

Разработка сервисного плана

Выполнила студент гр. 1161133
Клыпина Е.А.

Процесс обслуживания клиентов в автосервисном предприятии состоит из 7 этапов:

- ▶ предварительная запись;
- ▶ подготовка к визиту клиента;
- ▶ приемка автомобиля;
- ▶ оказание услуг;
- ▶ контроль качества;
- ▶ выдача автомобиля;
- ▶ постсервисный опрос.

1.Предварительная запись

- ▶ Правильная оценка заказа имеет большое значение для обеспечения удовлетворенности клиента. Заказ-наряды категории К (небольшой заказ-наряд) не требуют очень большого внимания при обработке, так как риск возникновения необходимости повторного ремонта относительно невелик. Клиент получает быстрое, несложное сервисное обслуживание, степень удовлетворенности клиента, соответственно, высока. В категории S (стандартный заказ-наряд) и особенно в категории D (заказ-наряд на диагностику) риск возникновения необходимости повторного ремонта возрастает. Здесь необходимо уделить повышенное внимание качеству для того, чтобы обеспечить действенное влияние на удовлетворенность клиента.
- ▶ Существенным моментом при предварительной записи является наличие четкой структуры беседы. Задача сервисного консультанта при предварительной записи - внимательно слушать клиента при разговоре по телефону, сообщать ему информацию и подробно записывать все пожелания, проблемы и договоренности. Это первое впечатление, которое складывается у клиента о сервисном центре. В конце разговора необходимо обобщить все договоренности. Это позволяет убедиться, что обе стороны все поняли одинаково. Кроме того, клиенту предоставляется возможность записать назначенное время и договоренности.

2. Подготовка к визиту клиента

- ▶ При предварительной записи клиенту было обещано точное выполнение его заказа и на данном этапе важно предпринять все необходимые подготовительные работы, чтобы суметь выполнить это обещание для полной удовлетворенности клиента.
- ▶ Уже на стадии подготовки к визиту клиента закладывается фундамент того, будет ли заказ-наряд выполнен сразу полностью и качественно ("успешный первый ремонт") или же клиенту придется приехать еще раз; в его глазах это будет повторным ремонтом, которого следует избегать в любых условиях.
- ▶ Целью подготовки к визиту клиента является "комплексная подготовка". Заказ-наряд на ремонт начинается с согласованного объема работ и систематически дополняется. Для этого нужно собрать всю необходимую информацию об автомобиле. Все занятые в выполнении заказ-наряда сотрудники (отдел запчастей, сервисный цех) должны быть предупреждены, необходимо убедиться в наличии возможности выполнения всех обещаний, а также в готовности всех производственных мощностей: время приемки, запчасти, готовность специалистов, специнструмента.

3. Приемка автомобиля

- ▶ Визит в сервисный центр большей частью вызывает у клиента скорее неприятные ассоциации. И неудивительно. Ведь зачастую этот визит связан с денежными расходами. В любом случае клиенты должны потратить свое время. От работников автосервиса требуется найти индивидуальный подход к каждому клиенту и оказать ему максимально радушный прием. Если показать клиенту свое понимание его ситуации и дружелюбно и компетентно общаться с ним, то он позитивно воспримет полученную информацию. Тем самым, будет создана база для доверительных и длительных отношений.
- ▶ В процессе приемки автомобиля есть возможность наилучшим образом доказать свою компетентность. Разговор при личной встрече непосредственно у автомобиля поможет упрочить доверие клиента к сервисной службе предприятия. Еще до начала ремонта с клиентом следует обговорить весь объем работ по заказ-наряду, также можно непосредственно обосновать и наглядно доказать необходимость проведения дополнительных работ. На данном этапе клиент, при возможности, будет оповещен о точной стоимости работ и предполагаемом сроке выдачи автомобиля. Действуя подобным образом, почти всегда можно избежать последующего внесения дополнений в заказ-наряд, столь неприятных для клиента.
- ▶ Одновременно с этим, в сервисный центр, в полном объеме поступает достоверная информация о состоянии автомобиля и жалобах клиента. Таким образом, вносится значительный вклад в успешное проведение первого ремонта.
- ▶ Срок приемки включает в себя не только приемку автомобиля и составление заказ-наряда. Он начинается с момента появления клиента на территории сервисного центра и заканчивается после передачи заказ-наряда в сервисный цех. Все впечатления, которые клиент получает за это время, накладывают отпечаток на его личное отношение к предприятию. Ориентированная на клиента система парковки, доступность и постоянная занятость службы приемки сервисного центра, а также поддержание в чистоте и порядке всей территории центра -- это основополагающие условия для обеспечения удовлетворенности и привязанности клиента

4. Оказание услуг

- ▶ На этом этапе главная цель - успешное выполнение заказ-наряда. От того, как он будет выполнен, зависит степень удовлетворенности клиента от качества проведенных работ. При оказании услуг мастер-приемщик передает автомобиль мастеру цеха с пояснениями по объему и содержанию работ. Механик производит работы по позициям заказ-наряда и по бланку сервисного обслуживания. При получении автомобиля после выполнения работ на автосервисе выпуск автомобиля осуществляется при предъявлении заказ-наряда с указанием выполненных работ, перечня израсходованных запасных частей и материалов с печатями автосервисного предприятия.

5. Контроль качества и подготовка к выдаче автомобиля

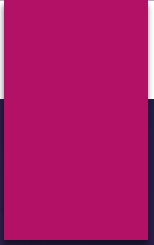
- ▶ Контроль качества и подготовка к выдаче автомобиля являются важным фактором достижения успеха в обеспечении качества сервисного обслуживания. Необходимо, чтобы автомобиль после оказания услуг мог быть передан клиенту в желаемом состоянии. При этом, как и на все этапах ключевого процесса, в сервисном обслуживании, важны основательность и точность. Тщательная проверка выполненных рабочих позиций, а также безупречная подготовка автомобиля и всех документов к последующей передаче автомобиля являются залогом превосходного качества работы и сервисного обслуживания.
- ▶ При этом главной целью является стремление избежать повторного ремонта. Потому что только так можно добиться высокой степени удовлетворенности как клиента, так и всех сотрудников сервисного предприятия. Удовлетворенные клиенты охотно обращаются снова, а клиенты, приведенные в восторг, становятся постоянными клиентами.
- ▶ После точного и полного выполнения ремонтных работ важно проверить автомобиль на выполнение всех рабочих позиций и идеально подготовить его к успешной выдаче. При этом в задачи сотрудников входит составление счета и подготовка всех документов для клиента. Как и на других этапах ключевого процесса в сервисном обслуживании здесь во главе угла стоит завоевание доверия клиента, а также его укрепление на долгое время с помощью идеального выполнения работ и хорошего сервисного обслуживания. Нет ничего неприятней, чем выдать автомобиль и только в разговоре с клиентом обнаружить, что оговоренные работы на автомобиле не проведены или проведены не полностью, или же в счете указаны не согласованные рабочие позиции. После проведенных работ клиент получает гарантию того, что он сможет через некоторое время забрать свой автомобиль и поехать домой с уверенностью, что его автомобиль полностью готов к эксплуатации.

6. Выдача автомобиля

- ▶ Необходимо создать у клиента впечатление, что все его ожидания оправдались, и даже с большим успехом, чем он предполагал. Следует запастись необходимым количеством времени и уделить клиенту максимум внимания, терпеливо вникая в вопросы клиента и, отвечая на них, доказывать свою компетентность; доходчиво объяснить, какие работы были проведены на автомобиле, какая польза клиенту от этого, обратить внимание клиента на те работы, которые чаще всего остаются незамеченными.
- ▶ Уже манера общения с клиентом оказывает решающее влияние на то, обратится ли клиент в сервисный центр в следующий раз и с каким настроением, посетит ли клиент данное предприятие еще раз. Это в значительной степени зависит от того, доволен ли он сейчас и останется ли он доволен сервисным обслуживанием на предприятии.
- ▶ Этап "выдача автомобиля" является последним на данный момент впечатлением, получаемым клиентом от общения с сервисным центром, поэтому оно незабываемое: первое впечатление - самое важное, а последнее - неизгладимое!

7. Постсервисный опрос

- ▶ Заказ-наряд выполнен наилучшим образом и успешно завершен! А клиент думает также? Сотрудники постоянно проводят телефонные опросы. Телефонный опрос -- это своего рода реклама, и она служит таковой для укрепления и сохранения привязанности клиента. Клиент, который ощущает, что даже после проведения расчёта с его мнением считаются, и который видит профессиональный подход сервисного центра к работе с жалобами, порекомендует автосервисное предприятие кому-нибудь другому.
- ▶ При проведении постсервисного опроса необходимо связаться с клиентом в течение 6 дней после выполнения заказ-наряда. Перед опросом подготовить информацию о персональных данных клиента и данных об автомобиле. При проведении опроса спросить клиента лично ли он посещал автосервисный центр по данному заказ-наряду. Провести опрос. По окончании разговора с клиентом внести в бланк постсервисного опроса все замечания и предложения клиента о выполненном заказ-наряде. На рисунке 1.2 изображен сервисный план автосервисного предприятия.



Спасибо
за
внимание!