

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مراحل اجرایی فرآیند ارزیابی سیستم خدمات فروش شرکت ها و نمایندگی های مجاز فروش خودرو

بر اساس دستورالعمل و نظامات آیین نامه اجرائی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو
موضوع تصویب نامه مورخ ۱۳۹۵/۰۱/۲۸ هیات محترم وزیران

مهر ۹۹

نحوه شکل گیری فرآیند ارزیابی خدمات فروش صنعت خودرو

در سال ۱۳۸۸ و در پی هماهنگی های انجام شده با وزارت صنایع و معادن در خصوص خلاء نظارت بر ضوابط فروش خودرو در کشور و نیز مصوبات کمیته خودرو وزارت صنایع و معادن این واحد با مطالعه و بهینه کاوی از استانداردهای شبکه فروش شرکتهای خودرو ساز مطرح بین المللی و وضعیت شرکتهای عرضه کننده داخلی، ضوابطی را جهت استاندارد سازی شبکه فروش خودرو تدوین و به وزارت صنایع و معادن ارائه نمود. این ضوابط در سال ۸۹ در کمیته نظارت بر مصوبات شورای سیاستگذاری صنعت خودرو با حضور اعضای کمیته و شرکتهای عرضه کننده خودرو مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت با اجماع نظر به شورای سیاست گذاری صنعت خودرو جهت ابلاغ به شرکتهای عرضه کننده خودرو ارائه گردید. در سال ۱۳۹۵ روزرسانی ضوابط فروش توسط کمیته ای متشکل از کارشناسان نیرومحرکه وزارت صنعت، معدن و تجارت، سازمان حمایت از حقوق مصرف کنندگان و شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران انجام گردید و سرانجام در آبان ماه ۱۳۹۵ ابلاغ آن توسط وزیر صنعت، معدن و تجارت صورت پذیرفت.

هدف از تدوین شرایط و ضوابط خدمات فروش

هدف از تدوین اجرای طرح ارزیابی فروش تعیین حداقل سطح کمی و کیفی فرآیندهای فروش شرکت های عرضه کننده خودرو و نمایندگی های مجاز آن و مقایسه وضعیت موجود با حداقل های تعیین شده و بر اساس آن شاخص گذاری و تعیین اهداف کیفی به منظور ارائه خدمات مناسب به مشتریان می باشد.



علل لزوم نظارت بر فرآیند فروش

۱- مشکلات ساختاری فرآیند فروش

- ✓ عدم رعایت دقیق ابلاغیه های شرکت
- ✓ مشخص نبودن ضوابط مدون در مورد حقوق مشتریان در فرآیند فروش خودرو
- ✓ عدم استانداردسازی نمایندگی های فروش به جهت ارائه خدمات یکنواخت در کل شبکه فروش
- ✓ نبود شاخصهای مدون در خصوص کنترل عملکرد فرآیند فروش نمایندگی های مجاز

۲- بازخوردهای مشتریان

شاخصهای مهم فرآیند فروش از دیدگاه مشتریان بر اساس نتایج حاصل از سنجش نظرات مشتریان توسط ISQI عبارتند از:

- | | |
|--|---------------------------------------|
| ۱- بالا بودن قیمت خودرو | ۶- برخورد نامناسب پرسنل |
| ۲- تاخیر در تحویل خودرو | ۷- عدم پرداخت خسارت دیرکرد |
| ۳- وجود ایراد بر روی خودرو در زمان تحویل | ۸- کمبود تنوع محصولات |
| ۴- تاخیر در تحویل مدارک خودرو | ۹- طولانی بودن زمان تحویل خودرو |
| ۵- ضعیف بودن اطلاع رسانی شرایط فروش | ۱۰- خالی بودن باک خودرو در زمان تحویل |



منابع تدوین دستورالعمل خدمات فروش

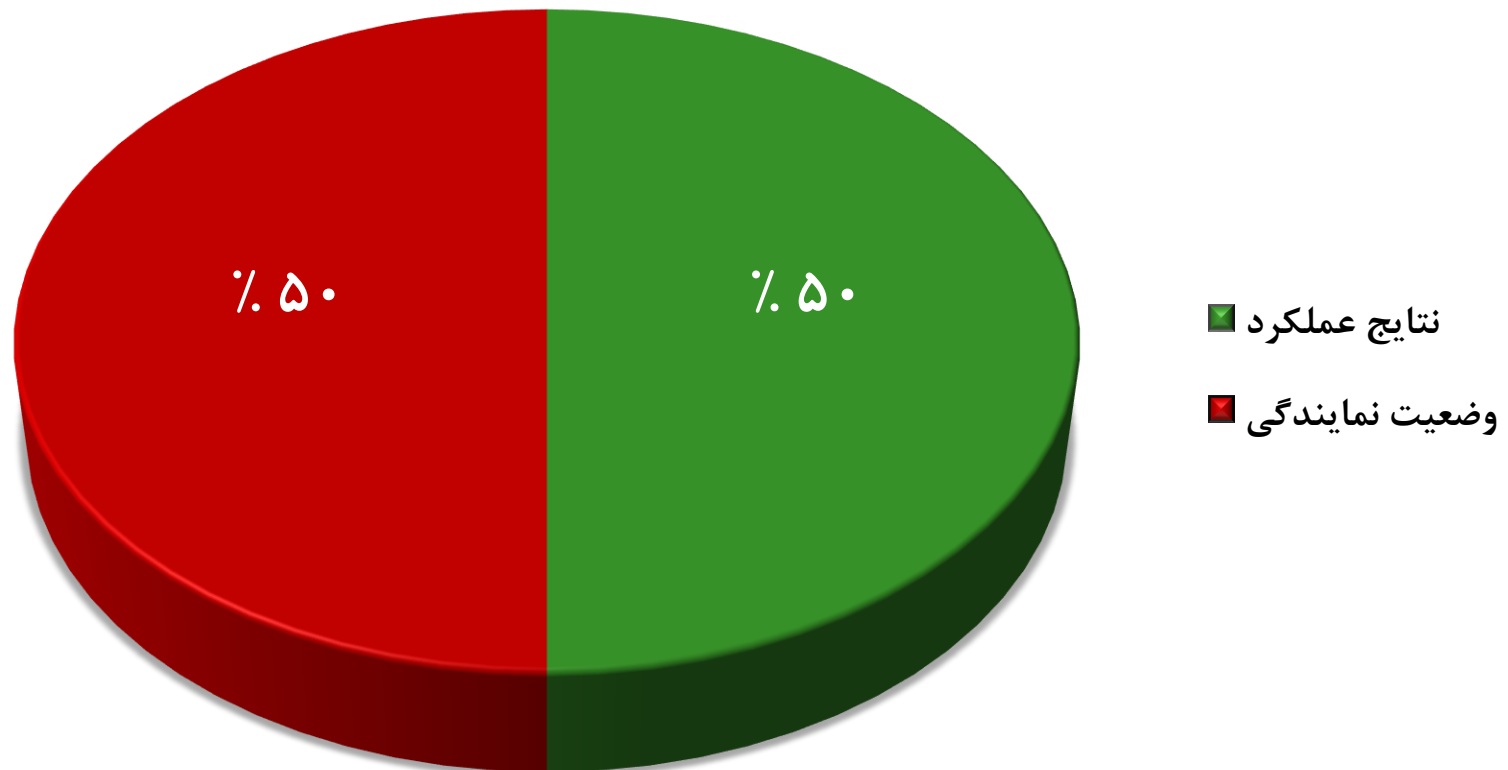
- دستورالعمل شرایط و ضوابط خدمات پس از فروش صنعت خودرو بازنگری ۴ اسفند ماه ۱۳۹۳
- استانداردهای شبکه فروش و خدمات پس از فروش شرکت ایران خودرو
- استاندارد شبکه فروش و خدمات پس از فروش شرکت سایپا دیزل
- استاندارد نمایندگی های فروش و خدمات پس از فروش شرکت مرسدس بنز
- ضوابط عمومی پذیرش نمایندگی های فروش شرکت رنو
- مصوبات کمیته خودرو وزارت صنایع و معادن در خصوص فروش (پیش فروش و فروش فوری)
- روش اجرایی اندازه گیری رضایت مشتریان صنعت خودرو مصوب شورای سیاستگذاری خودرو
- نیازسنجی های انجام شده از مشتریان شرکت های عرضه کننده خودرو
- مدل تعالی سازمانی EFQM



دستاوردها و نتایج مورد انتظار از اجرای فرآیند ارزیابی خدمات فروش

- ایجاد اهرم نظارتی و بازوی اجرایی برای برآورده سازی انتظارات مشتریان
- ایجاد زیرساختها و بستر سازی مناسب جهت آشنایی بیشتر مشتریان نسبت به حقوق خود و الزامات قانونی
- ایجاد معیاری جهت مقایسه وضعیت نمایندگی ها با یکدیگر و الگوبرداری و بهینه کاوی از روشهای موفق تر
- ایجاد یکسان سازی در ساختارهای کلی فرآیند فروش خودرو
- ایجاد شرایطی برای نظام مند کردن نمایندگان فروش خودرو
- انجام اقدامات اصلاحی کمی و کیفی توسط واحد های خدماتی با توجه الزامات دستورالعمل
- ایجاد مقیاسی جهت بررسی تغییرات سطح کمی و کیفی خدمات تعمیرگاهها
- سهولت در تصمیم گیری و سیاست گذاری با استفاده از شاخصهای کمی حاصل از عملکرد تعمیرگاههای مجاز تحت پوشش آنها
- رتبه بندی نمایندگان فروش و ایجاد فضای رقابتی، در نتیجه افزایش نسبی سطح کیفی خدمات فروش
- استاندارد سازی شرایط فیزیکی نمایندگی های فروش
- آشنایی بیشتر مشتریان با حقوق خود و کاهش سردرگمی در زمینه احقاق حقوق مشتریان

شاخص های ارزیابی فرآیند فروش نمایندگی های مجاز



جدول شاخصهای ارزیابی کلی فرآیند فروش نمایندگی های مجاز فروش

شاخص	ضریب وزنی	زیر شاخص	عوامل	امتیاز
وضعیت نمایندگی	۵۰٪	نیروی انسانی	آموزش و مهارت	۳۰
			تعدد و شرایط	
		امکانات و تجهیزات عمومی	تجهیزات اداری و رفاهی	۱۵
			تجهیزات PDS	
		فضای فیزیکی	روشنایی	۱۰
			محل های الزامی	
		آراستگی و ایمنی	مستندات	۱۰
			تابلوها	
			ایمنی	
			نظافت و تمیزی	
عملکرد نتیجه	۵۰٪	فرآیندهای فروش	کارکنان	۳۵
			بازاریابی	
			فروش	
			PDS و تحویل خودرو	
		رضایت مندی	بررسی شکایت مشتری	۶۰
			نتایج ادراکی	
		جمع	نتایج عملکردی	۴۰
			جمع	
		جمع		۱۰۰
		جمع		۱۰۰

شاخص های ارزیابی خدمات فروش نمایندگی های مجاز فروش

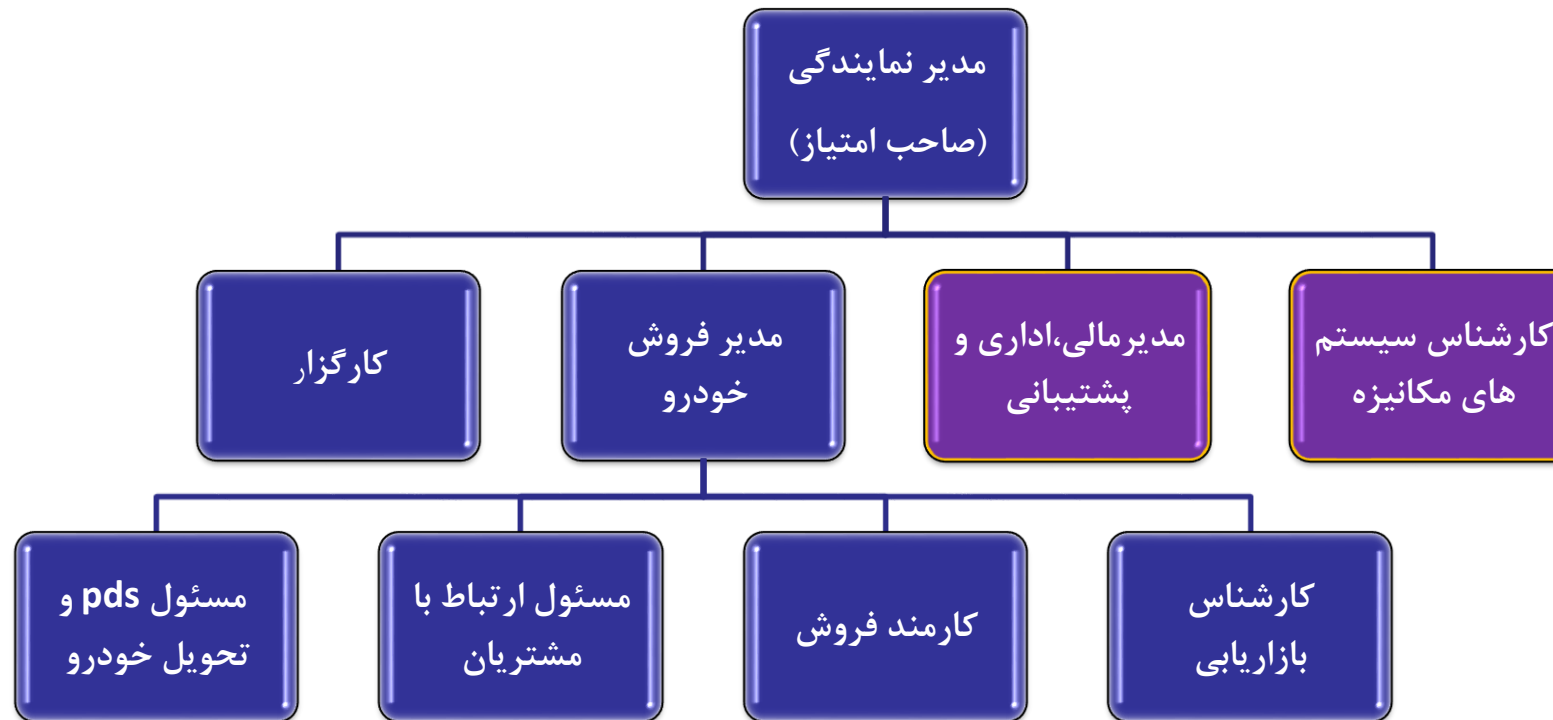
بر اساس امتیازات کسب شده رتبه نمایندگی های مجاز فروش مطابق جدول ذیل محاسبه و اعلام خواهد شد.

رتبه		امتیاز کل (A)	امتیاز زیر شاخص ها	
			وضعیت نمایندگی	نتیجه عملکرد
ممتاز*	★★★★★	$95 \leq A \leq 100$	حداقل ۹۰ درصد	حداقل ۹۰ درصد
یک	★★★★☆	$85 \leq A \leq 95$	حداقل ۸۰ درصد	حداقل ۷۵ درصد
دو	★★★☆☆	$70 \leq A < 85$	حداقل ۷۰ درصد	حداقل ۶۵ درصد
سه	★★☆☆☆	$55 \leq A < 70$	حداقل ۶۰ درصد	حداقل ۵۵ درصد
مردود	☆☆☆☆	$A < 55$	پایین تر از ۶۰ درصد	پایین تر از ۵۵ درصد

تبصره

چنانچه امتیاز کلی یک نمایندگی در محدوده یکی از رتبه های ۱ و ۲ قرار گرفت، لیکن امتیاز زیر شاخص ها در آن نمایندگی به حد تعریف شده رتبه مورد نظر نبود، حداکثر یک رتبه تنزل جهت آن نمایندگی منظور خواهد شد.

ساختار سازمانی نمایندگی های خدمات فروش



- پست کارشناس سیستم های مکانیزه و مدیر مالی، اداری و پشتیبانی در نمایندگی اختیاری میباشد.
- چنانچه میزان فروش نمایندگی کمتر از ۱۰۰ خودرو باشد، وجود افرادی مستقل در سمت های کارشناس بازاریابی، مسئول ارتباط با مشتریان و کارمند فروش اختیاری میباشد.
- چنانچه فروش نمایندگی در سال کمتر از ۲۴ خودرو باشد پست کارگزار میتواند با یکی از پرسنل نمایندگی مشترک باشد.

جدول نیروی انسانی مورد نیاز نمایندگی های خدمات فروش

تعداد فروش خودرو در سال(S)			سمت	ردیف
1100< S	600< S <=1100	S<=600		
۱ نفر			مدیر نمایندگی	۱
۱ نفر		۱ نفر	مدیر فروش	۲
به ازای اضافه شدن فروش هر ۱۱۰۰ دستگاه خودرو یک نفر اضافه می شود			کارمند فروش	۳
۱ نفر			مسئول ارتباط با مشتریان	۴
۱ نفر			کارشناس بازاریابی	۵
۱ نفر			مسئول PDS و تحویل خودرو	۶
۱ نفر			کارگزار	۷
-	۴		جمع نفرات	

شرایط احراز کارکنان نمایندگی های مجاز فروش (مدیر نمایندگی)

■ سوابق تحصیلی و کاری

- ☐ لیسانس و بالاتر با ۳ سال سابقه کار
- ☐ فوق دیپلم با ۵ سال سابقه کار
- ☐ دیپلم با ۷ سال سابقه کار

■ دوره های آموزشی

- ☐ مدیریت نمایندگی و رفتار سازمانی
- ☐ مشتری مداری و مهارت های ارتباطی
- ☐ اصول بازاریابی و فروش
- ☐ اصول سرپرستی
- ☐ برنامه ریزی استراتژیک
- ☐ آشنایی با محصولات
- ☐ آشنایی با آخرین ویرایش الزامات سیستم مدیریت کیفیت ISO 9001:2015
- ☐ آشنایی با آخرین ویرایش دستورالعمل شرایط، ضوابط و ارزیابی فروش

شرایط احراز کارکنان نمایندگی های مجاز فروش (کارشناس بازاریابی)

▪ سوابق تحصیلی و کاری

☐ لیسانس و بالاتر با حداقل ۴ سال سابقه کار

☐ فوق دیپلم با حداقل ۵ سال سابقه کار

▪ دوره های آموزشی

☐ مشتری مداری و مهارت های ارتباطی

☐ مدیریت رفتار سازمانی ، کار تیمی (DISC) ، اصول و فنون مذاکره

☐ آشنایی با مفاهیم بازاریابی و نشان تجاری ، مهارت های فروش

☐ معرفی محصولات و کانال های ارتباطی

☐ ارتباطات و تبلیغات

شرایط احراز کارکنان نمایندگی های مجاز فروش (مدیر فروش)

▪ سوابق تحصیلی و کاری

- ☐ لیسانس با حداقل ۴ سال سابقه کار
- ☐ فوق دیپلم با حداقل ۵ سال سابقه کار
- ☐ دیپلم با حداقل ۶ سال سابقه کار

▪ دوره های آموزشی

- ☐ مشتری مداری و مهارت های ارتباطی ، کار تیمی ، نظام آراستگی
- ☐ مدیریت رفتار سازمانی
- ☐ آشنایی با مفاهیم شاخص رضایت مشتری (CSI)،
- ☐ مدیریت فروش ، آشنایی با سیستم های فروش و فروش اینترنتی ، آشنایی با مفاهیم بازاریابی و نشان تجاری
- ☐ اصول و فنون مذاکره ، معرفی محصولات و کانال های ارتباطی
- ☐ آشنایی با فرایند های قیمت گذاری و فروش ، آشنایی با فرایند تخصیص پلاک و pds و handover
- ☐ مدیریت کسب و کار

شرایط احراز کارکنان نمایندگی های مجاز فروش (کارمند فروش)

■ سوابق تحصیلی و کاری

☐ لیسانس با حداقل ۲ سال سابقه کار

☐ فوق دیپلم با حداقل ۳ سال سابقه کار

■ دوره های آموزشی

☐ گزارش نویسی

☐ مشتری مداری و مهارت های ارتباطی

☐ کار تیمی، نظام آراستگی، مدیریت رفتار سازمانی، آشنایی با مفاهیم شاخص رضایت مشتری (CSI)

☐ روش های حفظ و نگهداری اسناد و مدارک، مدیریت فروش ، آشنایی با سیستم های فروش و فروش اینترنتی

☐ آشنایی با مفاهیم بازاریابی و نشان تجاری، روابط عمومی اثربخش، اصول و فنون مذاکره

☐ معرفی محصولات و کانال های ارتباطی، ارتباطات و تبلیغات

☐ آشنایی با فرایندهای قیمت گذاری و فروش ، آشنایی با فرآیند تخصیص پلاک و pds و handover

☐ مدیریت کسب و کار

شرایط احراز کارکنان نمایندگی های مجاز فروش (مسئول ارتباط با مشتریان)

▪ سوابق تحصیلی و کاری

☐ لیسانس با ۵ سال سابقه کار

☐ فوق دیپلم با ۶ سال سابقه کار

☐ دیپلم با ۷ سال سابقه کار

▪ دوره های آموزشی

☐ مشتری مداری مهارت های ارتباطی

☐ نظام آراستگی، مدیریت رفتار سازمانی، کار تیمی (Disc)

☐ اصول و فنون مذاکره

☐ آشنایی با آخرین ویرایش استاندارد ISO 10002 , ISO 10004

☐ معرفی محصولات و کانال های ارتباطی

شرایط احراز کارکنان نمایندگی های مجاز فروش (مسئول تحویل خودرو و PDS)

- سوابق تحصیلی و کاری
 - ☐ دیپلم فنی و یا بالاتر با حداقل ۲ سال سابقه کار
- دوره های آموزشی
 - ☐ نظام آراستگی
 - ☐ کار تیمی (Disc)
 - ☐ مهارت های ارتباطی
 - ☐ آشنایی با فرآیند تخصیص پلاک و آماده سازی خودرو قبل از تحویل (PDS & Handover)

شرایط احراز کارکنان نمایندگی های مجاز فروش (کارگزار)

▪ سوابق تحصیلی و کاری

☐ حداقل دیپلم با ۳ سال سابقه کار

▪ دوره های آموزشی

☐ آشنایی با محصولات و مبانی خودرو

☐ مشتری مداری

☐ آشنایی با سیستم های فروش

- کارگزار می تواند در چند نمایندگی بصورت مشترک فعالیت نماید.
- جهت ثبت سوابق کارگزار ارائه بیمه یا قرارداد محضری الزام میباشد.
- جهت ثبت پرسنل کارگزار ارائه نام کارگزار از سوی شرکت الزامی میباشد.. در این صورت میتوان آموزش کارگزار را حتی بدون داشتن بیمه و قرارداد محضری ثبت کرد.
- در صورتی که فروش سالیانه نمایندگی کمتر از ۲۴ عدد در سال میباشد پست کارگزار میتواند با پست دیگر مشترک معرفی گردد.

شرایط احراز کارکنان نمایندگی های مجاز فروش (مسئول مالی، اداری و پشتیبانی)

▪ سوابق تحصیلی و کاری

☐ دیپلم و یا بالاتر با ۳ سال سابقه کار

▪ دوره های آموزشی

☐ آشنایی با محصولات و مبانی خودرو

☐ کار تیمی

توجه:

جهت ارائه سوابق شغلی نمایندگی میبایست نسبت به ارائه مستندات از سایت تامین اجتماعی اقدام نماید.

جهت ارائه مدارک آموزشی فقط اصل مدرک و یا سایت معتبر شرکت عرضه کننده مورد تایید می باشد.

در خصوص مدارک تحصیلی اصل و یا کپی برابر اصل مدرک (با رعایت شرایط) مورد نظر می باشد.

نحوه امتیاز دهی این بخش به ازای تعداد نفرات تعیین شده به ازای ضرایب جدول زیر تعیین می گردد.

ردیف	سمت	ضریب
۱	مدیر نمایندگی	۳
۲	کارشناس بازاریابی	۲
۳	مدیر / مسئول فروش خودرو	۲
۴	مسئول ارتباط با مشتری	۲
۵	کارمند فروش	۱,۵
۶	مسئول PDS	۱
۷	کارگزار	۱

امکانات و تجهیزات

ردیف	شرح
۱	رایانه (برای هر مسئول فروش و سیستم های مکانیزه یک رایانه)
۲	میز و صندلی و مبلمان ویژه مشتریان
۳	دستگاه کپی و فکس و پرینتر و اسکنر و پنل SMS
۴	دستگاه دوکاره (آب سرد و گرم) به همراه لیوان یکبارمصرف
۵	ملزومات پذیرایی
۶	سیستم تهویه مطبوع مناسب (سرمایش و گرمایش)
۷	سیستم نرم افزاری فروش ارتباطی با شرکت
۸	خط تلفن ویژه فروش
۹	میز عقد قرارداد و مشاوران
۱۰	اینترنت پرسرعت ^(۳)
۱۱	تابلو معرفی جایگاه فروش و نمایشگاه
۱۲	دوربین مدار بسته

شرایط پذیرش امکانات و تجهیزات

رایانه : رایانه های موجود میبایست دارای کد کاربری باشند. (کد کاربری فروش ملاک می باشد)

مبلمان ویژه مشتریان فروش میتواند از نوع رفاهی و یا معمولی باشد. امتیاز صندلی معمولی به میزان ۵۰٪ امتیاز این حوزه می باشد.

دستگاه کپی، فکس، پرینتر و اسکنر می تواند توسط یک دستگاه چند کاره تامین گردد. (محل قرارگیری تجهیزات می بایست در قسمت اداری فروش باشد)

پنل SMS می بایست دارای قابلیت ارسال و دریافت پیامک باشد

دستگاه آب سرد و گرم می بایست همراه با لیوان یکبار مصرف در قسمت فروش قرارداداشته باشد.

ملزومات پذیرایی میتواند شامل : چای، نسکافه، بیسکویت، شکلات و ... باشد.

سیستم سرمایش و گرمایش می بایست دارای قابلیت کنترل دمایی باشد. و کلیه فضای اداری و مشتریان فروش را پوشش دهد.

خط تلفن ویژه فروش : به ازای هر مسئول فروش میبایست یک دستگاه تلفن مجزا وجود داشته باشد.

میز عقد قرارداد و مشاوره : می بایست متناسب با ارتفاع صندلی این بخش و مطابق با استاندارد شرکت عرضه کننده باشد.

شرایط پذیرش امکانات و تجهیزات

سرعت اینترنت : حداقل سرعت اینترنت می بایست برای ارسال و دانلود چهار مگابیت بر ثانیه باشد.

تابلو معرفی فروش و نمایشگاه : منظور از تابلو نمایشگاه همان تابلو اصلی سردر با نور و قابلیت دید مناسب در شب می باشد. و

تابلو معرفی جایگاه فروش نیز میبایست مطابق استاندارد شرکت عرضه کننده و در دید مشتریان باشد.

دوربین مدار بسته : دوربین مدار بسته میبایست در محل اداری فروش، نمایشگاه و پارکینگ فروش و محل PDS با پوشش کافی و

قابلیت ذخیره و نگهداری تصاویر به مدت حداقل ۳۰ روز وجود داشته باشد.

مطابق با دستورالعمل شرایط و ضوابط فروش، وجود فرآیند PDS در نمایندگی های مجاز فروش الزامی می باشد. ولی چنانچه اقدامات مرتبط با بررسی های فنی خودرو توسط شرکت عرضه کننده انجام پذیرد نمایندگی نیاز به ارائه تجهیزات و مستندات بررسی در حوزه فنی نخواهد داشت. لازم به ذکر است بررسی سایر موارد این بخش بر عهده نمایندگی خواهد بود.

ردیف	تجهیزات	کالیبراسیون	تعمیرات و نگهداری
۱	ترکمتر	✓	
۲	دستگاه شارژ باتری	-	-
۳	مولتی متر	✓	-
۴	دستگاه عیب یاب	-	-
۵	دستگاه تست، عملکرد و شارژ کولر	✓	✓
۶	دستگاه تنظیم نور چراغ های جلو	-	-
۷	دستگاه میزان فرمان کامپیوتری	✓	✓
۸	دستگاه بالانس چرخ	✓	✓
۹	دستگاه آنالیز پنج گاز	✓	--
۱۰	دستگاه نشت یاب CNG	-	-
۱۱	جک دوسطونه یا چهار ستونه	-	✓

شرایط پذیرش امکانات و تجهیزات

- سابقه و کالیبراسیون برای ترکمتر به مدت ۱۲ ماه و برای سایر تجهیزات (سوخت سنج ، میزان فرمان ، مولتی متر ، بالانس ، شارژ کاز کولر) به مدت ۲۴ ماه مورد قبول میباشد .
- وجود درج نتیجه در انتهای گواهی کالیبراسیون الزامی میباشد . چنانچه جدول نتایج کالیبراسیون به گونه ای باشد که سالم بودن تجهیز قابل تشخیص باشد نیز قابل قبول است.
- جهت پذیرش کالیبراسیون تایید صلاحیت شرکت کالیبره کننده ، وجود برچسب روی دستگاه و وجود اصل گواهینامه الزامی میباشد .

فضاهای ستادی، اداری، پارکینگ و pds

تعداد فروش	محل	$S \leq 600$	$600 < s \leq 1100$	$1100 < s$
محل انتظار و استراحت مشتری	۱۵ (مترمربع)	۲۵ (مترمربع)	۳۵ (مترمربع)	
محل عقد قرارداد و امور اداری	۲۰ (مترمربع)	۳۰ (مترمربع)	۴۰ (مترمربع)	
نمایشگاه	حداقل ۱۲۰ متر			
فضای pds	به ازای هر ۱۱۰۰ دستگاه فروش (۲۸ مترمربع)			
پارکینگ خودرو فروش	به تعداد متوسط فروش روزانه (۲,۲×۵) هر خودرو			
پارکینگ ویژه مشتریان فروش (تشویقی)	حداقل ۳ فضا هر کدام ۱۱ مترمربع			
تعداد صندلی مشتریان	۴	۶	۱۰	

محل	شدت نور لازم
نمایشگاه خودرو	500-650 lux/m ²

محل پارک خودروهای نو میبایست از خودروهای آماده تحویل تفکیک و به وسیله تابلو مشخص شده باشد

ردیف	شرح	ضریب
۱	نمایشگاه خودرو	۴
۲	پارکینگ خودرو	۲
۳	محل فعالیت PDS	۲
۴	محل انتظار و استراحت مشتری	۱
۵	محل عقد قرارداد	۱

در خصوص متراژ فضای PDS چنانچه کمتر از ۸۰ درصد میزان تعیین شده باشد به آن امتیازی تعلق نخواهد گرفت.

الزامات محیطی

الزامات محیطی

نمایشگاه: نمای بیرونی شیشه سکوریت و غیر رفلکس بوده بطوریکه داخل نمایشگاه از بیرون در روز و شب قابل

رویت بوده و مانعی جهت دید بیرونی مشتریان نیز وجود نداشته باشد.

کف نمایشگاه می بایست مطابق با استاندارد شرکت و از جنس سنگ و یا سرامیک براق باشد.

برندوال: مطابق با استاندارد شرکت عرضه کننده (ابعاد و رنگ) در محل دید مشتری در نمایشگاه وجود داشته

باشد. (تشویقی)

محل خودرو ویژه: این محل میبایست دارای وجه تمایز از سایر فضاهای نمایشگاه باشد. این تمایز می تواند شامل:

اختلاف سطح، رنگ و نورپردازی متفاوت از سایر فضاها باشد. خودرو ویژه میتواند جدیدترین و یا لوکس ترین

خودرویی باشد که در یک سال گذشته برای مشتریان عرضه شده است. (تشویقی)

الزامات محیطی

تابلو معرفی فروش و نمایشگاه : منظور از تابلو نمایشگاه همان تابلو اصلی سردر با قابلیت دید مناسب در شب می

باشد. و تابلو معرفی جایگاه فروش نیز میبایست مطابق استاندارد شرکت عرضه کننده باشد.

دوربین مدار بسته : دوربین مدار بسته میبایست در محل اداری فروش، نمایشگاه، پارکینگ فروش و محل PDS با

پوشش کافی و قابلیت ذخیره و نگهداری تصاویر به مدت حداقل ۳۰ روز وجود داشته باشد.

تابلوها

تابلوهای راهنمای فعالیت ها و مکان های مختلف نمایندگی مشخص و در معرض دید مشتریان نصب شده باشد. این تابلوها باید به نحوی باشد که در زمان ورود مشتری به نمایندگی قابل رویت باشند.

ردیف	نام تابلو	شرایط
۱	تابلو اصلی نمایندگی (فروش)	مطابق با الزامات شرکت عرضه کننده / واسطه خدمات فروش
۲	محل نمایشگاه	
۳	محل انتظار مشتریان	
۴	مدیریت، حسابداری، مالی، صندوق	
۵	محل تحویل خودرو	
۶	پارکینگ خودروهای نو	
۷	فروش خودرو (اداری)	
۸	تابلوهای راهنما (به سمت پارکینگ مشتری و نمایشگاه)	
۹	ارتباط با مشتریان (فروش)	
۱۰	ساعات کاری (در محل دید مشتریان داخل و خارج نمایندگی)	
۱۱	پارکینگ خودروی مشتری	
۱۲	کلیه تابلوهای ایمنی (خروج اضطراری، برق گرفتگی و ...)	مطابق با الزامات قانونی تابلوهای ایمنی

نظام آراستگی

- کلیه افراد میبایست دارای پرونده پرسنلی شامل مدارک شناسایی، سوابق شغلی، سوابق تحصیلی و سوابق آموزشی باشند.
- پلاکارد رومیزی کارکنان فروش (نام و پست سازمانی کارکنان) به همراه پست سازمانی آنها در همه جا مطابق استاندارد شرکت قرار گرفته باشد.
- کلیه پرونده مشتریان مانند فروش، انصراف از خرید، صلح نامه، قرارداد و ... میبایست تا زمان تحویل به تفکیک و در محل نمایندگی موجود باشد.
- ملزومات موجود در نمایشگاه میبایست مطابق استاندارد شرکت عرضه کننده می باشد. (شامل صندلی ها، میز، لباس و اتیکت شناسایی کارکنان و ...) تبصره: در صورت عدم اعلام استاندارد سازی از سوی شرکت نمایندگی می تواند یکسان سازی این حوزه خود انجام دهد، در این صورت امتیاز این حوزه تا ۵۰ درصد تعلق خواهد گرفت
- کلیه دستورالعمل ها، بخش نامه ها و اطلاعیه های فروش میبایست موجود و در دسترس باشد.
- کف پارکینگ خودرو نو میبایست به نحوی باشد که علاوه بر خط کشی در زمان تردد خودرو گرد و غبار ایجاد نگردد. (پارکینگ مسقف الزامی نمی باشد)

رفاه مشتری

- محل انتظار مشتری باید دارای صندلی جهت استراحت مشتریان باشد. (صندلی میبایست مطابق با استاندارد اعلامی شده از سوی شرکت باشد).
- محل انتظار مشتری می بایست دارای سیستم گرمایش و سرمایش مناسب باشد.
- نمایندگی میبایست امکانات رفاهی که شامل سرویس بهداشتی مجزا آقایان و بانوان (تشویقی)، نمایشگر با امکان نمایش تبلیغات خودرو و دستگاه آب سرد و گرم برای مشتریان ایجاد نماید.
- نمایندگی میتواند شرایطی را جهت پخش موزیک در فضاهای استراحت و انتظار مشتری فراهم کند . لیکن با توجه به شرایط کرونا پذیرایی در ارزیابی مورد بررسی قرار نمیگیرد.
- بروشور و کاتالوگ کلیه محصولات در حال عرضه و فروش می بایست در دسترس مشتریان قرار گرفته باشد.

ایمنی

- کلیه فضاهاى مرتبط با فروش میبایست دارای سیستمی جهت اعلام و اطفاء حریق باشند.
- نمایندگی می بایست ریسک های ناشی از خطرات کار با دستگاهها و تجهیزات مرتبط با PDS را شناسایی نموده و طریقه پیشگیری از خطر را به صورت بصری و یا مکتوب به اطلاع کارکنان برساند و برای کاهش احتمال وقوع خطر اقدامات لازم را نیز اجرا نماید.
- جعبه کمک های اولیه (محلول ضد عفونی کننده، گاز استریل، باند استریل، چسب زخم، قیچی، پماد سوختگی، پنبه استریل) میبایست موجود و در دسترس باشد.
- بالابر ها می بایست مجهز به سیستم جلوگیری از حرکت در زمان وجود وزن بالاتر از توان جک باشند.

ایمنی

کپسول آتش نشانی با شرایط زیر و همراه با نحوه استفاده میبایست در محل پارکینگ، ستادی و انبار، نمایشگاه، تحویل خودرو نصب باشد:

- حداکثر فاصله از یکدیگر میبایست ۲۳ متر باشد
- نزدیک به ورودی ها و خروجی ها باشد.
- حداکثر در فاصله ۱,۵ متری از سطح زمین نصب گردد
- به راحتی قابل دیدن باشد
- از تاریخ شارژ بیش از یکسال نگذشته باشد.
- مانومتر بر روی رنگ سبز باشد.

وجود کپسول های اطفای پودری و کپسول CO2 در محل PDS و کپسول CO2 در محل نمایشگاه الزامیست.

نماینده میبایست محل تجمع ایمن کارکنان در زمان وقوع حوادث طبیعی نظیر زلزله را شناسایی و مشخص نماید.

(در صورت وجود کپسول پودری نیازی به وجود کپسول CO2 نمیباشد)

فرآیندها

۱. فرآیندهای مرتبط با بازاریابی
۲. فرآیندهای مرتبط با فروش خودرو
۳. فرآیند دریافت و تحویل خودرو
۴. فرآیند رسیدگی به شکایات و نظرسنجی مشتریان

۱. فرآیندهای مرتبط با بازاریابی

✓ اطلاع رسانی و مذاکره با مشتری

✓ تبلیغات

✓ حفظ و توسعه بازار

اطلاع رسانی و مذاکره با مشتری

- آیا نمایندگی بخشنامه های فروش جدید را که نیاز به اطلاع رسانی به مشتری باشد، به نحو مقتضی و به روش مناسب انجام داده است؟
- آیا پرسنل فروش و یا بازاریابی در خصوص موارد زیر اطلاعات کاملی دارد؟
 - قیمت
 - مشخصات فنی و آپشن ها
 - شرایط فروش
 - لوازم جانبی خودرو
 - شرایط گارانتی

تبلیغات

- آیا نمایندگی براساس برنامه ی فروش خود ، اقدام به تدوین تبلیغات مطابق الزمات اداره فروش منطقه مربوطه نموده است؟
- نمایندگی جهت ایجاد فضای رقابتی میتواند از تحویل خودرو به همراه خدمات ویژه و یا اعطای امتیاز خاص به مشتری استفاده مینماید. (تشویقی)
- خودروهای موجود در نمایشگاه (خودروهای جدید یکسال اخیر) دارای تابلوی فوم پلاک خودرو مطابق استاندارد شرکت باشد. تابلوی فوم پلاک خودرو، نشان دهنده نام خودرو (لوگوی اختصاصی) بوده که با ابعاد مشخص توسط شرکت مادر طراحی شده و در اختیار عاملیت قرار می گیرد. تابلو فوم ها، باید در محل نصب پلاک های جلو و عقب خودرو، نصب گردند

تبلیغات

- هر مدل خودرو در نمایندگی و در محل نمایش خودرو وجود یک عدد استند مشخصات محصول با توجه به آخرین تغییرات الزامی است.
- همچنین آلبوم رنگ و آپشن های (تودوزی، رنگ و...) میتواند به تفکیک خودرو و مدل آن مطابق با استاندارد شرکت عرضه کننده وجود داشته و در دسترس مشتریان قرار گیرد. (تشویقی)
- هیچگونه خودروی غیر شرکتی در محل نمایشگاه وجود نداشته باشد.
- چیدمان خودروها باید به گونه ای باشد که در هنگام ورود مشتری به نمایشگاه، خودروها قابل رویت بوده، امکان باز شدن در خودرو و بازدید از نزدیک نیز برای مشتریان فراهم باشد.
- آیا بانک اطلاعات و تماس، شامل مشخصات مشتریان (نام نام خانوادگی، نوع خودرو، شماره تماس، کد ملی) ایجاد شده است؟

تبلیغات

- نمایندگی براساس برنامه فروش خود از ابزارهایی مانند چاپ تراکت، بروشور، کاتالوگ، آگهی (روزنامه ، تلویزیون و ...)، ارسال پیامک و نصب بیلبرد جهت تبلیغات میتواند استفاده کند.
- بروشورها باید در داخل یونیت بروشور (قفسه هایی جهت نگهداری کاتالوگ و بروشور) و به تناسب فروش سالیانه موجود بوده و در نزدیکی قسمت پذیرش و انتظار مشتریان در دسترس قرار گیرد.
- تجهیزات سمعی و بصری (دارای اندازه حداقل ۲۹ اینچ) به منظور نمایش امکانات و مشخصات کلیه خودروها جهت اطلاع رسانی بهتر روش های فروش و مراحل ثبت نام ، میبایست در نمایشگاه و در محل انتظار و استراحت مشتری موجود باشد.

تبلیغات ، حفظ و توسعه بازار

- آیا مکانیزم پیشنهادات و ثبت نظرات مشتریان در رابطه با کیفیت ، آپشن ، رنگ و سایر موارد وجود دارد؟
- آیا سوابق براساس تنوع و فراوانی دسته بندی می گردد ؟
- آیا نتایج فوق به معاونت بازاریابی و فروش شرکت ارسال گردد ؟
- آیا بانک اطلاعاتی از مشتریان بخش فروش نمایندگی موجود بوده و به روز میگردد؟

۲. فرآیندهای فروش

- ✓ ثبت نام
- ✓ تحویل دعوت نامه
- ✓ انصراف از خرید خودرو
- ✓ تبدیل
- ✓ صلح نامه یا انتقال تعهد
- ✓ ابطال
- ✓ فک رهن

ثبت نام خودرو

آیا رویه کلی ثبت نام در نمایندگی رعایت میشود و مسئول فروش به طور کامل از مراحل مختلف قرار داد و مراحل ثبت نام جهت پیگیری از طریق سیستم و سایت شرکت آگاهی دارد ؟

- دستورالعمل ثبت نام مطابق با آخرین ویرایش در نمایندگی موجود و مسئول فروش آگاهی لازم از مراحل مختلف ثبت نام را داشته باشد.
- اطلاع رسانی شرایط فروش از طریق نصب بر روی برد اصلی ، پیامک، شبکه های اجتماعی و یا تماس تلفنی صورت پذیرد.
- دریافت وجه قبل از انعقاد قرارداد مجاز نمیباشد.

تحويل دعوتنامه

• نمایندگی از چه ابزارها و روش هایی برای آگاهی از دعوت نامه های صادر شده استفاده میکند؟

روشهای اطلاع رسانی دعوتنامه به مشتریان :

۱- سیستم هوشمند از طریق شرکت

۲- سیستم داخلی نمایندگی (پست ، پیامک ، تماس ، شبکه های اجتماعی)

دعوتنامه های فوق باید در زمان مناسب (حداکثر ۴۸ ساعت) اطلاع رسانی شود .

آیا کلیه موارد مربوط به رویه مراحل انصراف در نمایندگی رعایت میشود؟

- دستورالعمل انصراف مطابق با آخرین ویرایش و آخرین بخشنامه ها در نمایندگی موجود و ومسئول فروش نسبت به آن آگاهی داشته باشد .
- زمانی که مشتری خواهان فسخ قرارداد خود با شرکت می باشد، از علت انصراف و دلایل وی مطلع، توضیحات کاملی در خصوص سود انصراف ودیعه، نحوه و زمان استرداد وجه به مشتری داده میشود.(تماس یا پرسش از کارکنان)
- در صورت انصراف از خرید توسط مشتری، نمایندگی های تهران به فاصله حداکثر ۴۸ ساعت از زمان انصراف و نمایندگی های شهرستان به فاصله ۷۲ ساعت باید مدارک مربوطه را به شرکت ارسال کنند.

تبدیل

آیا کلیه موارد مربوط به مراحل تبدیل در نمایندگی رعایت میشود؟

- دستورالعمل تبدیل مطابق با آخرین ویرایش و آخرین بخشنامه ها در نمایندگی موجود باشد.
- لیست خودروهای قابل تبدیل مشخص گردیده و در نمایندگی موجود بوده و بنا بر درخواست مشتری به آنها اطلاع رسانی گردد.
- مسئول فروش نسبت به فرآیند تبدیل و خودروهای قابل تبدیل و مقادیر مابه التفاوت آگاهی داشته باشد.

صلح

آیا فرآیند صلح در نمایندگی وجود دارد؟

- دستورالعمل صلح مطابق با آخرین ویرایش و آخرین بخشنامه ها در نمایندگی موجود و ومسئول فروش نسبت به آن آگاهی داشته باشد .
- در صورتی که مشتری مراجعه نموده خواهان واگذاری خودروی ثبت نامی خود به غیر باشد توضیحات کاملی در خصوص نقل و انتقال مدارک فروشنده و خریدار به مشتری داده شود .
- مستندات مرتبط با سه فرآیند فوق (انصراف ، صلح و تبدیل) مطابق با دستورالعمل میبایست موجود باشد و نمونه گیری از آن جهت کنترل توسط ارزیاب صورت میپذیرد .

فک رهن / ابطال

آیا نمایندگی نسبت به ایجاد اهمیت عدم تاخیر و ارسال پرونده فروش اقدام نموده است؟

آیا مدارک مورد نیاز فک رهن خودرو بر اساس دستورالعمل در نمایندگی وجود دارد؟

آیا مسئول فروش از شرایط فک رهن زودتر از موعد (یا وجود چک برگشتی) بر اساس دستورالعمل مطلع میباشد؟

- در صورت وجود سوابق، مستندات آن بررسی خواهد شد.
- همچنین آخرین بخشنامه های فک رهن زودتر از موعد در نمایندگی موجود بوده و آگاهی از محتوای آنها توسط مسئول فروش الزامی میباشد.

۳. فرآیندهای تحویل

- ثبت و دریافت خودرو
- PDS
- Handover

ثبت و دریافت خودرو

آیا آخرین ویرایش دستورالعمل دریافت خودرو از شرکت وجود داشته و پرسنل مرتبط تسلط کافی روی مفاد آن و محتوای آخرین بخشنامه ها دارند؟

آیا کلیه رویه های دریافت خودرو از شرکت توسط مسئول مربوطه اجرا میگردد؟

- کاربر نمایندگی میبایست تاریخ و ساعت تحویل خودرو را در سیستم نمایندگی ثبت نموده و نیز در بایگانی مناسبی صورت جلسات و برگه های تحویل را نگهداری نماید.
- نمایندگی میبایست جهت دریافت خودرو از پیمانکار حمل، چک لیست تحویل گیری خودرو را تکمیل نماید.
- بررسی صحت و سلامت خودروهای صفر تحویل گرفته از شرکت
- وجود مکانیزمی جهت پیگیری و رفع ایراد خودروهای دریافت شده

PDS

- آیا مستندات مربوط به انجام PDS کلیه خودروها وجود دارد؟
- جایگاه pds می تواند بصورت مشترک با سایر فضاهاى تعمیراتی مشروط بر وجود بالابر باشد.
- آخرین ویرایش دستورالعمل PDS و بخشنامه ها ی مرتبط موجود و در دسترس باشد. همچنین مسئول pds میبایست به موارد فوق آگاهی داشته باشد .
- مشخصات دقیق خودرو و مشتری بر روی چک لیست PDS
- مهر و امضاء نمایندگی در انتهای چک لیست PDS
- مستندات مربوط به انجام PDS و تحویل سالم کلیه خودروها به مشتریان می بایست جمع آوری و نگهداری گردد.

PDS

- موارد ذیل در تمامی خودروها ، قبل از تحویل به مشتری باید بررسی گردد.
- کنترل عملکرد کولر و بخاری
- سطح مایعات
- زوایای چرخ
- کنترل میزان سوخت
- کنترل نکات ایمنی و عملکرد موتور
- سلامت ظاهری بدنه

HANDOVER (تحويل خودرو)

آیا کلیه رویه های تحويل خودرو (handover به مشتری اجرا میگردد؟

آخرین ویرایش دستورالعمل تحويل خودرو و آخرین بخشنامه ها موجود و در دسترس بوده و مسئول تحويل به آن آگاهی کامل داشته باشد .

- جایگاه مشخص و مناسبی از لحاظ فیزیکی و نور (۵۰۰ تا ۶۵۰ لوکس)، جهت تحويل خودرو به مشتری وجود داشته باشد.
- فرم تحويل گیری خودرو میبایست توسط مشتری تکمیل و امضاء و قابل ردیابی باشد.
- کلیه مدارک مربوط به خودرو (بیمه نامه، دفترچه گارانتی، صورت وضعیت فروش،...) به صورت کامل به مشتری تحويل و مستندات و سوابق تحويل مدارک نگهداری گردد.
- شستشو و نظافت خودرو قبل از تحويل به مشتری انجام شده باشد و بصورت خشک شده تحويل مشتری گردد.

HANDOVER (تحويل خودرو)

- توصیه های ایمنی، معرفی، آموزش و نحوه استفاده از تجهیزات خودرو و توضیحات لازم در خصوص سرویس ها و نحوه استفاده از قسمت های مختلف خودرو به مشتری به طور کامل توضیح داده شود.
- نمایندگی به صورت دوره ای باید ایرادات متداول مشاهده شده در فرآیند Handover در نمایندگی را تهیه و به شرکت مادر ارسال نماید. (شواهد و مستندات ثبت گردد)
- نمایشگر سوخت خودروی تحویلی به مشتری نباید کمتر از نصف باشد.

۴. فرآیندهای رسیدگی به شکایات مشتریان

- ✓ نمایندگی می بایست مکانیزمی جهت ثبت شکایت برای مشتریان بوجود آورد.
- ✓ مکانیزم رسیدگی به شکایات می بایست به نحو مناسب به مشتریان اطلاع رسانی گردد.
- ✓ باید روند کشف و تحلیل شکایات به صورت صحیح و کامل انجام شود.
- ✓ بسته شدن شکایت در ۲۰ روز کاری و اطلاع رسانی به مشتری
- ✓ آیا نمایندگی شکایات باز و خارج از حیطه مسئولیت خود را به اطلاع شرکت عرضه کننده خودرو رسانده است؟
- ✓ مکانیزم شامل معرفی مسئول رسیدگی به شکایت، شماره تماس، محل و فرم مرتبط باشد.
- ✓ مستندات شکایات می بایست جمع آوری شده و بر اساس تنوع و تکرارپذیری در بازه سه ماهه دسته بندی گردد

گزارش ارزیابی رضایت مشتریان فروش - سه ماهه سوم ۹۷



پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از خدمات فروش

اطلاع رسانی و پاسخگویی	
۱	نحوه اطلاع رسانی شرکت درمورد شرایط فروش، پیگیری خرید، زمان تحویل و ...
۲	برخورد و پاسخگویی پرسنل نمایندگی فروش
۳	سهولت در روش‌های خرید خودرو (خرید اینترنتی، مراجعه به نمایندگی، شرکت های لیزینگ)
توجه به خواسته‌های مشتری	
۴	تنوع روشهای فروش به منظور امکان ایجاد انتخاب مناسب (نقدی، ودیعه‌ای، مشارکتی، لیزینگ و ...)
۵	تامین خواسته‌های خود در خصوص تیپ، رنگ، آپشن و تزئینات
۶	مطابقت خودروی تحویلی با مشخصات تعیین شده در زمان ثبت نام

هزینه و زمان صرف شده	
۷ مدت زمان صرف شده جهت مراحل اداری ثبت نام	
تحويل خودرو در زمان مقرر طبق قرارداد خرید	۸
آیا سود مشارکت مجموعه تخفیفات و یا خسارت دیرکرد تحويل خودرو به شما تعلق گرفت؟	۹
دریافت سود مشارکت مجموعه تخفیفات و یا خسارت دیرکرد تحويل خودرو	۱۰
تناسب هزینه پرداختی با خودروی خریداری شده	۱۱
تحويل خودرو	
سهولت دسترسی به شبکه نمایندگی های فروش و محل تحويل خودرو	۱۲
تحويل متعلقات الزامی همراه خودرو (مطابق با ضوابط)	۱۳
سلامت خودروی خود (عدم ایراد) در زمان تحويل	۱۴
آیا خودروی شما در زمان تحويل ایراد فنی داشته است؟	۱۵
رفع ایرادات احتمالی به هنگام تحويل خودرو	۱۶
وضعیت ظاهری خودرو در زمان تحويل از لحاظ تمیزی و پاکیزگی	۱۷
راهنمایی و نحوه آموزش استفاده از خودرو در زمان تحويل خودرو	۱۸
نحوه تحويل مدارک خودرو (شامل سند، بیمه و کارت گارانتی)	۱۹

پرسشنامه اندازه‌گیری رضایت مشتریان از خدمات فروش

سوالات تکمیلی

به طور کلی تا چه میزان از فرآیند فروش رضایت دارید؟

خیلی زیاد ☐ زیاد ☐ متوسط ☐ کم ☐ خیلی کم ☐ نظری ندارم ☐

۲۰	آیا تمایل به خرید مجدد از خودروهای شرکت و یا معرفی به دوستان و آشنایان برای خرید از این شرکت را دارید؟	۵	۴	۳	۲	۱	ن.ن
	(۲) علت خرید و انتخاب خودرو: (۱) قیمت (۲) اعتماد به خودروساز (۳) کیفیت (۴) خدمات پس از فروش						
	(۵) سرمایه گذاری (۶) سایر						

امتیاز این بخش ۳۵ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی را شامل می شود. نحوه امتیاز دهی این بخش بر اساس ضرایب جدول زیر تعیین می گردد.

ردیف	شرح	ضریب
۱	فرآیند بازاریابی	۳۵
۲	فرآیند های فروش	۳۵
۳	فرآیند تحویل	۲۰
۴	فرآیند رسیدگی به شکایات و نظرسنجی مشتریان	۱۰

امتیازات تشویقی

امتیازات تشویقی به شرح ذیل میباشد:

- ✓ چنانچه نمایندگی مجاز دارای گواهینامه ISO9001 و ISO 10002 و ISO 10004 باشد ۳ درصد به مجموع امتیازات وضعیت نمایندگی اضافه خواهد شد.
- ✓ چنانچه امکان تلفن گویا جهت پاسخگویی درباره خودروهای موجود برای فروش، مشخصات فنی، قیمت خودروها و شرایط خرید موجود باشد ۳ درصد به امتیاز امکانات فروش و اطلاع رسانی اضافه می گردد.
- ✓ چنانچه نمایندگی شرایط استفاده لیزینگ را فراهم نموده باشد به شرط وجود مسئول جداگانه ۲ درصد به امتیاز امکانات فروش و اطلاع رسانی اضافه میگردد.
- ✓ چنانچه نمایندگی مجاز دارای فعالیت بوتیک باشد حداکثر تا ۳ درصد به امتیازات وضعیت نمایندگی به صورت تشویقی اضافه خواهد شد. (شرایط: جایگاه ۲۸متر، محل فروش ۱۵ متر، مسئول جداگانه)
- ✓ چنانچه نمایندگی خودروی مشتری را در محل مورد نظر وی تحویل دهد ۲ درصد به مجموع امتیازات وضعیت نمایندگی اضافه خواهد شد.

امتیازات تشویقی به شرح ذیل میباشد:

- ✓ چنانچه نمایندگی امکان نمایش الکترونیکی داخل و خارج خودرو به صورت ۳۶۰ درجه را برای مشتری فراهم کند، ۳ درصد به مجموع امتیازات وضعیت نمایندگی اضافه خواهد شد.
- ✓ چنانچه نمایندگی دارای پست کارشناس سیستم های مکانیزه باشد و از سیستم اتوماسیون استفاده کند ۱ درصد به مجموع امتیازات نمایندگی اضافه خواهد شد.
- ✓ چنانچه نمایندگی در زمینه خرید و فروش خودروی دست دوم نیز فعال باشد ۳ درصد به مجموع امتیازات نمایندگی اضافه میشود. در این خصوص، باید سامانه ای تحت نظارت شرکت وجود داشته و شناسنامه سیستمی خودروها (سوابق خرید و فروش) قابل رویت باشد.

با تشکر از توجه شما

