

به نام یزدان



خلاصه گزارش نتایج ارزیابی خدمات فروش شرکت های عرضه کننده خودرو در سال ۱۴۰۱

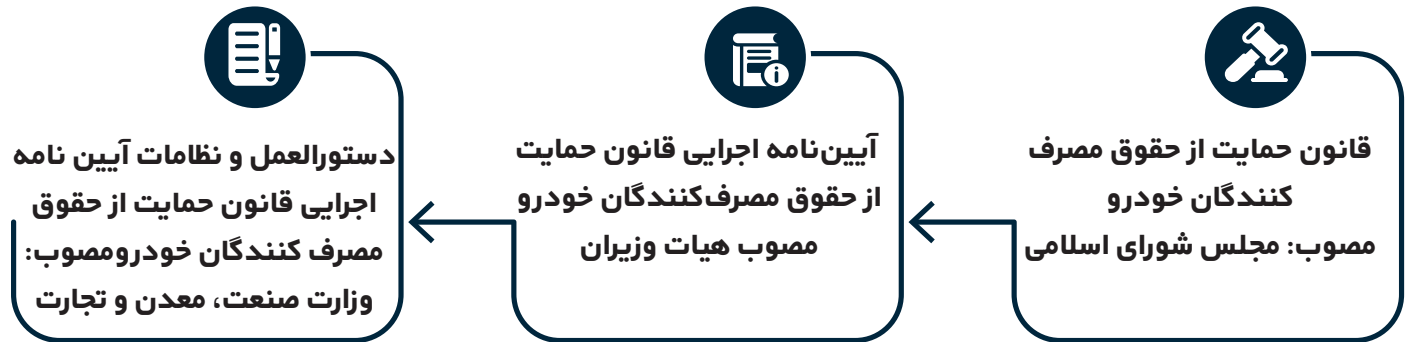
فهرت مطالب

۳.....	مدل ارزیابی خدمات فروش صنعت خودرو.....
۷.....	نتایج کلی ارزیابی خدمات فروش.....
۱۴.....	گزارش وضعیت انطباق ستاد خدمات فروش شرکت‌های عرضه کننده خودرو با الزامات آیین‌نامه اجرائی قانون.....
۳۴.....	خلاصه نتایج ارزیابی خدمات فروش شرکت‌های عرضه کننده خودرو- سبک.....
۴۴.....	خلاصه نتایج ارزیابی خدمات فروش شرکت‌های عرضه کننده خودرو- سنگین.....



مدل ارزیابی خدمات فروش
صنعت خودرو

الزامات قانونی مدل ارزیابی خدمات فروش صنعت خودرو



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



روند انجام فرآیند ارزیابی خدمات فروش صنعت خودرو



■ سالانه

■ سالانه

■ ۳ ماهه



ISQI

**نتایج کلی ارزیابی
خدمات فروش
سال ۱۴۰۱**



آمار کمی ارزیابی در سال ۱۴۰۱

نظرسنجی از مشتریان

۴۶۲۲۸۱ نمونه



ارزیابی نمایندگی ها

۱۵۹۵ سبک
۲۳۶ سنگین



ارزیابی سیستم

شرکت ها
۲۷ شرکت



لیست شرکت‌های سبک تحت ارزیابی در سال ۱۴۰۱

نام شرکت	لوگو	ردیف
ایران خودرو		۱
آرین پارس موتور		۲
بهمن موتور		۳
سازه های خودرو دیار		۴
سایپا		۵
صنایع خودرو سازی ایلیا		۶
صنایع خودرو سازی فردا		۷
کرمان موتور		۸
مدیران خودرو		۹
مکث موتور		۱۰

لیست شرکت‌های سنگین تحت ارزیابی در سال ۱۴۰۱

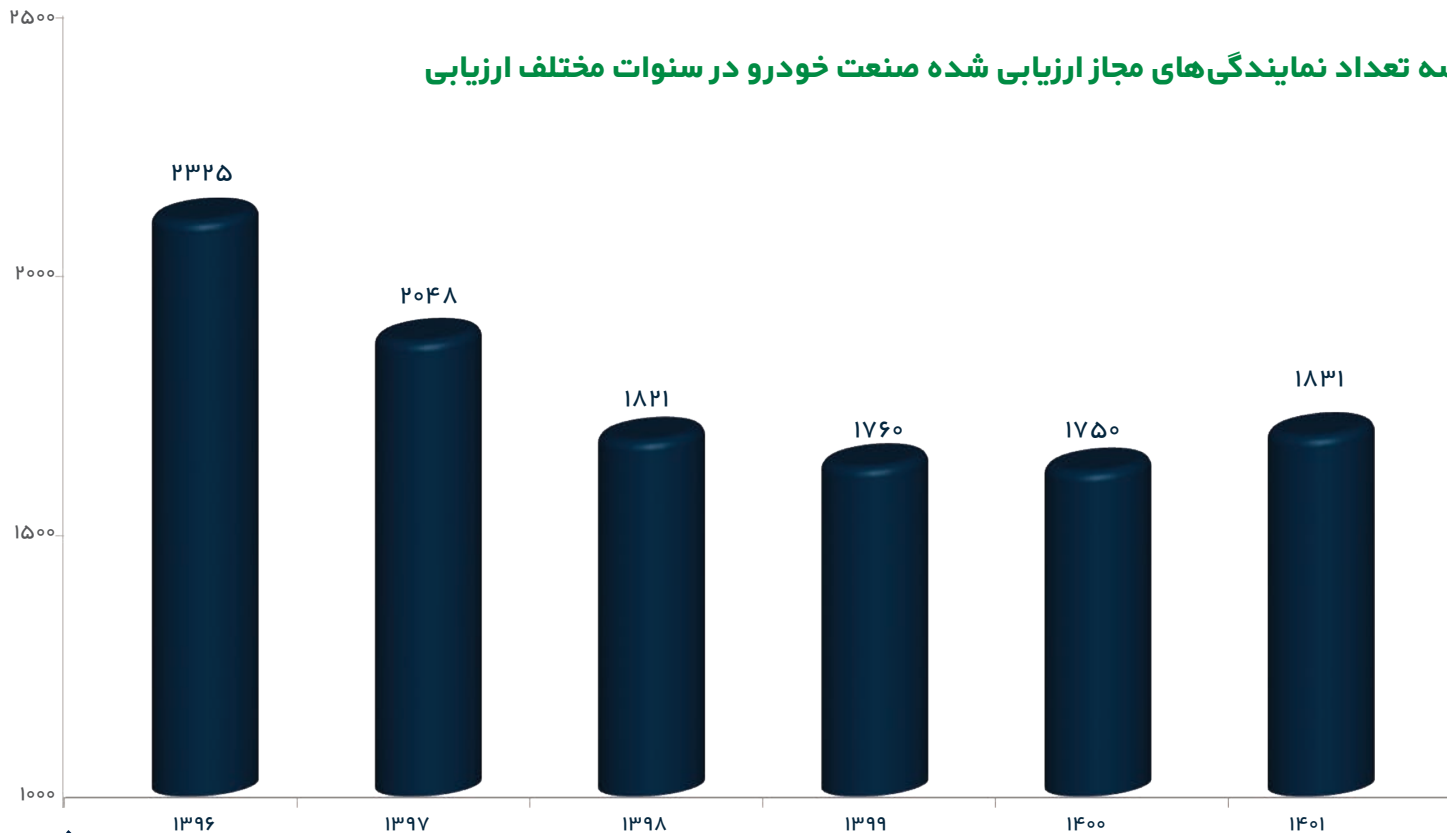
نام شرکت	لوگو	ردیف
ایران خودرو دیزل		۱
آریا دیزل		۲
آرین دیزل پایا		۳
بهمن دیزل		۴
ارس خودرو دیزل (تکا)		۵
تکتاز خودرو		۶
توسعه صادرات ارگ پارس		۷
تیراژ دیزل		۸
رخش خودرو دیزل		۹
سایپا دیزل		۱۰
سروش دیزل مبنا		۱۱
سیبا موتور		۱۲



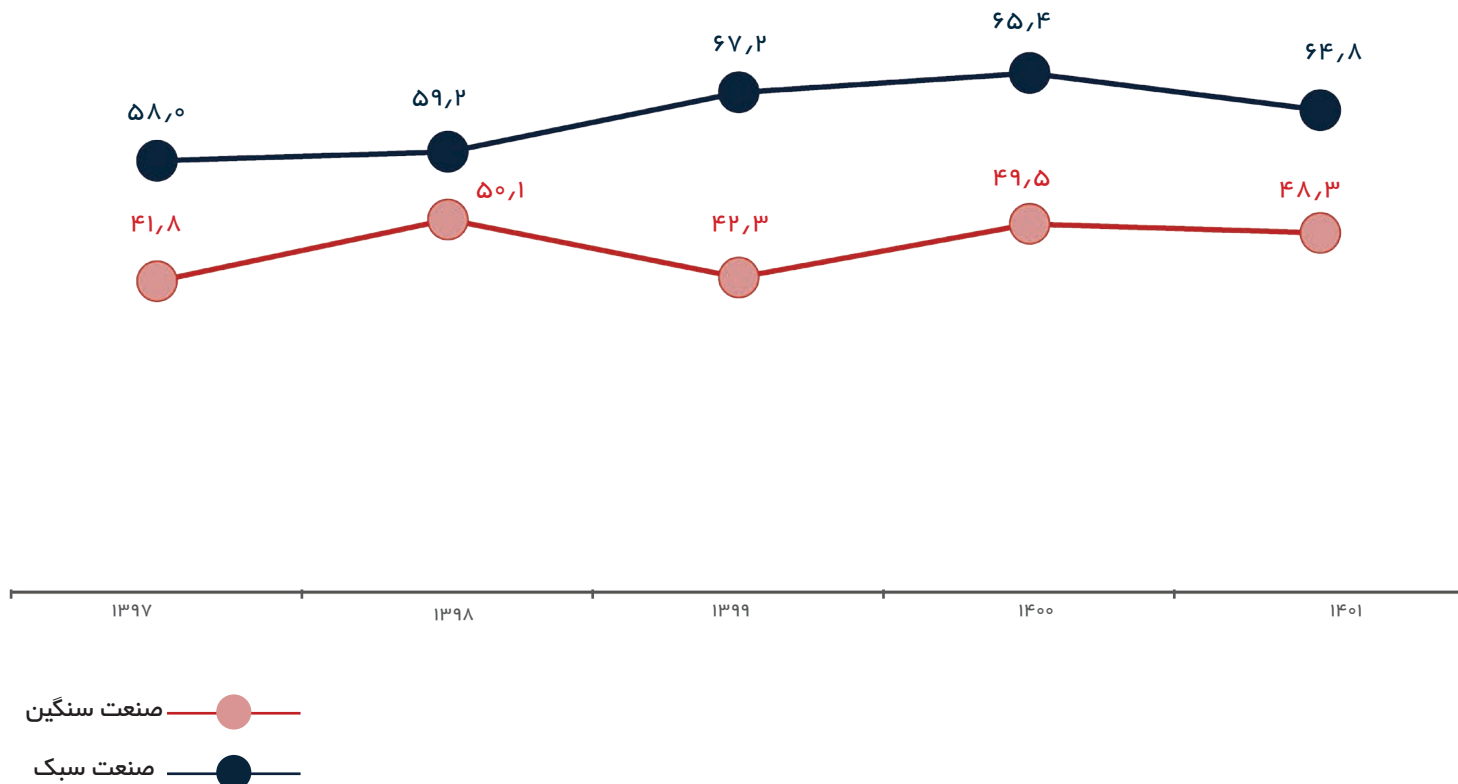
لیست شرکت‌های سنگین تحت ارزیابی در سال ۱۴۰۱

نام شرکت	لوگو	ردیف
شایان دیزل صنعت پارس		۱۳
عقاب افشان		۱۴
کاریزان خودرو		۱۵
مایان فولاد		۱۶
مجتمع صنعتی پیلسان		۱۷

مقایسه تعداد نمایندگی‌های مجاز ارزیابی شده صنعت خودرو در سنوات مختلف ارزیابی



رند امتیاز شاخص وضعیت خدمات فروش



گزارش وضعیت انطباق ستاد

خدمات فروش شرکت‌های

عرضه کننده خودرو

با الزامات آیین نامه اجرائی قانون حمایت

از حقوق مصرف کنندگان خودرو

۱- شاخص کیفیت خدمات ۱-۱- زیرشاخص رعایت ضوابط مربوط به روش های مختلف فروش (براساس جدول مربوطه)

عامل ← فروش اینترنتی و روش های اطلاع رسانی

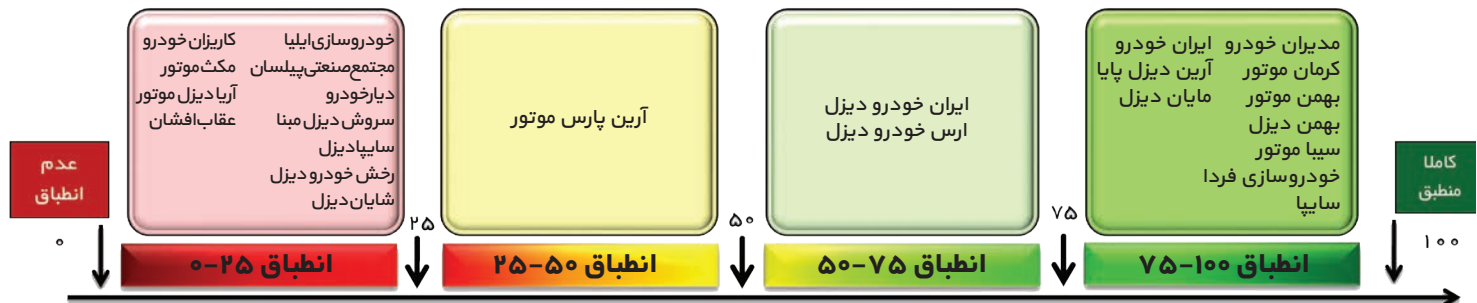
ماده ۳- آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

- عرضه کننده موظف است در سامانه اطلاع رسانی خود، نسبت به فروش اینترنتی محصولات با قید مشخصات خودرو و شرایط فروش اقدام نماید.
- تبصره- عرضه کننده موظف است حداقل دو روز کاری قبل از اجرای فرآیند فروش شرایط موصوف را اطلاع رسانی عمومی نماید.

وضعیت مورد انتظار:

- الزام اطلاع رسانی ۲ روز کاری قبل از شروع
- الزام عدم خرید اینترنتی توسط نمایندگی ها
- الزام حداقل فروش ۲۰٪ خودروهای بصورت اینترنتی
- امکان انتخاب نمایندگی جهت تحویل خودرو توسط مشتری
- روش های اطلاع رسانی فروش اینترنتی: نصب در تابلوی اصلی نمایندگی، وب سایت شرکت و پیامک / تلفن به مشتریان قدیمی

وضعیت موجود:



۱- شاخص کیفیت خدمات ۱-۱- زیرشاخص رعایت ضوابط مربوط به روش های مختلف فروش (براساس جدول مربوطه)

عامل اطلاع رسانی موارد لازم در فروش

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

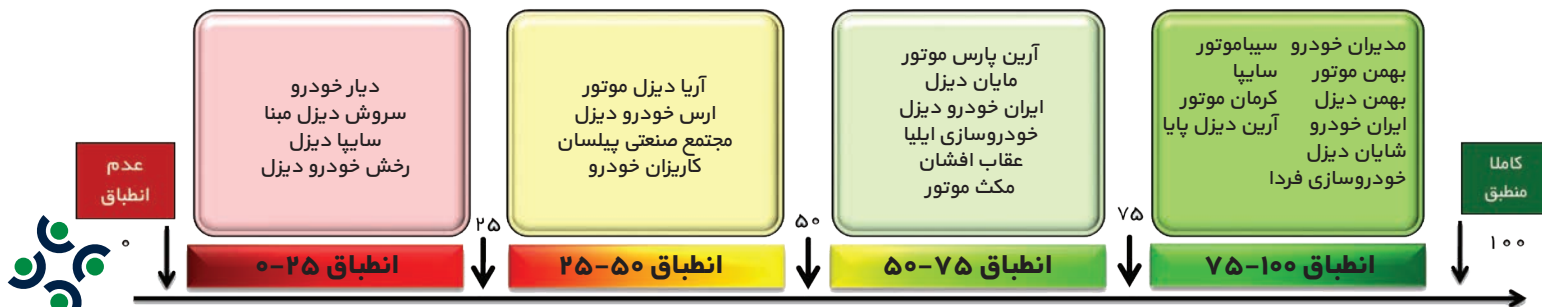
- عرضه کننده موظف است در سامانه اطلاع رسانی خود، نسبت به فروش اینترنتی محصولات با قید مشخصات خودرو و شرایط فروش از قبیل نشان تجاری، نوع، تیپ، رنگ، تجهیزات درخواستی، قیمت خودرو، سود مشارکت، زمان تحویل و سایر موارد مرتبط اقدام نماید.

وضعیت مورد انتظار:

اطلاعات لازم در فروش اینترنتی شامل:

- نشان تجاری
- نوع، تیپ، رنگ و تجهیزات درخواستی
- قیمت، سود مشارکت، زمان تحویل و ...

وضعیت موجود:



۱- شاخص کیفیت خدمات ۱-۱- زیرشاخص رعایت ضوابط مربوط به روش‌های مختلف فروش (براساس جدول مربوطه)

عامل الزامات مندرج در متن قرارداد فروش

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

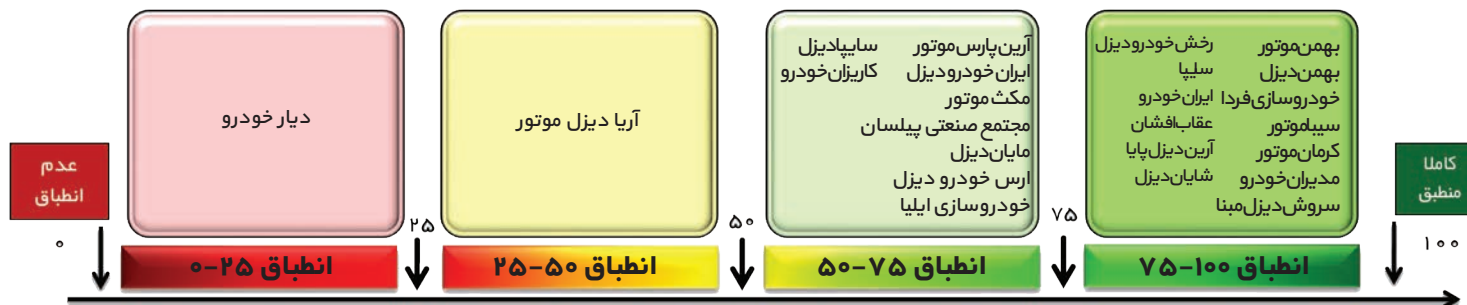
- ماده ۴- عرضه‌کننده موظف است قیمت نهایی محصولات خود به همراه قید نوع، تیپ، رنگ و متعلقات، ضوابط و روش‌های مختلف فروش و فرآیند خرید را به صورت شفاف و روشن مطابق جدول مربوطه تهیه و در پایگاه اطلاع‌رسانی و نمایندگی‌های مجاز فروش خود، در دسترس متقاضیان خرید قرار دهد.

وضعیت مورد انتظار:

شفاف سازی شرایط فروش از جمله:

- قیمت، زمان تحویل به هفته، نحوه محاسبه روزها (کاری و غیر کاری)، نحوه پرداخت، شرایط محاسبه خسارت دیرکرد و ...
- الزامات مندرج در متن قرارداد فروش (نشان تجاری، نوع، تیپ، رنگ، تجهیزات درخواستی، قیمت، سود مشارکت، زمان تحویل، خسارت تأخیر ...)

وضعیت موجود:



۱- شاخص کیفیت خدمات ۱-۱- زیرشاخص رعایت ضوابط مربوط به روش های مختلف فروش (براساس جدول مربوطه)

عامل الزامات فرآیند عقد قرارداد فروش

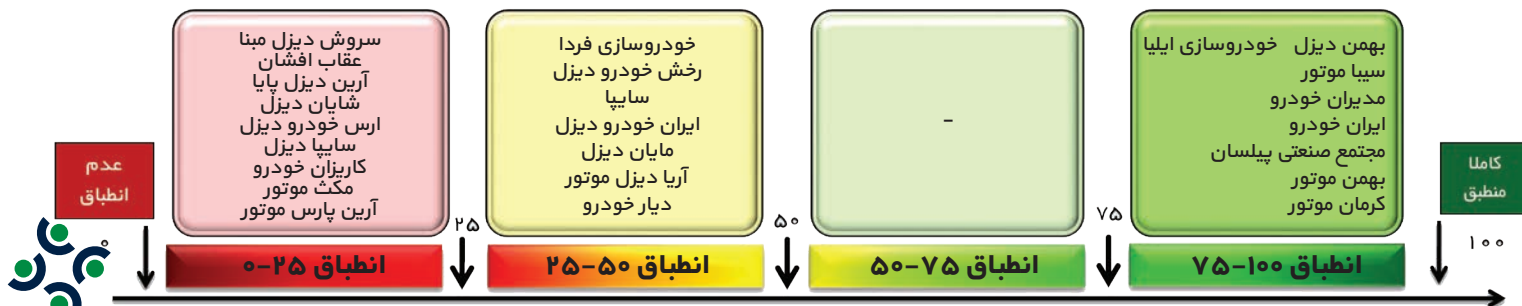
ماده ۴، ۵، ۶ و ۷- آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

- ماده ۵- عرضه کننده موظف است قبل از اقدام به پیش فروش خودرو، مجوز مربوط شامل تعداد خودروی قابل عرضه را از وزارت اخذ نماید.
- ماده ۶- عرضه کننده موظف است نسبت به عقد قرارداد فروش با مصرف کننده اقدام نماید.
- ماده ۷- انتقال خودرو به سایر متقاضیان در نوبت در صورت عدم تصفیه حساب مشتری ظرف ۱۵ روز کاری پس از ابلاغ دعوت نامه کتبی عرضه کننده.

وضعیت مورد انتظار:

- دریافت مجوز پیش فروش از وزارت صمت
- درج اطلاعات مجوز در آگهی ها و تبلیغات (شماره و تاریخ مجوز، تعداد خودرو)
- الزامات عقد قرارداد فروش (عدم واریز وجه قبل از عقد قرارداد، بازگذاری فرمت قرارداد در وب سایت، قابلیت ردیابی کلیه قراردادها در وب سایت و...)
- الزامات بعد از عقد قرارداد (ارسال کتبی دعوتنامه، مهلت تسویه ۱۵ روز کاری، اطلاع رسانی سیستمی دعوتنامه، امکان پیگیری روند خرید و...)

وضعیت موجود:



۱- شاخص کیفیت خدمات ۱-۱- زیرشاخص رعایت ضوابط مربوط به روش‌های مختلف فروش (براساس جدول مربوطه)

عامل  فرآیندهای مرتبط با بازاریابی

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

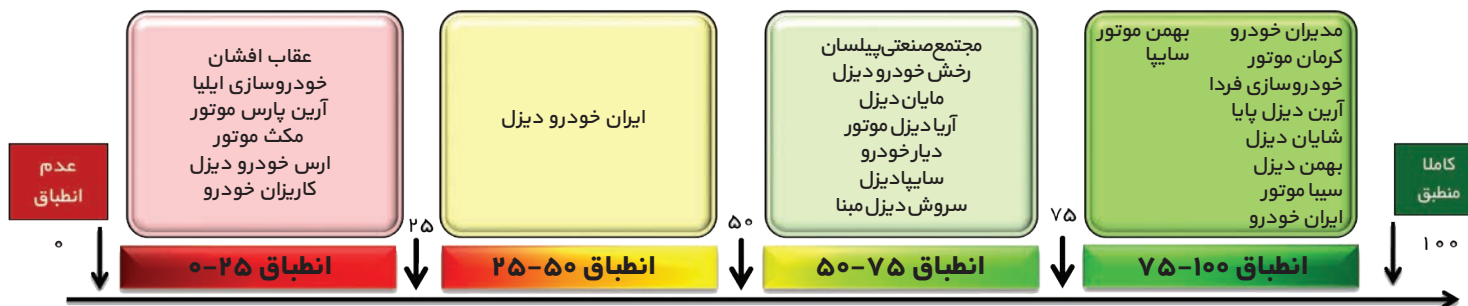
عرضه‌کننده موظف است نسبت به تهیه نظامات و دستورالعمل‌های خدمات فروش از قبیل تعیین حداقل سطح کمی و کیفی واسطه‌های فروش و خدمات فروش و نمایندگی‌های مجاز اقدام و بر حسن اجرای آن، در چارچوب مفاد این ماده نظارت نماید.

الف- عرضه‌کننده موظف است در سامانه اطلاع‌رسانی خود با توجه به ماده (۳) آیین نامه، نسبت به فروش اینترنتی محصولات با قید مشخصات خودرو و شرایط فروش از قبیل نشان تجاری، نوع، تیپ، رنگ، تجهیزات درخواستی، قیمت خودرو، سود مشارکت، زمان تحویل اقدام نماید.

وضعیت مورد انتظار:

● تعریف فرآیندهای مرتبط با بازاریابی (روش اطلاع‌رسانی و مذاکره با مشتریان، روش تبلیغات و روش حفظ و توسعه بازار)

وضعیت موجود:



۱- شاخص کیفیت خدمات ۱-۱- زیرشاخص رعایت ضوابط مربوط به روش‌های مختلف فروش (براساس جدول مربوطه)

عامل ← فرآیندهای مرتبط با فروش

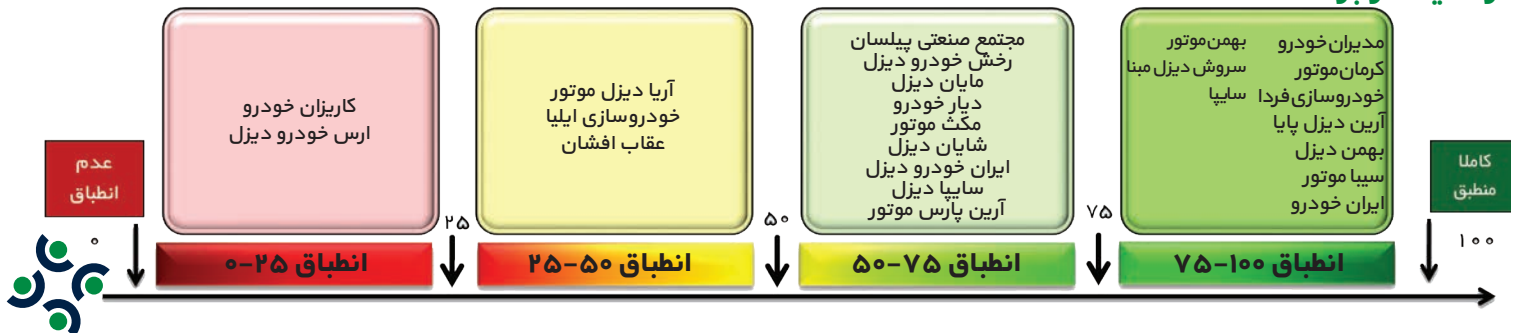
ماده ۱۱-الف- آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو:

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

وضعیت مورد انتظار:

- تعریف فرآیندهای مرتبط با فروش (فرآیند ثبت نام، فرآیند تحویل دعوتنامه، فرآیند انصراف از خرید، فرآیند تبدیل و فرآیند درخواست امانی)

وضعیت موجود:



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

عامل ← تدوین استاندارد آموزشی پرسنل شبکه / نیازسنجی آموزشی پرسنل شبکه / برنامه ریزی و اجرای آموزش پرسنل شبکه

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

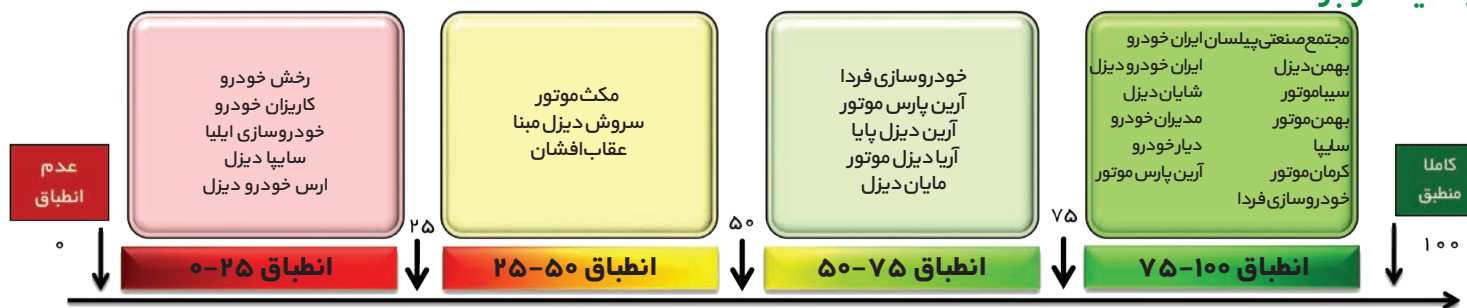
نظام آموزش کارکنان شرکت عرضه کننده و نمایندگی‌های مجاز :

شرکت عرضه کننده یا واسطه خدمات فروش خودرو می‌بایست اقدامات لازم را در جهت تدوین استاندارد، نیازسنجی، برنامه‌ریزی و اجرای فرآیند آموزشی و کنترل مهارت و اندازه‌گیری میزان اثربخشی کارکنان شبکه خدمات فروش براساس قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آیین نامه اجرائی آن، انجام دهد.

وضعیت مورد انتظار:

- تدوین استاندارد آموزشی کارکنان بر اساس جزوات آموزشی و دستورالعمل‌های فنی و تعمیراتی تخصصی خودروهای تحت مسئولیت به زبان فارسی
- بررسی نیازهای آموزشی کارکنان در تطابق با استاندارد آموزشی هر پست
- طرح‌ریزی دو نوع برنامه آموزشی بلند مدت و جاری (حداکثر یک سال) مطابق با نیازسنجی
- پایش اثربخشی دوره‌های آموزشی در چهارسطح شامل جمع‌آوری اطلاعات، تجزیه و تحلیل، تعریف اقدامات اصلاحی و پیگیری و اجرای اقدامات

وضعیت موجود:



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

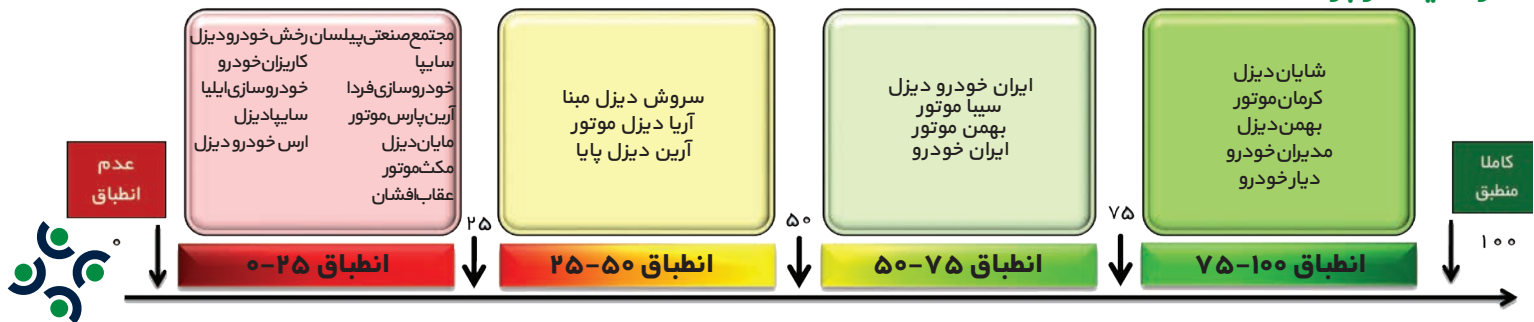
عامل  **تدوین استاندارد آموزشی پرسنل ستاد / نیازسنجی آموزشی پرسنل ستاد / برنامه‌ریزی و اجرای آموزش پرسنل ستاد**
ماده ۱۱-ث- آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

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

وضعیت مورد انتظار:

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

وضعیت موجود:



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

عامل طراحی و اجرای مکانیزم نظارت بر شبکه

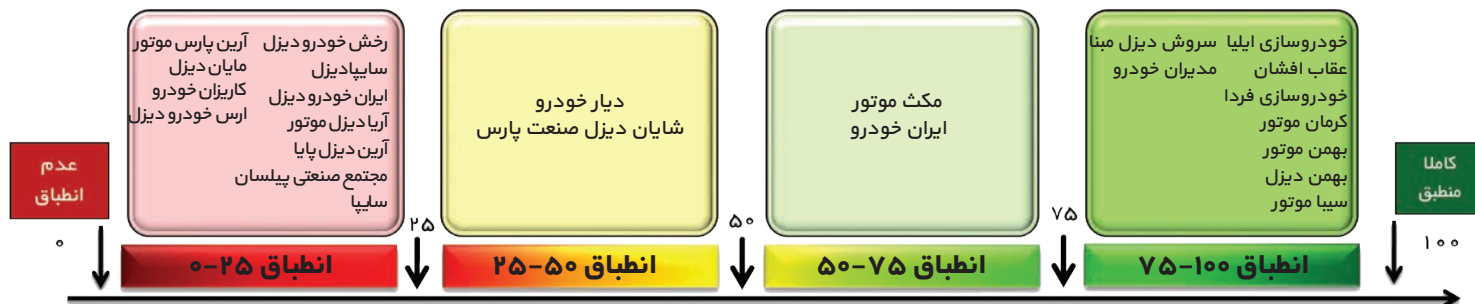
ماده ۱۱-د- آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

- ارتقای کمی و کیفی نظارت بر نمایندگی های مجاز :
- طرح ریزی و اجرای سیستم نظارتی بر نمایندگی های مجاز بر اساس پارامترهای مورد انتظار

وضعیت مورد انتظار:

- تدوین، اجرا و پایش اثربخشی فرآیند نظارت بر نمایندگی های فروش (تدوین دستورالعمل فرآیند نظارت بر شبکه)
- حداقل موارد نظارت بر شبکه نمایندگان فروش (تجهیزات اداری و رفاهی، تجهیزات PDS، شرایط محیطی، پارکینگ و نور فضاها، فضای اداری، انتظار مشتری، تعداد و شرایط تابلو، الزامات ایمنی محیط، الزامات نظافت و تمیزی، امکانات رفاهی مشتریان و الزامات ظاهری کارکنان)

وضعیت موجود:



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

عامل طراحی و اجرای مکانیزم تشویق و تنبیه نمایندگی‌ها

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

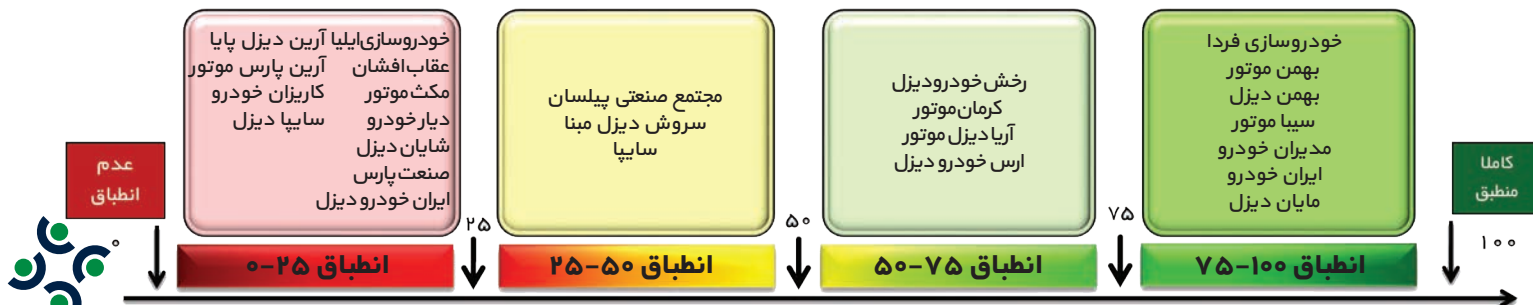
- نظام تشویق و تنبیه نمایندگی‌های مجاز:
- تدوین و اجرای نظام انگیزشی نمایندگی‌های مجاز براساس الزام آیین نامه و با در نظر گرفتن نتایج رتبه بندی نمایندگی‌های مجاز مطابق با دستورالعمل شرایط و ضوابط و ارزیابی خدمات پس از فروش صنعت خودرو

وضعیت مورد انتظار:

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

- وجود مکانیزم تشویق نمایندگی‌ها
- میزان اجرای مکانیزم

وضعیت موجود:



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

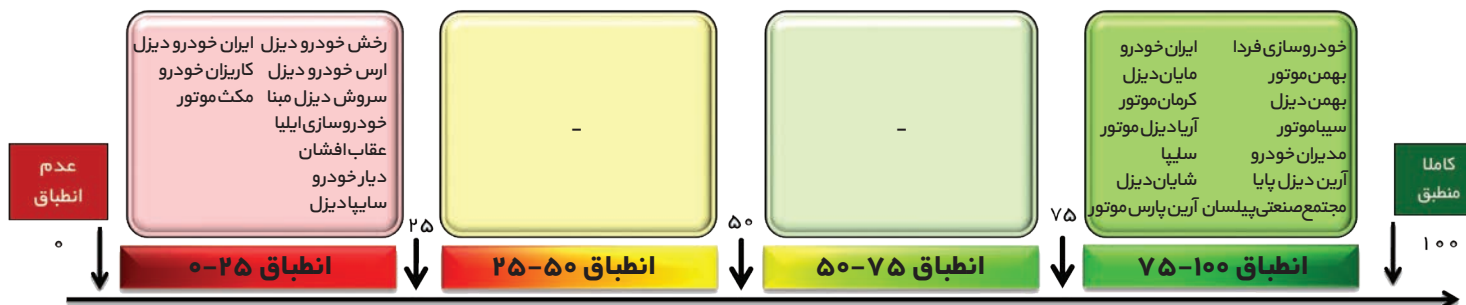
عامل طراحی و اجرای نظام نظرسنجی و دریافت بازخوردهای مشتریان
ماده ۱۱-ر- آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

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

وضعیت مورد انتظار:

- تدوین مکانیزم نظرسنجی و دریافت بازخوردهای مشتریان بر اساس الزامات آیین نامه و پایش اثربخشی این فرآیند
- تعیین هدف، محاسبه شاخص، تجزیه و تحلیل، تعیین اقدام و اجرای آن در این نظرسنجی بررسی می شود

وضعیت موجود:



۱- شاخص کیفیت خدمات ۱-۶- زیرشاخص تدوین و اجرای دستورالعمل کنترل خودرو قبل از تحویل (PDS) عامل تدوین و اجرای دستورالعمل کنترل خودرو قبل از تحویل به (PDS) ماده ۹- آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

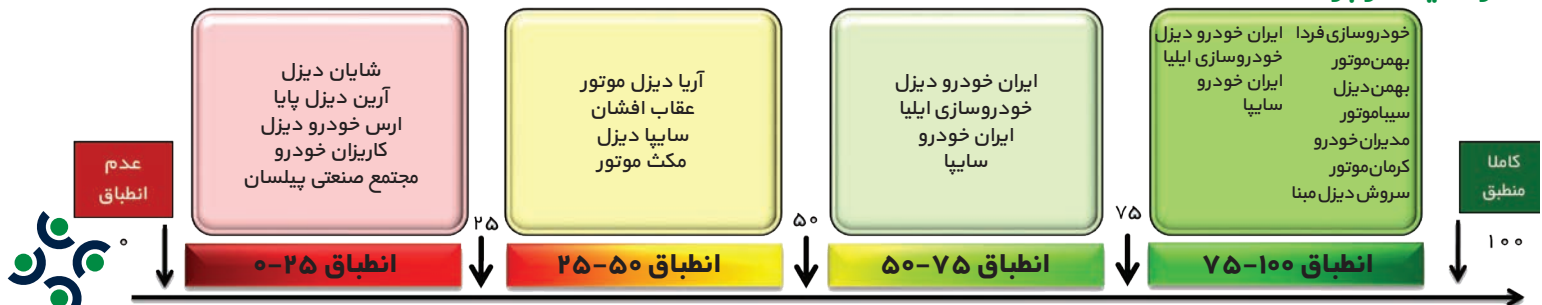
بازرسی قبل از تحویل خودرو:

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

وضعیت مورد انتظار:

- خودروی تحویلی به مشتری میبایست کاملاً تمیز و عاری از هرگونه گرد و غبار باشد.
- خودروی تحویلی به مشتری میبایست کمتر از ۹۹ کیلومتر پیمایش نموده باشد.
- شاخص اثربخشی این فرآیند: نسبت خودروهای مراجعه کرده به تعمیرگاه قبل از سرویس اولیه ناشی از عدم اجرای PDS به کل خودروهای فروخته شده.

وضعیت موجود:



۲- شاخص سرعت خدمات ۲-۱- زیرشاخص سیستم‌های ارتباطی و اطلاعاتی

عامل  پیاده سازی سیستم‌های ارتباطی و اطلاعاتی

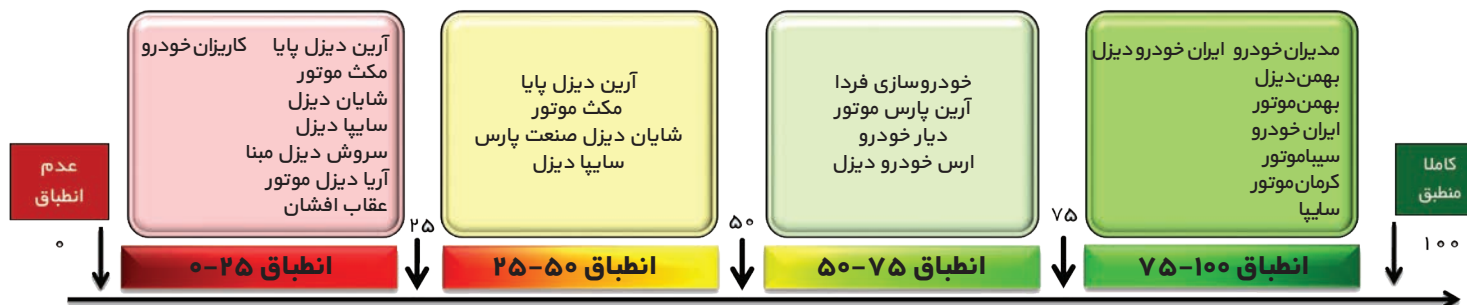
ماده ۱۱۱۶-د-آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

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

وضعیت مورد انتظار:

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

وضعیت موجود:



۲- شاخص سرعت خدمات ۲-۲- زیرشاخص اعطاء و لغو نمایندگی‌ها

عامل ← طراحی و اجرای مکانیزم اعطاء و لغو نمایندگی‌ها

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

نظام تشویق، تنبیه و اعطاء و لغو نمایندگی‌های مجاز خودرو:

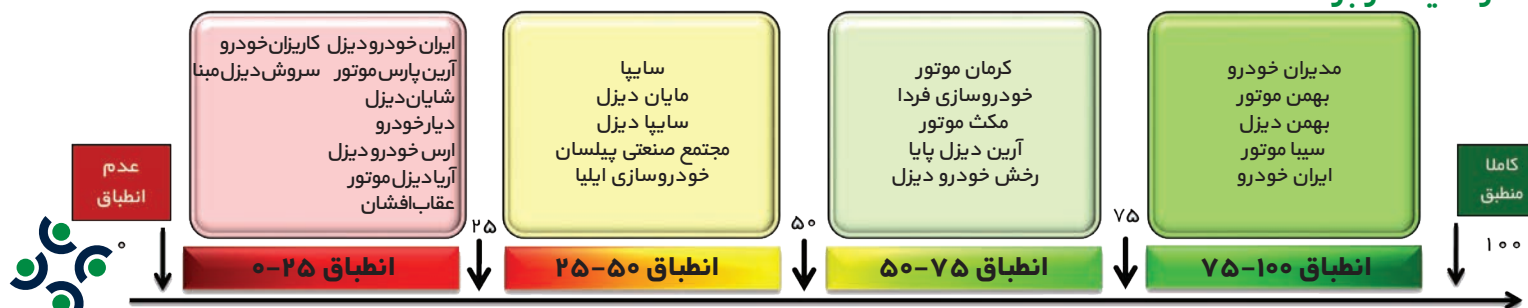
- تدوین دستورالعمل اعطاء و لغو نمایندگی‌های مجاز
- لغو نمایندگی‌های با سطح کیفی غیر قابل قبول

وضعیت مورد انتظار:

تدوین مکانیزم اعطاء و لغو شبکه فروش نمایندگی‌ها بر اساس الزامات آیین نامه و پایش اثربخشی این فرآیند از طریق شاخص‌های ذیل:

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

وضعیت موجود:



۲- شاخص سرعت خدمات ۲-۲- زیرشاخص اعطاء و لغو نمایندگی‌ها

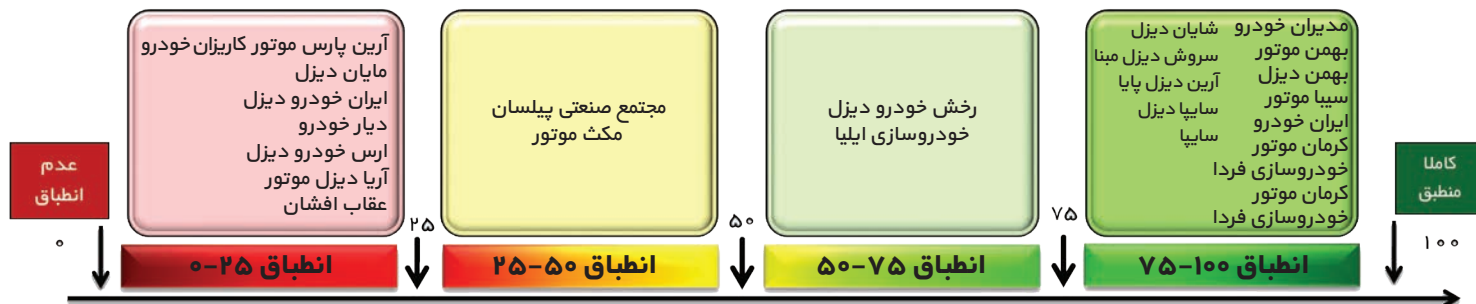
عامل  طراحی و اجرای مکانیزم توسعه شبکه نمایندگی‌ها
ماده ۱۱-خ-د- آیین‌نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو:

ارتقای کمی و کیفی توسعه شبکه مجاز فروش: تدوین طرح توسعه شبکه نمایندگی مجاز شرکت عرضه‌کننده یا واسطه خدمات فروش با در نظر گرفتن پارامترهایی نظیر تعداد خودروهای عرضه شده، ضریب مراجعه تعمیراتی، نحوه توزیع و پراکنش خودروها و نمایندگی‌های مجاز و ...

وضعیت مورد انتظار:

تدوین مکانیزم توسعه شبکه فروش نمایندگی‌ها بر اساس الزامات آیین‌نامه و پایش اثربخشی این فرآیند از طریق شاخص‌های ذیل:
 ● تعریف سیاست فروش محصولات توسط مدیریت ارشد سازمان، طراحی مکانیزم توسعه شبکه فروش با توجه به سیاست فروش، تعریف شاخص‌های مناسب جهت پایش کفایت توسعه، تعداد نمایندگان فروش موجود و مورد نیاز، تعریف گانت چارت مناسب جهت توسعه شرکت

وضعیت موجود:



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

عامل اجرای مکانیزم رسیدگی به شکایات مشتریان

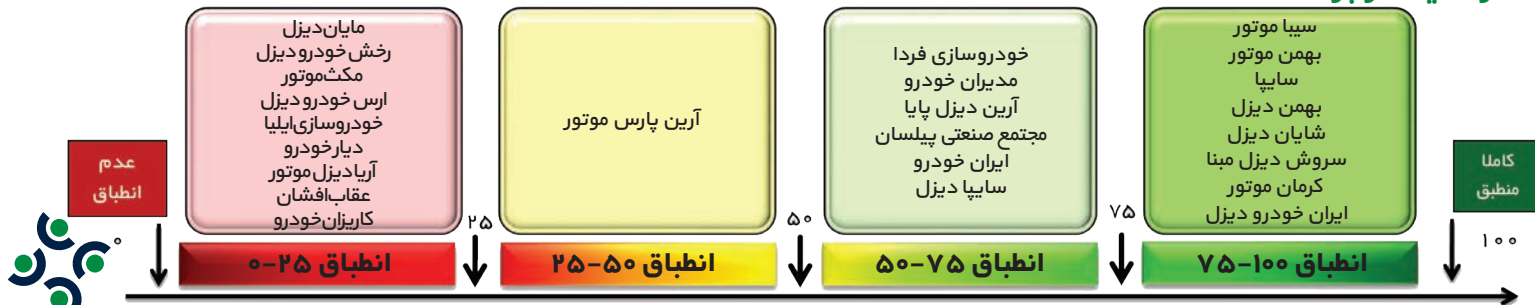
ماده ۱۱-ژ- آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

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

وضعیت مورد انتظار:

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

وضعیت موجود:



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

عامل اجرای مکانیزم حمل خودرو

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

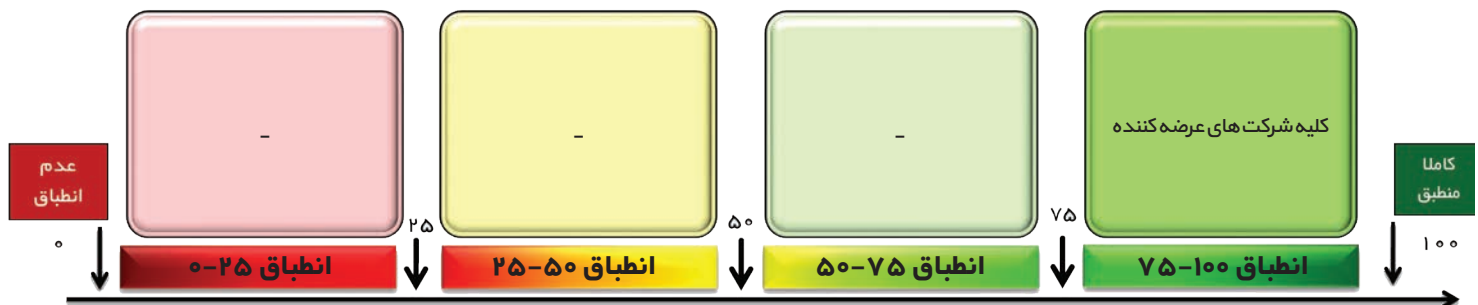
حمل مناسب خودرو از محل عرضه کننده تا نمایندگی مجاز:
عرضه کننده خودرو موظف است کلیه خودروهای فروخته شده را با در نظر گرفتن الزامات کیفی و ایمنی به محل نمایندگی های مجاز فروش حمل نماید.

وضعیت مورد انتظار:

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

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

وضعیت موجود:



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

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

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

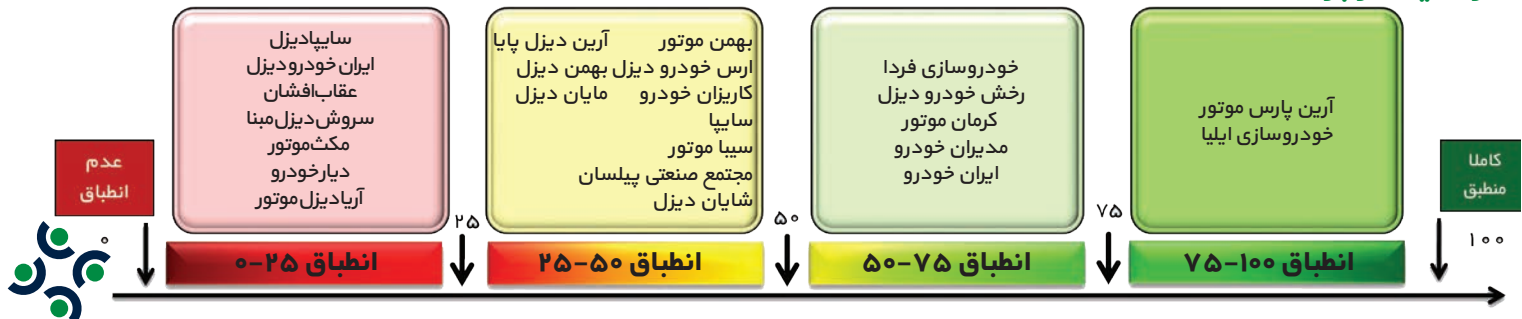
سود انصراف و خسارت تأخیر مندرج در بخش ضوابط فروش براساس تبصره ۲ ماده (۴) آیین نامه، به صورت روزشمار محاسبه می شود. عرضه کننده موظف است شرایط فروش خود را با توجه به پارامترهای ذیل شفاف سازی کند: قیمت خودرو، زمان تحویل (ماه و هفته)، نحوه محاسبه روزها با تاکید بر تعطیل و غیر تعطیل، نحوه پرداخت (زمان بندی)،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

وضعیت مورد انتظار:

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

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

وضعیت موجود:



۴- شاخص نتیجه عملکرد بررسی اثربخشی فرآیندها

عامل بررسی اثربخشی فرآیندهای جاری
آیین نامه و دستورالعمل اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو:

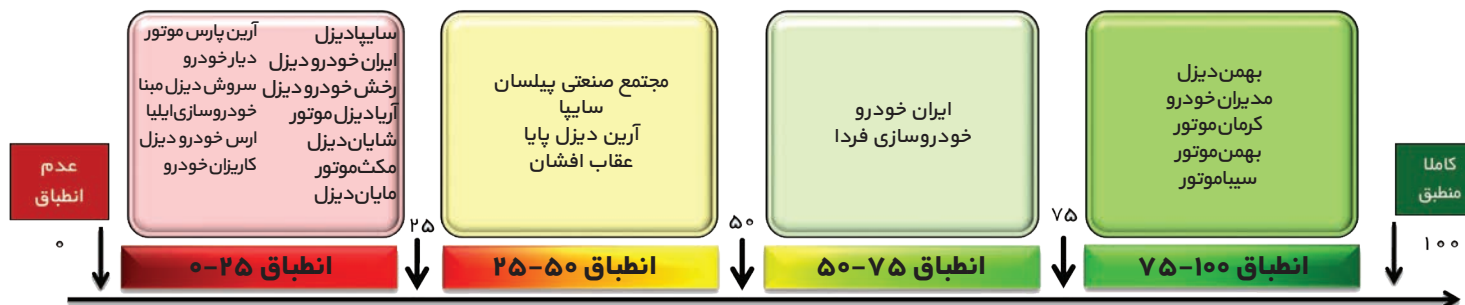
طراحی و اجرا مکانیزمی جهت پایش اثربخشی کلیه فرآیندهای آموزش پرسنل شبکه و ستاد، نظارت بر شبکه، نظرسنجی از مشتریان، رسیدگی به شکایات، فروش، پرداخت سود و خسارت، PDS، حمل خودرو

وضعیت مورد انتظار:

تدوین مکانیزم پایش اثربخشی فرآیندهای جاری شرکت از جمله:

- پایش اثربخشی فرآیند آموزش پرسنل شبکه
- پایش اثربخشی فرآیند آموزش پرسنل ستاد
- پایش اثربخشی فرآیند نظرسنجی از مشتریان
- پایش اثربخشی فرآیند رسیدگی به شکایات
- پایش اثربخشی فرآیند پرداخت سود و خسارت
- پایش اثربخشی فرآیند PDS
- پایش اثربخشی فرآیند نظارت بر شبکه
- پایش اثربخشی فرآیندهای فروش
- پایش اثربخشی فرآیند حمل خودرو

وضعیت موجود:

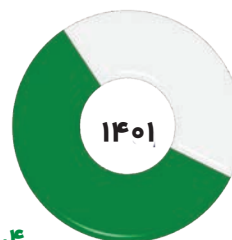
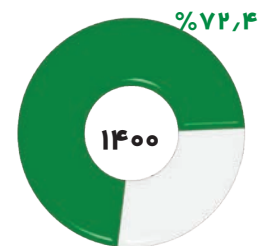


خلاصه نتایج ارزیابی
خدمات فروش شرکت های
عرضه کننده خودرو
سبک در سال ۱۴۰۱

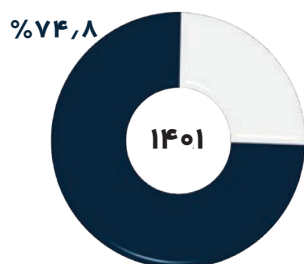
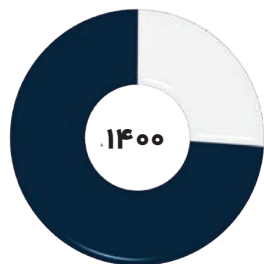


متوسط امتیاز شاخص‌های اصلی ارزیابی

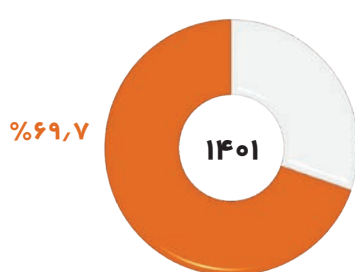
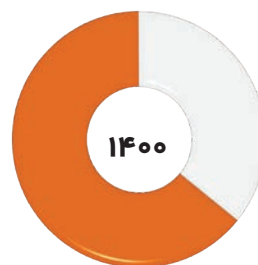
وضعیت سیستم خدمات فروش



وضعیت نمایندگی‌های مجاز



رضایتمندی مشتریان

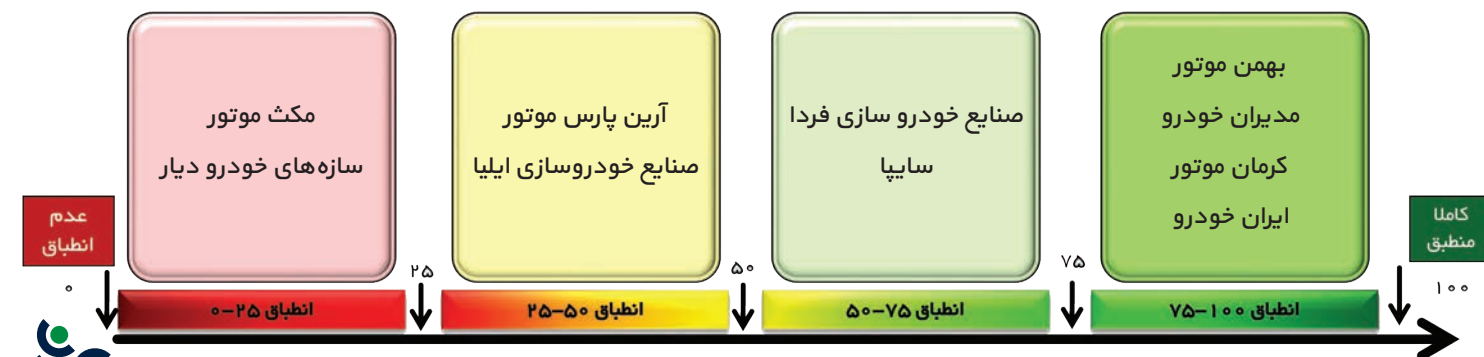


مقایسه وضعیت نظام مدیریتی شرکت‌ها

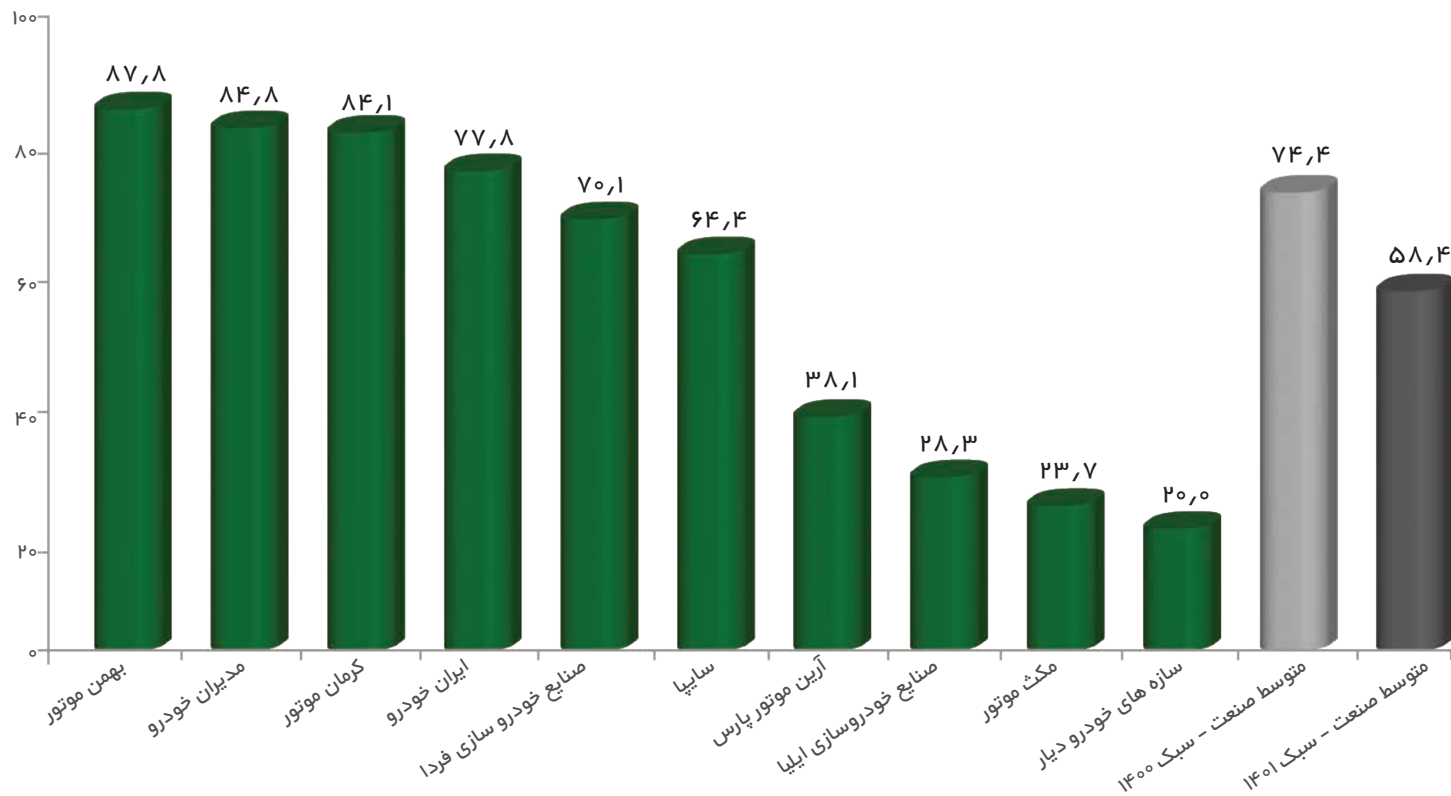
شامل بررسی پارامترهایی نظیر:

- رعایت ضوابط مربوط به روش‌های فروش
- آموزش کارکنان نمایندگی‌ها و ستاد
- الزامات مرتبط با شبکه نمایندگی‌های فروش
- جریمه تأخیر خسارات وارده به مشتریان
- فرآیند پاسخگویی و رسیدگی به شکایات مشتریان و ...
- سیستم پرداخت سود مشارکت و انصراف

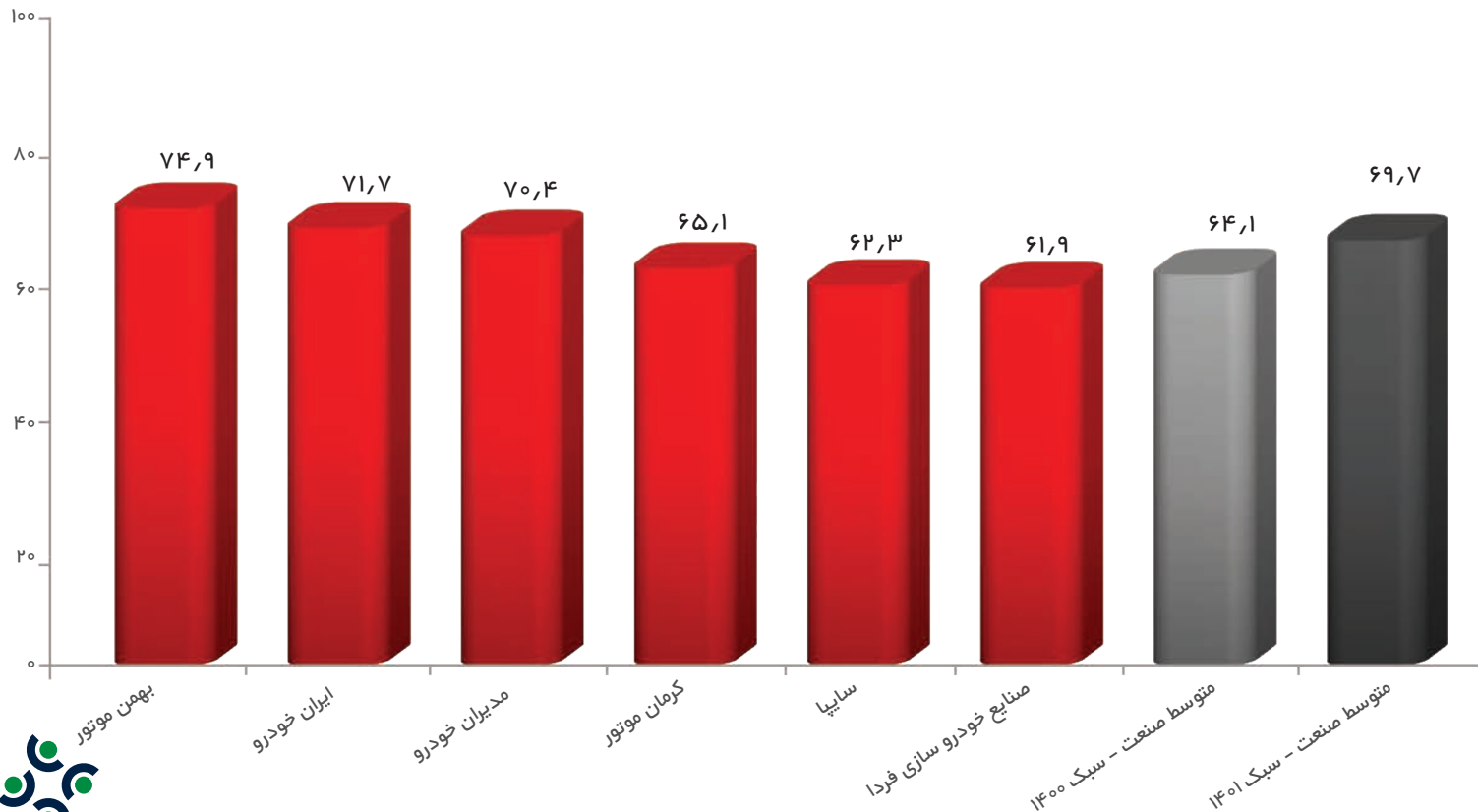
از حیث انطباق با الزامات آیین‌نامه اجرائی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو- خودروهای سبک



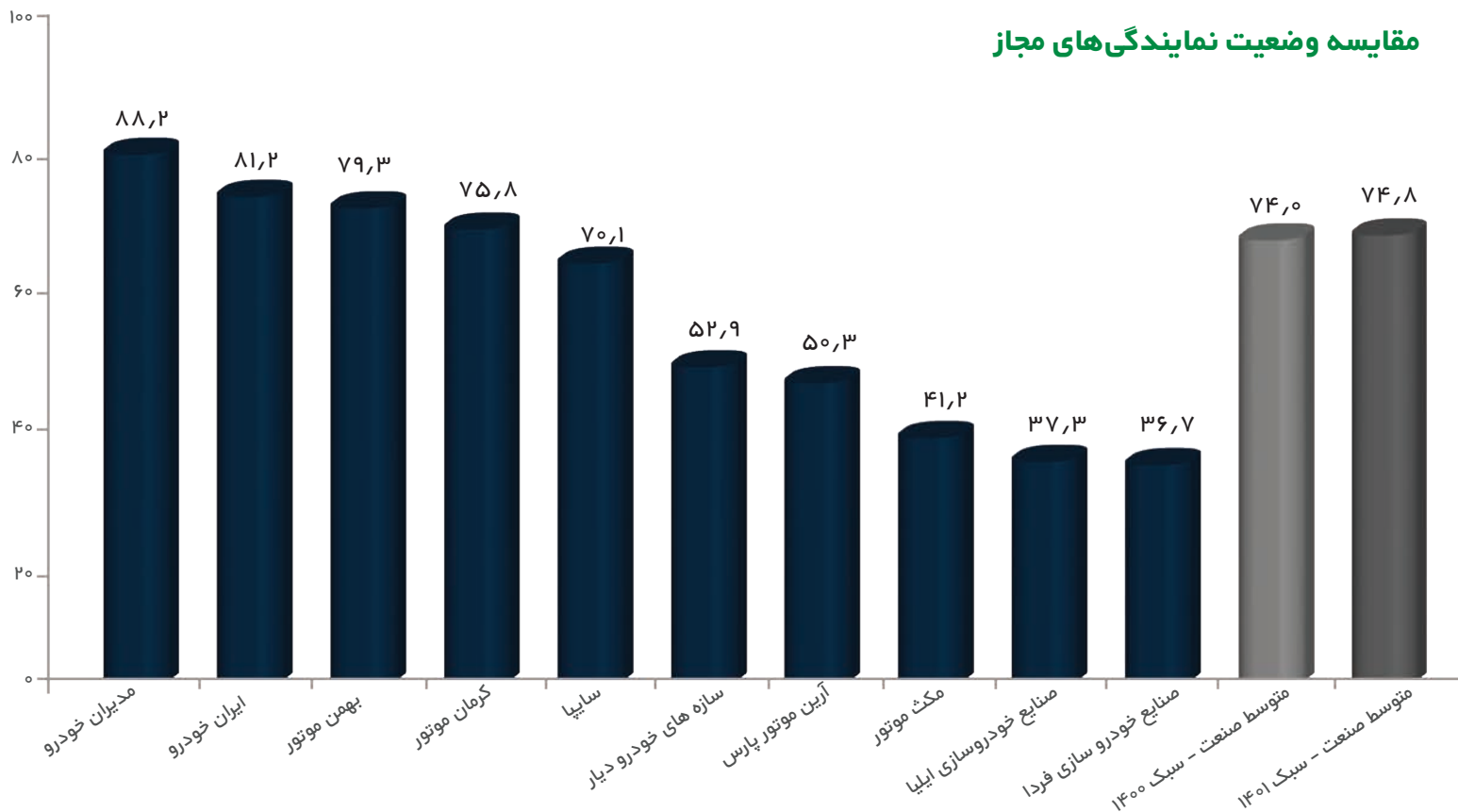
مقایسه وضعیت نظام مدیریتی شرکت‌ها



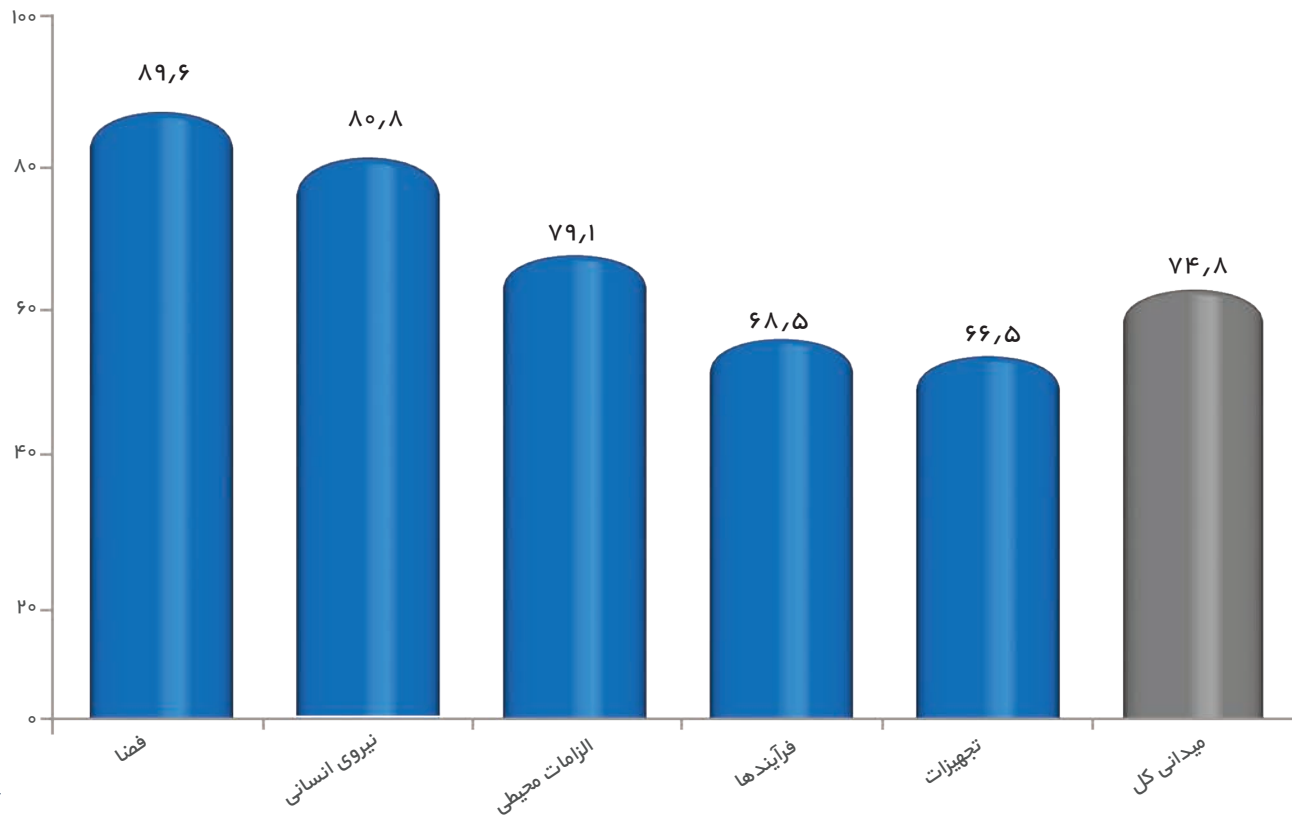
مقایسه امتیاز رضایتمندی مشتریان



مقایسه وضعیت نمایندگی‌های مجاز

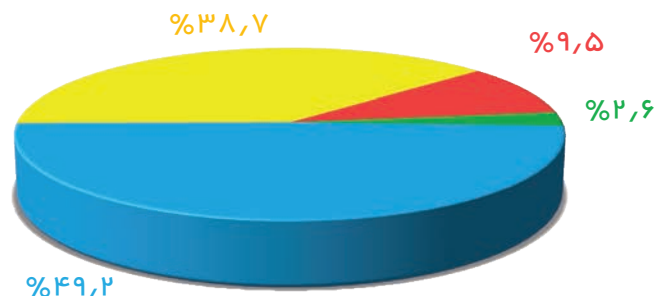


امتیاز شاخص‌های ارزیابی نمایندگی‌های مجاز

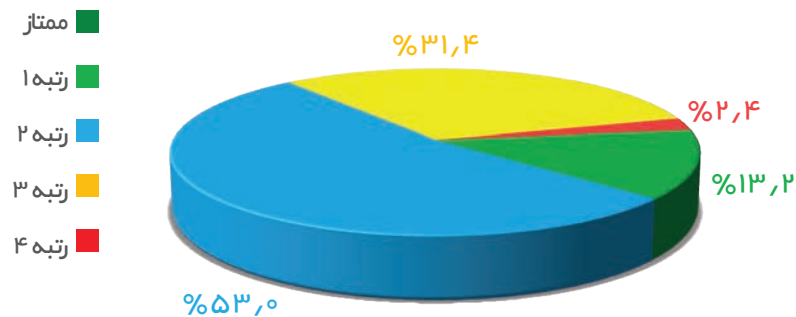


وضعیت رتبه‌بندی نمایندگی‌های مجاز

سال ۱۴۰۰



سال ۱۴۰۱



جدول رتبه‌بندی نمایندگی‌های مجاز

رتبه بندی	امتیاز کل (A)	وضعیت نمایندگی	نتیجه عملکرد
ممتاز	$95 \leq A \leq 100$	حداقل ۹۰ درصد	حداقل ۹۰ درصد
رتبه ۱	$85 \leq A < 95$	حداقل ۸۰ درصد	حداقل ۷۵ درصد
رتبه ۲	$70 \leq A < 85$	حداقل ۷۰ درصد	حداقل ۶۵ درصد
رتبه ۳	$55 \leq A < 70$	حداقل ۶۰ درصد	حداقل ۵۵ درصد
رتبه ۴	$A < 55$	پایین تر از ۶۰ درصد	پایین تر از ۵۵ درصد

رتبه خدمات فروش شرکت های عرضه کننده خودرو-سبک

	۲		بهمن موتور
	۲		مدیران خودرو
	۲		ایران خودرو
	۲		کرمان موتور
	۳		سایپا
	۳		صنایع خودرو سازی فردا
بدون رتبه	-		*آرین پارس موتور
بدون رتبه	-		*صنایع خودرو سازی ایلیا
بدون رتبه	-		*دیار خودرو (سازه های خودرو دیار)
بدون رتبه	-		*مکت موتور



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

جدول رتبه‌بندی شرکت‌های عرضه‌کننده خودرو در سال ۱۴۰۱

رتبه	امتیاز کل	نتیجه عملکرد
رتبه ۱	$85 \leq A \leq 100$	حداقل ۸۰ درصد
رتبه ۲	$70 \leq A < 85$	حداقل ۷۰ درصد
رتبه ۳	$55 \leq A < 70$	حداقل ۵۵ درصد
رتبه ۴	$A < 55$	پایین‌تر از ۵۵ درصد

خلاصه نتایج ارزیابی

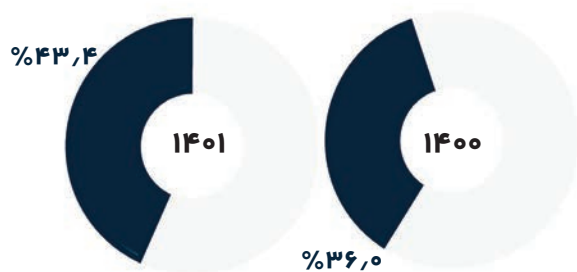
خدمات فروش ●●●●

شرکت‌های عرضه‌کننده خودرو سنگین

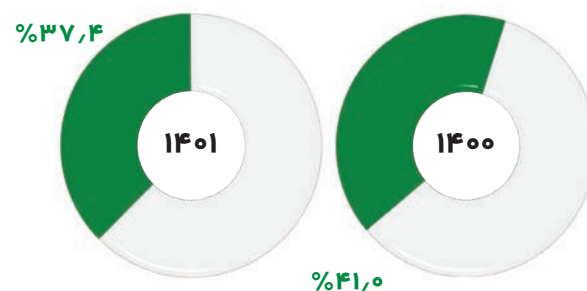
در سال ۱۴۰۱

متوسط امتیاز شاخص‌های اصلی ارزیابی

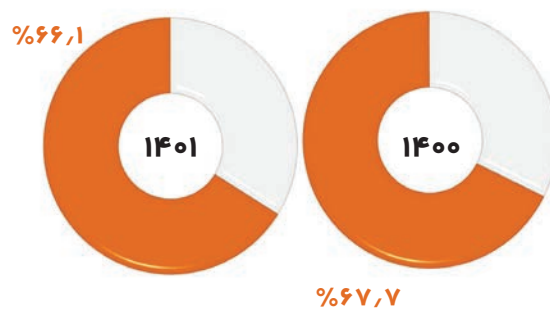
وضعیت نمایندگی‌های مجاز



وضعیت سیستم خدمات فروش



رضایتمندی مشتریان

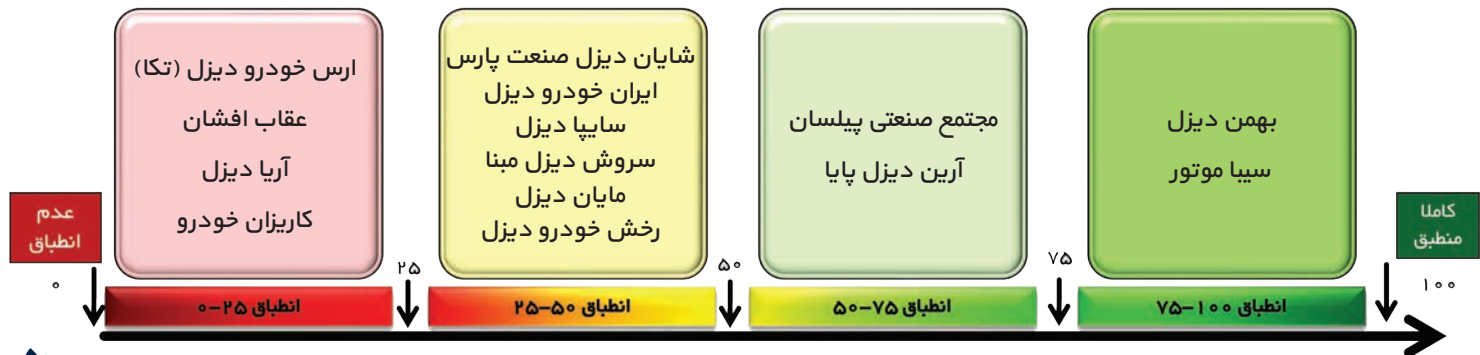


مقایسه وضعیت نظام مدیریتی شرکت‌ها

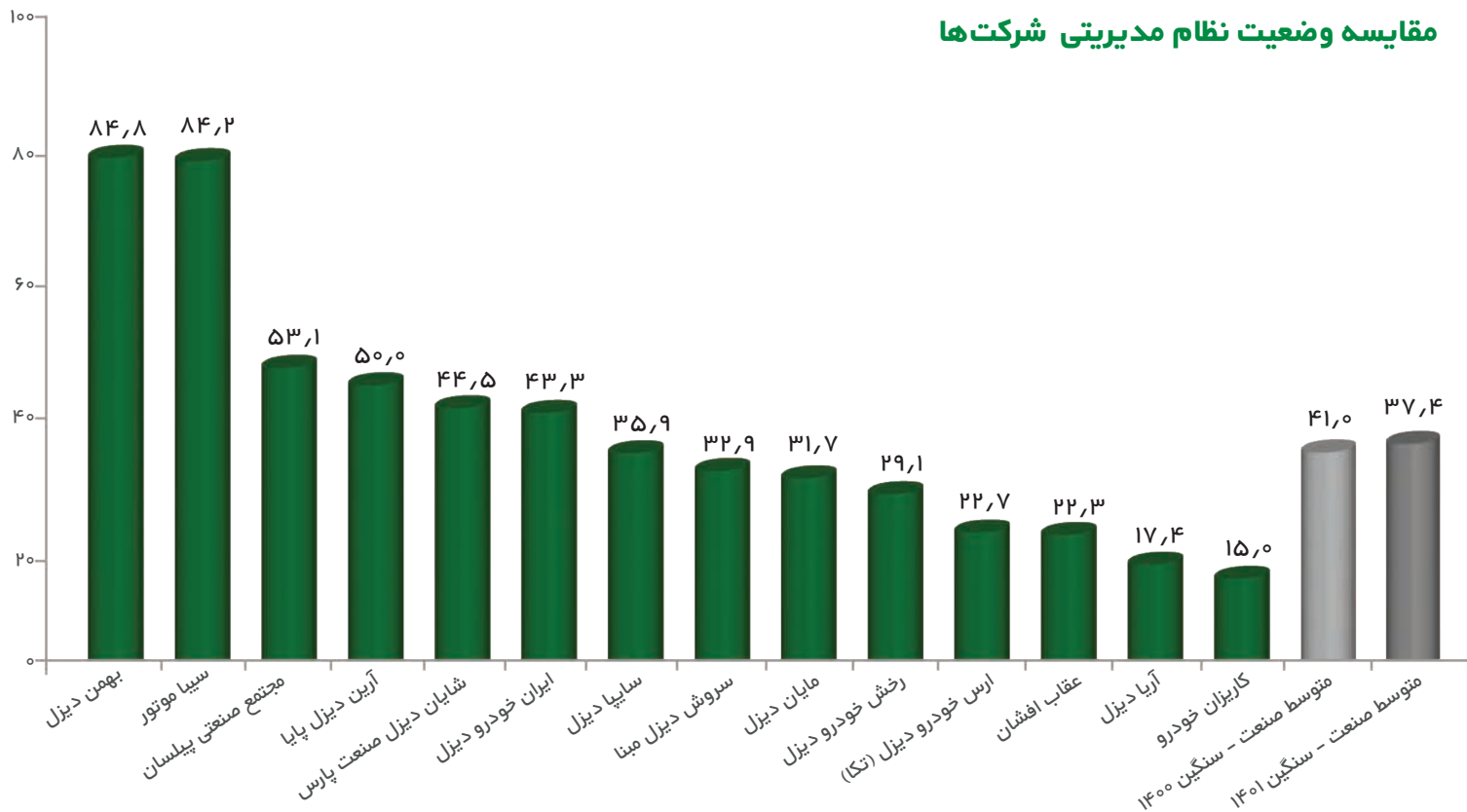
شامل بررسی پارامترهایی نظیر:

- رعایت ضوابط مربوط به روش‌های فروش
- آموزش کارکنان نمایندگی‌ها و ستاد
- الزامات مرتبط با شبکه نمایندگی‌های فروش
- جریمه تأخیر خسارات وارده به مشتریان
- فرآیند پاسخگویی و رسیدگی به شکایات مشتریان و ...
- سیستم پرداخت سود مشارکت و انصراف

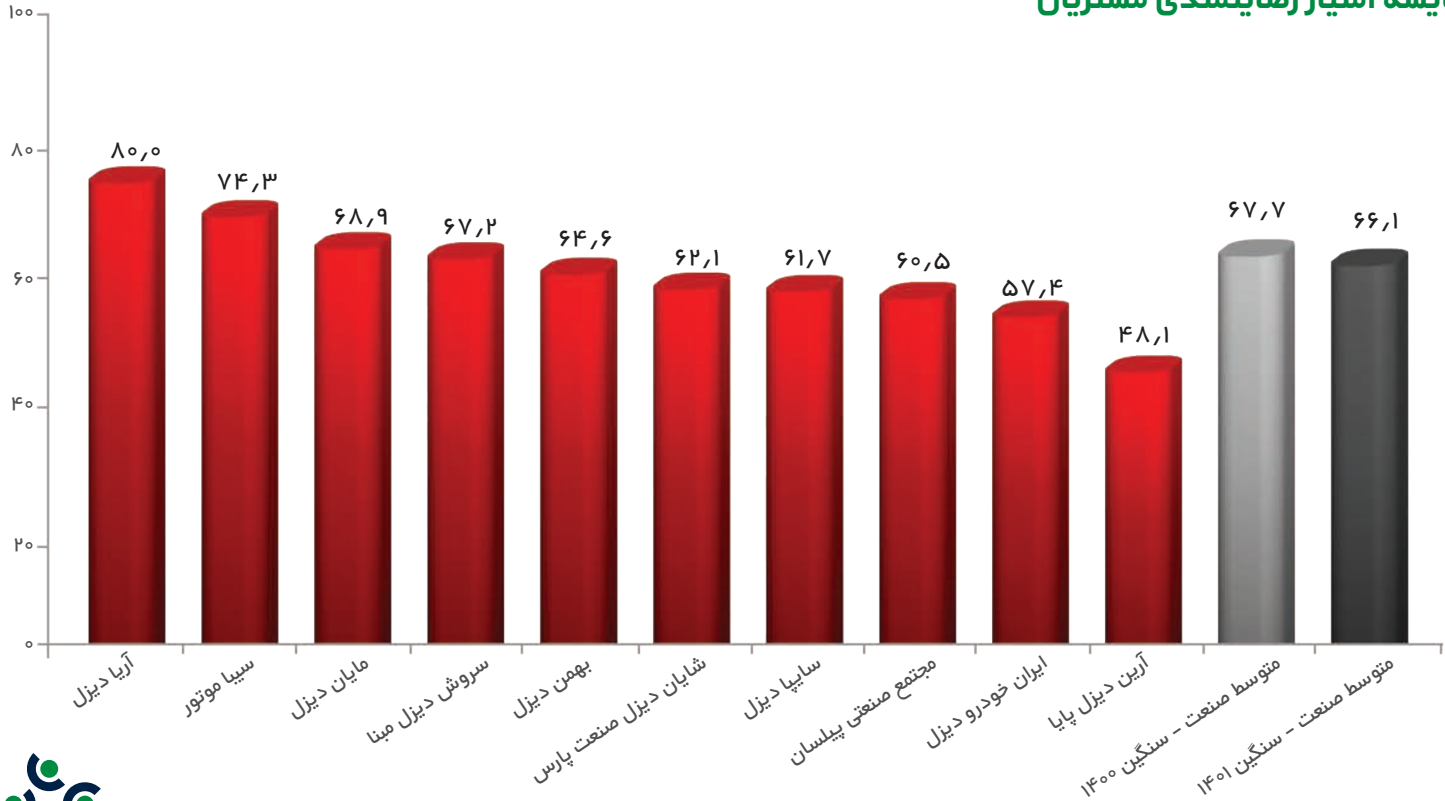
از حیث انطباق با الزامات آیین‌نامه اجرائی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو- خودروهای سنگین



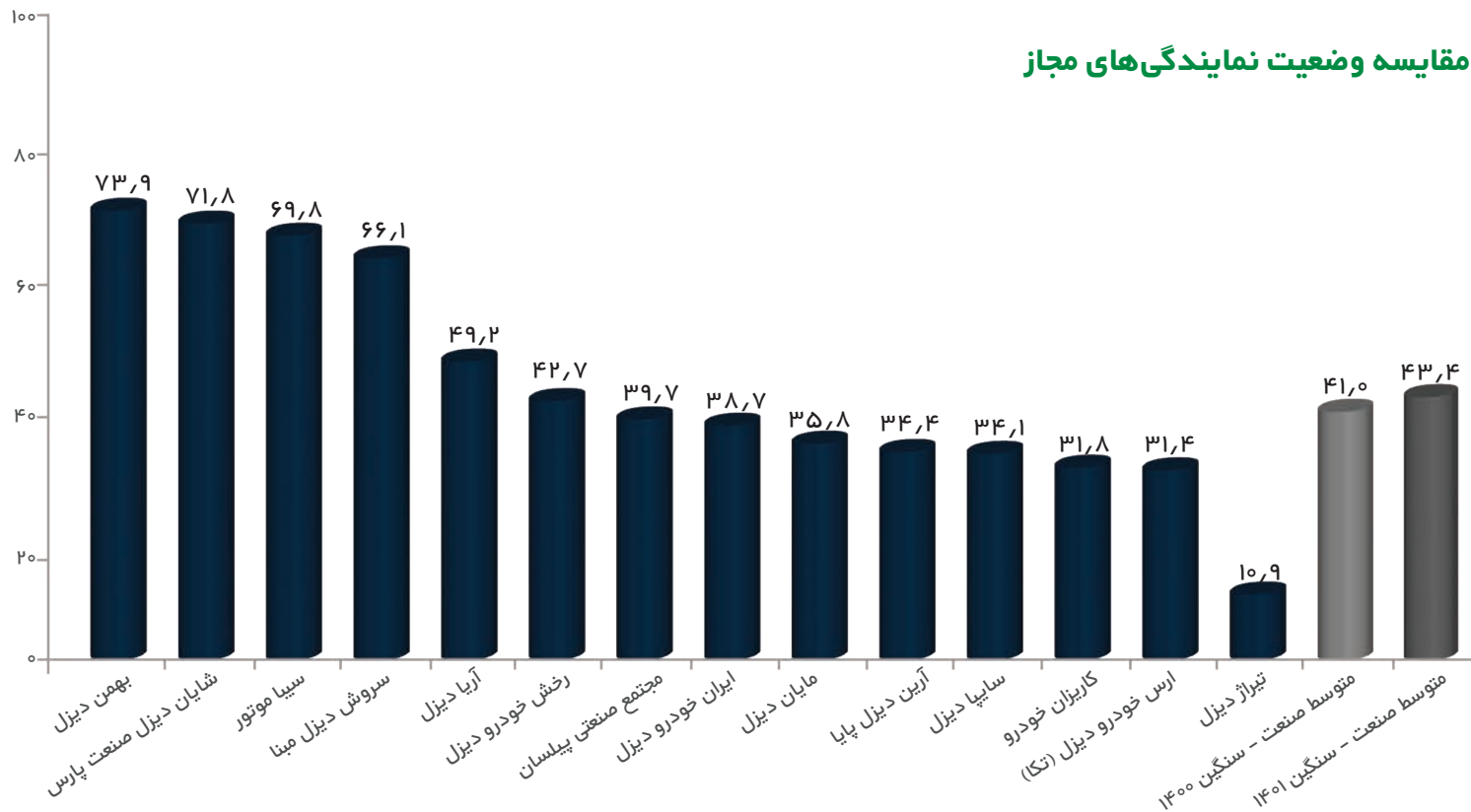
مقایسه وضعیت نظام مدیریتی شرکت‌ها



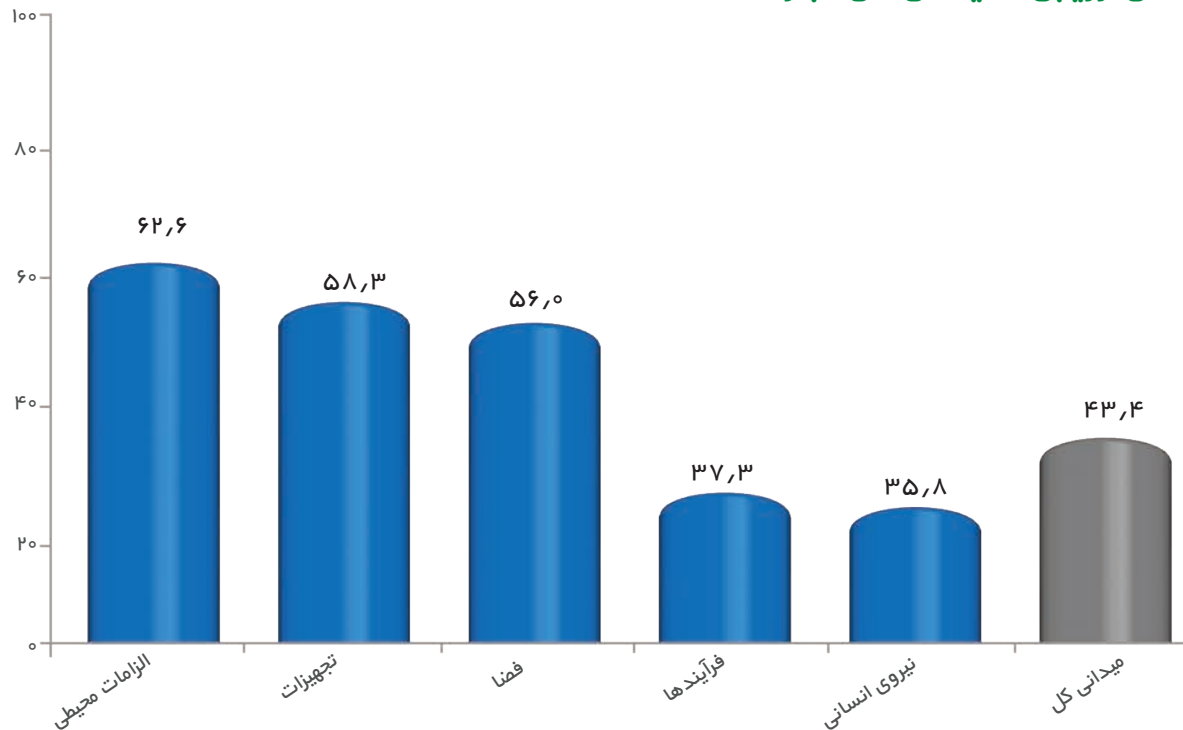
مقایسه امتیاز رضایتمندی مشتریان



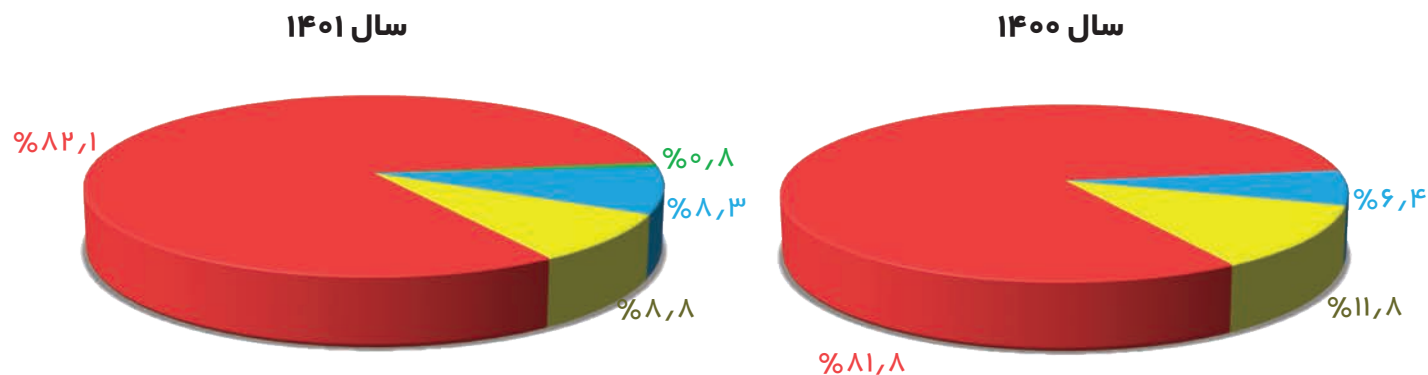
مقایسه وضعیت نمایندگی‌های مجاز



امتیاز شاخص‌های ارزیابی نمایندگی‌های مجاز



وضعیت رتبه بندی نمایندگی های مجاز



- ممتاز
- رتبه ۱
- رتبه ۲
- رتبه ۳
- رتبه ۴

جدول رتبه بندی نمایندگی های مجاز

نتیجه عملکرد	وضعیت نمایندگی	امتیاز کل (A)	رتبه بندی
حداقل ۹۰ درصد	حداقل ۹۰ درصد	$95 \leq A \leq 100$	ممتاز
حداقل ۷۵ درصد	حداقل ۸۰ درصد	$85 \leq A < 95$	رتبه ۱
حداقل ۶۵ درصد	حداقل ۷۰ درصد	$70 \leq A < 85$	رتبه ۲
حداقل ۵۵ درصد	حداقل ۶۰ درصد	$55 \leq A < 70$	رتبه ۳
پایین تر از ۵۵ درصد	پایین تر از ۶۰ درصد	$A < 55$	رتبه ۴

رتبه خدمات فروش شرکت های عرضه کننده خودرو-سنگین

	۲		سیبا موتور
	۲		بهمن دیزل
	۳		شایان دیزل صنعت پارس
	۴		مجمع صنعتی پیلسان
	۴		سروش دیزل مبنا
	۴		ایران خودرو دیزل
	۴		آرین دیزل پایا
	۴		مایان دیزل
	۴		سایپا دیزل
	۴		آریا دیزل



* این شرکت‌ها به دلیل عدم وجود اطلاعات در خصوص برخی از شاخص‌های ارزیابی، در رتبه بندی کلی قرار نمی‌گیرند.

بدون رتبه		رخش خودرو دیزل
بدون رتبه		ارس خودرو دیزل (تکا)
بدون رتبه		کاریزان خودرو
بدون رتبه		عقاب افشان
بدون رتبه		تکتاز خودرو
بدون رتبه		توسعه صادرات ارگ پارس
بدون رتبه		تیراژ دیزل



جدول رتبه‌بندی شرکت‌های عرضه‌کننده خودرو

رتبه	امتیاز کل	نتیجه عملکرد
رتبه ۱	$85 \leq A \leq 100$	حداقل ۸۰ درصد
رتبه ۲	$70 \leq A < 85$	حداقل ۷۰ درصد
رتبه ۳	$55 \leq A < 70$	حداقل ۵۵ درصد
رتبه ۴	$A < 55$	پایین‌تر از ۵۵ درصد



کیفیت مسئولیت ہمہی مانت

w w w . i s q i . c o . i r