

Сервіс



Ответ на вопрос, почему в последнее время столь заметно обозначилась тенденция перетекания большого числа автовладельцев из категории клиентов "дяди Васи из гаража" в категорию потребителей услуг современного автотехцентра, довольно прост. Клиент желает видеть в лице автосервисного предприятия надежного и профессионального партнера, обладающего достаточной квалификацией для ремонта его подчас весьма недешевого автомобиля. Для того чтобы клиенту предложить отличный сервис, все подразделения СТО должны вносить в процесс технического обслуживания и ремонта свой вклад.

Особенно важно для клиента, чтобы ТО, ремонтные работы и диагностика проводились качественно. Повторное посещение СТО с целью ликвидации одной и той же проблемы, естественно, вызовет недовольство клиента. Еще хуже, если такие посещения на СТО повторяются неоднократно. Представьте себе, что вы приезжаете на СТО и ожидаете что, вам обеспечат качественное обслуживание, а ремонт был произведе-

ден неквалифицированно и вы вынуждены заново утруждать себя повторным посещением. Возможно, вы и дадите мастеру производства еще один шанс, но в следующий раз вы уже обратитесь на другую станцию.

Вместе с тем, статистика показывает, что один из пяти клиентов повторно обращается на СТО с той же проблемой. Не секрет, что любой, даже самый лучший механик не застрахован от ошибки, что полностью исключить так называемый "человеческий фактор" при проведении ремонтных работ не удается. Основную часть повторных ремонтов можно избежать, если вести учет рекламаций, выяснять и анализировать причины их появления и на основании этого совершенствовать организацию ТО и ремонта на СТО. Поэтому на современном автотехцентре должен быть предусмотрен бизнес-процесс реагирования на рекламации клиентов и выполнения повторных ремонтов.

На рисунке показана схема логистики повторных ремонтов с помощью информационно-аналитической системы СТО (ИАС).

Логистика повторных ремонтов

в информационно-аналитической системе СТО



При возникновении рекламации клиента мастер-приемщик должен оформить в ИАС СТО заказ-наряд на повторный ремонт. В связи с тем, что в базе данных ИАС хранится вся история обслуживания автомобиля клиента, то для создания заказ-наряда на повторный ремонт необходимо найти в базе данных предыдущий заказ-наряд, по которому выполнялись работы с автомобилем клиента, и всю историю обслуживания данного автомобиля. В предыдущем заказе-наряде необходимо выбрать и выделить те работы, которые привели к некачественному ремонту и создать на основании его заказ-наряд на повторный ремонт, в котором автоматически будут введены параметры клиента и его автомобиля, перечень работ, которые дол-

жны быть выполнены повторно. Мастеру-приемщику требуется назначить на выполнение работ по повторному ремонту механиков. После создания заказ-наряда на повторный ремонт механики, которые выполняли работы по предыдущему заказ-наряду, автоматически попадут в отчет для начисления штрафных санкций, которые будут учтены при формировании ведомости по начислению заработной платы.

В ИАС все рекламации клиентов регистрируются в специальном реестре рекламаций и из него можно всегда перейти для просмотра и анализа к конкретному заказ-наряду, работе, запчастям и т.д. Другими словами, для руководителя СТО ИАС предоставляет полную информацию по всем повторным ремонтам, информацию о результатах реакции СТО на устранение некачественного ремонта и причинах его возникновения.

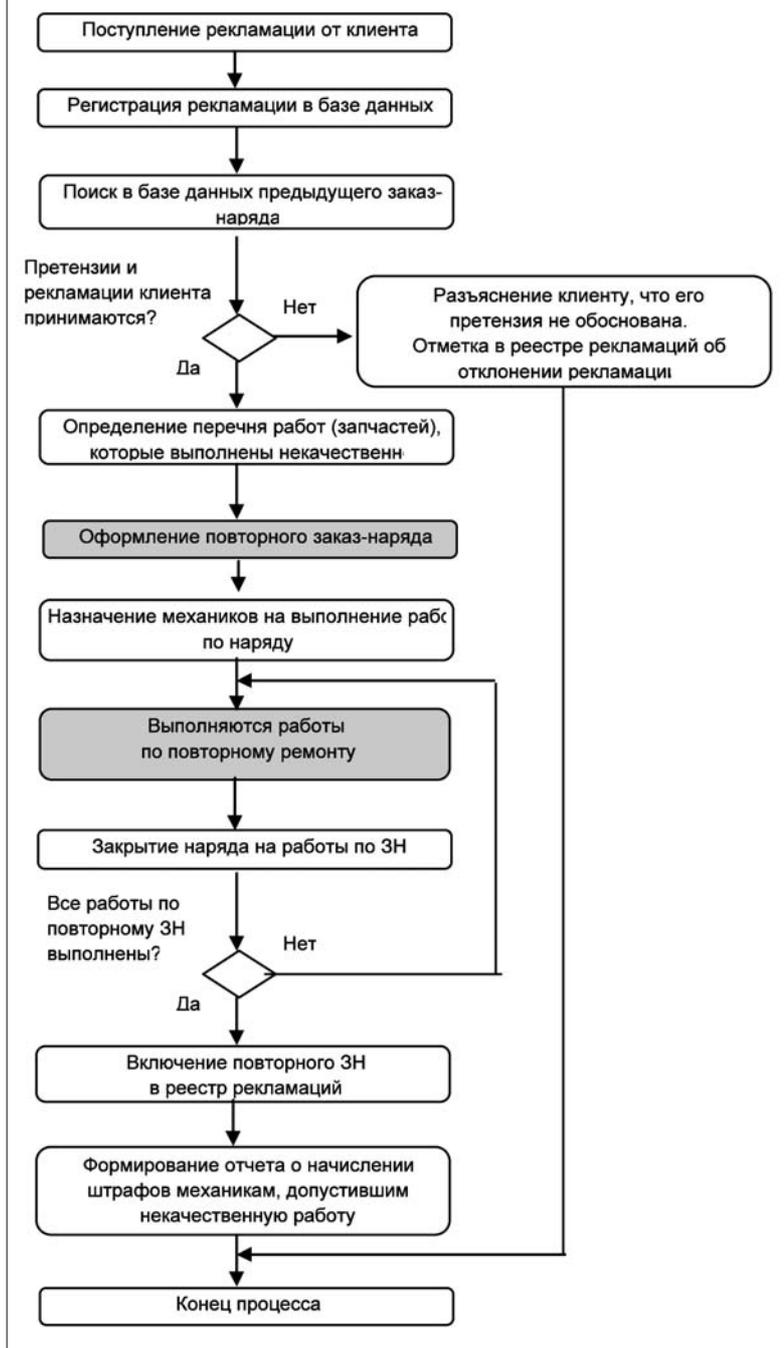
При появлении рекламации СТО должна оперативно реагировать на возникшую ситуацию, а именно - обслужить клиента бесплатно и вне очереди, возможно, даже предоставить скидку на следующее посещение СТО. Вместе с тем, чтобы исключить случаи предъявления необоснованных рекламаций, на СТО необходимо разработать и утвердить регламент рассмотрения рекламаций клиентов и порядок действий персонала по их устранению.

Автоматизированное ведение учета и анализа претензий и рекламаций клиентов позволяет обнаруживать, анализировать и устранять ошибки и слабые места в работе СТО, а также планировать и выполнять мероприятия по улучшению работы с помощью целенаправленного использования полученной из претензий и рекламаций информации. В заключение отметим, что независимо от того, оправдана ли претензия клиента или нет, на СТО должны быть созданы такие условия, чтобы предоставлять возможность клиентам просто высказывать свои претензии. Все рекламации должны регистрироваться, оперативно рассматриваться и решаться, каждый сотрудник должен иметь возможность исправиться и должен быть обучен обращаться с претензиями и рекламациями. Каждый сотрудник несет ответственность за принятую или не принятую им претензию. Ошибки персонала возможны, но на ошибках необходимо учиться. Рекламации не должны никогда умалчиваться, а наоборот открыто обсуждаться.

ИАС СТО позволяет решать проблему учета и анализа всех претензий и рекламаций эффективно и своевременно. Еще раз отметим, что конечной целью внедрения ИАС на предприятии является повышение эффективности деятельности СТО. С помощью ИАС руководитель может осуществлять контроль за качеством выполнения работ персоналом СТО в режиме реального времени.

Олег Комиссаров, к.т.н. доцент
Михаил Иванович, ассистент

Схема логистики повторных ремонтов с помощью ИАС СТО



Консалтинговые услуги и программное обеспечение для автобизнеса

ООО «ЭнергоСофт»

Украина, 04071, г. Киев, ул. Набережно-Луговая, 9
тел. 230-37-04, 230-37-13, факс. 230-37-92
e-mail: support@amp.com.ua
www.esoft-auto.com, www.energo-soft.com