



Организация сервиса. Программа самообучения 2

Ключевой процесс 1: предварительная запись





Добро пожаловать!

Уважаемые коллеги сервисного центра Volkswagen,

эта программа самообучения по организации сервиса поможет Вам изучить ключевые процессы и окажет помощь в их практической реализации.

Ориентация на процесс:

Ключевой процесс в сервисном обслуживании — это инструмент управления качеством работы сервисного центра. Ключевой процесс в сервисном обслуживании состоит из 7 ключевых процессов, которые в дальнейшем для большей ясности называются этапами ключевого процесса в сервисном обслуживании. Эта программа самообучения по организации рабочего процесса наглядно объясняет все необходимые процессы, позволяющие реорганизовать или усовершенствовать систему управления качеством. В основе рабочего процесса лежит ключевой процесс по версии *plus*. Более подробная информация по версиям *light* и *plus* ключевого процесса в сервисном обслуживании изложена в руководстве «Лучший сервис легко и просто. Всё о ключевых процессах сервиса: *light* и *plus*».

Идеальная модель:

На примере идеальной модели рабочего процесса в автосервисе Volkswagen происходит знакомство с основами ключевого процесса в сервисном обслуживании и практическими рекомендациями по его организации.

Индивидуальный подход:

Вы будете сопровождать трёх клиентов с различными заказами через весь процесс сервисного обслуживания в автоцентре Volkswagen. При этом важно настроиться на индивидуальную ситуацию каждого клиента.

Вашей задачей будет проведение предварительной записи. Это даст Вам представление о порядке Ваших действий. При выполнении задания происходит знакомство с практическими нюансами предварительной записи, которые Вы сможете применить на практике, чтобы выполнить свои обязанности целенаправленнее, а следовательно, проще и быстрее.

Надеемся, что наши примеры окажутся интересными, и Вы часто и с удовольствием будете обращаться за советом к нашей программе самообучения по организации рабочего процесса.



Содержание

Место предварительной записи в ключевом процессе сервисного обслуживания

Предварительная запись — это Вы!	4
Небольшой, стандартный заказ-наряд или заказ-наряд на диагностику?	5
Обзор действий, выполняемых при предварительной записи	6
Упражнения по предварительной записи	7

Примеры ситуаций

Заказ-наряд K: господин Краузе	8
Заказ-наряд S: господин Шнайдер	12
Заказ-наряд D: госпожа Даманн	16

Коротко

Обобщение	20
Важно: краткие сведения о предварительной записи	22

Обзор

Дальше в программе	26
Сокращения	27

Ключевой процесс в сервисном обслуживании — 7 ключевых процессов/этапов ключевого процесса

1 Предварительная запись

- Подготовка к визиту клиента
- Приёмка автомобиля/составление заказ-наряда
- Выполнение ремонтных работ/оказание услуг
- Контроль качества/подготовка к выдаче автомобиля
- Выдача автомобиля/разъяснения по счёту
- Постсервисный опрос



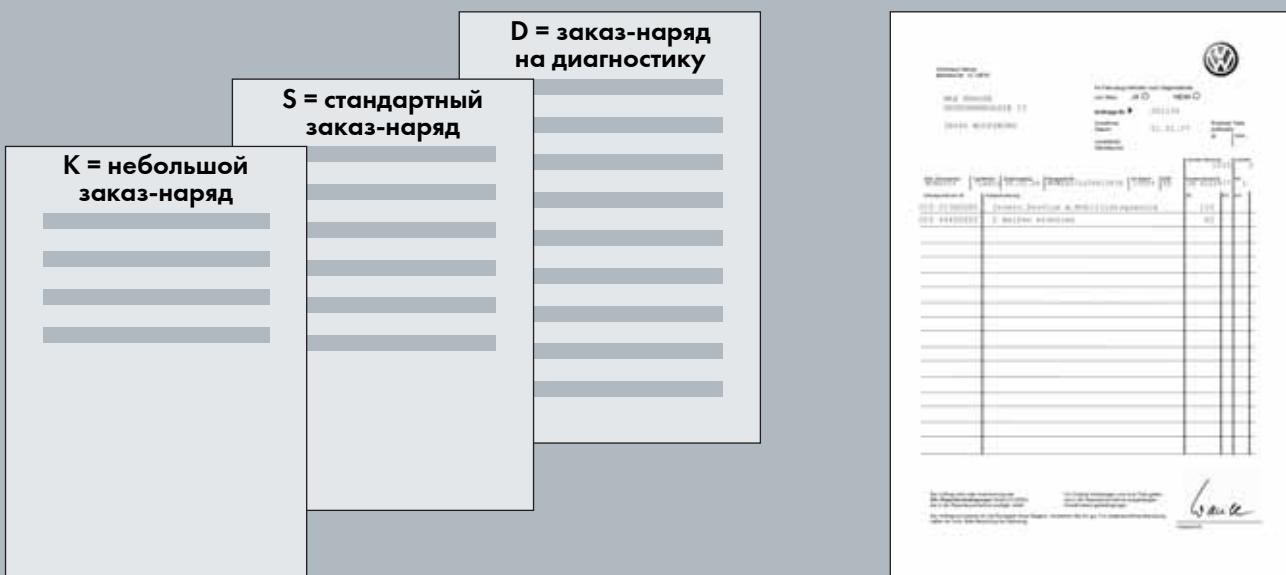
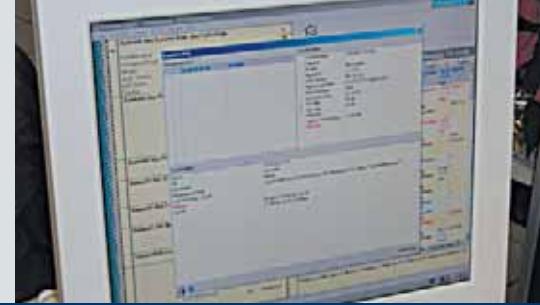


Предварительная запись — это Вы!

Планирование визитов клиентов осуществляется лишь один или несколько человек, но он касается всех остальных сотрудников сервисного центра. А в чьи обязанности это входит в Вашем сервисном центре?

Ключевой процесс в сервисном обслуживании — это командный процесс. В ходе него проводится работа по подготовке к оказанию услуги в сервисном цехе, к оформлению заказа отделу запчастей, к приёму клиента и к обеспечению его удовлетворённости. Когда клиенты связываются с Вами по телефону, они находятся в различных ситуациях, у них мало времени, может быть, они именно сейчас стоят в пробке. Они забывчивы, им нужно записать назначенное время. Это новые клиенты, хорошо знакомые с продукцией Volkswagen, или же Ваши постоянные клиенты, которые знакомы с персоналом и атмосферой в Вашем сервисном центре.

Этот момент очень важен. Первое впечатление, создаваемое у клиента Вашим голосом, дружелюбностью, техникой постановки вопросов и чувством времени, является решающим.



Ориентированная на процесс классификация облегчает знакомство с ключевым процессом в сервисном обслуживании и может сократить время прохождения. Предпосылкой для этого является систематическое выполнение всех типовых этапов работы. (Более подробная информация приведена в руководстве «Лучший сервис легко и просто. Всё о ключевых процессах сервиса: *light* и *plus*» в главе 2: Новая классификация заказ-нарядов)

5

Небольшой, стандартный заказ-наряд или заказ-наряд на диагностику?

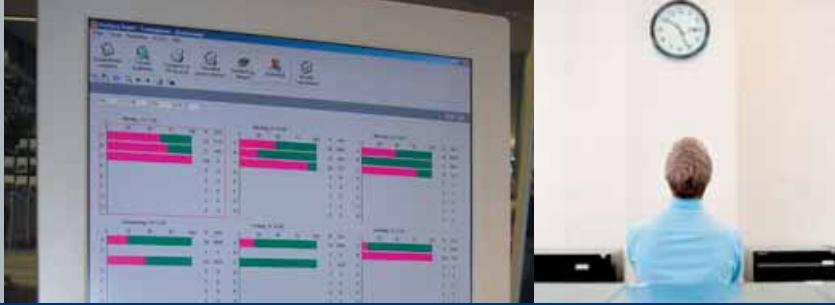
Оптимальная обработка заказ-наряда

Все заказы разные. Мы различаем три категории заказ-нарядов в зависимости от объёма или степени сложности подлежащих выполнению работ, то есть в зависимости от затрат на обработку. Такая классификация способствует быстрой и простой организации ежедневных процессов. Не следует путать небольшие стандартные заказ-наряды и заказ-наряды на диагностику с типами заказ-нарядов в системе DMS (Dealer Management System, например, VAUDIS): N (стандартный), I (внутренний), G (на гарантийное обслуживание); K (на послегарантийное обслуживание), NU, GU и KU (U = без налога с оборота).

Тип заказ-наряда и удовлетворённость клиента

Правильная оценка заказа имеет большое значение для обеспечения удовлетворённости клиента. Заказ-наряды категории

K (небольшой заказ-наряд) не требуют очень большого внимания при обработке, так как риск возникновения необходимости повторного ремонта относительно невысок. Клиент получает быстрое, несложное сервисное обслуживание; степень удовлетворённости клиента согласно CSS, 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 (например, привлечь высококвалифицированных специалистов) для того, чтобы обеспечить единственное влияние на удовлетворённость клиента согласно CSS.



Обзор действий, выполняемых при предварительной записи

Существенным моментом при предварительной записи является наличие чёткой структуры беседы. Специально для начинающих предлагается руководство по ведению телефонных разговоров в виде примерной схемы, состоящей из опорных пунктов.

Ваша задача при предварительной записи

Внимательно слушать клиента при разговоре по телефону, сообщать ему информацию и подробно записывать все по-

желания, проблемы и договорённости. Это первое впечатление, которое складывается у клиента о сервисном центре. Главное — усвоить структуру данного процесса. Таким образом Вы сможете управлять ситуацией, не выпускать из виду клиента и своих коллег. И ничего не забудете даже в стрессовой ситуации.

6

Схема разговора по телефону

Сервисный центр «Hansa»	
1	Ответ на телефонный звонок/ выяснение причины обращения в сервисный центр
2	Проверка данных клиента или внесение данных нового клиента
3	Проверка или внесение данных автомобиля, при необходимости просьба прислать по факсу следующие данные:
4	Пожелания клиента/причина обращения
5	Желаемое время визита
6	Дополнительные пожелания
7	Пожелания к приёму
8	Сообщение имени сервис-консультанта
9	Активное предложение услуг по обеспечению мобильности клиента
10	Напоминание о необходимости иметь при себе документы
11	Обобщение договорённостей
12	Благодарность за звонок



Упражнения по предварительной записи

В чём заключается задача?

На следующих страницах предлагается произвести предварительную запись трёх клиентов, обратившихся с небольшим стандартным заказ-нарядом и заказ-нарядом на диагностику.

Зачем нужно этим заниматься?

Вы звоните по телефону, чтобы запланировать визит клиента. Входят три клиента и, выказывая нетерпение, пытаются привлечь Ваше внимание. Одновременно Вы думаете о том, что хотели подготовить ещё несколько заказ-нарядов...

Существует множество стрессовых ситуаций, когда Вас отвлекают или вынуждают прервать выполняемую работу. В такие моменты от Вас требуется большая концентрация, чтобы ничего не упустить из поля зрения. Следующие упражнения помогут Вам составить общую картину.

Для чего нужно данное упражнение?

Детальное изучение всех действий при предварительной записи помогает разработать надёжную структуру, позволяющую Вам компетентно и уверенно вести разговор в рабочей ситуации и ничего не упустить, даже если Вас отвлекают.

Как?

Ознакомиться с информацией о клиентах (профилях) и причинах их обращения в сервисный центр (описание автомобиля и ситуации). Решить, какие вопросы следует задать и какие действия следует произвести, чтобы запланировать визит клиента, отметить нужное в списке. Записать в соответствующих строках, какие вспомогательные средства для этого будут использоваться (например, PASS, TPS), и кто в сервисном центре будет выполнять каждый вид работ (например, сервис-консультант, сервис-ассистент и т. д.).

При этом понадобится некоторое воображение, основанное на личных наблюдениях или опыте. Нужно внимательно изучать каждую ситуацию, так как одно и то же решение не может быть применено для всех заказ-нарядов. Кроме того, необходимо учитывать производственные мощности сервисного центра и искать индивидуальный подход к каждому типу клиентов.



Клиент K: господин Краузе Служащий земельного суда

«Я ожидаю от сотрудников сервисного центра подробных объяснений по всем предстоящим работам, чтобы я мог подсчитать предстоящие расходы».





Сведения о клиенте для сотрудника дилерского центра:

Господин Краузе всегда пользовался автомобилями среднего класса другой марки и в этом году принял решение приобрести автомобиль Passat Variant, поскольку ему очень нравится новый Passat. Ему 44 года, женат, имеет 3 детей, служащий земельного суда. В дилерский центр «Hansa» обратился в первый раз.

Он уверен, что товары немецкого производства пользуются успехом потому, что основное внимание в них уделяется точности. Он ценит точность и для него важно, чтобы персонал дилерского центра придавал этому такое же значение при обращении с его автомобилем.



Автомобиль

Passat Variant, бензиновый двигатель, пробег 15 000 км, первая постановка на учёт состоялась 12 месяцев назад.

Причина обращения

Господин Краузе хочет произвести необходимую в связи со сменой сезона замену колёс. Он намеревается принести колёса из дома.

Господин Краузе звонит в дилерский центр, чтобы согласовать срок визита. Он ни разу не был в сервисном центре «Hansa». Он хочет подождать в кафетерии, пока будет производиться шиномонтаж.



Небольшой
заказ-наряд



Небольшой заказ-наряд

Небольшой заказ-наряд (К)

- Чёткий заказ-наряд на конкретную услугу
- Пробная поездка не требуется
- Приёмка возможна в любое время
- Работы, не требующие диагностики (без разборки)
- Возможна подготовка запчастей
- Запрос на послегарантийное обслуживание
- Не требуется привлечения специалистов
- Предложения PASS и Fokus
- Можно сразу же произвести предварительную запись
- Отсутствие особой необходимости в диалоговой приёмке

Предва-
рительная
запись

Замена ламп накаливания?
Замена зеркал?
Замена щёток стеклоочистителей?
Ясно: небольшой заказ-наряд!



Предварительная запись — SKP версия *plus*

В случае с господином Краузе

	✓	Системы/инструменты	Ответственный
Задачи/действия			
Снять трубку не позже 5-го звонка			
Ответить на звонок/обратиться к клиенту			
Попросить клиента представиться			
Обращаться к клиенту по имени			
Внимательно слушать клиента			
Выяснить и записать пожелания клиента и проблемы с автомобилем			
Записать описание проблемы			
Предложить время обратного звонка (например, предложение по аксессуарам, техническая поддержка)			
Выяснить пробег и внести в данные клиента			
Внести данные автомобиля: номерной знак			
для нового клиента: осведомиться о возможности выслать по факсу свидетельство о допуске ТС к эксплуатации/свидетельство о первой постановке на учёт			
- также узнать: дату первой постановки на учёт			
- идентификационный номер автомобиля			
- следующий инспекционный сервис/проверка токсичности ОГ			
Записать или проверить контактный номер			
Записать или проверить адрес			
Осведомиться, когда и как часто возникает проблема			
Оформить заявленную клиентом неисправность (записанную самим клиентом/со слов клиента)			
Осведомиться о необходимости проведения других работ			
Предложить клиенту услуги по обеспечению мобильности (подменный автомобиль, встреча и доставка, такси, велосипед, автобус и т. д.)			
Убедиться в наличии подменного автомобиля			
Активно предлагать клиенту проведение диалоговой приёмы, с указанием продолжительности процедуры			
Активно информировать клиента об актуальных сервисных предложениях			
Ознакомить клиента с расценками			
Записать озвученную стоимость			
Убедиться, что производственной мощности сервисного центра будет достаточно			
Постоянного клиента спросить о желании записаться к персональному/предпочтительному сервис-консультанту			
Согласовать время приёмы			
Предлагать клиенту альтернативное время визита (ключевое слово: активно продавать время визита)			
Записать время приёмы			
Ещё раз чётко озвучить время визита			
Сообщить клиенту предварительное время выдачи автомобиля			
Пометка заказ-нарядов на повторный ремонт			
Приоритетная предварительная запись			
Напомнить клиенту о необходимости иметь при себе документы (сервисную книжку, свидетельство о допуске ТС к эксплуатации/свидетельство о первой постановке на учёт)			
Ещё раз обобщить все достигнутые с клиентом договорённости			
Поблагодарить за заказ и попрощаться			

Этот тренировочный лист можно загрузить для печати из ServiceNet.



Клиент S: господин Шнайдер Маляр

*«Жить самому и не мешать
жить другим. Главное, что мы
понимаем друг друга».*





Сведения о клиенте для сотрудника дилерского центра:

Господину Шнайдеру 53 года, работает маляром. Как постоянный клиент он, естественно, исходит из того, что у его визави есть для него время, и личный контакт для сотрудника так же важен, как и для самого клиента. В конце концов, другие тоже могут извлечь пользу из его жизненного опыта. Если ему покажется, что его не поняли, то он охотно объяснит причину своего обращения в дилерский центр ещё раз. Он только что вернулся из своего первого длительного отпуска, проведённого в Италии.



Автомобиль

Touran TDI, серебристый металлик (reflex silber metallic), первая постановка на учёт состоялась 20 месяцев назад, пробег 38000 км.

Причина обращения

На горной дороге с щебёночным покрытием из-под колёс впереди идущего автомобиля вылетел камень и попал в ветровое стекло. Возникшая вследствие удара трещина на стекле постоянно увеличивается. Поскольку расходы на замену ветрового стекла меньше франшизы частичного KACKO, ремонтные работы не оплачиваются по страховке.

Господин Шнайдер звонит утром в сервисный центр «Hansa». Он хотел бы привезти свой Touran в обеденный перерыв в сервисный центр. Он хотел бы получить подменный автомобиль и забрать свой автомобиль в тот же день. На сегодня уже запланировано выполнение нескольких заказ-нарядов, согласно плану занятости осталось только два свободных часа. За это время данный заказ-наряд не выполнить. Вы договариваетесь с господином Шнайдером, что его автомобиль будет готов завтра днём.



Стандартный заказ-наряд

Стандартный заказ-наряд (S)

- Чётко обозначенный объём работ (с точки зрения клиента)
- Возможна необходимость пробной поездки с клиентом
- Сообщить клиенту время, которое потребуется для приёма
- Необходима квалифицированная приёмка автомобиля (контрольный список)
- Возможна подготовка запчастей
- Запрос на послегарантийное обслуживание
- Необходим резерв времени
- Проводимая сервисным центром акция по отзыву
- Важна история ремонта

Предва-
рительная
запись

Стандартный заказ-наряд
на инспекционный сервис?
Тормоза?
Сцепление?
**Однозначно стандартный
заказ-наряд!**



Предварительная запись — SKP версия *plus*

В случае с господином Шнайдером

Задачи/действия

	✓	Системы/инструменты	Ответственный
Снять трубку не позже 5-го звонка			
Ответить на звонок/ обратиться к клиенту			
Попросить клиента представиться			
Обращаться к клиенту по имени			
Внимательно слушать клиента			
Выяснить и записать пожелания клиента и проблемы с автомобилем			
Записать описание проблемы			
Предложить время обратного звонка (например, предложение по аксессуарам, техническая поддержка)			
Выяснить пробег и внести в данные клиента			
Внести данные автомобиля: номерной знак			
для нового клиента: осведомиться о возможности выслать по факсу свидетельство о допуске ТС к эксплуатации/свидетельство о первой постановке на учёт			
- также узнать: дату первой постановки на учёт			
- идентификационный номер автомобиля			
- следующий инспекционный сервис/проверка токсичности ОГ			
Записать или проверить контактный номер			
Записать или проверить адрес			
Осведомиться, когда и как часто возникает проблема			
Оформить заявленную клиентом неисправность (записанную самим клиентом/со слов клиента)			
Осведомиться о необходимости проведения других работ			
Предложить клиенту услуги по обеспечению мобильности (подменный автомобиль, встреча и доставка, такси, велосипед, автобус и т. д.)			
Убедиться в наличии подменного автомобиля			
Активно предлагать клиенту проведение диалоговой приёмы, с указанием продолжительности процедуры			
Активно информировать клиента об актуальных сервисных предложениях			
Ознакомить клиента с расценками			
Записать озвученную стоимость			
Убедиться, что производственной мощности сервисного центра будет достаточно			
Постоянного клиента спросить о желании записаться к персональному/ предпочтительному сервис-консультанту			
Согласовать время приёмы			
Предлагать клиенту альтернативное время визита (ключевое слово: активно продавать время визита)			
Записать время приёмы			
Ещё раз чётко озвучить время визита			
Сообщить клиенту предварительное время выдачи автомобиля			
Пометка заказ-нарядов на повторный ремонт			
Приоритетная предварительная запись			
Напомнить клиенту о необходимости иметь при себе документы (сервисную книжку, свидетельство о допуске ТС к эксплуатации/ свидетельство о первой постановке на учёт)			
Ещё раз обобщить все достигнутые с клиентом договорённости			
Поблагодарить за заказ и попрощаться			

Этот тренировочный лист можно загрузить для печати из ServiceNet.



Клиент D: госпожа Даманн

Начальник отдела в универмаге



«Быстрота, уважительное отношение и честность. Я ожидаю этого от своих сотрудников, а также от сотрудников дилерского центра».



Сведения о клиенте для сотрудника дилерского центра:

Госпожа Даманн — начальник отдела в университете. Ей 43 года. Она является постоянным клиентом дилерского центра уже 5 лет. Кстати, из личных бесед всем известно, что госпожа Даманн отстаивает собственное мнение, когда это важно. С другой стороны, она всегда готова пойти на компромисс.

Автомобиль

Golf V, пробег 31 300 км, инспекционный сервис на 30 000 км пройден, первая постановка на учёт состоялась 28 месяцев назад.

Причина обращения

Госпожа Даманн уже дважды была в сервисном центре «Hansa» с жалобой на рывки автомобиля в непрогретом состоянии, один раз для прохождения диагностики, а второй раз — для ремонта. Однако рывки не пропали. Госпожа Даманн хотела бы устранить эту проблему сейчас, поскольку она запланировала небольшой отпуск в Голландии и завтра должна уезжать.

Госпожа Даманн звонит в сервисный центр и объясняет свою проблему. Она готова взять подменный автомобиль, но не согласна платить за это. Она рассчитывает, что сервисный центр пойдёт ей навстречу.

В сервисном центре необходимо воспроизвести состояние непрогретого автомобиля, для этого автомобиль должен остаться в сервисном цехе на ночь. Время, необходимое для ремонта, в настоящее время подсчитать сложно.

Вы договариваетесь с госпожой Даманн о визите вне часа пик, в 15 часов. Для диагностики необходимо пригласить сервис-технолога.



Заказ-наряд на диагностику

Заказ-наряд на диагностику (D)

- Отсутствует чёткий объём работ
- Повышенная потребность в диагностике (пробная поездка, приёмка на подъёмнике,...)
- Приёмка на ремонт вне часа пик
- Квалифицированное планирование визита и приёмки
- Сложности при подготовке запчастей
- Запрос на послегарантийное обслуживание
- Необходимо использование диагностических приборов
- Необходимо участие специалистов
- История ремонта
- Необходим резерв времени
- Решение технических проблем (TPL)
- Необходимо отправить сообщение DISS
- Подменное транспортное средство в зависимости от продолжительности ремонта
- Аварийный автомобиль
- Необходим чуткий подход к клиенту
- Предположительно только консультация (обслуживание)
- Использование Service-TPL

Предва-
рительная
запись

Контрольная лампа двигателя?
Шумы?
Выход из строя системы навигации?
**Внимание: заказ-наряд
на диагностику!**



Предварительная запись — SKP версия *plus*

В случае с госпожой Даманн

Задачи/действия

Снять трубку не позже 5-го звонка

Ответить на звонок/обратиться к клиенту

Попросить клиента представиться

Обращаться к клиенту по имени

Внимательно слушать клиента

Выяснить и записать пожелания клиента и проблемы с автомобилем

Записать описание проблемы

Предложить время обратного звонка (например, предложение по аксессуарам, техническая поддержка)

Выяснить пробег и внести в данные клиента

Внести данные автомобиля: номерной знак

для нового клиента: осведомиться о возможности выслать по факсу свидетельство о допуске ТС к эксплуатации/свидетельство о первой постановке на учёт

- также узнать: дату первой постановки на учёт

- идентификационный номер автомобиля

- следующий инспекционный сервис/проверка токсичности ОГ

Записать или проверить контактный номер

Записать или проверить адрес

Осведомиться, когда и как часто возникает проблема

Оформить заявленную клиентом неисправность (записанную самим клиентом/со слов клиента)

Осведомиться о необходимости проведения других работ

Предложить клиенту услуги по обеспечению мобильности (подменный автомобиль, встреча и доставка, такси, велосипед, автобус и т. д.)

Убедиться в наличии подменного автомобиля

Активно предлагать клиенту проведение диалоговой приёмки, с указанием продолжительности процедуры

Активно информировать клиента об актуальных сервисных предложениях

Ознакомить клиента с расценками

Записать озвученную стоимость

Убедиться, что производственной мощности сервисного центра будет достаточно

Постоянного клиента спросить о желании записаться к персональному/предпочтительному сервис-консультанту

Согласовать время приёмки

Предлагать клиенту альтернативное время визита (ключевое слово: активно продавать время визита)

Записать время приёмки

Ещё раз чётко озвучить время визита

Сообщить клиенту предварительное время выдачи автомобиля

Пометка заказ-нарядов на повторный ремонт

Приоритетная предварительная запись

Напомнить клиенту о необходимости иметь при себе документы (сервисную книжку, свидетельство о допуске ТС к эксплуатации/свидетельство о первой постановке на учёт)

Ещё раз обобщить все достигнутые с клиентом договорённости

Поблагодарить за заказ и попрощаться



Системы/инструменты

Ответственный



Обобщение

Ваш результат:

На трёх прозрачных листах в конце этой брошюры приведён образец решения задания со всеми пунктами, необходимыми для полного осуществления предварительной записи. Если отмеченные Вами пункты совпали с этим перечнем, то Вы имеете представление о профессиональном проведении предварительной записи в сервисном центре Volkswagen.

Если Вы отметили не все пункты, то причины ошибок могут быть разными. Сначала проверьте, сможете ли Вы воспроизвести это решение. Может быть, Вы что-то упустили. Если правильное решение кажется Вам слишком объёмным, то есть если Вы или Ваше предприятие не выполняете какое-то действие (например, обращение к клиенту по имени, представление подменного транспортного средства), стоит задуматься: почему так происходит? И что необходимо и возможно изменить, чтобы Вы могли производить предварительную запись профессионально и в полном объёме? И какие последствия это имело бы для Вас и Вашего предприятия?

Ваша выгода:

Если Вы владеете информацией, то чувствуете себя уверенно во время разговора. Вы получаете от собеседников всю необходимую информацию и создаёте при этом впечатление компетентного специалиста. На дружелюбность клиенты отвечают, как правило, так же дружелюбно. Если Вы производите предварительную запись быстро и целенаправленно, то Вы показываете тем самым свой профессионализм. Кроме того, Вы подготавливаете лёгкое и эффективное выполнение заказ-наряда, что приводит к увеличению степени удовлетворённости Ваших коллег и клиентов.

Система планирования визитов:

Не нужно планировать визиты так, чтобы на 100 % задействовать производственные мощности сервисного центра, стоит оставлять резервы на случай расширения заказ-наряда, обращения транзитных клиентов, аварийного ремонта, экспресс-услуг. Это позволит более гибко реагировать на незапланированные события.

Правильная постановка вопроса:

При предварительной записи особое значение имеет Ваша техника постановки вопросов. Вы ведёте разговор и способом постановки вопросов задаёте ход и беседы, и её продолжительность. Вопрос о необходимости дополнительных работ нужно задавать при каждой предварительной записи. Таким образом Вы даете возможность клиенту сказать всё, что он запланировал. В разговоре вопрос может звучать так: «Ещё какие-нибудь пожелания?» или «Может быть, Вы ещё что-то вспомнили?». Может быть, Вы подхватите настроение постоянного клиента: «Что ещё мы можем сделать для Вашего Passat?» Вы решаете, как сформулировать вопрос в конкретной ситуации, поскольку это очень индивидуально, зависит от местных традиций и культуры предприятия. Кроме того, этот вопрос даёт Вам время для подготовки следующего шага.





Пожелания о времени визита:

«Вам будет удобно в четверг в половине девятого, или лучше в пятницу в восемь?» По возможности предлагать два варианта. Это позволяет показать, какое время свободно, а, кроме того, клиенту предоставляется возможность выбора.

В конце разговора необходимо обобщить все договорённости. Это позволяет убедиться, что обе стороны всё поняли одинаково. Кроме того, клиенту предоставляется возможность записать назначенное время и договорённости. Если возникают паузы, поскольку на внесение данных клиента требуется время, рекомендуется спросить: «Почему Вы выбрали нас?» Клиент может использовать это время для сообщения личной информации, которая поможет оценить его как человека.

Если Вы сами не можете ответить на вопрос:

Соединить с компетентным сотрудником: «Минуточку. Я соединю Вас с нашим сервис-консультантом, господином Шульце. Он ответит на Ваш вопрос». Вкратце сообщите господину Шульце, на какую тему ему предстоит разговор. Конечно, только в том случае, если он в данный момент может ответить на вопрос. Сервис-консультанту ни в коем случае нельзя мешать, если он общается с клиентом. Если Вы не можете помочь, а компетентный сотрудник занят, предложите обратный звонок: «Извините, господин Ханзер. Господин Шульце в данный момент проводит пробную

поездку. Может ли он Вам перезвонить?»

Рекомендуем по возможности записать все детали для господина Шульце. Указание: для подобных случаев надо иметь наготове рядом с телефоном листочки для записи обратных звонков (см. образец внизу).

Видеть во взаимосвязи:

Семь этапов ключевого процесса в сервисном обслуживании тесно связаны друг с другом и являются основой друг для друга. На следующих страницах объясняется значение отдельных действий при предварительной записи. Кроме того, указывается, какое влияние оказывают отдельные задачи на последующие этапы ключевого процесса в сервисном обслуживании. Некоторые из наших действий оказывают непосредственное влияние на то впечатление, которое формируется у клиента о сервисном центре, так как с их помощью мы передаём ему опосредованное сообщение. Поэтому на следующих страницах приведены примеры некоторых сообщений, которые наше поведение должно внушать клиенту.

Заказ обратного звонка

Дата, время
Имя
Автомобиль
Номер телефона
Причина
Инициалы
Желаемое время обратного звонка

Важно: краткие сведения о предварительной записи.

Пояснения:  Это сообщение должен получить клиент

 Влияние на последующие этапы ключевого процесса в сервисном обслуживании

Начало разговора

Снять трубку не позже 5-го звонка

 «Всегда к Вашим услугам! На нас можно положиться в любой ситуации!»

Ответить на звонок/ обратиться к клиенту

Если клиент звонит или приходит в сервисный центр, значит, мы ему нужны. Поэтому необходимо срочно позаботиться о выполнении желания клиента. 5 телефонных звонков — это прибл. 20 секунд. Заставлять клиента ждать ответа дольше нельзя.

Попросить клиента представиться

Зачастую причиной обращения клиента в сервисный центр является не совсем приятное событие: его автомобиль неисправен или требует сервисного обслуживания. Клиенту придётся на некоторое время отказаться от привычной мобильности, а посещение сервисного центра часто связано для него с расходами.

Обращаться к клиенту по имени

В этой ситуации необходимо внушить клиенту ощущение того, что будет сделано всё, чтобы как можно комфортнее организовать для него это сервисное событие. Этого можно добиться, если постоянно вести себя с клиентом дружелюбно и компетентно.

Внимательно слушать клиента

 «Вы правильно сделали, что обратились к нам. Мы позаботимся о том, чтобы Ваша проблема была решена быстро и качественно».

Улыбайтесь (даже по телефону, так как улыбку на самом деле можно услышать). Всегда обращайтесь к клиенту во время разговора по имени, это позволяет создать доверительную атмосферу разговора. Слушайте клиента внимательно и терпеливо. Позвольте ему высказать всё, не перебивайте его.

22 Выяснение пожеланий клиента/ сообщение информации

Выяснить и записать пожелания клиента и проблемы с автомобилем

Дайте клиенту ещё в начале разговора возможность высказать свое желание, задав вопрос, что Вы могли бы для него сделать.

Записать описание проблемы

 **2 – 7** Для Вас важно узнать, какая проблема или просьба возникла у клиента, или какой услугой сервисного центра он хотел бы воспользоваться, так как эта информация является отправной точкой для дальнейшего разговора при предварительной записи.

Предложить время обратного звонка (например, предложение по аксессуарам, техническая поддержка)

При возникновении вопросов, на которые невозможно дать ответ сразу, или которые требуют внутренних переговоров (например, техническая поддержка или частные вопросы по предоставлению запчастей), Вы можете показать свою компетентность и соединить с ответственным специалистом (сервис-консультантом, менеджером по запчастям). Главное условие, чтобы Вы не помешали разговору Вашего коллеги с другим клиентом. В противном случае Вы можете предложить клиенту, чтобы Ваш коллега ему перезвонил. Если клиент звонит по вопросу даты посещения сервисного центра, важно подробно записать проблему, причём именно так, как её описал клиент, чтобы не потерять информацию от клиента.

Выяснить пробег и внести в данные клиента

Попросите сообщить все важные данные клиента и автомобиля.

Внести данные автомобиля: номерной знак, первая постановка на учёт, идентификационный номер автомобиля, следующий инспекционный сервис/ проверка токсичности ОГ

 **2** Они понадобятся при подготовке визита в сервисный центр

- для составления заказ-наряда,
- для проверки в рамках сервисных акций,
- для запроса истории ремонта,
- для заявок на послегарантийное обслуживание,
- для организации подготовки запчастей
- для подготовки других работ (например, инспекционный сервис/ проверка токсичности ОГ).

Записать или проверить контактный номер

Записать или проверить адрес

Для постоянных клиентов необходимо каждый раз проверять актуальность сохраненных данных на автомобиль. Потому что здесь тоже может произойти путаница, например, если клиент после последнего визита сменил автомобиль.

Для упрощения и сокращения времени на внесение данных нового клиента можно попросить клиента прислать по факсу свидетельство о первой постановке на учёт. Кроме того, что это поможет сэкономить время клиента, это позволит избежать ошибок при передаче данных по телефону. В качестве альтернативы можно попросить продиктовать данные по телефону. Повторяйте данные во избежание ошибок при трансляции.

- 2 | 3 | 4 Неправильные или неполные данные автомобиля могут привести к следующему
- предоставление несоответствующих запчастей,
 - сервис-консультант создаёт при приёме автомобиля впечатление неподготовленного и некомпетентного сотрудника,
 - сервисный центр не сможет выполнить заказ-наряд в срок.

Попросите клиента оставить контактный телефон (при необходимости ещё и адрес электронной почты), по которому с ним всегда можно связаться. Это может понадобиться, если, например,

- → 3 | 6 приёмку или возврат невозможно произвести в назначенное время,
- → 3 клиент не пришёл в назначенное время на приёмку,
- → 4 необходимо получить дополнительное согласие на расширение заказ-наряда.

Получить всю эту информацию ещё при предварительной записи важно, потому что это позволит значительно сократить время на приёмку автомобиля. Тогда клиенту не придётся проводить в сервисном центре излишне много времени, приёмка пройдёт быстро и без проблем.

Выяснить, когда и как часто возникает проблема

Оформить заявленную клиентом неисправность (записанную самим клиентом/ со слов клиента)

При заказ-нарядах на диагностику важно как можно точнее определить проблему. Спросите, когда, где и при каких условиях возникает проблема (при непрогретом двигателе/в рабочем режиме; при движении по городу/по трассе; по гладкому дорожному покрытию/по булыжной мостовой; при определённых погодных условиях и т. д.).

Для обработки серьёзных жалоб (заказ-наряды D) и для отправления сообщений DISS необходимо дословно записывать то, что говорит клиент о проблеме (например, «толчки сзади справа»).

→ 4 Подробный опрос позволит Вам собрать детальную и полезную информацию для сервисного центра. Это поможет сократить затраты на диагностику в сервисном центре. Кроме того, это залог успешного ремонта с первого посещения и уменьшения риска повторного обращения.

Выяснение дополнительных пожеланий/предложение услуг/сообщение стоимости

Осведомиться о необходимости проведения других работ

Часто клиенты откладывают небольшие жалобы (например, устранить царапину, установить новые шины, новые щётки стеклоочистителей) до визита в сервисный центр (например, инспекционный сервис) и хотят поговорить о них при сдаче автомобиля.

Но для сервисного центра важно заранее знать весь объём заказ-наряда. → 2 Это позволит своевременно запланировать дополнительные работы, → 4 а ремонтные работы/услуги можно будет выполнить в срок. Поэтому спрашивайте клиентов, нужно ли будет наряду с основной просьбой выполнять ещё какие-либо дополнительные работы.

Предложить клиенту услуги по обеспечению мобильности (подменный автомобиль, встреча и доставка, такси, велосипед, автобус и т. д.)

Убедиться в наличии подменного автомобиля

 «Мы заботимся о том, чтобы Вы сохраняли свою мобильность, пока мы работаем над Вашим автомобилем».

Мобильность в нашем обществе — важное качество, а подменные автомобили — хороший способ привлечения клиентов, который Вам необходимо активно внедрять. Поинтересуйтесь, как клиент собирается сохранять мобильность после сдачи автомобиля, и предложите ему подменный автомобиль или другие услуги по обеспечению его мобильности.

Если Вы предлагаете подменный автомобиль, убедитесь в наличии автомобиля желаемого класса, так как эти производственные мощности тоже должны учитываться при предварительной записи.

Маркировка заказ-нарядов на повторный ремонт

Приоритетная предварительная запись

Маркировка заказ-нарядов на повторный ремонт должна однозначно относить их к этой категории, чтобы в дальнейшем все коллеги с первого взгляда понимали, что это за заказ-наряд.

При предварительной записи на повторный ремонт учитывать, что данный заказ-наряд обладает приоритетом при обработке. Предложите для визита время вне часа пик и поручите выполнение заказ-наряда соответствующему персоналу.

Ознакомить клиента с расценками

Записать озвученную стоимость

Сообщение клиенту достоверных сведений о расценках — залог доверительных отношений с клиентом. Клиент осведомлён о предстоящих расходах, а не покупает «кота в мешке». Назовите поэтому клиенту предварительную стоимость и внесите её в систему.

Активно предлагать клиенту проведение диалоговой приёмки с указанием продолжительности процедуры

Диалоговая приёмка даёт возможность завоевать доверие клиента.  4 При диалоговой приёмке объём ремонтных работ можно определить точнее, что позволит избежать телефонных переговоров о расширении заказ-наряда и возникающих вследствие этого задержек. Для сервисного центра диалоговая приёмка может стать источником дополнительного дохода.

Расскажите клиенту о преимуществах диалоговой приёмки:

- проблемы и пожелания клиента можно обсудить непосредственно при осмотре автомобиля. Это облегчает обмен информацией и предотвращает недопонимание.
- в присутствии клиента можно лучше проанализировать и точнее определить неисправности.
- сервис-консультант может вместе с клиентом проверить автомобиль на отсутствие других неисправностей.

Попросите клиента запланировать свой визит так, чтобы у него были в запасе 15 минут для осмотра автомобиля вместе с сервис-консультантом. Учитывайте продолжительность процедуры при выборе подходящего времени для визита.

Активно информировать клиента об актуальных сервисных предложениях

В процессе разговора у Вас формируется представление о клиенте и его потребностях. Проанализируйте эту информацию и подумайте, какие из предоставляемых услуг, актуальных предложений могли бы быть интересны данному клиенту, и предложите их ему.

Согласование срока визита

Убедиться, что производственной мощности сервисного центра будет достаточно

Посмотрите, когда в сервисном центре есть свободное время, прежде чем предложить клиенту конкретное время визита. Сообщать нужно только те варианты, когда возможно выполнение полного объёма работ.

Постоянного клиента спросить о желании записаться к персональному/предпочтительному сервис-консультанту	Часто между постоянным клиентом и сервис-консультатом возникают доверительные отношения. Это можно и нужно использовать с пользой для обеих сторон. Спросите клиента, хочет ли он, чтобы работы и консультацию провел «его» сервис-консультант. Тогда это нужно учитывать при выборе времени приёмы.
Согласовать время приёмы	Используйте возможность активно продавать время визита. Предлагайте клиенту несколько возможных вариантов. Это позволит клиенту выбрать подходящее время, а Вы сможете лучше использовать производственные мощности сервис-консультантов и сервисного центра.
Предлагать клиенту альтернативное время визита (ключевое слово: активно продавать время визита)	Часто как можно больше визитов планируется непосредственно на начало работы сервис-консультанта. Это приводит к ненужному ожиданию со стороны клиентов, а сервис-консультанты вынуждены быстро обслуживать клиентов как на конвейере.
Записать время приёмы	Вы можете упорядочить время приёмы, назначая визиты к каждому сервис-консультанту один за другим с определённой периодичностью (например, первый визит в 7:00, следующий — в 7:30, следующий — в 8:00 и т. д.).
Ещё раз чётко озвучить время визита	➔ 3 Это обеспечит достаточное количество времени для каждой приёмы, и сервис-консультант сможет не торопясь дать каждому клиенту подробную консультацию.
Сообщить клиенту предварительное время выдачи автомобиля	Внесите желаемое время приёмы прямо в систему — это поможет избежать случайного двойного планирования ресурсов — и озвучьте клиенту согласованное время визита ещё раз во избежание возможных недопониманий.

25

Завершение разговора

Напомнить клиенту о необходимости иметь при себе документы	В конце разговора важно напомнить клиенту, какие документы необходимо иметь при себе для составления заказ-наряда (сервисную книжку, свидетельство о первой постановке на учёт, при необходимости водительское удостоверение, спец. ключ для дисков).
Ещё раз обобщить все достигнутые с клиентом договорённости	➔ 3 4 5 6 Поскольку если при приёме отсутствуют важные документы, то с одной стороны клиент может быть недоволен из-за того, что придётся вернуть за документами домой, а с другой стороны произойдёт задержка дальнейшего процесса.
Поблагодарить за заказ и попрощаться	Именно при разговоре по телефону высока опасность того, что информация будет передана ошибочно или не полностью. Поэтому убедитесь, что Вы правильно поняли клиента, а он Вас. Для этого ещё раз обобщите все договорённости.
	➔ 3 4 5 6 Если при предварительной записи возникнет недопонимание (при идентификации автомобиля, записи жалобы клиента, времени приёмы и т. д.), это неизбежно помешает дальнейшему ходу ключевого процесса в сервисном обслуживании. Это можно предотвратить уже на стадии предварительной записи.

В заключении покажите клиенту, что он и его заказ очень важны для сервисного центра, и поблагодарите за заказ.



Дальше в программе...

... изучение программы самообучения по организации рабочего процесса.

... **Индивидуальный подход:** для ситуации в Вашем сервисном центре.

... **Ориентация на процесс:** для управления качеством.

... **Идеальный пример:** для сервисного центра Volkswagen.

Через другие этапы ключевого процесса с клиентами господином Краузе, господином Шнайдером и госпожой Даманн...

26

Если Вы хотите работать над своими коммуникативными навыками, тогда обучение — это прямой и самый эффективный путь.

На конкретные вопросы и пожелания по теме ключевого процесса в сервисном обслуживании Вам ответит Ваш региональный менеджер по качеству.





Сокращения

CSS	Customer Satisfaction Survey (система анализа удовлетворённости клиента)
D	Заказ-наряд на диагностику
DISS	Прямая информационная система сервиса
DMS	Dealer Management System
K	Небольшой заказ-наряд
PASS	Справочная система по сервис-пакетам
S	Стандартный заказ-наряд
SKP	Ключевой процесс в сервисном обслуживании
TPL	Решение технических проблем
TPS	Система планирования визитов
VAUDIS	Volkswagen/Audi Disk System

Заметки

Заметки

© Volkswagen AG, Вольфсбург

Все права защищены.

Артикул: VW0.2890.02.00

По состоянию на 10.2007

Volkswagen AG
Service Training VSQ-1
Brieffach 1995
D-38436 Wolfsburg

© Перевод и вёрстка ООО «ФОЛЬКСВАГЕН Груп Рус»