



وزارت صنعت، معدن و تجارت

دستورالعمل شرایط، ضوابط و
ارزیابی خدمات فروش خودرو
(بازنگری یک - آذر ۱۴۰۳)

دستورالعمل شرایط، ضوابط و ارزیابی خدمات فروش خودرو - بازنگری ۱



فهرست مطالب

صفحات	موضوع
۱-۴	کلیات
۵-۱۲	جدول شاخص های ارزیابی و رتبه بندی خدمات فروش
۱۳-۳۶	ضوابط و الزامات ارزیابی خدمات فروش شرکت های عرضه کننده خودرو
۳۶-۶۹	ضوابط و الزامات ارزیابی خدمات فروش نمایندگی های مجاز
۷۰-۱۰۲	پیوست ۱: دستورالعمل اجرایی اندازه گیری رضایت مشتریان صنعت خودرو
۱۰۳-۱۰۶	پیوست ۲: پرسشنامه (DSI)

کلیات

۱- هدف:

هدف از تدوین این ضوابط، تعیین حداقل سطح کمی و کیفی عرضه‌کنندگان خودرو و نمایندگی‌های مجاز آن‌ها در راستای اجرای قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو و آئین نامه اجرایی آن به جهت ارائه خدمات فروش مناسب می‌باشد تا رضایت مشتریان در این بخش به نحو مطلوب حاصل گردد.

۲- دامنه کاربرد:

محدوده این ضوابط شامل کلیه عرضه‌کننده‌های خودرو و نمایندگی‌های مجاز فروش می‌باشد.

۳- تعاریف:

۳-۱- **عرضه‌کننده:** هر شخص حقیقی یا حقوقی که بطور مستقیم یا از طریق واسطه فروش مبادرت به فروش خودروهای تولیدی یا وارداتی خود می‌کند.

۳-۲- **نمایندگی مجاز:** شخصیت حقیقی و یا حقوقی است که از طرف عرضه‌کننده خودرو و یا واسطه 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 عرضه‌کننده و پروانه کسب از مراجع ذیربط می‌باشد.

۳-۳- **خدمات فروش خودرو:** عبارت است از کلیه خدماتی از قبیل ثبت نام و تحویل خودرو که بر عهده عرضه‌کننده خودرو قرار می‌گیرد و موجب تعهد و تضمین خدمات مطلوب می‌شود.

۳-۴- **بازرس:** شخصیت حقوقی است که پس از تایید صلاحیت از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت، برای وظیفه ارزیابی عملکرد عرضه‌کننده، واسطه فروش، واسطه خدمات پس از فروش، نمایندگی‌های مجاز، تهیه گزارش‌های ادواری یا موردی و ارائه به همراه اظهار نظر لازم به وزارت صنعت، معدن و تجارت، معرفی می‌شود.

۴- دوره‌های ارزیابی و ارائه گزارشات:

۴-۱- ستاد شرکت‌های عرضه‌کننده: ارزیابی شرکت‌های عرضه‌کننده دو مرتبه در سال انجام خواهد شد.

- ۴-۲- نمایندگی‌های مجاز فروش: ارزیابی از نمایندگی‌های مجاز فروش یک مرتبه در سال انجام خواهد شد.
- ۴-۳- نظرسنجی از مشتریان: نظرسنجی از مشتریان بصورت مستمر انجام خواهد شد.
- ۴-۴- نظرسنجی از مدیران نمایندگی‌های مجاز: نظرسنجی از رضایت مدیران نمایندگی‌های مجاز یک مرتبه در سال انجام خواهد شد.
- ۴-۵- ارائه گزارش نهایی: جمع بندی و ارائه گزارش نهایی مرتبط با شرکت‌های عرضه‌کننده و نمایندگی‌های مجاز در اسفند ماه هر سال منتشر خواهد شد.

تبصره ۱

امتیاز نهایی رضایت مندی مشتریان در قالب جمع بندی ۴ دوره سه ماهه منتهی به فصل پاییز می‌باشد.

۵- مسئولیت‌ها:

- ۵-۱- مسئولیت نظارت بر حسن اجرای این دستورالعمل مطابق با قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو بر عهده وزارت صنعت، معدن و تجارت می‌باشد.
- انجام ارزیابی‌های این دستورالعمل توسط شرکت مورد اعتماد و واجد صلاحیت منتخب وزارت صنعت، معدن و تجارت خواهد بود و پس از معرفی ارزیاب، کلیه شرکت‌ها ملزم به همکاری لازم برای اجرای هرچه بهتر ارزیابی می‌باشند.

تبصره ۲

- تهیه چک لیست‌های ارزیابی بر اساس معیارهای اعلام شده در این دستورالعمل به عهده بازرس می‌باشد.
- ۵-۲- گزارشات ارزیابی وضعیت خدمات فروش عرضه‌کنندگان / واسطه‌های فروش خودرو در موعد مقرر بر اساس جداول فوق به وزارت صنعت، معدن و تجارت، شرکت‌های عرضه‌کننده و واسطه خدمات فروش ارائه خواهد شد.

تبصره ۳

- ارائه گزارشات به رسانه، مطبوعات و سایر ارگان‌ها در صورت لزوم توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت و یا در صورت تایید وزارت صمت توسط بازرس صورت می‌پذیرد.

انجام هرگونه تبلیغات در خصوص رتبه و امتیازات کسب شده حاصل از ارزیابی وزارت صمت توسط عرضه‌کننده/ واسطه خدمات فروش خودرو منوط به اخذ تاییدیه از سوی وزارت صمت یا بازرس می‌باشد.

۵-۳- مسئولیت ارائه اطلاعات لازم جهت اجرای فرآیند ارزیابی و انجام هماهنگی و همکاری لازم در راستای اجرای ارزیابی ها به عهده عرضه‌کنندگان خودرو/ واسطه های خدمات فروش می‌باشد.

۵-۴- مواردی که باید توسط عرضه‌کننده یا واسطه خدمات پس از فروش ارائه گردد:

۵-۴-۱- نام و نشانی کلیه نمایندگی‌های مجاز فعال و تعلیق شده سراسر کشور (شش ماهه)

۵-۴-۲- مشخصات کلیه مشتریانی که خودرو تحویل آن‌ها شده است به صورت دسترسی آنلاین برای بازرس، که شامل نام و کد ملی مشتری، شماره تماس، نوع خودرو، تاریخ ثبت نام، تاریخ تحویل و نمایندگی که به آن مراجعه شده، می‌باشد.

۵-۴-۳- اطلاعات مرتبط با نمایندگی‌های مجاز نظیر لیست و مشخصات دستگاه های عیب یاب و استانداردهای آموزشی پرسنل، تعداد فروش، انصراف، تحویل، صلح، فک رهن، تبدیل، شکایات (سالانه).

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

۵-۴-۵- لیست کلیه خودروهای قابل فروش باید به صورت ماهانه و مطابق فرمت مورد نیاز به بازرس اعلام گردد و صحه گذاری آن نیز بر عهده بازرس می‌باشد.

۵-۴-۶- وضعیت فروش نمایندگی‌های مجاز باید ماهانه توسط شرکت عرضه‌کننده خودرو/ واسطه خدمات پس از فروش به صورت آنلاین به بازرس اعلام گردد.

۶- منابع و مآخذ:

✓ استاندارد ISO ۹۰۰۱:۲۰۱۵

✓ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

✓ آیین نامه اجرائی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

✓ دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات فروش مصوب سال ۱۳۹۵

✓ روش اجرایی اندازه‌گیری رضایت مشتریان صنعت خودرو مصوب شورای سیاستگذاری صنعت خودرو

✓ نظرات پیشنهادی عرضه‌کنندگان خودرو/ واسطه‌های خدمات فروش، سازمان‌ها و نهادهای ذیربط

۷- بازنگری:

این دستورالعمل در شرایط عادی حداقل هر دو سال یکبار بر حسب ضرورت مورد بازبینی قرار گرفته و بازنگری می‌گردد.

این دستورالعمل در صورت نیاز در موارد خاص به تشخیص وزارت صنعت، معدن و تجارت می‌تواند مورد بازنگری قرار گیرد.

جدول شاخص های ارزیابی و رتبه بندی خدمات فروش

به طور کلی خدمات فروش عرضه کنندگان خودرو بر اساس چهار شاخص و با اوزان ذیل مورد بررسی و ارزیابی قرار خواهند گرفت:

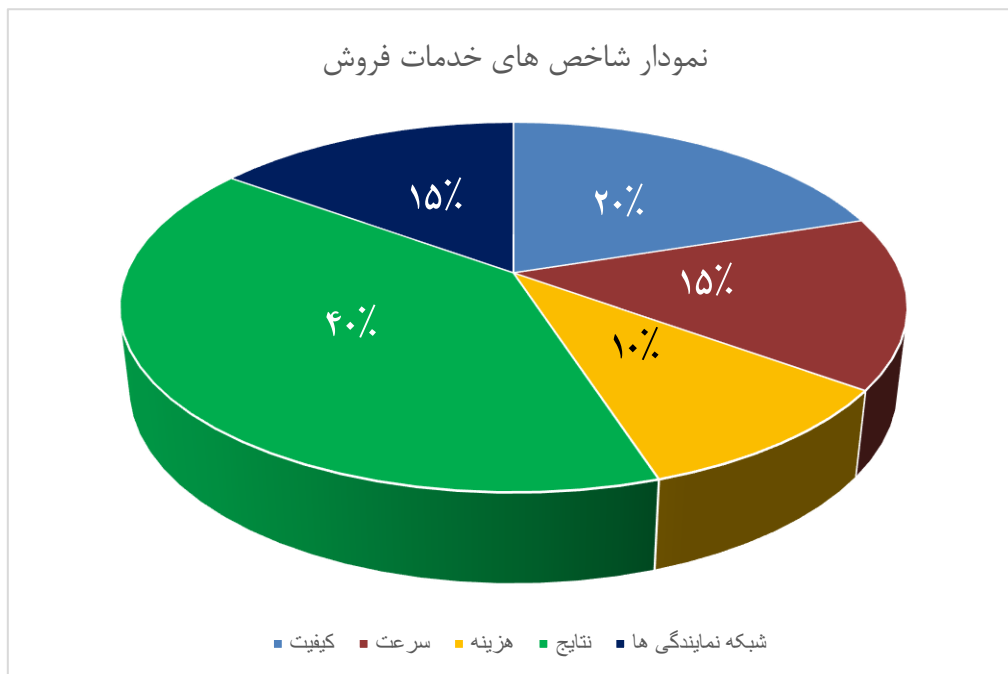
۱- کیفیت خدمات ۲۰٪

۲- سرعت خدمات ۱۵٪

۳- شبکه نمایندگی ها ۱۵٪

۴- هزینه خدمات ۱۰٪

۵- نتایج ۴۰٪



جدول ۱: شاخص ارزیابی خدمات فروش عرضه‌کنندگان خودرو به همراه ضریب وزنی

شاخص	ضریب وزنی	ردیف	زیر شاخص	عوامل	ضریب وزنی
کیفیت خدمات	۲۰٪	۱	ساختار سازمانی شرکت عرضه کننده	تعیین پست کاری و حداقل نیروی انسانی مورد نیاز	۵
		۲	آموزش	آموزش پرسنل شبکه خدمات فروش	۱۰
				آموزش پرسنل ستاد	۵
		۳	شبکه نمایندگان فروش	نظارت بر شبکه	۱۲
				نظام انگیزشی	۳
		۴	فرآیند ارتباط با مشتریان	نظرسنجی از مشتریان	۵
		۵	فرآیند فروش	برنامه ریزی فروش	۱۰
				عملیات فروش	۲۵
				تبلیغ و معرفی محصول	۵
		۶	خدمات برون سپاری شده	الزامات مرتبط با خدمات برون سپاری شده	۱۲
		۷	پیاده سازی سیستم های مدیریت	پیاده سازی و اخذ گواهینامه سیستم های مدیریت	۸
جمع					۱۰۰
سرعت خدمات	۱۵٪	۸	شبکه نمایندگان فروش	برنامه ریزی و توسعه شبکه	۲۰
				اعطاء، افتتاح وارتقاء	۷
				پشتیبانی نمایندگی	۱۰
				تعليق و لغو	۳
		۹	فرآیند ارتباط با مشتریان	ثبت و رسیدگی به شکایات مشتریان	۲۰
		۱۰	فناوری اطلاعات	سامانه های ارتباطی عرضه کننده با مشتریان	۲۰
				سامانه های ارتباطی عرضه کننده با نمایندگی ها	۱۵
				سامانه ارتباط داخلی عرضه کننده	۵
جمع					۱۰۰

شاخص	ضریب وزنی	ردیف	زیر شاخص	عوامل	ضریب وزنی
هزینه خدمات	۱۰٪	۱۱	فرآیند فروش	عملیات فروش شامل پرداخت خسارت تأخیر، سود مشارکت و سود انصراف	۱۰۰
		جمع			
تج	۴۰٪	۱۲	بررسی اثر بخشی اجرای فرآیندها	فرآیند آموزش شبکه و ستاد	۶
				فرآیند توسعه شبکه	۵
				فرآیند پشتیبانی شبکه	۳
				فرآیند نظارت بر شبکه	۵
				فرآیند نظرسنجی از مشتریان	۸
				فرآیند رسیدگی به شکایات مشتریان	۷
				فرآیند برنامه ریزی فروش	۴
				فرآیند عملیات فروش و تحویل خودرو	۱۶
				خدمات برون سپاری شده	۳
		۱۳	رضایت مدیران نمایندگی ها از عملکرد شرکت عرضه کننده	DSI	۳
		۱۴	رضایت مندی مشتریان	نتایج نظرسنجی از مشتریان	۴۰
		جمع			

شاخص های ارزیابی خدمات فروش عرضه کنندگان خودرو (رتبه بندی کل)

بر اساس امتیازات کسب شده در فرآیند ارزیابی های ادواری در پایان هر سال رتبه شرکت های عرضه کننده خودرو و نمایندگی های مجاز آن ها مطابق جداول ذیل محاسبه و اعلام خواهد شد.

جدول ۱-۱: رتبه بندی شرکت های عرضه کننده خودرو

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

تبصره ۱

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

تبصره ۲

شرکت های متقاضی واردات خودرو نیز جهت شروع فعالیت باید حداقل ۵۵ درصد از امتیاز مجموع شاخص های کیفیت، سرعت و هزینه خدمات پس از فروش را کسب نمایند.

تبصره ۳

محاسبه امتیاز شبکه بر اساس فروش سالانه و با توجه به وزن دهی هر نمایندگی انجام خواهد شد.

جدول ۲: شاخص‌های ارزیابی نمایندگی‌های مجاز فروش به همراه ضریب وزنی آن‌ها

شاخص	ضریب وزنی	زیر شاخص	درصد	عوامل	وزن
وضعیت نمایندگی	۵۵٪	نیروی انسانی	۲۴	آموزش و مهارت	۸۰٪
				تعدد و شرایط	۲۰٪
		امکانات و تجهیزات	۱۰	تجهیزات اداری و رفاهی	۳۰٪
				تجهیزات PDS	۷۰٪
		شرایط فیزیکی و محیطی	۲۰	نمایشگاه خودرو	۵۵٪
				پارکینگ خودرو	۱۵٪
				محل فعالیت PDS	۵٪
				محل تحویل خودرو	۱۰٪
				محل انتظار و استراحت مشتری	۱۰٪
				محل عقد قرارداد	۵٪
		شرایط آراستگی و ایمنی	۱۰	مستندات	۱۰٪
				تابلوها	۱۰٪
				ایمنی	۵۰٪
				نظافت و تمیزی	۲۰٪
				کارکنان	۱۰٪
		فرآیندها	۳۶	ثبت نام تا دریافت خودرو	۱۵٪
				فرآیند PDS	۲۵٪
				فرآیند تحویل	۲۰٪
				فرآیند تبلیغات و معرفی محصول	۲۰٪
				فرآیند مدیریت ارتباط با مشتریان	۲۰٪
جمع				۱۰۰	
عملکرد نتیجه	۴۵٪	رضایت مندی	نتایج ادراکی (سنجش رضایت مشتریان از خدمات نمایندگی‌ها)		۱۰۰٪
جمع	۱۰۰٪	جمع			۱۰۰

جدول ۲-۱: رتبه بندی نمایندگی مجاز

امتیاز زیر شاخص ها		امتیاز کل (A)	رتبه	
نتیجه عملکرد	وضعیت نمایندگی			
حداقل ۹۰ درصد	حداقل ۹۰ درصد	$95 \leq A \leq 100$	★★★★★	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	$60 \leq A < 70$	★★☆☆☆	سه
پایین تر از ۵۵ درصد	پایین تر ۵۵ درصد	$A < 60$	☆☆☆☆☆	مردود

تبصره ۴

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

تبصره ۵

- نمایندگی های ممتاز علاوه بر شرایط امتیازی درج شده در جدول ۲-۱ باید شرایط ذیل را نیز داشته باشند:
- ۱- نمایشگاه حداقل به مساحت ۱۵۰ متر مربع باشد.
 - ۲- وجود خودروهای در حال عرضه در داخل نمایشگاه جهت بازدید مشتریان.
 - ۳- محل نمایش خودرو ویژه مطابق با استاندارد شرکت عرضه کننده ایجاد شده باشد.
 - ۴- فروش سالانه نمایندگی بالاتر از متوسط فروش نمایندگی های شرکت عرضه کننده باشد.
 - ۵- استاندارد های ایزو ۱۰۰۰۲، ۱۰۰۰۴ و ۹۰۰۱ استقرار یافته باشند.
 - ۶- فراهم کردن امکان انجام تست درایو برای مشتریان.
 - ۷- ایجاد جایگاه و محل تحویل مستقل با رعایت شرایط ایمنی، رفاهی، آراستگی جهت کارکنان و مشتریان.
 - ۸- برخورداری از رتبه یک در آخرین دوره ارزیابی.

تبصره ۶

در ارزیابی‌های ادواری کلیه نمایندگی‌های مجاز فعال که در حال ارائه خدمت به مشتریان می باشند باید توسط شرکت‌های عرضه‌کننده خودرو جهت ارزیابی معرفی شوند در صورت عدم معرفی و یا عدم همکاری نمایندگی جهت انجام ارزیابی به عنوان مردود شناخته شده و رتبه آن نمایندگی رتبه ۴ لحاظ خواهد گردید. ضمناً امتیاز این نمایندگی‌ها صفر در نظر گرفته خواهد شد و در متوسط امتیاز شبکه نمایندگی‌های مجاز شرکت عرضه‌کننده مربوطه لحاظ می‌گردد.

تبصره ۷

چنانچه رتبه نمایندگی مجاز فروش در سطح رتبه ۴ قرار گیرد. شرایط ذیل مورد نظر می‌باشد: جهت بهبود شرایط امتیاز کل و میدانی حداکثر ۳ ماه و جهت بهبود شرایط امتیاز رضایت‌مندی مشتریان حداکثر ۶ ماه زمان جهت کسب شرایط حداقل رتبه ۳ در نظر گرفته خواهد شد. در صورت عدم کسب حداقل رتبه ۳ باید فعالیت نمایندگی تعلیق و تا برقراری شرایط حداقلی از فعالیت آن جلوگیری گردد.

تبصره ۸

چنانچه نمایندگی مجاز فروش در دوره متوالی حائز کسب رتبه ۴ (مردود) گردد، ادامه فعالیت آن نمایندگی با هر یک از شرکت‌های عرضه‌کننده مشروط به رعایت موارد ذیل می‌باشد:

- ۱- چنانچه در شرکت عرضه‌کننده فعلی باشد باید شرایط افتتاح نمایندگی بروزرسانی گردد.
- ۲- صاحب امتیاز و نفرات کلیدی شامل مدیر نمایندگی، مدیر فروش و مسئول ارتباط با مشتریان تغییر کنند. و نفرات جدید باید حداقل باید ۶۰ درصد شرایط احراز را داشته باشند.
- ۳- انجام ارزیابی توسط شرکت بازرسی و کسب حداقل رتبه ۳ (در حوزه میدانی) قبل از شروع فعالیت رسمی.

تبصره ۹

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

ضوابط و الزامات ارزیابی خدمات فروش شرکتهای عرضه کننده خودرو

۱- ساختار سازمانی عرضه کننده خودرو

- ۱-۱- عرضه کننده موظف است جهت ارائه خدمات کامل به مشتریان و نمایندگی های تحت پوشش ساختار سازمانی خود را حداقل بر اساس پست های کاری ذیل و با تخصیص نفرات مستقل ایجاد نماید:
- مدیر عامل، مدیر فروش، کارشناس فروش، کارشناس ارتباط با مشتریان، کارشناس امور نمایندگان، کارشناس فناوری اطلاعات، مدیر منابع انسانی، کارشناس امور مالی و حسابداری، کارشناس امور بازرگانی.
- ۱-۲- تعیین تعداد نیروی انسانی کافی با توجه به تعداد فروش و تعداد نمایندگی های تحت پوشش به جهت برآورده کردن امکانات خدماتی صحیح و موثر باید بر اساس محاسبات پارامترهای کمی صورت گیرد.

۲- فرآیند آموزش

۲-۱- آموزش پرسنل شبکه خدمات فروش:

شرکت ارائه دهنده خدمات فروش موظف است بر اساس چارت سازمانی و استاندارد آموزشی تعریف شده در قانون، با هدف حصول اطمینان از ایجاد مهارت لازم جهت ارائه خدمات مطلوب به مشتریان، آموزش های مورد نیاز پرسنل فنی و غیر فنی شبکه نمایندگان را بصورت مطلوبی طرحریزی و اجرا نمایند. در این ارتباط موارد زیر باید بصورت کامل طراحی شده و اجرای مناسب آن تحت کنترل قرار گیرد:

- ۲-۱-۱- تدوین محتوای آموزشی برای کلیه استانداردهای آموزشی تعریف شده، به زبان فارسی.
- طراحی مکانیزمی جهت تحت کنترل قرار دادن ویرایش معتبر این محتواها جهت آموزش و توزیع در شبکه خدمات فروش الزامی می باشد.
- ۲-۱-۲- شناسایی، صحنه گذاری و نیازسنجی آموزشی کلیه پرسنل شبکه فروش حداکثر هر ۶ ماه یکبار الزامی می باشد. نیازسنجی باید حداکثر یک ماه پس از شروع سال شمسی انجام گردد.
- ۲-۱-۳- برنامه ریزی و اجرای کلیه نیازهای آموزشی شناسایی شده باید ظرف حداکثر ۱۲ ماه از زمان نیازسنجی انجام گیرد. جهت حصول اطمینان از کفایت برنامه آموزی طراحی شده باید ابتدا تمامی نیازها شناسایی شده

در یک برنامه کلان بصورت سالانه برنامه‌ریزی شده و برنامه جاری دقیق آن در ابتدای هر فصل در تقویم آموزشی طراحی شود.

۴-۱-۲- الزامات مرتبط با اطلاع‌رسانی شامل برنامه و محتوای آموزش حداقل ۱۰ روز قبل از برگزاری دوره، نتایج سنجش، آزمون و ارائه گواهینامه حداکثر ۱۰ روز بعد از برگزاری آزمون می‌باشد.

تبصره ۱

دوره های آموزشی باید برای افراد اولویت بندی گردند و برگزاری دوره های آموزشی دارای اولویت پرسنل جدیدالورود باید حداکثر ظرف مدت دو ماه انجام پذیرد.

۵-۱-۲- جهت پایش اثربخشی فرآیند آموزش پرسنل شبکه خدمات فروش، شاخص‌های زیر باید تعریف، هدف گذاری و بصورت مستمر مورد محاسبه و تجزیه و تحلیل قرار گیرند:

- درصد پرسنل آموزش دیده.
- میزان اثربخشی آموزشی سطح یادگیری و رفتاری برای کلیه دوره‌ها (بر اساس نتایج پس آزمون‌های اخذ شده).
- میزان اثربخشی آموزشی سطح عملکردی جهت کلیه دوره‌ها (حداقل یک بار در سال و بر اساس آزمون‌های جامع برگزار شود).

۲-۲- آموزش پرسنل ستاد:

شرکت ارائه‌دهنده خدمات فروش باید استاندارد آموزشی کلیه پست‌های سازمانی تعریف شده در چارت سازمانی را بر اساس مدل شایستگی شغلی مشخص نمایند. شرکت‌ها موظفند با هدف حصول اطمینان از ایجاد مهارت لازم جهت ارائه خدمات مطلوب به مشتریان، آموزش‌های مورد نیاز پرسنل ستاد شرکت ارائه‌دهنده خدمات فروش را بصورت مطلوبی طرح‌ریزی و اجرا نمایند. در این ارتباط موارد زیر باید بصورت کامل طراحی شده و اجرای مناسب آن تحت کنترل قرار گیرد:

۱-۲-۲- تدوین محتواهای آموزشی برای کلیه استانداردهای آموزشی تعریف شده، به زبان فارسی. طراحی مکانیزمی جهت تحت کنترل قرار دادن ویرایش معتبر این محتواها جهت آموزش الزامی می‌باشد.

۲-۲-۲- نیازسنجی آموزشی کلیه پرسنل ستاد شرکت ارائه‌دهنده خدمات فروش حداکثر هر ۶ ماه یکبار.

۲-۲-۳- برنامه‌ریزی و اجرای کلیه نیازهای آموزشی شناسایی شده باید ظرف حداکثر ۱۲ ماه از زمان نیازسنجی انجام گیرد. جهت حصول اطمینان از کفایت برنامه آموزش طراحی شده باید ابتدا تمامی نیازها شناسایی شده در یک برنامه کلان سالانه برنامه‌ریزی و برنامه جاری در ابتدای هر فصل تقویم آموزشی دقیق آن طراحی شود.

۲-۲-۴- جهت پایش اثربخشی فرآیند آموزش پرسنل ستاد شرکت خدمات فروش، شاخص‌های زیر باید تعریف، هدف گذاری و بصورت مستمر مورد محاسبه و تجزیه و تحلیل قرار گیرند:

- درصد پرسنل آموزش دیده.
 - میزان اثربخشی آموزشی سطح یادگیری برای کلیه دوره‌ها (بر اساس نتایج پس آزمون‌های اخذ شده).
- ۲-۲-۵- الزامات مرتبط با اطلاع‌رسانی شامل برنامه و محتوای آموزش حداقل ۱۰ روز قبل از برگزاری دوره و نتایج سنجش، آزمون و ارائه گواهینامه حداکثر ۱۰ روز بعد از برگزاری آزمون می‌باشد.

تبصره ۲

جهت برگزاری دوره های آموزشی و آزمون ها بصورت مجازی شرایط ذیل باید در نظر گرفته شود:

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

۳- شبکه نمایندگان خدمات فروش

۳-۱- فرآیند برنامه‌ریزی و توسعه شبکه

شرکت ارائه‌دهنده خدمات فروش با هدف حصول اطمینان از سهولت دسترسی مشتریان به خدمات فروش، باید مکانیزم توسعه شبکه خدمات فروش را بر اساس برنامه فروش و عرضه خودرو تعریف، تدوین و اجرا نموده و بصورت دوره ای مورد کنترل و پایش قرار دهد.

این مکانیزم باید قابلیت پوشش فرآیندهای حضوری و غیر حضوری مرتبط با مشتریان را جهت سهولت دسترسی ایشان به خدمات فروش فراهم آورد.

تبصره ۳

عرضه‌کننده موظف می‌باشد کلیه فرآیندهای حضوری و غیر حضوری را شناسایی و آن را مبنای توسعه شبکه خدمات فروش قرار دهد.

تبصره ۴

کلیه فرآیندها به غیر از فرآیند تحویل خودرو، در صورت کفایت زیرساخت شرکت عرضه‌کننده می‌تواند بصورت غیر حضوری به مشتریان ارائه گردد.

تبصره ۵

تعداد نمایندگی‌های مجاز فروش جهت اجرای فرآیندهای حضوری و غیرحضوری و اجرای طرح توسعه شبکه نمایندگی مجاز شرکت عرضه‌کننده باید با در نظر گرفتن جدول شماره ۱ بخش "ضوابط و الزامات ارزیابی خدمات فروش نمایندگی‌های مجاز" و پارامترهایی نظیر تعداد و محل تحویل خودروهای عرضه شده و پراکنش مشتریان معین گردد.

تبصره ۶

عرضه‌کننده باید در هر استان محل تحویل خودرو برای مشتریان ایجاد نماید.

در شرکت‌های عرضه‌کننده خودروهای گروه $M3$ ، $N2$ و $N3$ ، فرآیند تحویل خودرو می‌تواند در محل تحویل کارخانه و یا دفتر مرکزی صورت پذیرد.

۳-۱-۱- جهت پایش اثربخشی فرآیند توسعه، شاخص‌های زیر باید تعریف، هدف گذاری و بصورت مستمر مورد محاسبه و تجزیه و تحلیل قرار گیرند:

- درصد تحقق برنامه توسعه (بر اساس تعدد نمایندگی و پرسنل)
- درصد پیاده سازی استانداردهای فیزیکی، بصری و رفتاری تعریف شده

۳-۲- فرآیند اعطاء، افتتاح و ارتقاء

شرکت ارائه‌دهنده خدمات فروش، باید با هدف حصول اطمینان از حضور نمایندگان واجد شرایط در شبکه خدمات فروش، فرآیند اعطاء، افتتاح و ارتقاء نمایندگان را طراحی و اجرا نماید.

فرآیند اعطاء باید بگونه‌ای طراحی شده باشد که حداقل موارد زیر را قبل از تایید درخواست متقاضی صحه‌گذاری نماید:

۳-۲-۱- اعطاء بر اساس الزامات داخلی شرکت.

تبصره ۸

الزامات داخلی به نحوی تبیین گردد که مکانیزمی جهت شناسایی متقاضیان نمایندگی‌های فاقد اعتبار و مردود در آخرین ارزیابی انجام شده وزارت صمت داشته باشد.

فرآیند افتتاح باید بگونه‌ای طراحی شده باشد که پیاده‌سازی حداقل موارد زیر را قبل شروع به کار نمایندگی صحه گذاری نماید:

۳-۲-۱- افتتاح بر اساس استانداردهای فیزیکی، بصری و رفتاری تدوین شده.

۳-۲-۲- افتتاح بر اساس تعریف و برگزاری حداقل آموزش‌های مورد نیاز.

۳-۲-۳- افتتاح بر اساس تهیه و بکار گیری حداقل امکانات و تجهیزات مورد نیاز جهت ارائه مطلوب خدمات فروش.

۳-۲-۴- افتتاح بر اساس پیاده سازی فرآیندهای مورد نیاز جهت ارائه مطلوب خدمات فروش به مشتریان شامل فرآیندهای (بازاریابی، فروش، تحویل و ارتباط با مشتریان).

۳-۲-۵- افتتاح بر اساس کسب حداقل امتیاز رتبه ۳ بنا بر اعلام بازرس.

تبصره ۹

حداقل امتیاز مورد نیاز جهت افتتاح نمایندگی‌های مردود شده در آخرین ارزیابی وزارت صمت در حوزه فروش یا خدمات پس از فروش باید در سطح رتبه ۲ تعیین گردد. این امتیاز باید با تایید بازرس صورت پذیرد. فرآیند ارتقاء باید بگونه‌ای طراحی شده باشد که حداقل موارد ذیل را پوشش دهد:

۳-۲-۶- ارتقاء بر اساس بروزرسانی استانداردهای فیزیکی، بصری و رفتاری

تبصره ۱۰

بروزرسانی استانداردهای رفتاری هر ۲ سال یکبار و بروزرسانی استانداردهای فیزیکی و بصری بر اساس مکانیزم سنجش رضایت مدیران نمایندگی‌ها و مشتریان آن‌ها تعیین گردد.

۳-۲-۷- نام و مشخصات کلیه نمایندگی‌های فعال و تعلیق و لغو شده باید از طریق سامانه‌های ارتباطی با قابلیت جستجو در دسترس مشتریان قرار گیرد.

۳-۳- فرآیند پشتیبانی نمایندگی‌ها

شرکت ارائه‌دهنده فروش، باید فرآیند پشتیبانی نمایندگان خود را بر اساس نفرات و زیرساخت‌های مورد نیاز ذیل بگونه‌ای طراحی، اجرا و اطلاع‌رسانی نماید تا از ارائه مطلوب خدمات به نمایندگان و مشتریان اطمینان حاصل شود.

۳-۳-۱- پشتیبانی از خدمات سامانه‌های ارتباطی

۳-۳-۲- پشتیبانی از خدمات مالی، حقوقی

۳-۳-۳- پشتیبانی از خدمات دریافت نظرات، پاسخگویی و رسیدگی به شکایات نمایندگی‌ها.

۳-۳-۴- پشتیبانی جهت پیگیری و تکمیل مدارک مشتریان و خودرو، تحویل خودرو، لجستیک و حمل

۳-۳-۵- پشتیبانی آموزش و پیاده سازی الزامات داخلی و قانونی

۳-۳-۶- جهت پایش اثربخشی فرآیند پشتیبانی، شاخص‌های زیر باید تعریف، هدف گذاری و بصورت مستمر مورد محاسبه و تجزیه و تحلیل قرار گیرند:

- درصد رضایت مدیران نمایندگی‌های تحت پوشش بر اساس خدمات فوق
- درصد تطابق نقرات و زیرساخت های مورد نیاز اساس خدمات فوق

۳-۴- فرآیند نظارت بر شبکه نمایندگان خدمات فروش:

۳-۴-۱- نظارت وزارت صمت: شرکت عرضه‌کننده باید بر اساس نتایج اعلامی ارزیابی وزارت صمت نسبت به اولویت بندی و تعریف اقدامات اصلاحی و پیگیری اجرای آن اقدام نماید.

۳-۴-۲- نظارت داخلی: شرکت ارائه‌دهنده خدمات فروش، باید با هدف حصول اطمینان از کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان و همچنین اجرای دقیق الزامات قانونی و داخلی شرکت در شبکه نمایندگان، فرآیند نظارت محسوس و نامحسوس بر عملکرد ایشان را طراحی و اجرا نماید.

نظارت داخلی باید شامل پارامترهای نیروی انسانی، امکانات و تجهیزات، فرآیندهای اجرایی، استانداردهای فیزیکی، بصری و رفتاری باشد.

این نظارت باید بصورت حداقل یک بار در سال بصورت حضوری بوده و چنانچه امتیاز نهایی نظارت نمایندگی در هر مرحله از نظارت داخلی کمتر از ۶۵ درصد انطباق باشد مرحله بعدی نظارت به فاصله حداکثر ۳ ماه بعد انجام پذیرد.

شرکت ارائه‌دهنده فروش باید مکانیزمی جهت اجرای فرآیند نظارت نامحسوس بر عملکرد نمایندگان خدمات فروش تدوین، اجرا و پایش نماید. این نظارت باید بصورت سالانه و شامل حداقل ۳۰ درصد از نمایندگی‌های مجاز باشد.

برنامه نظارت محسوس باید حداقل ۲ هفته قبل از نظارت به فرد ناظر و مدیر نمایندگی اطلاع‌رسانی گردد.

این مکانیزم باید در برگیرنده فرآیندهای فروش، ثبت نام، تحویل خودرو و تبلیغات بوده و در نقش مشتری بررسی شده باشد.

تبصره ۱۱

در صورت بروز شرایط ویژه نظیر افزایش شکایات مطرح شده از نمایندگی و یا کاهش سطح رضایت مشتریان (به میزان ۲۰ درصد نسبت به دوره قبل) باید توسط شرکت ارائه‌دهنده فروش مورد پیگیری و نظارت فوری قرار گیرد.

شرکت ارائه‌دهنده خدمات فروش ملزم به پیگیری رفع عدم انطباق‌های شناسایی شده کلیه نظارت‌ها در اولین فرصت ممکن می‌باشد.

نتایج حاصل از نظارت و اقدامات (دارای اولویت و زمان اجرا) مورد نیاز حداکثر ظرف مدت ۲ هفته بعد از انجام نظارت توسط تیم متشکل از نمایندگی و شرکت عرضه‌کننده تعریف و برای مدیر نمایندگی ارسال گردد.

تبصره ۱۲

اولویت‌بندی بر اساس ضرایب شدت و احتمال وقوع تعیین گردد و شامل ۸۰ درصد وزن تجمعی اقدامات باشد. اقدامات و شواهد جهت رفع نواقص و مغایرت‌های شناسایی شده باید از طریق سامانه ارتباطی توسط نمایندگی به شرکت عرضه‌کننده در زمان مقرر ارائه گردد.

مستندات ارسالی از سوی نمایندگی توسط شرکت عرضه‌کننده بررسی و نتیجه آن از طریق سامانه به اطلاع نمایندگی رسانده شود. و در صورت نیاز اقدامات موثر در این خصوص صورت پذیرد.

تصدیق و صحه گذاری اقدامات انجام شده باید در اولین نظارت مورد کنترل قرار گیرد.

۳-۴-۳- جهت پایش اثربخشی فرآیند نظارت بر شبکه نمایندگان خدمات فروش، شاخص‌های زیر باید تعریف،

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

- درصد انطباق (اجرای) وضعیت نیروی انسانی شامل تعدد و شرایط احراز.
- درصد انطباق (اجرای) وضعیت امکانات و تجهیزات شامل فضای فیزیکی، تجهیزات تعمیرگاهی، اداری و رفاهی، ایمنی و نظام آراستگی.
- درصد انطباق (اجرای) فرآیندهای اجرایی شامل فرآیند ارتباط با مشتریان (شامل فرآیند نظرسنجی از مشتریان و فرآیند رسیدگی به شکایات مشتریان)، فرآیند فروش (شامل ثبت نام و تحویل دعوتنامه،

انصراف، تبدیل، صلحنامه، ابطال و فک رهن)، فرآیند بازاریابی (تبلیغات محصول)، فرآیند PDS و فرآیند تحویل خودرو به مشتریان.

۳-۵- فرآیند تعلیق و لغو نمایندگی‌ها

همچنین شرکت ارائه‌دهنده فروش، باید فرآیند تعلیق و لغو نمایندگان را بگونه‌ای طراحی و اجرا نماید که علاوه بر الزامات داخلی از لغو نمایندگی‌های رتبه ۴ در ارزیابی‌های سالانه وزارت صمت اطمینان حاصل شود.

تبصره ۱۳

چنانچه نمایندگی حائز کسب شرایط رتبه ۴ گردد، فعالیت حوزه فروش نمایندگی بلافاصله تعلیق و حداکثر پس از مدت ۳ ماه از اعلام نتایج و انجام اقدام اصلاحی مورد نیاز نسبت به معرفی نمایندگی جهت ارزیابی مجدد به بازرس اقدام نماید. چنانچه نتایج ارزیابی مجدد منجر به کسب شرایط رتبه ۴ گردد، نمایندگی مورد نظر باید لغو شود.

۳-۶- فرآیند نظام انگیزشی نمایندگی‌ها

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

- حداقل وزن امتیازی رتبه کسب شده در ارزیابی سالانه وزارت صمت ۵۰ درصد می‌باشد.
- نظام انگیزشی باید به نحوی مناسب و موثر تبیین گردد و حوزه درآمدی نمایندگی‌ها را در برگیرد.
- نظام انگیزشی باید حداکثر ۳ ماه بعد از اعلام نتایج ارزیابی وزارت صمت مورد اجرا قرار گیرد.

۴- فرآیند ارتباط با مشتریان

۴-۱- فرآیند نظرسنجی از مشتریان

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

این اندازه‌گیری باید توسط شرکت بازرسی معتمد وزارت صمت و بر اساس معیارهای تعریف شده در قانون انجام گرفته و تجزیه و تحلیل نتایج بدست آمده توسط شرکت ارائه‌دهنده خدمات فروش انجام گیرد.

- شرکت ارائه‌دهنده خدمات فروش باید لیست مشتریان که خودروی آن‌ها تحویل شده است را به همراه اطلاعات مورد نیاز (مشخصات مشتری، نوع و مشخصات خودرو، تاریخ ثبت نام، تاریخ تحویل، شماره تماس مشتری، مشخصات نمایندگی) بصورت برخط (آنلاین) در اختیار بازرس قرار دهد.

- شرکت ارائه‌دهنده خدمات فروش باید نتایج نظرسنجی را حداکثر پس از مدت یک ماه از اتمام فصل، مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد.

- شرکت ارائه‌دهنده خدمات فروش باید حداکثر ظرف مدت ۷۲ ساعت پس از تحویل خودرو به مشتری نسبت به سنجش رضایت وی از شاخص‌های برخورد و پاسخ‌گویی، وضعیت خودرو و سلامت آن، تحویل مدارک و مستندات خودرو، معرفی و نحوه کار با خودرو، شرایط ضمانت و سرویس‌های ادواری اقدام نماید.

- نحوه سنجش رضایت از شاخص‌های فوق بصورت عملکردی مورد نظر می‌باشد و برای هر یک از موارد که مشتری اعلام نارضایتی نموده است باید اقدام صورت پذیرد.

- انجام نظرسنجی فوق باید از طریق سامانه‌های ارتباطی و یا تلفنی دارای قابلیت ردیابی و ضبط صدا صورت پذیرد (مدت نگهداری سوابق حداقل یک سال می‌باشد).

۴-۱-۱- جهت پایش اثربخشی فرآیند نظرسنجی از مشتریان، شاخص‌های زیر باید تعریف، هدف‌گذاری و بصورت مستمر مورد محاسبه و تجزیه و تحلیل قرار گیرند:

• درصد انطباق (اجرای) وضعیت اطلاع‌رسانی و پاسخ‌گویی شامل برخورد و پاسخ‌گویی، اطلاع‌رسانی

زمان‌های فروش، ثبت نام و تحویل.

- درصد انطباق (اجرای) وضعیت توجه به خواسته های مشتری شامل مطابقت خودروی تحویلی با مشخصات تعیین شده در قرارداد.
- درصد انطباق (اجرای) وضعیت هزینه و زمان صرف شده شامل زمان صرف شده جهت مراحل ثبت نام، تحویل خودرو در زمان مقرر مطابق قرارداد، دریافت هزینه سود مشارکت در صورت وجود، تناسب هزینه پرداختی با خودروی خریداری شده.
- درصد انطباق (اجرای) وضعیت تحویل خودرو شامل سهولت دسترسی به محل تحویل خودرو، تحویل متعلقات الزامی مطابق با قرارداد، سلامت خودرو در زمان تحویل، وضعیت ظاهری خودرو در زمان تحویل، ارائه توضیحات و معرفی خودرو، تحویل مدارک قابل ارائه از سوی عرضه کننده، کیلومتر پیمایش خودرو تحویل شده، کفایت سوخت موجود در باک خودرو.

۲-۴- فرآیند ثبت و رسیدگی به شکایات مشتریان

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

این مکانیزم باید بگونه ای طراحی و اجرا شود که علاوه بر مختومه نمودن شکایات ظرف حداکثر ۲۰ روز کاری، از موارد زیر نیز اطمینان حاصل نماید:

- ۴-۲-۱- اطلاع رسانی کانال های ارتباطی جهت ثبت و پیگیری شکایت و پایش کفایت اطلاع رسانی.
- ۴-۲-۲- امکان ثبت و پیگیری رسیدگی به شکایت بصورت غیر حضوری و حضوری در محل نمایندگی و شرکت ارائه دهنده خدمات فروش.
- ۴-۲-۳- ثبت کامل شکایت شامل، مشخصات مشتری و موضوع شکایت.
- ۴-۲-۴- ثبت کامل مراحل رسیدگی به شکایات و تصمیمات گرفته شده جهت رفع شکایت، تاریخ خاتمه شکایت، صحه گذاری شکایات مردود.
- ۴-۲-۵- اجرای تصمیمات اخذ شده و ثبت کامل نتایج حاصل از آن.

۳-۲-۶- ثبت کلیه مراحل رسیدگی به شکایات در سامانه یکپارچه داخلی و ایجاد دسترسی برای مشتریان

جهت اطلاع‌رسانی لحظه‌ای از روند پیگیری شکایات ایشان در سامانه ارتباطی با مشتریان.

۴-۲-۷- جهت پایش اثربخشی فرآیند ثبت و رسیدگی به شکایات مشتریان، شاخص‌های زیر باید تعریف، هدف

گذاری و بصورت مستمر مورد محاسبه و تجزیه و تحلیل قرار گیرند:

- نسبت شکایات‌های ثبت شده به کل قراردادهای فروش (یک سال اخیر).
- تعداد شکایات ثبت شده بر اساس نوع شکایت (سه ماهه).
- متوسط زمان رسیدگی به شکایت از مرحله ثبت، بررسی، پاسخ تا خاتمه شکایت.

۵- فناوری اطلاعات

شرکت ارائه‌دهنده خدمات فروش باید سامانه‌های ارتباطی مورد نیاز را بصورت مستمر، پایدار و مبتنی بر

فناوری‌های اطلاعاتی طراحی و پیاده سازی نماید.

۵-۱- سامانه ارتباطی شرکت عرضه‌کننده با مشتریان

شرکت عرضه‌کننده خدمات فروش باید نسبت به طراحی سامانه ارتباطی با مشتریان با قابلیت‌های زیر اقدام نماید:

۵-۱-۱- قابلیت‌های عمومی سامانه:

- امکان مشاهده آدرس، تلفن و ساعات کاری هر نمایندگی.
- امکان مشاهده موقعیت جغرافیایی و مسیر یابی.
- امکان مشاهده آخرین رتبه و امتیاز نمایندگی به تفکیک حوزه‌های ارزیابی با ذکر جزئیات مطابق با فرمت بازرسی.
- امکان مشاهده لیست نمایندگی‌های فعال، تعلیق و لغو شده در یک سال اخیر به تفکیک استان.
- امکان مشاهده مشخصات فنی و ظاهری به همراه نمایش ۳۶۰ درجه داخلی و بیرونی کلیه خودروهای قابل فروش و عرضه شده در یک سال اخیر.
- امکان معرفی ویژگی‌های کیفی، فنی، ایمنی و آپشن محصولات قابل عرضه بصورت مدیا.

- امکان مشاهده سطح کیفیت و ایمنی محصولات قابل عرضه (بر اساس نتایج اعلامی مرجع قانونی).
- امکان مشاهده دفترچه ضمانت و نگهداری و راهنمای استفاده از محصولات عرضه شده در سه سال اخیر.
- امکان مشاهده آخرین ویرایش قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان و آیین نامه اجرایی.
- راهنمای کلیه روش های ثبت نام و خرید خودرو.
- امکان فروش اینترنتی و مشاهده تمامی طرح های فروش.
- امکان مشاهده بخشنامه های فروش فعال و منقضی شده به مدت یکسال.
- امکان مشاهده فرمت خام انواع قراردادهای فروش.
- اطلاع رسانی عدم واریز وجه قبل از عقد قرارداد.
- امکان پیش ثبت نام و تکمیل اطلاعات فردی.
- امکان اخذ تاییدیه پذیرش مفاد قرارداد از سوی مشتری قبل از واریز وجه.
- امکان ثبت نام خودرو و عقد قرارداد.

۵-۱-۲- قابلیت های اختصاصی سامانه:

- امکان مشاهده متن قراردادها و هرگونه الحاقیه قرارداد فی مابین مشتری و شرکت عرضه کننده.
- امکان مشاهده تایید و یا عدم تایید ثبت نام نهایی خودرو بلافاصله بعد از ثبت نام خودرو.
- امکان مشاهده وضعیت تکمیل مستندات مورد نیاز جهت کلیه مراحل ثبت نام و فروش.
- اطلاع رسانی کلیه واریزی های انجام شده و آتی مشتری.
- امکان مشاهده و پیگیری روند خرید از لحظه عقد قرارداد تا لحظه تحویل خودرو و تمامی مدارک مرتبط با آن.
- امکان مشاهده و اخذ تاییدیه رویت دعوت نامه.
- امکان ثبت درخواست، مشاهده مراحل و سوابق صلح، تبدیل، انصراف، ابطال، فک رهن.
- امکان ویرایش محل تحویل خودرو تا زمان مشخص شده توسط سازمان.

- امکان رویت موعد تحویل خودرو مطابق قرارداد و بر اساس هفته تحویل.
- تعیین و اطلاع رسانی زمان تأخیر احتمالی در تحویل خودرو حداکثر ۲۰ روز کاری قبل از موعد تحویل خودرو.
- امکان مشاهده مبلغ بروز سود مشارکت، انصراف و خسارت تأخیر جهت هر قرارداد مشمول و نحوه و تاریخ پرداخت آن (فعال و خاتمه یافته).
- امکان انجام نظرسنجی سیستمی از مشتری حداکثر ۳ روز پس از تحویل خودرو.
- امکان ثبت، پیگیری و مشاهده آخرین وضعیت بررسی شکایت مشتری شامل:
 - مراحل رسیدگی به شکایت.
 - زمان مورد انتظار جهت رسیدگی در هر مرحله.
 - زمان اتمام بررسی.
 - ثبت نتیجه بررسی و اقدامات مورد نیاز.
 - ثبت اقدامات انجام شده (در صورت نیاز).

۵-۱-۳- قابلیت های امنیتی و اعتبار سنجی:

- امکان بررسی اعتبار سنجی کد ملی و شماره همراه و شماره حساب بانکی مشتری جهت واریز هر گونه وجه.
- امکان پرداخت مستقیم مبالغ از طریق سامانه ارتباطی.
- عرضه کننده باید به نحو مناسب و بر اساس استانداردهای ملی امنیت اطلاعات نسبت به ایجاد سطح امنیت مناسب سامانه های ارتباطی خود اطمینان حاصل نماید.

۵-۲- سامانه ارتباطی شرکت عرضه کننده با نمایندگی ها

شرکت عرضه کننده خدمات فروش باید نسبت به طراحی سامانه ارتباطی با نمایندگان با قابلیت های زیر اقدام نماید:

- امکان اطلاع‌رسانی و مشاهده آخرین ویرایش روش های اجرایی و دستورالعمل های کاری به همراه تغییرات.
- امکان مشاهده بخشنامه‌ها و طرح‌های فروش.
- ثبت، بارگزاری و پیگیری قراردادهای فروش منعقد شده توسط نمایندگی.
- امکان ثبت و پیگیری مستندات پرونده های فروش، درخواست های مشتریان و فرآیندهای داخلی مرتبط نمایندگی‌ها.
- امکان مشاهده و اخذ تاییدیه رویت دعوت نامه.
- امکان مشاهده مبلغ بروز سود مشارکت، انصراف و خسارت تأخیر جهت هر قرارداد مشمول و نحوه و تاریخ پرداخت آن (فعال و خاتمه یافته).
- امکان ثبت و پیگیری سیستمی چک لیست دریافت خودرو از پیمانکار حمل و ایرادات احتمالی.
- امکان ثبت و پیگیری سیستمی چک لیست آماده سازی خودرو قبل از تحویل به مشتری.
- امکان ثبت و پیگیری سیستمی چک لیست خودرو تحویل شده به مشتری.
- امکان ثبت ایرادات خودروهای برگشتی ناشی از عدم انجام صحیح PDS در شبکه نمایندگی‌های خدمات پس از فروش.
- امکان ثبت تغییرات پرسنل، مشاهده نیاز سنجی، سوابق آموزشی و پست کاری تایید شده توسط نمایندگی.
- امکان ثبت، پیگیری و مشاهده آخرین وضعیت بررسی شکایت مشتری:
 - مراحل رسیدگی به شکایت.
 - زمان مورد انتظار جهت رسیدگی در هر مرحله.
 - زمان اتمام بررسی.
 - ثبت نتیجه بررسی و اقدامات مورد نیاز.
 - ثبت اقدامات انجام شده (در صورت نیاز).
- امکان ارائه گزارش نظارت و دریافت بازخورد.

- امکان پیاده سازی نیاز سنجی، برنامه ریزی، اجرا و صدور گواهینامه های آموزشی.

۵-۳- سامانه ارتباط داخلی شرکت عرضه کننده

شرکت عرضه کننده خدمات فروش باید نسبت به طراحی و پیاده سازی سامانه ارتباطی داخلی یکپارچه با قابلیت های زیر اقدام نماید:

- برخورداری از امنیت مناسب مطابق استانداردهای امنیت اطلاعات و شبکه.
- برخورداری از ظرفیت مناسب.
- امکان بروزرسانی سریع و ایجاد تغییرات مورد نیاز.
- امکان پیاده سازی نیاز سنجی، برنامه ریزی، اجرا و صدور گواهینامه های آموزشی جهت پرسنل ستاد.
- امکان گزارش گیری از نوع و وضعیت اجرای قراردادها (تحويل، انصراف، تبدیل، ابطال، وضعیت مالی و ...).
- امکان گزارش گیری از وضعیت مالی و حساب های فی مابین با نمایندگی ها.

۶- فرآیند فروش

۶-۱- برنامه ریزی فروش

عرضه کننده جهت خودرو وارداتی و یا مونتاژی باید امکان سنجی اجرای سایر برنامه های فروش را بر اساس برنامه های اجرایی در تأمین CKD/CBU و شماره گذاری با توجه به تأمین بودجه و ارزش مورد نیاز، زمان های حمل و ترخیص خودرو و قطعات، تعهدات معوق، اخذ مجوز های قانونی، فرآیند ثبت نام و تحويل خودرو انجام نماید.

عرضه کننده خودروهای ساخت داخل، باید جهت برنامه ریزی فروش، امکان سنجی عرضه را بر اساس برنامه های تولید کننده خودرو برای تأمین بودجه، قطعات مورد نیاز، ظرفیت و منابع تولید انجام دهد. کلیه شرکت های عرضه کننده خودرو باید برنامه فروش سالانه خودرو را بر اساس موارد فوق و به تفکیک مدل و نوع خودرو در ابتدای هر سال تعیین، تایید و مصوب نمایند.

شرکت عرضه‌کننده باید بر اساس نحوه اجرای برنامه تعیین شده، توسعه بازار و محصول در زمان مقتضی نسبت به بروزرسانی برنامه های فروش اقدام نماید.

کلیه شرکت‌های عرضه‌کننده باید امکان‌سنجی اجرای برنامه های فروش تحویل فوری را بر اساس اخذ مجوزهای قانونی، امکان شماره گذاری و تعداد خودرو کامل در دسترس انجام دهد.

۱-۱-۶- جهت پایش اثربخشی فرآیند برنامه‌ریزی فروش، شاخص زیر باید تعریف، هدف گذاری و بصورت مستمر مورد محاسبه و تجزیه و تحلیل قرار گیرد:

- درصد تحقق برنامه فروش (تعداد قراردادهای منعقد شده به کل برنامه فروش)

۲-۶- عملیات فروش

شرکت ارائه‌دهنده خدمات فروش باید امکان خرید اینترنتی و یا حضوری محصولات را برای مشتریان از طریق سامانه ارتباطی بین شرکت و مشتریان به گونه‌ای فراهم کند که حداقل الزامات زیر را پوشش دهد:

- تعیین روش فروش بر اساس برنامه‌ریزی فروش.
- بررسی و اطمینان از کفایت منابع و زیر ساخت های مورد نیاز متناسب با روش فروش و تعداد عرضه.
- تعیین و اخذ مجوزهای قانونی مرتبط.

۱-۲-۶- تدوین بخشنامه فروش و محتوای قرارداد مرتبط با آن مطابق با الزامات قانونی.

- اطلاع‌رسانی طرح‌های فروش حداقل ۲ روز کاری قبل از شروع طرح، در سامانه های ارتباطی، شبکه‌های اجتماعی و اطلاع‌رسانی در تابلو اعلانات نمایندگان.

زمان ثبت نام خودرو (ساعت و تاریخ)، شرایط اتمام ثبت نام، آدرس سامانه فروش اینترنتی و نحوه ثبت نام، مراحل ثبت نام، نوع فروش، نوع خودرو، تیپ خودرو، رنگ، مبلغ خودرو، نحوه پرداخت، زمان تحویل، امکانات خودرو، نسبت سود مشارکت، انصراف، و خسارت تأخیر در صورت وجود، شرایط تسهیلات، آدرس سامانه ارتباطی جهت معرفی کامل مشخصات ظاهری و فنی محصول.

- در صورت لغو بخشنامه فروش و یا هرگونه تغییرات اطلاع‌رسانی این موضوع بلافاصله در صفحه اول سامانه شرکت عرضه‌کننده صورت پذیرد.

۶-۲-۲- انجام فرآیند ثبت نام خودرو و عقد قرارداد با مشتریان.

- عدم امکان خرید خودرو جهت افراد تعیین شده توسط قانونگذار.
- عدم امکان دریافت وجه قبل از عقد قرارداد.
- ایجاد امکان پیش ثبت نام و تکمیل اطلاعات فردی.
- اخذ تاییدیه قرارداد از مشتری قبل از واریز وجه.
- ارائه تایید نهایی ثبت نام و عقد قرارداد.
- بررسی اعتبارسنجی کد ملی و شماره همراه و شماره حساب بانکی مشتری جهت واریز هر گونه وجه.
- پرداخت مستقیم مبالغ از طریق سامانه ارتباطی.
- الزامات تکمیل مدارک و پرونده مشتریان.
- امکان ویرایش محل تحویل خودرو به مشتری بعد از ثبت نام تا زمان معرفی شده از سوی عرضه کننده.

۶-۲-۳- الزامات مندرج در متن قرارداد فروش

- عرضه کننده باید در متن قراردادهای فروش حداقل موارد زیر را بصورت شفاف درج نماید:
- مدل فروش، نوع خودرو، مدل خودرو، تیپ خودرو، نشان تجاری، رنگ، امکانات خودرو، مشخصات فنی، مشخصات تودوزی، رینگ، مانیتور، مشخصات ظاهری داخلی و بیرونی، متعلقات (در صورت وجود)، سال تولید، جزئیات و نحوه محاسبه قیمت نهایی و پرداخت، نحوه محاسبه و پرداخت سود مشارکت از لحظه واریز اولین وجه، خسارت تأخیر، سود انصراف، زمان تحویل (بر اساس روز کاری)، شرایط تسهیلات (در صورت وجود)، شرایط صلح، انصراف و تبدیل، نحوه پیگیری قرارداد، کانال ارتباط مشتریان با شرکت.

تبصره ۱۴

در صورت تأخیر در تحویل، خسارت تأخیر از زمان تحویل قید شده در متن قرارداد شروع و تا زمان تحویل خودرو به مشتری ادامه خواهد داشت.

تبصره ۱۵

قراردادها باید بصورتی تنظیم شوند که با الزامات قانونی تعریف شده مغایرتی نداشته باشند.

۶-۲-۴- فرآیند صدور دعوت نامه و تکمیل وجه

- حصول اطمینان از دریافت دعوت نامه توسط مشتری حداقل ۱۵ روز کاری قبل از موعد تسویه قرارداد.
- تعیین روش های مناسب ارائه دعوت نامه به مشتری.
- حصول اطمینان از تکمیل وجه توسط مشتری.
- ۵-۲-۶- انجام فرآیند تخصیص تا تحویل خودرو به مشتری.
- تخصیص خودرو به مشتری بر اساس شاسی.
- صدور فاکتور فروش.
- انجام شماره گذاری، صدور سند مالکیت خودرو، صدور بیمه نامه.

تبصره ۱۶

حق انتخاب شرکت بیمه گذار باید در اختیار مشتری باشد.

- بازرسی و کنترل کلیه مشخصات ظاهری، عملکردی و ایمنی خودرو قبل از حمل خودرو به نمایندگی و یا محل تحویل.
- عرضه کننده باید مکانیزمی جهت ارائه نتایج بررسی سلامت بدنه و رنگ خودرو و ارائه نتیجه آن به نمایندگی و مشتری ایجاد نماید.
- شرایط نگهداری و حمل خودرو باید توسط عرضه کننده به نحوی تعیین و اجرا گردد که از هر گونه تغییر نسبت به شرایط خودرو در زمان پایان فرآیند تولید و تکمیل عملیات کنترلی اطمینان حاصل نماید.
- کنترل وضعیت ظاهری و متعلقات خودرو در زمان تحویل خودرو به نمایندگی یا محل تحویل.
- کنترل مشخصات ظاهری، عملکردی و ایمنی تعریف شده توسط عرضه کننده خودرو قبل از تحویل به مشتری توسط نمایندگی یا نماینده تحویل.
- تحویل خودرو، متعلقات، مدارک (قابل صدور توسط عرضه کننده) به مشتری همراه با آموزش نحوه استفاده از خودرو، نکات ایمنی، امکانات خودرو، شرایط نگهداری خودرو، زمان بندی مراجعه جهت سرویس های دوره ای و ضوابط گارانتی و برگزاری دوره آموزشی آشنایی و کاربری خودرو به کلیه مشتریان در حوزه خودروهای سنگین.

- میزان سوخت موجود در باک خودرو باید به نحوی باشد که نمایشگر میزان سوخت در وضعیت هشدار نباشد.

تبصره ۱۷

اطلاع‌رسانی زمان تحویل خودرو به مشتری باید حداکثر بعد از ۲۴ ساعت از دریافت خودرو توسط نمایندگی یا محل تحویل صورت پذیرد.

- عرضه‌کننده باید مکانیزمی جهت ارائه پاسخ به سوالات پرتکرار مشتریان در خصوص نحوه استفاده از خودرو و مشکلات و ابهامات مرتبط با آن ایجاد نماید.
- عرضه‌کننده باید استانداردهای نظام آراستگی و ایمنی، فیزیکی و رفاهی مورد نیاز محل تحویل خودرو را به نحو مناسب تعیین و اجرا نماید.
- عرضه‌کننده باید شرایط تحویل خودرو به مشتری را به نحو مناسب (شامل تمیز و خشک بودن خودرو، آموزش مورد نیاز، حداقل میزان سوخت) تعیین و اجرا نماید.
- عرضه‌کننده خودرو باید مکانیزمی جهت شناسایی، کنترل و رفع ایرادات احتمالی عنوان شده از سوی مشتری را تدوین، اجرا و پایش نماید. شناسایی ایرادات احتمالی باید حداکثر ظرف مدت ۷۲ ساعت بعد از تحویل خودرو صورت پذیرد.

تبصره ۱۸

- چک لیست‌های این بخش باید کلیه موارد مورد نیاز را پوشش داده و به همراه کد شناسایی منحصر به فرد در سامانه ارتباطی با نمایندگی‌ها، قابل ردیابی و مرتبط با خودرو باشد.
- ۶-۲-۶- جهت اندازه‌گیری و پایش اثربخشی فرآیندهای مرتبط با تحویل خودرو، شاخص‌های زیر باید تعریف، هدف‌گذاری و بصورت مستمر مورد محاسبه، پایش و تجزیه و تحلیل قرار گیرند:
- درصد خودروهای تحویلی نامنطبق (خودرو و متعلقات) نسبت به قرارداد اولیه.
 - متوسط زمان تأخیر در تحویل*.
 - درصد تحویل به موقع خودرو (بر اساس قرارداد).
 - درصد پرداخت به موقع (حداکثر ۷ روز کاری) خسارت تأخیر (بر اساس قرارداد).

- نسبت مبلغ پرداخت شده خسارت تأخیر به کل خسارت مشمول بر اساس الزامات قانونی*.
 - متوسط زمان پرداخت خسارت تأخیر*.
 - درصد پرداخت به موقع (حداکثر ۲۰ روز کاری) سود مشارکت (بر اساس قرارداد).
 - نسبت مبلغ پرداخت شده سود مشارکت به کل مبلغ مشمول بر اساس الزامات قانونی*.
 - متوسط زمان پرداخت سود مشارکت*.
 - درصد پرداخت به موقع (حداکثر ۲۰ روز کاری) سود انصراف (بر اساس قرارداد).
 - نسبت مبلغ پرداخت شده سود انصراف به کل مبلغ مشمول بر اساس الزامات قانونی*.
 - متوسط زمان پرداخت سود انصراف*.
 - خودروهای مراجعه کرده به تعمیرگاه قبل از سرویس اولیه ناشی از عدم اجرای مناسب PDS به نسبت کل خودروهای مراجعه کرده قبل از سرویس اولیه.
 - روند پیمایش خودروهای تحویل شده.
- * این شاخص ها نیاز به پایش و تحلیل دارند و سایر شاخص ها فقط باید میزان عملکردشان محاسبه و روند آن پایش شود ولی نیاز به تحلیل ندارند.

۳-۶ فرآیند تبلیغ و معرفی محصول

- عرضه کننده خودرو باید مکانیزمی جهت تبلیغ و معرفی محصول در سطح شرکت عرضه کننده و نمایندگی های مجاز ایجاد نماید.
- زمانبندی تبلیغات و معرفی محصول باید به نحوی باشد که قبل از اطلاع رسانی اولین بخشنامه فروش به اجرا درآید.
- تبلیغات می تواند بصورت محیطی، سامانه های ارتباطی با مشتریان، رسانه های صوتی و تصویری و یا پیام رسان های عمومی باشد.
- شرکت عرضه کننده باید از کفایت اجرای تبلیغات اطمینان حاصل نماید.

- معرفی محصول باید به نحوی باشد که کلیه مشخصات فنی، ظاهری و امکانات جانبی خودرو به صورت مناسب به اطلاع مشتری رسانده شود و تا زمان اتمام عرضه محصول در دسترس وی باشد.
- عرضه‌کننده در زمان ارائه محصول جدید (تا ۵۰۰۰ دستگاه اول) به بازار باید به نحو مقتضی امکان معرفی خودرو را بصورت حضوری برای مشتریان و از طریق نمایشگاه مرکزی در حداقل ۵ کلان شهر کشور ایجاد نماید.

تبصره ۱۹

- معرفی محصول در شرکت‌های عرضه‌کننده خودروهای سنگین (شامل کشنده، کامیون و اتوبوس) برای مشتریان می‌تواند از طریق یک نمایشگاه مرکزی صورت پذیرد.
- چنانچه تعداد برنامه عرضه مجموع خودروهای شرکت عرضه‌کننده بیش از ۵۰۰۰ خودرو در سال باشد، عرضه‌کننده باید امکان معرفی خودرو را بصورت حضوری برای مشتریان و از طریق نمایشگاه‌های مرکزی در کلیه مراکز استان‌های کشور ایجاد نماید.

تبصره ۲۰

- چنانچه تعداد عرضه خودروهای برون شهری سنگین (شامل کشنده، کامیون و اتوبوس) بیش از ۳۰۰۰ دستگاه در سال باشد عرضه‌کننده باید امکان معرفی خودرو را بصورت حضوری برای مشتریان و از طریق حداقل ۱۲ نمایشگاه در محورهای مواصلاتی ایجاد نماید.

تبصره ۲۱

- در خصوص خودروهای سنگین درون شهری شامل اتوبوس‌های مسافربری شرکت عرضه‌کننده می‌تواند امکان معرفی محصول خود را از طریق یک نمایشگاه مرکزی ایجاد نماید.
- عرضه‌کننده می‌تواند امکان رانندگی آزمایشی و تست خودرو را برای متقاضیان خرید خودرو در محیط استاندارد و تعریف شده فراهم آورد. در این خصوص تدوین دستورالعمل و تعیین شرایط ایمنی، رانندگی، و ریسک‌های مربوطه باید بصورت شفاف تعریف و توزیع شده باشد.
 - عرضه‌کننده باید امکانات معرفی کلیه محصولات قابل عرضه را بصورت سمعی و بصری در محل نمایشگاه و نمایندگی‌های خود ایجاد نماید.

- عرضه‌کننده باید از طریق سامانه ارتباط با مشتریان امکان مقایسه محصولات خود را از منظر ایمنی، امکانات و عملکردی برای مشتریان فراهم آورد.

۷- خدمات برون سپاری شده

۷-۱- الزامات خدمات برون سپاری شده:

- عرضه‌کننده خودرو باید مکانیزمی جهت شناسایی، اولویت بندی، انتخاب و پایش دوره‌ای عملکرد کلیه پیمانکاران موثر بر کیفیت خدمات از جمله پیمانکاران حمل، آموزش، فناوری اطلاعات، بیمه، مؤسسات مالی و اعتباری ایجاد نماید.
- عرضه‌کننده باید شرایط و نحوه ارائه خدمات توسط پیمانکار را بصورت شفاف تعیین و به پیمانکار ابلاغ نماید.
- جهت اندازه‌گیری و پایش اثربخشی فرآیندهای مرتبط با خدمات برون سپاری شده، شاخص زیر باید تعریف، هدف‌گذاری و بصورت مستمر مورد محاسبه و تجزیه و تحلیل قرار گیرد:
- متوسط عملکرد تأمین کنندگان.

۸- پیاده سازی سیستم‌های مدیریت

- عرضه‌کننده جهت حصول اطمینان از اجرای مطلوب فرآیندهای داخلی خود، ملزم به پیاده سازی سیستم‌های مدیریت بوده و گواهینامه معتبر و مرتبط با آن را دریافت نموده باشد.
- در این ارتباط پیاده سازی سیستم مدیریت کیفیت ISO ۹۰۰۱، سیستم مدیریت رسیدگی به شکایات ISO ۱۰۰۰۲، سیستم مدیریت پایش و اندازه‌گیری رضایت مشتریان ISO ۱۰۰۰۴، سیستم امنیت اطلاعات ISO ۲۷۰۰۱ الزامی می‌باشد.

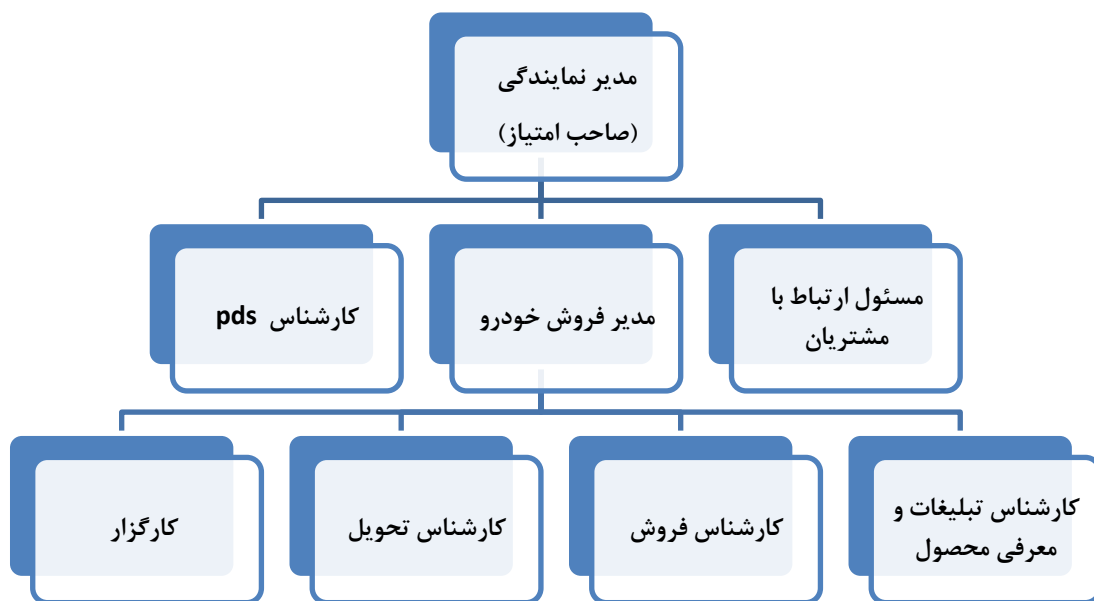
ضوابط و الزامات ارزیابی خدمات فروش نمایندگی‌های مجاز

شاخص های اصلی ارزیابی نمایندگی های مجاز

- ✓ نیروی انسانی
- ✓ امکانات و تجهیزات
- ✓ شرایط فیزیکی و محیطی
- ✓ شرایط نظام آراستگی و ایمنی
- ✓ فرآیندهای مرتبط با حقوق مصرف کنندگان
- ✓ امتیازهای تشویقی

۱- نیروی انسانی

مدیریت و نیروی انسانی یکی از پارمترهای مهم در نمایندگی مجاز به جهت ارائه خدمات مطلوب به مشتریان محسوب می‌گردد. منابع انسانی ارزشمندترین منبع سازمان‌های امروزی به شمار می‌آیند چرا که به تصمیمات سازمانی شکل داده، مسایل و مشکلات سازمان را حل نموده و بهره‌وری را عینیت می‌بخشند. ساختار سازمانی نمایندگی‌های مجاز فروش



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

تعیین تعداد نیروی انسانی کافی با توجه به تعداد فروش و تحویل در هر نمایندگی مجاز به جهت برآورده کردن امکانات خدماتی صحیح و مؤثر باید صورت گیرد.

جدول ۱: تعداد پرسنل مورد نیاز

ردیف	سمت	تعداد فروش خودرو در سال (S)		
		$S \leq 520$	$520 < S \leq 1300$	$1300 < S$
۱	مدیر نمایندگی (صاحب امتیاز)	۱ نفر	۱ نفر *	
۲	مدیر فروش		۱ نفر	
۳	کارشناس فروش *	۱ نفر	HS (ROUNDUP)	
۴	کارشناس ارتباط با مشتریان *		HC (ROUNDUP)	
۵	کارشناس تبلیغات و معرفی محصول *		HP (ROUNDUP)	
۶	کارشناس PDS خودرو	$(S_1 * T_{S1}) + (S_r * T_{Sr}) / T$		
۷	کارشناس تحویل خودرو	$(D * T_D) / T$		
۸	کارگزار	۱ نفر		

* مدیر نمایندگی در حوزه خدمات فروش می‌تواند با مدیر نمایندگی در حوزه خدمات پس از فروش مشترک باشد.

چنانچه تعداد شعب فروش بیش از یک شعبه باشد وجود یک نفر مدیر نمایندگی کفایت می‌نماید. و در هر شعبه، مدیر فروش بصورت مستقل مورد نیاز می‌باشد.

** جهت محاسبه تعداد کارشناس فروش از قانون گرد کردن افزایشی (ROUNDUP) استفاده می‌گردد.

* جهت تعیین تعداد کارشناس ارتباط با مشتریان و کارشناس تبلیغات و معرفی محصول و نفرات مشترک قابل استفاده از فرمول زیر استفاده می‌گردد:

تعداد کل پرسنل مورد نیاز در سه پست مذکور:

$$HS = \frac{S * T_S}{T}$$

S= تعداد فروش سالانه

T = مجموع ساعت کاری در ۲۶۰ روز کاری

$$HC = \frac{S * T_C}{T}$$

$$HP = \frac{S * T_P}{T}$$

$$HT(ROUNDUP) = HS + HC + HP$$

* بر اساس میزان HT(ROUNDUP) وضعیت اشتراک در پست های کارشناس ارتباط با مشتریان کارشناس تبلیغات و معرفی محصول تعیین می گردد.

S_1 = تعداد کل خودروهای تحویل شده به مشتری

S_2 = تعداد کل خودروهای تحویل شده به مشتری که عملیات آماده سازی قبل از تحویل خودرو در نمایندگی باشد

R = کل پذیرش سالانه خودرو در خدمات پس از فروش در صورتیکه مشترک با کارشناس فنی باشد

T = مجموع ساعت کاری نمایندگی در سال بر حسب ساعت

D = تعداد خودرو تحویل شده به مشتری در سال

جدول ۲: متوسط زمان استاندارد هر عملیات

نماد	T_C	T_P	T_D	T_{S1}	T_{S2}	T_S
مقدار (ساعت)	۰.۲۵	۰.۵	۰.۵	۰.۵	۱.۵	۱

T_{S1} = متوسط زمان کنترل وضعیت عملکردی و ظاهری خودرو قبل از تحویل به مشتری

T_{S2} = متوسط زمان کنترل وضعیت سلامت فنی خودرو قبل از تحویل به مشتری

T_D = متوسط زمان تحویل خودرو (شامل آموزش، تحویل خودرو به مشتری، تکمیل مستندات و ...)

T_S = متوسط زمان ثبت نام، تکمیل مدارک و مستندات (شامل امور فروش، ثبت نام، تکمیل مدارک، قرارداد، دعوت نامه و پیگیری و ...)

T_P = متوسط زمان معرفی محصول (شامل معرفی مشخصات فنی، آپشن، مقایسه با سایر محصولات شرکت)

T_C = متوسط زمان رسیدگی به امور مشتریان (شامل دریافت، ثبت و پیگیری نظرات و شکایات مشتریان)

تبصره ۱

- ✓ بررسی نفرات مشترک مطابق با شرایط احراز تعریف شده هر پست صورت می گیرد.
- ✓ نفراتی قابلیت کسب امتیاز را دارا می باشند که حداقل سه ماه از تاریخ شروع کار آن ها در نمایندگی و معرفی به سازمان تأمین اجتماعی گذشته باشد، حداقل سن آن ها ۱۸ سال تمام بوده و حداقل ۲۰ روز فعالیت ماهانه داشته باشند. ارائه مدارک و مستندات جهت اثبات این موضوع توسط نمایندگی مجاز الزامی است.
- ✓ کلیه پرسنل نمایندگی مجاز باید از طرف عرضه کننده / واسطه خدمات پس از فروش به عنوان پرسنل نمایندگی مجاز با ثبت عنوان شغلی مورد تایید قرار گرفته باشد. پذیرش نفرات بر اساس احراز پست پرسنل، توسط بازررس خواهد بود.

۳-۱- شرایط احراز کارکنان نمایندگی های مجاز فروش

۱-۳-۱- مدیر نمایندگی (صاحب امتیاز):

سوابق تحصیلی و کاری:

- ✓ لیسانس و بالاتر با ۳ سال سابقه کار
- ✓ فوق دیپلم با ۵ سال سابقه کار
- دوره های آموزشی:
- ✓ آشنایی با کلیه نرم افزارهای ارتباطی و سامانه های فروش شرکت مربوطه
- ✓ مدیریت نمایندگی های فروش
- ✓ اصول و فنون مذاکره
- ✓ برنامه ریزی استراتژیک
- ✓ آشنایی با محصولات (کلیه محصولات عرضه شده)
- ✓ مدیریت منابع انسانی
- ✓ آشنایی با کلیات آخرین ویرایش دستورالعمل شرایط، ضوابط و ارزیابی فروش
- ✓ مدیریت مالی

شرح وظایف:

✓ تلاش در جهت شناخت و رفع انتظارات و نیازهای مشتریان و ذینفعان مطابق با الزامات تعیین شده و قانونی

✓ تأمین منابع مورد نیاز جهت پیاده‌سازی الزامات

✓ نظارت بر اجرای برنامه های تبلیغاتی در جهت افزایش سهم بازار

✓ ایجاد وفاداری و اطمینان مشتریان نسبت به شرکت و اطمینان از حرکت در جهت سیاست‌های فروش شرکت

✓ نظارت بر رسیدگی به شکایات و درخواست‌های مشتریان

✓ نظارت بر عملکرد و حسن اجرای وظایف پرسنل و ایجاد انگیزه جهت بهبود کارایی

✓ بررسی عملکرد مالی نمایندگی و صورت های حسابرسی

۱-۳-۲- مدیر فروش

سوابق تحصیلی و کاری:

✓ لیسانس با حداقل ۴ سال سابقه کار

✓ فوق دیپلم با حداقل ۵ سال سابقه کار

دوره های آموزشی:

✓ آشنایی با کلیه نرم افزارهای ارتباطی و سامانه های فروش شرکت مربوطه

✓ مشتری مداری

✓ مدیریت منابع انسانی

✓ ارزیابی عملکرد کارکنان

✓ کار تیمی

✓ نظام آراستگی

✓ تجزیه و تحلیل کمی و کیفی داده ها

✓ اصول و فنون مذاکره

✓ آشنایی با محصولات (کلیه محصولات عرضه شده)

✓ آشنایی با فرآیند تخصیص پلاک و pds و handover

✓ مدیریت کسب و کار

✓ آشنایی با الزامات استانداردهای ایزو ۹۰۰۱، ۱۰۰۰۲ و ۱۰۰۰۴

✓ آشنایی با آخرین ویرایش دستورالعمل شرایط، ضوابط و ارزیابی فروش

✓ آشنایی با استانداردهای فیزیکی، بصری و رفتاری شرکت عرضه کننده

شرح وظایف:

✓ هدایت کلیه کارکنان فروش، کنترل و ارزیابی پیشرفت مهارت ها

✓ توسعه و بهبود روش های عملیاتی جهت افزایش فروش سالانه

✓ برآورد بودجه مورد نیاز جهت اجرای فعالیت های مرتبط و توسعه ای در حوزه فروش

✓ آگاهی و نظارت بر اجرای دستورالعمل ها، آیین نامه ها و بخشنامه های مربوط به بازاریابی و فروش

✓ نظارت بر نحوه استاندارد سازی فضاهای اداری و نمایشگاهی مطابق با استاندارد شرکت مربوطه

✓ شناخت مشتریان بالقوه، کلیدی و کسب اطمینان از اطلاع رسانی برنامه های فروش به آنان

✓ مدیریت و هدایت و ایجاد نظام انگیزشی برای کارکنان و جذب نیروی ماهر

✓ تعیین و ابلاغ اهداف به کارکنان و کنترل سطح تحقق اهداف، شناسایی انحرافات، تصحیح آن ها،

ایجاد هماهنگی و رفع مشکلات واحدهای مربوطه

✓ آموزش کارکنان در حین کار و در صورت نیاز، برگزاری جلسات آموزشی و توجیهی

✓ رسیدگی به نظرات و پیشنهادات و شکایات مشتریان، جمع بندی بازخوردهای مشتریان و کارکنان

و برنامه ریزی در جهت انجام اقدامات اصلاحی موثر و بهبود و هماهنگی با مسئولین سازمان جهت

رفع مشکلات احتمالی

✓ اطمینان از آگاهی کامل کارکنان فروش نسبت به فرآیندهای فروش

✓ ارسال بازخورد مشتریان در رابطه با خودرو به سازمان فروش

✓ اطلاع رسانی ایرادات متداول خودروهای نو به صورت دوره ای با سازمان فروش

✓ تهیه گزارشات تحلیلی درباره فروش (شامل انحرافات از برنامه، انجام تحلیل های سود و زیان

کمپین های فروش و ...)، تبلیغات و مسائل کارکنان جهت ارائه به مدیریت

✓ تلاش در جهت شناخت انتظارات و نیازهای مشتریان و برنامه ریزی جهت برآورده سازی خواست

مشتریان

✓ اطمینان از حرکت در جهت سیاست های فروش شرکت و تحقق اهداف تعیین شده نمایندگی

۱-۳-۳- کارشناس فروش

سوابق تحصیلی و کاری:

✓ لیسانس و بالاتر با حداقل ۲ سال سابقه کار

✓ فوق دیپلم با حداقل ۳ سال سابقه کار

✓ دیپلم با حداقل ۴ سال سابقه کار

دوره های آموزشی:

✓ آشنایی با کلیه نرم افزارهای ارتباطی و سامانه های فروش شرکت مربوطه

✓ مشتری مداری و مهارت های ارتباطی

✓ کار تیمی

✓ نظام آراستگی

✓ آشنایی با محصولات (کلیه محصولات عرضه شده)

✓ آشنایی با فرآیند تخصیص پلاک و pds و handover

✓ آشنایی با نرم افزارهای اداری

✓ آشنایی با استانداردهای فیزیکی، بصری و رفتاری شرکت عرضه کننده

✓ آشنایی با آخرین ویرایش دستورالعمل شرایط، ضوابط و ارزیابی فروش

✓ حفاظت و ایمنی کار

شرح وظایف:

✓ دریافت مدارک مورد نیاز مشتریان و انجام کلیه مراحل اداری قرارداد فروش

✓ رفع نقص احتمالی مدارک، ثبت و انتقال اصلاحات مورد نظر مشتری و گرفتن تایید سفارش و در

صورت لزوم انتقال آن به مشتری

✓ انجام کلیه امور مربوط به پس از فرآیند ثبت نام مشتریان نظیر تنظیم صلح نامه، تبدیل، انصراف و

... بنا بر خواست مشتری

✓ ایجاد هماهنگی های لازم با کارگزار جهت تسریع در انجام مراحل ثبت نام تا تحویل خودرو

✓ نظارت بر انجام قراردادهای مالی، بیمه، لیزینگ و سایر فرآیندها و پیگیری مراحل تا دریافت خودرو

مشتری و حل مشکلات پیش آمده

✓ مذاکره با مشتریان و ارائه اطلاعات لازم از قبیل دفترچه مشخصات محصول، بروشور و ... به مشتریان

۱-۳-۴- کارشناس تبلیغات و معرفی محصول

سوابق تحصیلی و کاری:

✓ لیسانس و بالاتر با حداقل ۲ سال سابقه کار

✓ فوق دیپلم با حداقل ۳ سال سابقه کار

دوره های آموزشی:

✓ مشتری مداری و مهارت های ارتباطی

✓ نظام آراستگی

✓ کار تیمی

✓ آشنایی با محصولات (کلیه محصولات عرضه شده)

✓ تجزیه و تحلیل داده ها

✓ استراتژی های تحلیل بازار

✓ مدیریت فضای مجازی

✓ اصول تبلیغات موثر و اثر بخش

شرح وظایف:

✓ انجام تحلیل های دوره ای و تعیین دوره های رشد، اشباع، آغاز و یا کاهش تقاضا برای هر یک از

محصولات

✓ حضور فعال در نمایشگاه های منطقه ای

✓ تحلیل اطلاعات مشتریان با در نظر گرفتن جوانب مختلف بازاریابی و تبلیغات و به روز کردن

اطلاعات مرتبط

✓ به کارگیری معیارهای بازار منطقه و محلی در فرآیند فروش جهت کسب وفاداری مشتری (همراه

با در نظر گرفتن اهداف شرکت)

✓ توسعه و بهبود روش ها و کانال های فروش و پیشنهاد آن به مدیریت

✓ بررسی شیوه های تبلیغات و بازاریابی

✓ آگاهی و نظارت بر اجرای دستورالعمل ها، آیین نامه ها و بخش نامه های مربوط به بازاریابی و فروش

✓ پیشنهاد و اجرای کمپین های تبلیغاتی، شرایط فروش مناسب، تبلیغات سراسری (SMS و Mail

و فضای مجازی و ...) به مدیریت و برنامه ریزی تبلیغات نمایندگی

✓ شناسایی نقاط ضعف و قوت تمام فعالیت های بازاریابی بر اساس نتایج به دست آمده

۱-۳-۵- مسئول ارتباط با مشتریان

سوابق تحصیلی و کاری:

✓ لیسانس با ۲ سال سابقه کار مرتبط

✓ فوق دیپلم با ۴ سال سابقه کار مرتبط

دوره های آموزشی:

✓ آشنایی با الزامات استانداردهای ایزو ۱۰۰۰۲ و ۱۰۰۰۴

✓ تجزیه و تحلیل شاخص های رضایت مندی مشتریان

✓ مشتری مداری مهارت های ارتباطی

✓ نظام آراستگی

✓ کار تیمی

✓ اصول و فنون مذاکره

✓ آشنایی با نرم افزارهای اداری

✓ آشنایی با استانداردهای فیزیکی، بصری و رفتاری شرکت عرضه کننده

شرح وظایف:

✓ پاسخگویی و رسیدگی به کلیه شکایات های مشتریان و رفع مشکلات

✓ تماس با مشتریان، نظرسنجی از مشتریان و تعیین سطح رضایتمندی آن ها

✓ نگهداری و پیگیری اسناد کلیه شکایات های مشتریان

✓ برگزاری جلسات با کارکنان و مدیران، ارائه بازخوردهای مشتریان

✓ همکاری در طرح مراقبت از مشتری جهت افزایش وفاداری مشتریان

✓ رعایت کلیه بخش نامه ها و دستورالعمل ها در حوزه های ارتباطی

✓ پایش و تحلیل حاصل از نظرسنجی های دوره ای مشتریان فروش

۳-۵-۱- مسئول PDS خودرو

سوابق تحصیلی و کاری:

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

دوره های آموزشی:

- ✓ دوره های دانشی تعمیرات شامل: سیستم موتور، سیستم برق خودرو، سیستم سوخت رسانی، سیستم تعلیقات خودرو و تهویه مطبوع
- ✓ نظام آراستگی (۵S)
- ✓ آشنایی با فرآیند آماده سازی خودرو قبل از تحویل (PDS)
- ✓ آشنایی با نرم افزار ارتباطی شرکت در حوزه مرتبط

شرح وظایف:

- ✓ انجام کنترل های ظاهری، فنی، ایمنی و فرآیند آماده سازی خودرو قبل از تحویل به مشتریان
- ✓ بررسی نظافت داخل و خارج خودرو قبل از تحویل به مشتریان
- ✓ تکمیل گزارشات و فرم های مرتبط
- ✓ صحنه گذاری تعمیرات انجام شده بر روی خودروهای رفع ایراد شده

۳-۷-۱- مسئول تحویل خودرو

سوابق تحصیلی و کاری:

- ✓ فوق دیپلم و بالاتر با حداقل دو سال سابقه کار
- ✓ دیپلم و یا بالاتر با حداقل چهار سال سابقه کار

دوره های آموزشی:

- ✓ آشنایی با کلیه نرم افزارهای ارتباطی شرکت مربوطه
- ✓ نظام آراستگی
- ✓ کار تیمی

- ✓ مشتری مداری و مهارت های ارتباطی
- ✓ آشنایی با فرآیند تحویل خودرو (Handover)
- ✓ آشنایی با محصولات (کلیه محصولات عرضه شده)
- ✓ آشنایی با استانداردهای فیزیکی، بصری و رفتاری شرکت عرضه کننده

شرح وظایف:

- ✓ برنامه ریزی و زمان بندی تحویل خودرو و انجام فعالیت های کنترلی در حضور مشتری
- ✓ تحویل خودرو، ملحقات و مدارک لازم به مشتری
- ✓ نظارت بر فرآیند آماده سازی و وضعیت ظاهری و نظافت خودرو قبل از تحویل به مشتریان
- ✓ تکمیل اسناد مربوط به دریافت و تحویل خودرو
- ✓ ارائه اطلاعات تکمیلی درباره نحوه بکارگیری صحیح خودرو به مشتری
- ✓ معرفی واحد بوتیک (در صورت وجود) به منظور ارتقاء محصول بنابر نظر مشتری
- ✓ تشریح شرایط و ضوابط گارانتی خودرو و نحوه ارائه خدمات پس از فروش
- ✓ اعلام زمانبندی مراجعه جهت سرویس های دوره ای الزامی
- ✓ ارائه پاسخ و راهنمایی مشتریان در خصوص نحوه استفاده از خودرو
- ✓ ارائه نکات ایمنی استفاده از خودرو به مشتریان

۳-۸-۱- کارگزار

سوابق تحصیلی و کاری:

- ✓ حداقل دیپلم با ۲ سال سابقه کار

دوره های آموزشی:

- ✓ آشنایی با کلیه نرم افزارهای ارتباطی شرکت مربوطه
- ✓ مشتری مداری
- ✓ آشنایی با الزامات شغلی مرتبط (تخصیص پلاک، پرونده های مشتریان و ...)

شرح وظایف:

- ✓ ارائه مستندات و مدارک مشتریان به سازمان فروش
- ✓ همکاری با مدیر فروش جهت تکمیل موضوعات قرارداد های مشتریان

مدارک تحصیلی مورد پذیرش در فرآیند ارزیابی عبارتند از:

- ✓ اصل مدارک صادر شده توسط وزارت آموزش و پرورش و یا ارائه استعلام از طریق سامانه مرتبط
- ✓ اصل مدارک صادر شده توسط وزارت علوم و تحقیقات و فناوری و یا ارائه از طریق سامانه های وزارت علوم و تحقیقات و فناوری

سوابق کاری مورد پذیرش در فرآیند ارزیابی عبارتند از:

- ✓ سوابق ثبت شده در سامانه تأمین اجتماعی برای کلیه پرسنل
- ✓ اصل جواز کسب معتبر برای مدیر نمایندگی
- ✓ اصل قرارداد محضری برای افراد بازنشسته

تبصره ۲

امتیاز سوابق شغلی و تحصیلی بصورت مستقل محاسبه خواهد شد.

تبصره ۳

ارائه سوابق آموزشی از طریق سامانه ارتباطی شرکت عرضه کننده قابل قبول می باشد.

۴-۱- نحوه امتیازدهی

حداکثر امتیاز این بخش ۲۴ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی را شامل می شود.

نحوه امتیازدهی این بخش به ازای تعداد نفرات تعیین شده در (جدول ۱) و بر اساس ضرایب جدول ۳ تعیین می گردد:

جدول ۳: ضریب پست های کاری

ردیف	سمت	ضریب
۱	مدیر فروش	۵
۲	مدیر نمایندگی (صاحب امتیاز)	۴
۳	کارشناس فروش	۳
۴	کارشناس تبلیغات و معرفی محصول	۳
۵	مسئول ارتباط با مشتریان	۳
۶	کارشناس تحویل خودرو	۳
۷	کارشناس PDS خودرو	۲
۸	کارگزار	۱

تبصره ۴

۱۰ درصد امتیاز هر یک از پرسنل مربوط به سوابق تحصیلی، ۲۰ درصد سوابق کاری و ۷۰ درصد مابقی

مربوط به دوره های آموزشی تعیین شده می باشد.

۲- امکانات و تجهیزات

۲-۱- فهرست تجهیزات اداری، رفاهی و ایمنی مورد نیاز در جدول ۴ آورده شده است:

جدول ۴: فهرست تجهیزات اداری، رفاهی و ایمنی

ردیف	شرح
۱	رایانه و تجهیزات جانبی (مانیتور، چاپگر، اسکنر) به تعداد پرسنل شاغل در حوزه فروش
۲	مبلمان مطابق استاندارد شرکت
۳	میز عقد قرارداد و صندلی مناسب مطابق استاندارد شرکت جهت پرسنل و مشتریان
۴	نمایشگر برای نمایش اطلاعات خودرو و تبلیغات
۵	پنل پیامکی دو طرفه
۶	دستگاه دوکاره (آب سرد و گرم) به همراه لیوان یکبارمصرف
۷	سیستم تهویه مطبوع
۸	اینترنت پرسرعت جهت سیستم های اداری و مشتریان
۹	دوربین مداربسته
۱۰	سیستم اعلام و اطفاء حریق

۲-۲- تجهیزات لازم در فرآیند PDS عبارتند از:

جدول ۵: تجهیزات لازم در فرآیند PDS

ردیف	تجهیزات	کالیبراسیون	تعمیرات و نگهداری	امتیاز
۱	دستگاه شارژ باتری			۵
۲	تستر باتری	✓		۵
۳	دستگاه بالانس چرخ	✓	✓	۱۵
۴	دستگاه تنظیم نور چراغ های جلو			۱۵
۵	دستگاه تست، عملکرد و شارژ گاز کولر	✓	✓	۱۵
۶	دستگاه عیب یاب			۱۵
۷	دستگاه میزان فرمان کامپیوتری	✓	✓	۳۰

تبصره ۵

وجود فرآیند PDS در نمایندگی‌های مجاز الزامی است. چنانچه نمایندگی مجاز صرفاً عهده دار فروش خودرو باشد، و توانایی اجرای فرآیند PDS را نداشته باشد مسئولیت اجرای فرآیند PDS بر عهده شرکت عرضه‌کننده می‌باشد.

استفاده از بالابر دوستونه و چهارستونه جهت انجام فرایند PDS الزام می‌باشد.

تبصره ۶

شرکت کالیبراسیون باید توسط مرکز ملی تایید صلاحیت ایران یا سایر مراجع معتبر تعیین شده مورد تایید قرار گرفته شود.

تبصره ۷

چنانچه فرآیند PDS توسط شرکت عرضه‌کننده انجام گردد تجهیزات مرتبط با این حوزه باید متناسب با ظرفیت تولید روزانه باشد. علاوه بر تجهیزات طراحی و پیاده‌سازی فرآیندهای کنترلی مرتبط نیز مورد نظر خواهد بود.

۲-۳- نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز این بخش ۱۰ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی را شامل می‌شود.

نحوه امتیازدهی این بخش بر اساس ضرایب جدول ۶ محاسبه می‌گردد:

جدول ۶: ضریب تجهیزات

ردیف	شرح	ضریب
۱	تجهیزات اداری و رفاهی	۳۰٪
۲	تجهیزات PDS	۷۰٪

تبصره ۸

✓ صرفاً به دستگاه‌ها، تجهیزات و امکانات سالم که نصب و مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند امتیاز تعلق می‌گیرد.

✓ مسئول PDS باید مسلط به راه اندازی دستگاه بالانس چرخ، شارژ کولر و تنظیم نور باشد.

✓ در صورت کالیبره نبودن هر یک از تجهیزات ۳۰ درصد از امتیاز آن‌ها کسر خواهد شد.

✓ در صورت عدم انجام تعمیرات و نگهداری هر یک از تجهیزات ۲۰ درصد از امتیاز آن‌ها کسر خواهد شد.
دستورالعمل شرایط، ضوابط و ارزیابی

۳- شرایط فیزیکی و محیطی:

۳-۱- شرایط فیزیکی و محیطی نمایندگی فروش:

- ✓ در طراحی نماهای اصلی نمایشگاه و نمای ورودی مشتریان، باید از شیشه های سکوریت کامل استفاده شده باشد. به طوری که داخل نمایشگاه در زمان فعالیت بطور کامل از بیرون قابل مشاهده باشد.
- ✓ فضاهای داخلی و نمای بیرونی نمایشگاه باید از نور کافی برخوردار باشد.
- ✓ طراحی کف، دیوار ها و سقف نمایندگی باید مطابق استاندارد بروز شرکت عرضه کننده باشد.
- ✓ نشان تجاری شرکت عرضه کننده باید مطابق استاندارد شرکت عرضه کننده و در مقابل درب ورود و در نمای دید مشتریان قرار گرفته باشد.
- ✓ نمایشگاه باید بگونه ای طراحی گردد که امکان مراجعه آسان و سریع به قسمت های مختلف فروش نمایندگی وجود داشته باشد.
- ✓ امکان بازدید از خودروهای موجود در نمایشگاه و آشنایی با مشخصات و ویژگی آنان فراهم باشد.
- ✓ فراهم نمودن محلی به منظور امکان اطلاع رسانی در خصوص شرایط فروش به مشتریان در نمایشگاه ضروری است.
- ✓ مساحت نمایشگاه باید حداقل ۱۲۰ متر مربع باشد (عرض نمایشگاه حداقل ۱۰ متر باشد و ارتفاع دیوارهای آن باید حداقل ۳ متر باشد. ارتفاع سقف در نمایشگاه خودروهای سنگین باید حداقل ۶ متر باشد).
- ✓ مدیریت نمایندگی باید حداقل یک دستگاه از جدیدترین محصولات عرضه شده در یکسال اخیر را جهت معرفی به مشتریان در نمایشگاه قرار دهد.
- ✓ محلی برای معرفی خودروی ویژه در نمایشگاه باید طراحی گردد. خودرو ویژه می تواند لوکس ترین (گران ترین) محصول باشد.
- ✓ محل خودرو ویژه باید متمایز (ارتفاع، نور، رنگ) از فضای نمایشگاه باشد.
- ✓ نمایندگی باید علائم و راهنماهای قابل مشاهده و مفهوم برای مشتریان را در فضای بیرونی و داخلی نمایندگی مطابق استاندارد شرکت مربوطه تهیه و نصب نماید.
- ✓ کلیه فضاهای داخل نمایندگی و فضاهای در دسترس مشتریان باید تمیز و مرتب نگه داشته شوند.

- ✓ نمایندگی باید دارای پارکینگ اختصاصی برای مشتریان بوده و حداقل یک محل را به عنوان پارکینگ ویژه معلولین مشخص نماید. حداقل تعداد پارکینگ مورد نیاز برای نمایندگی معادل ۳۰ درصد فروش روزانه باشد. محاسبه فروش روزانه بر مبنای محاسبه فروش سالانه (S) می‌باشد.
- ✓ نمایندگی باید به تعداد متوسط فروش روزانه دارای پارکینگ باشد. چنانچه تحویل خودرو بر عهده نمایندگی نباشد پارکینگ فروش مورد نیاز نمی‌باشد. ابعاد پارکینگ مشتریان فروش حداقل ۲.۲ * ۵ متر مربع می‌باشد. در محل پارکینگ تعیین راهروی تردد جهت دسترسی به هر یک از خودرو ها نیز به ابعاد ۲.۲ * ۳.۵ متر مربع ضروری می‌باشد. جهت نمایندگی‌های سنگین ابعاد پارکینگ ۳*۸ و راهرو ۵*۳ می‌باشد.
- ✓ چنانچه نمایندگی دارای فعالیت خدمات پس از فروش نیز باشد باید به شیوه مناسب کلیه فضاهای فروش را از خدمات پس از فروش تفکیک نماید.
- ✓ نمایندگی باید فضایی مستقل را جهت فعالیت PDS تعیین نماید. این فضا باید دارای بالابر مناسب بوده و حداقل به مساحت ۴*۷ متر مربع نیز باشد. تعداد فضای PDS مورد نیاز بر اساس تعداد تحویل خودرو سالانه می‌باشد. تا ۱۴۰۰ دستگاه خودرو قابل تحویل در سال نمایندگی به یک فضای PDS نیاز دارد. از ۱۴۰۰ دستگاه بالاتر متناسب با تعداد تحویل فضای مورد نیاز باید تخصیص یابد.
- ✓ چنانچه نمایندگی دارای فعالیت خدمات پس از فروش باشد می‌تواند با توجه به متوسط پذیرش روزانه و در صورت وجود ظرفیت خالی یکی از فضاهای تعمیراتی دارای جک دو ستون و یا قیچی را به فعالیت PDS اختصاص دهد.
- ✓ نمایندگی باید یک فضای مسقف و مستقل را جهت محل تحویل خودرو تعیین نماید. حداقل ابعاد محل تحویل خودرو ۴*۷ متر مربع در حوزه سبک (۱۰*۵ برای سنگین) می‌باشد. تا ۱۴۰۰ دستگاه خودرو قابل تحویل در سال نمایندگی به یک فضای PDS نیاز دارد. از ۱۴۰۰ دستگاه بالاتر متناسب با تعداد تحویل فضای مورد نیاز باید تخصیص یابد.
- ✓ محل تحویل باید مسقف، تمیز و دارای نورپردازی مناسب جهت بررسی کامل توسط مشتری باشد. کف محل باید صاف و بدون مانع باشد.

✓ کلیه فضاهای موجود در نمایندگی که محل استقرار و حضور کارمندان و مشتریان می باشد باید در شرایط مناسب دمایی و نور مناسب قراردادشته باشند.

✓ در محل فروش خودرو باید فضایی جهت عقد قرارداد، انتظار و استراحت مشتریان و مبلمان مطابق با استاندارد شرکت عرضه کننده و تعداد فروش سالیانه وجود داشته باشد.

✓ الزامات فضا و مبلمان مطابق با تعداد فروش بر اساس جدول ۷ می باشد:

جدول ۷: حداقل متراژ هر فضا و تعداد مبلمان بر اساس تعداد فروش

فضا	$S \leq 520$	$520 \leq S \leq 1300$	$S > 1300$
محل انتظار مشتری	۱۵ مترمربع	۲۵ مترمربع	۳۵ مترمربع
محل عقد قرارداد و امور اداری	۲۰ مترمربع	۳۰ مترمربع	۴۰ مترمربع
تعداد مبلمان مشتریان	۴	۱۰	۱۵

✓ در محل فضای عقد قرارداد و انتظار و استراحت مشتریان باید امکانات پذیرایی از مشتریان، مبلمان رفاهی، بروشورهای معرفی محصولات قابل عرضه و فروش، سیستم صوتی و تصویری جهت پخش تصاویر معرفی محصولات و نحوه استفاده از خودرو و نمایش مراحل ثبت نام فراهم باشد.

✓ کاتالوگ و بروشور خودروها می تواند به صورت فیزیکی و یا الکترونیکی باشد.

✓ در نمایشگاه باید سیستم صوتی جهت پخش موزیک متناسب با شرایط نمایندگی فراهم شده باشد.

✓ حداقل شدت نور لازم در نمایشگاه 500 LUX/M^2 باید وجود داشته باشد.

✓ در نمایشگاه خودروهای پلاک شده و یا خودروهای مشتریان که جهت تحویل آماده شده اند نباید وجود داشته باشد.

✓ در نمایندگی فروش باید سرویس بهداشتی مجزا جهت آقایان و بانوان موجود و شرایط استفاده برای مشتریان نیز فراهم شده باشد.

۳-۲- نحوه امتیازدهی:

نحوه امتیازدهی این بخش به ازای تعداد فضاهای تعیین شده و بر اساس ضرایب جدول ۸ محاسبه می گردد:

جدول ۸: ضریب امتیازی فضاها

ردیف	شرح	ضریب
۱	نمایشگاه خودرو	۱۰
۲	پارکینگ خودرو	۲
۳	محل فعالیت PDS	۱
۴	محل تحویل خودرو	۲
۵	محل انتظار و استراحت مشتری	۳
۶	محل عقد قرارداد	۲

تبصره ۹

متراژ (طول، عرض و کل فضا) چنانچه کمتر از ۸۰ درصد میزان تعیین شده باشد به آن بخش امتیازی تعلق نخواهد گرفت.

۴- شرایط آراستگی و ایمنی نمایندگی فروش

- ✓ کلیه افراد شاغل در نمایندگی فروش باید دارای پرونده پرسنلی باشند. در پرونده پرسنلی باید سوابق شغلی، تحصیلی، آموزشی و مدارک پرسنلی و قراردادهای کاری وجود داشته باشد.
- ✓ کلیه پروندههای فیزیکی و الکترونیکی مشتریان (فروش، انصراف از خرید، صلح نامه، قراردادهای و ...) باید موجود بوده و به تفکیک قابل دسترسی باشد.
- ✓ بروشورها باید در داخل یونیت بروشور (قفسههایی جهت نگهداری کاتالوگ و بروشور) و به تعداد کافی در دسترس مشتریان قرار گیرد. همچنین در صورت وجود بروشور الکترونیکی بارکد کلیه خودروها باید در برد اطلاع رسانی نصب و در دید مشتریان قرار گیرد.
- ✓ مدت زمان نگهداری اسناد و مدارک مورد نیاز در نمایندگی باید مطابق دستورالعمل های اجرایی تعیین شده از سوی شرکت عرضه کننده مشخص شده باشد. همچنین سطوح دسترسی پرسنل به اسناد و مدارک مشتریان و قراردادهای اجرایی باید از سوی مدیر نمایندگی تعیین شده باشد.
- ✓ کلیه پرسنل فعال در نمایندگی باید دارای اتیکت شناسایی و ملبس به لباس کار استاندارد شرکت عرضه کننده باشند.

- ✓ کلیه دستورالعمل‌ها، بخشنامه‌ها و اطلاعیه‌های فروش معتبر شرکت باید بصورت اسناد بایگانی شده موجود بوده و آگاهی از مفاد آن توسط مسئولین مربوطه محرز گردد.
- ✓ سوابق و اطلاعات پرونده‌های مشتریان باید بصورت طبقه بندی شده و الکترونیکی در دسترس مدیر فروش وجود داشته باشد.
- ✓ مسئول و محل ارائه کلیه خدمات و فعالیت‌های مرتبط با مشتریان باید از طریق تابلو‌هایی مطابق با استاندارد شرکت به نحو مناسب به اطلاع مشتریان رسانده شود.
- ✓ تابلو آخرین رتبه ارزیابی و همچنین تابلو حقوق مشتریان باید در اندازه حداقل A^2 تهیه و در محل دید مشتریان نصب گردد.
- ✓ آخرین رتبه اعلامی بازرس باید به نحو مناسب در تابلو سردرب نمایندگی مطابق با استاندارد شرکت عرضه‌کننده در معرض دید مشتریان قرار گیرد.
- ✓ تابلو سردرب نمایندگی باید در ورودی نمایندگی مطابق استاندارد شرکت وجود داشته و دارای نور مناسب باشد.
- ✓ پارکینگ خودرو، نمایشگاه و محل‌های اداری باید دارای سیستمی جهت اطفاء و اعلام حریق باشد.
- ✓ شرایط نصب، نگهداری و بهره‌برداری و استفاده از سیستم‌های اطفاء و اعلام حریق باید مطابق استانداردهای تعیین شده باشد.
- ✓ نمایندگی باید ریسک‌های ناشی از خطرات کار با دستگاه‌ها و تجهیزات مربوط به PDS را شناسایی نموده و طبقه پیشگیری از خطر را به صورت بصری و یا مکتوب به اطلاع کارکنان برساند. و برای کاهش احتمال وقوع خطر اقدامات لازم را نیز اجرا نماید.
- ✓ جعبه کمک‌های اولیه باید موجود و در دسترس باشد.
- ✓ نمایندگی باید محل تجمع ایمن کارکنان در زمان وقوع حوادث طبیعی نظیر زلزله را شناسایی و مشخص نماید.
- ✓ تابلو‌های مربوط به ایمنی مطابق با آیین نامه علائم ایمنی وزارت کار و امور اجتماعی در محل‌های مورد نظر در نمایندگی نصب شده باشد.

- ✓ میزان بار قرار گرفته بر روی بالابر باید مطابق با توان جک بوده و دارای سیستمی باشد که در صورت اضافه بار از حرکت جک جلوگیری به عمل آورد.
- ✓ کف پارکینگ خودرو، محل PDS باید تمیز، خط کشی شده و دارای کف پوش مناسب باشد.
- ✓ پرسنل نمایندگی باید بصورت روزانه و دوره ای نسبت به اجرای نظام آراستگی اقدام نموده و مسئولیت نظارت این حوزه بر عهده مدیر فروش می باشد.
- ✓ کلیه خودروهای در حال آماده سازی قبل از تحویل باید دارای روکش محافظ (شامل: روکش گلگیر، صندلی، زیرپایی، فرمان و دسته دنده و ترمزدستی) باشند.
- ✓ کلیه استندهای موجود باید تمیز، با ابعاد و ارتفاع مناسب مطابق با استاندارد شرکت عرضه کننده قابل استفاده مشتریان باشد.
- ✓ کلیه فضاهای ذیل باید تمیز و مرتب باشند:
- ورودی نمایندگی، پارکینگ مشتری، پذیرش، فضای اداری نمایندگی، محل انتظار مشتری، خودروهای نمایشگاهی، فضای نمایشگاهی، خودروهای آماده تحویل، محل نگهداری و تحویل خودرو، سرویس بهداشتی.
- ✓ محل قرارگیری زونکن پا و پرونده های فروش و مشتریان داخل کمد ها در دار بوده و در معرض دید مشتریان نباشند.
- ✓ تابلوهای مورد نیاز نمایندگی عبارتند از: مدیریت، محل انتظار مشتری، محل تحویل خودرو، ساعات کاری، نمایشگاه، پارکینگ خودرو نو، ارتباط با مشتریان.
- ✓ تابلوهای مورد نیاز ایمنی: تجمع ایمن، خروج اضطراری، کپسول آتش نشانی، کمک های اولیه، هشدارها مانند برق گرفتگی.

۵-فرآیندها

۵-۱-فرآیند ثبت نام تا دریافت خودرو

- ✓ نمایندگی باید در کلیه حوزه های مرتبط با مشتریان مطابق استاندارد رفتاری تعیین شده از سوی شرکت عرضه کننده خدمات مورد نظر را ارائه دهد.
- ✓ شناسایی فرآیندهای اصلی، مدیریتی و پشتیبانی در نمایندگی بر مبنای پیاده سازی آخرین ویرایش استاندارد مدیریت کیفیت ایزو ۹۰۰۱ مورد نظر می باشد.
- ✓ نمایندگی باید مدارک مورد نیاز و نحوه تکمیل و فرم های ثبت نام حضوری و یا اینترنتی را با روشی مناسب به مشتریان اطلاع رسانی نماید.
- ✓ چنانچه ثبت نام به روش اینترنتی صورت پذیرد نمایندگی باید در اولین فرصت جهت تکمیل پرونده با مشتری تماس و قرار ملاقات را تعیین نماید. کارشناس فروش در صورت عدم مراجعه مشتری در زمان تعیین شده باید زمان دیگری را برای وی تعیین نماید.
- ✓ کلیه اطلاعیه های شرایط فروش باید حداقل ۴۸ ساعت قبل از ثبت نام، از سوی شرکت عرضه کننده به نمایندگی اعلام شده و نمایندگی پس از رویت، با روش های گوناگون مشتریان را آگاه سازد. اطلاعیه ها باید به صورت کامل با تمام جزییات و شفاف (تعداد خودرو قابل فروش، مبلغ نهایی، شرایط پرداخت و ...) به مشتریان اطلاع رسانی شود.
- ✓ در روش ثبت نام حضوری کارشناس فروش باید نسبت به صحت اطلاعات تکمیل شده در فرم های فروش که توسط مشتری تکمیل شده است اطمینان حاصل و چک لیست های مربوطه را تکمیل نماید.
- ✓ در صورت استفاده از تسهیلات بانک ها و ایجاد شرایط لیزینگ جهت فروش کارشناس فروش باید از اطلاع کامل مشتریان نسبت به رعایت قوانین مرتبط با آن قبل از عقد قرارداد اطمینان حاصل نماید.
- ✓ در صورت تمایل مشتریان جهت دریافت اطلاعیه ها در آینده، کارشناس فروش نسبت به ثبت اطلاعات تماس مشتری در لیست مشتریان اقدام نماید.
- ✓ کارشناسان فروش همواره باید از آخرین تغییرات و بخشنامه های فروش، شرایط ثبت نام، ویژگی های محصولات و شرایط تحویل خودرو مطلع و آگاه باشند.

- ✓ بمنظور شناخت مشتریان از محصولات، رنگ‌های قابل عرضه و آپشن‌های موجود باید بروشورهای مورد نیاز، استند رنگ دارای پلتهای فلزی، آپشن و تودوزی در دسترس مشتریان باشد. آلبوم رنگ، آپشن و تودوزی می‌تواند بصورت الکترونیکی و آنلاین نیز در دسترس مشتریان قرار داده شود.
- ✓ نمایندگی باید مطابق با دستورالعمل‌های شرکت عرضه‌کننده نسبت به ارسال پرونده الکترونیکی و یا فیزیکی مشتریان به سازمان فروش اقدام نماید.
- ✓ چنانچه در هر یک از مراحل فروش تغییری از سوی شرکت عرضه‌کننده ایجاد شود نمایندگی موظف است حداکثر در مدت ۲۴ ساعت آن را به مشتری اطلاع‌رسانی نماید.
- ✓ در صورت ترک کار نیروهای کلیدی فروش مدیریت نمایندگی باید از عدم ارتباط مشتریان جهت ارائه مدارک یا پیگیری‌های مرتبط با فرد مذکور اطمینان حاصل نماید.
- ✓ نمایندگی در فواصل زمانی مختلف و از طریق شیوه‌های ابلاغی مؤثر باید در خصوص دعوتنامه‌های صادر شده آگاهی پیدا می‌کند. و پس از اطلاع از صدور دعوتنامه حداکثر ظرف مدت ۲۴ ساعت با مشتری ارتباط تلفنی برقرار نموده و از روش‌های گوناگون برای حصول اطمینان از آگاه شدن مشتری استفاده نماید. نمایندگی باید پیگیری‌های لازم حداقل تا ۳ مرتبه جهت اطمینان از آگاهی مشتری نسبت به صدور دعوتنامه را انجام دهد.
- ✓ مدیریت نمایندگی باید نسبت به ایجاد اهمیت اطلاع‌رسانی زمان ارسال دعوتنامه به مشتریان از سوی کارکنان اطمینان حاصل نماید و برخورد مناسب در خصوص عدم اجرای صحیح در این حوزه را شفاف مشخص کرده باشد.
- ✓ در زمانی که مشتری خواهان فسخ قرارداد خود با شرکت باشد، کارشناس فروش باید از علت انصراف و دلایل وی مطلع، توضیحات کاملی در خصوص سود انصراف ودیعه، نحوه و زمان استرداد وجه به مشتری ارائه نماید.
- ✓ کلیه مراحل فرآیندهای مرتبط با فروش (تبدیل، انصراف، صلح، فک رهن و...) باید از طریق نرم افزار ارتباطی انجام و قابلیت ردیابی داشته باشد.

- ✓ پرسنل مرتبط با فروش باید مهارت کافی کار با نرم افزار ارتباطی در کلیه حوزه‌ها را داشته باشند و آگاهی کامل از کلیه فرآیندها، مدارک مورد نیاز، نحوه مستندسازی فیزیکی و الکترونیکی را داشته باشد.
- ✓ به منظور راهنمایی مشتریان ضروری است یک نفر از کارمندان فروش آموزش دیده به منظور پذیرش و استقبال اولیه از مشتریان از سوی مدیر فروش منصوب گردد. این فرد باید کلیه آموزش‌های مورد نیاز در خصوص برخورد با مشتری و آشنایی با محصولات را دیده باشد.
- ✓ در صورت انصراف از خرید توسط مشتری، نمایندگی باید حداکثر ظرف مدت ۴۸ ساعت نسبت به ارسال پرونده و یا اطلاعات لازم به سازمان فروش اقدام نماید.
- ✓ در صورت ابلاغ سازمان و یا درخواست مشتری ضوابط بخش نامه های ابلاغی و لیست خودروهایی که امکان تبدیل وجود دارد، اطلاع‌رسانی بر اساس بخش نامه مربوطه انجام و در اختیار مشتری قرار گیرد.
- ✓ کارشناس فروش باید مطابق دستورالعمل شرکت عرضه‌کننده نسبت به اجرای درخواست تبدیل خودرو مشتریان اقدام نماید. در صورت وجود قابلیت انجام فرآیند تبدیل و انصراف از طریق سایت شرکت و صفحه کاربری مشتری، راهنمایی انجام این رویه به صورت تصویری باید به مشتری اطلاع‌رسانی گردد.
- ✓ کارشناس فروش به فرآیند دریافت امانی در سیستم آگاهی کامل داشته و مراحل دریافت خودروی امانی را بشناسد.
- ✓ در صورت درخواست مشتری برای صلح یا انتقال تعهد خودروی ثبت نامی کارشناس فروش باید ضمن آگاهی کامل از دستورالعمل جاری، توضیحات کاملی در خصوص نقل و انتقال مدارک فروشنده و خریدار به مشتری داده می شود و چک لیستی در این خصوص تکمیل نماید.
- ✓ نمایندگی در خصوص الزام حضور طرفین انتقال دهنده و انتقال گیرنده و ارائه فرم اقرارنامه محضری اطمینان حاصل نماید.
- ✓ کارشناس فروش باید در خصوص دستورالعمل و مدارک مورد نیاز جهت ابطال قرارداد آگاهی کامل داشته باشد و توضیحات کامل و مورد نیاز را به متقاضی ارائه نماید.
- ✓ نمایندگی پس از دریافت درخواست فک رهن مشتری باید مطابق با دستورالعمل شرکت عرضه‌کننده نسبت به ارائه مدارک مورد نیاز عملیات فک رهن اقدام و اطلاع‌رسانی لازم به مشتری و سازمان فروش انجام گردد.

✓ برای مواردی که، مشتری خواستار فک رهن زودتر از موعد نیز باشد و یا چک ایشان برگشت خورده باشد، مراحل اقدام در این خصوص برای کارشناس فروش مشخص بوده و مشتری در این خصوص نیز با توضیحات کامل توجیه گردد.

✓ پیمانکار باید جهت دریافت خودرو از کارخانه، چک لیست تحویل‌گیری خودرو از کارخانه را تکمیل و در مقصد تحویل نمایندگی دهد. وضعیت سلامت بدنه، وجود ملحقات باید کنترل و تاریخ و ساعت تحویل به پیمانکار در سیستم و بارنامه ثبت گردد.

✓ نمایندگی باید جهت دریافت خودرو از پیمانکار حمل، چک لیست تکمیل شده دریافت خودرو از کارخانه را دریافت و چک لیست تحویل‌گیری خودرو از پیمانکار را تکمیل، مقایسه و در سیستم ثبت نماید. وضعیت سلامت بدنه، وجود ملحقات باید کنترل و تاریخ و ساعت تحویل به نمایندگی در سیستم نمایندگی و بارنامه ثبت گردد.

✓ مسئولیت تحویل خودرو از پیمانکار حمل بر عهده مدیر فروش یا مسئول تحویل می‌باشد.

✓ خودروی تحویل گرفته شده نباید کیلومتر کارکردی بیش از ۹۹ کیلومتر داشته باشد.

✓ نمایندگی باید به محض شناسایی عیوب ظاهری یا فنی مراتب را بصورت سیستمی به اطلاع شرکت برساند. همچنین مکانیزمی جهت پیگیری و رفع ایراد از طریق شرکت در خصوص خودروهایی که دارای مشکل بوده و یا عدم سلامت آن‌ها توسط نمایندگی شناسایی می‌شود وجود داشته باشد. رفع ایرادات احتمالی مشاهده شده باید قبل از حضور مشتری صورت گیرد.

✓ در هنگام دریافت خودرو سوخت خودرو باید در سطحی باشد که چراغ بنزین روشن نباشد.

✓ نمایندگی ایرادات متداول موجود در خودروها را باید بصورت دوره‌ای به سازمان فروش اطلاع دهد ایرادات متداول به ایراداتی گفته می‌شود حداقل سه بار در یک نوع خودرو اتفاق افتاده باشد. ایرادات متداول باید به صورت دوره‌ای (شش ماهه) به اطلاع شرکت عرضه‌کننده برسد. این گزارش باید شفاف و بر اساس فرم‌های (سیستمی یا فیزیکی) تکمیل شده باشد به طوری که به تفکیک خودرو بوده و تنوع و فراوانی آن‌ها مشخص باشد و شماره شاسی‌ها، شماره تماس‌ها به تفکیک برای ایراد در گزارش آمده باشد.

- ✓ نمایندگی باید هر گونه تغییر و جابه جایی در پرسنل و نیازهای آموزشی لازم برای پرسنل جدید را از طریق سیستم یا کانال های ارتباطی دیگر به شرکت عرضه کننده خودرو اعلام کند.

۵-۲- فرآیند PDS

- ✓ پیش از تحویل خودرو به مشتری باید مجموعه ای از فعالیت ها و کارکردهای خودرو در بخش های عملکردی مورد کنترل قرار گیرد. تا مدیریت نمایندگی مطمئن گردد خودرو با عملکرد کامل و صحیح در اختیار مشتری قرار می گیرد. کنترل عملکرد قوای محرکه، بالانس بودن چرخ ها، عملکرد سیستم ایمنی خودرو، عملکرد سیستم تهویه مطبوع، عملکرد دکمه های کنترل، میزان شدت و زاویه نور چراغ خودرو، عملکرد چراغ ها، کنترل سطوح مایعات، کنترل اتصالات و تنظیم بودن زوایای چرخ ها، عدم نشت روغن و بنزین، عملکرد درب های خودرو و قفل ها، وضعیت سلامت بدنه و باتری خودرو و بررسی عیوب پرتکرار خودرو از کنترل های الزامی می باشد.

- ✓ در فرآیند PDS کنترل های مورد نظر مطابق با دستورالعمل PDS شرکت عرضه کننده باید صورت گیرد و فرم های تکمیل شده به صورت سیستمی در سامانه شرکت عرضه کننده ثبت گردد.

- ✓ مسئول PDS باید از آخرین ویرایش دستورالعمل PDS اطلاع کافی داشته باشد. و اجرای فعالیت PDS در محیطی با نور کافی صورت پذیرد.

- ✓ مهر و امضاء نمایندگی در انتهای چک لیست PDS وجود دارد.

- ✓ مسئول انجام PDS یک نفر از پرسنل فنی بخش خدمات پس از فروش می تواند تعیین گردد.

- ✓ چنانچه برخی از کنترل های الزامی فرآیند PDS در سایت تولید انجام پذیرد مشروط بر اجرای تمام شمار و انجام فرآیند مذکور بعد از تولید و قبل از حمل خودرو این بخش در نمایندگی ارزیابی نخواهد شد و فقط کنترل های ظاهری و عملکردی قابل تغییر مورد بازدید قرار خواهد گرفت.

۵-۳- فرآیند تحویل خودرو

- ✓ در فرآیند تحویل خودرو یا HANDOVER مسئول تحویل در مدت ۳۰ تا ۴۰ دقیقه آموزش های لازم در زمینه عملکرد خودرو را به مشتری ارائه می دهد. در این فرآیند در مورد عملکرد قسمت های مختلف خودرو مانند چگونگی باز شدن درب صندوق عقب، قفل کردن درها، عملکرد سیستم صوتی تصویری،

عملکرد سیستم تهویه، روشن و خاموش نمودن چراغ های خودرو، عملکرد آپشن های ایمنی و رانندگی با خودرو و همچنین صحت و سلامت خودرو به مشتری توضیحات مورد نیاز ارائه می گردد.

✓ پس از دریافت خودرو از پیمانکار، نمایندگی باید خودرو را حداکثر در مدت ۲۴ ساعت به مشتری تحویل دهد.

✓ در هنگام تحویل خودرو به مشتری، مستندات مربوطه تکمیل و به تایید مشتری می رسد و در صورت وجود مشکل، پیگیری لازم تا رفع مشکلات توسط نمایندگی انجام می گردد.

✓ کلیه مدارک قابل تحویل خودرو (فاکتور فروش، دفترچه راهنمای خودرو به صورت فیزیکی یا الکترونیکی) و کلیه متعلقات هر خودرو (حداقل شامل جک، زاپاس، آچار و مثلث خطر) باید توسط کارشناس تحویل به مشتری تحویل و رسید اخذ گردد و توضیحات مورد نیاز در خصوص سایر مدارک که در آینده از طریق راهنمایی و رانندگی و یا پست به مشتری تحویل می گردد به مشتری ارائه شود.

✓ تحویل خودرو باید در روز و با نور کافی به مشتری صورت پذیرد (لوکس مناسب بین ۵۰۰ تا ۸۰۰ لومن).

✓ خودرو تحویلی به مشتری باید قبل از تحویل، کارواش و خشک شده و دارای نظافت مناسب خارجی و داخلی باشد.

✓ بایگانی مناسب و قابل ردیابی از چک لیست های تکمیل شده HANDOVER وجود داشته باشد.

✓ مشخصات دقیق و شماره تلفن مشتری بر روی چک لیست تحویل خودرو به مشتری ثبت گردد.

✓ کارشناس تحویل باید زمانبندی اولین مراجعه مشتری جهت انجام سرویس های دوره ای و شرایط اجرای گارانتی خودرو را به مشتری اطلاع دهد.

✓ در زمان تحویل خودرو میزان سوخت خودرو تحویلی باید در حدی باشد که چراغ بنزین خودرو روشن نباشد.

✓ کارشناس تحویل در صورت وجود فعالیت نصب آپشن می تواند فعالیت های موجود را به منظور ارتقای محصول به مشتری معرفی نماید.

✓ نمایندگی باید زمانی را برای ملاقات با مشتری جهت تحویل خودرو تعیین و از طریق تماس تلفنی به وی اعلام و هماهنگ نماید. زمان ملاقات باید در دفتر ثبت گردد.

✓ پیامک یادآوری قرارملاقات باید جهت یادآوری به مشتری ارسال گردد. و در صورت نیاز به همراه داشتن مدارک به وی اعلام شود.

✓ پیش از تحویل خودرو باید صندلی‌ها در حالت متوسط از نظر ارتفاع فرمان خودرو در بالاترین سطح ارتفاع صندلی‌های جلو و پشتی صندلی‌ها در وضعیت وسط پشت سری صندلی‌ها در پایین‌ترین سطح ارتفاع تنظیم شده باشند.

✓ مکانیزم ایجاد سوالات متداول در خصوص نحوه استفاده از خودرو توسط نمایندگی فراهم شده و با شیوه مناسب در اختیار مشتری قرار گیرد.

✓ انجام فرآیند تحویل باید مطابق با دستورالعمل تحویل شرکت عرضه‌کننده صورت پذیرد.

✓ پس از تحویل خودرو به مشتری، شرکت عرضه‌کننده باید امکان ثبت ایرادات خودرو از طریق سامانه ارتباطی توسط مشتری را فراهم کرده و وجود این قابلیت توسط نمایندگی به مشتری اطلاع‌رسانی شده باشد.

۴-۵- تبلیغات و معرفی محصول

✓ مدیر فروش نمایندگی در ابتدای هر سال باید اهداف فروش را تعیین و بر اساس آن اقدام به تدوین برنامه جامع برای دستیابی به اهداف خود نماید. این برنامه باید شامل شناسایی بازار، شناسایی سازمان‌ها و مشتریان بالقوه، راه‌کارهای تبلیغات موثر، شناسایی کانال‌های فروش، اهداف فروش و تعیین منابع مورد نیاز باشد و در دوره‌های زمانی معین پایش و در صورت نیاز اقدامات اصلاحی موثر تعریف نماید.

✓ نمایندگی باید نسبت به ایجاد وبسایت خود و یا صفحات مجازی از طریق اپلیکیشن‌های فراگیر اقدام نماید.

✓ حداقل یک فرد از سوی مدیریت نمایندگی به عنوان مسئول وب سایت یا شبکه اجتماعی منصوب و هفته‌ای یک بار نسبت به بروزرسانی آن اقدام نماید.

✓ نمایندگی باید از روش‌های مختلف (فضای مجازی، پیامک، استفاده از رسانه‌ها و...) اقدام به تبلیغات مستمر نموده و به صورت پیوسته بهره‌وری فرآیند تبلیغاتی خود را پایش کند.

✓ بخشنامه‌های فروش، معرفی محصولات جدید، اطلاعیه‌های ضروری، برگزاری نمایشگاه‌های منطقه‌ای مرتبط با خودرو در وب سایت یا شبکه‌های اجتماعی منتشر گردد.

✓ معرفی محصولات قابل فروش، امکانات و ویژگی‌های آنان باید از طریق تجهیزات سمعی و بصری در نمایشگاه به نمایش گذاشته شود. حداقل سایز تلوزیون باید ۴۸ اینچ باشد.

✓ نمایندگی جهت ایجاد مزیت رقابتی می‌تواند از تحویل خودرو همراه با هدیه ویژه و یا اعطای امتیاز ویژه در حوزه خدمات پس از فروش با توجه به مشتری مراجعه کننده استفاده کند.

✓ خودروهای موجود در نمایشگاه باید دارای فوم برد پلاک باشد. تابلوی فوم پلاک خودرو، نشان دهنده نام خودرو (لوگوی اختصاصی) بوده که با ابعاد مشخص توسط شرکت عرضه کننده طراحی شده و در اختیار عاملیت قرار می گیرد. تابلو فوم ها، باید در محل نصب پلاک‌های جلو و عقب خودرو، نصب گردند.

✓ مشخصات ظاهری، بیرونی و داخلی خودرو، آپشن ها، تودوزی، رینگ ها، ابعاد وسایل جانبی از طریق نمای ۳۶۰ درجه و با قرار دادن کیوسک های اطلاعاتی به مشتری نمایش داده شود. در صورت وجود این قابلیت در سایت شرکت عرضه کننده، اطلاع رسانی آن از سوی نمایندگی در تابلو اطلاع رسانی به مشتری الزام می باشد.

✓ جهت بررسی و آشنایی بیشتر با عملکرد فنی خودرو، شرایط به گونه ای فراهم شود تا مشتری بتواند رانندگی با خودروهایی که برای تست درایو قرار داده شده اند را تجربه کند.

✓ اطلاع رسانی شرایط فروش باید از طریق نصب بخشنامه های فروش بر روی تابلو اطلاع رسانی نمایندگی و همچنین از طریق شبکه های اجتماعی در معرض دید مشتریان قرار داده شود.

۵-۵- فرآیند مدیریت ارتباط با مشتریان

✓ نمایندگی باید مکانیزم رسیدگی به شکایات مشتریان را مستقر، اجرا و پایش نماید.

✓ مکانیزم رسیدگی به شکایات باید به نحوی موثر به مشتریان اطلاع رسانی گردد.

✓ نمایندگی باید وضعیت نهایی شکایات مشتریان را حداکثر تا بیست روز کاری مشخص نماید.

✓ نمایندگی باید مشتریان ناراضی حاصل از نظرسنجی را شناسایی و در فرآیند رسیدگی به شکایت قرار داده و پیگیری های لازم را جهت رفع مشکل انجام دهد.

✓ گزارش های حاصل از نظرسنجی و شکایات مشتریان باید به وسیله ابزارها و تکنیک های آماری مورد سنجش و پایش قرار گیرند.

✓ نمایندگی باید مکانیزمی را جهت اطلاع از دریافت خدمات مناسب توسط مشتریان حداکثر تا ۷۲ ساعت بعد از تحویل ایجاد نماید. و مدیر فروش بصورت حداقل ماهانه نسبت به بررسی نظرات مشتریان اقدام و اقدامات اصلاحی مورد نیاز را جهت بهبود تعریف نماید.

✓ شرکت عرضه کننده باید شماره تماس رسیدگی به شکایات اضطراری مشتریان را در مرحله ثبت نام و عقد قرارداد و مرحله تحویل به مشتری اعلام نماید.

- در بررسی فرآیند مدیریت ارتباط با مشتریان سوابق پیاده سازی آخرین ویرایش استانداردهای مدیریت کیفیت ایزو ۱۰۰۰۲ و ۱۰۰۰۴ مورد نظر می باشد.

- وجود دستورالعمل تشویق و تنبیه در رابطه با سنجش عملکرد کارکنان فروش نمایندگی جهت ایجاد نظام انگیزشی در بین آنان الزامی می باشد.

تبصره ۱۰

کلیه فرآیندها باید بصورت دوره ای توسط مدیر فروش مورد تجزیه و تحلیل و پایش قرار گرفته و اقدامات اصلاحی موثر جهت بهبود تعریف گردد. اثر بخشی اقدامات تعریف شده نیز باید مورد سنجش قرار گیرد.

۵-۸- نحوه امتیاز دهی

امتیاز این بخش سی و دو درصد امتیاز وضعیت نمایندگی را شامل می شود. نحوه امتیاز دهی این بخش بر اساس ضرایب جدول ۹ تعیین می گردد:

جدول ۹- ضریب امتیازی فرآیندها

ردیف	شرح	ضریب
۱	فرآیند ثبت نام تا دریافت خودرو	۹
۲	فرآیند PDS	۵
۳	فرآیند تحویل	۵
۴	فرآیند تبلیغات و توسعه بازار	۸
۵	فرآیند مدیریت ارتباط با مشتریان	۵

۵- امتیازهای تشویقی

۵-۱- چنانچه نمایندگی شرایط استفاده لیزینگ را فراهم نموده باشد به شرط وجود مسئول جداگانه یک درصد به امتیاز وضعیت نمایندگی اضافه می‌گردد.

۵-۲- چنانچه نمایندگی مجاز دارای فعالیت بوتیک باشد حداکثر تا یک درصد به امتیازات وضعیت نمایندگی به صورت تشویقی اضافه خواهد شد. فعالیت بوتیک باید حداقل شامل نصب سیستم صوتی و تصویری، نصب لوازم داخلی (کف پوش، تودوزی، روکش و...)، نصب سیستم‌های امنیتی (دزدگیر، دوربین، حسگر و...)، نصب رینگ و تایر و نصب سیستم‌های روشنایی (لامپ زنون، مه‌شکن، چراغ LED) باشد.

۵-۳- چنانچه نمایندگی حداقل سی درصد از خودروهای تحویلی را به صورت رایگان در محل مورد نظر مشتری تحویل دهد دو درصد به مجموع امتیازات وضعیت نمایندگی اضافه خواهد شد.

۵-۴- چنانچه نمایندگی در زمینه خرید و فروش خودروی دست دوم نیز فعال باشد دو درصد به مجموع امتیازات نمایندگی اضافه می‌شود. در این خصوص، نمایندگی باید دارای واحد ارزشیابی (کارشناسی) خودرو دست دوم بوده و استاندارد جهت قیمت گذاری و ارائه خدمات پس از فروش از سوی عرضه‌کننده تهیه و ابلاغ شده باشد. همچنین کلیه اطلاعات خودرو و سوابق آن در سامانه یکپارچه شرکت عرضه‌کننده قابل ثبت و رویت باشد.



وزارت صنعت، معدن و تجارت

(پیوست ۱)

دستورالعمل اجرایی اندازه گیری رضایت مشتریان

صنعت خودرو

(بازنگری ۳)

وزارت صنعت، معدن و تجارت

ابلاغیه شماره ۴۰۸۸۳۶۹ مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۰۷

فهرست:

۱- هدف	۷۲
۲- دامنه	۷۲
۳- مراجع	۷۲
۴- تعاریف و مفاهیم	۷۲
۵- مسئولیت ها	۷۳
۶- کلیات	۷۴
۷- فرآیندها	۷۵
۸- پرسشنامه	۷۶
۹- حجم نمونه و روش نمونه گیری	۷۸
۱۰- دوره های نمونه گیری	۸۰
۱۱- شیوه های ارائه پرسشنامه و جمع آوری اطلاعات	۸۱
۱۲- جمع آوری داده ها و کدینگ پرسشنامه	۸۱
۱۳- نحوه محاسبات میزان اهمیت	۸۲
۱۴- نحوه محاسبات	۸۲
۱۵- گزارشات	۸۳
۱۶- شرایط احراز پرسشگران	۸۷
۱۷- یکسان سازی رویه پرسشگران	۸۷
۱۸- ارائه خدمات تشویقی برای مشتریان	۸۷
۱۹- تغییرات	۸۸
۲۰- پیوست ها	۸۸

دستورالعمل اجرایی اندازه گیری رضایت مشتریان صنعت خودرو

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

۱- هدف

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

۲- دامنه

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

۳- مراجع

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

۴- تعاریف و مفاهیم

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

- طیف:

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

- خصوصیت:

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

- شاخص:

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

- ضریب همبستگی:

ضریب همبستگی میزان ارتباط خطی دو متغیر می باشد.

- عرضه کننده:

منظور شرکت خودروساز و یا وارد کننده خودرو می باشد.

- نمایندگی مجاز:

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

- بازرس:

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

۵- مسئولیت ها

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

۶- کلیات

در اجرای این دستورالعمل به منظور اندازه گیری سطح رضایتمندی مشتریان، با استفاده از پرسشنامه های مجزا درحوزه های سلامت خودرو، کیفیت خودرو، شاخص IQS، شاخص VDS، طراحی و چیدمان خودرو، فرآیند فروش (ثبت نام و تحویل خودرو) و فرآیند خدمات پس از فروش، با توجه به تعداد نمونه در نظر گرفته شده و همچنین با بهره گیری از شیوه های مختلف مصاحبه (که در ادامه به

طور کامل به آنها اشاره می گردد) جمع آوری اطلاعات از خریداران خودرو و استفاده کنندگان از خدمات عرضه کنندگان صورت می پذیرد.

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

۷- فرآیندها

۷-۱- سلامت خودرو

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

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

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

۷-۲- کیفیت محصول

اندازه گیری رضایت مشتریان از کیفیت محصول در سه حوزه زیر از طریق پرسشنامه یکسان انجام می پذیرد.

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

۷-۳- شاخص IQS

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

۷-۴- شاخص VDS

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

۷-۵- طراحی و چیدمان خودرو

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

۶-۷- اندازه گیری رضایت مشتریان از فرآیند فروش خودرو

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

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

۷-۷- خدمات پس از فروش

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

۸- پرسشنامه

۸-۱- سلامت خودرو

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

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

۸-۲- کیفیت محصول

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

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

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

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

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

۸-۳- شاخص IQS

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

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

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

۸-۴- شاخص VDS

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

۸-۵- طراحی و چیدمان خودرو

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

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

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

۸-۶- اندازه گیری رضایت مشتریان از فرآیند فروش خودرو

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

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

۸-۷- خدمات پس از فروش

با توجه به اینکه طراحی پرسشنامه 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 جزء 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 قرار گرفت و با انجام اصلاحات لازم ساختار نهایی پرسشنامه تأیید گردید که در این پرسشنامه از مشتریان پرسیده و مورد ارزیابی قرار می گیرد.

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

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

تبصره ۱۴: بازرسی می تواند با توجه به تغییرات فرآیند و نیازهای مشتریان پس از تأیید وزارت صنعت، معدن و تجارت تمامی پرسشنامه ها (ابزارهای پژوهش) را در صورت نیاز در بازه های زمانی سالانه تغییر دهد.

۹- حجم نمونه و روش نمونه گیری

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

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

که در آن:

N: حجم تحویل پذیرش/تحویل هر خودرو در ماه

e: درصد خطای نمونه گیری

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

$Z_{\alpha/2}$: نسبت به ضریب اطمینان براساس جدول توزیع نرمال استاندارد تعیین می گردد.

n: حجم نمونه

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

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

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

۹-۱- سلامت خودرو

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

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

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

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

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

۹-۳- شاخص IQS

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

۹-۴- شاخص VDS

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

۹-۵- طراحی و چیدمان خودرو

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

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

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

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

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

۹-۷- خدمات پس از فروش

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

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

۱۰- دوره های نمونه گیری

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

۱۰-۱- سلامت خودرو

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

۱۰-۲- کیفیت محصول (کیفیت اولیه محصول، کیفیت دوام محصول و قابلیت اطمینان)

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

۱۰-۳- شاخص IQS

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

۱۰-۴- شاخص VDS

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

۱۰-۵- طراحی و چیدمان خودرو

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

۱۰-۶- اندازه گیری رضایت مشتریان از فرآیند فروش خودرو

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

۱۰-۷- خدمات پس از فروش

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

۱۱- شیوه های ارائه پرسشنامه و جمع آوری اطلاعات

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

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

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

ج) استقرار نیروی کارشناس در اماکن عمومی پر تردد خودروها نظیر نمایندگی های مجاز، جایگاه های سوخت گیری، کارواشها، مراکز تعیین خسارت بیمه، پایانه ها، پارکینگهای عمومی و ... که امکان مصاحبه دقیق با مشتریان وجود دارد (فقط برای شاخص های کیفیت محصول و طراحی و چیدمان خودرو).

۱۲- جمع آوری داده ها و کدینگ پرسشنامه

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

تبصره ۲۲: بازرس ملزم می باشد تمامی مصاحبه ها را از طریق نرم افزار یکپارچه نظر سنجی که ویژگی های زیر را داشته باشد انجام دهد:

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

۱۳- نحوه محاسبات میزان اهمیت

به منظور محاسبه میزان اهمیت، از سوالی که رضایتمندی کلی را مورد سنجش قرار می دهد استفاده می شود همبستگی هر خصوصیت با سوال کلی به عنوان اهمیت آن خصوصیت در شکل گیری رضایت کل مد نظر قرار می گیرد. جهت بالا بردن دقت وزن تخصیص داده شده تعداد پاسخ دهندگان به هر سوال در اهمیت بدست آمده ضرب می گردد.

۱۴- نحوه محاسبات

الف- نحوه محاسبه میزان رضایت

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

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

ب- شاخص های IQS و VDS

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

ج- شاخص سلامت خودرو

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

د- ماتریس عملکرد (نمودار اولویت بندی)

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

نمره رضایت نرمال شده

اولویت سوم (سبز) اهمیت بالا- رضایت بالا	اولویت چهارم (زرد) اهمیت پایین - رضایت بالا
اولویت اول (قرمز) اهمیت بالا- رضایت پایین	اولویت دوم (نارنجی) اهمیت پایین - رضایت پایین

نمره اهمیت نرمال شده

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

۱۵- گزارشات

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

۱۵-۱- سلامت خودرو

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

۱۵-۱-۱- تحلیل ها

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

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

۱۵-۱-۲- زمان ارائه گزارشات

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

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

۱۵-۲- گزارشات کیفیت محصول

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

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

۱۵-۲-۱- گزارشات ماهیانه (شاخص جزء)

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

۱۵-۲-۱-۱- زمان ارائه گزارشات

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

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

۱۵-۲-۲- گزارشات تحلیلی

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

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

۱۵-۲-۲-۱- زمان ارائه گزارشات

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

۱۵-۳-IQS

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

۱۵-۴- شاخص VDS

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

۱۵-۵- گزارشات طراحی و چیدمان محصول

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

۱۵-۵-۱- تحلیل ها

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

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

۱۵-۵-۲- زمان ارائه گزارشات

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

۱۵-۶-۱- گزارشات فرآیند فروش

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

۱۵-۶-۱- تحلیل ها

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

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

۱۵-۶-۲- زمان ارائه گزارشات

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

۱۵-۷-۱- گزارشات خدمات پس از فروش

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

۱۵-۷-۱- تحلیل ها

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

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

۱۵-۷-۲- زمان ارائه گزارشات:

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

۱۵-۸- دریافت کنندگان گزارشات

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

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

۱۶- شرایط احراز پرسشگران

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

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

۱۷- یکسان سازی رویه پرسشگران

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

۱۸- ارائه خدمات تشویقی برای مشتریان

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

۱۹- تغییرات

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

۲۰- پیوست ها

فرم ۱- پرسشنامه اندازه گیری سلامت خودرو تحویلی به مشتریان

فرم ۲- پرسشنامه اندازه گیری رضایت مشتریان از کیفیت محصول

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

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

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

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

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

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

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

جدول توزیع نرمال استاندارد



وزارت صنعت معدن و تجارت

فرم ۱- پرسشنامه اندازه‌گیری سلامت خودرو تحویلی به مشتریان

ردیف	خصوصیت	تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟	توضیحات								
۱	به طور کلی از موارد مربوط به تحویل خودرو راضی بودید؟	بلی	خیر								
۲	آیا خودرو در زمان مقرر مطابق قرارداد به شما تحویل داده شده است؟	بلی	خیر								
۳	آیا خودرو بدون ایراد به شما تحویل داده شده است؟	بلی	خیر								
۴	(اگر سوال ۳ خیر) ایراد خودرو چه چیزی بوده است؟	پاسخ ها در دسته بندی مربوطه ثبت شود. <table border="1"> <tr> <td>مجموعه نیرو محرکه و سوخت رسانی</td> <td>ایمنی</td> <td>انتقال قدرت</td> <td>بدنه</td> <td>مجموعه تعلیق</td> <td>اتاق</td> <td>ادوات برقی</td> <td>تهویه مطبوع</td> </tr> </table>		مجموعه نیرو محرکه و سوخت رسانی	ایمنی	انتقال قدرت	بدنه	مجموعه تعلیق	اتاق	ادوات برقی	تهویه مطبوع
مجموعه نیرو محرکه و سوخت رسانی	ایمنی	انتقال قدرت	بدنه	مجموعه تعلیق	اتاق	ادوات برقی	تهویه مطبوع				
۵	(اگر سوال ۳ خیر) تمایل دارید برای رفع ایراد به نمایندگی برگردید تا ایراد خودروتون بررسی شود؟	بلی	خیر								

پیشنهادهای و انتقادات :

۱. جنسیت ☐ زن (۱) ☐ مرد (۲)

۲. سن ☐ ۱۸ تا ۳۰ سال ☐ ۳۱ تا ۴۵ سال ☐ ۴۶ تا ۶۰ سال ☐ ۶۱ به بالا (۴)

۳. میزان تحصیلات ☐ زیر دیپلم ☐ (۱) دیپلم ☐ (۲) فوق دیپلم ☐ (۳) فوق دیپلم ☐ (۴) لیسانس ☐ (۵) فوق لیسانس و بالاتر ☐

۴. شغل:



وزارت صنعت معدن و تجارت

فرم ۲- پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از کیفیت خودرو

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

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



وزارت صنعت معدن و تجارت

فرم ۲- پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از کیفیت خودرو

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

ردیف	خصوصیت	تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟	توضیحات
سایر ایرادات :			
۱. جنسیت	(۱) زن ☐ (۲) مرد ☐		
۲. سن	(۱) ۱۸ تا ۳۰ سال ☐ (۲) ۳۱ تا ۴۵ سال ☐ (۳) ۴۶ تا ۶۰ سال ☐ (۴) ۶۱ به بالا ☐		
۳. میزان تحصیلات	(۱) زیر دیپلم ☐ (۲) دیپلم ☐ (۳) فوق دیپلم ☐ (۴) لیسانس ☐ (۵) فوق لیسانس و بالاتر ☐		
۴. شغل:			



وزارت صنعت معدن و تجارت

فرم ۳- پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از کیفیت خودروی وانت

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

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

سن	(۱) ۳۰ تا ۳۹ سال	(۲) ۴۰ تا ۴۹ سال	(۳) ۵۰ تا ۵۹ سال	(۴) ۶۰ به بالا
۳. میزان تحصیلات	(۱) زیر دیپلم	(۲) دیپلم	(۳) فوق دیپلم	(۴) لیسانس
۴. شغل:	(۵) فوق لیسانس و بالاتر			



وزارت صنعت معدن و تجارت

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

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

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



وزارت صنعت معدن و تجارت

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

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

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



وزارت صنعت معدن و تجارت

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

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

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



وزارت صنعت معدن و تجارت

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

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

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



وزارت صنعت معدن و تجارت

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

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

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



وزارت صنعت معدن و تجارت

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

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

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



وزارت صنعت معدن و تجارت

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

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



وزارت صنعت معدن و تجارت

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

ردیف	خصوصیت	تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟	توضیحات
۱	از نحوه اطلاع رسانی به مشتری در خصوص فرآیند تحويل خودرو چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۲	از برخورد و پاسخگویی مسئول تحويل در زمان تحويل خودرو چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۳	از تحويل به موقع خودرو چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۴	آیا خودرو شما مشمول خسارت دیرکرد و سود مشارکت شد؟	بلی خیر	
۵	(اگر سوال ۴ بلی) از پرداخت خسارت دیرکرد و سود مشارکت مطابق قرارداد چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۶	از سلامت خودرو در زمان تحويل چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۷	از وضعیت خودرو از لحاظ تمیز بودن در زمان تحويل چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۸	از شرایط محل تحويل خودرو از نظر آراستگی و امکانات رفاهی چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۹	از نحوه پیگیری نمایندگی از طریق تماس، پیامک، اپ و در خصوص فرآیند تحويل خودرو چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۰	از راهنمایی و آموزش مشتریان در خصوص استفاده از خودرو چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۱	از راهنمایی و آموزش مشتریان در خصوص شرایط و ضوابط گارانتی چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۲	از تحويل متعلقات الزامی خودرو (جک و مثلث خطر) مطابق با ضوابط چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۳	از تحويل به موقع بیمه و فاکتور فروش شرکت چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۴	به طور کلی از فرآیند تحويل خودرو ثبت نامی چقدر رضایت دارید؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۵	تمایل شما به خرید خودرو از شرکت یا معرفی به دوستان چقدر است؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
۱۶	چقدر فرآیند خرید خودرو برای شما راحت بوده است؟	پاسخ ها از ۰ تا ۱۰ داده شود (از خیلی ضعیف به خیلی خوب)	
پیشنهادهای و انتقادات :			
۱. جنسیت (۱) زن (۲) مرد ☐			
۲. سن (۱) ۱۸ تا ۳۰ سال (۲) ۳۱ تا ۴۵ سال (۳) ۴۶ تا ۶۰ سال (۴) ۶۱ به بالا ☐			
۳. میزان تحصیلات (۱) زیر دیپلم (۲) دیپلم (۳) فوق دیپلم (۴) لیسانس (۵) فوق لیسانس و بالاتر ☐			
۴. شغل:			
۵. در حال حاضر از خودرو استفاده می‌نمایید؟ (۱) بله (۲) خیر (خودرو فروخته شده است) (۳) خیر (جهت سرمایه گذاری) ☐			



وزارت صنعت معدن و تجارت

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

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

(پیوست ۲)

چگونگی پایش رضایتمندی نمایندگی‌های مجاز از

شرکت‌های عرضه‌کننده خودرو (DSI)

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

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

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

با سلام،

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

ردیف	شاخص	تا چه حد از شاخص مطرح شده رضایت دارید؟
۱	به طور کلی چقدر از همکاری در زمینه خدمات فروش با شرکت رضایت دارید؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۲	میزان رضایت شما از دقت بررسی مستندات و پرونده مشتریان در ستاد شرکت چقدر است؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۳	رضایتمندی شما از سرعت عمل شرکت در تحویل به موقع خودرو به نمایندگی چگونه است؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۴	میزان رضایت شما از اعلام بموقع تأخیر در تحویل خودروها از جانب شرکت چقدر است؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۵	* میزان رضایت شما از وضعیت ظاهری و فنی خودرو حمل شده به نمایندگی چگونه است؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۶	* رضایت شما از سرعت عمل شرکت در رفع و اصلاح عیوب خودرو حمل شده به نمایندگی چقدر است؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۷	میزان اطلاع رسانی شرکت در خصوص شرایط بخشنامه ها و شرایط فروش چقدر رضایت شما را تامین کرده است؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۸	میزان رضایت شما از نحوه و زمان ارسال مدارک و مستندات خودرو به نمایندگی چقدر است؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۹	رضایتمندی از مکانیزم برگزاری دوره های آموزشی (اطلاع رسانی، دعوت و ثبت نام در دوره های آموزشی) چگونه است؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۱۰	میزان رضایت شما از کیفیت دوره های آموزشی کارگاهی و تئوری برگزار شده برای پرسنل نمایندگی چقدر است؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۱۱	سرعت امور مالی در رسیدگی به صورتحساب های مالی نمایندگی چقدر رضایت شما را تامین کرده است؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۱۲	میزان دقت و شفافیت در رسیدگی به صورتحساب ها توسط امور مالی چگونه است؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۱۳	میزان مطلوبیت کمیسیون خدمات فروش تعیین شده از سوی شرکت را چگونه ارزیابی می کنید؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۱۴	فعالیت امور نمایندگی ها در جهت ارتقاء نمایندگی چقدر رضایت شما را تامین کرده است؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۱۵	میزان رضایت شما از سهولت ارتباط با مدیران و مسئولان مرتبط چقدر است؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۱۶	میزان رضایت شما از مکانیزم رسیدگی به درخواست ها و شکایات شما چقدر است؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۱۷	میزان رضایت شما از نحوه نظارت در محل نمایندگی توسط پرسنل شرکت چقدر است؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۱۸	آیا نظام انگیزشی نمایندگی ها در شرکت وجود دارد؟	بله خیر
۱۹	تا چه اندازه نظام انگیزشی را منصفانه و بر اساس عملکرد نمایندگی می دانید؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۲۰	میزان رضایت شما از سیاست های ارتقای سهم بازار نمایندگی توسط شرکت چقدر است؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۲۱	میزان اطلاع رسانی شرکت در خصوص مشخصات فنی و آپشن های خودروها چگونه است؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۲۲	سامانه ارتباطی با شرکت و مشتریان را تا چه حد مفید و اثربخش می دانید؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم
۲۳	میزان رضایت شما از نحوه برخورد مسئولین و مدیران شرکت چگونه است؟	خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم

* سوال ردیف های ۵ و ۶ برای شرکت های عرضه کننده خودروهای سنگین که فرآیند حمل نداشته و تحویل در کارخانه انجام می گردد، موضوعیت ندارد.

نظرات و پیشنهادات			
مشخصات مصاحبه شونده			
۱. جنسیت:		(۱) زن	(۲) مرد
۲. سن:		(۱) ۳۰ تا ۳۵ سال	(۲) ۳۱ تا ۴۵ سال
		(۳) ۴۶ تا ۶۰ سال	(۴) ۶۱ به بالا
۳. میزان تحصیلا (۱) دیپلم		(۲) فوق دیپلم	(۳) لیسانس
		(۴) فوق لیسانس و بالاتر	
۴. نام و نام خانوادگی:		سمت:	
مشخصات نمایندگی		نام شرکت:	
کد شرکت بازرسی کیفیت:		شهر:	
		تلفن:	
توسط ارزیاب / پرسشگر تکمیل گردد			
تاریخ انجام مصاحبه:		نام پرسشگر / ارزیاب:	
زمان شروع مصاحبه:		زمان پایان مصاحبه:	
		کد ارزیاب / پرسشگر:	