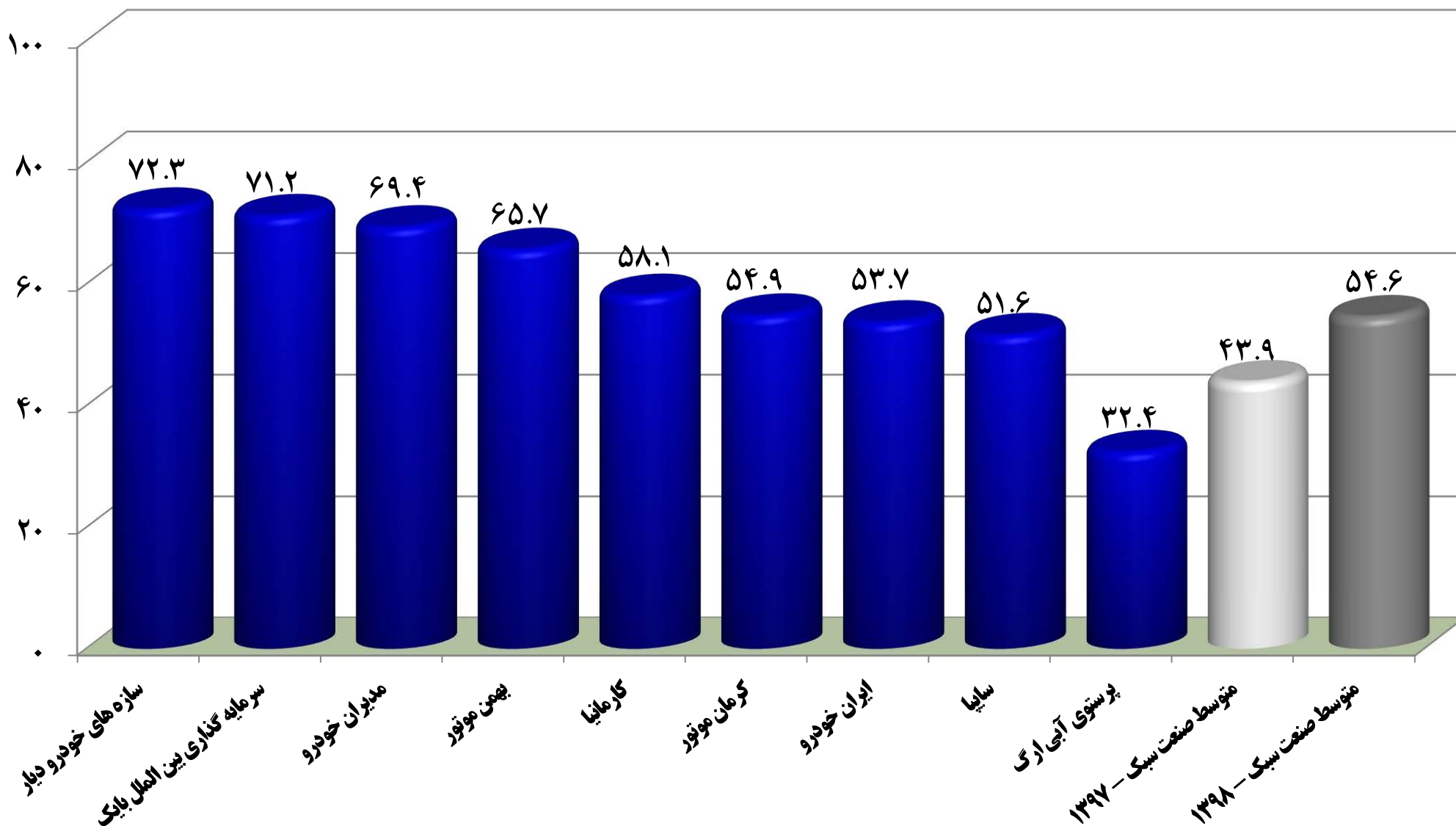
از حیث انطباق با الزامات آئین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو- خودروهای سبک



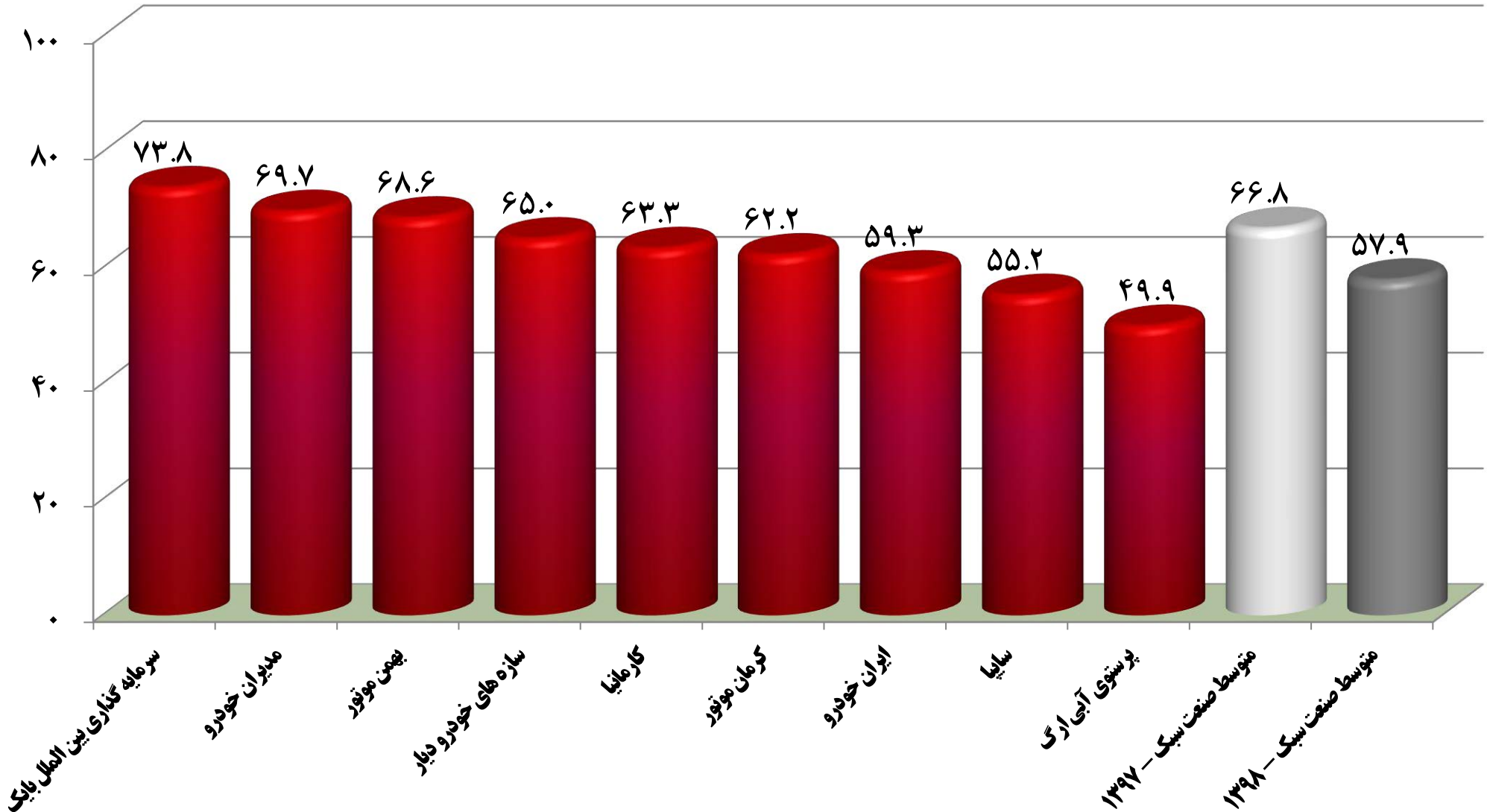
مقایسه وضعیت نظام مدیریتی (رویه های اجرایی تعریف شده در سیستم مدیریتی) شرکتها - خودروهای سبک





مقایسه وضعیت نمایندگی های مجاز - خودروهای سبک



مقایسه امتیاز نتایج رضایتمندی مشتریان – خودروهای سبک



رتبه خدمات فروش شرکت های عرضه کننده خودرو-سبک

رتبه سال ۹۸		نام شرکت	ردیف
	۲	بهمن موتور	۱
	۳	مدیران خودرو	۲
	۳	سرمایه گذاری بین الملل بایک	۳
	۳	سازه های خودرو دیار	۴
	۳	کرمان موتور	۵
	۳	کارمانیا	۶
	۴	سایپا	۷
	۴	ایران خودرو	۸
	۴	پرستوی آبی ارگ	۹

* این شرکت به دلیل عدم وجود اطلاعات در خصوص برخی از شاخص های ارزیابی، در رتبه بندی کلی قرار نمی گیرد.

خلاصه نتایج ارزیابی خدمات فروش
شرکت های عرضه کننده خودرو - سنگین
در سال ۱۳۹۸

یافته های کلیدی ارزیابی (حوزه خودروهای سنگین):

✓ در سال ۱۳۹۸ تعداد ۱۰ شرکت عرضه کننده خودرو و تعداد ۱۸۰ نمایندگی مجاز حوزه خودروهای سنگین مورد ارزیابی قرار گرفتند.

✓ امتیاز نهایی خدمات فروش خودروهای سنگین در سال ۹۸ معادل ۵۰.۱ درصد بوده است.

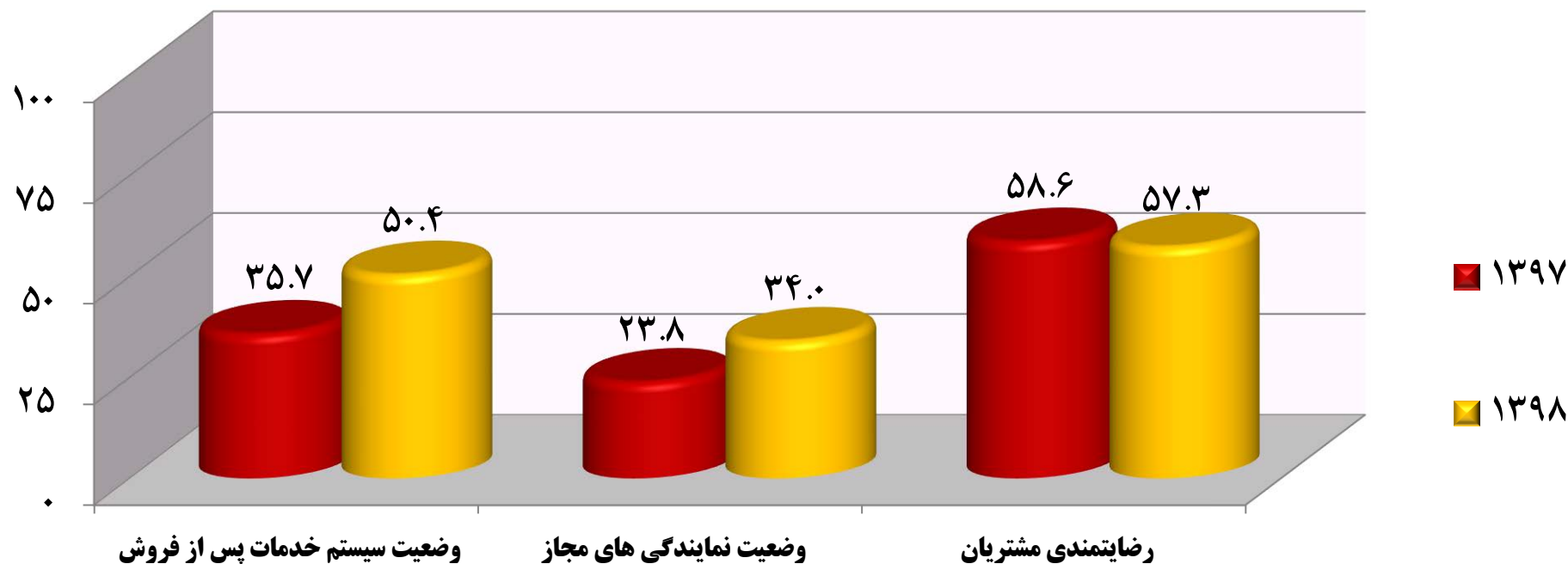
✓ امتیاز نمایندگی های مجاز شرکت های عرضه کننده خودرو سنگین در سال ۱۳۹۸ معادل ۳۴٪ بوده که نسبت به سال گذشته با افزایش ۴۲.۷ درصد همراه بوده است.

✓ در ارزیابی نمایندگی های مجاز شرکت های عرضه کننده خودرو سنگین شاخص های نیروی انسانی، فرآیند مدیریت ارتباط با مشتری و بازاریابی از حیث انطباق در وضعیت قابل قبولی قرار ندارند.

✓ لازم به ذکر است از شرکت های عرضه کننده خودرو در حوزه خدمات فروش خودروهای سنگین، ۳ مورد حائز رتبه ۳ و مابقی حائز رتبه ۴ و بودن رتبه بوده اند.

متوسط امتیاز شاخص های اصلی ارزیابی شرکت های عرضه کننده خودرو - سنگین

ردیف	عوامل ارزیابی	امتیاز سال ۱۳۹۷	امتیاز سال ۱۳۹۸
۱	وضعیت سیستم خدمات فروش	۳۵.۷	۵۰.۴
۲	وضعیت نمایندگی های مجاز	۲۳.۸	۳۴.۰
۳	رضایتمندی مشتریان	۵۸.۶	۵۷.۳

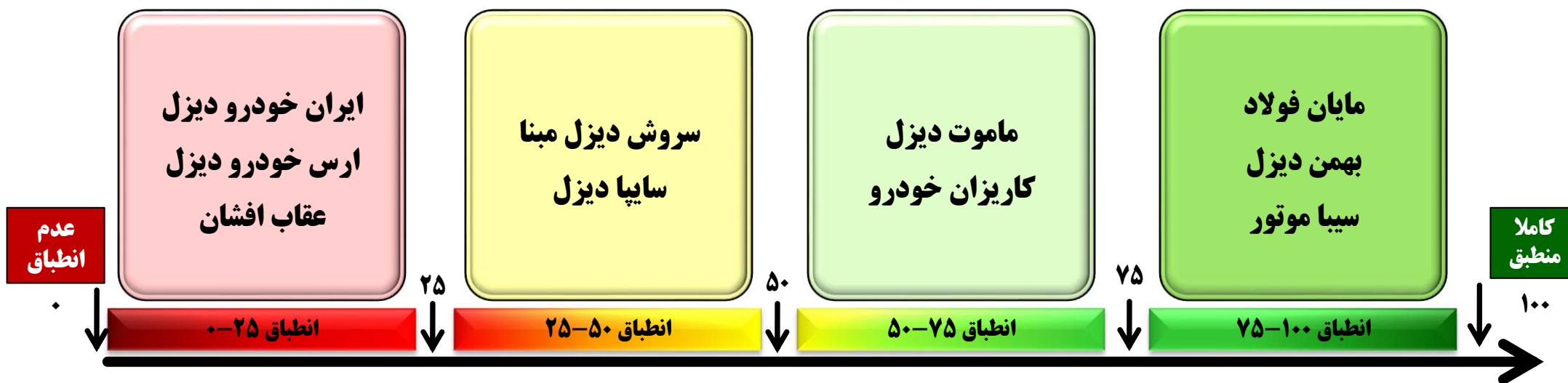


مقایسه وضعیت نظام مدیریتی (رویه های اجرایی تعریف شده در سیستم مدیریتی) شرکتها

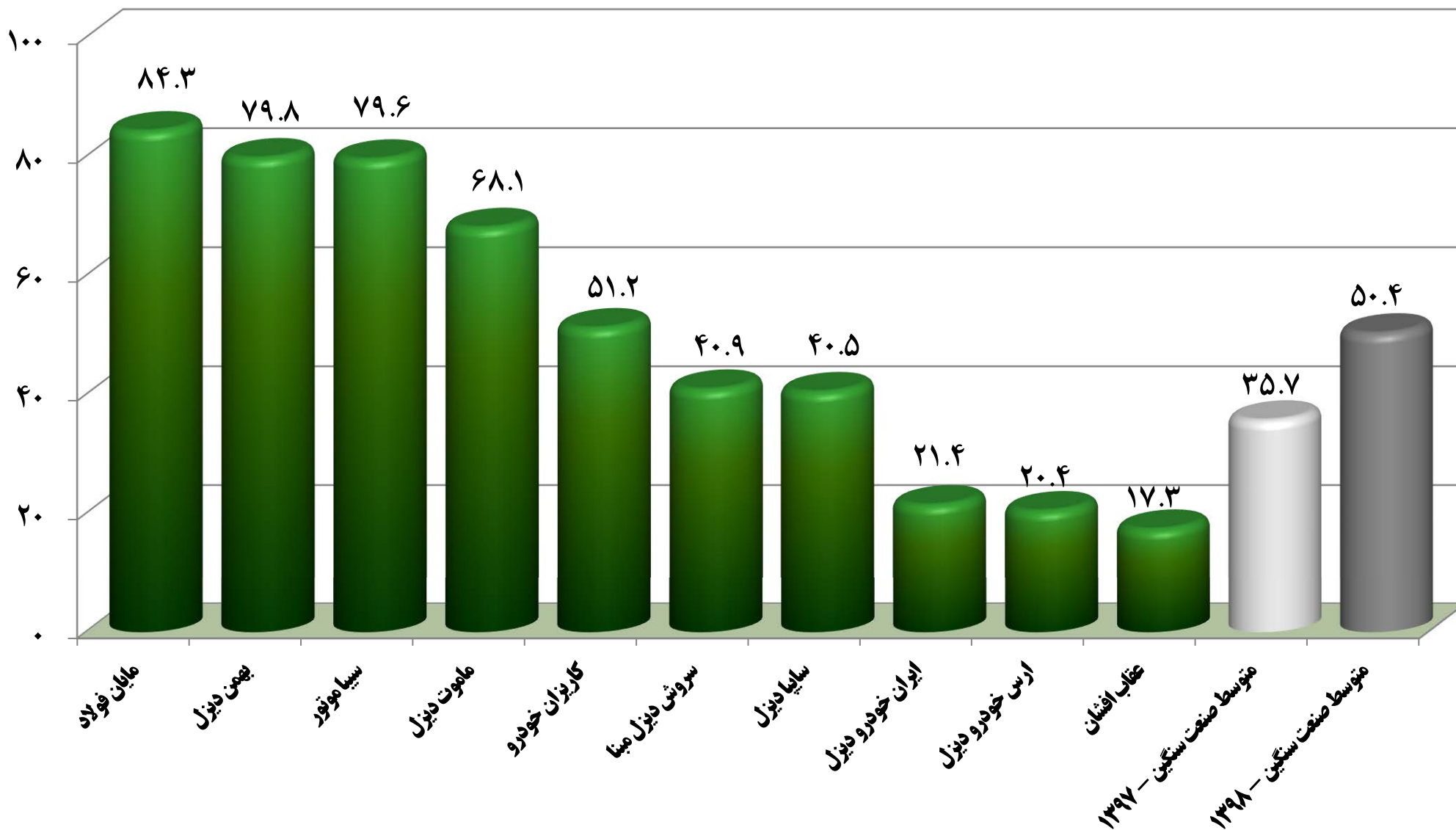
شامل بررسی پارامترهایی نظیر:

- ✓ رعایت ضوابط مربوط به روش های فروش
- ✓ آموزش کارکنان نمایندگی ها و ستاد
- ✓ الزامات مرتبط با شبکه نمایندگی های فروش
- ✓ جریمه تاخیر خسارات وارده به مشتریان
- ✓ فرآیند پاسخگویی و رسیدگی به شکایات مشتریان و ...
- ✓ سیستم پرداخت سود مشارکت و انصراف

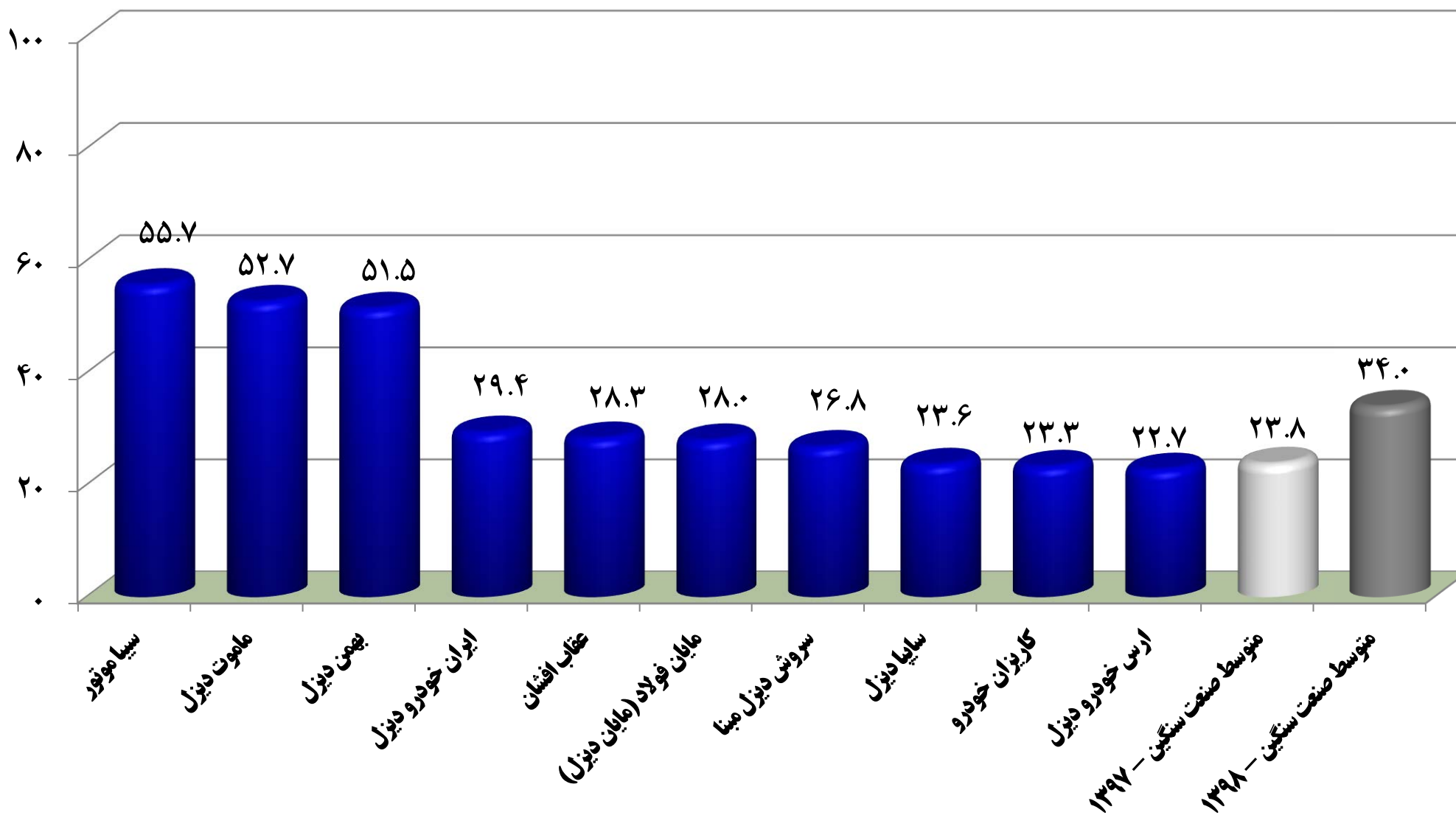
از حیث انطباق با الزامات آئین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو- خودروهای سنگین



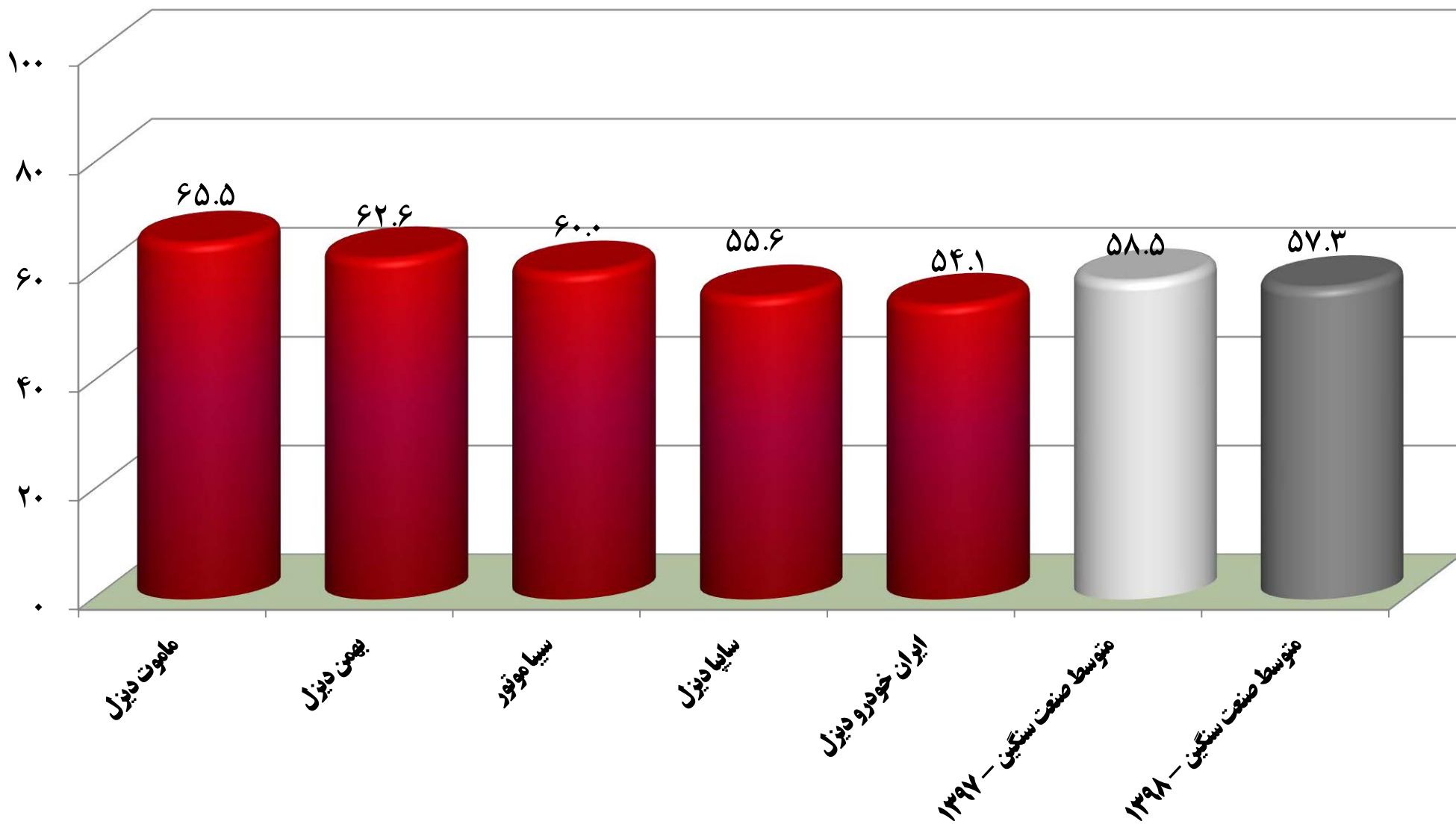
مقایسه وضعیت نظام مدیریتی (رویه های اجرایی تعریف شده در سیستم مدیریتی) شرکتها - خودروهای سنگین



مقایسه وضعیت نمایندگی های مجاز – خودروهای سنگین



مقایسه امتیاز نتایج رضایتمندی مشتریان – خودروهای سنگین



رتبه خدمات فروش شرکت های عرضه کننده خودرو-سنگین

رتبه سال ۹۸	نام شرکت	ردیف
★ ★ ★	بهمن دیزل	۱
★ ★ ★	سیبا موتور	۲
★ ★ ★	ماموت دیزل	۳
★ ★ ★	سایپا دیزل	۴
★ ★ ★	ایران خودرو دیزل	۵
بدون رتبه	مایان فولاد (مایان دیزل)*	۶
بدون رتبه	کاریزان خودرو*	۷
بدون رتبه	سروش دیزل مبنا*	۸
بدون رتبه	ارس خودرو دیزل*	۹
بدون رتبه	عقاب افشان*	۱۰

* این شرکت ها به دلیل عدم وجود اطلاعات در خصوص برخی از شاخص های ارزیابی، در رتبه بندی کلی قرار نمی گیرند.

با سپاس از توجه شما