

III. Работа с запчастями

В-1-1 Демонстрация и реклама аксессуаров

Демонстрация рекламных проспектов с аксессуарами, выставочные стойки с образцами и сезонные рекламные кампании значительно увеличивают объем розничных продаж аксессуаров.

-Показав аксессуары, вы вызовете у клиента желание приобрести их.

В-1-2 Сотрудничество с отделом продаж

Согласованы ли имеющиеся аксессуары и их упаковка с отделом продаж, заинтересован ли отдел продаж в продаже большего количества аксессуаров?

- Объем продаж запчастей и аксессуаров возрастет при сотрудничестве между отделом запчастей и отделом продаж. Заинтересованные сотрудники отдела продаж будут активнее предлагать клиентам приобрести аксессуары.

В-2-1 Чистое помещение отдела запчастей

Следует следить за чистотой и порядком в помещениях отдела запчастей, в том числе и на складах.

- Помещения для хранения запчастей часто посещаются клиентами, желающими приобрести ту или иную деталь для своего автомобиля. Поэтому, на складах всегда должно быть чисто. Иначе у клиентов могут возникнуть сомнения в качестве вашей работы.

В-2-2 Освещение в отделе запчастей

Вся территория отдела запчастей и территория складов должны быть хорошо освещены.

-Правильно выберите освещение, например, установите лампы параллельно полкам с запчастями. Все цифры номеров и сами предметы должны быть четко видны.

В-3-1 Все запчасти должны быть систематизированы

Хранятся ли разные запчасти отдельно друг от друга?

-Создайте план размещения запчастей с указанием номера каждой части склада. Даже новые сотрудники должны быстро находить нужные запчасти.

В-3-2 Организация места хранения

Запчасти должны храниться так, чтобы доступ к ним не был затруднен.

-Запчасти, часто требующиеся в мастерской, должны располагаться как можно ближе к рабочим площадкам.

Желательно расположить их так, чтобы сотруднику не требовалось тянуться за ними, стоя на лестнице или стуле.

В-3-3 Правильная организация места хранения

Все запчасти одного типа и одинаковой формы хранятся совместно. Длинные тонкие запчасти размещаются при хранении вертикально.

-Панели кузова должны при хранении располагаться бок о бок, это уменьшит время на их извлечение. Глушители, капоты и стекла должны ставиться вертикально. Их можно хранить на специальных стойках.

С-1-1 Должностные инструкции

Имеются ли должностные инструкции для менеджеров по запчастям и всех сотрудников, работающих с запчастями?

-Должностные инструкции должны составляться в письменном виде и содержать детальное описание обязанностей сотрудника.

С-1-2 Цели продаж запчастей и отчетность

Дилер должен разрабатывать ежемесячные цели продаж запчастей и аксессуаров, учитывать уровень запаса, данные инвентаризации и период продажи.

-Это поможет отследить ежемесячный объем продаж запчастей и аксессуаров, а также выполнение годового плана.

С-1-3 Продажа запчастей по категориям

Отслеживает ли отдел запчастей продажи по категориям?

- Отдел запчастей должен отслеживать следующие категории продаж: розничную, оптовую, замену запчастей по гарантии, запчасти, оплаченные клиентами.

С-1-4 Дополнительное оборудование

Имеется ли у сотрудников отдела запчастей все необходимое оборудование (каталог в форме карточек или журнала, бюллетени по запчастям, доступ к терминалу дилерской системы)?

- Сотрудники отдела запчастей должны иметь доступ ко всему вышеперечисленному при работе с розничными и оптовыми покупателями.

С-1-5 Потерянный сбыт

Отслеживает ли дилер случаи потерянного сбыта?

- Потерянный сбыт должен отслеживаться. Все сотрудники должны регистрировать случаи потерянного сбыта и фиксировать их в специальной программе или списке.

С-2-1 Инвентаризация

Отдел запчастей ежегодно проводит переучет, проверяя, соответствует ли заявленное количество запчастей имеющемуся в наличии?

-Переучет и инвентаризация позволяют проследить, соответствует ли заявленное количество запчастей количеству запчастей на складе.

С-2-2 Инвентаризация

Отдел запчастей следит за процентом маловостребованных деталей (деталей, не проданных в течение 12 месяцев)?

-Количество неиспользуемых деталей не должно превышать 10%.

С-2-3 Обновление данных

Вскоре после поступления запчастей на склад информация об их количестве должна обновляться.

-Вновь поступившие запчасти нужно пронумеровать в соответствии с правилами хранения. Данные об их количестве должны быть занесены в базу данных.

С-3-1 Обеспечение мастерских запчастями

Отслеживает ли отдел запчастей (или отдел запчастей и сервисного обслуживания) уровень запасов, учитывая как обеспеченность запчастями мастерских, так и количество запчастей, проданных клиентам?

-Обеспеченность мастерских запчастями определяется на основе заказов на запчасти, которые были немедленно переданы в мастерскую. Этот показатель должен определяться еженедельно и соотноситься с целью, определенной дистрибьютором. Менеджер по запчастям должен знать общий уровень запасов.

С-3-2 Изменения в расчетном времени прибытия

Извещает ли отдел запчастей персонал отдела сервисного обслуживания об изменениях в расчетном времени прибытия заказанных запчастей (это нужно для оповещения клиентов)?

- Отдел запчастей (отдел сервисного обслуживания) должен извещать клиентов об изменении расчетного времени прибытия заказанных запчастей.

С-3-3 Количество запчастей на подразделение

Отслеживается ли количество запчастей, проданных определенным подразделением (UIO)?

-Нужно учитывать как общий объем продаж, так и количество продаж по подразделениям (UIO). Это позволит определить, достигнуты ли годовые цели, сохранена ли доля рынка.

С-4-1 Участие в программах

Дилер поддерживает маркетинговую программу, предлагаемую «ТатАЗ» (принимает в ней участие)?

-Поддержка заключается в участии в программе, способствующей увеличению количества клиентов.

С-4-2 Сервисное обслуживание и маркетинг

Используется ли при составлении списка клиентов, охваченных рекламной кампанией, информация отдела сервисного обслуживания?

-Многие компьютерные программы могут составить список клиентов со всеми контактными данными. При рассылке рекламы эти данные могут значительно увеличить эффективность кампании, повысив объем продаж запчастей.

С-4-3 Средства наглядной агитации

Использует ли отдел запчастей средства наглядной агитации для продвижения продаж? Символы, плакаты, стенды?

-Все оригинальные средства наглядной агитации (рекламные плакаты, стенды и т. п.) должны регулярно обновляться.

С-4-4 Исследование уровня рыночных цен

Проводит ли дилер исследования уровня рыночных цен на определенный набор товаров, чтобы определить конкурентоспособность своих товаров?

-Исследование уровня цен у конкурентов, производителей и «серых» дилеров способствует правильному ценообразованию.

D-1-1 Продажа оригинальных запчастей

В отделе запчастей и сервисной службе продаются и используются при ремонте оригинальные запчасти?

-Этот стандарт не относится к шинам, аккумуляторам, разного рода химическим соединениям, маслам и некоторым аксессуарам, не производимым НМС.

D-2-1 Система предварительных заказов

Имеется ли у дилера возможность обрабатывать заказы с помощью специальной системы и передавать их дистрибьютору после устранения всех неточностей?

-Система, позволяющая выработать критерии заказа, значительно повышает эффективность работы с запчастями. Перед отправкой заказа дистрибьютору следует перепроверить его и устранить все неточности.

D-2-2 Разновидности заказов

При размещении заказов следует разделять их на текущие, заказы запчастей первой необходимости, срочные заказы и единичные заказы. При этом заказы на запчасти первой необходимости должны размещаться в первую очередь.

-Эти заказы могут размещаться в разное время или же одновременно.

Спасибо за внимание