







## АННОТАЦИЯ

Гребенев Ю.В., Разработка стандарта  
предварительной записи клиентов  
независимого автосервиса – Челябинск:  
ЮУрГУ, П–416, 64 с., 1 таблица, 5  
иллюстраций, библиографический список –  
13 наименований

В данной выпускной квалификационной работе был произведен обзор литературы, изучены методы организации предварительной записи клиентов на обслуживание, произведено ознакомление с особенностями стандартизации процессов предприятий, изучены варианты организации процесса предварительной приемки, разработаны мероприятия, обеспечивающие использование стандарта в работе независимого автосервиса. По итогу проделанной работы был разработан стандарт предварительной записи клиентов независимого автосервиса.

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ		
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	<div style="text-align: center;">Аннотация</div>		
Разраб.	Гребенев Ю.В.						
Провер.	Хозенюк Н.А.						
Реценз.							
Н. Контр.	Дойкин А.А.						
Утверд.	Рождественский Ю.В.						
					Лит.	Лист	Листов
						4	64
					ЮУрГУ Кафедра АТ		

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	7
1 ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ .....	10
1.1 Стандарт и стандартизация процессов .....	10
1.1.1 Стандарт и его роль на предприятии .....	10
1.1.2 Стандарт с точки зрения закона «О техническом регулировании» от 27.12.2002 №184-ФЗ .....	15
1.1.3 Стандартизация процессов .....	17
1.1.4 Стандартизация с точки зрения закона «О техническом регулировании» от 27.12.2002 №184-ФЗ .....	18
1.2 Международные стандарты качества в области услуг .....	20
1.2.1 Стандарты серии ISO 9000 .....	20
1.2.2 Стандарты серии ISO 14000 .....	23
1.3 Общие стандарты для сервисных служб дилеров .....	24
2. МЕТОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЙ ЗАПИСИ НА ОБСЛУЖИВАНИЕ .....	27
2.1 Варианты организации предварительной записи клиентов в автосервис .....	27
2.2 Возможности Call-центра для автосервиса .....	33
2.3 Возможности CRM-системы .....	34
3 РАЗРАБОТКА СТАНДАРТА ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЙ ЗАПИСИ КЛИЕНТОВ НЕЗАВИСИМОГО АВТОСЕРВИСА .....	36
3.1 Описание процесса предварительной записи клиента в независимый автосервис .....	36
3.2 Требования .....	47

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		5

3.3 Алгоритм предварительной записи при помощи блок-схемы .....	54
3.4 Организация работы независимого автосервиса в рамках разработанного стандарта.....	60
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	62
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	63
ПРИЛОЖЕНИЕ .....	64

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		6

## ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день трудно себе представить жителя города-миллионника без транспортного средства. Согласно данным аналитического агентства «Автостат» на 1 января 2017 года в городе Челябинске было насчитано 320,4 тысяч автомобилей [1]. По количеству автомобилей Челябинск занимает 7 место, поэтому не удивительно, что в сфере обслуживания автомобилей здесь находится порядка 800 автосервисов и это только официально зарегистрированные.

Если посмотреть карту города Челябинска (рисунок 1), то можно увидеть, что обслуживанием автомобилей занимается 779 автосервисов, из них 70 организаций, являются официальными дилерами и 709 независимыми автосервисами [2].

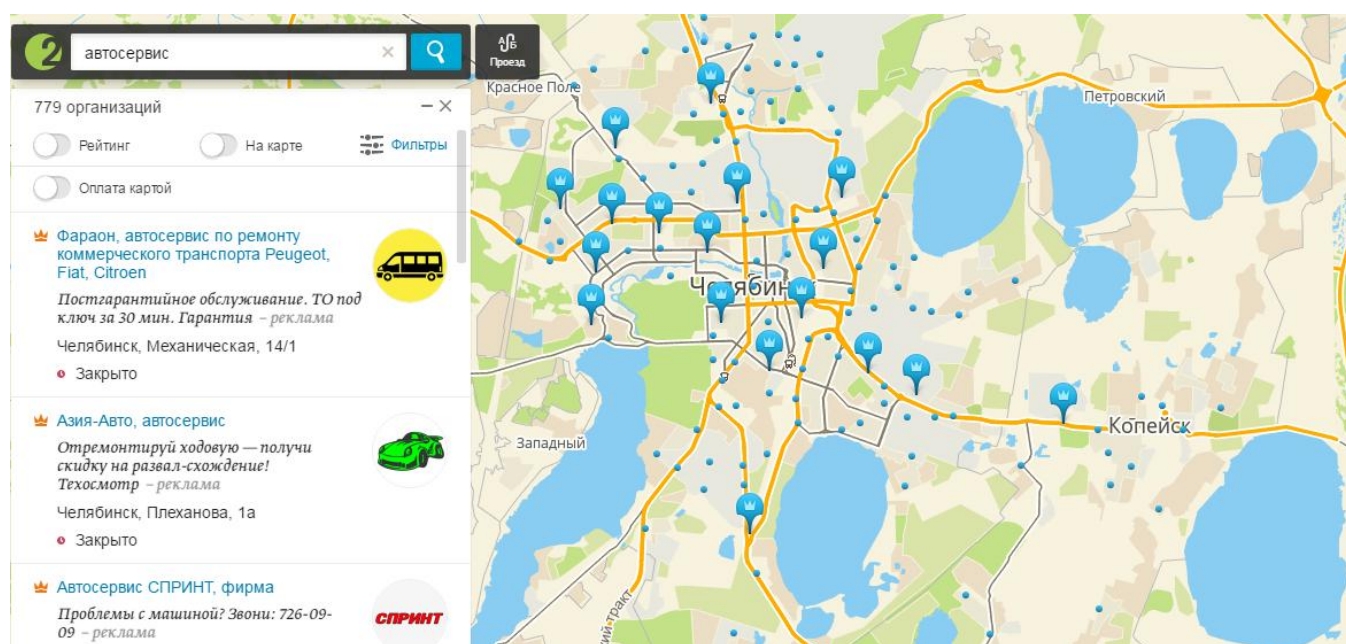


Рисунок 1- Карта города Челябинска с распределением автосервисов

Согласно данным аналитического агентства «Автостат» официальные дилеры по численности составляют 10%, остальные 90% приходятся на независимый автосервис [3]. Учитывая данные цифры можно представить, какое

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		7

количество автомобилей обслуживаются в не дилерских центрах, а значит, как правило, без соблюдения определенного стандарта на оказание услуг.

Для того, чтобы понять разницу между официальным дилерским центром и независимым автосервисом, необходимо дать определения.

Официальный дилер – это агент фирмы-производителя или дистрибьютора, выступающий в роли участника его дилерской сети. Дилер является последним звеном посреднической товаропроводящей цепочки и находится в непосредственных отношениях с покупателем [4].

К независимым автосервисным предприятиям относятся те отдельные или корпоративные СТО, которые не имеют дилерского (дистрибьюторского) договора ни с одним из производителей автомобилей, проводят независимую рыночную и маркетинговую политику, обслуживают одну или несколько марок автомобилей, используют при обслуживании и ремонте и продают по своему усмотрению оригинальные или идентичные (лицензионные) запасные части, имеют (или не имеют) свой фирменный стиль.

Независимый автосервис реализует функцию обслуживания и ремонта автомобилей как первичную, то есть техническое обслуживание и ремонт автомобилей, а также продажа запасных частей – являются основными видами деятельности и основными источниками дохода. Он связан только с потребителями услуг через их потребности и стремление удовлетворить их. Организационные формы, размер предприятия, технологические особенности, выполняемые виды работ формируются производителем услуг в зависимости от реальных условий, рыночного спроса, личных интересов и экономической целесообразности. Независимые автосервисные предприятия могут иметь автосалон, помещения для обслуживания клиентов, производственные мощности для технического обслуживания и ремонта автомобилей, склад запасных частей, магазин [5].

Одной из основных отличительных особенностей дилерского центра от независимого автосервиса является то, что официальный дилер должен строго

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		8



придерживаться стандартов, прописанных автопроизводителем в договоре о сотрудничестве.

Разработка и внедрение стандарта для независимого автосервиса – вещь исключительно добровольная, но зачастую требующая серьезных финансовых затрат, по этой причине далеко не каждый автосервис может себе это позволить. Однако если подробнее разобраться с данной темой, можно с уверенностью сказать, что при внедрении и соблюдении стандартов, на автосервисных предприятиях в значительной степени возрастает качество оказания услуг, а вместе с тем и количество постоянных клиентов. В результате чего прибыль предприятий в значительной степени перекрывает затраты на разработку и внедрение стандарта.

Целью данной выпускной квалификационной работы является: разработать стандарт процесса предварительной записи клиента для независимого автосервисного предприятия.

Для достижения данной цели необходимо:

- ознакомиться с особенностями стандартизации процессов предприятий;
- изучить варианты организации процесса предварительной записи;
- разработать стандарт предварительной записи;
- разработать мероприятия, обеспечивающие использование стандарта в работе независимого автосервиса.

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		9

# 1 ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

## 1.1 Стандарт и стандартизация процессов

### 1.1.1 Стандарт и его роль на предприятии

Стандарт организации (СТО) – это нормативный документ, устанавливающий технические требования, которым должна удовлетворять продукция и услуги. Стандарт содержит описание всех методов и правил обращения с продукцией и предоставления услуг, а также описание процессов создания, проектирования, монтажа, хранения, перевозки и утилизации продукции. В ряде случаев сюда также могут входить и другие данные, связанные с выпускаемой продукцией.

Стандарты направлены на достижение оптимальной пользы для общества и базируются на обобщенных результатах науки, техники и практического опыта. Стандарты необходимы для обеспечения в равной степени для всех клиентов максимально качественных услуг, вне зависимости от статуса клиента и его материального положения в обществе.

Стандарты организации в России могут разрабатываться на применяемые в данной организации продукцию, процессы и оказываемые в ней услуги, а также на продукцию, создаваемую и поставляемую данной организацией на внутренний и внешний рынок, на работы и оказываемые ею услуги в соответствии с заключенными договорами (контрактами).

В частности, СТО может разрабатываться на:

- составные части (детали и сборочные единицы) разрабатываемой или изготавливаемой продукции;
- процессы организации и управления производством;
- процессы менеджмента;

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		10

- технологическая оснастка и инструмент;
- технологические процессы, а также общие технологические нормы и требования с учетом обеспечения безопасности для жизни и здоровья граждан, окружающей среды и имущества;
- методы, методики проектирования, проведения испытаний, измерений и/или анализа;
- услуги, оказываемые внутри организации, в том числе и социальные;
- номенклатура сырья, материалов, комплектующих изделий, применяемых в организации;
- процессы выполнения работ на стадиях жизненного цикла продукции и др.

Стандарты организации разрабатываются самой организацией, при этом стандарты организации не должны противоречить требованиям технических регламентов, а также национальных стандартов, разработанных для содействия соблюдению требований технических регламентов.

Стандарты организации утверждает руководитель (заместитель руководителя) организации приказом и (или) личной подписью на титульном листе стандарта в установленном в организации порядке. В случае утверждения стандарта организации приказом дату введения стандарта в действие устанавливают в приказе. При утверждении стандарта организации личной подписью руководителя (заместителя руководителя) организации дату введения стандарта в действие приводят на его первой странице.

Требования стандартов организации подлежат обязательному соблюдению подразделениями и сотрудниками предприятия, утвердившего эти стандарты, а также другими субъектами хозяйственной деятельности, если в договоре на разработку, производство и поставку продукции, на выполнение работ и оказание услуг сделана ссылка на эти стандарты.

Допускается применение стандарта организации другой организацией при наличии в этой организации дубликата или учтенной копии данного стандарта.

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		11

Применение стандарта организации другой организации должно устанавливаться приказом по организации, желающей применить данный стандарт.

Порядок разработки, согласования, утверждения, учета, издания, применения, обновления и отмены стандартов организации субъекты хозяйственной деятельности устанавливают самостоятельно [5].

Стандарты должны быть максимально наглядными, понятными и, в то же время, сжатыми. Стандарты должны не навязываться сверху, а устанавливаться самими рабочими. Чувствуя причастность к установке правил на рабочем месте, человек относится к стандарту работы не как к ограничениям, а как к наилучшему способу выполнения операции.

Цели стандартов:

- определение правил и стандартизация процедур взаимодействия сотрудников предприятия между собой и с клиентами;
- описание перемещений товаров и сотрудников в рамках бизнес-процессов;
- описание оборота документов, оформляемых при исполнении операций, процедур и процессов.
- формирование документальной базы параметров для контроля деятельности сотрудников и аудита исполнения процессов.

Стандарты помогают предприятию:

- унифицировать процедуры внутри предприятия;
- упорядочить бизнес-процессы, ускорять их выполнение;
- обеспечивать единый уровень качества работы;
- создать прозрачную систему контроля качества работы;
- способствовать снижению рисков ошибок и повышению качества;
- работать на имидж предприятия и способствовать узнаваемости предприятия;
- сформировать мнение клиентов об уникальности, предсказуемости, качества и надежности уровня работы предприятия;

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		12

- повысить конкурентоспособность;
- устранять конфликты;
- оттачивать мастерство и профессионализм каждого сотрудника;
- обеспечить предсказуемость и единый высокий уровень качества результатов работы всех сотрудников;
- упрощать ротацию кадров;
- экономить время и ресурсы на обучение новых сотрудников и их введение в работу;
- оценивать сильные и слабые стороны каждого сотрудника в целях дальнейшего обучения;
- обеспечить объективность оценки работы сотрудников и справедливость вознаграждения.

Стандарты обеспечивают сотрудникам:

- ускорение адаптации;
- повышение уровня компетенций;
- возможность повысить свой профессиональный уровень, стать более эффективным;
- настрой на соблюдение интересов клиентов;
- четкий план действий в стандартных ситуациях на работе;
- умение справляться с нестандартными ситуациями;
- готовность к выполнению особых запросов клиентов;
- понимание требований предприятия к сотрудникам;
- знание, в каком направлении развиваться;
- знание чего ожидать от предприятия и возможность контролировать свои действия.

Для внедрения стандартов необходимо:

- обеспечение стандартами руководителей служб и сотрудников;

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		13

- ознакомление со стандартами каждого нового сотрудника, информирование о важности соблюдения корпоративных стандартов;
- обучение руководителей служб: активное участие в мастер-классах и тренингах, изучение тематической литературы с целью внедрения стандартов в рабочий процесс, индивидуальная работа по стандартам на рабочем месте;
- наблюдение со стороны руководителей служб за работой сотрудников;
- дисциплинарные замечания за несоблюдение стандартов;
- материальные взыскания за несоблюдение стандартов;
- поощрения в случае 100 % соблюдения стандартов.

Стандарт организации – это очень важный документ, который значительно упрощает жизнь, как рабочим, так и руководству. Стандарты позволяют работникам делать только полезную работу, заведомо исключив все лишние и ненужные действия, что значительно облегчит их труд и позволит заниматься только рабочими процессами. В свою очередь для руководителей, стандарты – это гарантия качественно выполненной продукции или оказанной услуги с использованием оптимального количества временных и материальных ресурсов.

Если операции выполняются по стандарту, то процесс будет стабильным. Нестабильность процесса в этом случае показывает на неисполнение стандарта. Корректируя стандарты, можно видеть, как изменяются выходные параметры, адекватно оценивать и анализировать результаты, выявлять тенденции, бороться с вариативностью и реально управлять качеством. Стандарты изменяют по мере улучшения качества продукции и по мере избавления от потерь (постоянное совершенствование).

Необходимо ранжирование стандартов по уровням:

- организация управления;
- работа оборудования;
- комплектующие;
- технологические процессы.

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		14

Роль стандартизации в организации работ предприятия особенно подчеркнута в системе менеджмента компании Toyota – Toyota Production System (TPS).

В TPS подчеркивается, что стандартная работа значительно облегчает встраивание качества. Любой хорошо обученный лидер группы на Toyota знает, что он может обеспечить отсутствие дефектов только с помощью стандартизации работы» [7]. При обнаружении дефекта всегда в первую очередь задается вопрос: «Соблюдались ли требования стандарта?» Решая проблему, лидер группы наблюдает за рабочим и выявляет отклонения, отслеживая их действия по стандартному рабочему листу. Если рабочий соблюдает стандарт, но это не устраняет дефекты, значит, стандарт следует изменить

Некоторые руководители ошибочно полагают, что стандартизация заключается в поисках единственно возможного с научной точки зрения способа выполнения работы и закреплении этого способа. Как хорошо сказал Масааки Имаи в своей знаменитой книге Kaizen: «Невозможно заниматься совершенствованием процесса, пока он не стандартизирован. Если операция представляет собой перемещение чего-либо с одного места на другое, любое усовершенствование этой операции будет представлять собой еще один способ ее выполнения, который иногда используется, но по большей части упускается из виду. Непрерывное совершенствование требует, прежде всего, стандартизации, то есть стабилизации процесса».

#### 1.1.2 Стандарт с точки зрения закона «О техническом регулировании» от 27.12.2002 №184-ФЗ

Согласно закону «О техническом регулировании» от 27.12.2002 №184-ФЗ, стандарт – это документ, в котором в целях добровольного многократного использования устанавливаются характеристики продукции, правила осуществления и характеристики процессов производства, эксплуатации, хранения,

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		15

перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг. Стандарт также может содержать требования к терминологии, символике, упаковке, маркировке или этикеткам и правилам их нанесения.

Из статьи 17 закона «О техническом регулировании» от 27.12.2002 №184-ФЗ, следует, что:

- стандарты организаций, в том числе коммерческих, общественных, научных организаций, саморегулируемых организаций, объединений юридических лиц могут разрабатываться и утверждаться ими самостоятельно исходя из необходимости применения этих стандартов для целей, указанных в статье 11 настоящего Федерального закона, для совершенствования производства и обеспечения качества продукции, выполнения работ, оказания услуг, а также для распространения и использования полученных в различных областях знаний результатов исследований (испытаний), измерений и разработок;
- порядок разработки, утверждения, учета, изменения и отмены стандартов организаций устанавливается ими самостоятельно с учетом положений статьи 12 настоящего Федерального закона;
- проект стандарта организации может представляться разработчиком в технический комитет по стандартизации, который организует проведение экспертизы данного проекта. На основании результатов экспертизы данного проекта технический комитет по стандартизации готовит заключение, которое направляет разработчику проекта стандарта;
- стандарты организаций применяются равным образом и в равной мере независимо от страны и (или) места происхождения продукции, осуществления процессов производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ и оказания услуг, видов или особенностей сделок и (или) лиц, которые являются изготовителями, исполнителями, продавцами, приобретателями [6].

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		16



### 1.1.3 Стандартизация процессов

Стандартизация – деятельность по установлению правил и характеристик в целях их добровольного многократного использования, направленная на достижение упорядоченности в сферах производства и обращения продукции и повышение конкурентоспособности продукции, работ или услуг.

Основные задачи стандартизации следующие:

- создание эталонного способа выполнения работы, соблюдение которого приведет к наилучшим результатам;
- сохранение «ноу-хау» компании, создание основы для обучения новых сотрудников;
- установка параметров измерения процессов для проведения регулярных аналитических процедур, внутреннего или внешнего аудита;
- фиксация достигнутых результатов для дальнейшего совершенствования.

Задачи реализуются двумя типами стандартов:

- стандарт процесса (карта процесса);
- стандарт процедуры или операции (операционная инструкция).

Структура карты процесса:

- субъекты;
- функции;
- взаимосвязи;
- регламент взаимодействия;
- показатели процесса.

Структура операционной инструкции:

- статус, код (принадлежность к процессу, порядковый номер);
- последовательность действий (схемы, поясняющие рисунки, диаграммы);
- техника безопасности;
- норматив времени;

- норматив расхода товаров;
- необходимый инструмент, оборудование, управляющая система;
- отметка о согласовании и ознакомлении.

#### 1.1.4 Стандартизация с точки зрения закона «О техническом регулировании» от 27.12.2002 №184-ФЗ

Согласно статье №11 закона «О техническом регулировании» от 27.12.2002 №184-ФЗ стандартизация осуществляется в целях:

- повышения уровня безопасности жизни или здоровья граждан, имущества физических или юридических лиц, государственного или муниципального имущества, экологической безопасности, безопасности жизни или здоровья животных и растений и содействия соблюдению требований технических регламентов;
- повышения уровня безопасности объектов с учетом риска возникновения чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера;
- обеспечения научно-технического прогресса;
- повышения конкурентоспособности продукции, работ, услуг;
- рационального использования ресурсов;
- технической и информационной совместимости;
- сопоставимости результатов исследований (испытаний) и измерений;
- технических и экономико-статистических данных;
- взаимозаменяемости продукции.

Следуя букве закона, порядок СТО определяется самой организацией. Однако обязательным условием является использование общих принципов стандартизации, которые указаны в статье №12 этого Федерального закона.

Стандартизация осуществляется в соответствии с принципами:

- добровольного применения стандартов;

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		18

- максимального учета при разработке стандартов законных интересов заинтересованных лиц;
- применения международного стандарта как основы разработки национального стандарта, за исключением случаев, если такое применение признано невозможным вследствие несоответствия требований международных стандартов климатическим и географическим особенностям Российской Федерации, техническим и (или) технологическим особенностям или по иным основаниям либо Российская Федерация в соответствии с установленными процедурами выступала против принятия международного стандарта или отдельного его положения;
- недопустимости создания препятствий производству и обращению продукции, выполнению работ и оказанию услуг в большей степени, чем это минимально необходимо для выполнения целей, указанных в статье 11 настоящего Федерального закона;
- недопустимости установления таких стандартов, которые противоречат техническим регламентам;
- обеспечения условий для единообразного применения стандартов.

Согласно статье 13 этого Федерального закона, к документам в области стандартизации, используемым на территории Российской Федерации, относятся:

- национальные стандарты;
- правила стандартизации, нормы и рекомендации в области стандартизации;
- применяемые в установленном порядке классификации, общероссийские классификаторы технико-экономической и социальной информации;
- стандарты организаций [6].

## 1.2 Международные стандарты качества в области услуг

### 1.2.1 Стандарты серии ISO 9000

Существует несколько международных стандартов в области управления качеством услуг. Самыми распространенными из них в настоящее время являются стандарты серии ISO 9000. Остановимся на основных моментах управления качеством услуг в соответствии с этими стандартами. Для этого прежде всего обратимся к терминам и определениям ISO 9000.

Услуга (Service) - итог непосредственного взаимодействия поставщика (Supplier) и потребителя (Customer), а также внутренней деятельности поставщика по удовлетворению нужд потребителя.

Предоставление услуги (Service delivery) - деятельность поставщика, необходимая для обеспечения услуги.

Качество (Quality) услуги - совокупность свойств и характеристик услуги, обеспечивающих удовлетворение обусловленных или предполагаемых потребностей.

Требования к качеству (Requirements for quality) - выражение определенных (установленных или предполагаемых) потребностей потребителя и их перевод в набор количественных или качественных оценок характеристик услуги.

Характеристики услуг подразделяются на виды: характеристики процесса предоставления услуги и характеристики самой услуги. Характеристики (оба вида) должны обладать способностью оцениваться. Оценка возможна количественная (измеряемая) и качественная (сопоставимая). Характеристики процесса предоставления услуги в основном не определяются потребителем, они служат обоснованием и доказательством того, что характеристики самой услуги будут обеспечены на заявленном уровне.

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		20

Стандарт ISO 9000, помимо основной терминологии, регламентирует процесс подготовки и предоставления услуги, а также систему качества.

Принято считать, что достижение требуемого качества возможно благодаря строгому следованию этапам (или основным составляющим) процессов, описанных в стандарте, и работе по общему управлению качеством (или системе качества). Рассмотрим для примера применяемую на практике методику подготовки услуги, соответствующую стандарту ISO 9000. Подготовка к предоставлению услуги клиентам состоит из следующих этапов:

- определение услуги;
- спецификация услуги;
- спецификация процессов предоставления услуги;
- подготовка персонала;
- спецификация управления качеством;
- реклама и продвижение услуги.

Определение будущей услуги базируется на аналитическом исследовании деятельности и потребностей существующих и потенциальных клиентов. При анализе должна учитываться точка зрения потребителя на все аспекты услуги. Процедура определения может состоять из следующих шагов:

- определить и сформулировать потребность, подлежащую удовлетворению услугой;
- определить, в какой потенциальной группе клиентов эта потребность существует;
- описать ту часть услуги (работу, результаты работы и так далее), которая удовлетворит выявленную потребность;
- определить, по каким характеристикам клиент будет оценивать услугу и степень удовлетворения услугой своей потребности.

Спецификация услуги – основополагающий документ, содержащий основные составляющие и потребительские свойства услуги и разрабатываемый на основе принятого определения услуги. Документ является первым в пакете

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		21

проектной документации по услуге. После утверждения документ используется в процессе продвижения услуги и управления качеством.

Спецификация процессов предоставления услуги – документ, определяющий основные этапы работы и ресурсы, гарантирующие предоставление услуги в соответствии со спецификацией услуги.

Спецификация процессов должна содержать: методики предоставления услуги (методики представляют собой инструкции по выполнению работ для персонала кредитной организации), способы предоставления (описание иницилирующих условий, организационных действий поставщика и потребителя, формы и способы взаимодействия, временные и территориальные ограничения), информационные материалы, процедуры разрешения спорных ситуаций, шаблоны договоров и прочие документы по услуге.

Спецификация управления качеством. Этот этап должен включать определение ключевых работ, существенно влияющих на качество предоставления услуги, выборку и анализ характеристик, определение методов оценки данных характеристик в процессе оказания услуги, определение средств влияния на улучшение качества услуг.

Персонал – основной ресурс, определяющий качество услуги. Руководитель подразделения, участвующий в процессе предоставления услуги, обязан: определить квалификационные требования, необходимые и достаточные для выполнения конкретной работы, подбирать/назначать сотрудников, удовлетворяющих квалификационным требованиям, обеспечить условия выполнения работы, обращать внимание сотрудников на то, что их работа напрямую влияет на уровень качества услуги, стимулировать и поощрять усилия персонала, направленные на повышение качества. Руководитель подразделения в плановом порядке обязан проводить мероприятия по совершенствованию профессиональных навыков и умений сотрудников.

Для формирования и разработки рекламной политики и программы продвижения услуг необходимо использовать спецификации услуг и процессов их

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		22

предоставления. Для рассмотрения элементов системы качества введем точное определение этого термина. Стандарт ISO 9000 использует определение из ISO 8402: система качества – это совокупность организационной структуры, методик, процессов и ресурсов, необходимых для общего управления качеством. Все эти элементы системы качества должны быть задокументированы. Документация должна давать четкие гарантии, что элементы системы качества обеспечивают потребителю получение качественной услуги: выполнение обещаний поставщика услуги, а также удовлетворение потребности и ожиданий клиента.

### 1.2.2 Стандарты серии ISO 14000

Стандарты серии ISO 14000 детально и обстоятельно определяют различные аспекты взаимодействия поставщика с окружающей средой. Но они на сегодня больше подходят для производственной сферы, чем для сферы услуг.

Система стандартов ISO 14000, в отличие от многих других природоохранных стандартов, ориентирована не на количественные параметры (объем выбросов, концентрации вещества и т.п.) и не на технологии (требование использовать или не использовать определенные технологии, требование использовать "наилучшую доступную технологию"). Основным предметом ISO 14000 является система экологического менеджмента - environmental management system, EMS). Типичные положения этих стандартов состоят в том, что в организации должны быть введены и соблюдаться определенные процедуры, должны быть подготовлены определенные документы, должен быть назначен ответственный за определенную область. Основной документ серии - ISO 14001 не содержит никаких "абсолютных" требований к воздействию организации на окружающую среду, за исключением того, что организация в специальном документе должна объявить о своем стремлении соответствовать национальным стандартам.

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		23

Такой характер стандартов обусловлен, с одной стороны, тем, что ISO 14000, как международные стандарты, не должны вторгаться в сферу действий национальных нормативов. С другой стороны, предшественником ISO являются "организационные" подходы к качеству продукции, (например, концепция "глобального управления качеством" - total quality management), согласно которым ключом к достижению качества является выстраивание надлежащей организационной структуры и распределение ответственности за качество продукции.

### 1.3 Общие стандарты для сервисных служб дилеров

Компании – продуценты машин добиваются выполнения всеми дилерами единых требований по оборудованию сервисных служб, технологии ремонта, работы с клиентами, учетных и аналитических операций и т. д. в целях обеспечения высокого качества обслуживания, высокой репутации компании и ее дилеров.

В работе [8] приведены некоторые требования к дилерским стандартам для сервисных служб дилеров, вводимые и контролируемые одной из зарубежных автокомпаний в России. Они касаются обслуживания легковых и грузовых автомобилей. Практически такие же стандарты у всех автокомпаний и они сложились более 30 лет назад.

Обязательные услуги:

- предварительная запись с коротким периодом ожидания;
- регламентное обслуживание, включая регулировку содержания СО;
- инструментальный контроль для технического осмотра;
- виды ремонта, предусмотренные дилерским договором;
- быстрый сервис;
- сервисная поддержка и консультирование оптовых пациентов;

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		24



- установка принадлежностей;
- наличные и безналичные расчеты.

Услуги, выполняемые дилером или привлеченными им субподрядчиками:

- кузовные и окрасочные работы;
- обивочные работы;
- круглосуточный сервис для грузовых автомобилей;
- установка и ремонт кузовов, прицепов и полуприцепов грузовых автомобилей;
- мойка и уход.

Типичные требования к приемке автомобилей:

- не менее одного оборудованного места в помещении для приемки в ремонт;
- не менее одного места под навесом с подъемником или смотровой ямой для приемки в ремонт грузовиков;
- приемка должна быть тщательной, не оставляющей необнаруженных дефектов;
- зона контакта с клиентами функционально ориентирована на клиента;
- приемщик согласовывает сроки предварительной записи, не вынуждая клиентов ждать;
- клиенты получают вежливые консультации;
- из зоны приемки есть проход в демонстрационный зал и магазин запасных частей и принадлежностей;
- калькуляция стоимости ремонта и условия платежа согласовывают при приемке.

Типичные требования к выполнению заказов:

- заказы оформляются на типовом бланке компании согласно имеющимся в нем указаниям, графам и нормативам времени, подписываются клиентом;
- сроки выполнения работ указываются в заказах и соблюдаются;

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		25

- заказ передается в цех заблаговременно для обеспечения подготовки;
- дополнения к заказанным работам согласовывается с клиентом;
- выполненные работы отмечаются в соответствующих графах заказа;
- перечень и стоимость запасных частей и услуг сторонних фирм идет в расчетную часть;
- работы контролируются бригадиром во время и после исполнения;
- заполняется сервисная книжка и используются сервисные рабочие листки.

Типичные требования к подготовке счета:

- счет выписывается с соблюдением требований и нормативов времени, указанных в стандартных бланках;
- счет вручается клиентам при выдаче автомобиля.

Типичные требования к выдаче автомобиля:

- автомобиль выдается лично клиенту, позиции счета объясняются;
- демонтированные детали передаются клиенту по его желанию;
- автомобиль чист внутри и снаружи.

Типичные требования к помещению и оборудованию:

- количество, комплектность и состояние оборудования соответствует параметрам, заданным «Пособием по производственному оборудованию»;
- имеется действующая сервисная литература;
- для диагностики имеются тормозной испытательный стенд, мощностной испытательный стенд, стенд проверки геометрии осей с подъемником или смотровой ямой, переносной компьютерный тестер, мотор-тестер;
- оборудованы помещения для отдыха сотрудников, учебные классы;
- применяются рекомендованные оргтехника и компьютерные системы;
- организация труда соответствует рекомендациям.

## 2. МЕТОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЙ ЗАПИСИ НА ОБСЛУЖИВАНИЕ

### 2.1 Варианты организации предварительной записи клиентов в автосервис

Споры о необходимости предварительной записи обычно содержат следующие аргументы против:

- работы не предсказуемы по времени;
- клиенты не приезжают вовремя или вообще не приезжают.

Варианты организации предварительной записи клиентов:

I) цель процесса – узнать у клиента дату визита;

1. Определить объект работы.
2. Узнать дату и время визита клиента и, если это время не занято, записать данные клиента.

II) цель процесса – согласовать дату визита клиента с возможностями сервиса;

1. Определить объект работы.
2. Узнать дату и время визита клиента.
3. Спрогнозировать загрузку и записать данные клиента.

III) цель процесса – максимизировать и выровнять загрузку автосервисного предприятия.

Подцели:

- оказать услугу по ТОиР клиенту в согласованные с клиентом сроки;
- минимизировать простои оборудования и персонала, выровнять загрузку;

Когда планируется только график работ, возникает потребность в необходимом оборудовании.

Когда планируется только загрузка цеха, невозможно рассчитать занятость мастеров-приемщиков. Из плюсов – планомерное распределение загрузки по постам. Из минусов – запись нескольких клиентов на одно время, что повлечет

					НАЗВАНИЕ ДОКУМЕНТА	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		27

недовольство работой мастера-приемщика из-за необходимости ожидания очереди и неконтролируемое общее количество автомобилей.

При одновременном планировании графика и работы мастеров-приемщиков, и загрузки постов – получаем согласованную работу всей цепочки обслуживания. К минусам можно отнести сложность создания, настройки и ведения IT-программы, хотя при постоянном улучшении и добавлении данных работа в модуле упрощается. При наличии грамотного программиста лучше выбрать этот сложный вариант – плоды после внедрения и настройки будут более чем ощутимы.

Для убедительности перечислим несколько успехов, достигнутые дилерами в рамках проекта по оптимизации бизнес-процессов:

- повышение удовлетворенности клиентов предложенным временем записи и отсутствием неизвестности по срокам окончания работ (становится возможным прогнозировать время выдачи автомобиля точно в 80% случаев);
- отсутствие «потерянных» клиентов, так как ассистенты сервиса накануне обзванивают владельцев, напоминая им о записи и подтверждая согласованное время. Самое главное, что при условии изменения у клиента личных планов и невозможности посещения сервиса ему предлагается иное время визита – тем самым его удастся сохранить. Только благодаря такому нехитрому инструменту, как обзвон накануне визита, один наш московский дилер смог не потерять 150 000 рублей за месяц;
- сокращение времени оформления документов при посещении клиентом автоцентра: прежде процесс занимал 10-15 минут, а после внедренных изменений – при условии, что визит подтвержден и данные клиента и автомобиля есть в базе данных, – документы готовятся заранее и при визите мастеру-приемщику остается только взять распечатанный пакет документов и идти с владельцем на стоянку оформлять акт приема-

					НАЗВАНИЕ ДОКУМЕНТА	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		28

передачи, тратя на это всего две-три минуты и имея в запасе больше времени на беседу с клиентом;

- увеличение количества машино-заездов, так как мастера-приемщики наглядно видят свою загрузку и искусственно раздутая запись на две недели вперед «похудела» из-за отсутствия «запасиков» в планировании работ до реальных пяти-семи дней;
- расчет времени следующего визита клиента и внесение его в предварительную запись. Планирование теперь осуществляется на три-шесть месяцев вперед, и потенциал загрузки виден намного дальше, чем 7-10 дней. Это очень важный результат;
- как финальное достижение – увеличение валовой выручки (работы плюс запчасти) почти в полтора раза [13].

Каждый клиент, обратившийся в предприятие по телефону или лично, вправе и должен получить по первому запросу общую информацию о работе предприятия. Для этого персонал, взаимодействующий с клиентами (по телефону и/или лично) должен быть обеспечен поддерживаемой в актуальном виде следующей информацией:

- адрес предприятия;
- общий контактный телефон предприятия;
- номер общего факса предприятия;
- телефонные номера всего персонала предприятия;
- график работы ключевых подразделений предприятия;
- график работы мастеров;
- адрес интернет-сайта предприятия.

Такая информация должна быть в наличии у персонала, взаимодействующего с посетителями, а также, помимо этого, может быть размещена на носителях, расположенных в клиентских зонах. Перечень таких данных и круг лиц, их предоставляющих, может быть иным в соответствии с требованиями производителей или не должен иметь с ними разногласий.

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		29

Зачастую взаимодействие клиента с предприятием осуществляется или начинается с телефонного разговора, в процессе которого клиент может получить общую информацию о работе предприятия, а также предварительную или рабочую информацию о товарах и услугах. В некоторых случаях такие звонки могут стать началом продолжительных коммерческих взаимоотношений. Поэтому принципиальным требованием по данному параметру является успешность установления телефонного контакта в рабочее время между абонентом и компетентным лицом, способным удовлетворить потребность абонента в необходимой ему информации.

Каждый поступающий телефонный вызов важен для предприятия, поэтому результатом набора телефонного номера должно быть отсутствие сигнала «занято». Это может зависеть от пропускной способности канала связи, телефонного оборудования и т. д. Чрезмерно долгое время ожидания клиента до ответа на его телефонный вызов, как и слишком ранний прием вызова, вызывают дискомфорт у абонента. Поэтому оптимальным является прием входящего телефонного вызова после 2–4 гудков, услышанных абонентом. Каждый телефонный вызов, поступающий в рабочее время, должен быть принят телефонным оператором, секретарем или иным лицом в предприятия, в чьи обязанности входит прием вызовов. Недопустимы ситуации, когда по тем или иным причинам звонки остаются без ответа и абонент, не дождавшись приема вызова, разрывает соединение. Разговор с абонентом, осуществляющим телефонный вызов в компанию по общему телефонному номеру, начинается с приветственной фразы, построенной по следующей схеме:

- название предприятия;
- имя, принимающего вызов сотрудника без отчества и его должность;
- актуальное приветствие в зависимости от времени суток.

В случае если абонент сам указывает название необходимого ему подразделения, должности, или имя необходимого для разговора сотрудника, то перед коммутацией произносится: «Соединяю». В случае если абонент описывает

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
						30
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

вопрос или тему, для обсуждения которой он звонит в компанию (например: «Я бы хотел узнать о наличии запасных частей»), ему должна быть сообщена должность или название подразделения, с которым будет осуществляться коммутация: «Я соединю вас с [название должности или подразделения]», например: «Я соединю вас с отделом продаж запасных частей», или «Я соединю вас с администратором сервиса», или «Я соединю вас с инженером по гарантии» и т. п.

Если в коммутации с другими сотрудниками нет необходимости (например, абонент смог получить интересующую информацию непосредственно у оператора или ошибся номером), то разговор завершается прощальной фразой: «До свидания» или «Всего доброго». Принципиальным требованием в общении с абонентом является доброжелательность.

Телефонный вызов, принятый телефонным оператором или иным ответственным лицом в предприятия, должен быть проанализирован на предмет того, с каким подразделением или конкретным сотрудником необходимо соединить абонента. Для этого сотрудник, ответственный за прием и коммутацию входящих вызовов, должен быть в полной мере осведомлен о сфере деятельности предприятия, распределении функциональных обязанностей внутри предприятия, а также о графиках работы отдельных подразделений. После определения, с кем должен быть соединен абонент, данный сотрудник осуществляет коммутацию вызова. Для этого данный сотрудник должен в полной мере владеть телефонным оборудованием, а также владеть полной и актуальной информацией о телефонных номерах в предприятия (телефонный справочник). Телефонное оборудование должно отвечать требованиям безошибочной коммутации. Время ожидания, между тем, как абонента соединили с нужным подразделением или конкретным сотрудником, и ответом на звонок, не должно быть чрезмерно долгим. Поэтому оптимальным является прием входящего телефонного вызова в течение 4-х гудков, услышанных абонентом.

Каждый телефонный вызов, поступающий на рабочие места в ключевых подразделениях или ключевых сотрудников (непосредственно взаимодействующих

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		31

в своей работе с клиентами) в рабочее время, должен быть принят. Недопустимы ситуации, когда звонки остаются без ответа, а абонент, не дождавшись приема вызова, разрывает соединение.

В случае отсутствия на рабочем месте таких сотрудников, на телефонный аппарат которых поступает вызов, звонок должен быть принят другими сотрудниками подразделения или рабочего помещения. Ключевые сотрудники, рабочие места которых расположены в отдельных помещениях (т. е. поступающий к ним вызов не может быть принят другими сотрудниками), на случай отсутствия на рабочем месте должны быть обеспечены средствами беспроводной телефонной связи для приема всех поступающих телефонных вызовов.

Если в течение 6-ти гудков, услышанных абонентов, коммутируемый вызов остался не принятым стороной, с которой осуществлялась коммутация, вызов должен «вернуться» к телефонному оператору, который абоненту сообщает: «К сожалению, сейчас все сотрудники заняты» и предлагает перезвонить в компанию позже или оставить координаты для установления с ним контакта при первой возможности. В случае, если это является удобным для абонента, его контактные данные фиксируются и при первой возможности сообщаются в подразделение или отдельным сотрудникам для телефонного звонка абоненту.

Разговор сотрудников, контактирующих в своей деятельности с клиентами по телефону, начинается с приветственной фразы, построенной по следующей схеме:

- актуальное приветствие, в зависимости от времени суток;
- название подразделения или должности;
- имя, принимающего вызов сотрудника
- фраза о заинтересованности в помощи клиенту (например: «Чем я могу вам помочь?»).

Завершение телефонного разговора должно оканчиваться прощальной фразой: «До свидания» или «Всего доброго».

Принципиальное значение при осуществлении телефонного вызова в компанию имеет надежность связи, недопустимы случаи разрыва телефонного соединения на

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		32



всем его протяжении (во время ожидания ответа, удержания вызова на линии, коммутации и в процессе разговора). [11]

## 2.2 Возможности Call-центра для автосервиса

Call-центр для автосервиса является необходимым отделом, который является голосом автосервиса, и в совокупности с качественным обслуживанием, дает гарантию успешного бизнеса. Самое узкое место в привлечении новых клиентов у большинства автосервисов - это телефон. В этой точке теряется огромное количество денег, в том числе вложенных в рекламу.

Современные call-центры для автосервисов помогают избавить слесарей от необходимости общения с клиентами, а такое общение обычно занимает от 15 до 30% рабочего времени. Дополнительное время даст возможность ускорить работы и повысить их качество. Крупные сервисные центры пользуются услугами внешних call-центров, остальные должны организовать этот отдел самостоятельно. Но можно обращаться к внешним call-центрам для организации горячих линий во время проведения сезонных акций, проведения опросов и т.д.

Использовать call-центр для автосервиса необходимо в таких случаях как:

- напоминание клиентам о записи;
- организации холодных звонков;
- информирование клиентов об окончании работ с их автомобилями;
- уточнение во время работ; и
- изучения мнения целевой аудитории;
- информирования о специальных предложениях;
- сообщать клиентам акции автосервиса;
- формирование и актуализация клиентской базы;
- обзвон постоянных клиентов с целью напоминания о необходимости проведения сервисного обслуживания, согласно персональной карте;

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		333

- социальные опросы с целью изучения мнения потенциальных клиентов о работе сервиса [9].

## 2.3 Возможности CRM-системы

CRM (customer relationship management, что означает «управление взаимоотношениями с клиентами») системы - это класс систем автоматизации, которые позволяют управлять взаимодействием с потребителями. Они включают в себя все аспекты взаимодействия: от различных бизнес контактов, до продажи, а также обслуживания запросов клиентов. Основная цель применения CRM системы заключается в управлении и систематизации информации о клиенте. Это дает возможность понять поведение клиентов и организовать более эффективные связи.

Основные цели, которые преследуются компаниями при использовании стратегии CRM:

- выбор потенциальных клиентов и работа с ними;
- составление плана по работе над отношениями с выбранной клиентурой;
- привлечение новых потребителей и удержание старых;
- поступление прибыли от сотрудничества с покупателями и заказчиками.

Таким образом CRM – это организация отношений с клиентами, включающая в себя их привлечение, удержание и лояльность, а также сбор необходимой информации, которую можно использовать для того, чтобы выстроить деловые и взаимовыгодные отношения.

Базовыми функциями и задачами CRM является:

- создание базы данных о контрагентах. Сюда включается занесение всех тех, с кем идет сотрудничество на постоянной и временной основе: поставщики, партнеры и сами клиенты. Во-первых, вся необходимая информация будет собрана в одном месте, во-вторых, экономится время

на процессе ее поиске, а, в-третьих, новые сотрудники будут обладать собранными данными и смогут сразу приступить к работе;

- сохранение истории совершенных сделок. Благодаря этой функции CRM есть возможность проанализировать деятельность отдела продаж, а также посчитать, сколько принесло денег компании сотрудничество с тем или иным клиентом;
- планирование дальнейшей работы. При решении использовать в своем бизнесе CRM появляется возможность рационально планировать время на проведение встреч и переговоров.
- разработка программ лояльности для постоянной клиентуры. Имея на руках подробную базу, составленную специально для организации CRM, можно выявить тех клиентов, которые могут вот-вот отказаться от сотрудничества, а также тех, которые уже на протяжении долгого времени остаются верными работе с одной компанией. В одном и другом случае необходимо поощрять контрагентов различными скидками и бонусами [10].

### 3 РАЗРАБОТКА СТАНДАРТ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЙ ЗАПИСИ КЛИЕНТОВ НЕЗАВИСИМОГО АВТОСЕРВИСА

3.1 Описание процесса предварительной записи клиента в независимый автосервис.

В Разделе «Предварительная запись на СТО» можно выделить ряд основных этапов:

1. Первоначальный контакт с клиентом.
2. Открытие предварительного заказа-наряда.
3. Определение предполагаемых объемов и сроков выполнения заявленных работ.
4. Определение предварительной стоимости ремонта.
5. Согласование вариантов предоставления мобильности клиенту.
6. Согласование даты приема и выдачи автомобиля клиента.
7. Подведение итогов и согласование дальнейших действий с клиентом.

Этап 1. Первоначальный контакт с клиентом.

Цель этапа: Установить контакт с клиентом и определить цель его обращения.

1. Клиент с личным визитом или по телефону обращается в автосервис. В случае личного визита его встречает администратор автосервиса, в случае обращения по телефону, звонок принимает диспетчер.

1.1. Диспетчер/администратор приветствуют клиента актуальным образом в зависимости от времени суток, представляется от лица компании, сообщают свою должность и имя.

1.2. Если при обращении клиента по телефону, диспетчер не может ответить на звонок, то пропущенный вызов фиксируется в системе предприятия, диспетчер должен перезвонить по данному номеру в течении 10 минут.

2. Диспетчер/администратор узнает у клиента, как лучше обращаться к нему, а так же определяет тему обращения.
- 2.1. В случае, если клиент знает и может сформулировать объем работ, то общение переходит к этапу два.
- 2.2. В случае, если клиент заинтересован в акциях, которые проходят в автосервисе, диспетчер/администратор подробно рассказывает клиенту о данных акциях, знакомит клиента со сроками и условиями их проведения.
- 2.3. Если клиент хочет воспользоваться акцией, то общение переходит к этапу два, если акции клиенту не интересны, диспетчер/администратор уточняет, может ли он ещё чем-то помочь клиенту. В случае положительного ответа диспетчер/администратор консультирует клиента по его вопросу, в случае отрицательного ответа завершает общение с клиентом.
- 2.4. В случае, если клиента интересует адрес предприятия, общий контактный телефон предприятия, номер общего факса предприятия, телефонный номер персонала предприятия, график работы предприятия и его ключевых подразделений, адрес интернет-сайта предприятия, способ проезда к предприятию, стоимость услуг и прочее, диспетчер/администратор консультирует клиента согласно его запросу (по имеющейся на ПК документам: «Контактная информация предприятия», «Прайс на предоставляемые товары и услуги»), а также сообщает все проходящие акции (в том числе сроки и условия их проведения), предлагает ими воспользоваться (если клиента интересуют акции смотри пункт 2.3).
- 2.5. Далее диспетчер/администратор уточняет остались ли у клиента вопросы. В случае положительного ответа диспетчер/администратор определяет тему и консультирует клиента по его вопросу, в случае отрицательного ответа завершает общение с клиентом (пункт 2.5

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		37

повторяется до тех пор, пока у клиента не останется вопросов, либо пока общение не перейдет к этапу два).

3. Если клиента интересует диагностика автомобиля, ремонтные работы, техническое обслуживание или технический осмотр, то диспетчер/администратор консультирует клиента на основании имеющихся на его ПК следующих документов: «Норматив времени на проведение ремонтных и обслуживающих работ», «Прайс на предоставляемые товары и услуги». В случае возникновения затруднений, диспетчер/администратор фиксирует в системе входящих обращений ФИО клиента, его контактный телефон, а также интересующий клиента вопрос и переадресовывает обращение клиента на диагноста или мастера-приемщика соответственно (далее сотрудник автосервиса).

3.1. Если клиента интересует слесарный ремонт и/или кузовной ремонт, то диспетчер/администратор консультирует клиента на основании имеющихся на его ПК следующих документов: «Норматив времени на проведение ремонтных и обслуживающих работ», «Прайс на предоставляемые товары и услуги», а также на основании имеющейся у клиента информации, которая содержится в актах и заключениях (в случае, если таковые имеются). В случае возникновения затруднений, диспетчер/администратор фиксирует в системе входящих обращений ФИО клиента, его контактный телефон, а также интересующий клиента вопрос и переадресовывает обращение клиента на сотрудника отдела слесарных работ или кузовного ремонта соответственно (далее сотрудник автосервиса).

3.2. Если клиента интересует информация о стоимости и наличии, запасных частей, то диспетчер/администратор консультирует клиента на основании имеющейся на ПК программы учета запасных частей. В случае возникновения затруднений, диспетчер/администратор фиксирует в

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		38

системе входящих обращений ФИО клиента, его контактный телефон, а также интересующий клиента вопрос и переадресовывает обращение на сотрудника магазина запасных частей (далее сотрудник автосервиса).

3.3. В случае, если сотрудник автосервиса занят, и не может ответить на звонок клиента, вызов коммутируется на диспетчера, который сообщает клиенту, а занятости необходимого сотрудника автосервиса, а также о том, что клиенту обязательно перезвонят. Сотрудник автосервиса, должен перезвонить клиенту в течении 10 минут.

3.4. В случае занятости сотрудника автосервиса при личном визите клиента, администратор, сообщает об этом клиенту, предлагает ему пройти в клиентскую зону, чтоб дождаться данного сотрудника.

3.5. Контакт клиента с сотрудником автосервиса (лично или по телефону) начинается с приветствия клиента, представления от имени компании, сообщения своего имени и должности, уточнения у клиента цели его обращения. Сотрудник автосервиса консультирует клиента по интересующему его вопросу на основании должностной инструкции, фиксирует достигнутые договоренности в системе входящих обращений (в случае ремонта оговаривают характер неисправности, норма-часы и объем работ, учитывая возраст автомобиля и степень его изношенности). После этого сотрудник автосервиса, коммутирует звонок/визит клиента диспетчеру/администратору с целью решения следующих этапов предварительной записи.

3.6. Если в пункте 3.5 договоренности между сотрудником автосервиса и клиентом не достигнуты, звонок/визит клиента переадресуется им диспетчеру/администратору, который уточняет остались ли у клиента вопросы. В случае положительного ответа диспетчер/администратор определяет тему и консультирует (на основании имеющихся на его ПК набора программ и документов) клиента по его вопросу, в случае отрицательного ответа завершает общение с клиентом (пункт 3.4

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		39

повторяется до тех пор, пока у клиента не останется вопросов, либо пока общение не перейдет к этапу два).

4. В случае обращение клиента через интернет-сайт. Клиент переходит в специальный раздел «Онлайн-заявка» и заполняет предложенную ему программой анкету. На главной странице анкеты клиенту предложены следующие варианты: «Акции», «Слесарный ремонт», «Кузовной ремонт», «Техническое обслуживание», «Запасные части», «Технический осмотр», «Диагностика», «Ремонтные работы», «Другое».

4.1. В случае выбора клиентом раздела «Акции», ему предоставляется подробное описание сроков и условий проведения акций.

4.2. В случае выбора клиентом раздела «Слесарный ремонт», «Кузовной ремонт», «Техническое обслуживание», «Технический осмотр», «Ремонтные работы» «Диагностика», ему предоставляется расчетная таблица для определения продолжительности и стоимости соответствующих вышеуказанных в пункте 4.2 работ. Клиент вводит в соответствующее поле свое ФИО. Если клиент найден в базе данных автосервиса, остальная информация о марке, модели, дате выпуска, VIN номере автомобиля, а также номере телефона клиента, заполняется системой автоматически (клиенту рекомендуется проверить данные; постоянному клиенту может быть предложена скидка). Если клиент не найден в базе данных, то им производится заполнение анкеты, с указанием его номера телефона, модели, марки, годе выпуска, VIN номере автомобиля. При необходимости клиент указывает в комментариях дополнительную информацию (например, степень изношенности автомобиля, дату последней подобной операции и другое). Если у клиента возникают вопросы на данном процессе, он оставляет заявку на обратный звонок соответствующего разделу сотрудника автосервиса, указав в специальном окне «Помощь сотрудника автосервиса» свой номер телефона и краткое описание проблемы.

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		40



Соответствующий сотрудник автосервиса должен подготовить согласно запросу клиента информацию и перезвонить ему в течении 10 минут (последовательность действий сохраняется согласно пунктам 3.5, 3.6).

4.3. После определения продолжительности и стоимости работ, клиенту предлагаются даты для визита, согласно плановой загрузке автосервиса. После выбора оптимальной из предложенных клиенту дат, он отправляет заполненную анкету на рассмотрение. Диспетчер/администратор должен проверить анкету и перезвонить клиенту в течении 10 минут, подтвердив заявку. После чего диспетчер/администратор должен отправить СМС уведомление на номер клиента со следующей информацией: дата и время визита, адрес автосервиса, стоимость и вид работ.

4.4. В случае выбора клиентом варианта «Запасные части» ему будет представлен поиск по всем имеющимся запасным частям путем ввода клиентом VIN номера, марки, модели и даты выпуска автомобиля, а также наименования детали. Также клиент вводит в соответствующее поле свое ФИО (в случае если клиент является постоянным, ему может быть сделана скидка). Выбрав необходимые запасные части, клиент формирует заявку, указав способ доставки и оплаты. После чего диспетчер/администратор перезванивает клиенту, подтверждая заявку клиента. После чего диспетчер/администратор отправляет СМС уведомление клиенту с информацией о способе получения и оплаты запасных частей (если клиент выбрал способ «самовывоз» дополнительно указывается адрес и режим работы магазина запасных частей автосервиса, в случае выбора способа доставки по определенному адресу, указывается адрес, дата и время доставки). Если клиент затрудняется с выбором запасных частей, он оставляет заявку на обратный звонок сотруднику магазина запасных частей, указав в специальном окне «Помощь сотрудника магазина запасных частей» свой номер телефона, ФИО и краткое описание необходимых запасных частей. Сотрудник

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		41

магазина запасных частей должен подготовить согласно запросу клиента информацию (на основании должностной инструкции) и перезвонить ему в течении 10 минут.

4.5. В случае выбора раздела «Другое», клиенту становится доступно дополнительное окно, в котором клиент вводит краткое описание проблемы и свой контактный номер, после чего отправляет запрос на рассмотрение. Диспетчер должен подготовить соответствующую запросу клиента информацию (на основании должностной инструкции) и перезвонить ему в течении 10 минут.

4.6. В случае, если клиента интересует контактная информация о предприятии либо адрес и схема проезда, данная информация должна быть размещена на главной странице интернет-сайта.

4.7. Также на главной странице находится раздел «Обратный звонок», где клиент может оставить свой номер телефона. В случае, если клиент оставляет свой номер телефона для обратного звонка, диспетчер обязан перезвонить клиенту в течении 10 минут (последовательность действий диспетчера сохраняется согласно пунктам 1.1-3.4 за исключением пункта 1.2).

Этап 2. Открытие предварительного заказа-наряда.

Цель этапа: согласовать с клиентом вида работ и срока их выполнения, внести в предварительный заказ-наряд.

1. Диспетчер/администратор уточняет полные ФИО клиента, является ли клиент владельцем автомобиля или он представляет интересы владельца автомобиля (в случае если клиент не является собственником автомобиля, то диспетчер/администратор уточняет, на основании каких документов клиент управляет ТС).
2. Далее диспетчер/администратор осуществляет поиск клиента в базе данных сервисного центра. В случае, если клиент обращается впервые,

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		42

то диспетчер/администратор регистрирует клиента в базе данных компании, используя следующие данные: марку, модель, год выпуска, VIN и другие, указанные в свидетельстве о регистрации ТС, а также номер телефона клиента.

3. В случае, если клиент найден в базе данных, диспетчер/администратор сверяет и редактирует (если требуется) выше упомянутые ( в пункте 2 этапа 2) данные.
4. Далее диспетчер/администратор вносит перечень предполагаемых работ (на основании полученной им на этапе 1 информации) в электронную версию предварительного заказа-наряда (находится на ПК диспетчер/администратор). Так же диспетчер/администратор вносит все пожелания и жалобы клиента, в специальный раздел электронную версию предварительного заказа-наряда.

### Этап 3. Определение объема и сроков выполнения заявленных работ.

Цель этапа: максимально полно определить объем предстоящих работ, отметить все предварительно согласованные работы, а также проверить наличие всех необходимых для ремонта запасных частей.

1. Диспетчер на основании пункта 4 этапа два, определяет необходимость использования запасных частей. Если при ремонте будут необходимы запасные части, диспетчер/администратор проверяет их наличие на складе.
  - 1.1 В случае, если необходимые запасные части отсутствуют на складе, диспетчер/администратор уточняет их наличие у компаний, с которыми заключены договора на сотрудничество.
  - 1.2 Диспетчер/администратор сообщает клиенту сроки поставки запасных деталей (в случае их отсутствия на складе автосервиса), если клиента удовлетворяют сроки поставки, диспетчер/администратор переходит к пункту 2 этапа 4. В случае, если клиента не удовлетворяют сроки

					НАЗВАНИЕ ДОКУМЕНТА	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		43

поставки запасных частей, диспетчер/администратор, сообщает клиенту о том, что он может использовать свои запасные части, при наличии документа на соответствие запасной части.

2. В случае, если в базе данных имеются рекомендации по данному автомобилю, диспетчер/администратор проговаривает данные рекомендации и согласовывает их с клиентом. Если клиент захочет выполнить рекомендуемые диспетчером/администратором ремонтные работы, то диспетчер/администратор вносит их в электронную версию предварительного заказа-наряда.
3. Диспетчер/администратор уточняет о необходимости провести пробную поездку (для демонстрации неисправности) и делает соответствующую пометку в электронной версии предварительного заказа-наряда.
4. Диспетчер/администратор вносит в специальное программное обеспечение перечень предполагаемых работ ( учитывая: пункт 1, 2 и 3 этапа 4 и замечания сотрудников автосервиса, указанные в системе входящих обращений ). Программа автоматически определяет продолжительность предполагаемых работ. Диспетчер/администратор ознакомливает клиента с данными результатами и вносит их в электронную версию предварительного заказа-наряда.

Этап 4. Определение предварительной стоимости ремонта.

Цель этапа: проинформировать клиента о предварительной стоимости ремонта, согласно заявленным работам.

1. Диспетчер/администратор делает предварительную калькуляцию (при помощи специального программного обеспечения) по заявленным работам и необходимым запасным частям, учитывая все акции и специальные предложения, а так же учитывая скидку для постоянных клиентов (если таковая имеется и в случае, если клиент является постоянным). Полученные результаты о предварительной стоимости

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		44

диспетчер/администратор вносит в электронную версию предварительного заказа-наряда.

2. Так же диспетчер/администратор информирует клиента, о том, что заказ-наряд является предварительным, а не утвержденным, по этой причине величина расходов клиента, может быть увеличена (в случае изменения перечня работ в утвержденном заказе-наряде).
3. Диспетчер/администратор сообщает клиенту предварительную стоимость всех указанных в предварительном заказе-наряде товаров и услуг, подробно проговаривая все пункты и операции, которые будут проводиться во время визита клиента.

Этап 5. Согласование вариантов предоставления мобильности клиенту.

Цель этапа: уточнить у клиента, будет ли он ожидать окончание ремонта в автосервисе или уедет на время ремонта.

1. Диспетчер/администратор уточняет, будет ли клиент дожидаться окончания ремонта в автосервисе или отлучится на время работ.
2. В случае если клиент останется ожидать автомобиль, диспетчер/администратор сообщает ему следующие организационные моменты: наличие клиентской зоны, кафе, столовой, магазина и другого (что интересует клиента) на территории или в непосредственной близости от автосервиса.
3. В случае, если клиент пожелает покинуть сервисную станцию на время ремонта, диспетчер/администратор, должен предложить клиенту все возможные варианты транспорта (например: такси, прокатный автомобиль или специально выделенный автомобиль на время ремонта, проинформировав клиента о возможных расходах). В случае, если клиенту это необходимо, диспетчер/администратор должен сообщить ближайшие остановки общественного транспорта.

4. Далее диспетчер/администратор должен внести соответствующую информацию в предварительный заказ-наряд.

Этап 6. Согласование даты приема и выдачи автомобиля клиента.

Цель этапа: согласовать дату приема и выдачи автомобиля, учитывая продолжительность работ, указанную в предварительном заказ-наряде.

1. Диспетчер/администратор уточняет максимально удобное для клиента время, предлагает несколько дат для визита (согласно плану загрузки автосервиса), сообщает клиенту предполагаемую дату готовности автомобиля. В случае, если клиент не сможет забрать автомобиль по окончании ремонта, диспетчер/администратор сообщает клиенту, о бесплатном сроке хранения, после которого начинается платный (информация о продолжительности бесплатного срока хранения и стоимости хранения за платный период указана в «Прайсе на предоставляемые товары и услуги»).

2. Диспетчер/администратор сообщает клиенту, что тот будет проинформирован о готовности автомобиля по телефону, так же как и в случае, если необходимые работы потребуют большего времени, чем определено изначально.

Этап 7. Подведение итогов и согласование дальнейших действий с клиентом.

Цель этапа: уточнить все согласованные с клиентом договоренности.

1. Диспетчер/администратор уточняет все ранее достигнутые с клиентом договоренности, подробно оглашая каждый пункт предварительного заказ-наряда, и получает подтверждение от клиента. В случае, если договоренность с клиентом достигнута не была, диспетчер/администратор возвращается к тому этапу, который не устраивает клиента.

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		46

2. Далее диспетчер/администратор напоминает, какие документы (указанные в пункте 2 этапа 2) клиент должен взять с собой (учитывая является ли обратившийся клиент собственником или нет).
3. Диспетчер/администратор просит клиента проинформировать сервисный центр, в случае, если он решит отказаться от визита или изменит время визита.
4. В случае необходимости диспетчер должен проинформировать клиента о максимально удобном пути подъезда к автосервису.
5. Диспетчер/администратор уточняет у клиента, есть ли у него еще какие-либо вопросы, в случае, если вопросов нет, диалог переходит к пункту 6 этапа 7. В случае, если у клиента появляются вопросы, диспетчер/администратор уточняет непонятные клиенту моменты.
6. Диспетчер/администратор уточняет у клиента, не будет ли он против звонка-напоминания или СМС уведомления накануне визита.
7. По окончании согласования договоренностей диспетчер/администратор завершает разговор с клиентом прощальной доброжелательной фразой.

### 3.2 Требования

Требования к внешнему виду диспетчера/администратора:

- наличие у сотрудника бейджа с указанным на нем именем, фамилией и должностью сотрудника;
- стиль и форма рабочей одежды персонала предприятия, непосредственно взаимодействующего с клиентами и попадающего в поле зрения клиентов, определяются «Положением о фирменном стиле»;
- вне зависимости от стиля и формы одежды, принятого в предприятии, внешний вид персонала должен быть безупречным. Одежда должна быть чистой и выглаженной, без изъянов и повреждений;

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		47

- сотрудники должны соблюдать нормы личной гигиены, а именно: иметь чистые и ухоженные волосы, лицо и руки;
- при использовании парфюмерии допускается нейтральный запах либо легкий аромат парфюмерии, запрещается использование сильных, резких ароматов;
- разрешается использование скромных ювелирных украшений либо отсутствие таковых;

Требования к диспетчеру/администратору при общении с клиентами:

- диспетчер/администратору должен иметь четкую и грамотную речь, без языковых и слуховых дефектов, обладать хорошей дикцией;
- диспетчер/администратору должен при общении всегда обращаться к клиентам на «Вы»;
- диспетчер/администратору должен знать и всегда называть клиентов по имени и отчеству, за исключением клиентов, с которыми у сотрудника сформировались особые отношения, позволяющие называть его только по имени. Переход в общении с клиентом на «ты» и к обращению к нему только по имени должно инициироваться только клиентом;
- диспетчер/администратору должен удовлетворять клиентов в получении необходимой им информации;
- диспетчер/администратору должен проявлять интерес, уважение к клиенту и расспрашивать его о пожеланиях;
- диспетчер/администратору должен уметь выслушать клиента и ответить на все вопросы;
- диспетчер/администратору должен говорить так, чтобы клиент понимал о чем идет речь и не тратить время на объяснение научных специфических терминов;
- диспетчер/администратору должен руководствоваться правилом «клиент всегда прав»;



- диспетчер/администратору не должен повышать тон голоса или грубо отвечать клиенту, при любых обстоятельствах.

Требования к организации рабочего места (по принципу 5S):

- sort (сортировка) - четкое разделение вещей на нужные и ненужные и избавление от последних;
- set in Order (соблюдение порядка) - организация хранения необходимых вещей, которая позволяет быстро и просто их найти и использовать;
- shine (уборка) - содержание рабочего места в чистоте и опрятности;
- standardize (стандартизация) - стабильности при выполнении процедур первых трех этапов 5S. Этот принцип требует формального, письменного закрепления правил содержания рабочего места. Необходимо создать рабочие инструкции, которые включают в себя описание пошаговых действий по поддержанию порядка;
- sustain (совершенствование) - выработка привычки ухода за рабочим местом в соответствии с уже существующими процедурами, а также неуклонное совершенствование самой системы.

Требования к работнику в области охраны труда (Статья 214 ТК РФ):

- соблюдать требования охраны труда;
- правильно применять средства индивидуальной и коллективной защиты;
- проходить обучение безопасным методам и приемам выполнения работ и оказанию первой помощи пострадавшим на производстве, инструктаж по охране труда, стажировку на рабочем месте, проверку знаний требований охраны труда;
- немедленно извещать своего непосредственного или вышестоящего руководителя о любой ситуации, угрожающей жизни и здоровью людей, о каждом несчастном случае, происшедшем на производстве, или об ухудшении состояния своего здоровья, в том числе о проявлении признаков острого профессионального заболевания (отравления);

- проходить обязательные предварительные (при поступлении на работу) и периодические (в течение трудовой деятельности) медицинские осмотры, другие обязательные медицинские осмотры, а также проходить внеочередные медицинские осмотры по направлению работодателя в случаях, предусмотренных настоящим Кодексом и иными федеральными законами.
- обучение безопасным методам и приемам труда за счет средств работодателя;
- дополнительное профессиональное образование за счет средств работодателя в случае ликвидации рабочего места вследствие нарушения требований охраны труда;
- запрос о проведении проверки условий и охраны труда на его рабочем месте федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным на осуществление федерального государственного надзора за соблюдением трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права, другими федеральными органами исполнительной власти, осуществляющими государственный контроль (надзор) в установленной сфере деятельности, органами исполнительной власти, осуществляющими государственную экспертизу условий труда, а также органами профсоюзного контроля за соблюдением трудового законодательства и иных актов, содержащих нормы трудового права;
- обращение в органы государственной власти Российской Федерации, органы государственной власти субъектов Российской Федерации и органы местного самоуправления, к работодателю, в объединения работодателей, а также в профессиональные союзы, их объединения и иные уполномоченные работниками представительные органы по вопросам охраны труда;
- личное участие или участие через своих представителей в рассмотрении вопросов, связанных с обеспечением безопасных условий труда на его

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		50

рабочем месте, и в расследовании происшедшего с ним несчастного случая на производстве или профессионального заболевания;

- внеочередной медицинский осмотр в соответствии с медицинскими рекомендациями с сохранением за ним места работы (должности) и среднего заработка во время прохождения указанного медицинского осмотра;
- гарантии и компенсации, установленные в соответствии с настоящим Кодексом, коллективным договором, соглашением, локальным нормативным актом, трудовым договором, если он занят на работах с вредными и (или) опасными условиями труда.

CRM-система должна:

- собирать, хранить и обрабатывать информацию о каждом клиенте;
- иметь удобный и быстрый поиск по всем основным параметрам: ФИО клиента; номеру паспорта; номеру дисконтной карты; названию организации; VIN номеру авто; государственному номеру авто; номеру кузова; номеру двигателя;
- отправлять SMS уведомления клиенту, по шаблону пользователя;
- содержать анкету-опросник клиента;
- содержать отчет по пожеланиям клиента;
- автоматически определять клиента, по номеру телефона;
- запрещать дублирование клиентских карточек;
- автоматически фиксировать звонки, интернет-заявки;
- вести общий учет входящих звонков;
- вести учет пропущенных вызовов;
- формировать десятки отчетов в режиме онлайн;
- напоминать о запланированных контактах;
- вести учет по рекламным акциям;

- автоматически уведомлять клиента, об: акциях, специальных предложениях, готовности автомобиля после окончания услуг, приходе запасных частей.

Информационная система учета автосервиса должна:

- регистрировать клиентов, автомобили и запасные части;
- обеспечивать возможность просмотра информации о конкретном клиенте, а также ее редактирование;
- обеспечивать возможность просмотра информации о конкретном автомобиле, а также ее редактирование.
- обеспечивать возможность просмотра информации о конкретном заказе.
- осуществлять мониторинг информации об обслуживаемых клиентах.
- создавать штатное расписание автосервиса;
- создавать рабочие графики смен, на любой период времени;
- распределять рабочих по сменам, участкам, мастерам;
- производить расчет планируемой выработки в нормо-часах и рублях;
- хранение информации о работниках, рабочих сменах;
- хранить информацию по запасным частям и их статусе на складе;
- интеграции с CRM системой

Функциональные обязанности диспетчера/администратора:

- осуществлять предварительную запись клиента в автосервис;
- уметь использовать данные оценки технического состояния транспортной техники с использованием диагностической аппаратуры и по косвенным признакам;
- уметь использовать технологии текущего ремонта и технического обслуживания с использованием новых материалов и средств диагностики;

- осуществляет с использованием средств CRM-систем, коммуникаций и связи оперативное регулирование хода производства и других видов основной деятельности предприятия или его подразделений в соответствии с производственными программами, календарными планами и сменно-суточными заданиями;
- принимает меры по предупреждению и устранению нарушений хода производства, привлекая, при необходимости, соответствующие службы предприятия.

Диспетчер/администратор должен знать:


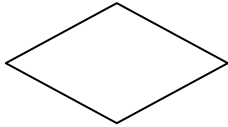
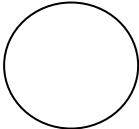

- нормативные правовые акты, методические материалы по вопросам производственного планирования и оперативного управления производством;
- организацию производственного планирования на предприятии;
- производственные мощности предприятия и его подразделений;
- специализацию подразделений предприятия и производственные связи между ними;
- номенклатуру выпускаемой продукции, виды выполняемых работ (услуг);
- организацию работы производственных складов, транспортных и погрузочно-разгрузочных работ на предприятии;
- основы технологии производства продукции предприятия;
- технические требования, предъявляемые к продукции предприятия;
- организацию оперативного учета хода производства и сдачи готовой продукции;
- CRM-системы, средства коммуникаций и связи;
- основы экономики, организации производства, труда и управления;
- правила и нормы охраны труда.

### 3.3 Алгоритм предварительной записи при помощи блок-схемы

На рисунках 2-5 представлен алгоритм предварительной записи при помощи блок-схемы.

Обозначение элементов блок-схем процессов приведено в таблице 1

Таблица 1 – Обозначение элементов блок-схем процессов

№ п.п	Графическое обозначение	Значение	Примечание
1		Действие (операция)	В блоке пишется название действия, и указываются исполнители, если деятельность в ходе процесса выполняется различными должностными лицами или подразделениями
2		Блок принятия решения	Данный блок подразумевает разветвление в процессе и/или возврат к одной из предыдущих операций
3		Соединительный символ отображает выход в часть схемы и вход из другой части этой схемы	Используется для разделения блок-схемы, не помещающейся на листе. Соответствующие соединительные символы имеют одно обозначение
4		Линия маршрута	

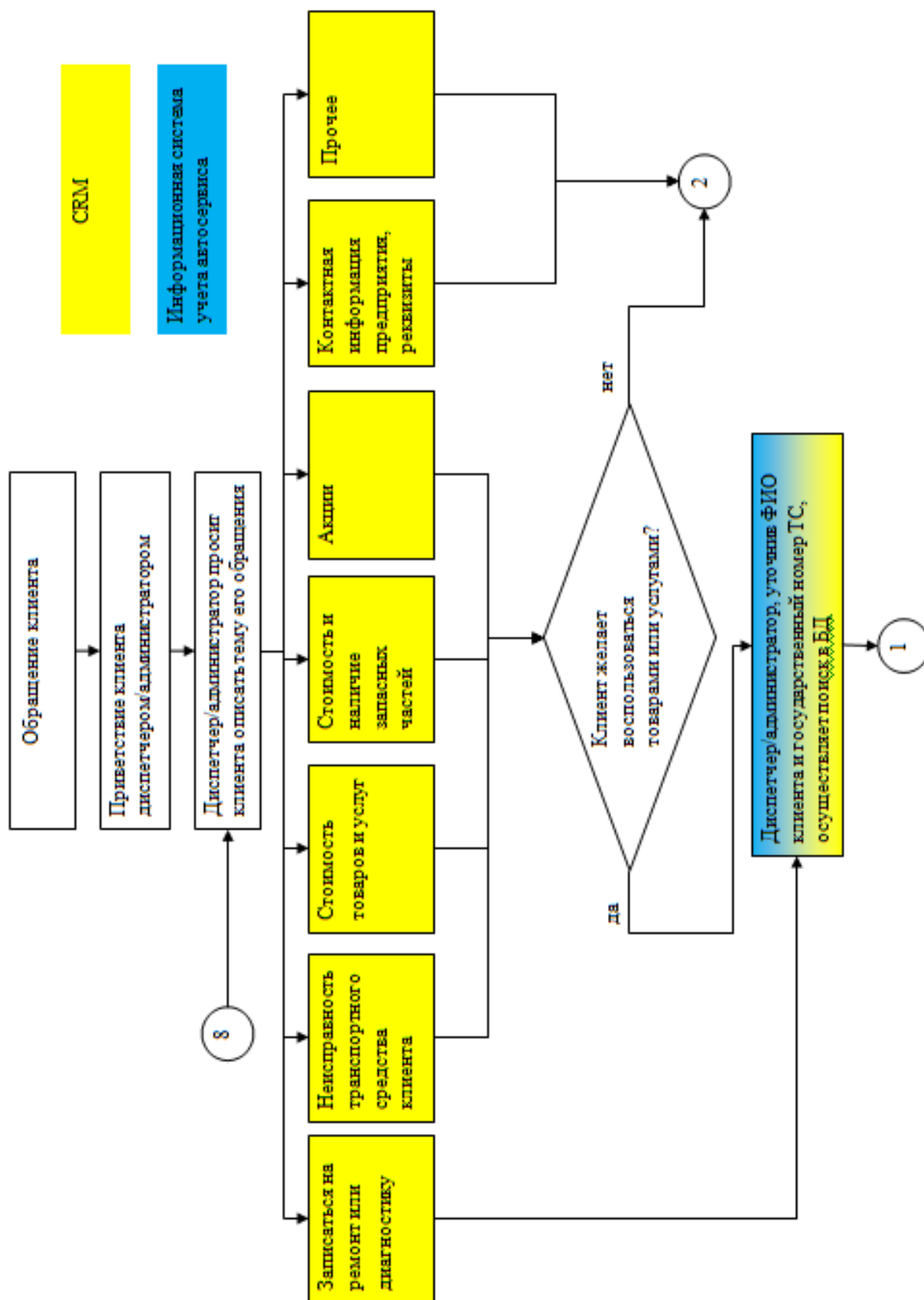


Рисунок 2 - алгоритм предварительной записи

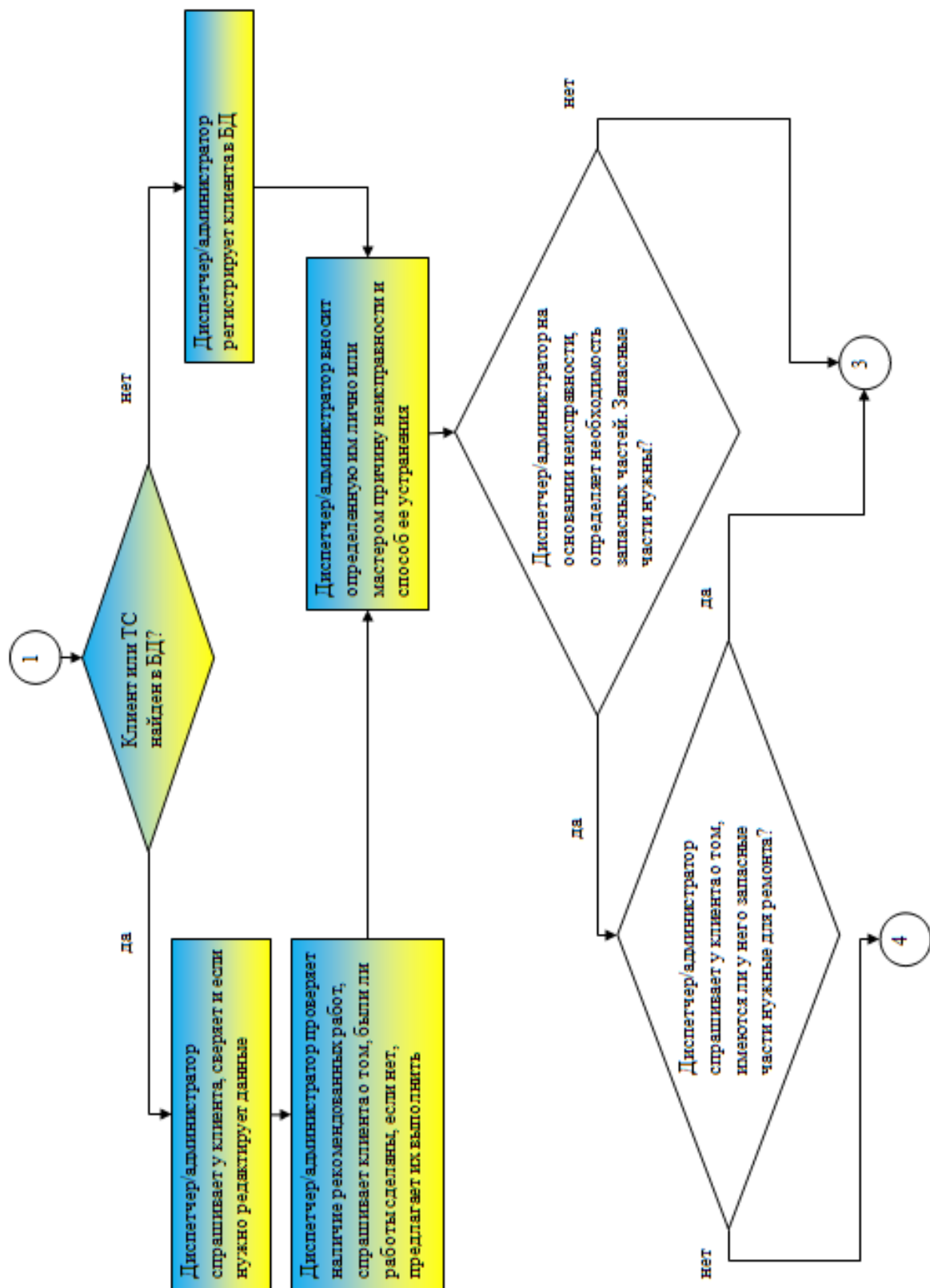


Рисунок 3 - Алгоритм предварительно записи (часть 2)



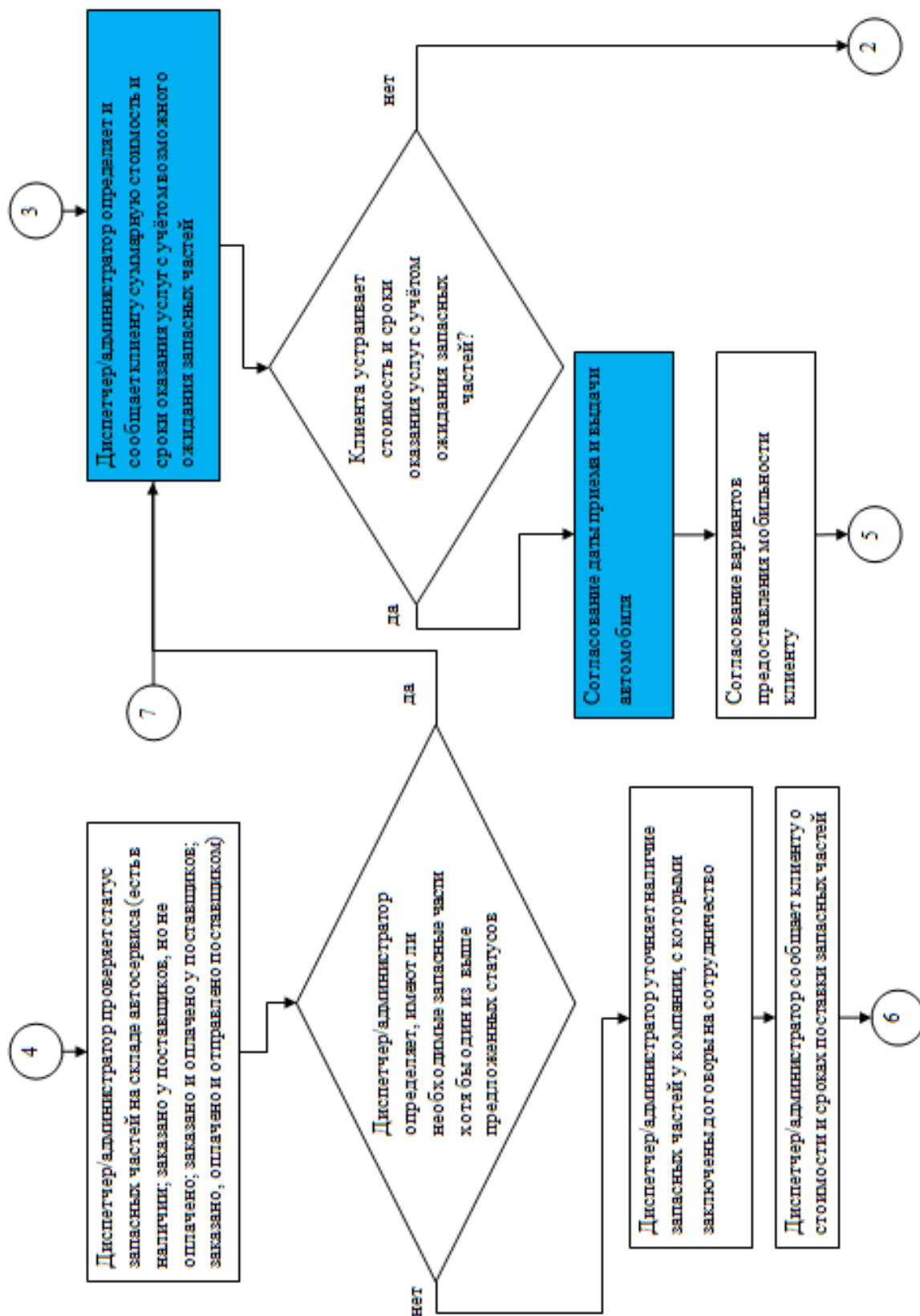


Рисунок 4 - Алгоритм предварительной записи (часть 3)

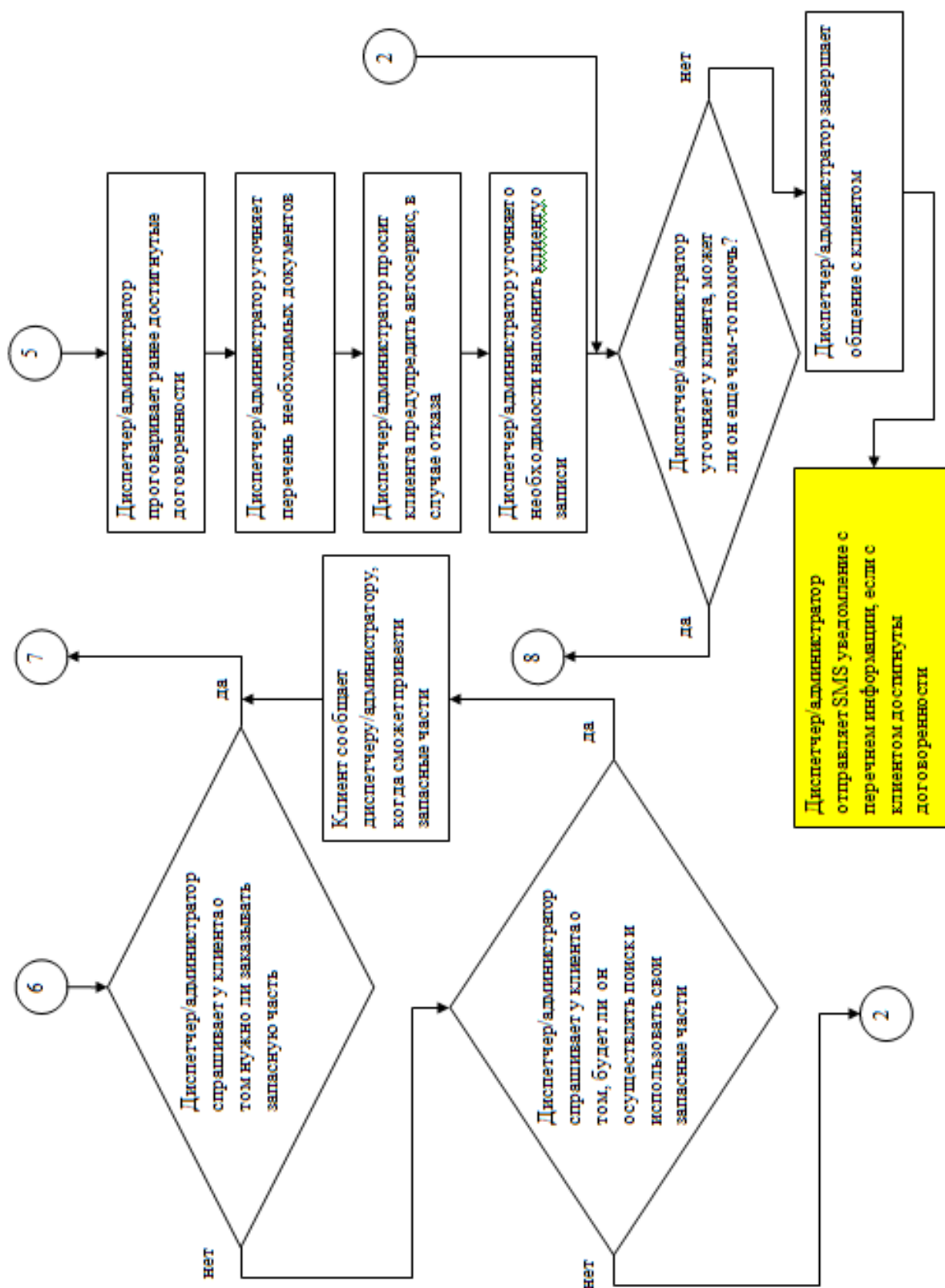


Рисунок 5 - Алгоритм предварительной записи (часть 4)

Ниже представлены пояснения к алгоритму предварительной записи.

«Приветствие клиента диспетчером/администратором»

Диспетчер/администратор приветствуют клиента актуальным образом в зависимости от времени суток, представляется от лица компании, сообщают свою должность и имя.

«Диспетчер/администратор просит клиента описать тему его обращения»

В системе входящих вызовов CRM автосервиса, диспетчер/администратор определяет и фиксирует тему обращения клиента.

«Диспетчер/администратор регистрирует клиента в БД»

Диспетчер/администратор вводит в базу данных следующую информацию: государственный регистрационный номер автомобиля, марку, модель, дату выпуска ФИО клиента и его номер телефона.

«Клиента устраивает стоимость и сроки оказания услуг с учётом ожидания запасных частей?»

Диспетчер/администратор сообщает клиенту предварительную стоимость всех указанных в предварительном заказе-наряде товаров и услуг, подробно проговаривая все пункты и операции, которые будут проводиться во время визита клиента.

«Согласование даты приема и выдачи автомобиля»

- 1) Диспетчер/администратор уточняет максимально удобное для клиента время, предлагает несколько дат для визита (согласно плану загрузки автосервиса и на основании определенных информационной программой нормо-часов), сообщает клиенту предполагаемую дату готовности автомобиля.
- 2) В случае, если клиент не сможет забрать автомобиль по окончании ремонта, диспетчер/администратор сообщает клиенту о бесплатном сроке хранения, после которого начинается платный (информация о продолжительности бесплатного срока хранения и стоимости хранения

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		59

за платный период указана в «Прайсе на предоставляемые товары и услуги»).

- 3) Также на данном этапе диспетчер/администратор сообщает клиенту, что тот будет проинформирован о готовности автомобиля по телефону.

«Согласование вариантов предоставления мобильности клиенту»

- 1) Диспетчер/администратор уточняет, будет ли клиент дожидаться окончания ремонта в автосервисе или отлучится на время работ.
- 2) В случае если клиент останется ожидать автомобиль, диспетчер/администратор сообщает ему следующие организационные моменты: наличие кафе, столовой, магазина и другого (что интересует клиента) на территории или в непосредственной близости от автосервиса.
- 3) В случае, если клиент пожелает покинуть сервисную станцию на время ремонта, диспетчер/администратор, должен предложить клиенту все возможные варианты транспорта (например: такси, прокатный автомобиль или специально выделенный автомобиль на время ремонта, проинформировав клиента о возможных расходах).
- 4) Далее диспетчер/администратор должен внести соответствующую информацию в предварительный заказ-наряд.

#### 3.4 Организация работы независимого автосервиса в рамках разработанного стандарта

TurboService (программа для автосервиса) - компьютерная программа комплексной автоматизации документооборота, складского и финансового учета для станций технического обслуживания автомобилей, автомагазинов, дилерских автоцентров.

TurboService:

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		60

- экономит рабочее время;
- исключает ошибки персонала, улучшая качество и скорость обслуживания на станции;
- дает возможность руководителю в любой момент контролировать весь производственный процесс.

Программа для автосервиса TurboService - используется как на небольших станциях техобслуживания, где для учета используется один компьютер, так и в крупных холдингах, состоящих из нескольких фирм, с десятками рабочих мест, несколькими складами или магазинами. TurboService - надежное, проверенное временем решение. Система обеспечивает проведение всех необходимых для комплексной автоматизации производства операций. Некоторые из возможностей TurboService:

- полноценный складской учет;
- CRM для автосервиса;
- оформление и вывод документов - заказ-нарядов, счетов, накладных, актов работ и т.д.;
- учет выполнения работ и выработки механиков;
- поддержка справочников работ и автомобилей;
- многоскладность, многофирменность, многовалютность;
- перенос данных в популярные бухгалтерские системы;
- формирование и печать разносторонних отчетов о деятельности предприятия.
- увеличение продаваемости запчастей.

ТурбоСервис – модульная универсальная программа позволяет автоматизировать сервисы разного масштаба. Многие операции делает программа. Не нужен огромный склад запчастей. Модуль оптимизации не допускает появление неликвидов, а нужный ассортимент всегда есть в наличии.

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		61

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе проделанной выпускной квалификационной работы разработан стандарт предварительной записи клиентов независимого автосервиса, в том числе:

- созданы блок-схемы процесса предварительной записи;
- создано текстовое описание процесса предварительной записи;
- предъявлены требования для обеспечения условий функционирования;
- организована работа независимого автосервиса в рамках разработанного стандарта.

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		62

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. <http://chel.dk.ru/news/avtostat-poschital-kolichestvo-avtomobiley-v-chelyabinske-237077028>
2. <https://2gis.ru/chelyabinsk>
3. <https://www.autostat.ru/news/15527/>
4. [http://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_d/diler/](http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_d/diler/)
5. [http://studopedia.ru/3\\_11849\\_nezavisimiy-avtoservis-universalnie-i-spetsializirovannie-sto.html](http://studopedia.ru/3_11849_nezavisimiy-avtoservis-universalnie-i-spetsializirovannie-sto.html)
6. <http://www.normoproekt.ru/sto.html>
7. Федеральный закон от 27.12.2002 №184-ФЗ «О техническом регулировании»
8. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / Джеффри Лайкер; Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 402 с. — (Серия «Модели менеджмента ведущих корпораций»)
9. Волгин В.В. ЭНЦИКЛОПЕДИЯ АВТОСЕРВИСА. Секреты бизнеса – М.: Издательство «Ось-89», 2009. –544 с. (87-90 с.).
10. <http://autoservice-inside.ru/call-tsentr-dlya-avtoservisa/>
11. <http://biznesprost.com/interesno/crm-jeto.html>
12. [http://thelib.ru/books/vladislav\\_volgin/avtoservis\\_standarty\\_upravleniya\\_p\\_rakticheskoe\\_posobie-read-4.html](http://thelib.ru/books/vladislav_volgin/avtoservis_standarty_upravleniya_p_rakticheskoe_posobie-read-4.html)
13. В. Коробельников, ВАМ ЗВОНЯТ! ЗАПИСЫВАЙТЕ! «АвтоБизнесРевю» №7-8, 2012 год, [Электронный ресурс]: [http://abreview.ru/ab/success/techno\\_vam\\_zvonyat\\_zapisyvayte/](http://abreview.ru/ab/success/techno_vam_zvonyat_zapisyvayte/)

# ПРИЛОЖЕНИЕ

					23.03.03.2017.133.00.ПЗ		
<i>Изм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Подпись</i>	<i>Дата</i>			
<i>Разраб.</i>		<i>Гребенев Ю.В.</i>			Приложение		
<i>Провер.</i>		<i>Хозенюк Н.А.</i>					
<i>Реценз.</i>							
<i>Н. Контр.</i>		<i>Дойкин А.А.</i>					
<i>Утверд.</i>		<i>Рожественский Ю.В.</i>					
					<i>Лит.</i>	<i>Лист</i>	<i>Листов</i>
						64	64
					ЮУрГУ Кафедра АТ		