

خبر

جلب اعتمادمشتري به خدمات پس از فروش اهمیت دارد



جواد پور غفار، مدیر عامل شرکت خدمات پس از فروش «سانایدک» در یادداشتی به‌مواردی اشاره کرده است که برای شرکت های خودرویی و ارائه دهندگان خدمات پس از فروش می تواند قابل توجه باشد.وی در این یادداشت نوشته است:

موانع کسب و کار در ایران چند شاخص دارد که نادیده گرفتن هر یک از این‌ها شرایط تولید و خدمات پس از فروش را سخت تر می کند. دشواری در دریافت تسهیلات از بانک‌ها و نرخ سود بالای بانکی، نرخ بالای بیمه اجباری نیروی انسانی، ضعف بازار سرمایه در تامین مالی تولید و نرخ بالای تامین سرمایه از بازار غیر رسمی از جمله این شاخص هاست که علاوه بر این هادو شاخص کشوری اعم از زیاد بودن تعطیلات رسمی و مشکلات قانونی برای تامین و اداره نیروی انسانی نیز مزید بر علت است چرا که اکثر فعالان اقتصادی با آن موانع روبه‌رو هستند.

در پی این شاخص ها فیلتری هم برای استخدام نیروی متخصص وجود ندارد و این موضوع همه ما و همکاران مان را دچار مشکل کرده است. در این میان پیشنهاد می کنم یک بانک اطلاعاتی تاسیس شود تا شرکت های هم صنف لیست کاملی از افراد متخصص جداشده از مجموعه‌ها را در این بانک وارد کرده تا کار آفرینان کمتر با مشکل تامین نیروی انسانی متخصص مواجه شوند.

بعد از تامین نیرو، مدیریت منابع انسانی مورد بحث‌است که البته به دولت و قانون های حمایتی آن برمی گردد. مدیریت اگر درست باشد دیگر نیازی به ارجاع دعاوی به وزارت کار نیست چون در صورت امنیت شغلی و حقوق مناسب، کمتر مسایل حاشیه ای پیشی می آید. البته باید در نظر داشت مباحث انگیزشی فقط مادی نیست بلکه لازم است سیستم هایی پیاده کنیم تا رتبه های کارکنان را مشخص کند و به اصطلاح طبقه بندی مشاغل از نوع خصوصی اتفاق بی افتد.

این امتیاز بندی باعث می شود نیروی انسانی بداند در چه جایگاهی قرار دارد و تا کجای می تواند رشد کند. خوشبختانه این مساله درون گروهی است و به دست خودمان می توان حلش کرد. این مدل طبقه بندی در دنیا به شکل های متفاوتی وجود دارد که ما ۳ مدل معروف را (NJC، G20، HAY) با کمک مشاوران عرصه منابع انسانی تلفیق کردیم و نوعی بومی سازی برای ایران و نوعی خاص تر برای شرکت خودمان انجام دادیم. که این مدل با سیستم وزارت کار ایران کاملا هماهنگ است و برای کلیه مشاغل مدیریتی و غیر مدیریتی کاربرد دارد.

در کشور مدت زمانی که صرف کار می شود اهمیتی ندارد و اگر تحقیقی در این زمینه صورت گیرد بعید نیست که از ۸ ساعت کاری شاید ۳ ساعت مفید هم خروجی نداشته باشیم. بنابراین استفاده از این مدل ها می تواند برای هر شرکتی مفید فایده باشد.

با روشن شدن موانع کسب و کار تا این مرحله به بحث خدمات پس از فروش می رسیم که این بخش هم در کشور ما با چالش هایی روبه روست. در نگاه دولتی، آن اندازه که به تولید بها می دهیم برای خدمات پس از آن ارزشی قائل نیستیم. شاید در محاسبات ارزش افزوده خدمات پس از فروش پایین تر از تولید باشد اما اهمیت آن کمتر از تولید نیست. علاوه بر این وضع قوانین خدمات پس از فروش عمدتا بر اساس دو یا سه شرکت عمده دولتی چیده می شود در صورتی که جنس مشکلات خدمات پس از فروش در شرکت های خصوصی با دولتی یکی نیست.

در مرحله بعد آگاهی سازی درباره خدمات پس از فروش به مردم اهمیت ویژه ای دارد. در ۱۲ سال گذشته با انواع تفکرات از سمت مشتری مواجه بودیم. عمده مساله ما در این امر عدم آگاهی مصرف کننده از حقوق خود در دوران گارانتی و واورانی است به طور مثال در صورت مشکل در موتور خودرو، انتظار مشتری تعویض کل موتور می باشد در صورتی که در این حالت اگر مشکل بوجود آمده از طرف خودرو ساز باشد، قطعه یا مجموعه تعمیر و بصورت استاندارد در اختیار مشتری قرار خواهد گرفت و در شرایط خاص تعویض خواهد شد.

از طرفی علت بوجود آمدن برخی از مشکلات در خودرو در دوران گارانتی، به نوع رانندگی و نگهداری از خودرو از سوی مشتری بستگی دارد که این امر جزو شرایط گارانتی نبوده ولی در بیشتر مواقع مشتری انتظار استفاده از خدمات گارانتی را دارد.

شاید بخش اعظم این ناآگاهی به عملکرد گذشتگان مربوط باشد که بر دیدگاه مردم تاثیر گذاشته اما رفته رفته شرایط عوض شده و امروز کشور ما در دوره ای قرار دارد که تمام کارآفرینان و شرکت های تولیدی به این نتیجه رسیدند که در ارتباط با مشتری باید قوی تر عمل کنند. چراکه در این صورت مشتری از خدمات پس از فروش به نحو بهینه استفاده خواهد کرد و هر دو طرف راضی خواهند بود.

بسیاری دفتر چه خدمات پس از فروش را برای آگاهی مشتری کافی می دانند اما اینگونه نیست. این دفتر چه دو بخش دارد. بخش اول قوانینی است که وزارت صنعت مشخص و باید اطلاع داده شود (بطور مثال مدت زمان گارانتی) و بخش دیگر مربوط به شرکت خدمات دهنده و نوع خودرو است. از آنجا که پیچیدگی های زیادی در بحث خدمات وجود دارد همه قوانین و موضوعات یک محصول را نمی توان در دفتر چه گنجانند و تنها به کلیات می توان اشاره کرد.

فرزین ترکی پور:

جذابیت ماشین های امروز رایانه ای شدن آن است

وی ادامه داد: دیدگاه صنعت این کشور در طراحی بلندمدت است به همین سبب در صنعت خودروسازی همچون دیگر صنایع شان از کسانی بهره گرفتند که در دنیا حرفی برای گفتن دارند و می توان گفت طراحی که برای این مجموعه کار می کنند از برترین های شناخته شده دنیا هستند.

ترکی پور با ذکر این نکته که ماشین ها این روزها شبیه هم می شوند، عنوان کرد: برند لوکسزن مثل شرکت ایل عمل می کند و تخصص خودش را وارد بازار کرده است. همانطور که مستحضرید یکی از قطب های آی تی دنیا تایوان است و ما هم باید سراغ برندی می رفتیم که در همه زمینه ها از همه محصولات بالاتر باشد. امروزه جذابیت یک ماشین، رایانه ای شدن آن است که این برند داراست.

وی گفت: «لوکسزن» یک برند ۸ساله با ۵۰سال سابقه است و مشتریان خاصی دارد



مدیر عامل شرکت «آرمان موتور» کویر که این روزها بنا دارد برند خودرو ساز تایوانی یعنی «لوکسزن» را وارد بازار ایران کند معتقد است کیفیت خودروها دیگر عامل اصلی رقابت نیستند بلکه خدمات متنوع و گسترده پس از فروش است که برندها را محبوب می کند.

فرزین ترکی پور مدیر عامل شرکت آرمان موتور کویر که به تازگی همکاری اش با برند لوکسزن تایوانی خبر ساز شده به دنیای اقتصاد گفت: ۴ سال است که رابطه تجاری خوبی با تایوان داریم و پیش از این برند لیفتراک تایلیت تایوان را وارد کرده بودیم. وی با بیان به اینکه در تایوان دفتری مستقر کرده و همکاران محلی دارد، افزود: جزو معدود شرکت هایی هستیم که مرادات اقتصادی قوی با تایوان داریم و می توانیم با آنها همکاری خوبی داشته باشیم ضمن

اینکه راه اندازی دفتر ما باعث شد روابط کاری سریعتر انجام شود و زودتر به ثمر برسد.

ترکی پور درباره با چگونگی ورود «لوکسزن» به ایران توضیح داد: از ۳ سال پیش با تایوان درباره این برند وارد مذاکره شدیم تا به نقطه ای برسد که بتوانیم «لوکسزن» را وارد بازار کنیم. سرانجام اگوست سال گذشته قرارداد امضا شد و برند «لوکسزن» رسماً از سوی شرکت آرمان موتور کویر در سیستم اصناف ایران به ثبت رسید.

مدیر عامل شرکت آرمان موتور کویر درباره خدمات پس از فروش محصول جدید خود سخن گفت و توضیح داد: چین هم مثل ایران در کنترل کیفیت خیلی وارد عمل نمی شود اما محصولات تایوان اینگونه نیست چون رابطه حسنه ای با ژاپن دارد و خرید قطعات ژاپنی در تایوان آسان تر و ارزان تر از چین است. برند لوکسزن ۵۴ سال تولید کننده میتسو بیشی و نisan بوده است و کارنامه قابل قبول تری دارد.



؛ دانش آموخته صنعت غذایی و دارای دکترای صنایع غذایی از دانشگاه تهران است. وی با سابقه ۲۰ ساله ای که در صنعت لبنیات دارد ، معتقد است این یکی از حساس ترین صنایع لبنی تولیدی محسوب می شود.

جود کی صنایع لبنی را حلقه واسط بین زنجیره های دامپرووری و پخش می داند و می گوید که این زنجیره در روابط اقتصادی و فرهنگی از یکدیگر تاثیر می پذیرند.

وی بیان کرد: در چند سال اخیر به واسطه مسایل مربوط به هدفمند سازی یارانه ها حدود ۳۰ درصد کاهش مصرف در لبنیات را از سوی مردم شاهد بودیم و بحث یارانه ها روی تغذیه و سلامتی مردم نقش اساسی داشت چرا که در فرهنگ خانواده های ایرانی معمولاً وقتی بحث صرفه جویی می شود اول تغذیه را نادیده می گیرند و همیشه داشته هایی چون خانه و ماشین بر سلامت شان اولویت دارد.

وی افزود: یکی از مولفه های توسعه در کشور های دنیا ، میزان مصرف سرانه لبنیات است که مصرف سرانه ایران یک سوم کشورهای اروپایی و آمریکایی است اما کمتر کسی به این رنگ خطر توجه می کند. متأسفانه طبق آمارهای موجود بچه های مدارس ابتدایی دو و نیم دندان پوسیده دارند که ناشی از کم مصرفی یا بد مصرفی لبنیات است. دکتر جود کی عنوان کرد: تا سال ۹۱ تقریباً ۴۸۵ شرکت فعال لبنی پروانه گرفته از وزارت صنایع فعال

محصولاتی که در دوره گارانتی هستند. ترکی پور با بیان اینکه رقبا ی ما در چین با کیفیت و آپشن های متفاوت در بازار ایران حضور دارند، گفت: ما دنبال این هستیم که قیمت محصولات مان با آپشن ها، خدمات و ظاهر خودرو و همخوانی داشته باشد. قطعا در آینده می توانیم سهم قابل قبولی از بازار برای خودمان داشته باشیم اما نه در زمان کوتاه چون مطمئنا تا ما و محصول مان شناخته شود، زمان می برد.

مدیر عامل آرمان موتور کویر همچنین توضیح داد: در تولید خودرو دو نوع سطح ایمنی اکتیو و پسیو داریم که در سطح ایمنی اکتیو ما هم مثل خودروهای چینی دیگر ۵ ستاره ایم اما الان اکتیو مورد بحث نیست چون برای وارد شدن به بازار خودرو ایمنی اکتیو لازم الاجراست.

وی یادآور شد: سطح ایمنی پسیو مثل رادارها، هشدار دهنده ها، دوربین های نشان دهنده نقاط کور، مانیتور با دید ۳۶۰ درجه،



دنیا است که اصل بازار را دست گرفته اند.

فرزین ترکی پور همچنین به بحث رقابت بین تولیدات داخلی با محصولات خارجی پرداخت و گفت: وقتی بازار را داخلی می کنیم تولیدات داخلی هم خیلی به فکر خدمات پس از فروش نمی افتند باید بازار آزاد باشد تا محصولات داخلی و خارجی باهم رقابت کنند آن زمان مشخص می شود که کدام محصول دوام می آورد. ما ماشین چینی ۴۰ میلیون تومانی را با تعرفه بالا ۱۰۰ میلیون تومان عرضه کنیم. اگر واقعا به رشد فکر می کنیم باید هر دو را یک قیمت بدهیم ببینیم کدام را بیشتر می خرند. تا زمانی که ما خودمان دلیل رشد را از بین می بریم نباید توقع تولید داخلی قابل قبول داشته باشیم.

وی در پایان گفت: تنها سوال من این است که با وارد کردن محصول با کیفیت خارجی سرمایه ملی را دور می ریزیم یا با تولید محصول بی کیفیت پایین در داخل؟ کدام مهم تر است؟



خوبند، اما این تعداد به یک چهارم تقلیل پیدا کرد. در حال حاضر ۱۲۰ شرکت با نهایت ظرفیت ۵۰درصد مشغول به کار هستند که به دلیل شرایط اقتصادی از تمام ظرفیت شان استفاده نمی شود.

وی با بیان به اینکه سود صنایع لبنی دنیا بین ۸ تا ۱۰ درصد و در صنایع شیر ایران زیر ۲ درصد است، گفت: در ادوار گذشته علاوه بر مسایل اقتصادی، بروز حاشیه ها روی این صنعت تاثیر منفی مضاعف گذاشت. به عنوان مثال مساله پالم دو ماه بازار را تحت تاثیر قرار داد که این مساله تا ۱۵ درصد کاهش مصرف را در بی داشت و صنعت لبنی را شوک زده کرد. در نتیجه انتشار این خبر اعتماد به محصولات لبنی صنعتی کم شد و مردم به استفاده از لبنیات سنتی روی آوردند که افزایش تب مالت و یک سری بیماری های جدید بین انسان و دام را تسری داد. در صورتی که دنیا به محصولات لبنی صنعتی روی آورده است ما مسیر مخالف را پیش گرفتیم.

مدیر عامل شیر پاستوریزه پگاه تهران افزود: متأسفانه مراکز فروش لبنیات سنتی هر روز بیشتر شده و مشتریان شان هم افزایش پیدا کرده اند. وجود اینها زنگ خطر است چون مصرف کننده دانش کاملی از این نوع محصولات غیر صنعتی ندارد. دکتر جود کی یادآور شد: محصولات تولیدی این شرکت که دنیا به محصولات لبنی صنعتی روی مصرف کننده داریم که ۴ درصد جمعیت ایران را شامل می شود. امروزه در جامعه و فرهنگ غذا

خبر

پیگیری تصمیم شهردار منطقه

بی.آر.تی در منطقه ۲۱ تست می شود



غلامحسین سلمانی معاون حمل و نقل و ترافیک منطقه ۲۱ تهران از آخرین وضعیت ترافیک و اقدامات صورت گرفته در این منطقه گفت و از تست خطوط شبه بی.آر.تی خبر داد.

غلامحسین سلمانی که از سال ۸۶ تا کنون به عنوان معاون حمل و نقل و ترافیک در منطقه ۲۱ تهران حضور دارد درباره اقدامات صورت گرفته در این منطقه به «دنیای اقتصاد» گفت: در بحث حمل و نقل عمومی که شامل اتوبوس، تاکسی و مترو است در یکی دو ماه گذشته اقدامات متعددی صورت گرفته است.

وی افزود: دو خط اتوبوسرانی جدید ایجاد کردیم که خط اول از وردآورد تا پایانه آزادی فعالیت خود را آغاز کرده است. این خط به صورت شبه بی.آر.تی راه اندازی شده و در مرحله تست هستیم تا ببینیم با ورود بی.آر.تی، این خط چه وضعیتی پیدا خواهد کرد. برای این منظور خطی را که مبدا آن شهرک شهرداری بود به وردآورد منتقل کردیم تا همه شبکه های راهی را پوشش دهیم.

سلمانی توضیح داد: این پیش نیاز برای برای ورود بی.آر.تی را در خط دیگر هم انجام دادیم. در خط دوم پایانه امیرالمومنین مبدا ضلع غرب کاروانسرای سنگی نیز ایجاد شده است که به مقصد پایانه آزادی روانه می شود. در این خط شهرک استقلال به مترو استاندارد آزادی مسافر کم داشت از طرفی هم این مقصد به شهرک آزادی از دسترسی مناسب بهره مند نبود و حالا با ایجاد این خط که یک ماه از فعالیتش می گذرد شهرک استقلال، مسکن ویژه مهر، بلوار یاس و بلوار گلها تا پایانه آزادی پوشش داده شده است.

عدم ظرفیت لازم برای وجود بی.آر.تی

وی ادامه داد: همزمان با مطالعات بی.آر.تی با کمک سازمان حمل و نقل و ترافیک بررسی هایی را انجام دادیم که در نتیجه آن مشخص شد منطقه ما با وضع موجود ظرفیت لازم را برای وجود بی.آر.تی ندارد. این مهم در صورتی توجیه پذیر است که خطوط اقماری شهرک اندیشه، شهر قدس، ملارد و شهریار نیز برای حمل و نقل همکاری کنند.

سلمانی درباره با خط وردآورد تا پایانه آزادی اضافه کرد: این خط فقط ۲ ساعت مشخص در صبح و عصر پیک مسافر دارد و باقی ساعات مثل داخل شهر نیست که رفت و آمد مداوم داشته باشد. با این حال خطوط لازم را ایجاد کردیم که پوشش مسافر انجام شود و قطعا در آینده اگر خطوط اقماری تشکیل شود بی.آر.تی شکل می گیرد.

معاون حمل و نقل و ترافیک منطقه ۲۱ تهران در بخش اتوبوسرانی در ادامه بیان کرد: در این زمینه بنش اقدامات خوبی صورت گرفته است. ۱۲۵ اتوبوس باز سازی شده و در بخش نوسازی نیز از اتوبوس های جدیدی که به شهر تهران اضافه خواهند شد ما هم بهره مند می شویم. در حال حاضر تنها منطقه ای هستیم که «پر کیلومتر» را لحاظ می کنیم یعنی به ازای کیلومتر پیموده شده از مسافر هزینه دریافت می شود.

وی گفت: بعد از ایجاد پایانه امیرالمومنین، در منطقه مسکن ویژه مهر نیز زمینی به مساحت ۳هزار متر در حال تملک از اداره راه و شهرسازی هستیم اما واسط پایین این پایانه فعالیتش را آغاز کند که در این صورت پایانه های فجر و شهرک دریا به این محل منتقل می شود.

غلامحسین سلمانی با بیان به اینکه تغییرات در خطوط اتوبوسرانی بر تاکسی رانی هم بی تاثیر نخواهد بود، گفت: اخیرا خط ویژه او و راورد ایجاد کردیم تا مشکل مسافر کشی که شب ها بیشتر با آن درگیر هستیم حل شود. یک خط ویژه هم ضلع جنوبی کنار اتوبان بعد از وردآورد به صورت غیر متمرکز داشتیم. که برای آن هم دستور ساماندهی داده شده است. همچنین برای مسکن مهر و تهر انسر نیز خط اضافه کردیم.

سلمانی با اشاره به اینکه تنها منطقه ای هستیم که مترو ندارد، گفت: با سازمان حمل و نقل و ترافیک جلسه گذاشتیم و پیگیر شدیم تا خط مترو طراحی شود و خطوط ریلی در منطقه اتفاق بیفتد. انشالله که در آینده متمرثر باشد. ما این نیاز را مطرح کردیم و با سازمان حمل و نقل و ترافیک وارد تعامل شدیم امیدوارم این موضوع ادامه دار باشد.

وی از احداث ۴ پل در سال گذشته خبر داد و در پایان عنوان کرد: بریدگی خطرناک ایران خودرو را بستیم که در نتیجه آن اگر چه سرعت روانتر شده اما شدت تصادف بالا رفته است به همین خاطر تمهیدات ایمنی از جمله دوربین کنترل سرعت تعبیه شد که این مشکل را حل کند.