



جمهوری اسلامی ایران
Islamic Republic of Iran

سازمان ملی استاندارد ایران

Iranian National Standardization Organization



استاندارد ملی ایران

۱۹۱۱۷

چاپ اول

۱۳۹۴

INSO

19117

1st.Edition

2015

خودرو- شیوه ارائه خدمات پس از فروش

**Vehicle – Procedure of after sale services
submit**

ICS: 43.020

به نام خدا

آشنایی با سازمان ملی استاندارد ایران

مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران به موجب بند یک ماده ۳ قانون اصلاح قوانین و مقررات مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران، مصوب بهمن ماه ۱۳۷۱ تنها مرجع رسمی کشور است که وظیفه تعیین، تدوین و نشر استانداردهای ملی (رسمی) ایران را به عهده دارد.

نام موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران به موجب یکصد و پنجاه و دومین جلسه شورای عالی اداری مورخ ۹۰/۶/۲۹ به سازمان ملی استاندارد ایران تغییر و طی نامه شماره ۲۰۶/۳۵۸۳۸ مورخ ۹۰/۷/۲۴ جهت اجرا ابلاغ شده است.

تدوین استاندارد در حوزه های مختلف در کمیسیون های فنی مرکب از کارشناسان سازمان، صاحب نظران مراکز و مؤسسات علمی، پژوهشی، تولیدی و اقتصادی آگاه و مرتبط انجام می شود و کوششی همگام با مصالح ملی و با توجه به شرایط تولیدی، فناوری و تجاری است که از مشارکت آگاهانه و منصفانه صاحبان حق و نفع، شامل تولیدکنندگان، مصرف کنندگان، صادرکنندگان و وارد کنندگان، مراکز علمی و تخصصی، نهادها، سازمان های دولتی و غیر دولتی حاصل می شود. پیش نویس استانداردهای ملی ایران برای نظرخواهی به مراجع ذی نفع و اعضای کمیسیون های فنی مربوط ارسال می شود و پس از دریافت نظرها و پیشنهادات در کمیته ملی مرتبط با آن رشته طرح و در صورت تصویب به عنوان استاندارد ملی (رسمی) ایران چاپ و منتشر می شود.

پیش نویس استانداردهایی که مؤسسات و سازمان های علاقه مند و ذی صلاح نیز با رعایت ضوابط تعیین شده تهیه می کنند در کمیته ملی طرح و بررسی و در صورت تصویب، به عنوان استاندارد ملی ایران چاپ و منتشر می شود. بدین ترتیب، استانداردهایی ملی تلقی می شوند که بر اساس مفاد نوشته شده در استاندارد ملی ایران شماره ۵ تدوین و در کمیته ملی استاندارد مربوط که سازمان ملی استاندارد ایران تشکیل می دهد به تصویب رسیده باشد.

سازمان ملی استاندارد ایران از اعضای اصلی سازمان بین المللی استاندارد (ISO)^۱، کمیسیون بین المللی الکتروتکنیک (IEC)^۲ و سازمان بین المللی اندازه شناسی قانونی (OIML)^۳ است و به عنوان تنها رابط^۴ کمیسیون کدکس غذایی (CAC)^۵ در کشور فعالیت می کند. در تدوین استانداردهای ملی ایران ضمن توجه به شرایط کلی و نیازمندی های خاص کشور، از آخرین پیشرفت های علمی، فنی و صنعتی جهان و استانداردهای بین المللی بهره گیری می شود.

سازمان ملی استاندارد ایران می تواند با رعایت موازین پیش بینی شده در قانون، برای حمایت از مصرف کنندگان، حفظ سلامت و ایمنی فردی و عمومی، حصول اطمینان از کیفیت محصولات و ملاحظات زیست محیطی و اقتصادی، اجرای بعضی از استانداردهای ملی ایران را برای محصولات تولیدی داخل کشور و/یا اقلام وارداتی، با تصویب شورای عالی استاندارد، اجباری نماید. سازمان می تواند به منظور حفظ بازارهای بین المللی برای محصولات کشور، اجرای استاندارد کالاهای صادراتی و درجه بندی آن را اجباری نماید. همچنین برای اطمینان بخشیدن به استفاده کنندگان از خدمات سازمان ها و مؤسسات فعال در زمینه مشاوره، آموزش، بازرسی، ممیزی و صدور گواهی سیستم های مدیریت کیفیت و مدیریت زیست محیطی، آزمایشگاه ها و مراکز کالیبراسیون (واسنجی) و وسایل سنجش، سازمان ملی استاندارد ایران این گونه سازمان ها و مؤسسات را بر اساس ضوابط نظام تأیید صلاحیت ایران ارزیابی می کند و در صورت احراز شرایط لازم، گواهینامه تأیید صلاحیت به آن ها اعطا و بر عملکرد آن ها نظارت می کند. ترویج دستگاه بین المللی یکاها، کالیبراسیون (واسنجی) و وسایل سنجش، تعیین عیار فلزات گرانبها و انجام تحقیقات کاربردی برای ارتقای سطح استانداردهای ملی ایران از دیگر وظایف این سازمان است.

1- International Organization for Standardization

2 - International Electrotechnical Commission

3- International Organization of Legal Metrology (Organisation Internationale de Metrologie Legale)

4 - Contact point

5 - Codex Alimentarius Commission

کمیسیون فنی تدوین استاندارد
« خودرو- شیوه ارائه خدمات پس از فروش »

رئیس :

عباداللهی ، مهدی
(لیسانس مدیریت صنعتی)

سمت و/ یا نمایندگی
وزارت صنعت، معدن و تجارت

دبیر :

تحریریان ، سالار
(لیسانس مهندسی مکانیک)

سازمان ملی استاندارد ایران

اعضاء : (اسامی به ترتیب حروف الفبا)

آملی دیوا ، حسین
(کارشناس اقتصاد)

سازمان حمایت مصرف کنندگان و
تولید کنندگان

ارجمند پیمان ، حمیدرضا
(لیسانس مهندسی متالورژی)

وزارت صنعت، معدن و تجارت

تاجیک ، سعید
(فوق لیسانس مدیریت اجرایی)

شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران

حاجی باقری ، مهدی
(فوق لیسانس مهندسی متالورژی)

شرکت سایپا یدک

حقیقت ، حمیدرضا
(فوق لیسانس مهندسی فناوری اطلاعات)

شرکت ایساکو

سلیمی ، محسن
(فوق لیسانس مدیریت تکنولوژی)

شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران

انجمن خدمات پس از فروش

غیاثی ، عباسعلی
(فوق لیسانس مدیریت)

شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران

فخیمی ، پدram
(فوق لیسانس مدیریت تکنولوژی)

شرکت سایپا یدک

صادقی نژاد ، محمدرضا
(فوق لیسانس مدیریت کارآفرینی)

شرکت سیستم کیفیت فنون

ضرغام پور، علیرضا
(لیسانس مهندسی مکانیک)

شرکت گواه

طباطبایی ، شهزاد
(فوق لیسانس مهندسی صنایع)

شرکت ایساکو

گلبابایی ، فرناز
(فوق لیسانس مدیریت اجرایی)

شرکت سایپا یدک

دانایی ، حسنیة
(لیسانس مهندسی صنایع)

شرکت اطلس خودرو

میرآفتابی ، پوریا
(لیسانس مهندسی مکانیک)

شرکت خدمات فنی رنا

میر منصف ، سید امیر
(لیسانس مهندسی صنایع)

فهرست مندرجات

صفحه	عنوان
ب	آشنایی با سازمان ملی استاندارد
ج	کمیسیون فنی تدوین استاندارد
ه	پیش گفتار
و	مقدمه
۱	۱ فصل اول
۸	۲ فصل دوم
۲۳	۳ فصل سوم
۶۳	۴ فصل چهارم
۶۶	۵ پیوست الف
۷۱	۶ پیوست ب
۷۴	۷ پیوست پ

پیش گفتار

استاندارد "خودرو- شیوه ارائه خدمات پس از فروش" که پیش نویس آن در کمیسیون های مربوط توسط آقای سالار تحریریان تهیه و تدوین شده است و در دویست و سی و هفتمین اجلاس کمیته ملی استاندارد خدمات مورخ ۱۳۹۴/۱/۱۹ مورد تصویب قرار گرفته است ، اینک به استناد بند یک ماده ۳ قانون اصلاح قوانین و مقررات موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران ، مصوب بهمن ماه ۱۳۷۱، به عنوان استاندارد ملی ایران منتشر می شود .

برای حفظ همگامی و هماهنگی با تحولات و پیشرفت های ملی و جهانی در زمینه صنایع ، علوم و خدمات ، استانداردهای ملی ایران در مواقع لزوم تجدید نظر خواهد شد و هر پیشنهادی که برای اصلاح و تکمیل این استانداردها ارائه شود ، هنگام تجدید نظر در کمیسیون فنی مربوط مورد توجه قرار خواهد گرفت . بنابراین ، باید همواره از آخرین تجدید نظر استانداردهای ملی استفاده کرد .

منبع و مآخذی که برای تهیه این استاندارد مورد استفاده قرار گرفته به شرح زیر است :

۱- دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو- وزارت صنعت، معدن و تجارت

خودرو- شیوه ارائه خدمات پس از فروش

فصل اول

کلیات

۱ هدف و دامنه کاربرد

هدف از تدوین این استاندارد تعیین حداقل سطح کمی و کیفی واسطه های خدمات پس از فروش و نمایندگیهای مجاز آنها 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. محدوده این ضوابط شامل کلیه عرضه کننده های خودرو، واسطه های خدمات پس از فروش خودرو و نمایندگیهای مجاز تعمیراتی در رابطه با گروه های خودرویی M و N می باشد.

۲ مراجع الزامی

مدارک الزامی زیر حاوی مقرراتی است که در متن این استاندارد ملی ایران به آن ها ارجاع داده شده است . بدین ترتیب آن مقررات جزئی از این استاندارد ملی ایران محسوب می شود . در صورتی که به مدرکی با ذکر تاریخ انتشار ارجاع داده شده باشد ، اصلاحیه ها و تجدید نظرهای بعدی آن مورد نظر این استاندارد ملی ایران نیست . در مورد مدارکی که بدون ذکر تاریخ انتشار به آن ها ارجاع داده شده است ، همواره آخرین تجدید نظر و اصلاحیه های بعدی آن ها مورد نظر است . استفاده از مراجع زیر برای این استاندارد الزامی است :

۱-۲ استاندارد ISO 9001:2008

۲-۲ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

۳-۲ آئین نامه اجرائی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

۴-۲ دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش بازنگری ۳ -دیماه ۱۳۹۰

۵-۲ روش اجرایی اندازه گیری رضایت مشتریان صنعت خودرو مصوب شورای سیاستگذاری صنعت خودرو-
تیرماه ۸۷

۶-۲ استاندارد های شبکه فروش و خدمات پس از فروش شرکت ایران خودرو

۷-۲ استاندارد های شبکه فروش و خدمات پس از فروش شرکت سایپا یدک

۸-۲ استاندارد خدمات پس از فروش شرکت ولوو

۹-۲ استاندارد خدمات پس از فروش شرکت نیسان

۱۰-۲ استاندارد خدمات پس از فروش شرکت هیوندایی

۱۱-۲ استاندارد خدمات پس از فروش شرکت کیا

۱۲-۲ استاندارد خدمات پس از فروش شرکت مزدا

۱۳-۲ استاندارد خدمات پس از فروش شرکت تویوتا

۱۴-۲ استاندارد خدمات پس از فروش شرکت دایملر

۱۵-۲ نظرات پیشنهادی سازمان ها و نهادهای ذیربط

۳ تعاریف اصطلاحات

در این استاندارد تعاریف/ اصطلاحات

۱-۳ عرضه کننده

عبارت است از هر شخص حقیقی یا حقوقی که بطور مستقیم یا از طریق واسطه فروش مبادرت به فروش خودروهای نو تولیدی یا وارداتی خود که دارای نمایندگی رسمی از جانب شرکت تولید کننده اصلی خارجی است، می کند.

۲-۳ نمایندگی مجاز

عبارت است از هر شخصیت حقیقی و یا حقوقی که از طرف عرضه کننده خودرو و یا واسطه فروش و خدمات پس از فروش به عنوان نماینده رسمی و به صورت مستقیم عهده‌دار 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 می‌باشد.

۳-۳ واسطه خدمات پس از فروش

عبارت است از شخص حقیقی یا حقوقی دارنده مجوز های مربوطه ، که مستقیماً توسط عرضه کننده خودرو عهده‌دار ارائه خدمات پس از فروش از طریق نمایندگی‌های مجاز در طول دوره ضمانت و تعهد می‌باشد. واسطه خدمات پس از فروش می‌تواند 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.

۴-۳ 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 می‌گیرد و موجب تعهد و تضمین کارکرد مطلوب محصول می‌شود.

۵-۳ بازرسی / شرکت بازرسی

عبارت است از شخصیت حقوقی که پس از تأیید صلاحیت از جانب مراجع تأیید، برای وظیفه ارزیابی عملکرد عرضه کننده، واسطه فروش، واسطه خدمات پس از فروش، نمایندگی های مجاز، تهیه گزارش های ادواری یا موردی و همچنین تحلیل و اظهار نظر در خصوص آنها جهت ارائه به مراجع ذیصلاح، معرفی می شود.

۴ دوره های ارزیابی و ارائه گزارشها

ارزیابی شرکت های عرضه کننده خودرو/واسطه خدمات پس از فروش، نمایندگی های مجاز و پایش نتیجه عملکرد آنها طی دوره های زمانی مطابق با جداول (۱ و ۲) انجام می گیرد.

ردیف	حوزه	شرح	مشخصه
۱	عرضه کننده خودرو/ واسطه های خدمات پس از فروش	ارزیابی موارد مرتبط با قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان و آئین نامه اجرایی آن	A
۲		گزارش نتیجه ارزیابی عرضه کننده خودرو / واسطه خدمات پس از فروش	B
۳	نماینده های مجاز	ارزیابی موارد مرتبط با شرایط و ضوابط نمایندگی های مجاز	C
۴	پایش عملکرد عرضه کنندگان/ نماینده های مجاز	ارزیابی رضایت مندی مشتریان	D
۵		ارزیابی رضایت مدیران نمایندگی ها	E
۶		گزارش ارزیابی رضایت مشتریان و ارزیابی رضایت مدیران نمایندگی ها	F
۷	رتبه بندی شرکت ها	گزارش ارزیابی نمایندگی های مجاز و رتبه بندی شرکت های عرضه کننده خودرو و نمایندگی های مجاز	G

جدول ۱- معرفی حوزه ها و گزارشهای ارزیابی

فروردین	اردیبهشت	خرداد	تیر	مرداد	شهریور	مهر	آبان	آذر	دی	بهمن	اسفند
	A					C	A	B			
	B					D			D , E		
D		G	F			F			F		

یادآوری: امتیاز نهایی رضایت مندی مشتریان در قالب جمع بندی ۴ دوره سه ماهه منتهی به اسفند ماه همان سال تعیین می گردد.

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

یادآوری: تهیه چک لیستهای ارزیابی بر اساس معیارهای اعلام شده در این استاندارد به عهده بازرس می باشد.

५

یادآوری : ارائه گزارشها و نتایج به سایر ارگانها در صورت نیاز توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت صورت می پذیرد.

۳-۵ 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.

۴-۵ مواردی که می بایست توسط عرضه کننده یا واسطه خدمات پس از فروش ارائه گردد:

۱-۴-۵ نام و نشانی کلیه نمایندگی های مجاز فعال و تعلیق شده سراسر کشور (ماهانه)

۲-۴-۵ مشخصات کلیه مشتریان مراجعه کننده به شبکه خدمات پس از فروش به صورت دسترسی آنلاین برای بازرس، که شامل نام مشتری، شماره تماس، نوع خودرو، تاریخ پذیرش و نمایندگی که به آن مراجعه شده، می باشد.

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

۴-۴-۵ 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 می بایست به صورت ماهانه و مطابق جداول ۳ و ۴ به بازرس اعلام گردد و صحه گذاری آن نیز بر عهده بازرس می باشد.

جدول ۳- جدول ارائه گزارشها ماهانه توسط واسطه خدمات پس از فروش

نام نمایندگی	کد نمایندگی	استان	شهر	نوع فعالیت		ساعت فعالیت روزانه	نوع خودرو	وضعیت پذیرش (تعداد)							
				سبک	سنگین			کل پذیرش ماهانه	مکانیکی	الکتریکی	جلوبندی	گازسوز/ هیبرید	سرویس ادواری	امداد	

جدول ۴- ارائه گزارشها سرویس ادواری

نوع خودرو و	کل پذیرش ماهانه	سهم فعالیت تعمیراتی (درصد)		
		مکانیکی	الکتریکی	جلوبندی

وضعیت پذیرش نمایندگی های مجاز می بایست ماهانه توسط شرکت عرضه کننده خودرو / واسطه خدمات پس از فروش به بازرس اعلام گردد. مواردی که جهت محاسبه آن لازم است مد نظر قرار گیرد عبارتند از:

۵-۴-۵-۱ آمار کل پذیرش نمایندگی مربوط به فعالیت های الزامی و تحت مسئولیت مطابق با جداول ۳ و ۴ .

۵-۴-۵-۲ محاسبات متوسط پذیرش بر مبنای ۲۶۰ روز کاری در سال میباشد.

۵-۴-۵-۳ با توجه به اینکه فعالیتهای تعیین شده در انجام سرویس های ادواری خودروها صرفاً مختص به یک فعالیت نبوده و تمامی فعالیت های مکانیکی، برق و جلوبندی را در بر می گیرد، شرکت های عرضه کننده خودرو می بایست تعداد پذیرش های مربوط به سرویس های ادواری را به همراه سهم هریک از فعالیت ها (بر اساس درصد) در سرویس اعلام نماید.

۵-۴-۵-۶ شرکت های عرضه کننده خودرو موظف می باشند تا کلیه مراجعاتی که در دوران تعهد(وارانتی) در سطح شبکه نمایندگی های مجاز آنها انجام می پذیرد را تحت کنترل درآورند.

فصل دوم

شاخص های ارزیابی خدمات پس از فروش شرکت های عرضه کننده خودرو و نمایندگی های مجاز

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

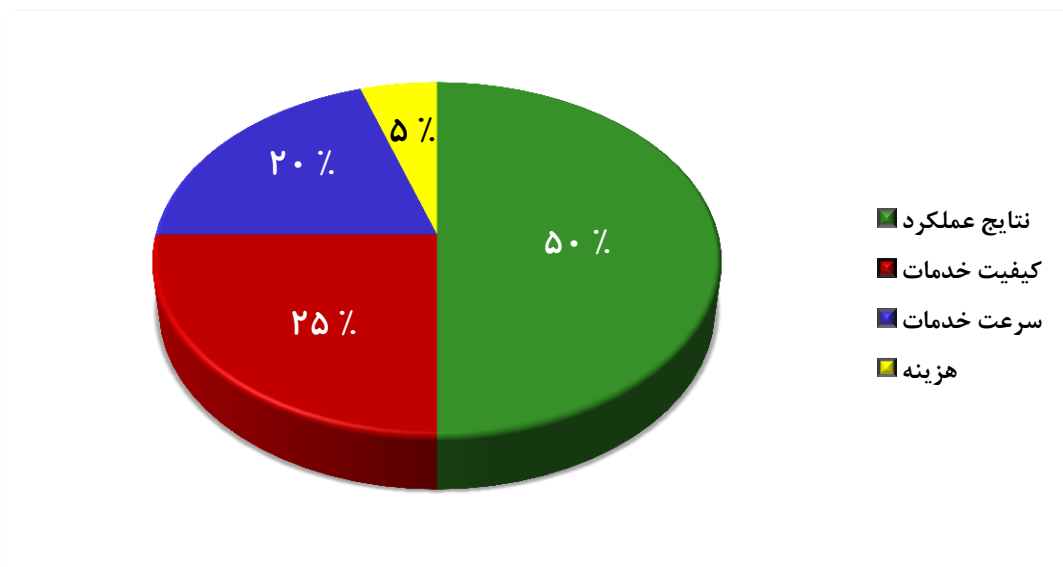
ارزیابی قرار خواهند گرفت:

۱- کیفیت خدمات

۲- سرعت خدمات

۳- هزینه

۴- نتایج عملکرد



جدول ۱- شاخص های ارزیابی خدمات پس از فروش عرضه کنندگان خودرو به همراه ضرایب وزنی آنها

شاخص	ضریب وزنی	زیر شاخص	عوامل	امتیاز	
کیفیت خدمات	۲۵٪	وضعیت نمایندگی ها	نیروی انسانی، امکانات و تجهیزات، فرایندهای مرتبط با الزامات حقوق مصرف کنندگان و سیستم مدیریت کیفیت	۷۰	
		مهارت نیروی انسانی	آموزش و مهارت پرسنل نمایندگی ها و شرکت	۱۰	
		نظامات کیفیت	سیستم های مدیریت کیفیت و ...	۲.۵	
		سایر الزامات قانونی مرتبط با کیفیت خدمات	تدوین و توزیع دستورالعمل های فنی و تعمیراتی	۳	
			طراحی و اجرای سیستم نظارت بر نمایندگی های مجاز	۴.۵	
			تدوین و اجرای نظام انگیزشی نمایندگی های مجاز	۲	
			ضمانت خودرو، قطعات و خدمات	۴	
			پایش و تحلیل نظرات مشتریان	۲	
			تدوین و اجرا ضوابط مربوط به پذیرش، گردش کار و ترخیص	۲	
		جمع			۱۰۰
سرعت خدمات	۲۰٪	شبکه تعمیرگاهی	توسعه شبکه تعمیرگاهی	۱۰	
			امدادخودرو	۱۰	
			کارایی نمایندگی ها (تعمیر مناسب خودرو در زمان توقف متعارف)	۱۵	
		قطعات یدکی و ابزار مخصوص	تامین و توزیع مناسب قطعات یدکی	۳۰	
			تامین و توزیع مناسب ابزار مخصوص	۵	
		رسیدگی به شکایات مشتریان	بررسی فرآیند رسیدگی و پاسخگویی به شکایات مشتریان	۱۵	
		سایر الزامات قانونی مرتبط با سرعت خدمات	توسعه شبکه ارتباطی رایانه ای بین شرکت و مشتریان	۲	
			توسعه شبکه ارتباطی رایانه ای بین شرکت و نمایندگی های مجاز	۲	
			تدوین و اجرای آیین نامه اعطا و لغو امتیاز نمایندگی	۲	
			پرداخت خسارت خواب خودرو	۹	
جمع			۱۰۰		
هزینه خدمات	۵٪	هزینه های خدمات و قطعات	تدوین جدول زمان و نرخ استاندارد تعمیرات	۲۰	
			تدوین جدول قیمت قطعات یدکی	۲۰	
			نظارت بر هزینه های دریافتی از مشتریان	۴۰	
			برآورد و تامینبودجهپرداختخسارتخوابخودرو	۲۰	
		جمع			۱۰۰
نتیجه عملکرد	۵۰٪	رضایتمندی	نتایج مشتریان	ارزیابی رضایت مشتریان	۶۰
			نتایج نمایندگی ها	رضایت نمایندگی ها(DSI)	۱۰
		نتایج فرآیندها		بررسی اثربخشی اجرای فرآیندها	۳۰
		جمع			۱۰۰

جدول ۲- شاخص های ارزیابی نمایندگی های مجاز به همراه ضرایب وزنی آنها

شاخص	ضریب وزنی	زیر شاخص	عوامل	امتیاز
وضعیت نمایندگی	۵۰٪	نیروی انسانی	آموزش، مهارت، تعدد و شرایط	۲۶
		امکانات و تجهیزات	تجهیزات و ابزار آلات	۱۸
			فضاهای تعمیراتی،ستادی و اداری	۹
			الزامات محیطی(نظام آراستگی،تابلوها،رفاه مشتریان و ایمنی)	۷
		فرایندهای مرتبط با الزامات حقوق مصرف کنندگان	سفارش گذاری و تامین قطعات	۱۰
			مدیریت ارتباط با مشتریان	۵
			پذیرش تا ترخیص	۱۵
			ضمانت و گارانتی	۱۰
		جمع		
نتیجه عملکرد	۵۰٪	رضایت مشتریان	ارزیابی رضایت مشتریان	۷۸
			کارائی نمایندگی (تعمیر مناسب خودرو در زمان توقف متعارف)	۲۰
		مدیریت منابع انسانی	شاخص ماندگاری پرسنل *	۲
			جمع	

* نمایندگی هایی که سابقه کمتر از ۲ سال دارند مشمول این امتیاز نمی گردند و این شاخص حذف و شاخص کارایی با ضریب ۲۲ درصد مورد محاسبه قرار خواهد گرفت.

۲ چگونگی اجرای فرآیند ارزیابی خدمات پس از فروش عرضه کنندگان خودرو و نمایندگی های مجاز آنها

۱-۲ کیفیت خدمات

۱-۱-۲ وضعیت نمایندگی ها

وضعیت نمایندگی ها شاخصی است که بر اساس متوسط امتیاز ارزیابی کلیه نمایندگی های خدمات پس از فروش شرکت عرضه کننده محاسبه می گردد. شاخص های ارزیابی وضعیت نمایندگی ها عبارتند از:

۲-۱-۲ مهارت نیروی انسانی

نیروی انسانی از مهمترین شاخص های ارزیابی وضعیت نمایندگی ها محسوب می گردد. ۲۶ درصد امتیاز شاخص وضعیت نمایندگی ها مربوط به نیروی انسانی است. نیروی انسانی در نمایندگی باید از دو جنبه مورد ارزیابی قرار خواهد گیرد.

۱-۲-۱-۲ آموزش و مهارت

این زیر شاخص ۸۰ درصد امتیاز زیر شاخص نیروی انسانی را تشکیل می دهد. ارزیابی وضعیت آموزش و کنترل مهارت پرسنل نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگی های مجاز صورت می گیرد.

۲-۲-۱-۲ تعدد و شرایط

این زیر شاخص ۲۰ درصد امتیاز زیر شاخص نیروی انسانی را تشکیل می دهد. ارزیابی وضعیت نیروی انسانی از لحاظ تعدد و شرایط احراز پرسنل در نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگیهای مجاز صورت خواهد گرفت.

۲-۱-۱-۲ امکانات و تجهیزات

این زیر شاخص یکی از شاخص های ارزیابی وضعیت نمایندگی است که ۳۴ درصد امتیاز شاخص وضعیت نمایندگی ها مربوط به آن می باشد. این حوزه شامل موارد ذیل است:

۱-۲-۱-۱-۲ تجهیزات و ابزارآلات

این زیر شاخص یکی دیگر از شاخص های ارزیابی وضعیت نمایندگی ها بوده و ۱۸ درصد امتیاز این شاخص را تشکیل می دهد. در ارزیابی این بخش وجود تجهیزات و ابزار آلات، در دسترس بودن، سالم بودن، مهارت استفاده و استفاده مستمر (بر حسب نوع استفاده) در نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگی های مجاز کنترل می گردد.

۱-۲-۱-۱-۲ فضاهای تعمیراتی، ستادی و اداری

۹ درصد امتیاز ارزیابی وضعیت نمایندگی ها مربوط است به فضای تعمیراتی، ستادی و اداری و ... که از لحاظ تعدد و شرایط و بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگیهای مجاز صورت خواهد گرفت.

۱-۲-۱-۱-۲ الزامات محیطی

این زیر شاخص ۷ درصد امتیاز شاخص وضعیت نمایندگی را تشکیل می دهد. این بخش در برگیرنده حوزه های نظام آراستگی، رفاه مشتریان، تابلوها و ایمنی می باشد. ارزیابی الزامات محیطی در نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگیهای مجاز صورت خواهد گرفت. امتیاز سوالات این بخش به نسبت مساوی تقسیم خواهد شد.

۱-۲-۱-۱-۲ فرایندهای مرتبط با الزامات حقوق مصرف کنندگان

این زیر شاخص یکی از مهمترین شاخص های ارزیابی وضعیت نمایندگی های مجاز می باشد. این بخش ۴۰ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی را دارا می باشد.

۱-۲-۱-۱-۲ فرایند سفارش گذاری و تامین قطعات

۱۰ درصد از امتیاز وضعیت نمایندگی های مجاز مربوط به نحوه سفارش گذاری و برنامه ریزی تامین قطعات یدکی مورد نیاز می باشد. ارزیابی فرایند سفارش گذاری و تامین قطعات در نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگیهای مجاز صورت خواهد گرفت.

۲-۱-۱-۲ فرایند مدیریت ارتباط با مشتریان

۵ درصد از امتیاز وضعیت نمایندگی های مجاز مربوط به اجرای فرایند مدیریت ارتباط با مشتریان می باشد. ارزیابی فرایند مدیریت ارتباط با مشتریان در نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگیهای مجاز صورت خواهد گرفت.

۲-۱-۱-۳ فرایند پذیرش تا ترخیص

۱۵ درصد از امتیاز وضعیت نمایندگی های مجاز مربوط به اجرای فرایند پذیرش تا ترخیص می باشد. ارزیابی فرایند پذیرش تا ترخیص در نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگیهای مجاز صورت خواهد گرفت.

۲-۱-۱-۴ فرایند ضمانت و گارانتی

۱۰ درصد از امتیاز وضعیت نمایندگی های مجاز مربوط به اجرای فرایند ضمانت می باشد. ارزیابی فرایند ضمانت در نمایندگی های مجاز بر اساس شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگیهای مجاز صورت خواهد گرفت.

۲-۱-۲ مهارت نیروی انسانی

ارزیابی فرایند آموزش و کنترل مهارت پرسنل نمایندگی های مجاز و شبکه خدمات پس از فروش در شرکت های عرضه کننده خودرو یا واسطه خدمات پس از فروش بر اساس مواد قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آیین نامه اجرائی آن انجام می پذیرد.

۲-۱-۳ نظامات کیفیت

این بخش مربوط به استقرار سیستم های مدیریت کیفیت در حوزه خدمات پس از فروش شرکت های عرضه کننده خودرو می باشد.

۲-۱-۴ سایر الزامات قانونی مرتبط با کیفیت خدمات

این بخش شامل سایر موارد مرتبط با کیفیت خدمات مندرج در قانون و آیین نامه اجرایی آن می باشد این موارد عبارتند از:

- تدوین و توزیع دستورالعمل های فنی و تعمیراتی و راهنمای استفاده از ابزار مخصوص بر اساس الزام آئین نامه
- اجرای سیستم نظارتی بر نمایندگی های مجاز بر اساس الزام آیین نامه
- تدوین و اجرای نظام انگیزشی نمایندگی های مجاز براساس الزام آیین نامه
- ضمانت خودرو، قطعات و خدمات بر اساس الزامات آئین نامه و سایر موارد مربوط به اجرای الزامات ضمانت آیین نامه اجرایی قانون.
- پایش و تحلیل نظرات مشتریان و اعمال اقدامات اصلاحی موثر بر اساس الزام آئین نامه اجرایی قانون
- تدوین و ابلاغ ضوابط مربوط به پذیرش، برنامه ریزی تعمیرات، گردش کار و ترخیص خودرو به نمایندگی های مجاز و نظارت بر حسن اجرای آن بر اساس الزام آئین نامه اجرایی قانون.
- ارائه آموزش نحوه استفاده از محصول به مصرف کنندگان بر اساس الزام آیین نامه اجرایی قانون.

۲-۲ سرعت خدمات

۲-۲-۱- شبکه تعمیرگاهی

دسترسی به شبکه تعمیرگاهی و زمان بهینه دریافت خدمات از مهمترین شاخص های مدنظر مشتریان می باشد، که بر اساس موارد ذیل مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت:

- الف- ارزیابی طرح توسعه شبکه نمایندگی مجاز شرکت عرضه کننده یا واسطه خدمات پس از فروش بر اساس الزامات قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آیین نامه اجرایی آن
- ب- ارزیابی فرآیند خدمات رسانی سیار بر اساس الزامات قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آیین نامه اجرایی آن.
- پ- کارائی نمایندگی ها

به منظور سنجش میزان کارائی نمایندگی ها شاخص زیر در نظر گرفته شده است که عبارت است از: نسبت خودروهایی که عیوب آنها طی ۲ روز کاری به صورت کامل در نمایندگی رفع گردیده است.

۲-۲-۲ قطعات یدکی و ابزار مخصوص

الف- قطعات یدکی

تامین و توزیع مناسب و به موقع قطعات یدکی شرط لازم جهت افزایش سرعت خدمات رسانی به مشتریان می باشد.

در ارزیابی این شاخص مواردی از قبیل برنامه ریزی، تامین، کنترل کیفیت، ردیابی، انبارش و توزیع مناسب قطعات یدکی بر اساس قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان و آیین نامه اجرائی آن مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت.

ب- ابزار مخصوص

عرضه کننده خودرو / شرکتهای واسطه خدمات پس از فروش باید ابزارهای درج شده در دستورالعمل های فنی خودرو ها را تهیه و توزیع نماید.

۲-۲-۳ بررسی فرآیند رسیدگی به شکایات مشتریان در شرکت های عرضه کننده خودرو یا واسطه

های خدمات پس از فروش بر اساس آیین نامه اجرایی قانون

در این خصوص شاخص هایی نظیر نسبت شکایات مشتریان به میزان مراجعات شبکه خدمات پس از فروش، متوسط مدت زمان پاسخگوئی به شکایات مشتریان و نسبت شکایات منجر به رضایت مشتریان مورد بررسی و ارزیابی قرار خواهد گرفت.

۲-۲-۴ سایر الزامات قانونی مرتبط با سرعت خدمات

این بخش شامل سایر موارد مرتبط با سرعت خدمات مندرج در قانون و آیین نامه اجرایی آن می باشد

این موارد عبارتند از:

- توسعه شبکه ارتباطی رایانه ای بین مشتریان، نمایندگی های مجاز و عرضه کنندگان خودرو یا واسطه های خدمات پس از فروش بر اساس آیین نامه اجرایی قانون
- تدوین و اجرای آیین نامه اعطا و لغو امتیاز نمایندگی ها بر اساس الزام آیین نامه اجرایی قانون
- پرداخت خسارت خواب خودرو بر اساس الزامات آیین نامه اجرایی قانون

۲-۳ هزینه

۲-۳-۱ هزینه خدمات و قطعات

در خصوص ارزیابی این شاخص، نحوه برنامه ریزی و کنترل هزینه های دریافتی از مشتریان در

نمایندگی های مجاز مورد نظر می باشد که بر اساس موارد ذیل پایش خواهد شد :

۲-۳-۱-۱- تدوین جدول زمان و نرخ استاندارد تعمیرات و قیمت قطعات یدکی، ابلاغ آن به نمایندگی

های مجاز و اطلاع رسانی هزینه ها به مشتریان بر اساس الزام آیین نامه اجرایی قانون

۲-۳-۱-۲- نظارت بر صدور صورت حساب و هزینه های دریافتی از مشتریان در نمایندگی های مجاز بر

اساس دستورالعمل زمان و نرخ استاندارد تعمیرات مطابق الزام آیین نامه اجرایی قانون

۴-۲ نتیجه عملکرد

در این بخش نتیجه عملکرد شرکت های عرضه کننده خودرو در راستای سه شاخص اصلی ارائه خدمات پس از فروش یعنی کیفیت، سرعت و هزینه خدمات مورد پایش قرار خواهد گرفت.

سر فصل های ارزیابی نتایج عملکرد عرضه کنندگان خودرو عبارتند از :

۲-۴-۱ رضایتمندی

۲-۴-۱-۱ نتایج مشتریان

ارزیابی رضایتمندی مشتریان عمده ترین شاخص پایش عملکرد شرکت های عرضه کننده خودرو می باشد. این شاخص در مجموع ۶۰ درصد امتیاز نتیجه عملکرد عرضه کنندگان خودرو را شامل می شود. رضایتمندی مشتریان بر مبنای پرسشنامه مندرج در دستورالعمل اجرایی اندازه گیری رضایت مشتریان مطابق جدول ۳ می باشد.

جدول ۳- پرسش های ارزیابی رضایتمندی مشتریان

نوع پرسش	شماره پرسش
پرسش با طیف پنج گزینه ای	۲،۳،۴،۵،۸،۹،۱۱،۱۵،۱۶،۱۷،۱۹
پرسش کنترلی	۱،۱۰،۱۳،۱۴
پرسش شاخص کارایی	۶،۷
پرسش عملکردی شرکت	۱۸
پرسش عملکردی نمایندگی	۷،۱۲

۴-۱-۲ نتایج نمایندگی ها (رضایتمندی نمایندگی های مجاز از شرکت های عرضه کننده خودرو)

با عنایت با اینکه رضایتمندی نمایندگی های مجاز از عملکرد عرضه کنندگان خودرو بر رضایتمندی مشتریان نیز تاثیرگذار می باشد بنابراین شاخص رضایتمندی نمایندگی های مجاز نیز به عنوان یکی از شاخص های ارزیابی عملکرد عرضه کنندگان خودرو مورد بررسی قرار خواهد گرفت. چگونگی سنجش

رضایتمندی نمایندگی های مجاز از شرکت های عرضه کننده خودرو در فصل چهارم به صورت کامل تشریح شده است.

۲-۴-۲- نتایج فرآیندها

۲-۴-۲-۱- بررسی اثر بخشی اجرای فرآیندها

در این بخش به بررسی اثربخشی فرآیندهای اجرا شده در مراحل قبلی می پردازیم و با توجه به اهمیت موضوع در مجموع ۲۵ درصد امتیاز نتیجه عملکرد عرضه کنندگان خودرو را شامل می شود.

۳ چگونگی رتبه بندی عرضه کنندگان خودرو و نمایندگی های مجاز آنها

بر اساس امتیازات کسب شده در فرآیند ارزیابی های ادواری در پایان هر سال رتبه شرکت های عرضه

کننده خودرو و نمایندگی های مجاز آنها مطابق جداول ذیل محاسبه و اعلام خواهد شد.

جدول ۴- رتبه بندی خدمات پس از فروش عرضه کنندگان خودرو (رتبه بندی کل)

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

* 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 تایید توسط بازرس اعمال می گردد.

یادآوری ۱: شرکتهایی که در ارزیابی های ادواری همکاری لازم جهت انجام ارزیابی ها را به عمل نیاورند با امتیاز صفر به

عنوان مردود شناخته خواهند شد.

یادآوری ۲: شرکتهای متقاضی واردات خودرو جهت شروع فعالیت می بایست حداقل ۵۵ درصد از امتیاز مجموع شاخص های

کیفیت، سرعت و هزینه خدمات پس از فروش را کسب نمایند.

جدول ۲-۵ رتبه بندی نمایندگی مجاز

امتیاز زیر شاخص ها		امتیاز کل (A)	رتبه	
نتیجه عملکرد	وضعیت نمایندگی به تفکیک شاخص های نیروی انسانی، تجهیزات، فضای فیزیکی و نظام آراستگی و غیره			
حداقل ۹۰ درصد	حداقل ۹۰ درصد	$95 < A \leq 100$	★★★★★	ممتاز*
حداقل ۷۵ درصد	حداقل ۸۰ درصد	$85 \leq A \leq 95$	★★★★☆	یک
حداقل ۶۵ درصد	حداقل ۷۰ درصد	$70 \leq A < 85$	★★★☆☆	دو
حداقل ۵۵ درصد	حداقل ۶۰ درصد	$55 \leq A < 70$	★★☆☆☆	سه
پایین تر از ۵۵ درصد	پایین تر از ۶۰ درصد	$A < 55$	☆☆☆☆☆	مردود

یادآوری 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.

یادآوری ۴: در ارزیابی های ادواری، کلیه نمایندگی های مجاز فعال که در حال ارائه خدمت به مشتریان می باشند

باید توسط شرکتهای 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 امتیاز این نمایندگی ها صفر در نظر گرفته خواهد شد و در

متوسط امتیاز شبکه نمایندگی های مجاز شرکت عرضه کننده مربوطه لحاظ می گردد.

یادآوری ۵: ارزیابی ادواری کلیه نمایندگی های مجاز به صورت سرزده و بدون هماهنگی قبلی با شرکت های عرضه

کننده خودرو صورت می پذیرد.

یادآوری ۶: نمایندگی مجاز در صورتی حائز رتبه ممتاز خواهد شد که علاوه بر کسب شروط تعیین شده در

جدول ۲-۵ رتبه بندی نمایندگی مجاز وجود موضوعات ذیل احراز شده باشد:

ردیف	شرایط
۱	کف پوش های نوین صنعتی
۲	امکان استفاده از اینترنت وایرلس رایگان در محل انتظار مشتریان
۳	امکان رویت خودرو در حین انجام تعمیرات از طریق نمایشگر و یا پنجره مشرف به فضای تعمیر خودرو
۴	آخرین ویرایش ایزو ۱۸۰۰۰ و ۱۰۰۰۲ و ۱۰۰۰۴ و ۹۰۰۱
۵	تدوین و اجرای نظام انگیزشی کارکنان
۶	متوسط پذیرش روزانه نمایندگی بیش از متوسط پذیرش شرکت عرضه کننده
۷	کسب حداقل امتیاز ۹۰٪ در شاخص ایمنی
۸	بالا تر بودن نسبت پذیرش خودروهای وارانته به خودروهای گارانتی

۴ شرایط تشویق و تنبیه بر اساس عملکرد

۴-۱ چنانچه هر یک از نمایندگی های مجاز در ارزیابی های دوره ای مردود شناخته شوند، ۲ ماه از زمان اعلام نتایج ارزیابی به نمایندگی مربوطه فرصت داده می شود تا نسبت به اصلاح موارد اقدام نماید و پس از آن لازم است جهت ارزیابی مجدد از طرف شرکت عرضه کننده یا واسطه خدمات پس از فروش به بازرس معرفی گردد.

چنانچه نمایندگی مجاز در فرصت تعیین شده نسبت به رفع کاستی ها اقدام ننماید و یا در ارزیابی مجدد نیز مردود شناخته شود بصورت موقت و تا زمان ارتقاء سطح نمایندگی، امتیاز فروش و خدمات ضمانت (گارانتی) نمایندگی لغو و مجاز به پذیرش مشتریان نمی باشد.

نماینده‌گی که امتیاز آن به صورت موقت لغو شده است میبایست با مجوز مجدد بازرس در ارزیابی دوره ای بعد شرکت نماید و در صورتیکه نتواند سطح کیفی قابل قبول را کسب نماید امتیاز خدمات فروش و خدمات نمایندگی به صورت دائم لغو خواهد شد که در این صورت نمایندگی مربوطه مجاز به ادامه فعالیت در هیچ یک از شرکت های عرضه کننده خودرو نخواهد بود.

۲-۴ محدودیت های ذیل در مورد شرکتهای عرضه کننده که امتیازات خدمات پس از فروش آنها از حد

قابل قبول* پایین تر باشد می تواند اعمال می گردد :

- عدم استفاده از تسهیلات ماده ۱۳۸ قانون مالیاتها

- عدم دریافت مجوز پیش فروش

- عدم صدور مجوز توسعه و افزایش ظرفیت تولید

- عدم تمدید گواهینامه ثبت نمایندگی رسمی شرکت خارجی

شایان ذکر است که رتبه های ۱ تا ۳ به عنوان سطوح قابل قبول و امتیاز پایین تر از رتبه ۳ مردود می باشد.

۳-۴ رتبه های ارزیابی خدمات پس از فروش بعنوان یکی از معیارهای اصلی پاداش مدیر عامل و اعضای

هیئت مدیره منظور خواهد شد.

۴-۴ رتبه های ارزیابی نمایندگیهای مجاز می بایست بعنوان یکی از ملاک های اصلی نظام انگیزشی

نماینده‌گی ها در دستورالعمل تشویق منظور گردد.

۵-۴ نظام انگیزشی نمایندگی ها میبایست در بازه های زمانی مشخص مورد پایش قرار گیرد و بر این

اساس اقدامات اصلاحی مناسب تعریف گردد.

فصل سوم

شرایط و ضوابط مربوط به 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.

۲-۱ 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.

یادآوری ۱: برای کنترل موجودی، انبارهای لوازم یدکی باید حداقل به سیستم کاردکس مجهز باشد.

یادآوری ۲: نمایندگی میبایست 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.

۳-۱ انبار قطعات داغی

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

۴-۱ انبار مواد مصرفی

این انبار برای نگهداری روغنها، ضدیخ، گریس وسایر مواد مصرفی در نمایندگی در نظر گرفته میشود.

۵-۱ انبار ابزارآلات

به منظور نگهداری مناسب از ابزار مخصوص و ابزار دقیق از این انبار استفاده میگردد.

یادآوری: همه 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 میگردد. پارکینگ باید به گونه ای باشد که امکان ورود و خروج خودروها به راحتی در آن وجود داشته باشد.

۱-۷ نگهداری و تعمیرات

نمایندگی باید در رابطه با تجهیزات مشخص شده در جدول ۱۲ اقدام به تدوین دستورالعمل نگهداری و تعمیرات نموده به نحوی که برنامه زمانبندی، نوع سرویس و سایر شرایط مورد نیاز در آن تعریف شده باشد.

۱-۸ نمایندگی فعال

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

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

۱-۹-نقطه سفارش

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

۱-۱۰-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 .

شاخصهای مربوط به شرایط و ضوابط مربوط به نمایندگی های مجاز

شرایط و ضوابط نمایندگیهای مجاز بر اساس شاخصهای زیر تعیین می گردد :

- نیروی انسانی

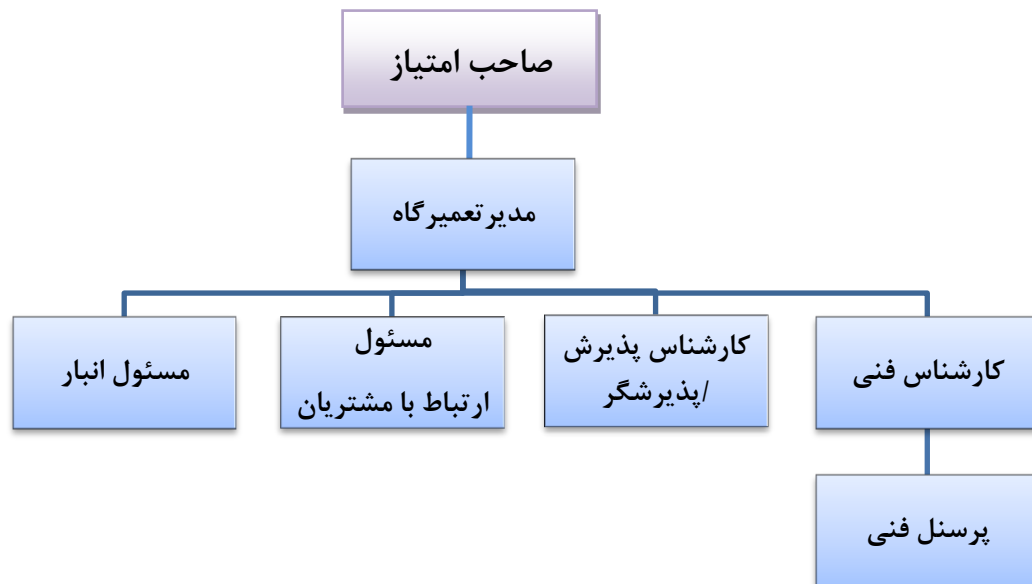
- امکانات و تجهیزات

- فرایندهای مرتبط با حقوق مصرف کنندگان
- امتیازهای تشویقی

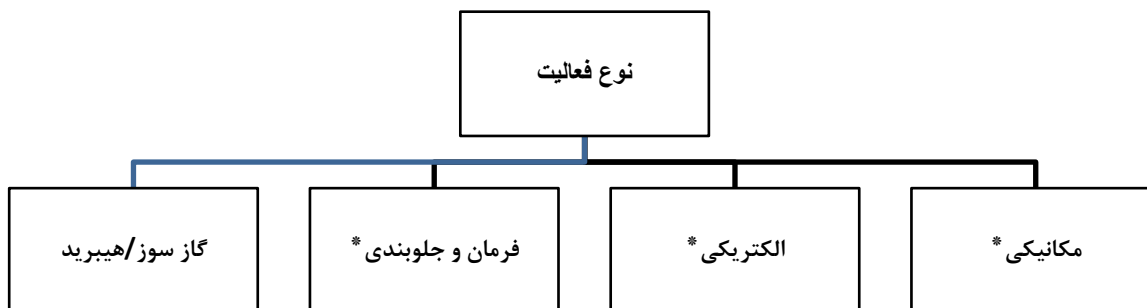
۲-۱ نیروی انسانی

مدیریت و 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 می بایست صورت گیرد.

۲-۱-۱ ساختار سازمانی نمایندگی مجاز



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



یادآوری : وجود فعالیت های مکانیکی، الکتریکی، فرمان و جلوبندی در هر نمایندگی مجاز الزامی می باشد.

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

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

تعداد				سمت	ردیف
$30 \leq R$	$20 \leq R < 30$	$10 \leq R < 20$	$0 < R < 10$		
۱	۱	۱	۱	مدیر نمایندگی	۱
۱	۱	۱	۱	کارشناس پذیرش	۲
۲	۱			پذیرشگر	۳
۱	۱			مسئول ارتباط با مشتریان	۴
۱	۱	۱	۱	مسئول انبار	۵

$R =$ متوسط تعداد پذیرش روزانه

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

ردیف	سمت	تعداد			
		$0 < R < 5$	$5 \leq R < 10$	$10 \leq R < 15$	$15 \leq R$
۱	مدیر نمایندگی	۱	۱	۱	۱
۲	کارشناس پذیرش	۱	۱	۱	۱
۳	پذیرشگر			۱	۲
۴	مسئول ارتباط با مشتریان			۱	۱
۵	مسئول انبار	۱	۱	۱	۱

جدول ۳- تعداد نفرات مورد نیاز کارشناس فنی نمایندگی سبک

ردیف	سمت	تعداد				
		$0 < T < 10$	$10 \leq T < 20$	$20 \leq T < 30$	$30 \leq T < 40$	$40 \leq T$
۱	کارشناس فنی	۱	۲	۳	۴	۵

$$T = T_M + T_C + T_E + T_G \text{ تعداد پرسنل فنی}$$

جدول ۴- تعداد نفرات مورد نیاز کارشناس فنی نمایندگی سنگین

ردیف	سمت	تعداد				
		$0 < T < 5$	$5 \leq T < 10$	$10 \leq T < 15$	$15 \leq T < 20$	$20 \leq T$
۱	کارشناس فنی	۱	۲	۳	۴	۵

$$T = T_M + T_C + T_E + T_G \text{ تعداد پرسنل فنی}$$

یادآوری: تعیین تعداد پرسنل فنی مورد نیاز در هر فعالیت تعمیراتی (مکانیکی، برق، جلوبندی و گازسوز) در

نمایندگی مجاز بر اساس تعداد پذیرش (R) و مطابق جداول زیر محاسبه می گردد:

جدول ۵- تعداد نفرات مورد نیاز پرسنل فنی نمایندگی خودروهای سبک

پست	مکانیک	جلوبندی کار	برق کار	گازسوز کار / هیبرید کار
نماد	T_M	T_C	T_E	T_G
نحوه محاسبه	$\left[\frac{R_M * 2.5}{t} \right]$	$\left[\frac{R_C * 1.5}{t} \right]$	$\left[\frac{R_E * 1}{t} \right]$	$\left[\frac{R_G * 1.5}{t} \right]$

جدول ۶- تعداد نفرات مورد نیاز پرسنل فنی نمایندگی خودروهای سنگین

پست	مکانیک	جلوبندی کار	برق کار	گازسوز کار / هیبرید کار
نماد	T_M	T_C	T_E	T_G
نحوه محاسبه	$\left[\frac{R_M * 4}{t} \right]$	$\left[\frac{R_C * 3}{t} \right]$	$\left[\frac{R_E * 2}{t} \right]$	$\left[\frac{R_G * 3.2}{t} \right]$

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

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 تایید آن توسط بازرس جهت نمایندگی هایی که بیش از ۸ ساعت در روز فعالیت دارند، ساعت فعالیت آنها لحاظ خواهد شد)

یادآوری ۱: محاسبه تعداد پرسنل فنی در نمایندگی های مجاز بر اساس گرد کردن افزایشی (Round up) مجموع تعداد پرسنل هر فعالیت تعمیراتی محاسبه خواهد شد.

یادآوری ۲: در مورد نمایندگی های مجاز مربوط به خودروهای سبک با پذیرش روزانه ۱ تا ۱۰ خودرو وجود یک نفر به عنوان کارشناس فنی، کارشناس پذیرش و مسئول ارتباط با مشتریان مورد قبول می باشد که لازم است ضمن احراز شرایط کارشناس فنی دوره های آموزشی مربوط به پذیرشگر و مسئول ارتباط با مشتریان را نیز گذرانده باشد.

در صورتی که متوسط تعداد پذیرش روزانه نمایندگی مجاز ۵ خودرو و یا کمتر باشد، وجود حداقل ۲ پرسنل فنی که آموزش های مربوط به فعالیت های مکانیکی، الکتریکی، فرمان و جلوبندی و گاز سوز (در صورت وجود فعالیت) را گذرانده باشد در نمایندگی قابل قبول می باشد.

یادآوری ۳: در مورد نمایندگی های مجاز مربوط به خودروهای سنگین با پذیرش روزانه ۱ تا ۵ خودرو وجود یک نفر به عنوان کارشناس فنی، کارشناس پذیرش و مسئول ارتباط با مشتریان مورد قبول می باشد که لازم است ضمن احراز شرایط کارشناس فنی دوره های آموزشی مربوط به پذیرشگر و مسئول ارتباط با مشتریان را نیز گذرانده باشد در صورتی که متوسط تعداد پذیرش روزانه نمایندگی مجاز ۳ خودرو و یا کمتر باشد، وجود حداقل ۲ پرسنل فنی که آموزش های مربوط به فعالیت های مکانیکی، الکتریکی، فرمان و جلوبندی و گاز سوز (در صورت وجود فعالیت) را گذرانده باشد در نمایندگی قابل قبول می باشد.

یادآوری ۴: علاوه بر پرسنل مورد نیاز مطابق با جدول بالا سایر پرسنل شاغل در پست های یاد شده در نمایندگی نیز ثبت و مطابق با جداول شرایط احراز ارزیابی خواهند گردید.

نفراتی قابل ثبت و ارزیابی می باشند که حداقل یک ماه از تاریخ شروع کار آنها در نمایندگی مجاز گذشته باشد و حداقل سن آنها نیز ۱۸ سال تمام باشد. ارائه مدارک مستندات جهت اثبات این موضوع توسط نمایندگی مجاز الزامی است.

یادآوری ۵: نحوه محاسبه و افراز تعداد پرسنل فنی مطابق با حجم پذیرش هر یک از فعالیت ها خواهد بود.

یادآوری ۶: کلیه پرسنل نمایندگی مجاز می بایست از طرف عرضه کننده / واسطه خدمات پس از فروش به عنوان پرسنل نمایندگی مجاز با ثبت عنوان شغلی مورد تایید قرار گرفته باشد.

یادآوری ۷: واسطه خدمات پس از فروش می بایست بسته آموزشی مورد نیاز کارشناس فنی، پذیرشگر، مسئول انبار، کارشناس سیستم و ارتباط با مشتری و پرسنل فنی را طراحی و کلیه سر فصل های آموزشی مورد نیاز به آنها آموزش دهد و پس از اطمینان از کسب مهارت های لازم توسط آنها برای ایشان، گواهینامه تایید صلاحیت احراز پست مربوطه در خصوص کلیه خودروهای تحت مسئولیت آن نمایندگی صادر نماید. سر فصل های این بسته آموزشی می بایست حداقل شامل موارد مورد اشاره در این دستورالعمل باشد.

۳-۱-۲ نحوه امتیاز دهی پرسنل ستادی و کارشناس فنی

محاسبه امتیاز آموزش براساس گذراندن کلیه دوره های آموزشی مورد نیاز هر پست می باشد.

۱-۳-۱-۲ نحوه امتیاز دهی پرسنل فنی

محاسبه امتیاز آموزش بر اساس نوع آموزشی فردی و گروهی میباشد.

آموزش فردی، عبارت است از گذراندن حداقل یک سرفصل از یکی از خودروهای تحت مسئولیت

نماینده، بر اساس فرمول زیر :

$$T_s = \frac{\text{تعداد دوره ها} \times \text{تعداد پرسنل}}{\text{تعداد دوره های گذرانده شده مستقل از نوع خودرو}}$$

آموزش گروهی، عبارت است از مجموع دوره های آموزشی مورد نیاز در هر پست کاری بر اساس تعداد

پذیرش روزانه کلیه خودروهای تحت مسئولیت، بر اساس فرمول زیر :

$$T_p = \frac{\text{تعداد دوره ها} \times \text{تعداد پرسنل}}{\text{تعداد دوره های گذرانده شده مستقل از نوع خودرو}}$$

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

۲-۱-۴ شرایط احراز پرسنل نمایندگی های مجاز

۲-۱-۴-۱ مدیر نمایندگی

الف - سوابق تحصیلی و کاری

- لیسانس و بالاتر با ۳ سال سابقه کار مرتبط با خودرو یا خدمات تعمیرگاهی خودرو
- فوق دیپلم با ۵ سال سابقه کار مرتبط با خودرو یا خدمات تعمیرگاهی خودرو
- دیپلم با ۷ سال سابقه کار مرتبط با خودرو یا خدمات تعمیرگاهی خودرو

ب- دوره های آموزشی

- 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
- مشتری مداری
- ایمنی گاز سوز (در صورتیکه نمایندگی دارای فعالیت گاز سوز باشد)
- آشنایی با آخرین ویرایش استاندارد ISO 9001

پ - 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 نحوه ارائه خدمات گارانتی و وارانتهی
- بکارگیری استراتژی های کسب و کار در جهت رسیدن به اهداف تجاری
- نظارت بر کنترل کیفی تعمیرات و خودروهای برگشتی
- تجزیه و تحلیل شرایط بازار
- تجزیه و تحلیل شاخص های کلیدی عملکرد

- ارتباط مستقیم با عرضه کننده / واسطه خدمات پس از فروش

۲-۱-۴-۲ کارشناس فنی

الف - سوابق تحصیلی و کاری

- لیسانس فنی و بالاتر با حداقل ۲ سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

- فوق دیپلم فنی با حداقل ۴ سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

- دیپلم فنی با حداقل ۶ سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

ب- دوره های آموزشی

- آشنایی نرم افزار ارتباطی شرکت مربوطه

- مشتری مداری

- دوره های تخصصی تعمیرات شامل : 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/ هیبرید و ایمنی (در صورتیکه نمایندگی دارای فعالیت گازسوز/ هیبرید باشد)

پ - شرح وظایف

- ارائه مشاوره فنی و پاسخ به سؤالات پرسنل نمایندگی در ارتباط با مسائل نگهداری خودرو، تعمیرات،

کاربرد ابزار مخصوص و تجهیزات، انتخاب روانکارها، سوخت و سایر مواد مصرفی در موتور و ارائه

توصیه های لازم برای جلوگیری از بروز سوانح و عیوب خودرو

- آموزش پرسنل فنی و تعمیرکاران نمایندگی مجاز

- 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 اطلاعاتیه های فنی، دستورالعمل های فراخوان و نظارت بر اجرای اطلاعاتیه 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 آنها
- بررسی نحوه تعمیرات انجام شده توسط پرسنل فنی
- انجام تستهای لازم بر روی خودرو قبل از تحویل آن به مشتری
- ارائه گزارشهای مورد نیاز به مدیریت نمایندگی

۲-۱-۴-۳ کارشناس پذیرش

الف - سوابق تحصیلی و کاری

- دیپلم فنی و یا بالاتر با حداقل ۲ سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

ب - دوره های آموزشی

- آشنایی نرم افزار ارتباطی شرکت مربوطه
- پذیرش
- مشتری مداری
- دوره های تعمیرات شامل : سیستم موتور، سیستم گیربکس، آموزش کار با دستگاه های عیب یاب، سیستم برق خودرو، سیستم تعلیقات خودرو و تعمیرات سیستم گاز سوز خودرو/ هیبرید خودرو(در صورتیکه نمایندگی دارای فعالیت گاز سوز/ هیبرید باشد)

پ - شرح وظایف

- برنامه ریزی و کنترل نوبت دهی
- پذیرش محترمانه مشتری و تکمیل فرم های مربوطه
- تخمین زمان مورد نیاز و هزینه تعمیر خودرو
- 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
- شرح تعمیرات و خدمات انجام شده برای مشتری
- ترخیص خودرو

۲-۴-۴ پذیرشگر

الف - سوابق تحصیلی و کاری

- دیپلم و یا بالاتر با ۲ سال سابقه کار

ب - دوره های آموزشی

- آشنایی نرم افزار ارتباطی شرکت مربوطه

- پذیرش

- مشتری مداری

پ - شرح وظایف

- ثبت ایرادات خودرو بر اساس اظهارات مشتری
- پیگیری تعمیرات و هماهنگی با مشتری در صورت لزوم در حین انجام کار
- ترخیص خودرو

۲-۴-۵ مسئول انبار

الف - سوابق تحصیلی و کاری

- دیپلم و یا بالاتر با ۲ سال سابقه کار

ب - دوره های آموزشی

- آشنایی نرم افزار ارتباطی شرکت مربوطه

- قطعه شناسی

- اصول انبار داری

- اصول 5S

- ایمنی انبار

یادآوری : دوره اصول انبار داری باید سرفصل های انبار گردانی، کنترل موجودی، کد گذاری اقلام، نحوه چیدمان، آدرس دهی و سفارش گذاری را پوشش دهد.

پ - 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

- ایجاد سیستم سفارش گذاری منظم در بازه های زمانی مورد نیاز با در نظر گرفتن میزان موجودی ، نرخ

مصرف و نقطه سفارش

- 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 گزارشهای لازم به مدیریت نمایندگی

۲-۱-۴-۶ مسئول ارتباط با مشتریان

الف - سوابق تحصیلی و کاری

- فوق دیپلم یا بالاتر با حداقل ۲ سال سابقه کاری مرتبط

ب - دوره های آموزشی

- آشنایی با آخرین ویرایش الزامات سیستم های مدیریت کیفیت ISO 9001, ISO 10002, ISO10004
- آشنایی با الزامات آخرین بازنگری دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو
- مشتری مداری
- اصول و فنون مذاکره

پ - شرح وظایف

- کمک به توسعه و حفظ روابط با مشتریان
- بررسی سریع شکایات مشتریان
- تجزیه و تحلیل مناسب شکایات مشتریان
- طراحی و توسعه برنامه های افزایش ارتقاء سطح رضایت مندی مشتریان
- حفظ مستندات و سوابق مرتبط
- نظارت بر نحوه پیاده سازی و اجرای سیستم مدیریت کیفیت
- تماس با مشتریان جهت تکمیل نمودن فرم های نظر سنجی
- پیگیری مراحل انجام تعمیرات خودرو و اطلاع رسانی آن به مشتری
- هماهنگی با مشتریان در صورت تاخیر در انجام تعمیرات و یا تغییر هزینه ها

۲-۴-۱-۲ پرسنل فنی

۲-۴-۱-۲ مکانیک

الف - سوابق تحصیلی و کاری

- زیر دیپلم (حداقل گواهینامه پایان تحصیلات راهنمایی) با حداقل ۴ سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو
- دیپلم و یا بالاتر با حداقل ۲ سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

ب - دوره های آموزشی

- دوره های تخصصی تعمیرات شامل : سیستم موتور، سیستم گیربکس ، سیستم سوخت رسانی، سیستم

ترمز، آموزش کار با دستگاه های عیب یاب، روش کار با ابزار مخصوص

۲-۱-۴-۷-۲ برق کار

الف - سوابق تحصیلی و کاری

- زیر دیپلم (حداقل گواهینامه پایان تحصیلات راهنمایی) با حداقل ۴ سال سابقه کار خدمات

تعمیرگاهی خودرو

- دیپلم و یا بالاتر با حداقل ۲ سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

ب - دوره های آموزشی

- دوره های تخصصی تعمیرات شامل : سیستم برق، سیستم تهویه مطبوع و تعمیرات آنها، سیستم

سوخت رسانی ، روش کار با ابزار مخصوص، آموزش کار با دستگاه های عیب یاب

۲-۱-۴-۷-۳ جلوبندی کار

الف - سوابق تحصیلی و کاری

- زیر دیپلم (حداقل گواهینامه پایان تحصیلات راهنمایی) با حداقل ۴ سال سابقه کار خدمات

تعمیرگاهی خودرو

- دیپلم و یا بالاتر با حداقل ۲ سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

ب - دوره های آموزشی

- دوره های تخصصی تعمیرات شامل : سیستم فرمان، سیستم تعلیق، سیستم جلوبندی، سیستم ترمز ،

روش کار با ابزار مخصوص

۲-۱-۴-۷-۴ گازسوزکار/هیبریدکار :

الف - سوابق تحصیلی و کاری

- زیر دیپلم (حداقل گواهینامه پایان تحصیلات راهنمایی) با حداقل ۴ سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

- دیپلم و یا بالاتر با حداقل ۲ سال سابقه کار خدمات تعمیرگاهی خودرو

ب - دوره های آموزشی

- دوره های تخصصی تعمیرات شامل : سیستم برق (مربوط به سوخت رسانی گازسوز/هیبرید)، سیستم موتور (مربوط به سیستم گازسوز/هیبرید)، آموزش کار با دستگاه های عیب یاب، روش کار با ابزار مخصوص و ایمنی

یادآوری ۱: 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، کنترل کیفی قطعات خودرو، الکترو تکنیک

یادآوری ۲: رشته های کامپیوتر (سخت افزار) و خدمات پس از فروش بعنوان رشته های تحصیلی مرتبط در سمت های پذیرش و کارشناس فنی مورد قبول می باشد.

یادآوری ۳: دوره آموزشی سیستم ترمز، بسته به اعلام واسطه خدمات پس از فروش، مربوط به یکی از پست های مکانیکی یا جلوبندی می باشد و شرکت عرضه کننده خودرو/ واسطه خدمات پس از فروش می تواند دوره آموزشی مذکور را برای یکی از پست های مکانیک و جلوبندی لحاظ نماید.

یادآوری ۴: در صورت برگزاری دوره های آموزشی در سایر مراکز آموزشی خارج از شرکت واسطه خدمات پس از فروش، ثبت دوره های آموزشی با تایید شرکت واسطه خدمات پس از فروش امکان پذیر می باشد.

۲-۱-۵ نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز این بخش ۲۶ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی می باشد.

نحوه امتیاز دهی این بخش به ازای تعداد نفرات تعیین شده در جداول ۱ تا ۶ سبک و سنگین و براساس ضرایب جدول ۷ تعیین می گردد.

جدول ۷- ضرایب پرسنل تعمیرگاه مجاز

ردیف	سمت	ضریب
۱	کارشناس فنی	۳
۲	کارشناس پذیرش	۲
۳	پذیرشگر	۱
۴	پرسنل فنی شامل مکانیک، برق کار، جلوبندی کار و گازسوزکار	۲
۵	مدیر نمایندگی	۱.۵
۶	کارشناس سیستم و ارتباط با مشتریان	۱.۵
۷	انباردار	۱.۵

یادآوری ۱: ۲۰ درصد امتیاز هر یک از پرسنل مربوط به سوابق تحصیلی و کاری و ۸۰ درصد مابقی مربوط به دوره های آموزشی تعیین شده می باشد.

یادآوری ۲: مدارک تحصیلی مورد پذیرش در فرآیند ارزیابی عبارتند از :

- مدارک صادر شده توسط وزارت آموزش و پرورش

- مدارک صادر شده توسط وزارت علوم و تحقیقات و فناوری

یادآوری ۳: سوابق کاری مورد پذیرش در فرآیند ارزیابی عبارتند از :

- لیست بیمه

یادآوری ۴: درخصوص سوابق کاری و تحصیلی پرسنل نمایندگی های مجاز، امتیاز سوابق ارائه شده در ارزیابی به نسبت سوابق تعیین شده در دستورالعمل لحاظ می گردد.

یادآوری ۵: سوابق و مستندات دوره های آموزشی برگزار شده توسط واسطه خدمات پس از فروش با اعلام بازرس می بایست توسط انجمن صنفی شرکت های خدمات پس از فروش مورد تایید قرار گیرد.

یادآوری ۶: درخصوص مدارک تحصیلی وسوابق شغلی فقط اصل و یا کپی برابر اصل مدرک که توسط دفاتر اسناد رسمی و همراه با مهر برجسته صادر شده باشد قابل قبول خواهد بود.

ارائه سوابق آموزشی از طریق سایت رسمی شرکت واسطه خدمات پس از فروش و یا اصل گواهینامه آموزشی همراه با مهر شرکت مربوطه قابل قبول میباشد.

۲-۲ امکانات و تجهیزات

۱-۲-۲ تجهیزات تعمیرگاهی

۱-۱-۲-۲ بالابرها (نمایندگی های سبک)

در نمایندگی های سبک حداقل نیمی از فضا های تعمیراتی مکانیکی و فرمان و جلوبندی مورد نیاز می بایست مجهز به بالابر دو ستونه یا قیچی باشند.

یادآوری ۱: در صورت انجام فعالیت گاز سوز در نمایندگی وجود حداقل یک بالابر دو ستونه یا قیچی در محل آن فعالیت الزامی می باشد.

یادآوری ۲: در کلیه نمایندگی های مجاز به منظور انجام فعالیت تنظیم فرمان وجود یک جک چهارستونه (یا جک قیچی دابل) همراه با صفحات لغزان و گردان و جک تودلی الزامی است.

۲-۱-۲-۲ بالابرها (نمایندگی های سنگین)

در نمایندگی سنگین حداقل نیمی از فضاهای تعمیراتی مکانیکی و فرمان و جلوبندی مورد نیاز می بایست مجهز به چال سرویس یا جک موبایل باشند.

یادآوری ۱: در صورت انجام فعالیت گاز سوز در نمایندگی وجود حداقل یک چال سرویس یا جک موبایل در محل آن فعالیت الزامی می باشد.

یادآوری ۲: در کلیه نمایندگی های مجاز به منظور انجام فعالیت تنظیم فرمان وجود یک جک چال سرویس همراه با صفحات لغزان و گردان الزامی است.

۳-۱-۲-۲ تجهیزات عمومی تعمیرگاهی

تجهیزات عمومی تعمیرگاهی می بایست مطابق با جداول ۸ الی ۱۰ تهیه گردد.

جدول ۸- تعداد تجهیزات عمومی تعمیرگاهی

ردیف	تجهیزات	امتیاز
۱	جرثقیل زنجیری سقفی یا جک سیار موتور درآر	۱۰
۲	پرس هیدرولیکی حداقل ۳ تن در نمایندگی خودروهای سبک پرس هیدرولیکی حداقل ۲۰ تن در نمایندگی خودروهای سنگین	۱۰
۳	دستگاه شستشوی قطعات (حداقل ابعاد مطابق با بلوک سیلندر کلیه خودروهای تحت مسئولیت)	۱۰
۴	کمپرسور هوا	۱۰
۵	میکرومتر* (mm ۰-۲۵، ۲۵-۵۰، ۵۰-۷۵)	۵
۶	کولیس* (حداقل ۳۰ cm)	۵
۷	ساعت اندازه گیری با پایه*	۵
۸	دماسنج رادیاتور (نصب بروی درب رادیاتور کلیه خودروهای تحت مسئولیت) یا پیرومتر	۵
۹	دستگاه مکش روغن	۱۰
۱۰	میز دوار موتور و گیربکس با قابلیت نصب کلیه موتورها و گیربکس های خودروهای تحت مسئولیت نمایندگی	۱۰
۱۱	ترکمتر (مطابق با نیروی مورد نیاز تعیین شده در دستورالعمل های فنی کلیه خودروهای تحت مسئولیت)	۱۰
۱۲	دستگاه شارژ باطری	۱۰
۱۳	مولتی متر*	۵
۱۴	دستگاه تستر باطری (با قابلیت نمایش میزان شارژ دینام)	۵
۱۵	دستگاه تست، عملکرد و شارژ کولر*	۱۵
۱۶	دستگاه تنظیم نور چراغ های جلو	۱۵
۱۷	دستگاه میزان فرمان کامپیوتری*	۲۰
۱۸	دستگاه بالانس چرخ*	۱۵
۱۹	دستگاه آنالیز چهار گاز یا پنج گاز نمایندگی سبک دستگاه تست دود نمایندگی سنگین	۱۵
۲۰	گیج اندازه گیری کمپرسور موتور*	۵
۲۱	دستگاه شستشوی انژکتور (۱)- بر روی خودرو یا خارج از خودرو	۱۵
۲۲	دستگاه تست روغن ترمز	۱۰
۲۳	دستگاه عیب یاب	۲۰
۲۴	اگزوز فن (جهت نیمی از فضاها مکانیکی و الکتریکی)	۱۵

جدول ۹- تعداد تجهیزات جایگاه گازسوز/هیبرید

امتیاز	نوع تجهیزات	ردیف
۲۰	دستگاه عیب یاب- دارای نرم افزار و سخت افزار مربوط به سیستم های گاز سوز/هیبرید	۱
۱۰	دستگاه نشت یاب	۲
۱۵	دستگاه آنالیز پنج گاز:(در نمایندگی سبک)	۳

جدول ۱۰- تعداد تجهیزات تکمیلی

امتیاز	تجهیزات تکمیلی	ردیف
۱۰	دستگاه تزریق روغن	۱
۱۰	دستگاه تست ترمز (تست لاین)	۲
۱۰	دستگاه تست کمک فدر (تست لاین)	۳

یادآوری ۱: در صورتی که شرکت عرضه کننده خودرو تاییدیه شرکت مادر (طراح خودرو) مبنی بر عدم نیاز به استفاده از دستگاه شستشوی انژکتور برای محصولات تحت پوشش را ارائه نماید، این دستگاه از فهرست تجهیزات مربوط به ارزیابی نمایندگی های مجاز آن شرکت حذف خواهد شد.

یادآوری ۲: دستگاه میزان فرمان میبایست قابلیت اندازه گیری 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 می بایست قابلیت استفاده برای کلیه محصولات تحت پوشش نمایندگی را دارا باشد. در غیر این صورت امتیاز ناقص برای دستگاه منظور می گردد.(مشروط به دارا بودن شرایط لازم)

یادآوری ۳: در صورت عدم وجود صفحات لغزان، گردان و جک تودلی در بالابر به دستگاه میزان فرمان امتیازی تعلق نخواهد گرفت.

یادآوری ۴: 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 نیز در آن درج شده باشد.

یادآوری ۵: وجود تجهیزات تکمیلی در نمایندگی ها اختیاری است و در صورت وجود، دارای امتیاز مازاد یا تشویقی می باشد. تجهیزات تکمیلی حداکثر ۲ امتیاز به امتیاز تجهیزات تعمیرگاهی اضافه می نماید که در صورت وجود هر یک از تجهیزات جدول فوق به نسبت امتیاز محاسبه خواهد شد.

۲-۱-۲-۴ کالیبراسیون، نگهداری و تعمیرات

تجهیزات و ابزار آلات مشخص شده در جدول ذیل نیاز به کالیبراسیون و نگهداری و تعمیرات دوره ای دارند. کالیبراسیون میبایست توسط یکی از مراجع معتبر که دارای گواهی تایید صلاحیت از سازمان ملی استاندارد ایران می باشد انجام گردد.

جدول ۱۱- تجهیزات مورد نیاز جهت کالیبراسیون و نگهداری و تعمیرات

ردیف	نوع تجهیزات	کالیبراسیون	نگهداری و تعمیرات
۱	بالابر ها		✓
۲	پرس هیدرولیکی حداقل ۳ تن (سبک)	✓	✓
	پرس هیدرولیکی حداقل ۲۰ تن (سبک)	✓	✓
۳	دستگاه شستشوی قطعات		✓
۴	کمپرسور هوا	✓	✓
۵	میکرومتر (۰-۲۵ mm)	✓	
۶	کولیس (حداقل ۳۰ cm)	✓	
۷	ساعت اندازه گیری با پایه	✓	
۸	دماسنج رادیاتور یا پیرومتر	✓	
۹	ترکمتر	✓	
۱۰	مولتی متر	✓	
۱۱	دستگاه تست، عملکرد و شارژ کولر	✓	✓
۱۲	دستگاه میزان فرمانکامپیوتری	✓	✓
۱۳	دستگاه بالانس چرخ	✓	✓
۱۴	دستگاه آنالیز چهار گاز و پنج گاز نمایندگی سبک	✓	
	دستگاه تست دود نمایندگی سنگین	✓	
۱۵	گیج اندازه گیری کمپرسور موتور	✓	
۱۶	دستگاه تست ترمز (تست لاین)		✓
۱۷	دستگاه تست کمک فتر (تست لاین)		✓

یادآوری ۱: صرفاً به دستگاه ها و تجهیزات سالم که نصب و مورد بهره برداری قرار می گیرند امتیاز تعلق می گیرد.

یادآوری ۲: پرسنل فنی میبایست 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. در خصوص دستگاه عیب یاب در صورت مهارت استفاده فقط توسط کارشناس فنی بلامانع می باشد.

۲-۱-۵ نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز این بخش، به میزان ۱۸ درصد از کل امتیاز مربوط به وضعیت نمایندگی می باشد.

نحوه امتیاز دهی این بخش براساس ضرایب جدول زیر تعیین می گردد.

جدول ۱۲- ضرایب بالابرها و تجهیزات عمومی نمایندگی

ردیف	شرح	ضریب
۱	بالابرها	۱.۵
۲	تجهیزات عمومی نمایندگی	۷.۵

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

- ۱- در صورت وجود تجهیز به صورت ناقص، نیمی از امتیاز به آن تجهیز تعلق خواهد گرفت.
- ۲- در صورت وجود تجهیز به صورت خراب یا عدم استفاده یا عدم توانایی در استفاده از تجهیز امتیازی به آن تجهیز تعلق نخواهد گرفت.
- ۳- در صورت کالیبره نبودن هر یک از تجهیزات مورد نیاز ۳۰ درصد از امتیاز آنها کسر خواهد شد.
- ۴- در صورت عدم اجرای نگهداری و تعمیرات تجهیزات مورد نیاز ۲۰ درصد از امتیاز آنها کسر خواهد شد.

۲-۲-۲ شرایط محیطی

۲-۲-۲-۱ فضای فیزیکی

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

۲-۲-۲-۱-۱ فضای اداری، ستادی و انبار

متراژ مورد نیاز فضای اداری، ستادی و انبار نمایندگی خودروهای سبک و سنگین، بر اساس جداول زیر تعیین می گردد:

جدول ۱۳- مترآژ مورد نیاز فضای اداری، ستادی و انبار نمایندگی خودروهای سبک

ردیف	نام واحد		حداقل متراژ موجود در نمایندگی – متر مربع			
			$0 < R \leq 10$	$10 < R \leq 20$	$20 < R \leq 30$	$30 < R$
۱	پذیرش، ترخیص و فضای اداری	محل انتظار مشتریان	۱۰	۲۰	۳۰	۴۰
		محل ثبت پذیرش (فیزیکی و اداری)	۲۰	۳۰	۴۰	۵۵
۲	بخش انبار	فروشگاه یا انبار قطعات یدکی	۳۵	۴۰	۶۰	۸۰
		انبار روغن و روانکار ها	۵	۵	۱۰	۲۰
		انبار قطعات داغی	۵	۵	۱۰	۲۰
		انبار ابزار آلات و تجهیزات	۵	۵	۱۰	۲۰
		مجموع متراژ	۸۰	۱۰۵	۱۶۰	۲۳۵

(R = متوسط تعداد پذیرش روزانه)

جدول ۱۴- مترائز مورد نیاز فضای اداری، ستادی و انبار نمایندگی خودروهای سنگین

ردیف	نام واحد		حداقل متراژ موجود در نمایندگی - متر مربع			
			$۰ < R \leq ۵$	$۵ < R \leq ۱۰$	$۱۰ < R \leq ۱۵$	$۱۵ < R$
۱	پذیرش، ترخیص و فضای اداری	محل انتظار مشتریان	۱۰	۲۰	۳۰	۴۰
		محل ثبت پذیرش (فیزیکی و اداری)	۴۰	۶۰	۸۰	۱۱۰
۲	بخش انبار	فروشگاه یا انبار قطعات یدکی	۴۰	۵۰	۷۰	۹۰
		انبار روغن و روانکار ها	۱۵	۱۵	۲۰	۳۰
		انبار قطعات داغی	۱۵	۱۵	۲۰	۳۰
		انبار ابزار آلات و تجهیزات	۱۰	۱۰	۱۵	۲۵
		مجموع متراژ	۱۳۰	۱۷۰	۲۳۵	۳۲۵

(R = متوسط تعداد پذیرش روزانه)

یادآوری ۱: در نمایندگی های مجاز قطعات یدکی، روغن ها و روانکارها، قطعات داغی و همچنین ابزارآلات و تجهیزات میتواند در یک فضا نگهداری شود، مشروط به اینکه قسمت نگهداری این اقلام در فضای مذکور تفکیک شده باشد. ضمناً در مواردی که محفظه یا قفسه هایی جهت نگهداری ابزار آلات و تجهیزات در نمایندگی تعبیه می گردد، فضای آن نیز به عنوان انبار ابزارآلات و تجهیزات مورد پذیرش خواهد بود.

یادآوری ۲: در حوزه فضای اداری و انبارها، طول و عرض فضای فیزیکی می بایست به اندازه ای باشد که علاوه بر کسب مترائز یاد شده در جداول ۱۳ و ۱۴، قابلیت استفاده بر اساس عنوان آن را داشته باشد.

یادآوری ۳: فضای فیزیکی پذیرش می بایست به گونه ای طراحی گردد که توقف خودرو برای پذیرش مانع از ورود و خروج سایر خودروها به داخل و یا خارج نمایندگی نشود.

۲-۲-۲-۱-۲ فضای تعمیراتی

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

پ - تعیین تعداد و ابعاد فضای تعمیراتی و تردد مورد نیاز در نمایندگی مجاز اتوبوس
جمع تعداد پرسنل فنی = 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

یادآوری ۱: در صورتی که ۲ فضای تعمیراتی روبروی هم قرار گرفته باشند، وجود تنها یک فضای تردد در بین آنها کافی می باشد.

یادآوری ۲: فضاهای تعمیراتی و انبارها می بایست مسقف باشد و حداقل ابعاد تعیین شده در آنها رعایت گردد.

۲-۲-۲-۱-۳ 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 - (۰.۶۵ × تعداد پذیرش) = تعداد پارکینگ مورد نیاز
۱۱ متر مربع = 2.2×5 = اندازه فضای هر پارکینگ
۷.۷ متر مربع = 2.2×3.5 = اندازه فضای تردد و ورود و خروج

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

پ- تعیین تعداد و ابعاد پارکینگ و فضای تردد مورد نیاز در نمایندگی مجاز خودروهای اتوبوس

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

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

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

یادآوری ۱: در صورت افراز فضای پارکینگ خودروهای فروش (در صورت کاربرد) و خودروهای آماده تعمیر و تعمیر

شده در نمایندگی ثبت فضا بر اساس افراز انجام شده صورت می پذیرد. در غیر این صورت فضای پارکینگ خودروهای

آماده تعمیر و تحویل با نسبت ۷۰٪ محاسبه خواهد شد.

یادآوری ۲: در نمایندگی های مجاز صرف نظر از تعداد پذیرش روزانه خودرو وجود حداقل ۳ فضای تعمیراتی و ۳

فضای پارکینگ خودرو الزامی بوده و مازاد بر آن بر اساس فرمول های مذکور محاسبه خواهد شد.

۲-۲-۱-۴ نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز این بخش، به میزان ۹ درصد از کل امتیاز مربوط به وضعیت نمایندگی می باشد.

نحوه امتیاز دهی این بخش به ازای تعداد فضاهای تعیین شده و براساس ضرایب جدول زیر محاسبه می گردد.

جدول ۱۵- ضرایب فضاهای تعمیراتی و تردد

ردیف	شرح	ضریب
۱	فضای تعمیراتی	۴
۲	فضای ستادی و انبار	۲
۳	فضای پارکینگ	۲
۴	فضای تردد خودرو	۱

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

۲-۲-۳ الزامات محیطی

۲-۲-۳-۱ نظام آراستگی

نمایندگی می بایست کلیه الزامات نظام آراستگی را به نحوی مطلوب ایجاد و پیاده سازی نماید. نظام آراستگی شامل حوزه های پرسنل، تعمیرگاه و انبار می باشد.

۲-۲-۳-۱-۱ پرسنل

- کلیه پرسنل ستادی و تعمیرگاهی می بایست دارای لباس کار استاندارد شرکت مادر باشند.
- لباس پرسنل می بایست تمیز باشد.
- کلیه پرسنل ستادی می بایست دارای اتیکت شناسایی با فرمت مشخص شده از سوی شرکت خدمات پس از فروش بوده و روی لباس کار آنها نصب شده باشد.
- کلیه افراد شاغل (ذکر شده در دستور العمل) در تعمیرگاه باید دارای پرونده پرسنلی باشند- در پرونده های پرسنلی باید سوابق شغلی، سوابق تحصیلی، سوابق آموزشی موجود باشد.

۲-۲-۳-۱-۲ تعمیرگاه

- کلیه کتب فنی و دستورالعمل های خودروهای مورد استفاده در تعمیرگاه می بایست 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 مجاز نمی باشد.
- کف سالن و فضاهای تعمیراتی، دیوارها و شیشه ها می بایست تمیز باشند.
- کف سالن و فضاهای تعمیراتی می بایست مسطح بوده و به گونه ای باشد که در حین انجام فعالیت های تعمیراتی گرد و غبار ایجاد نگردد.

یادآوری ۱: نمایندگی مجاز میبایست سیستم گرمایش و سرمایش لازم را در محل کار پرسنل اداری و تعمیرگاهی فراهم نماید.

یادآوری ۲: ابزارآلات و تجهیزات می بایست تمیز باشند.

یادآوری ۳: کلیه خودروهای در حال تعمیر می بایست دارای روکش محافظ (شامل : روکش گلگیر، صندلی، زیرپایی، فرمان و دسته دنده) باشند.

۲-۲-۳-۲ 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 ۱۶ - تابلوها و شرایط آنها

ردیف	نام تابلو	شرایط
۱	حقوق مشتریان	حداقل در قطع A2 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	مطابق با الزامات شرکت عرضه کننده / واسطه خدمات پس از فروش
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)	
۷	مدیریت، حسابداری، مالی	
۸	فعالیت های تعمیراتی	
۹	ارتباط با مشتریان	
۱۰	کلیه تابلو های ایمنی	مطابق با الزامات قانونی تابلوهای ایمنی

یادآوری ۱: تابلو حقوق مشتریان میبایست منطبق بر قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آئین نامه اجرایی آن باشد.

یادآوری ۲: 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.

یادآوری ۳: تابلو رتبه (به تفکیک شاخص های ارزیابی شامل وضعیت نیروی انسانی، تجهیزات، فضای فیزیکی، نظام آراستگی، رضایتمندی مشتریان، امتیاز کل بر حسب درصد و رتبه و دوره ارزیابی) نمایندگی در آخرین ارزیابی انجام شده با ذکر دوره ارزیابی و با فرمت تایید شده توسط بازرس مورد قبول می باشد.

یادآوری ۴: در صورت عدم تطابق امتیازات و رتبه تابلو نصب شده با نتایج اعلامی بازرس، ۱۰ درصد از امتیاز وضعیت نمایندگی به عنوان جریمه کسر خواهد گردید.

۲-۳-۳ رفاه مشتری

- محل انتظار مشتری باید دارای صندلی جهت استراحت مشتریان باشد. تعداد صندلی ها می بایست متناسب با تعداد پذیرش روزانه نمایندگی باشد و حداقل ۳۰٪ مشتریانی که در یک روز پذیرش می شوند امکان استراحت در محل انتظار مشتریان را داشته باشد.
- محل انتظار مشتری می بایست دارای سیستم گرمایش و سرمایش مناسب باشد.
- نمایندگی میبایست امکانات رفاهی که شامل سرویس بهداشتی مجزا آقایان و بانوان ، نمایشگر با امکان نمایش وضعیت خودرو در سالن تعمیرات (در صورت عدم امکان مشاهده وضعیت خودرو از محل انتظار مشتریان)، تلویزیون، ودستگاه تهیه آب سرد و گرم، می باشد را برای مشتریان ایجاد نماید.

۲-۳-۴ ایمنی

- نمایندگی میبایست ریسک های ناشی از خطرات کار با دستگاهها 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.
- بر اساس آیین نامه عمومی ایمنی در تعمیرگاهها نمایندگی میبایست دارای سیستم مناسبی جهت اعلام حریق در کل فضای نمایندگی باشد.
- در صورت استفاده از کپسول های اطفاء حریق :

۱- کپسول های آتش نشانی به تعداد کافی و متناسب با نوع حریق قابل وقوع، در محل های تعمیراتی، انبارها، فضای ستادی و اداری به همراه دستورالعمل نحوه استفاده مربوطه، نصب گردیده و تاریخ اعتبار بر روی آن درج شده و معتبر باشد.

۲- حداکثر فاصله دسترسی بین دو خاموش کننده می بایست از ۲۳ متر تجاوز ننماید.

۳- نزدیک به ورودی ها و خروجی ها باشد.

۴- حداکثر در فاصله ای ۱.۵ متری از سطح زمین نصب گردد.

۵- به راحتی قابل دیدن باشد.

۶- از تاریخ شارژ بیش از یک سال نگذشته باشد.

۷- درجه برروی رنگ سبز باشد.

- وجود هواکش مناسب جهت تهویه هوا در فعالیت های باطری سازی، گاز سوز الزامی می باشد.

- جعبه کمک های اولیه باید موجود و در دسترس باشد.

یادآوری ۱: وجود جعبه کمک های اولیه مجزا در صورت تفکیک سالن های تعمیراتی در هر محل الزامی است.

محتویات جعبه کمک های اولیه می بایست 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.

یادآوری ۲: نمایندگی میبایست محل تجمع ایمن پرسنل در زمان وقوع حوادث طبیعی نظیر زلزله را شناسایی و مشخص نماید.

یادآوری ۳: تابلو های مربوط به ایمنی مطابق با آیین نامه علائم ایمنی وزارت کار و امور اجتماعی در محل های مورد نظر در نمایندگی نصب شده باشد.

یادآوری ۴: میزان بار قرار گرفته برروی بالابر ها باید مطابق با توان جک بوده و دارای سیستمی باشد که در صورت اضافه بار از حرکت جک جلوگیری به عمل آورد.

یادآوری ۵: محل نصب کمپرسور هوا باید به گونه ای باشد تا کارگران در معرض آلودگی صوتی قرار نگیرند.

یادآوری ۶: در صورت کسب گواهینامه ایمنی از سازمان آتش نشانی، شاخص ایمنی از فرآیند ارزیابی خارج و امتیاز کامل برای این حوزه لحاظ می گردد.

۲-۳-۵ نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز این بخش ۷ درصد امتیاز کل نمایندگی می باشد که به طور مساوی بین کلیه موارد تقسیم می گردد.

۲-۳-۳ اجرای فرایندهای مرتبط با حقوق مصرف کنندگان

۲-۳-۱ فرایند پذیرش تا ترخیص

۲-۳-۱-۱ 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.

یادآوری: 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.

۲-۳-۱-۲ نمایندگی باید انحرافهای موجود در برنامه ریزی تعمیرات را اندازه گیری نموده و پایش کند و از اطلاعات مذکور به عنوان مبنای برنامه ریزی های آتی استفاده نماید.

۲-۳-۱-۳ اظهارات مشتری باید عیناً و به صورت دقیق و بدون تغییر و تفسیر در برگه پذیرش ثبت گردد.

۲-۳-۱-۴ نمایندگی باید هزینه و زمان تقریبی تعمیرات را بر اساس منطق محاسباتی به اطلاع مشتری رسانده و آن را در برگه پذیرش ثبت نماید.

یادآوری: در صورت کشف عیوب احتمالی در حین انجام تعمیرات، زمان و هزینه انجام آن به برآورد اولیه اضافه خواهد گردید.

۲-۳-۱-۵ نمایندگی باید کیلومتر کارکرد و میزان سوخت موجود در خودرو را در برگه پذیرش ثبت نماید.

۲-۳-۱-۶ اظهارات ثبت شده در برگه های پذیرش باید به تایید مشتری رسیده باشد.

۷-۱-۳-۲ نمایندگی باید مکانیزمی ایجاد نماید که شناسایی اولیه عیوب خودرو با حضور مشتری صورت پذیرد.

۸-۱-۳-۲ 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.

۹-۱-۳-۲ نمایندگی باید مکانیزمی به منظور کنترل کیفی تعمیرات انجام شده با استفاده از کارشناس فنی ایجاد نماید.

۱۰-۱-۳-۲ نمایندگی باید مکانیزمی ایجاد نماید که صحت اجرای تعمیرات انجام شده در حضور مشتری و از طریق پذیرشگر یا کارشناس فنی انجام پذیرد.

۱۱-۱-۳-۲ مکانیزم ترخیص باید به گونه ای باشد که تحویل خودرو همراه با تست (در صورت نیاز) و در حضور مشتری صورت پذیرد.

یادآوری : درخصوص خودروهایی که صرفاً جهت سرویس های دوره ای پذیرش شده اند تحویل خودرو همراه با تست مورد نیاز نمی باشد.

۱۲-۱-۳-۲ نمایندگی میبایست کلیه قطعات داغی غیر گارانتی را در زمان ترخیص خودرو تحویل مشتری نماید.

یادآوری : در صورت عدم تمایل مشتری به دریافت قطعات داغی میبایست تاییدیه مشتری در این خصوص ثبت شده باشد.

۱۳-۱-۳-۲ فاکتور نهایی صادر شده باید با اظهارات و درخواست مشتری تطابق داشته باشد.

۱۴-۱-۳-۲ مبلغ پرداخت شده توسط مشتری باید مطابق با فاکتور نهایی صادر شده باشد.

۲-۳-۲ فرایند ضمانت و گارانتی

۱-۲-۳-۲ ارائه فاکتور رسمی و سیستمی هزینه تعمیرات و قطعات در زمان تحویل خودرو به مشتریان

۲-۲-۳-۲ اجرای ضوابط گارانتی در خصوص هزینه ها میبایست مطابق با الزامات قانونی و آیین نامه حمایت از حقوق مصرف کنندگان باشد.

۳-۲-۳-۲ هزینه های دریافتی از مشتریان میبایست مطابق نرخ مصوب مورد نظر آیین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو باشد.

۴-۲-۳-۲ 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.

۵-۲-۳-۲ نمایندگی مجاز تحت هر شرایطی ملزم به پذیرش خودروهایی است که به دلیل موارد ایمنی قادر به تردد نمی باشند.

۳-۳-۲ فرایند تامین و سفارش گذاری قطعات یدکی

۱-۳-۳-۲ نمایندگی مجاز موظف می باشد مکانیزمی در خصوص سفارش گذاری قطعات تعریف و بر اساس آن اقدام نماید

۲-۳-۳-۲ در صورت وجود قطعات غیر شرکتی، تاییدیه شرکت خدمات پس از فروش جهت مصرف و ارائه آن به مشتری الزامی میباشد.

۳-۳-۳-۲ سیستم کاردکس باید منظم و به روز باشد.

۴-۳-۳-۲ کلیه قطعات در انبار می بایست در قفسه نگهداری شوند و قابلیت شناسایی داشته باشند. قابلیت شناسایی حداقل باید شامل نام و کد قطعه باشد.

۵-۳-۳-۲ کلیه مواد مصرفی و قطعات داغی گارانتی در انبار نگهداری شوند.

۲-۳-۳-۶ شرایط نگهداری وچیدمان کالاها در انبار می بایست 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)

۲-۳-۴ فرایند مدیریت ارتباط با مشتریان

۲-۳-۴-۱ نمایندگی می بایست مکانیزم رسیدگی به شکایات مشتریان را مستقر، اجرا و پایش نماید. مکانیزم رسیدگی به شکایات می بایست به نحوی موثر به مشتریان اطلاع رسانی گردد. ۲-۳-۴-۲ نمایندگی باید وضعیت نهایی شکایات مشتریان را حداکثر تا ۲۰ روز کاری مشخص نماید. ۲-۳-۴-۳ گزارش های حاصل از نظر سنجی و شکایات مشتریان باید به وسیله ابزارها و تکنیک های آماری مورد سنجش و پایش قرار گیرند. ۲-۳-۴-۴ در بررسی فرآیند مدیریت ارتباط با مشتریان سوابق پیاده سازی استانداردهای مدیریت کیفیت ایزو ۱۰۰۰۲ و ۱۰۰۰۴ مورد نظر می باشد.

۲-۴ امتیاز های تشویقی

۲-۴-۱ در صورت استقرار آخرین ویرایش هر یک از سیستم های مدیریت کیفیت شامل -ISO 9001 ISO 14000 -ISO 10002 -ISO 10004 -OHSAS ۱۸۰۰۱ و یا مدل تعالی سازمانی در نمایندگی های مجاز، مجموعاً ۳ درصد به مجموع امتیازات وضعیت نمایندگی اضافه خواهد شد. ۲-۴-۱-۱ در صورت پیاده سازی سیستم های مدیریت کیفیت نمایندگی میبایست از شرکت های گواهی دهنده معتبر استفاده نماید و صحه گذاری آن بر اساس ثبت شماره گواهینامه و نام نمایندگی در سایت رسمی شرکت صادر کننده گواهی نامه خواهد بود. ۲-۴-۱-۲ شرکت صادر کننده گواهینامه مدیریت کیفیت میبایست دارای تاییدیه مرکز ملی تایید صلاحیت ایران باشد.

۲-۴-۱-۳ در صورت گذشت بیش از یکسال از تاریخ صدور گواهینامه پذیرش آن منوط به دریافت توصیه نامه خواهد بود.

۲-۴-۱-۴ پذیرش گواهینامه سیستم مدیریت کیفیت مشروط به صحه گذاری وجود مدارک، مستندات و سوابق پیاده سازی آن توسط بازرس میباشد.

۲-۴-۲ چنانچه متوسط پذیرش روزانه نمایندگی بیش از ۲ 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 نمایندگی های آن شرکت (با استثنای پذیرش نمایندگی های مرکزی) حداکثر تا ۵٪ به امتیاز نتیجه عملکرد آن نمایندگی اضافه خواهد شد.

۲-۴-۳ 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 نمایندگی های آن شرکت در دوران تعهد حداکثر تا ۱۰٪ به مجموع امتیاز نمایندگی اضافه خواهد شد.

۲-۴-۴ درخصوص نمایندگی هایی که تنوع خودروهای تحت مسئولیت آنها بیش از سایر نمایندگی های شرکت باشد حداکثر تا ۱.۵ درصد امتیاز تشویقی به امتیاز نتیجه عملکرد نمایندگی اضافه خواهد شد.

۲-۴-۵ در صورتی که نمایندگی مجاز دارای جایگاه (فعالیت) سرویس سریع (Quick Service) با شرایط ذیل باشد، ۵ درصد به امتیاز وضعیت نمایندگی اضافه خواهد شد.

۲-۴-۵-۱ در صورتیکه زمان های صرف شده جهت انجام کل تعمیرات برای یک خودرو کمتر از ۶۰ دقیقه باشد می توان جهت پذیرش و رفع عیوب خودروی مشتری از سیستم سرویس سریع استفاده نمود. سرویس سریع شامل خدمات ذیل می باشد :

تعویض ها شامل: روغن موتور، روغن ترمز، فیلترها، لنت ترمز، تسمه های کولر، دینام و پمپ هیدرولیک، شمع ها، وایرها، فیوز و لامپ های سوخته، باتری، تیغه های برف پاک کن، لاستیک و رینگ، چشمی شیشه شور و عملیات هایی نظیر جابجایی لاستیک ها، رگلاژ ترمز و کلاچ، بالانس چرخ، پنچر گیری، تنظیم روغن هیدرولیک، تنظیم باد لاستیک، تنظیم دهانه شمع، تمیزکردن شمع ها، تنظیم نور چراغ ها، میزان فرمان. بازدیدها شامل: باتری، عملکرد کولر و بخاری، سیستم شستشوی شیشه و برف پاک کن، مایع خنک کننده موتور، روغن ترمز، رگلاژ ترمز و کلاچ، سیستم خنک کاری موتور، دینام و پمپ هیدرولیک این موارد جزو مواردی می باشد که یک تعمیرکار با توانایی خوب می تواند حداقل ۳ مورد از مجموع این تعمیرات را در زمان ۶۰ دقیقه انجام دهد.

۲-۴-۵-۲ شرایط سرویس سریع (تفاوت با سرویس عادی)، به شرح زیر می باشد:

- سرویس سریع شامل تعمیرات خاص و تخصصی نمی باشد.
- پذیرش مشتری حضوری بوده و از سیستم نوبت دهی استفاده نمی شود.
- مشتری می تواند در صورت تمایل با در نظر گرفتن ملاحظات ایمنی در کنار خودرو حاضر بوده و ناظر بر تعمیرات باشد.
- زمان ترخیص و هزینه ها بطور دقیق به مشتری اعلام می گردد.
- جایگاه سرویس سریع دارای تابلویی است که کلیه کارهای قابل انجام به همراه قیمت قطعات و دستمزد را در معرض دید مشتری قرار داده است.

۲-۴-۵-۳ مشخصات فضای سرویس سریع به شرح زیر باید باشد:

۲-۴-۵-۳-۱ جایگاه با حداقل ابعاد ۴*۷ متر و کف موزاییک یا پلی اورتان و یا اپوکسی، دارای نور کافی و دسترسی راحت و آسان مشتری جهت ورود خودرو و رعایت کلیه موارد ایمنی

۲-۴-۵-۳ تجهیزات مورد نیاز:

۱- جک قیچی یا دوستون

۲- مخزن نگهداری روغنهای سوخته

۳- گیج تست فشار باد

۴- تجهیزات تست نشتی تایر

۵- جک سوسماری

۶- لاستیک درآر

۷- بالانس چرخ درجا یا ثابت *

۸- مکش روغن *

۹- تستر باتری یا مولتی متر*

* وجود حداقل یکدستگاه ازهریک ازتجهیزات ردیفهای ۷ و ۸ و ۹ در نمایندگی الزامیست.

یادآوری: محاسبه تجهیزات فوق الذکر جدا از تجهیزات عمومی تعمیرگاه صورت می پذیرد.

۲-۴-۵-۳ تخصص مورد نیاز

- یکی از نفرات مکانیکی نمایندگی می تواند در این جایگاه مشغول بکار باشد.

یادآوری: متوسط زمان استاندارد سرویس سریع ۳۰ دقیقه می باشد که در محاسبه نیروی مکانیک مورد نیاز، می بایست حجم

پذیرش سرویس سریع و زمان مذکور درنظر گرفته شود.

۲-۴-۵-۳ آموزش مورد نیاز

- دوره آموزشی سرویس و نگهداری خودرو

بخش چهارم چگونگی پایش عملکرد عرضه کنندگان خودرو و نمایندگی های مجاز

ارزیابی رضایت مشتریان

اندازه گیری رضایت مشتریان از خدمات پس از فروش ارائه شده توسط عرضه کنندگان و نمایندگیهای مجاز آنان به شرح ذیل صورت می پذیرد.

۱- پرسشنامه

با توجه به اینکه طراحی پرسشنامه اندازه گیری رضایت مشتریان با بهره گیری از خواسته ها و نیازهای مشتریان انجام می گردد لذا در طراحی پرسشنامه سعی گردیده است ضمن بررسی این نیازها سوالاتی در پرسشنامه مطرح شود که جزو خواسته های اصلی و عمومی مشتریان باشد، از سوالات غیر ضروری پرهیز شود، برداشت افراد از سوالات یکسان باشد و سوالات متغیرهای مورد نظر را اندازه گیری نماید. پس از طراحی اولیه، پرسشنامه به صورت آزمایشی مورد مصاحبه و بررسی علمی و آماری قرار گرفته و با انجام اصلاحات لازم ساختار نهایی پرسشنامه تایید گردیده است.

۲- تعیین حجم نمونه

با توجه به تجارب قبلی و همچنین با استفاده از تکنیک های آماری تعیین حجم نمونه طبق جدول تعیین حجم نمونه جهت اندازه گیری رضایت مشتریان از خدمات پس از فروش محاسبه می گردد.

جدول تعیین حجم نمونه جهت اندازه گیری رضایت مشتریان از خدمات پس از فروش

در بازه های زمانی سه ماهه

ردیف	تعداد پذیرش نمایندگی در بازه سه ماهه	تعداد نمونه سه ماهه	تعداد نمونه ماهانه
۱	$100 \leq N \leq 200$	۷۵	۲۵
۲	$200 < N \leq 500$	۱۶۰	۵۳
۳	$500 < N \leq 1000$	۱۹۵	۶۵
۴	$1000 < N \leq 5000$	۲۳۰	۷۷
۵	$N > 5000$	۲۵۰	۸۳



شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران

"پرسشنامه اندازه گیری رضایت مشتریان از خدمات پس از فروش"

خصوصیت						ردیف
تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟						
خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	نظری ندارم	سوالات
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۱. آیا شما از سیستم نوبت دهی نمایندگی استفاده نموده اید؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۲. میزان رضایت شما از نحوه نوبت دهی چقدر است؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۳. تا چه میزان از مدت زمانی که برای پذیرش خودروی خود صرف نموده اید رضایت دارید؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴. میزان رضایتمندی شما از ثبت ایرادات مطرح شده در زمان پذیرش توسط پذیرشگر چقدر است؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۵. از مدت زمان تعمیر و تحویل خودرو تا چه میزان رضایت دارید؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۶. خودرو را چه زمانی به شما تحویل دادند؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۷. آیا تمام عیوب را برطرف کرده بودند؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۸. از نحوه ارائه سرویس های ادواری این نمایندگی چقدر رضایت دارید؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۹. میزان رضایت شما از کیفیت تعمیرات ارائه شده از سوی نمایندگی چقدر است؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۱۰. برای تعمیر خودرویتان قطعه ای نیاز بود؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۱۱. از تامین به موقع قطعات مورد نیاز در تعمیر خودروی خود تا چه میزان رضایت دارید؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۱۲. آیا صورتحساب تعمیراتی (فاکتور) به شما ارائه گردید؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۱۳. آیا در این مراجعه هزینه ای بابت خدمات ارائه شده پرداخت نموده اید؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۱۴. هزینه پرداختی بابت کدام مورد بود؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۱۵. از هزینه پرداختی (قطعه و اجرت) برای خدمات انجام شده چقدر رضایت دارید؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۱۶. از توضیحات ارائه شده هنگام ترخیص خودرو در خصوص کارهای انجام شده و قطعات تعویضی چقدر رضایت دارید؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۱۷. از رفتار و برخورد پرسنل تعمیرگاه چقدر رضایت دارید؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۱۸. آیا در سه ماه گذشته به نمایندگی مراجعه نموده اید که نمایندگی از پذیرش خودروی شما جلوگیری نماید؟
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۱۹. سهولت دسترسی به نمایندگی های این شرکت چقدر رضایت دارید؟
به طور کلی تا چه میزان از خدمات پس از فروش ارائه شده رضایت دارید؟						
<input type="checkbox"/> نظری ندارم <input type="checkbox"/> خیلی کم <input type="checkbox"/> کم <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> زیاد <input type="checkbox"/> خیلی زیاد						
پیشنهادهای و انتقادات						

مشخصات مشتری	
۱. جنسیت	<input type="checkbox"/> زن (۱) <input type="checkbox"/> مرد (۲)
۲. سن	<input type="checkbox"/> (۱) تا ۳۰ سال <input type="checkbox"/> (۲) ۳۱ تا ۴۵ سال <input type="checkbox"/> (۳) ۴۶ تا ۶۰ سال <input type="checkbox"/> (۴) ۶۱ به بالا
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. شهر محل سکونت:	۵. نام و نام خانوادگی مشتری:
۶. تلفن تماس:	
مشخصات خودرو	
۷. نوع خودرو:	۸. سال خرید: ۹. شرکت سازنده: ۱۰. وضعیت خودرو: گارانتی <input type="checkbox"/> وارانته (خارج از گارانتی) <input type="checkbox"/>
توسط پرسشگر تکمیل گردد	
استان:	شهر:
کد شرکت بازرسی:	تاریخ پذیرش: / /
تاریخ انجام مصاحبه:	زمان شروع مصاحبه: زمان پایان مصاحبه: کد پرسشگر:

چگونگی پایش رضایتمندی نمایندگی های مجاز از شرکت های عرضه کننده خودرو (DSI) از آنجا که رضایتمندی نمایندگی های مجاز از عملکرد عرضه کنندگان خودرو و واسطه های خدمات پس از فروش بر رضایتمندی مشتریان نیز اثر گذار است بنابراین شاخص رضایتمندی نمایندگی های مجاز نیز به عنوان یکی از شاخص های ارزیابی عملکرد عرضه کنندگان خودرو مورد بررسی قرار می گیرد. در همین راستا پرسشنامه ای به منظور پایش رضایتمندی نمایندگی های مجاز از عملکرد شرکت های عرضه کننده خودرو/ واسطه خدمات پس از فروش بر اساس نیاز سنجی انجام شده از مدیران نمایندگی های مجاز تدوین گردیده است. این پرسشنامه که نتایج آن به عنوان نتایج عملکردی شرکتهای عرضه کننده خودرو/واسطه خدمات پس از فروش شناخته می شود در بازه های زمانی ۳ ماهه، بر اساس نظرسنجی از مدیران کلیه نمایندگی های مجاز تکمیل خواهد شد.

بنام خدا

پرسشنامه اندازه گیری رضایات نمایندگان هیای مجاز از شرکتهای عرضه کننده خود و/واسطه خدمات پس از فروش

با سلام،

خواهشمند است به منظور شناخت نقاط قوت و نواحی قابل بهبود شرکت عرضه کننده خود و/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 پس از فروش خواهد شد.

ردیف	شاخص	تاچه د از شاخص مطرح شده رضایات 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

پیوست الف

(اطلاعاتی)

قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو
(مصوب مجلس شورای اسلامی مورخ ۸۶/۴/۳ به شماره ۵۲۶/۴۹۵۲۵)

ماده ۱

اصطلاحات ذیل در معانی مشروح مربوط به کاربرده می‌شود:

۱- خودرو: هر نوع وسیله نقلیه موتوری تولید داخل یا خارج برای استفاده در معابر عمومی برای حمل سرنشین و بار تا ظرفیت مجاز.

۲- عرضه کننده: هر شخص حقیقی یا حقوقی که به طور مستقیم یا از طریق واسطه فروش مبادرت به فروش خودروهای نو تولیدی و وارداتی خود می‌کند.

۳- واسطه فروش: هر شخص حقیقی یا حقوقی که با موافقت عرضه کننده نسبت به فروش خودرو اقدام می‌کند.

۴- نمایندگی مجاز: هر شخص حقیقی یا حقوقی که با موافقت عرضه کننده عهده‌دار فروش و خدمات پس از فروش خودرو در طول مدت ضمانت است.

۵- مصرف کننده: هر شخص حقیقی یا حقوقی که خودرو را برای استفاده شخصی یا عمومی در اختیار دارد.

۶- بهای خودرو: مبلغی است که در قرارداد واگذاری و یا در برگه فروش توسط عرضه کننده قید گردیده است.

ماده ۲*

عرضه کننده موظف به رعایت استانداردهای ابلاغی در مورد ایمنی، کیفیت، سلامت خودرو و مطابقت آن با ضمانت ارائه شده به مصرف کننده می‌باشد.

تبصره ۱- دوره تضمین نمی تواند کمتر از یک سال از زمان تحویل خودرو به مصرف کننده یا کارکردی برابر با سی هزار کیلومتر (هر کدام زودتر به پایان برسد) باشد.

تبصره ۲- دوره تعهد یا دوره تامین قطعات و ارائه خدمات فنی استاندارد، برابر ده سال از زمان تحویل رسمی آخرین خودرو به مصرف کننده می باشد.

ماده ۳*

عرضه کننده در طول مدت ضمانت مکلف به رفع هر نوع نقص یا عیب (ناشی از طراحی ، مونتاژ ، تولید ، یا حمل) است که در خودرو وجود داشته یا در نتیجه استفاده معمول از خودرو بروز نموده و با مفاد ضمانتنامه و مشخصات اعلام به مصرف کننده مغایر بوده یا مانع استفاده مطلوب از خودرو یا نافی ایمنی آن باشد یا موجب کاهش ارزش معاملاتی خودرو شود. هزینه رفع نقص یا عیب خودرو در طول مدت ضمانت و جبران کلیه خسارات وارده به مصرف کننده و اشخاص ثالث ، اعم از خسارات مالی و جانی و هزینه های درمان ناشی از نقص یا عیب (که خارج از تعهدات بیمه شخص ثالث باشد) هزینه های حمل خودرو به تعمیرگاه، تامین خودروی جایگزین مشابه در طول مدت تعمیرات (چنانچه مدت توقف خودرو بیش از چهل و هشت ساعت باشد) برعهده عرضه کننده می باشد.

تبصره ۱*- تعهدات عرضه کننده به طور مستقیم یا از طریق واسطه فروش یا نمایندگی مجاز ایفاء می شود. عرضه کننده مکلف به ایجاد شبکه خدمات پس از فروش یا نمایندگی های مجاز تعمیر و توزیع قطعات یدکی و تامین آموزشهای لازم متناسب با تعداد خودروهای عرضه شده در سطح کشور بوده و نمی تواند مصرف کننده را به مراجعه به نمایندگی معینی اجبار نماید.

تبصره ۲*- در صورت بروز اختلاف بین طرفین موضوع ماده فوق، موضوع اختلافی حسب درخواست طرفین ابتدا در هیات حل اختلاف مربوطه، متشکل از نمایندگیهای عرضه کننده خودرو، کارشناس رسمی دادگستری و کارشناس نیروی انتظامی به ریاست کارشناس رسمی

دادگستری طرح و رای لازم با اکثریت آراء صادر خواهد شد. در صورت اعتراض هر یک از طرفین به رای صادره، خواسته در دادگاه صالحه قابل پیگیری خواهد بود. دادگاه صالحه باید خارج از نوبت و حداکثر ظرف دو ماه انشاء رای نماید.

ماده ۴*

چنانچه نقص یا عیب قطعات ایمنی خودرو در طول دوره ضمانت پس از سه بار تعمیر همچنان باقی باشد یا در صورتی که نقص یا عیب قطعاتی که موجب احتمال صدمه جسمی یا جانی اشخاص گردد و با یک تعمیر برطرف نشده باشد یا خودرو بیش از سی روز به دلیل تعمیرات غیر قابل استفاده بماند، عرضه کننده مکلف است حسب درخواست مصرف کننده خودروی معیوب را با خودروی نو تعویض یا با توافق، بهای آن را به مصرف کننده مسترد دارد.

تبصره ۱- در صورت بروز اختلاف بین طرفین، حل و فصل آن از طریق هیات حل اختلاف موضوع تبصره (۲) ماده (۳) این قانون می باشد.

تبصره ۲- عرضه کننده حق واگذاری یا استفاده از خودروی مسترد شده را پیش از رفع عیب ندارد، واگذاری خودروی مزبور پس از رفع عیب و نقص قبلی و با اعلام صریح عیوب مزبور در اسناد واگذاری مجاز می باشد.

ماده ۵*

عرضه کننده، واسطه فروش و نمایندگی مجاز تعمیر موظفند هر بار که خودروی موضوع ضمانت، مورد تعمیر یا خدمات مختلف دوره‌ای قرار می گیرد، پس از اتمام کار، به صورت مکتوب کلیه عیب ها و نقص های اعلامی از سوی مصرف کننده، اقدامهای انجام شده و قطعات تعمیر یا تعویض شده را در صورت وضعیت ذکر نموده و آن را تسلیم مصرف کننده نماید.

تبصره* - استفاده از قطعات غیر استاندارد یا تایید نشده توسط عرضه کننده و نمایندگی های مجاز تعمیر ممنوع می باشد.

ماده ۶*

چنانچه انجام تعهدات عرضه کننده به دلیل حوادث غیر مترقبه (غیر قابل پیش بینی و غیر قابل رفع) ناممکن باشد، این تعهدات به حالت تعلیق در می آید. مدت تعلیق به دوره ضمانت افزوده می شود.

ماده ۷*

هر نوع توافق مستقیم یا غیر مستقیم بین عرضه کننده، واسطه فروش یا مصرف کننده که به موجب آن تمام یا بخشی از تعهداتی که عرضه کننده بر طبق این قانون و یا ضمانتنامه صادر بر عهده دارد، ساقط نماید یا به عهده واسطه فروش یا هر عنوان دیگری گذارده شود، در برابر مصرف کننده باطل و بلا اثر می باشد.

تبصره* - انعقاد هر نوع قراردادی که حقوق و تکالیف طرفین قرارداد و مشمولین این قانون در آن رعایت نشود به استناد ماده ۱۰ قانون مدنی و مورد مشابه غیر قانونی و از درجه اعتبار ساقط است.

ماده ۸*

هرگونه عیب و نقص و خسارات جانی و مالی وارده به مصرف کننده و اشخاص ثالث که به دلیل تعویض یا نصب قطعات و سیستمهای جانبی و یا دریافت خدمات خارج از شبکه رسمی و مجاز عرضه کننده توسط مصرف کننده طی دوران ضمانت ایجاد شود از شمول این قانون خارج است و هیچ گونه حقی برای مصرف کننده و اشخاص ثالث در برابر عرضه کننده ایجاد نمی کند.

ماده ۹

عرضه کننده مکلف است تعهدات موضوع این قانون را به صورت کتبی در اوراق ضمانتنامه قید نموده و در زمان تحویل خودرو، به نحو مقتضی موضوع این قانون را به طور صریح و روشن به مصرف کننده اعلام نماید.

ماده ۱۰

آئین نامه اجرائی این قانون (به ویژه در مورد ملاکهای ایجاد نمایندگی مجاز تعمیر در سطح کشور به ازاء تعداد خودروها عرضه شده) ظرف سه ماه از تاریخ تصویب توسط وزارت صنایع و معادن تهیه شده و به تصویب هیات وزیران می‌رسد.

ماده ۱۱

وزارت صنایع و معادن مکلف به نظارت بر اجراء این قانون در راستای حفظ حقوق مصرف کنندگان و اعلام گزارش ادواری شش ماهه به کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی است.

پیوست ب

(اطلاعاتی)

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 ارزیابی های 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

۳-۱ 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.

۳-۲ 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 رتبه های ۱ تا ۳ به عنوان سطوح قابل قبول و رتبه ۴ به عنوان پایین تر از سطح قابل قبول در نظر گرفته می شوند.

۳-۳ تبلیغات

عبارتست از کلیه فعالیتهایی که در زمینه اطلاع رسانی عمومی در خصوص نتایج ارزیابی ها صورت می گیرد. (اعم از مصاحبه های مطبوعاتی، تابلو های تبلیغاتی، متون منتشره در روزنامه های 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 تایید وزارت صنعت، معدن و تجارت برسد.

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

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

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

نکته : واژه های اشاره شده فوق تنها در صورتی قابل طرح در متن تبلیغات می باشند که شرکت حائز رتبه ۱ در سطوح تعریف شده گردیده باشد.

۶- محدوده زمانی

محدوده زمانی پیش بینی شده جهت اطلاع رسانی و تبلیغات شرکت ها در ارتباط با هر دوره، از زمان اعلام نتایج آن دوره آغاز و به محض اعلام نتایج دوره بعد پایان می یابد و در زمان مقرر شرکت اقدام کننده موظف به جمع آوری کلیه تبلیغات انجام شده می باشد.

یادآوری : شرکت هایی که موفق به حفظ و یا ارتقاء نتیجه قبلی گردند با هماهنگی وزارت صنعت، معدن و تجارت مجاز به ادامه تبلیغات می باشند.

۷- ضمانت اجرا

تمامی شرکت هایی که در فرآیند ارزیابی قرار دارند مکلف به اجرای دقیق کلیه مفاد این دستورالعمل بوده و در صورت بروز هر گونه تخلف و بی توجهی به موارد ذکر شده از سوی هر یک از شرکت ها، موضوع از طریق وزارت صنعت، معدن و تجارت مورد پیگرد قانونی قرار می گیرد.

پیوست پ

(اطلاعاتی)

الزامات عرضه کننده خودرو در ارتباط با فرآیندهای پس از فروش

پ-۱ سیستم شناسائی قطعات

پ-۱-۱ شناسایی و ردیابی قطعات

پ-۱-۱-۱ بانک اطلاعاتی قطعات

شرکت های عرضه کننده خودرو می بایست نسبت به تهیه بانک اطلاعاتی قطعات مورد استفاده در تمامی مدل های تحت پوشش شرکت عرضه کننده خودرو اقدام نمایند. این بانک اطلاعاتی باید شامل موارد ذیل باشد. قابلیت شناسایی قطعات مورد استفاده در هر خودرو از طریق ورود اطلاعات شماره VIN یا شماره شاسی امکان پذیر باشد.

قابلیت ردیابی می بایست به گونه ای باشد که امکان دسترسی به اطلاعات مرتبط با خودروی مذکور بوسیله شماره VIN یا شماره شاسی وجود داشته باشد. این اطلاعات به تفکیک در شش گروه: موتور، گیربکس، شاسی، بدنه، تزئینات و قطعات الکتریکی طبقه بندی می گردند.

یادآوری ۱: بانک اطلاعاتی می بایست شامل کاتالوگ قطعات استفاده شده در خودرو ها به تفکیک مدل و سری ساخت قطعه باشد و برای تمامی قطعات شماره قطعه تعریف گردیده و در بانک اطلاعاتی ثبت گردد. اطلاعات نمایش داده شده در گروه های فوق می بایست شامل تمامی قطعات استفاده شده در آن گروه باشد. بانک اطلاعاتی می بایست دارای قابلیت ردیابی بر اساس شماره قطعه باشد، بنحوی که بتوان با اطلاع از شماره قطعه به اطلاعات زیر در مورد آن دست یافت:

- استاندارد هائی که قطعه بر مبنای آن ساخته شده است.

- اطلاعات سازنده و تامین کننده قطعه.

- سال ساخت قطعه.

- عمر مفید قطعه در شرایط کارکرد عادی.

- عیوب احتمالی قطعه.

- تاریخ انقضاء.

یادآوری ۲: تاریخ انقضاء برای قطعاتی که احتمال معیوب شدن در زمان مشخص را دارند تعریف می گردد.

یادآوری ۳: بانک اطلاعاتی می بایست دارای قابلیت اصلاح اطلاعات در صورت انجام فرآیند های تعمیراتی توسط نمایندگی های مجاز را دارا باشد. بدین معنی که پس از تعویض قطعه ای در خودرو، نمایندگی های مجاز اطلاعات خودروی مورد نظر را به روزآوری گردانند. به روزآوری اطلاعات خودرو در نمایندگی های مجاز جهت خودرو هائی که در دوره گارانتی می باشند الزامیست.

بانک اطلاعاتی می بایست قابلیت نمایش سوابق تعمیرات و قطعات تعویضی در هر خودرو را داشته باشد. این سوابق می بایست از طریق شماره VIN یا شماره شاسی قابل ردیابی باشند.

بانک اطلاعاتی باید قابلیت هشدار اتمام اعتبار و یا اعلام مدت زمان باقیمانده تا تعویض قطعاتی که تاریخ انقضاء دارند را، به هنگام پذیرش و یا ورود اطلاعات خودرو داشته باشد.

بانک اطلاعاتی می بایست قابلیت تفکیک قطعاتی که از محلی غیر از واسطه خدمات پس از فروش تامین گردیده اند را، از سایر قطعات داشته باشد.

تعمیرات تکراری که به علت معیوب بودن قطعات صورت گرفته است می بایست مشخص گردیده و گزارش دهی بر مبنای شماره قطعه و درصد فراوانی هر شماره قطعه در بانک اطلاعاتی مشخص گردد. همچنین می بایست نتایج علت یابی و اقدامات اصلاحی در سیستم ثبت گردد.

پ-۱-۱-۲ شرایط احراز تامین کنندگان قطعات

شرکت های عرضه کننده خودرو جهت تامین قطعات یدکی مورد نیاز در شبکه نمایندگی های مجاز فرآیندهای پس از فروش می بایست از تامین کنندگانی استفاده نمایند که شرایط احراز ذیل را دارا باشند:

تمامی قطعات تولیدی می بایست دارای تاییدیه سازمان ملی استاندارد ایران باشند. عرضه کلیه قطعات و سیستمهای وارداتی در نمایندگی های مجاز فرآیندهای پس از فروش شرکت عرضه کننده خودرو باید به نحوی (بسته بندی مشخص، برچسب های هولوگرام دار شرکت های معتبر تولیدی قطعات و ...) متمایز گردد تا کاملاً قابل ردیابی باشد. هولوگرام قطعاتی که توسط واسطه خدمات پس از فروش و یا عرضه کننده خودرو تامین می گردند توسط شرکت های مذکور بر روی قطعات (و یا جعبه قطعات به صورت پلمپ) نصب می گردد.

شرکت های واسطه خدمات پس از فروش می بایست نسبت به ارزیابی دوره ای تامین کنندگان اقدام و سوابق ارزیابی ها را بایگانی نمایند.

فرآیند ساخت و تولید قطعات می بایست مطابق با استاندارد های ملی و یا استاندارد های مورد تایید سازمان ملی استاندارد باشد.

استقرار سیستم مدیریت کیفیت ISO/TS16949:2009 در تامین کنندگان الزامی می باشد.

پ-۱-۲

سنجش سیستم شناسایی قطعات در نمایندگی و شرکت عرضه کننده مطابق با جدول پ-۱ در رابطه با چک لیست سیستم شناسایی قطعات صورت می گیرد.

بخش سیستم شناسایی و ردیابی قطعات در مجموع ۴۰ درصد از مجموع کل امتیازات ارزیابی عرضه کننده خودرو را به خود اختصاص می دهد.

پ-۲ قطعات موجود در انبار

هر یک از شرکت های عرضه کننده خودرو موظفند یک نسخه از فهرست کلیه قطعات، مجموعه های فنی مجزا و سیستم های بکار رفته در خودروی تایید نوع شده^۱، در اختیار شرکت بازرسی قرار دهند. شرکت بازرسی مطابق با فهرست دریافتی از شرکت عرضه کننده خودرو به بازرسی کلیه قطعات موجود در انبار نمایندگی مجاز می پردازد. شرکت بازرسی فرآیندهای پس از فروش خودرو موظف است لیست قطعاتی را که علامت استاندارد، تاییدیه سازمان ملی استاندارد ایران و یا E-MARK ندارند و دارای بسته بندی مشخص، برچسب های هولوگرام دار شرکت های معتبر تولیدی قطعات/ واسطه خدمات پس از فروش/ عرضه کننده خودرو نمی باشند را به عنوان قطعه دارای عدم انطباق یادداشت نماید. بخش قطعات موجود در انبار در مجموع ۳۰ درصد از مجموع کل امتیازات ارزیابی عرضه کننده خودرو را به خود اختصاص می دهد.

در صد قطعات دارای عدم انطباق نسبت به کل قطعات موجود در انبار * ۳۰ - ۳۰ = امتیاز ارزیابی مربوط به قطعات موجود در انبار

پ-۳- نتیجه عملکرد: رضایتمندی از کیفیت خودرو

رضایتمندی مشتریان از کیفیت خودرو مشابه با فرم نظرسنجی ارائه شده در پیوست پ-۲ رضایت مشتریان از کیفیت خودرو صورت می پذیرد. این نظر سنجی توسط شرکت بازرسی کننده فرآیندهای پس از فروش طی دو مرحله و در فواصل زمانی ۳ و ۱۲ ماه پس از تحویل خودرو و به صورت تماس تلفنی با مشتریان صورت می پذیرد. شرکت بازرسی موظف است تمامی مدل هایی که توسط عرضه کننده خودرو ارائه می گردد را تحت پوشش نظرسنجی قرار دهد و نحوه انتخاب تعداد نمونه باید متناسب با تعداد تیراژ تولیدی هر مدل باشد. بخش رضایتمندی از کیفیت خودرو در مجموع ۳۰ درصد از مجموع کل امتیازات ارزیابی عرضه کننده خودرو را به خود اختصاص می دهد.

¹ Bill of Material (BOM)

جدول پ-۱- چک لیست سیستم شناسایی قطعات

واسطه خدمات پس از فروش
۱- شناسایی و ردیابی قطعات
۱-۱- بانک اطلاعاتی قطعات
تعریف و تعیین عیوب احتمالی قطعه در سیستم
قابلیت شناسایی قطعات در سیستم از طریق شماره VIN یا شماره شاسی
امکان دسترسی به اطلاعات مرتبط با خودروی مورد نظر بوسیله شماره VIN یا شماره شاسی
قابلیت تفکیک اطلاعات خودرو و قطعات آن در شش گروه موتور، گیربکس، شاسی، بدنه، تزئینات و الکتریکال
وجود شناسنامه فنی قطعات استفاده شده در خودرو ها به تفکیک مدل و سری ساخت قطعه در بانک اطلاعاتی
تعریف شماره قطعه برای تمامی قطعات و ثبت آن ها در بانک اطلاعاتی
قابلیت دریافت اطلاعاتی در رابطه با استانداردهای قطعه، اطلاعات سازنده و تامین کننده قطعه، سال ساخت قطعه، عمر مفید قطعه در شرایط کارکرد عادی و تاریخ انقضاء قطعه برای قطعاتی که احتمال معیوب شدن در زمان مشخص را دارند، از طریق شماره قطعه.
قابلیت اصلاح اطلاعات در صورت انجام فرآیند های تعمیراتی توسط نمایندگی های مجاز
راهنما: پس از تعویض قطعه ای در خودرو، نمایندگی های مجاز اطلاعات خودروی مورد نظر را به روزآوری گردانند
قابلیت نمایش سوابق تعمیرات و قطعات تعویضی در هر خودرو از طریق شماره VIN یا شماره شاسی
قابلیت هشدار اتمام اعتبار و یا اعلام مدت زمان باقیمانده تا تعویض قطعاتی که تاریخ انقضاء دارند به هنگام پذیرش و یا ورود اطلاعات خودرو
قابلیت تفکیک و ردیابی قطعاتی که از محلی غیر از واسطه خدمات پس از فروش تامین گردیده اند از سایر قطعات
۱-۲- شرایط احراز تامین کنندگان قطعات
وجود قطعات دارای تاییدیه سازمان ملی استاندارد با بسته بندی مشخص و دارای هولوگرام برای تمامی قطعات تولیدی
وجود قطعات دارای تاییدیه سازمان ملی استاندارد با بسته بندی مشخص و دارای برچسب های هولوگرام دار شرکت های معتبر تولیدی قطعات برای تمامی قطعاتی که توسط واسطه خدمات پس از فروش تامین نمی شوند
انجام ارزیابی دوره ای تامین کنندگان و نگهداری سوابق ارزیابی ها
مطابقت فرآیند ساخت و تولید قطعات با استاندارد های ملی و یا استاندارد های مورد تایید سازمان ملی استاندارد
احراز استقرار سیستم مدیریت کیفیت ISO/TS16949:2009 در تامین کنندگان
۲- شناسایی و تامین قطعات
قابلیت دسترسی به بانک اطلاعاتی قطعات
راهنما: سیستم باید یکپارچه بوده و در تمامی نمایندگی های مجاز و شرکت های واسطه خدمات پس از فروش اسقرار داشته و به طور پیوسته اطلاعات آن به روز رسانی گردد.
قابلیت دسترسی به لیست تامین کنندگان واجد شرایط قطعات

جدول أ- رضایت مشتریان از کیفیت خودرو



شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران

پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از کیفیت خودرو

مشتری گرامی

با سلام و احترام و امید بهروزی ، خواهشمند است به منظور نیل به اهداف زیر در جهت تکمیل این پرسشنامه همکاری فرمایید . بدیهی است پاسخهای درست و مناسب شما موجب افزایش بهره وری و ارتقاء کیفیت صنعت خودروسازی کشور خواهد بود .

اهداف پرسشنامه

اطمینان از کیفیت محصول و اندازه‌گیری رضایت مشتریان در شرایط مختلف دریافت نقطه نظرات مشتریان جهت استفاده در برنامه ریزیهای آتی به منظور بهبود مستمر آشنایی و بررسی نیازها و پیشنهادات مشتریان و بهبود محصول و روشهای تولید و ...

مشتری گرامی لطفا میزان رضایت خود از کیفیت و عملکرد هر یک از خصوصیات زیر را در قالب پنج گزینه زیر مشخص نمایید. ضمناً در صورت مشاهده هر گونه ایراد و یا عیب احتمالی در هر کدام از بخش های ذیل به تفکیک موارد را بیان نمایید.

ردیف	خصوصیت	تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟					توضیحات
بدنه		خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۱	نحوه باز و بسته شدن دربها	۵	۴	۳	۲	۱	
۲	کیفیت رنگ بدنه	۵	۴	۳	۲	۱	
۳	سکوت نسبی و آرامش داخل اتاق	۵	۴	۳	۲	۱	
۴	عدم نفوذ آب، باد و گرد و غبار	۵	۴	۳	۲	۱	
مجموعه نیرو محرکه و سوخت رسانی		خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۵	قدرت و کشش	۵	۴	۳	۲	۱	
۶	شتاب	۵	۴	۳	۲	۱	
۷	تناسب مصرف سوخت مطابق با مشخصات مندرج در دفترچه راهنمای خودرو	۵	۴	۳	۲	۱	
۸	عملکرد سیستم خنک کننده(رادیاتور،فن،واترپمپ و ...)	۵	۴	۳	۲	۱	
۹	وضعیت موتور(صدای موتور، عدم روغن ریزی و ...)	۵	۴	۳	۲	۱	
۱۰	عملکرد لوازم و تجهیزات مربوط به CNG	۵	۴	۳	۲	۱	
مجموعه تعلیق و انتقال قدرت		خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۱۱	عملکرد فرمان	۵	۴	۳	۲	۱	
۱۲	عملکرد کلاچ	۵	۴	۳	۲	۱	
۱۳	عملکرد گیربکس	۵	۴	۳	۲	۱	
۱۴	عملکرد جلوبندی	۵	۴	۳	۲	۱	
۱۵	عملکرد کمک فنرها	۵	۴	۳	۲	۱	
ایمنی		خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۱۶	عملکرد ترمز (گیرایی)	۵	۴	۳	۲	۱	
۱۷	عملکرد ترمز دستی	۵	۴	۳	۲	۱	
۱۸	عملکرد لوازم ایمنی داخل اتاق (کمربند ایمنی، ایربگ و ...)	۵	۴	۳	۲	۱	
۱۹	کیفیت صندلی ها (عملکرد، راحتی و ...)	۵	۴	۳	۲	۱	
۲۰	کیفیت تایرها	۵	۴	۳	۲	۱	
۲۱	عملکرد و تنظیم نور چراغها	۵	۴	۳	۲	۱	
۲۲	عملکرد برف پاک کن و شیشه شوی	۵	۴	۳	۲	۱	
تهویه مطبوع و وسایل برقی		خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۲۳	عملکرد بخاری	۵	۴	۳	۲	۱	
۲۴	عملکرد کولر	۵	۴	۳	۲	۱	

۲۵	عملکرد شیشه بالا برها	۵	۴	۳	۲	۱
۲۶	سیستم برق رسانی (باتری، دینام، استارتر و ...)	۵	۴	۳	۲	۱
۲۷	ادوات برقی (آمپر ها، آنتن برقی، بوق، فندک و ...)	۵	۴	۳	۲	۱
۲۸	سیستم صوتی (رادیو پخش، سی دی و ...)	۵	۴	۳	۲	۱

پیشنهادهای و انتقادات

مشخصات مشتری	
۱. جنسیت	<input type="checkbox"/> زن (۱) <input type="checkbox"/> مرد (۲)
۲. سن	<input type="checkbox"/> (۱) ۱۸ تا ۳۰ سال <input type="checkbox"/> (۲) ۳۱ تا ۴۵ سال <input type="checkbox"/> (۳) ۴۶ تا ۶۰ سال <input type="checkbox"/> (۴) ۶۱ به بالا
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. شهر محل سکونت:	۵. نام و نام خانوادگی مشتری:
۶. تلفن تماس:	
مشخصات خودرو	
۷. نوع خودرو:	۸. شرکت سازنده :
۹. نوع سوخت:	<input type="checkbox"/> بنزین سوز <input type="checkbox"/> دوگانه سوز <input type="checkbox"/> گازسوز <input type="checkbox"/> سایر.....
۱۰. نحوه خرید خودرو:	<input type="checkbox"/> (۱) ثبت نام از نمایندگی شرکت سازنده <input type="checkbox"/> (۲) خرید به صورت آزاد <input type="checkbox"/> (۳) خرید از شرکت لیزینگ <input type="checkbox"/> (۴) سایر موارد <input type="checkbox"/>
۱۱. تاریخ تحویل خودرو (شروع گارانتی):	۱۲. شماره شاسی (بدنه):
۱۳. کیلومتر کارکرد:	
امضاء مشتری:	
توسط پرسشگر تکمیل گردد	
محل و نحوه تکمیل پرسشنامه:	تاریخ انجام مصاحبه:
کد پرسشگر:	امضاء پرسشگر: