

# Kako izvajalce storitev bolj izpostaviti zadovoljstvu strank – izkušnje AC-Intercar

Meta Arh, Arhea

Igor Geršak, AC-Intercar



# AC-Intercar

- AC-Intercar je “po definiciji” **veleprodaja** (prenos lastništva od proizvajalca do pooblaščenega prodajalca)
- Temeljno **poslanstvo** je **organizacija in razvoj prodajno-servisne mreže** za doseganje ciljnih tržnih deležev
  - nabava in prodaja novih in rabljenih vozil, nadomestnih delov, strateško planiranje, razvoj in vodenje kakovosti
  - razvoj maloprodajne mreže, izbor pooblaščenih prodajalcev in serviserjev, razvoj in šolanje zaposlenih v mreži, skrb za okolje
- **Danes naloge dobivajo bolj trženjsko naravnost**
  - kako **stimulirati** pooblaščeno prodajno-servisno **mrežo** (maloprodajo) ter
  - **kako zagotavljati lojalnost in zadovoljstvo** uporabnikov vseh storitev...



## Cilj: Zadovoljstvo strank No. 1

- Temeljno izhodišče je, da mora blagovna znamka **Mercedes Benz** postati **številka 1 na področju zadovoljstva strank med premium znamkami** (to so: MB, BMW in Audi).
- Cilj mora biti dosežen do **2010**.

# Deležniki v projektu Zadovoljstvo strank No. 1

**Principal / Daimler AG**

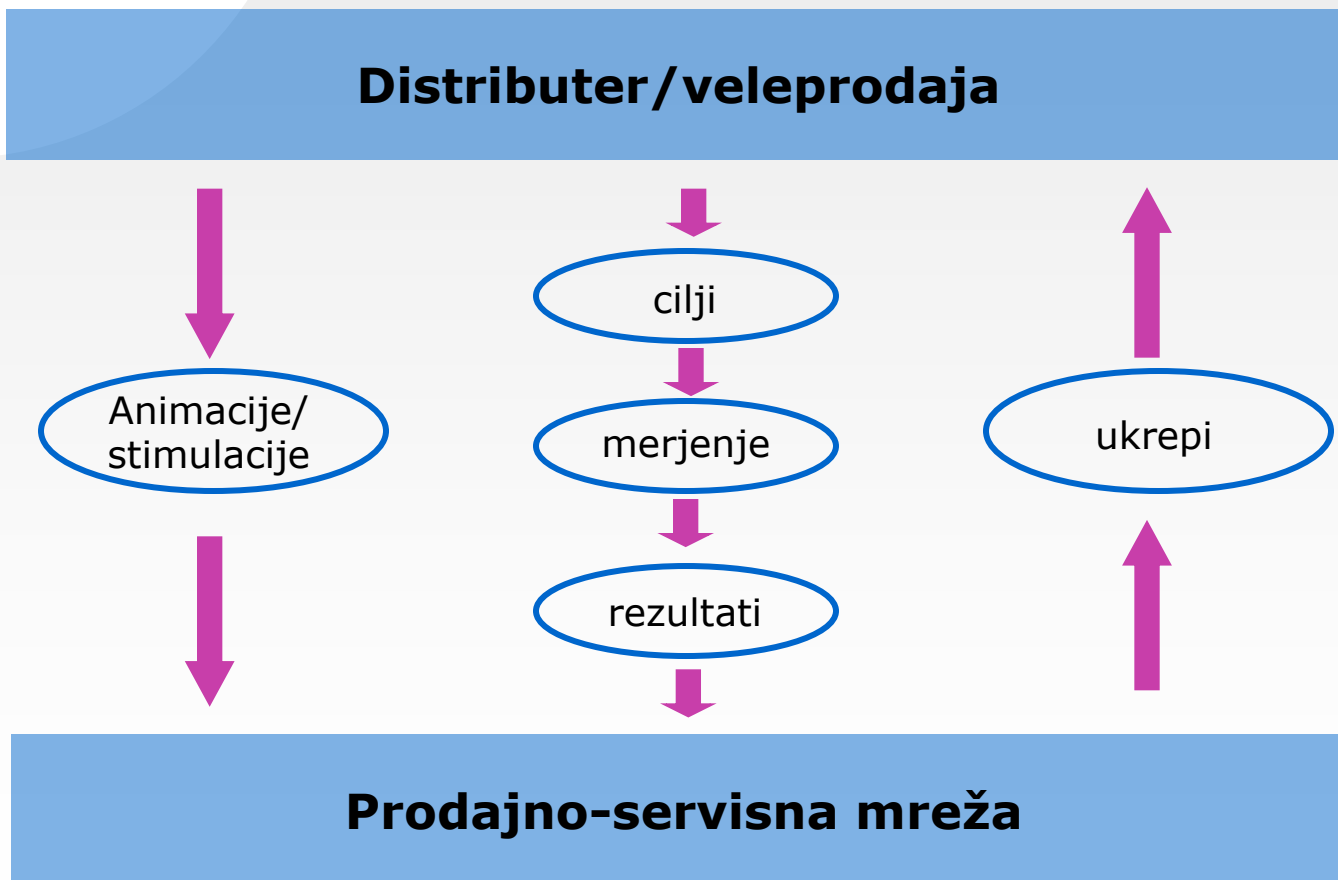


**Distributer / AC-Intercar**



**Prodajno-servisna mreža**

# Preseči 'klasični' pristop!



# Projekt Zadovoljstvo strank No. 1 v AC-Intercar

1. faza: **analiza stanja**



2. faza: **priprava programa**



3. faza: **implementacija**



## Pristop k analizi stanja

- pregled **obstojećih podatkov**
- pregled **obstojećih ukrepov**
- pregled **stičnih točk** med podatki, organizacijo, projekti in procesi dela
- **vpogled na stran uporabnikov** podatkov: zakaj in kako gledajo na te podatke, koliko sploh razumejo merjenje zadovoljstva in kako interpretirajo podatke
- **vpogled na stran vodstva**: kako spremljajo rezultate in kako jih usmerjajo

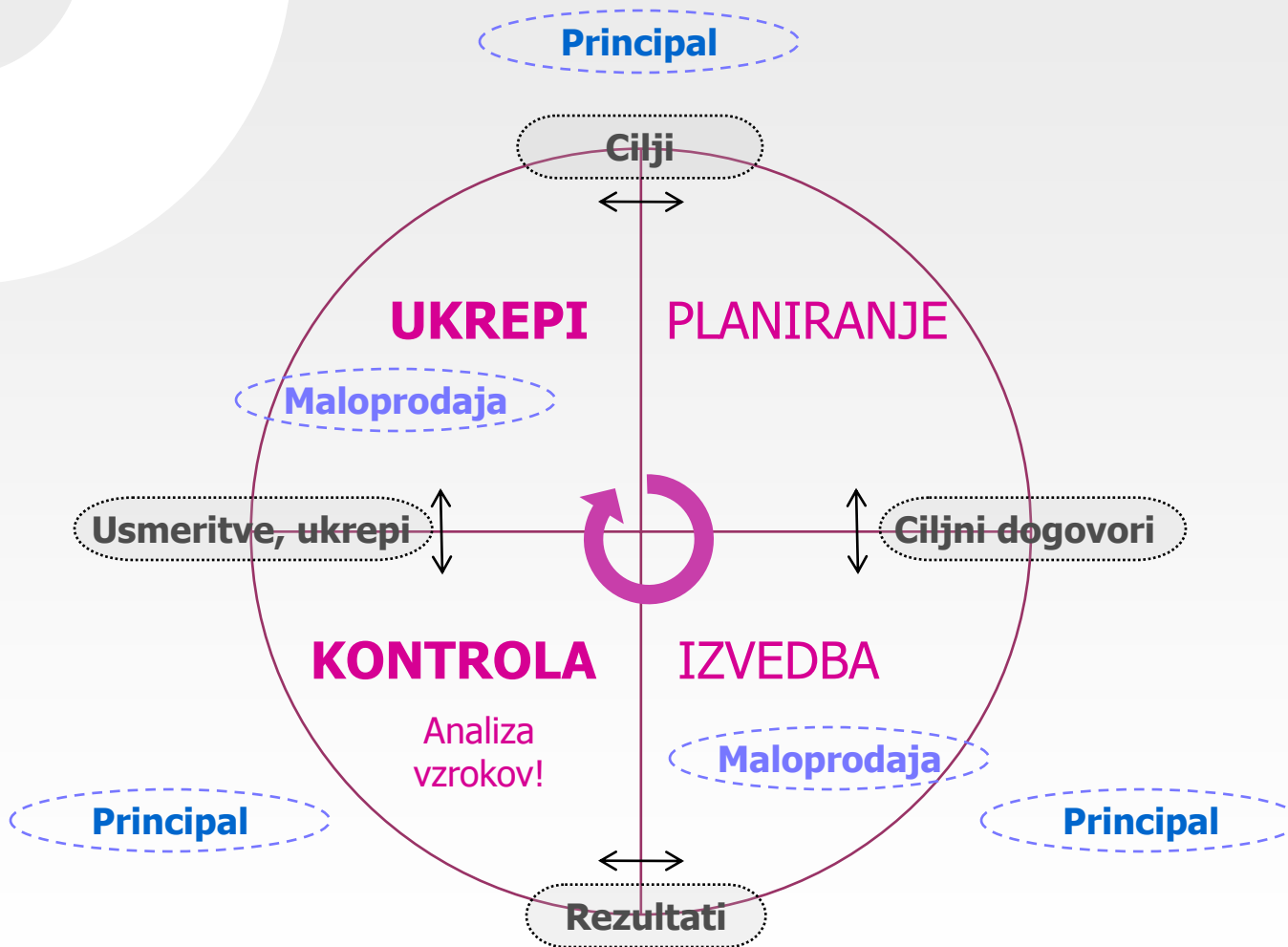
## Glavne ugotovitve

- **Zadovoljstvo strank je 'top-of-mind' enako merjenje zadovoljstva strank (CSI)**
- **Premalo povezovanja z ostalimi indikatorji** zadovoljstva strank
- **Merjenje** zadovoljstva strank je **različno razumljeno** in **uporabljano**
- **Premalo** (dvosmerne) **komunikacije, izmenjave izkušenj**
- **Premalo** aktivnega dela na **ukrepih**
- **Premalo povezovanja rezultatov** merjenja z **izobraževanjem**
- ...





# Priprava programa dela



# Aktivnejša vloga AC-Intercarja v procesu kontrole in priprave ukrepov

## Doslej

- Statična poročila
- Pregled rezultatov ključnih kazalcev
- Pošiljanje poročil mreži
- Evidentiranje ukrepov iz mreže

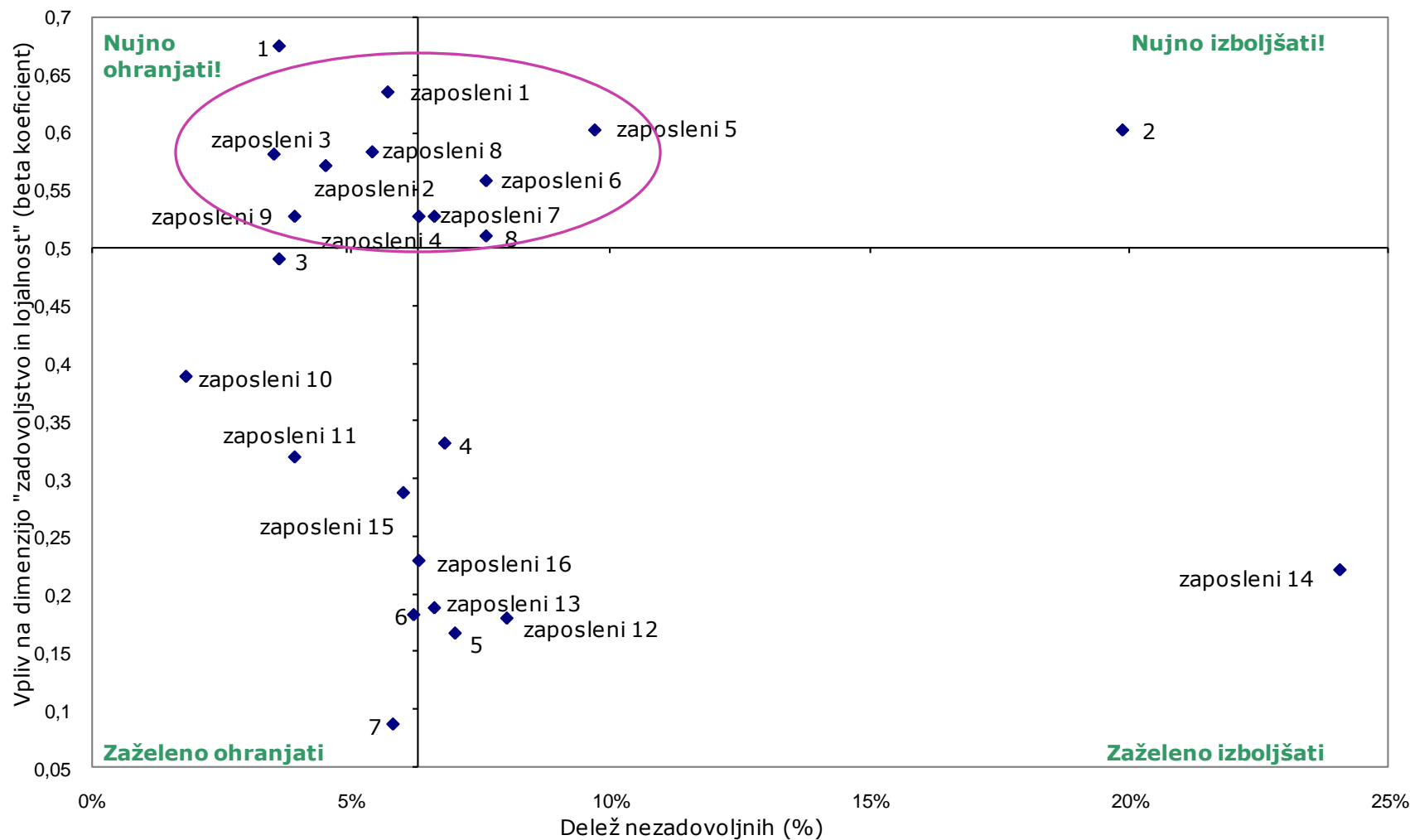
## Po novem

- **Poglobljena analiza** rezultatov **merjenja zadovoljstva** (SW aplikacija za poročila)
- **Analiza** razpoložljivih **drugih** internih in eksternih **informacij** ➤
- **Povezovanje** ugotovitev **v celoto**
- **Analiza odstopanj** od planiranega ter **ugotavljanje vzrokov**
- **Priprava ukrepov in usmeritev**





# Dodatne analize



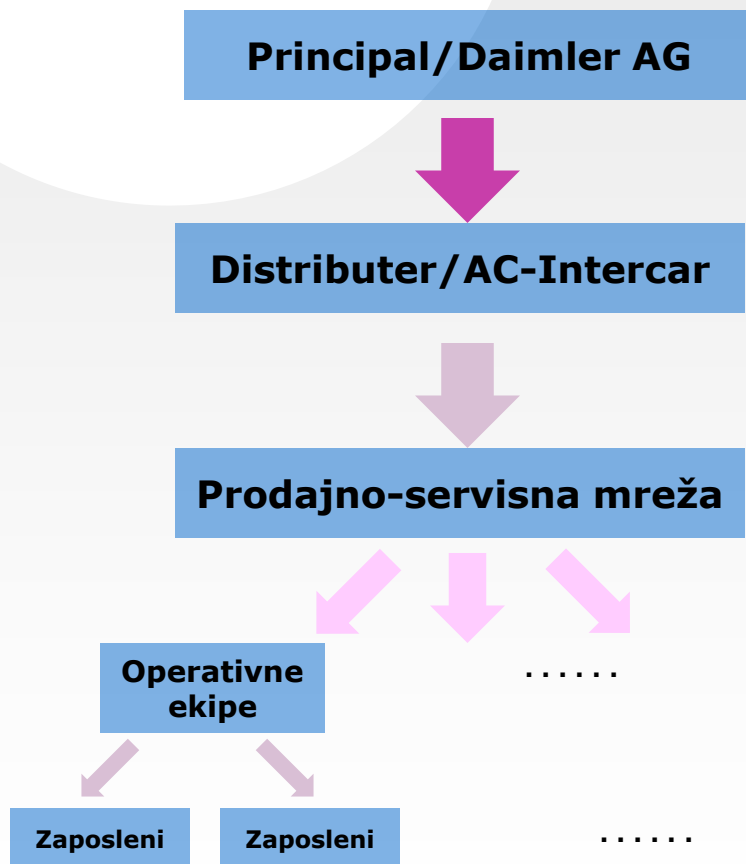
## Podpora pri izvajanju ukrepov in vsakodnevnih aktivnosti – AC-Intercar

- **Pogostejši** medsebojni **stiki**, **operativni** in **motivacijski sestanki**
- Specifična **izobraževanja** za pridobitev ustreznih znanj in veščin
- **Posodabljanje računalniške infrastrukture**
- **Interno komuniciranje** pomena zadovoljstva strank in projekta Zadovoljstvo strank No. 1
- **Poljudno** pripravljene **smernice** za doseganje zadovoljstva strank
- Primeri “**dobrih praks**”
- **Organizacijske spremembe**
- **Stimulativno nagrajevanje**

## Podpora pri izvajanju ukrepov in vsakodnevnih aktivnosti - principal

- **CSI orodja** (postopki za testno vožnjo, klic po opravljenem nakupu / obisku servisa,...)
- **CSI motivacijski – mednarodni – dogodki in srečanja**
  - Prisoten “top management”
  - Primeri “dobrih praks”
- **C-management**
  - Permanentno izobraževanje in organizacijske spremembe
- **Motivacijska tekmovanja v doseganju rezultatov**
  - Vnaprej znani kriteriji in nagrade

# Stimulativno nagrajevanje in doseganja zadovoljstva strank – POGODBENA RAZMERJA



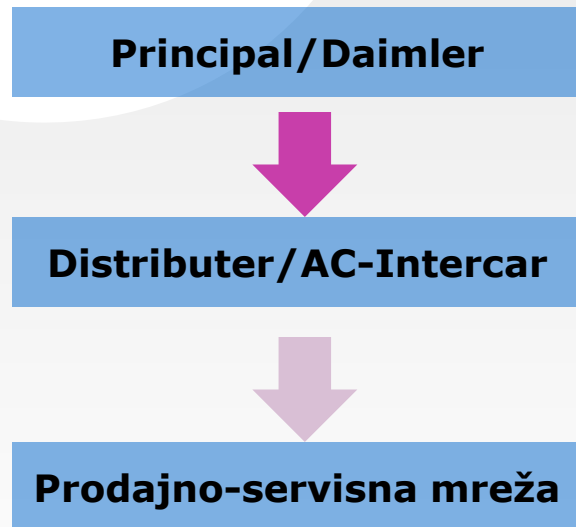
## Pogodbena razmerja

- Definicija potrebnih okvirov in aktivnosti za doseganje zadovoljstva
- Potrebni organizacijski dejavniki
- Potrebni človeški viri
- Potrebna znanja in izobraževalni koncept
- **Sistem nagrajevanja**
  - Osnovna marža
  - Variabilna marža
  - Bonusi

**Jasno in eksplicitno** postavljeni cilji na vseh nivojih → **Ciljni dogovori!**



# Stimulativno nagrajevanje in doseganja zadovoljstva strank – SISTEM NAGRAJEVANJA



## Sistem nagrajevanja

- Osnovna marža
  - Standardi
- Variabilna marža
  - Količine, struktura
  - Tržni delež
  - **CSI**
- Bonusi
  - Ciljno usmerjeni
  - Dodatna stimulacija za doseganje rezultatov – kratkoročna in časovno omejena.

Doseganje ciljev **zadovoljstva CSI** – predstavlja kar **10% celotne marže**, kar je kar **20% variabilne marže!!**



# Stimulativno nagrajevanje in doseganja zadovoljstva strank – SISTEM NAGRAJEVANJA



## Sistem nagrajevanja

- Osnovna marža
- Variabilni del – stimulacija
  - Sistem nagrajevanja
  - Cilji
  - Merjenje rezultatov
  - Doseganje ciljev

Jasno postavljeni **cilji** in sistem merjenja **rezultatov!**





## Sklepna misel

- **Pomen zaposlenih**, ki so v neposrednem stiku s strankami, **narašča**.
- Zaposleni so tisti, ki **lahko predstavljajo konkurenčno prednost** in pomembno **vplivajo na zadovoljstvo in lojalnost strank**.
- Pomembno je, da so zaposleni **visoko usposobljeni in motivirani**.
- Zato.....
  - **ni dovolj**, da zagotovimo rezultate merjenja zadovoljstva strank oz. **zaposlene izpostavimo merjenju**, ampak jih je
  - potrebno tudi **podpreti** preko ustreznega **systema kontinuiranega usposabljanja** (strokovnega, prodajnih in komunikacijskih večin)
  - **motivirati** preko materialnega in nematerialnega sistema **nagrajevanja** in **motiviranja**
  - **ustvarjati klimo jasnega zavedanja pomena zadovoljstva strank v celotni verigi in pri vseh zaposlenih**.



# Hvala za pozornost!

Igor Geršak, igor.gersak@ac-intercar.si

[www.ac-intercar.mercedes-benz.com](http://www.ac-intercar.mercedes-benz.com)

Meta Arh, meta.arh@arhea.si

[www.arhea.si](http://www.arhea.si)

