



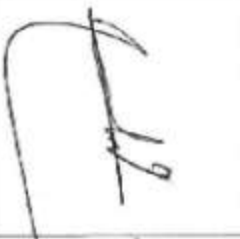




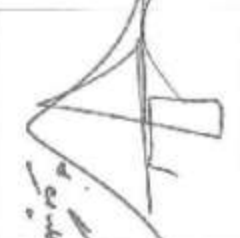

جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

دستورالعمل و نظامات آیین نامه اجرایی

قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

موضوع تصویب نامه شماره ۵۱۶۸۱/۷۴۱۵ مورخ ۱۳۹۵/۱/۲۸

هیات محترم وزیران

ایلام		تایید کننده		تنظیم کننده		
محمدرضا نعمت زاده وزیر صنعت معدن و تجارت	سید محمود پناهی معاون وزیر و رئیس سازمان	محسن صالحی سیا معاون امور صنایع وزارت	شهرام سیر آخورلو مدیر کل نظارت بر کارهای فلزی و معدنی سازمان حفاظت از حقوق مصرف کنندگان و تولید کنندگان	امیر حسین قنایی مدیر کل خودرو و نیروی محرکه	اشکان کلیدبگانی مدیر عامل شرکت بازرسی کفیت و استاندارد ایران	
						

فهرست

صفحه	عنوان
۳	الزامات مواد آئین نامه جرائی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو
۲۲	الزامات ماده ۴ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو
۲۴	پیوست ها
۲۵	پیوست الف - دستورالعمل شرایط، ضوابط و ارزیابی خدمات فروش خودرو
۸۱	پیوست ب - قطعات ایمنی خودرو
۸۵	پیوست ج - عیوب ایمنی خودرو و قطعات مشمول استاندارد اجباری
۹۷	پیوست د-۱- دستورالعمل واردات خودروهای سواری توسط اشخاص حقیقی و حقوقی
۱۰۴	پیوست د-۲- تکمیل دستورالعمل واردات خودروهای سواری
۱۱۳	پیوست د-۳- اصلاحیه دستورالعمل واردات خودروهای سواری توسط اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی
۱۱۸	پیوست ه - دستورالعمل اجرایی فروش و خدمات پس از فروش تابر و تیوب

**الزامات مواد آئین نامه اجرائی قانون حمایت از
حقوق مصرف کنندگان خودرو**

الزامات مربوط به ماده ۲ آئین نامه

بر اساس بند ح ماده (۲) آیین نامه دستورالعمل شرایط، ضوابط و ارزیابی خدمات فروش خودرو دستورالعملی که به منظور تعیین شیوه مربوط به امور خدمات فروش خودرو، شاخص ها و نحوه ارزیابی عرضه کننده، واسطه خدمات فروش و نمایندگی های آن و همچنین رده بندی و پیش عملکرد آنها می باشد.

جزئیات این دستورالعمل به همراه کپی شاخص ها و پارامترهای مدنظر در پیوست الف تشریح گردیده است.

بر اساس بند غ ماده (۲) آیین نامه قطعه ایمنی خودرو قطعانی است که عیب آنها موجب احتمال صدمه جسم، جان و مال اشخاص گردد.

فهرست قطعات فوق به شرح قطعات ایمنی مربوط به خودرو در پیوست ب تشریح گردیده است.

بر اساس بند ف ماده (۲) آیین نامه عیب ایمنی، عیوبی است که احتمال ایجاد صدمه به جسم، جان و مال اشخاص گردد

فهرست عیوب ایمنی مربوط به خودرو در پیوست ج تشریح گردیده است. همچنین عیوب و قطعات ایمنی در موتور سیکلت به همراه فهرست قطعات مشمول استاندارد ملی در این پیوست تشریح گردیده است.

بر اساس بند ق ماده (۲) آیین نامه قطعات و مواد مصرفی، قطعات و موادی مانند روغن ها (نظیر روغن موتور و گیربکس)، مایعات (نظیر مایع ضد یخ و مایع شیشه شوی)، فیلترها (نظیر فیلتر بنزین، هوا و روغن) و سایر قطعات و موادی که فهرست آن به شرح ذیل می باشد.

قطعه و ماده مصرفی
روغن ها نظیر روغن موتور، گیربکس، ترمز و هیدرولیک
مایعات نظیر مایع ضد یخ، مایع شیشه شوی
فیلترها نظیر فیلتر بنزین، فیلتر هوا

الزامات مربوط به ماده ۳ آئین نامه

عرضه کننده موظف است در سامانه اطلاع رسانی خود با توجه به ماده (۳) آیین نامه، نسبت به فروش اینترنتی محصولات با قید مشخصات خودرو و شرایط فروش از قبیل نشان تجاری، نوع، تیپ، رنگ، تجهیزات درخواستی، قیمت خودرو، سود مشارکت، زمان تحویل و در نظر گرفتن موارد ذیل اقدام نماید:

- مشخصات خودرو شامل مشخصات فنی، مشخصات ظاهری، بیرونی و داخلی خودرو، آپشن ها، تودوری، رنگ ها، ابعاد، وسایل جانبی، رنگ های قابل ارائه به مشتری، به همراه نمای ۳۶۰ درجه داخل و خارج خودرو باید به مشتری اطلاع رسانی شود.
- مشخصات و اطلاعات کاملی از سازنده خودرو و نشان تجاری محصول باید در سامانه موجود باشد.
- عرضه کننده موظف است برابر با تبصره ماده (۳) آیین نامه، حداقل دو روز کاری قبل از اجرای فرآیند فروش شرایط موصوف را اطلاع رسانی عمومی نماید.
- حداقل ۲۰ درصد از میزان فروش هر مدل خودرو در هر نوبت می بایست به صورت اینترنتی و منحصرأ به مشتری اختصاص داده شده و نمایندگی به هیچ عنوان حق خرید اینترنتی نداشته باشد.
- اتصال فروش اینترنتی به کد نمایندگی مجاز نمیباشد. لیکن مشتری امکان انتخاب نمایندگی مورد نظر خود جهت تحویل خودرو را بدون محدودیت در ظرفیت و موقعیت مکانی دارا باشد.
- اطلاع رسانی شرایط فروش بین از طریق تصویر بر روی تابلوی اصلی نمایندگی، سامانه اطلاع رسانی در سایت و درخصوص مشتریان پیشین از طریق پیامک و شبکه های اجتماعی یا تماس تلفنی صورت گیرد.

الزامات مربوط به ماده ۴ آیین نامه

سود انصراف و خسارت تأخیر مندرج در بخش ضوابط فروش براساس تبصره ۲ ماده (۴)، به صورت روزشمار محاسبه می شود.

عرضه کننده موظف است شرایط فروش خود را با توجه به پارامترهای ذیل شفاف سازی کند:

قیمت خودرو، زمان تحویل (ماه و هفته)، نحوه محاسبه روزها با تاکید بر تعطیل و غیر تعطیل، نحوه پرداخت (زمان بندی)، شرایط محاسبه خسارت دیرکرد، زمان پرداخت خسارت دیرکرد (بازه زمانی هفت روزه)، شرایط فروش (فوری، پیش فروش، مشارکت)، رنگ خودرو، آپشن خودرو، مدل خودرو، شرایط تسهیلات ویژه، سود مشارکت، سود انصراف

الزامات مربوط به ماده ۵ آیین نامه

عرضه کننده خودرو موظف است قبل از اقدام به پیش فروش خودرو برابر ماده (۵) آیین نامه مجوز مربوط شامل تعداد خودروی قابل عرضه تولید داخل و وارداتی را با رعایت ضوابط ذیل اخذ نماید .

- شرکت عرضه کننده خودرو (تولید داخل و وارداتی) بایستی برای اخذ مجوز پیش فروش خودرو به معاونت اسر صنایع (دفتر صنایع خودرو و نیرو محرکه) وزارت صنعت، معدن و تجارت مراجعه نمایند.

- شرکت عرضه کننده خودرو (تولید داخلی و وارداتی) موظف به درج و اعلام شماره و تاریخ مجوز اخذ شده در آگهی فروش و تبلیغات خود می باشد.
- سقف پیش فروش برای خودروهای تولید داخل بر اساس رابطه ذیل تعیین می شود:
(تعهدات قبلی فروش - (امار تولید واقعی سه ماه قبل $\times 4 \times 50\%$) = سقف پیش فروش
- سقف پیش فروش برای خودروهای جدید تولید داخل بر اساس رابطه ذیل تعیین می شود:
(میزان ثبت سفارشات معتبر مجموعه اجزاء و قطعات تولید هر دستگاه $\times 50\%$) = سقف پیش فروش
- صدور مجوز پیش فروش برای خودرو تولید داخل منوط به ارائه اسناد معتبر مبنی بر وجود قطعات منفصله مورد نیاز در انبار شرکت، گمرک جمهوری اسلامی ایران، اسناد حمل و یا گشایش اعتبار، عدم منع شماره گذاری خودرو مورد نظر می باشد.
- سقف پیش فروش برای خودرو و وارداتی بر اساس رابطه ذیل تعیین می شود:
{(تعهدات معوق فروش - (میزان ثبت سفارش معتبر $\times 50\%$)} = سقف پیش فروش
- صدور مجوز پیش فروش برای خودروهای وارداتی منوط به ارائه اسناد معتبر مطابق جدول ذیل میباشد:

ردیف	نام خودرو	تعداد ثبت سفارش معتبر	تعداد خودرو در حال حمل به کشور	تعداد خودرو موجود در گمرک	تعداد تعهدات معوق	تعداد مورد نظر در برنامه فروش

- تکرار پیش فروش در طول دوره منوط به عدم وجود تعهدات معوق در پیش فروش های صورت گرفته و ارائه درخواست مجدد بر اساس رویه فوق می باشد.
- شرکت های عرضه کننده خودرو داخلی و وارداتی می بایست در پایان هر ماه امر مربوط به عملکرد شرکت (تولید، واردات، صادرات، فروش فوری، پیش فروش، میزان تعهدات و تحویل خودرو) را به دفتر صنایع خودرو و نیرو محرکه و سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان اعلام نمایند.
- تاریخ اخذ مجوز به همراه تعداد خودروی مجاز قابل فروش میباشد در اصلاحیه پیش فروش لحاظ شده و اطلاع رسانی گردد.

الزامات مربوط به ماده ۶ آئین نامه

عرضه کننده موظف است مطابق با ماده (۶) آیین نامه نسبت به عقد قرارداد فروش با مصرف کننده اقدام نماید. در قرارداد فروش فید مشخصات خودرو مورد نظر از قبیل نشان تجاری، نوع، تیپ، رنگ و شرایط موضوع قرارداد مانند قیمت فروش، نرخ سود مشارکت، تاریخ تحویل خودرو یا تعیین ماه و هفته تحویل، خسارت تأخیر در تحویل، فهرست متعلقات الزامی همراه خودرو از قبیل رادیو پخش، چرخ زاپاس، جک، آچار چرخ، کفپوش متحرک، مثلث خطر و تجهیزات درخواستی و ارائه یک نسخه از اصل قرارداد به مصرف کننده، الزامی است.

- هر گونه واريز وجه قبل از انعقاد قرارداد مجاز نبوده و ميبايست پس از اطلاع از شرايط كامل قرارداد و ويژگي هاي محصول و تايد و امضاي طرفين صورت پذيرد.
- فرمت قرارداد فروش و پيش فروش و ... ميبايست توسط عرضه كننده تهيه و از طريق سامانه هاي ارتباطي در معرض ديد مصرف كننده قرار گيرد. ضمناً يك نسخه به روزرسانی شده از این فرمت میبایست در سامانه اطلاع رسانی عرضه كننده بارگذاري گردد.
- قرارداد فروش يا پيش فروش منعقدۀ با كليۀ مصرف كنندگان ميبايست از طريق اعلام شناسه كاري و رمز ورود در داخل سامانه ارتباطي شركت عرضه كننده قابل ردیابی باشد.
- در صورت تعيين شرايط و تسهيلات ويژه فروش، این امر میبایست به طور شفاف در قرارداد منعقدۀ منعكس گردد.

الزامات مربوط به ماده ۷ آئين نامه

- با استناد به تبصره ۲ ماده (۷) در صورتی كه مصرف كننده ظرف بانزده روز كاري پس از ابلاغ دعوت نامه كتبي عرضه كننده، نسبت به تسفيه حساب خودرو موضوع قرارداد افشاء ننماید، عرضه كننده می تواند خودرو را به ساير متقاضيان تحويل و نوبت مصرف كننده را به موعده ديگري كه نحوه تعيين آن در قرارداد مشخص شده، موكول نماید.
- عرضه كننده موظف است در فواصل زماني مختلف و از طريق شيوه هاي ابلاغي (مراجعه به سيستم، گزارش گيري و ...) نسبت به اطلاع رسانی دعوت نامه هاي صادر شده اقدام نماید.
 - امکان بيگيري روند خريد خودرو توسط مشتري وجود داشته باشد.
 - عرضه كننده ميبايست مكاتبزيمي به منظور حصول اطمينان از اطلاع رسانی موثر به مصرف كنندگان در خصوص صدور دعوتنامه، طراحي و پياده سزي كند.

الزامات مربوط به ماده ۹ آئين نامه

- عرضه كننده موظف است بر اساس ماده (۹) آئين نامه در زمان تحويل خودروي درخواستي مصرف كننده را در حضور وی كنترول نموده و پس از حصول اطمينان از عدم وجود عيب خودرو را تحويل دهد.
- خودروي تحويلي به مشتري ميبايست كاملاً تميز و عاري از هر گونه گرد و غبار باشد. به نحوي كه امکان برسي خودرو توسط مشتري از حيث ايرادات ظاهري بنده و داخل خودرو ميسر گردد.
 - خودروي تحويلي به مشتري ميبايست كمتر از ۹۹ كيلومتر پيمائش نموده باشد.

الزامات مربوط به ماده ۱۱ آئین نامه (نحوه کنترل الزامات خدمات فروش و پس از فروش)

عرضه کننده موظف است نسبت به تهیه نظامات و دستورالعمل های خدمات زیر از قبیل تعیین حداقل سطح کمی و کیفی واسطه های فروش و خدمات پس از فروش و نمایندگی های مجاز اقدام و بر حسن اجرای آن، در چارچوب مفاد این ماده نظارت نماید:

الف - فرآیند فروش :

عرضه کننده موظف است در سامانه اطلاع رسانی خود یا توجه به ماده (۳) آیین نامه، نسبت به فروش اینترنتی محصولات با قید مشخصات خودرو و شرایط فروش از قبیل نشان تجاری، نوع، تیپ، رنگ، تجهیزات درخواستی، قیمت خودرو، سود مشارکت، زمان تحویل و در نظر گرفتن موارد ذیل اقدام نماید.

- مشخصات خودرو شامل مشخصات فنی، مشخصات ظاهری، بیرونی و داخلی خودرو، آئین ها، توده وزنی، رینگ ها،ابعاد، وسایل جانبی، رنگ های قابل ارائه به مشتری، به همراه نمای ۳۶۰ درجه داخل و خارج خودرو باید به مشتری اطلاع رسانی شود.

- مشخصات و اطلاعات کاملی از سازنده خودرو و نشان تجاری محصول باید در سامانه موجود باشد.

عرضه کننده موظف است برابر با تبصره ماده (۳) آیین نامه، حداقل دو روز کاری قبل از اجرای فرآیند فروش شرایط موصوف را اطلاع رسانی عمومی نماید.

- حداقل ۲۰ درصد از میزان فروش هر مدل خودرو در هر نوبت میبایست به صورت اینترنتی و منحصر به مشتری اختصاص داده شده و نمایندگی به هیچ عنوان حق خرید اینترنتی نداشته باشد.

- اتصال فروش اینترنتی به کد نمایندگی مجاز نمیباشد. لیکن مشتری امکان انتخاب نمایندگی مورد نظر خود جهت تحویل خودرو را بدون محدودیت در ظرفیت و موقعیت مکانی دارا باشد.

- اطلاع رسانی شرایط فروش باید از طریق نصب بر روی تابلوی اصلی نمایندگی، سامانه اطلاع رسانی در سایت و در خصوص مشتریان پیشین از طریق پیامک و شبکه های اجتماعی یا تماس تلفنی صورت گیرد

عرضه کننده موظف است مکانیزم فروش خودرو را در سطح سازمان و نمایندگی های تحت پوشش طرح ریزی نماید.

شاخص های اثربخشی در این فرآیند عبارتند از :

۱- درصد خودروهای به موقع تحویل شده نسبت به کل خودروهای فروخته شده به تفکیک مدل

۲- متوسط زمان تاخیر در تحویل در خودروهای با تاخیر تحویل شده

۳- درصد قراردادهای تغییر یافته نسبت به کل قرارداد های فروش

۴- درصد خودروهای تحویلی نامنطبق با درخواست مشتریان نسبت به کل خودروهای فروخته شده

۵- رضایتمندی مصرف کنندگان از فرآیند فروش خودرو

ب- فرآیند و نظام پرداخت سود و خسارت متعلقه به مصرف کننده:

سود انصراف و خسارت تأخیر مندرج در بخش ضوابط فروش براساس تبصره ۲ ماده (۴)، به صورت روزشمار محاسبه می‌شود.

- عرضه کننده موظف است شرایط فروش خود را با توجه به پارامترهای ذیل شفاف سازی کند:
قیمت خودرو، زمان تحویل (ماه و هفته)، نحوه محاسبه روزها با تأکید بر تعطیل و غیر تعطیل، نحوه پرداخت (زمان بندی)، شرایط محاسبه خسارت دیرکرد، زمان پرداخت خسارت دیرکرد (بازه زمانی هفت روزه)، شرایط فروش (فوری، پیش فروش، مشارکت)، رنگ خودرو، آپشن خودرو، مدل خودرو، شرایط تسهیلات ویژه، سود مشارکت، سود انصراف

شاخص های اثربخشی این فرآیند

۱- درصد خسارت (دیرکرد و توقف) پرداختی به کل خسارات تعیین شده

۲- درصد سود (مشارکت و انصراف) پرداختی به کل سود تعیین شده

۳- میزان رضایت مشتریان از فرآیند پرداخت سود (مشارکت و انصراف) و خسارت (دیرکرد و توقف)

۴- متوسط زمان پرداخت خسارت (دیرکرد و توقف)

۵- متوسط زمان پرداخت سود (مشارکت و انصراف)

پ- بازرسی قبل از تحویل خودرو :

عرضه کننده خودرو موظف است بر اساس ماده (۹) آیین نامه کلیه خودروهای فروخته شده را پیش از تحویل مورد بازرسی قرار داده و نهایتاً خودروی بی عیب و نقصی را به مشتری تحویل نماید.

- خودروی تحویلی به مشتری میبایست کاملاً تمیز و عاری از هر گونه گرد و غبار باشد، به نحوی که امکان بررسی خودرو توسط مشتری از حیث ایرادات ظاهری بدنه و داخل خودرو میسر گردد.
- خودروی تحویلی به مشتری میبایست کمتر از ۹۹ کیلوستر پیمایش نموده باشد.

شاخص اثربخشی این فرآیند

نسبت خودروهای مراجعه کرده به تعمیرگاه قبل از سرویس اولیه ناشی از عدم اجرای PDS نسبت به کل خودروهای فروخته شده

ت - حمل مناسب خودرو و از محل عرضه کننده تا نمایندگی مجاز :

عرضه کننده خودرو موظف است کلیه خودروهای فروخته شده را با در نظر گرفتن الزامات کیفی و ایمنی به محل نمایندگی های مجاز فروش حمل نماید.

شاخص های اثربخشی این فرآیند

۱- متوسط پیمایش خودروهای تحویل شده

۲- تعداد خودروهای حمل شده با خودرو بر نسبت به کل خودروهای حمل شده

۳- توضیح فرآیند مطابق دستورالعمل خدمات پس از فروش

ث- نظام آموزش کارکنان شرکت عرضه کننده و نمایندگی های مجاز :

شرکت عرضه کننده یا واسطه خدمات پس از فروش خودرو می بایست اقدامات لازم را در جهت تدوین استاندارد، نیازسنجی، برنامه ریزی و اجرای فرآیند آموزشی و کنترل مهارت و اندازه گیری میزان اثربخشی کارکنان نمایندگی های مجاز و شبکه خدمات پس از فروش بر اساس قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آیین نامه اجرایی آن، انجام دهد.

پارامترهای مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

۱- تدوین استاندارد آموزشی کارکنان

استاندارد آموزشی بر اساس جزوات آموزشی و دستورالعمل های فنی و تعمیراتی تخصصی خودروهای تحت مسئولیت به زبان فارسی تدوین می گردد.

۲- شناسایی و صحنه گذاری کارکنان

شناسایی کارکنان شبکه نمایندگی های مجاز خدمات پس از فروش از طریق دریافت فهرست نفرات در بازه های زمانی مشخص (۶ ماهه یا کمتر) صورت می گیرد.

صحنه گذاری کارکنان شبکه از طریق بازدهی ادواری نمایندگی های مجاز صورت می پذیرد.

۳- نیازسنجی آموزش

بررسی نیازهای آموزشی کارکنان حاضر در نمایندگی های مجاز در تطابق با استاندارد آموزشی هر پست

۴- برنامه ریزی و اجرای دوره های آموزشی

در این راستا دو نوع برنامه آموزشی بلند مدت و جاری مورد نظر بوده که هر دو می بایست مطابق با نیازسنجی طرح ریزی گردد و برنامه جاری در بازه های زمانی حداکثر یک ساله طرح ریزی گردد

۵- پایش اثربخشی دوره های آموزشی

پایش اثربخشی دوره های آموزشی در چهارسطح شامل جمع آوری اطلاعات، تجزیه و تحلیل، تعریف اقدامات اصلاحی و پیگیری و اجرای اقدامات مورد بررسی قرار می گیرد. در این راستا اطلاعات مورد نظر می تواند از طریق برگزاری آزمون های عملیاتی یا مهارت محور در خصوص نحوه عیب یابی و تعمیرات خودرو استخراج و هدف گذاری لازم صورت پذیرد.

ج- پذیرش، گردش کار خدمات قابل ارائه، برنامه ریزی تعمیرات و ترخیص خودرو به نمایندگی مجاز:

تدوین و ابلاغ ضوابط مربوط به پذیرش، برنامه ریزی تعمیرات، گردش کار و ترخیص خودرو به نمایندگی های مجاز و نظارت بر حسن اجرای آن بر اساس الزام آئین نامه اجرایی قانون

پارامترهای مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

۱- طراحی مکانیزم پذیرش خودرو در نمایندگی ها به همراه فرم های مرتبط

شامل مواردی نظیر ثبت اظهارات مشتری، اعلام زمان و هزینه تقریبی تحویل خودرو، بررسی ظاهری خودرو، اخذ تابلوی مشتری و ...

۲- طراحی مکانیزم ظرفیت سنجی و برنامه ریزی تعمیرات خودرو در نمایندگی ها به همراه فرم های مرتبط

شامل مراجعی از قبیل ظرفیت سنجی تعمیرگاهی، برنامه ریزی تعمیرات خودرو، برآورد تجهیزات و قطعات موردنیاز، برآورد زمان تقریبی تعمیرات، شناسایی انحراف و ...

۳- طراحی مکانیزم ترخیص خودرو در نمایندگی ها به همراه فرم های مرتبط

شامل مراحل از قبیل ارائه صورت وضعیت تعمیرات و قطعات، ارائه توضیحات لازم در خصوص تعمیرات انجام

شده به مشتری، کنترل کیفیت تعمیرات، تست خودرو در حضور مشتری به همراه فرم های مرتبط

۴- در نظر گرفتن الزامات آئین نامه اجرائی قانون حمایت در رومه های فوق الذکر

الزاماتی نظیر تحویل قطعات دلغی به مشتریان، هماهنگی با مشتریان در صورت تغییر زمان تحویل خودرو و ..

ج- راهنمای تعمیراتی بخشهای مختلف خودرو:

تدوین و توزیع دستورالعمل های فنی و تعمیراتی و راهنمای استفاده از ابزار مخصوص.

پارامترهای مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

۱- تدوین کتابچه راهنمای تعمیرات بر اساس ماده ۱۰ آیین نامه با در نظر گرفتن مواردی نظیر تعمیرات حوزه

های مختلف خودرو (سیستم موتور، سیستم انتقال قدرت، سیستم برق و تهویه مطبوع، سیستم ترمز،

دستگاه عیب یاب و ابزارهای مخصوص)

۲- طراحی سیستم ارسال اطلاعاتی های فنی در خصوص نحوه عیب یابی و تعمیرات خودرو

ح- نظام تامین و توزیع به موقع کلیه قطعات مورد نیاز واسطه خدمات پس از فروش و نمایندگی مجاز:

طراحی و اجرای مکاتیمی جهت برنامه ریزی و سفارشگذاری و تامین بر اساس نرخ مصرف و لیدتایم (مدت زمان

تامین از لحظه سفارش تا انبارش نمایندگی) و نقطه سفارش و ذخیره احتیاطی، طرح ریزی اقدامات مقتضی در

زمان مواجهه با نقطه ذخیره احتیاطی یا عدم موجودی، کنترل کیفیت، ردیابی، انبارش و توزیع مناسب قطعات

بدکی و ابزارمخصوص، هدف گذاری، تعیین اندازه گیری و پایش شاخص ها و تعریف اقدامات اصلاحی مرتبط در

جهت بهبود و رعایت چیدمان مناسب قطعات

شاخص های مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

۱- نرخ مصرف قطعات بدکی

۲- مدت زمان تامین قطعات از لحظه سفارش

۳- نقطه سفارش

۴- نقطه ذخیره احتیاطی

۵- درصد پاسخگویی به درخواست های تامین قطعات یدکی (Service Rate)

۶- تعداد اعلام عدم موجودی قطعات به نمایندگی ها نسبت به کل درخواست ها

۷- نسبت تعداد شکایات خدمات از عدم تامین قطعات به کل شکایات خدمات

۸- نسبت قطعات زیر نقطه ذخیره احتیاطی به کل قطعات

۹- مدت زمان پاسخگویی از لحظه سفارش تا زمان حمل به هر نمایندگی

۱۰- مدت زمان پاسخگویی از زمان حمل تا رسیدن به انبار نمایندگی

مطابق با ماده ۲۵ آیین نامه اجرایی واسطه خدمات پس از فروش و نمایندگی مجاز چنانچه به علت عدم کیفیت تعمیرات، سهل انگاری و یا استفاده از قطعات غیر استاندارد (از قبیل قطعات معیوب یا غیرشرکتی)، خسرتی را متوجه مصرف کننده نماید، موظف به جبران کردن قطعات، رفع نقصان خدمات بدون درپافت وجه و جبران خسارات وارده می باشد.

عرضه کننده خودرو / شرکتهای واسطه خدمات پس از فروش می بایست ابزارهای درج شده در دستورالعمل های فنی خودروها را تهیه و توزیع نماید.

خ- نظام تشویق، تنبیه و اعطا و لغو نمایندگی های مجاز خود:

تدوین و اجرای نظام انگیزشی نمایندگی های مجاز براساس الزام آیین نامه و با در نظر گرفتن نتایج رتبه بندی نمایندگی های مجاز مطابق با دستورالعمل شرایط و ضوابط و ارزیابی خدمات پس از فروش صنعت خودرو

۱- تدوین دستورالعمل اعطا و لغو نمایندگی های مجاز

۲- بر اساس ماده ۲۷ آیین نامه، صرفاً نمایندگی هایی قابل اعطا می باشند که دارای سطح کیفی قابل قبول، مطابق با ضوابط استاندارد ملی شیوه ارائه خدمات پس از فروش (استاندارد شماره ۱۹۱۱۷) و دستورالعمل شرایط.

ضوابط و ارزیابی خدمات فروش در شبکه نمایندگی های مجاز فروش و خدمات پس از فروش باشند.

۳- لغو نمایندگی های با سطح کیفی غیر قابل قبول (مطابق با ضوابط فوق الذکر)

د- ارتقای کمی و کیفی شبکه نمایندگی های مجاز خود:

۱- طرح ریزی و اجرای سیستم نظارتی بر نمایندگی های مجاز بر اساس پارامترهایی مانند مهارت استفاده از دستورالعمل های فنی و راهنمای ابزار مخصوص، بررسی ارائه و صحت صورت وضعیت کامپیوتری به مشتری، فرآیندهای پذیرش، برنامه ریزی، ترخیص و التزامات آیین نامه و اندازه گیری اثربخشی آن

۲- بر اساس ماده ۲۷، عرضه کننده موظف است ضوابط استاندارد ملی شیوه ارائه خدمات پس از فروش (استاندارد شماره ۱۹۱۱۷) و دستورالعمل شرایط، ضوابط و ارزیابی خدمات فروش را در شبکه نمایندگی های مجاز فروش و خدمات پس از فروش خود رعایت نماید.

۳- تدوین طرح توسعه شبکه نمایندگی مجاز شرکت عرضه کننده یا واسطه خدمات پس از فروش با در نظر گرفتن پارامترهایی نظیر تعداد خودروهای عرضه شده، ضریب مراجعه تعمیراتی، نحوه توزیع و پراکنش خودرو ها و نمایندگی های مجاز و ... بر اساس الزامات قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آیین نامه اجرائی

۴- ایجاد سامانه ارتباطی بین مصرف کننده و شرکت امداد خودرو و همچنین بین شبکه امداد و امدادرسان و اصلاح رسانی نحوه و شرایط امدادرسانی به تمامی مصرف کنندگان

۵- توسعه شبکه ارتباطی رایانه ای بین مشتریان و عرضه کنندگان خودرو یا واسطه های خدمات پس از فروش مطابق با ماده ۱۶ آیین نامه با قابلیت هایی مانند امکان اصلاح از مکان و خودروهای تحت مسئولیت، از زمان و نحوه و شرایط پذیرش و بین نمایندگی های مجاز و عرضه کننده خودرو با قابلیت هایی مانند اقدامات صورت گرفته تمام مشتریان، قطعات تعویض و تعمیر شده، صورت هزینه و محاسبه زمان و هزینه خواب خودرو بر اساس آیین نامه اجرائی قانون

۶- پیاده سازی سیستم نوبت دهی در کمیته نمایندگی های مجاز شرکت عرضه کننده خودرو از طریق طراحی سامانه

ذ - اطلاع رسانی شفاف رتبه نمایندگی و حقوق مشتریان در محل پذیرش نمایندگی مجاز:

۱- نمایندگی های مجاز شرکت های عرضه کننده خودرو موظفند مشتریان را به شکل اثربخشی از رتبه کسب شده و الزامات حقوق مشتریان مطلع نمایند.

۲- تابلوی حقوق مشتریان می بایست در قطع حداقل A2 در محل پذیرش نمایندگی و در معرض دید مشتریان صورت پذیرد.

۲- تبلوی رتبه نمایندگی های مجاز نیز می بایست حداقل در قطع A2 و با در نظر گرفتن شاخص های ارزیابی نمایندگی شامل نیروی انسانی، اسکانات و تجهیزات، فرآیندهای مرتبط با الزامات حقوق مصرف کننده، رضایت مشتریان و امتیازات تشویقی و در معرض دید مشتریان نصب گردد.

ر - نظام نظرسنجی از مراجعین کلیه نمایندگی های مجاز:

- ۱- طراحی پرسشنامه سنجش رضایتمندی مشتریان حوزه خدمات پس از فروش یا در نظر گرفتن شاخص هایی نظیر، برخورد کارکنان، اصول حرفه ای کار، زمان و هزینه خدمات و قطعات و ...
- ۲- طرح ریزی و اجرای مکانیزم نظرسنجی از مشتریان مراجعه کننده به تعمیرگاههای مجاز یا در نظر گرفتن روش های نمونه گیری آماری در دوره های زمانی مشخص
- ۳- استخراج و جمع آوری نتایج رضایتمندی مشتریان
- ۴- تحلیل نتایج رضایتمندی با استفاده از فنون آماری متداول و مرتبط
- ۵- تعریف و اجرای اقدامات اصلاحی و پروژه های بهبود ناشی از تحلیل نتایج مشتریان

ز - ساز و کار ردیابی قطعات به ویژه قطعات ایمنی نصب شده بر روی خودرو:

- ۱- طرح ریزی و پیاده سازی سیستم کدینگ قطعات بدک به تفکیک تامین کنندگان
- ۲- طراحی بانک های اطلاعاتی قطعات به همراه کدهای مرتبط
- ۳- کنترل، نظارت و ردیابی قطعات با استفاده از بانک های اطلاعاتی کدینگ قطعات

ژ - نظام رسیدگی به شکایات و تعیین تکلیف موضوع با رعایت ضوابط قانونی ظرف ۲۰ روز:

- ۱- شرکت عرضه کننده خودرو موظف است مکانیزمی جهت رسیدگی به شکایات مشتریان طراحی و اجرا نماید. در خصوص پاسخگویی به شکایات مشتریان می بایست دسترسی آسان برای مشتریان ایجاد و اطلاع رسانی لازم را انجام دهد.
- ۲- کلیه شکایات واصله به شرکت عرضه کننده و نمایندگی های مجاز می بایست از طریق سامانه ای ثبت و ضبط گردد.
- ۳- شرح رجاعات کلیه شکایات به هر یک از واحدهای مرتبط می بایست ثبت و قابل ردیابی باشد.

۴- در طول فرآیند رسیدگی به شکایات، شرکت عرضه کننده خودرو می بایست به طور مستمر مشتری را در جریان اقدامات انجام شده قرار دهد.

شاخص های مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

- ۱- نسبت شکایات مختومه شده به کل شکایات دریافتی
- ۲- متوسط زمان مختومه نمودن شکایات
- ۳- نرخ تنوع پذیری شکایات
- ۴- نرخ تکرار پذیری شکایات

س- نظام ارایه خدمات سیار و طرحهای امدادی در دوره تضمین و دوره تعهد برای مشتریان خود:

- ۱- طرح ریزی فرآیند خدمات رسانی سیار یا در نظر گرفتن پارامترهایی نظیر تعداد خودروهای عرضه شده، ضریب درخواست خدمات امدادی، متوسط زمان خدمات امدادی، ساعات خدمت رسانی، استانداردها و نیازسنجی آموزشی و اندازه گیری اثر بخشی آنها.
- ۲- تعیین فهرست تجهیزات استاندارد خدمات امدادی و تدوین برنامه جهت تجهیز خودروها و اجرای آن
- ۳- طراحی مکانیزم نظارت بر خدمات امدادی شامل نظارت بر قطعات و تجهیزات امداد، آموزش کارکنان امداد، خودرو، هزینه اجرت ها و قیمت قطعات و نحوه تامین آنها، نحوه ارائه صورت وضعیت به مشتریان و سنجش رضایت آنان، و ... بر اساس الزامات قانون حمایت از حقوق کنندگان خودرو و آیین نامه اجرایی آن
- ۴- تعهد عرضه کننده خودرو در خصوص پرداخت هزینه های بارگیری و حمل خودروهای در راه مانده و غیرقابل تعمیر به نزدیک ترین نمایندگی مجاز (به استثنای موارد تصادفی که ناشی از عیوب سایر قطعات و مجموعه های خودرو نباشد) در دوران ضمانت

شاخص های مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

- ۱- متوسط زمان رسیدن امدادگر به محل امداد از لحظه تماس مشتری
- ۲- میزان رضایتمندی مشتریان فرآیند خدمات رسانی سیار
- ۳- درصد پرداخت هزینه های حمل و بارگیری خودروها در دوران ضمانت

۴- درصد پاسخگویی به درخواست های امداد جاده ای مشتریان

الزامات مربوط به ماده ۱۲ آیین نامه

شرایط و ضوابط ضمانت خودرو بر اساس ماده ۱۲ آیین نامه، رنگ بدنه و ضمانت قطعات و خدمات می بایست از طریق کتابچه گارانتی به مشتریان اطلاع رسانی گردد.

الزامات مربوط به ماده ۱۳ آیین نامه

عملکرد صحیح سیستم و قطعات کیسه هوا براساس استانداردهای ابلاغی در دوران تعهد علاوه بر دوره تضمین حمانطور که در تبصره ۲ ماده ۱۳ اشاره شده است، بر عهده عرضه کننده خودرو می باشد. به طوری که در صورت بروز نقص در سیستم کیسه هوا حتی در دوران تعهد، جبران خسارات و تامین هزینه های مرتبط بر عهده عرضه کننده خودرو خواهد بود.

فهرست قطعاتی که با ارجاع به تبصره ۱ ماده ۱۲ به عنوان قطعات و مواد مصرفی قلمداد نشده از جمله تجهیزات کاهنده الایندهای هوا شامل کربن کنیستر، کاتالیست کاتورتور، حسگر دوم اکسیژن و عمر کارکرد آنها کمتر از مدت زمان مورد نظر در دوره تضمین خودرو می باشد، به شرح جدول ذیل خواهد بود.

زمان تضمین کارکرد	نام قطعات
نصف مدت زمان دوره ضمانت	صفحه کلاچ
	باطری
حداقل کارکرد معادل ده هزار کیلومتر از تحویل خودرو	لنت ترمز
	لامپ ها
	شمع موتور
حداقل ۱۸ ماه یا ۳۰ هزار کیلومتر	تیغه برف پاکن
	کوبین کنیستر
	کاتالیست کاتورتور
	حسگر دوم اکسیژن

- مطابق ابلاغیه شماره ۶۰/۲۱۰۶۶۳ مورخ ۹۶/۱۰/۲۲ معاونت امور اقتصادی و بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت یا موضح دستورالعمل اجرایی فروش و خدمات پس از فروش تایر و تیوب، زیپوست (۰) دوران ضمانت لاستیک حداقل معادل با دوره ضمانت خودرو تعریف می گردد.
- در خصوص لاستیک و سیستم پخش صورت در خودروها ضمانت بر عهده شرکت عرضه کننده خودرو می باشد.

الزامات مربوط به ماده ۱۷ و ۱۹ آئین نامه

شرکت عرضه کننده خودرو می بایست فرآیند پرداخت خسارت توقف خودرو را برابر با ماده ۱۷ و ۱۹ را به طور سیستماتیک طراحی نموده و در صورت شمول در هر توت، زمان و هزینه توقف خودرو را بدون درخواست مشتری از طریق صورتحساب به ایشان اعلام و پرداخت نماید.

شاخص مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

- ✓ نسبت هزینه توقف پرداخت شده به کل هزینه توقف خودرو مشتریان مشمول
- ✓ نسبت مشتریان مشمول دریافت خسارت توقف خودرو به کل مراجعات
- ✓ نسبت مشتریان برخوردار از افزایش دوره ضمانت به دلیل توقف به کل مشتریان مشمول

الزامات مربوط به ماده ۲۱ آئین نامه

عرضه کننده در دوران تعهد موظف است از طریق واسطه خدمات پس از فروش و یا نمایندگی های مجاز نسبت به پذیرش تمام خودروهای تحت مسئولیت خود و همچنین سایر خودروهای مشابه وارداتی توسط اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی مطابق با دستورالعمل ابلاغی وزارت اقدام نماید.

این دستورالعمل در پیوست د تشریح گردیده است.

الزامات مربوط به ماده ۲۲ آئین نامه

شرکت عرضه کننده خودرو می بایست در خصوص ارائه و صحت صورتحساب و نیز بررسی شکایاتی با موضوع عدم ارائه صورت وضعیت، دریافت هزینه های مازاد و ... نسبت به نظارت بر هزینه های دریافتی اقدام نماید.

شاخص مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

- ✓ درصد احذ تأییدیه کمیسیون هیات عالی نظارت در خصوص نرخ خدمات و قطعات موضوع رعایت بند ط ماده ۲ آیین نامه در سطح کشور
- ✓ درصد رعایت نرخ مصوب تأییدیه کمیسیون هیات عالی نظارت در خصوص نرخ خدمات و قطعات موضوع رعایت بند ط ماده ۲ آیین نامه در سطح کشور

الزامات مربوط به ماده ۲۳ آئین نامه

به استناد ماده ۲۳ آئین نامه ارائه صورت حساب به مصرف کننده، و تضمین خدمات ارائه شده به مدت دو ماه یا سه هزار کیلومتر، هر کدام زودتر فرا برسد و ضمانت قطعات به مدت شش ماه یا ده هزار کیلومتر، هر کدام زودتر فرا برسد، سیاست صورت پذیرد. در این خصوص شرکت عرضه کننده خودرو می بایست مکاتیمی طراحی نموده و از طریق درج در صورت حساب موضوع را به مشتریان اطلاع رسانی نماید.

ارائه صورت حساب تضمین قطعات و خدمات در خصوص مشتریان دوران تعهد نیز مشمول این ماده می گردد.

الزامات مربوط به ماده ۲۶ آئین نامه

ماده ۲۶ - تعیین تعداد نمایندگی های مجاز توسط عرضه کنندگان انواع خودرو مطابق ضوابط ذیل می باشد.

الف - مربوط به عرضه کنندگان خودروهای سبک

ردیف	تعداد عرضه خودرو	حد قابل تعداد نمایندگی فعال	محل استقرار نمایندگی
۱	تا ۵۰۰ دستگاه	یک	بر اساس توزیع
۲	از ۵۰۰ تا ۵۰۰۰ دستگاه	به ازای افزایش هر ۵۰۰ دستگاه یک واحد	پراکندگی خودرو
۳	بیش از ۵۰۰۰ دستگاه	مازاد بر بند فوق بر اساس فرمول مندرج در تبصره این ماده	در سطح کشور

ب - مربوط به عرضه کنندگان خودروهای سنگین درون شهری

ردیف	تعداد عرضه خودرو	حد قابل تعداد نمایندگی فعال در هر استان	محل استقرار نمایندگی
۱	تا ۳۰۰ دستگاه	یک	بر اساس توزیع
۲	از ۳۰۰ تا ۳۰۰۰ دستگاه	به ازای افزایش هر ۳۰۰ دستگاه یک واحد	پراکندگی خودرو
۳	بیش از ۳۰۰۰ دستگاه	مازاد بر بند فوق بر اساس فرمول مندرج در تبصره این ماده	در سطح کشور

ج - عرضه کننده انواع خودروهای سنگین برون شهری

محل استقرار نمایندگی	حداقل تعداد نمایشگاهی فعال	مشخصات خودرو	رتبه
محور اول شامل استان های اردبیل، گیلان و مازندران	۱۳ نمایندگی در محورهای مورد اشاره	تا ۳۰۰۰ دستگاه	۱
محور دوم شامل استان های گنستان و خراسان شمالی			
محور سوم شامل استان های سمنان و خراسان رضوی			
محور چهارم شامل استان های زنجان، آذربایجان شرقی و آذربایجان غربی			
محور پنجم شامل استان های مرکزی، همدان و کردستان			
محور ششم شامل استان های لرستان، کرمانشاه و ایلام			
محور هفتم شامل استان های یزد و کرمان			
محور هشتم شامل استان های بوشهر و هرمزگان			
محور نهم شامل استان های فارس، کهگیلویه و بویر احمد و خوزستان			
محور دهم شامل استان های تهران، البرز، قم و قزوین			
محور یازدهم شامل استان های اصفهان و چهارمحال و بختیاری			
محور دوازدهم شامل استان های سیستان و بلوچستان و خراسان جنوبی			
بر اساس توزیع تردد خودروها در محوره های یاد شده	مازاد بر بند فوق بر اساس فرمول مندرج در تبصره این ماده	بیش از ۳۰۰۰ دستگاه	۲

د - عرضه کنندگان انواع موتورسیکلت جهت ارزیابی خدمات پس از فروش به مصرف کنندگان، موظفند در شهرهای استانی که در آنها به مصرف کننده موتورسیکلت عرضه شده است حداقل یک نمایندگی مجاز ایجاد نمایند. در صورت افزایش گستردگی میزان عرضه در هر یک از استان ها، تعیین تعداد نمایندگی های مجاز مطابق فرمول مندرج در تبصره این ماده می باشد.

تبصره ۱- تعیین تعداد نمایندگی های مجاز مازاد بر حداقل های مشخص شده در جدول این ماده مطابق فرمول ذیل می باشد.

(تعداد خودروهای موجود) (سریب مراجعه خودرو در سال) (متوسط زمان تعمیرات هر خودرو) = تعداد جایگاه های تعمیراتی در دوره ضمانت یا تعهد
(میزان ساعات کار نمایندگی در هر روز) (تعداد روزهای کاری نمایندگی در طول سال)

تعداد جایگاه تعمیراتی برای خودروها در دوره تعهد + تعداد جایگاه تعمیراتی برای خودروها در دوره ضمانت = تعداد کل جایگاه های تعمیراتی

تبصره ۲- پس از تعیین تعداد جایگاه های تعمیراتی مطابق فرمول تبصره فوق، عرضه کننده می تواند بسته به سیاستهای داخلی خود در مورد اندازه نمایندگی ها، نسبت به تعیین تعداد نمایندگی ها در هر منطقه اقدام نماید.

ذ - تعداد واحدهای خدمات سیار مورد نیاز عرضه کنندگان خودرو :

واحدهای خدمات سیار درون شهری باید به تعدادی باشد که هر امدادخواه حداکثر به میزان ۴۵ دقیقه در انتظار رسیدن امدادگر شرکت مربوطه باشد.

واحدهای خدمات سیار بین شهری باید به تعدادی باشد که هر امدادخواه حداکثر به میزان ۷۰ دقیقه در انتظار رسیدن امدادگر شرکت مربوطه باشد.

الزامات ماده ۴
قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

ماده ۴ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

چندوجه نقص یا عیب قطعات ایسنی خودرو در طول دوره ضمانت پس از سه بار تعمیر همچنان باقی باشد یا در صورتی که نقص یا عیب قطعانی که موجب احتمال صدمه جسمی یا جنی اشخاص گردد و با یک تعمیر برطرف نشده باشد یا خودرو بیش از سی روز به دلیل تعمیرات غیر قابل استفاده بماند، عرضه کننده مکلف است حسب درخواست مصرف کننده خودروی معیوب را با خودروی نو تعویض یا با توافق، بهای آن را به مصرف کننده مسترد دارد.

تبصره ۱- در صورت بروز اختلاف بین طرفین، موضوع اختلافی حسب درخواست طرفین ابتدا در هیئت حل اختلاف مربوطه، متشکل از نمایندگان عارضه کننده خودرو، کارشناس رسمی دادگستری و کارشناس نیروی انتظامی به ریاست کارشناس رسمی دادگستری طرح و رای لازم با اکثریت آراء صادر خواهد شد. در صورت اعتراض هر یک از طرفین به رای صادره، خواسته در دادگاه صالحه قابل پیگیری خواهد بود. دادگاه صالحه باید خرج از نوبت و حداکثر ظرف دو ماه انشاء رای نماید.

تبصره ۲- عرضه کننده حق واگذاری یا استفاده از خودروی مسترد شده را پیش از رفع عیب ندارد، واگذاری خودروی مزبور پس از رفع عیب و نقص قبلی و با اعلام صریح عیوب مزبور در اسناد واگذاری مجاز می باشد.

شاخص های مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

- ✓ نسبت هزینه پرداخت شده به کل هزینه های درخواستی و قانونی مشتریان، موضوع ماده فوق الذکر
- ✓ نسبت خودروهای تعویض شده به کل درخواست های قانونی تعویض خودرو از سوی مشتریان، موضوع ماده فوق

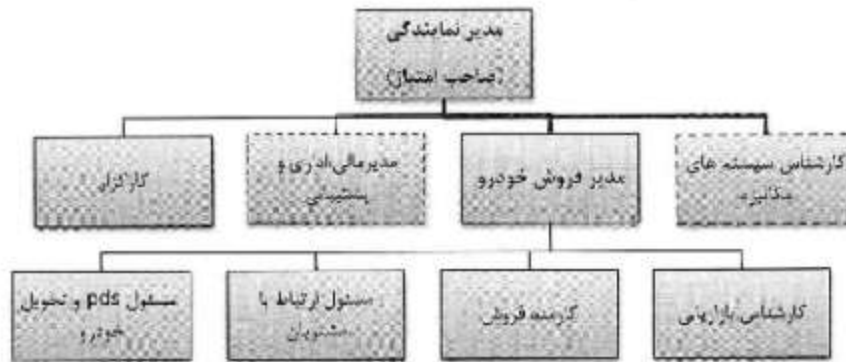
پیوست ها

پیوست الف
بند ح ماده ۲
دستورالعمل شرایط، ضوابط و
ارزیابی خدمات فروش خودرو

۱- نیروی انسانی

مدیریت و نیروی انسانی یکی از پارامترهای مهم در نمایندگی مجاز به جهت ارائه خدمات مطلوب به مشتریان محسوب می گردد. منابع انسانی ارزشمندترین منبع سازمانهای امروزی به شمار می آید چراکه به تصمیمات سازمانی شکل داده، مسابن و مشکلات سازمان را حل نموده و بهره‌وری را عینیت می بخشند.

ساختار سازمانی نمایندگی های مجاز فروش



پست کارشناس سیستم های مکانیزه و مدیر مالی اداری و پشتیبانی در نمایندگی اختیاری میبندند

چنانچه میزان فروش نمایندگی کمتر از ۶۰۰ خودرو باشد، وجود افرادی مستقل در سمت های کارشناس بازاریابی، مسئول ارتباط با مشتریان و کارمند فروش اختیاری میبندند.

چنانچه میزان فروش نمایندگی بین ۶۰۰ تا ۱۱۰۰ باشد، وجود افرادی مستقل در پست های کارمند فروش و مسئول ارتباط با مشتریان اختیاری میبندند.

۲-۱- تعیین تعداد نیروی انسانی مورد نیاز در نمایندگی مجاز

تعیین تعداد نیروی انسانی کافی یا توجه به تعداد فروش در هر نمایندگی مجاز به جهت برآورده کردن امکانات خدماتی صحیح و موثر می بایست صورت گیرد.

جدول الف - مدیریت و نیروی انسانی

تعداد فروش خودرو در سال (S)			سمت	رتبه
$1100 < S$	$600 < S \leq 1100$	$S \leq 600$		
۱ نفر	۱ نفر	۱ نفر	مدیر نمایندگی	۱
۱ نفر	۱ نفر	۱ نفر	مدیر فروش	۲
به ازای اضافه شدن فروش هر ۵۰۰ دستگاه خودرو یک نفر اضافه می شود			کارمند فروش	۳
۱ نفر			مسئول ارتباط با مشتریان	۴
۱ نفر			کارشناس بازاریابی	۵
۱ نفر	۱ نفر	۱ نفر	مسئول PDS و تحویل خودرو	۶
۱ نفر	۱ نفر	۱ نفر	کارگزار	۸
-	۵	۴	جمع نفرات	

تبصره ۱

در مواردی که افراد به صورت مشترک در چند سمت مشغول فعالیت هستند به جهت اجرای شرح وظایف مجوله می بایست شرایط احراز مشاغل مربوطه را دارا باشد ضمن آنکه دوره های آموزشی مربوط به کلیه پست ها را طی نموده باشند.

تبصره ۲

وجود پست کارشناس سیستم های مکانیزه در نمایندگی الزامی نبوده و تشویقی محسوب میشود.

۳-۱- شرایط احراز کارکنان نمایندگی های مجاز فروش

۱-۳-۱- 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
 - آشنایی با آخرین ویرایش دستورالعمل شرایط، ضوابط و ارزیابی فروش
- شرح وظایف
 - هدایت کلیه کارکنان فروش، کنترل و ارزیابی فرایند فروش
 - تلاش در جهت شناخت انتظارات و نیازهای مشتریان و برنامه ریزی جهت برآورده سازی آنها
 - شناخت و اجرای مناسب قوانین و ضوابط حقوق مصرف کنندگان
 - برنامه ریزی تبلیغاتی در جهت افزایش سهم بازار
 - ایجاد وفاداری و اطمینان مشتریان نسبت به شرکت و اطمینان از حرکت در جهت سیاستهای فروش شرکت
 - رسیدگی به نظرات و پیشنهادات مشتریان

• ایجاد انگیزه در کارکنان، تعریف پروژه ها و طرح های جدید با توجه به پیشرفت بالقوه و نیاز

نماینده

۱-۳-۲- 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

• گزارش نویسی

• نظام آراستگی

• مدیریت رفتار سازمانی

• کار تیمی (DISC)

• اصول و فنون مذاکره

• آشنایی با مفاهیم بازاریابی و نشان تجاری

• مهارت های فروش

• مدیریت کسب و کار

• روابط عمومی اثربخش

• معرفی محصولات و کاتال های ارتباطی

• ارتباطات و تبلیغات

▪ شرح وظایف

▪ شناخت، آنالیز و تحلیل شرایط بازار خودرو در منطقه و بررسی فعالیت رقیب

▪ مشاهده و آنالیز و ارزیابی روند تغییرات بازار

▪ انجام تحلیل های دوره ای و تعیین دوره های رشد، اشباع، آغاز و یا کاهش تقاضا برای هر یک از محصولات

▪ حضور فعال در نمایشگاه های منطقه ای

▪ تحلیل اطلاعات مشتریان با در نظر گرفتن جوانب مختلف بازاریابی و تبلیغات و به روز کردن اطلاعات مرتبط

▪ به کارگیری و بهبود روش هایی که می تواند منجر به تغییر در فروش و یا گردش مالی گردد
مثل استفاده از روش های خاصی از تبلیغات و یا ایجاد تغییر در قیمت ها و یا تغییر در شرایط فروش

▪ به کارگیری معیارهای بازار منطقه و محلی در فرآیند فروش جهت کسب وفاداری مشتری (همراه با در نظر گرفتن اهداف شرکت)

▪ مشاوره به مدیر در تعیین و طراحی برنامه ای برای رسیدن به اهداف بازاری مورد نظر و ارائه پیشنهاد در خصوص تبلیغات منطقه ای

▪ توسعه و بهبود روش ها و کانال های فروش و پیشنهاد آن به مدیریت

• بررسی شیوه های تبلیغات و بازاریابی پیشنهاد شده از سایر موسسات

• آگاهی و نظارت بر اجرای دستورالعمل ها ، آیین نامه ها و بخش نامه های مربوط به بازاریابی و فروش

• پیشنهاد کمپین های تبلیغاتی، شرایط فروش مناسب، تبلیغات سراسری (SMS و Mail...) به مدیریت و برنامه ریزی تبلیغات نمایندگی

▪ هماهنگ کردن اقداماتی در راستای بازاریابی و معرفی محصول با مدیر فروش

▪ به روز کردن شیوه تبلیغات پیگیری برنامه های تبلیغات نمایندگی و اجرای آن و کمک گرفتن از موسسات خدماتی و سنجش اثربخشی تبلیغات

▪ محاسبه منابع مورد نیاز و تهیه برنامه بودجه تبلیغات و بازاریابی

▪ تقسیم بودجه جهت پوشش تک تک فعالیت ها، گروه های کاری، بزه های زمانی متفاوت با

توجه به هدف های آن

▪ شناسایی نقاط ضعف و قوت تمام فعالیت های بازاریابی بر اساس نتایج به دست آمده

▪ تحلیل و کنش ها نسبت به تمیغات سراسری

▪ ایجاد یک رابطه نزدیک با کارکنان، جمع آوری فیدبک ها و در نظر گرفتن آن در تصمیم گیری

ها

▪ استقبال از مشتریان به محض ورود به نمایندگی

▪ ارائه اطلاعات لازم به مشتریان در خصوص معرفی محصول، شرایط فروش، قیمت...

▪ راهنمایی مشتریان بر اساس میزان توان خرید و ترغیب مشتریان به خرید محصولات

▪ پیگیری مراجع مشتری تا حصول خرید

▪ مذاکره با مشتریان و ارائه اطلاعات لازم از قبیل دفترچه مشخصات محصول، بروشور و ... به

مشتریان

۳-۳-۱- مدیر / مسئول فروش

به دست آوردن سهم بهینه از بازار و رضایت بالای مشتری و کارائی بالا در نمایندگی ارتباط بسیار

بالایی با مدیریت دارد

▪ سوابق تحصیلی و کاری

▪ لیسانس با حداقل ۴ سال سابقه کار

▪ فوق دیپلم با حداقل ۵ سال سابقه کار

▪ دیپلم اقتصاد با حداقل ۶ 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 فرایند تخصیص پلاک و pds و handover
- مدیریت کسب و کار

- شرح وظایف
- هدایت کلیه کارکنان فروش، کنترل و ارزیابی پیشرفت مهارت ها و حضور در دوره های آموزشی شرکت
- توسعه و بهبود روش های عملیاتی جهت افزایش نقدینگی و سودآوری در فروش و اخذ ناپییده مدیریت در این مسائل
- برآورد و محاسبه میزان سرعایه گذاری در تجهیزات، تاسیسات و نیروی انسانی همراهِ با مدیریت

▪ برنامه ریزی منابع در رابطه با میزان موجودی خودروهای نو و به کارگیری روشی جهت

مدیریت بهینه موجودی خودروها

▪ آگاهی و نظارت بر اجرای دستورالعمل ها، آیین نامه ها و بخش نامه های مربوط به بازاریابی

و فروش

▪ مشاهده و در نظر گرفتن بازار منطقه ای و به کارگیری شرایط فروش ویژه

▪ برنامه ریزی و حضور در تبلیغات رسانه ای و ارتباطی

▪ نظارت بر نحوه ضراحی نمایشگاه مطابق با استاندارد شرکت

▪ به کارگیری تمام روش های ممکن در معرفی و ارائه صحیح محصولات و متعلقات اختیاری

(آیسن) با همکاری تمام افراد

▪ شناخت مشتریان بالقوه، کلیدی، سود آور و جذاب و تعیین منطقه مورد پوشش و گسترش

آن در صورت لزوم

▪ تخصیص مشتریان خاص آگروهی از مشتریان و یا حوزه خاصی به هر یک از کارکنان فروش

▪ برقراری ارتباط با سایر افراد فعال در بازار و جستجو برای یافتن مشتری های عمده و مهم

▪ تعیین و به روز کردن ملزومات واحد فروش

▪ حضور فعال در مصاحبه ها و تصمیم گیری ها جهت استخدام نیروی جدید

▪ مدیریت و هدایت و ایجاد نظام انگیزشی برای کارکنان و جذب نیروی ماهر

▪ تعیین و ابلاغ اهداف به کارکنان و کنترل سطح تحقق اهداف، شناسایی انحرافات، تصحیح

آنها، ایجاد هماهنگی و رفع مشکلات واحدهای مربوطه

▪ تعیین مهارت های فنی مورد نیاز کارکنان برنامه ریزی آموزشی و اندازه گیری عملکرد و

آثر بخشی آن

▪ آموزش کارکنان در حین کار و در صورت نیاز برگزاری جلسات آموزشی و توجیهی

- رسیدگی به نقرات و بیسئهدادات و شکایات مشتریان، جمع بندی باز خورد های مشتریان و کارکنان و برنامه ریزی در جهت انجام اقدامات اصلاحی موثر و بهبود هماهنگی با مسئولین سازمان جهت رفع مشکلات احتمالی
 - نظارت بر حضور و غیاب کارکنان تحت امر و مدیریت تشویق کارکنان
 - مدیریت کنترل هزینه واحد مربوطه
 - اطمینان از در دسترس بودن تعداد کافی از محصولات جهت نمایش
 - اطمینان از آگاهی کامل کارکنان فروش نسبت به فرآیند سفارش
 - به روز کردن نحوه ارائه و معرفی خودروها
 - نظارت بر نحوه سفارش و تحویل خودرو و پیاده سازی استاندارد های شرکت
 - استفاده کامل از ظرفیت بالقوه بازار خودرو در فروش خودروی نو
 - تهیه گزارشات تحلیلی درباره فروش (شامل انحرافات از برنامه، انجام تحلیل های سود و زیان کمپین های فروش و ...)، تبلیغات و مسائل کارکنانی جهت ارائه به مدیریت
 - کمک گرفتن از تیم در جهت بهبود فرآیندها
 - رسیدگی به شکایات غیر قابل حل توسط کارشناسان فروش
 - نظارت بر فروش سایر رقبا و انتقال اطلاعات مرتبط به کارکنان
 - تلاش در جهت شناخت انتظارات و نیازهای مشتریان و برنامه ریزی جهت برآورده سازی خواست مشتریان
 - شناخت و پیروی از قوانین و ضوابط حقوق مصرف کننده
 - برنامه ریزی برای انجام تبلیغات در جهت افزایش سهم بازار
 - ایجاد وفاداری و اطمینان مشتریان نسبت به شرکت و برنامه ریزی جهت افزایش وفاداری
 - اطمینان از حرکت در جهت سیاست های فروش شرکت و تحقق اهداف تعیین شده
- نماینده

۱-۳-۲- 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 نشن تجاری
 - روابط عمومی اتربخش
 - اصول و فنون مذاکره
 - معرفی محصولات و کانال های ارتباطی
 - ارتباطات و تبلیغات
 - آشنایی با فرایند های قیمت گذاری و فروش
 - آشنایی با فرایند تخصیص پلاک و pds و handover
 - مدیریت کسب و کار
- شرح وظایف

- تحویل کلیه مدارک از مشتریان و انجام کلیه مراحل اداری در جهت فروش خودرو
- انتقال خواسته های مشتری به مدیرفروش
- قراردادن اطلاعات در جایگاه مربوطه (بروشور و دفترچه مشخصات محصول) و اطمینان از در دسترس بودن آنها و معرفی محصول در سطح حرفه ای
- انجام تحویل های آماری روی اهداف مورد نظر در هزار
- انجام مذاکرات فروش (معووضه، روش و نوع پرداخت، روش ارسال و تحویل خودرو و ...)
- عقد قرارداد فروش و توافق بر روی فرآیند ثبت نام
- رفع نقص احتمالی مدارک، ثبت و انتقال اصلاحات مورد نظر مشتری و گرفتن تایید سفارش و در صورت لزوم انتقال آن به مشتری
- انجام کلیه امور مربوط به پس از فرآیند ثبت نام مشتریان نظیر تنظیم صلح نامه، تبدیل، انصراف و ... بنا بر خواست مشتری
- ایجاد هماهنگی های لازم با کارگزار جهت تسریع در انجام مراحل ثبت نام تا تحویل خودرو
- نظارت بر انجام قراردادهای مالی، بیمه، لیزینگ و سایر فرآیندها و پیگیری مراحل تا دریافت خودرو مشتری و حل مشکلات پیش آمده

۱-۳-۵- مسئول ارتباط با مشتریان

- سوابق تحصیلی و کاری
- لیسانس یا ۵ سال سابقه کار
- فوق دیپلم یا ۶ سال سابقه کار
- دیپلم یا ۷ سال سابقه کار
- دوره های آموزشی
- مشتری مداری مهارت های ارتباطی

- نظام آراستگی
- مدیریت رفتار سازمانی
- کار تیمی (Disc)
- اصول و فنون مذاکره
- مهارت های فروش
- مدیریت کسب و کار
- روابط عمومی انربخش
- آشنایی با آخرین ویرایش استاندارد ISO 10002 , ISO 10004
- معرفی محصولات و کانال های ارتباطی
- شرح وظایف
 - خوش آمدگویی و استقبال به صورت دوستانه و با روی باز
 - رسیدگی به مشتریان منتظر در نمایشگاه
 - برقراری و لینک دادن مشتریان و کارمندان فروش
 - پاسخگویی به تلفن و وصل کردن آن به کارکنان مربوطه
 - انتقال اطلاعات و بروشورها به مشتریان
 - نظارت بر تمیزی و منظم بودن نمایشگاه و حوزه پذیرش و بررسی وجود و در دسترس بودن ملزومات پذیرایی
 - پاسخگویی و رسیدگی به کلیه شکایتهای مشتریان و رفع مشکلات مربوطه و نگهداری کپیه اسناد
 - تماس مستمر با مشتریان، نظر منجی از مشتریان و تعیین سطح رضایتمندی آنها
 - تماس با مشتری در عرض ۴ روز از زمان دریافت شکایات جهت حل مشکل و پیگیری امور شکایات مشتری از سازمان تا رفع مشکل
 - نگهداری و پیگیری اسناد کلیه شکایتهای مشتریان

- برگزاری جلسات با کارکنان و مدیران، ارائه بازخوردهای مشتریان
- همکاری در طرح مراقبت از مشتری جهت افزایش وفاداری مشتریان
- ارائه بازخورد از مشتریان به مسئول فروش
- برگزاری جلسات با مسئول بازاریابی و فروش با هدف رفع موانع موجود در کسب رضایت مشتریان

- رعایت کسبه بخش نامه ها و دستورالعملها در حوزه ارتباطی

۱-۳-۶- مسئول PDS و تحویل خودرو

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

▪ شرح وظایف

- برنامه ریزی و زمان بندی تحویل خودرو و انجام فعالیتهای کنترلی در حضور مشتری
- تحویل خودرو به مشتری با ارائه کلیه لوازم جانبی و تست خودرو در حضور مشتری
- تکمیل اسناد مربوطه به دریافت و تحویل خودرو
- ارائه اطلاعات تکمیلی درباره نحوه بکارگیری صحیح خودرو به مشتری
- معرفی واحد بوتیک (در صورت وجود) به منظور ارتقاء محصول پذیر نظر مشتری

• تشریح شرایط و ضوابط گارانتی خودرو و نحوه ارائه خدمات پس از فروش

۱-۳-۷- 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

• شرح وظایف

• تهیه و تنظیم کلیه صورت های مالی و انجام امور حسابداری

• تهیه و تنظیم امور بیمه ای نمایندگی

• تهیه و تنظیم برچه های مالیاتی نمایندگی

• ارائه گزارش مالی در تمام زمینه های کاری نمایندگی (بازاریابی، فروش خودرو و

قطعات، تبلیغات و حقوق و مزایای کارکنان...) به صورت دوره ای به مدیریت و تهیه

صورتحساب سود و زیان عملیاتی

• نظارت بر اجرای صحیح بودجه های تخصیص داده شده و انجام اقدامات اصلاحی در

صورت به وجود آمدن انحرافات

• تهیه اظهارنامه مالیاتی و تسلیم آن به دارایی و دفاع در صورت لزوم

• تهیه راهکارهای کاهش هزینه و افزایش درآمد

۱-۳-۸- کارگزار

▪ سوابق تحصیلی و کاری

• حداقل دیپلم با ۳ سال سابقه کار

▪ دوره های آموزشی

• آشنایی با محصولات و مبانی خودرو

- مشتری مداری
- مدیریت رفتار سازمانی
- آشنایی با سیستم های فروش
- شرح وظایف
- دریافت کتبه اسناد و مدارک از نمایندگی
- انتقال کلیه اسناد و مدارک نمایندگی به شرکت مربوطه
- رعایت کلیه استانداردها، اصول ومقررات اداری شرکت
- نقل وانتقال کلیه اسناد خرید و فروش خودروها
- پیگیری خودروهایی که حمل نشده و لوازم کسری در موقع حمل
- پیگیری نواقص پرونده مشتریان
- ۱-۳-۹- کارشناس سیستم های مکانیزه
 - سوابق تحصیلی و کاری
 - لیسانس یا ۱ سال سابقه کاری
 - فوق دیپلم با ۳ سال سابقه کاری
 - دوره های آموزشی
 - مشتری مداری
 - مدیریت کسب وکار
 - معرفی محصولات و کانال های ارتباطی
 - آشنایی با سیستم های فروش و فروش اینترنتی
 - روش های حفظ و نگهداری اسناد و مدارک
 - مهارت های فروش
 - آشنایی با دوره های پیشرفته سیستم عامل و نرم افزار
- شرح وظایف

شرح وظایف

- دریافت بخش نامه ها و ابلاغیه ها از طریق اینترنت و ارسال نامه ها به شرکت
- تلاش در جهت افزایش سرعت انجام امور نمایندگی و مشتریان و نظارت بر تمامی سیستمهای موجود در نمایندگی
- اجرا موارد سیستمی که مسئولین فروش قادر به انجام آن نبودند و آموزش آنها در صورت نیاز
- تهیه نسخه پشتیبان از اطلاعات مهم نمایندگی
- ایجاد و تسهیل در برآورد نیازهای مشتریان از طریق کانال های متنوع ارتباطی مانند اینترنت یا شبکه های مجازی

مدارک تحصیلی مورد پذیرش در فرآیند ارزیابی عبارتند از :

- مدارک صادر شده توسط وزارت آموزش و پرورش
- مدارک صادر شده توسط وزارت علوم و تحقیقات و فناوری

سوابق کاری مورد پذیرش در فرآیند ارزیابی عبارتند از :

- لیست بیمه

تبصره ۳

درخصوص سوابق کاری و تحصیلی کارکنان نمایندگی های سجاد امتیاز سوابق ارائه شده در ارزیابی به نسبت سوابق تعیین شده در دستورالعمل لحاظ می گردد.

تبصره ۴

درخصوص مدارک تحصیلی و سوابق شغلی فقط اصل و یا کپی برابر اصل مدرک که توسط دفاتر اسناد رسمی و همراه با مهر برجسته صادر شده باشد قابل قبول خواهد بود.

ارائه سوابق آموزشی از طریق سایت رسمی شرکت واسطه خدمات پس از فروش و یا اصل گواهینامه آموزشی همراه با مهر شرکت مربوطه قابل قبول میباشد.

۴-۱ نحوه امتیازدهی

حداکثر امتیاز این بخش ۴۰ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی را شامل می شود.
نحوه امتیاز دهی این بخش به ازای تعداد نفرات تعیین شده در جدول الف و براساس 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

تبصره

۲۰ درصد امتیاز هر یک از کارکنان مربوط به سوابق تحصیلی و کوری و ۸۰ درصد سابقه مربوط به دوره های آموزشی تعیین شده می باشد

۲- امکانات و تجهیزات

۲-۱- فهرست تجهیزات اداری و رفاهی مورد نیاز در جدول ذیل آورده شده است.

ردیف	شرح
۱	رایانه (برای هر مسئول فروش و سیستم های مکانیزه یک رایانه) ^(۱)
۲	میز و صندلی و مبلمان ویژه مشتریان ^(۲)
۳	دستگاه کپی و فکس و پرینتر و اسکنر و پل 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 ^(۳)
۹	میز عقد قرارداد و مشاوران
۱۰	اینترنت پرسرعت ^(۳)
۱۱	تابلو معرفی جایگاه فروش و نمایشگاه ^(۴)
۱۲	دوربین مداربسته

(۱) رایانه های موجود در نمایندگی به شرطی مورد قبول می باشد که دارای کد کاربری باشند در

غیراینصورت امتیازی به آن تعلق نمیگیرد.

(۲) میز مشاوران فروش نمایشگاه با ارتفاع متناسب موجود باشد.

(۳) حداقل سرعت اینترنت جهت انجام امور اداری و فروش ۱ مگابیت بر ثانیه میباشد.

(۴) به ازای هر مسئول فروش یک خط تلفن باید وجود داشته باشد.

(۵) تابلو نمایندگی باید دارای نور مناسب جهت جلب نظر مشتری باشد.

۲-۲ تجهیزات لازم در فرایند PDS عبارتند از:

تجهیزات و ابزار آلات مشخص شده در جدول ذیل نیاز به کالیبراسیون و نگهداری و تعمیرات دوره ای دارند.

ردیف	تجهیزات	کالیبراسیون	تعمیرات و نگهداری	امتیاز
۱	دستگاه مکش روغن			۱۰
۲	تورکومتر	✓		۵
۳	دستگاه شارژ باطری			۱۰
۴	مولتی متر	✓		۵
۵	دستگاه عیب یاب			۲۰
۶	دستگاه تست، عملکرد و شارژ کولر	✓	✓	۱۵
۷	دستگاه تنظیم نور چراغ های جلو			۱۵
۸	دستگاه میزان فرمان کامپیوتری	✓	✓	۲۰
۹	دستگاه بالانس چرخ	✓	✓	۱۵
۱۰	دستگاه آنالیز پنج گاز	✓		۱۵
۱۱	دستگاه نشت یاب CNG			۱۰
۱۲	جک دوستونه یا چهار ستونه		✓	۱۵

تیمبره ۱

وجود فرایند PDS در نمایندگی های مجاز الزامی است. چنانچه نمایندگی مجاز صرفاً عهده دار فروش خودرو باشد، در صورت نیاز به انجام تعمیرات در مرحله PDS می تواند با هماهنگی شرکت عرضه کننده از فضا، امکانات و تجهیزات سایر نمایندگی های نزدیک استفاده نماید. در این صورت

نمایندگی نیاز به تامین تجهیزات PDS نخواهد داشت لیکن شرایط لازم جهت احراز رتبه یک در نمایندگی های مجاز بر خورداری از تجهیزات PDS می باشد.

تبصره ۲

کالبراسیون سیببست توسط یکی از مراجع معتبر که دارای مجوهای تایید صلاحیت از موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران می باشد انجام گردد.

تبصره ۳

در صورتی که نمایندگی دارای مجوز فروش خودروهای گازسوز باشد، دستگاه عیب یاب- دارای نرم افزار و سخت افزار مربوط به سیستم های گاز سوز، دستگاه نشت یاب و دستگاه آنالیز پنج گاز الزامی است.

۲-۳- نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز این بخش ۱۰ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی را شامل می شود.

نحوه امتیاز دهی این بخش براساس ضرایب جدول زیر محاسبه می گردد.

ردیف	شرح	ضریب
۱	تجهیزات اداری و رفاهی	۱
۲	تجهیزات PDS	۳

تبصره

صرفاً به دستگاه ها، تجهیزات و امکانات سالم که نصب و مورد بهره برداری قرار می گیرند امتیاز

تعلق می گیرد. در صورت وجود تجهیز به صورت ناقص نبمی از امتیاز به آن تجهیز تعلق نمی گیرد.

در صورت کالبره نبودن هر یک از تجهیزات ۳۰ درصد از امتیاز آنها کسر خواهد شد.

در صورت عدم انجام تعمیرات و نگهداری هر یک از تجهیزات ۲۰ درصد از امتیاز آنها کسر خواهد شد.

شرایط محیطی:

۳ فضای فیزیکی

۳-۱- شرایط فیزیکی محل های مختلف

شرایط فیزیکی محل های مختلف به ۴ بخش ذیل تقسیم میگردد:

۳-۱-۱- ابعاد و شرایط محل نمایشگاه

در نمایشگاه می بایست از شیشه های سکوریت که فاقد قابلیت رفلکس میباشند، استفاده شود به طوری که داخل نمایشگاه از بیرون در روز و شب مشاهده گردد.

دیوار نشان تجاری شرکت باید در مقابل درب ورودی (گیت ورودی) قرار گیرد تا هنگامی که مشتری وارد نمایشگاه می شود با روبرو شدن با آن تحت تاثیر قرار گیرد. دیوار نشان تجاری به منظور خوش آمدگویی به مشتریان قرار می گیرد. اختصاص فضایی به ابعاد ۲.۵×۳.۵ مترمربع جهت میز پذیرش و Brand Wall پشت سرمسئول پذیرش که کاملاً در روبروی گیت ورودی این امکان را نیز به مشتریان می دهد تا بتواند اطلاعات مورد نیاز را اخذ نماید.

کف نمایشگاه می بایست دارای ۲ رنگ روشن و تیره و ترجیحاً دارای قوس برای خودروهای داخل نمایشگاه باشد.

وجود حداقل ۱۲۰ متر برای نمایش خودروها در نمایشگاه الزامی میباشد (فضا جهت نبی از مدل های تولیدی شرکت عرضه کننده وجود داشته باشد. فضای در نظر گرفته شده برای هر خودرو ۲۴ میباشد).

تبصره ۱: منظور از مدل خودرو، انواع خودروهایی می باشد که فارغ از نوع در قوای محرکه، تجهیزات در خواستی (آپشن) و یا تعمیرات جزئی در ظاهر خودرو، در یک دسته قرار می گیرند.

تبصره ۲: می بایست حداقل یک دستگاه از جدیدترین محصولات عرضه شده در یکسال اخیر نمایشگاه جهت معرفی به مشتریان موجود باشد

نمایندگی باید محلی را برای نمایش خودرو ویژه در صورت وجود در نظر بگیرد. خودرو ویژه می تواند آخرین خودرویی باشد که در یکسال گذشته برای مشتریان عرضه شده است و دارای ویژگی های متمایز کننده از سایر خودرو ها می باشد.

محل خودروی ویژه باید دارای اختلاف سطح از زمین بوده و رنگ آن نیز دارای اختلاف با کف نمایشگاه باشد. همچنین دور تا دور این جایگاه باید نورپردازی شده باشد

۳-۱-۲- پارکینگ خودرو

نمایندگی های فروش می بایست به تعداد متوسط فروش روزانه پارکینگ مسقف داشته باشند مساحت هر یک از پارکینگها ۱۱ متر مربع (۵ + ۲.۲) می باشد. همچنین لحاظ نمودن محل عبور خودرو جهت دسترسی به هر یک از خودرو ها الزامی است.

۱۱ متر مربع = ۵ × ۲.۲ = اندازه فضای هر پارکینگ

۷.۷ متر مربع = ۳.۵ × ۲.۲ = اندازه فضای تردد و ورود و خروج

نمایندگی جهت رفاه حال مراجعه کنندگان باید فضایی نیز به عنوان پارکینگ برای مشتریان (حدافل ۳ مشتری) در نظر گیرد این فضا باید بگونه ای باشد که مشتری با تابلوهای راهنما به سوی آن هدایت شود. همچنین مکان مذکور باید دارای تابلو پارکینگ مشتریان فروش باشد.

محل پارکینگ خودرو های نو از خودروهای آماده تحویل و آماده تعمیر به صورت واضح جدا شوند و حدقل ۱ متر از هم فاصله داشته باشند.

۳-۱-۳- محل فعالیت PDS

فضای مورد نیاز جهت انجام فرآیند PDS ۲۸۰ متر مربع (۴ × ۷) بوده و مسقف باشد.

تبصره

در صورتیکه تعداد فروش سالانه نمایندگی ۱۱۰۰ خودرو و کمتر باشد، یک فضای PDS و برای نمایندگی هایی که بیش از ۱۱۰۰ خودرو در سال فروش داشته اند ۲ فضا لازم می باشد.

۳-۱-۴- فضای اداری و فضاهای انتظار و استراحت مشتریان:

متراز محل انتظار و استراحت مشتریان و محل عقد قرارداد و امور اداری مناسب با حجم فروش سالانه نمایندگی مطابق جدول ذیل می باشد:

تعداد فروش محل	$S < 600$	$600 < S < 1100$	$S > 1100$
محل انتظار و استراحت مشتری	۱۵ (مترمربع)	۲۵ (مترمربع)	۳۵ (مترمربع)
محل عقد قرارداد و امور اداری	۲۰ (مترمربع)	۳۰ (مترمربع)	۴۰ (مترمربع)

- در صورت تجهیز نبودن فضای انتظار مشتریان (میلدیان، مندلی، دفترچه مشخصات خودرو و قیمت ها) امتیازی به فضای آن تعلق نمیگیرد

۳-۲- نور فضاهای مرتبط :

میزان نور لازم برای هر محل در جدول ذیل مشخص گردیده است.

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

- نورپردازی خودروهای نمایشگاه باید برای هر خودرو به صورت مجزا در نظر گرفته شود.
- نورپردازی جایگاه خودرو ویژه در نمایندگی باید متفاوت با سایر فضاها و به صورت سرتاسری دور جایگاه انجام شود و همراه با تنوع رنگ باشد.

۳-۳- نحوه امتیاز دهی

امتیاز این بخش ۲ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی را شامل می شود.
نحوه امتیاز دهی این بخش به ازای تعداد فضاهای تعیین شده و براساس ضرایب جدول زیر محاسبه می گردد.

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

تبصره

متراژ (طول، عرض و کل فضا) چنانچه کمتر از ۸۰ درصد میزان تعیین شده باشد به آن بخش امتیازی.....
تعلق نخواهد گرفت، در صورتیکه ۸۰ درصد و بیش از آن باشد امتیاز آن به نسبت محاسبه خواهد شد.

الزامات محیطی

۴. آراستگی و ایمنی

۴-۱- مستندات

✓ کلیه افراد شغل (ذکر شده در دستور العمل) در نمایندگی باید دارای پرونده کارکنانی باشند-

در پرونده های کارکنانی باید مدارک شناسایی، سوابق شغلی، سوابق تحصیلی، سوابق آموزشی موجود باشد.

✓ کلیه پرونده های مشتریان (فروش، انصراف از خرید، صلح نامه، قراردادهای و ...) باید موجود بوده و به تفکیک قابل دسترسی آسان باشد.

✓ کسبه دستورالعملها، بخش نامه ها و اطلاعیه های شرکت باید موجود بوده و آگاهی از مفاد آن توسط مسئولین مربوطه محرز گردد.

۴-۲- 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.

جدول ۳-۳-۱ تابلوها و شرایط آنها

ردیف	نام تابلو	شرایط
۱	تابلو اصلی نمایندگی (فروش)	مطابق با الزامات شرکت عرضه کننده / واسطه خدمات پس از 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	
۱۱	پارکینگ خودروی مشتری	
۱۲	کلید تابلو های ایمنی	مطابق با الزامات قانونی تابلوهای ایمنی

۴-۳- ایمنی

- ✓ پارکینگ خودرو باید دارای سیستمی جهت اطفای حریق باشد. (به عنوان مثال کیسول آتش نشانی سیستم هوشمند اطفای حریق و ...)
- ✓ نمایندگی می بایست ریسک های ناشی از خطرات کار با دستگاهها و تجهیزات مربوط به PDS را شناسایی نموده و طریقه پیشگیری از خطر را به صورت بصری و یا مکتوب به اطلاع کارکنان برساند. برای کاهش احتمال وقوع خطر اقدامات لازم را نیز اجرا نماید.

✓ در صورت استفاده از کپسول های اطفاء حریق:

۱- کپسول های آتش نشانی به تعداد کافی و مناسب با نوع حریق قابل وقوع، در تمام محل های پارکینگ، فضای ستادی و اداری، نمایشگاه، تحویل خودرو به همراه دستورالعمل نحوه استفاده نصب و دارای تاریخ اعتبار و معتبر باشد.

۲- حداکثر فاصله دسترسی بین دو خاموش کننده می بایست از ۲۳ متر تجاوز ننماید.

۳- نزدیک به ورودی ها و خروجی ها باشد.

۴- حداکثر در فاصله ای ۱.۵ متری از سطح زمین نصب گردد.

۵- به راحتی قابل دیدن باشد.

۶- از تاریخ شارژ بیش از یک سال نگذشته باشد.

۷- درجه برروی رنگ سبز باشد.

✓ وجود هواکش مناسب جهت تهویه هوا در فعالیت های باطری سازی، گاز سوز الزامی می باشد

✓ جعبه کمک های اولیه باید موجود و در دسترس باشد.

تبصره ۱

محتویات جعبه کمک های اولیه می بایست حداقل شامل محلول ضد عفونی کننده، گاز استریل، باند استریل، چسب زخم، قیچی، پماد سوختگی و پنبه استریل باشد. در غیر این صورت امتیازی به آن تعلق نخواهد گرفت.

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

✓ تابلو های مربوط به ایمنی مطابق با آیین نامه علائم ایمنی وزارت کار و امور اجتماعی در محل های مورد نظر در نمایندگی نصب شده باشد.

✓ میزان بار قرارگرفته برروی بالابر می بایست مطابق با توان جک بوده و دارای سیستمی باشد که در صورت اضافه بار از حرکت جک جلوگیری به عمل آورد.

در صورت کسب گواهینامه ایمنی از سازمان آتش نشانی، شاخص ایمنی از فرآیند ارزیابی خارج و امتیاز کامل برای این حوزه لحاظ می گردد.

۴-۴- نظافت و تمیزی

- ✓ کلیه صندلی ها و میزهای مشتریان باید تمیز بوده و مرتب چیده شده باشد.
- ✓ کبیله فضاهای نمایشگاهی، شبشه ها، خودروها و... باید تمیز و آراسته باشد.
- ✓ کف پارکینگ خودرو باید تمیز باشد به گونه ای که در زمان حرکت خودروها گرد و غبار ایجاد نشود.
- ✓ کف محل PDS می بایست به گونه ای باشد که در حین انجام فعالیت های تعمیراتی گرد و غبار ایجاد نگردد.
- ✓ ابزارآلات و تجهیزات می بایست تمیز باشد
- ✓ کلیه خودروهای در حال آماده سازی قبل از تحویل می بایست دارای روکش محافظ (شامل : روکش گلگیر، صندلی، زیرپایی، فرمان و دسته دنده و ترمزدستی) باشند
- ✓ کلیه استند های موجود باید تمیز و در ابعاد مناسب استفاده مشتریان باشد.
- ✓ فضای پارکینگ باید برای پارک خودروها خط کشی شده باشد.
- ✓ محل عبور خودروها و علائم راهنما جهت مسیر مشخص گردیده باشد.
- ✓ شرایط نگهداری خودروها در پارکینگ می بایست رعایت گردد (رطوبت، نور آفتاب، نفوذ آب باران و ...)
- ✓ خودروهای موجود در نمایشگاه باید هم از لحاظ وضعیت ظاهری و داخلی هم وضعیت چیدمان مرتب بوده و در دوره های زمانی خاص چیدمان آنها تغییر کند.
- ✓ میز پذیرش مطابق استاندارد شرکت باشد.
- ✓ در پوشش کف نمایشگاه از سنگ های براق استفاده شود.

۴-۵- رفاه مشتری

- ✓ محل انتظار مشتری باید دارای صندلی جهت استراحت مشتریان باشد. تعداد صندلی ها می بایست ۵ صندلی به ازای هر ۱۰ مترمربع بوده و تا سقف ۲۰ مترمربع لحاظ گردد.
- ✓ محل انتظار مشتری می بایست دارای سیستم گرمایش و سرمایش مناسب باشد.
- ✓ نمایندگی میبایست امکانات رفاهی که شامل سرویس بهداشتی مجزا آقایان و بانوان، نمایشگر با امکان نمایش تبلیغات خودرو و دستگاه آب سرد و گرم برای مشتریان ایجاد نماید.
- ✓ نمایندگی باید شرایطی را جهت بخش موزیک در فضاهای استراحت و انتظار مشتری فراهم کند.
- ✓ وجود سرویس بار در محل انتظار مشتری در نمایشگاه الزامی میباشد.
- ✓ وجود الزامات و اقلام ضروری نیز (بطور مثال فضایی همراه با آرامش /مبلمان استاندارد / سرویس بار /یونیت های مرتبط مثل یونیت برشور /جی ساز / قهوه جوش) الزامی می باشد. کانتی جهت لوازم پذیرایی از مشتریان در فضای استراحت مشتری نمایشگاه قرار میگیرد.

۴-۶- کارکنان

- ✓ کلیه کارکنان باید دارای لباس کار استاندارد شرکت مادر باشند
- ✓ لباس کارکنان می بایست تمیز باشد
- ✓ کلیه کارکنان ستادی می بایست دارای اتیکت شناسایی با فرمت مشخص شده از سوی شرکت بوده و روی لباس کار آنها نصب شده باشد
- ✓ رنگ صندلی های کارکنانی واحدها و مشتریان مطابق استاندارد شرکت باشد.
- ✓ پلاکارد رومیزی کارکنان فروش (شناسایی کارکنان روی میزها) به همراه پست سازمانی آنها در همه جا مطابق استاندارد شرکت قرار گرفته اند.

۷۴ نحوه امتیاز دهی

حداکثر امتیاز این بخش ۱۰ درصد امتیاز کل نمایندگی می باشد که به طور مساوی به عوامل

موجود در جدول تعلق می گیرد

۵- فرآیندها

۱-۵- فرآیندهای مرتبط با بازاریابی

اطلاع رسانی و مذاکره با مشتری

در صورت دریافت دعوتنامه و یا بخش نامه های فروش جدید در سطح منطقه که نیاز به اطلاع رسانی به مشتری باشد به نحو مقتضی و به روش مناسب (پیامک و یا ارتباطات الکترونیکی جدید و ...) اقدام به اطلاع رسانی می شود.

در صورت معرفی محصول جدید از سوی شرکت نسبت به اطلاع رسانی به شکل مناسب اقدام می شود.

در صورت دریافت اطلاعات در خصوص نمایشگاهها و یا جشنواره های منطقه ای در سطح منطقه از طریق سیستم های پیامک و یا ارتباطات الکترونیکی جدید اقدام به اطلاع رسانی می نمایند.

نمایندگی برای دوره های فروش خاص ساعات کاری خود را افزایش دهد. ساعت کاری نمایندگی باید به اطلاع مشتری برسد. اطلاع رسانی باید بر روی تابلو و در معرض دید مشتریان باشد. جهت همدلی بیشتر با کارکنان ساعات کاری نمایندگی باید مناسب و هماهنگ با شرایط منطقه ای انتخاب شود.

هنگام ورود مشتری به نمایندگی خوش آمد گویی توسط کارکنان مربوطه انجام و مسئول بازاریابی برای شناخت بیشتر و بهتر نیاز مشتری با او وارد گفتگو شده و راهنمایی های لازم انجام شود.

مسئول بازاریابی پس از جلب اعتماد مشتری وی را ترغیب به انتخاب یکی از محصولات با یکی از شرایط فروش می نماید در صورت عدم تمایل مشتری برای استفاده از یک روش فروش و یا یک محصول، اطلاعات سایر شرایط و محصولات با رعایت کامل آداب مشتری مداری به مشتری ارائه

گردد. نحوه فروش (نقدی/اعتباری/اقساط)، زمان تحویل، نحوه باز پرداخت، گارانتی، مالیات بر ارزش افزوده، بیمه بدنه، بیمه شخص ثالث، شماره حساب های شرکت و همچنین هزینه های شماره گذاری)

کارکنان فروش و بازاریابی باید در خصوص آخرین تغییرات قیمت، مشخصات و ویژگی های محصول، روش های فروش (مطابق با آخرین بخش نامه ها)، شرایط ثبت نام و لوازه جانی خودرو اطلاعات کاملی داشته باشد و بر اساس درخواست مشتری، به مشتری اطلاع رسانی کند. (فهرست قیمت خودرو شرکت و نوع شرایط موجود (نقدی/اعتباری/اقساط)، زمان تحویل، نحوه باز پرداخت، گارانتی، مالیات بر ارزش افزوده، بیمه بدنه، بیمه شخص ثالث، شماره حساب های شرکت و همچنین هزینه های شماره گذاری) و در صورت برخورد با موارد جدید از طریق سایت شرکت، کانال تلگرام، بخش نامه ها، ارتباط با کارشناسان مناطق استعلام می کنند.

اطلاعات آخرین بخش نامه های فروش در محل مناسب مطابق استاندارد نصب می باشد.

تبلیغات

نمایندگی براساس برنامه ی فروش هدف خود، اقدام به تدوین برنامه زمانی و مالی تبلیغات مطابق روش و الزمات اداره فروش منطقه مربوطه و نحوه انجام آن نموده (اجرا توسط نمایندگی یا موسسات خدماتی دیگر) و اثربخشی برنامه مورد پایش قرار گیرد.

(بودجه بر اساس تجهیزات و نیروی انسانی مورد نیاز تعیین شده و اقدامات اصلاحی با توجه به نتایج پایش انجام گردد)

برای هر مدل خودرو در نمایندگی و در محل نمایش خودرو وجود یک عدد استند مشخصات محصول با توجه به آخرین تغییرات الزامی است. همچنین کلیه رنگ ها و آپشن های (تودوزی رنگ و...) قابل عرضه توسط شرکت، به تفکیک خودرو و مدل مورد نظر وجود داشته و در دسترس مشتریان قرار گیرد.

بروشورها باید در داخل یونیت بروشور (قفسه هایی جهت نگهداری کاتالوگ و بروشور) و به تعداد کافی بوده و حداقل دو دست 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 کلبه خودروها جهت اطلاع رسانی بهتر روش های فروش و مراحل ثبت نام ، میبایست در نمایشگاه و در محل انتظار و استراحت مشتری موجود بوده و در حال نمایش اطلاعات به روز خودروها باشد .

نماینده‌گی جهت ایجاد مزیت رقابتی میتواند از تحویل خودرو همراه با هدیه ویژه و با اعطای امتیاز ویژه در حوزه خدمات پس از فروش با توجه به مشتری مراجعه کننده استفاده کند. محلی جهت نمایش خودرو ویژه در نمایشگاه در نظر گرفته شود (Lead Car Zone)، وجود سکوی بلند برای نمایش خودرو ویژه الزامی میباشد. هیچگونه خودروی غیر شرکتی در محل نمایشگاه وجود نداشته باشد.

هر خودرو (خودروهای جدید یکسال اخیر) باید دارای تابلوی فوم پلاک خودرو 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.

چیدمان خودروها باید به گونه ای باشد که در هنگام ورود مشتری به نمایشگاه، خودروها قابل رویت باشند. نمای کامل نمایشگاه باید به صورت کامل شیشه باشد. در صورت عدم پوشش کامل ورودی نمایشگاه با شیشه به صور مناسب از امتیاز نمایندگی کسر خواهد شد.

حفظ و توسعه بازار

نماینده‌گی باید برای حفظ و توسعه بازار فروش خود اقدامات مناسب (با توجه به دوره های رشد، اشباع یا تغییرات فصلی و فعالیت رقبا) انجام دهنده و جهت بهبود وضعیت خود شاخص های مناسبی تعیین نماید.

نماینده‌گی به صورت دوره ای باید تحلیلی کاملی بر روی فرآیندهای فروش و شاخص های تعیین شده انجام داد: و نقاط ضعف و قوت و میزان سطح هدف حاصل شده و انحرافات برنامه را شناسایی، مورد پایش قرار داده و اقدامات اصلاحی مناسب جهت بهبود را انجام دهد.

بانک اطلاعاتی از مشتریان نمایندگی برای ارتباط با ایشان موجود و به روز گردد. برای حفظ مشتری و ایجاد مشتری وفادار مشتری پس از فرآیند خرید مراقبت می شود. (فهرست تماس ها)

برای توسعه بازار، با ارگنها و سازمان های منطقه مربوطه هماهنگی و مذاکرات انجام شود و در نمایشگاه های منطقه ای حضور فعال داشته باشد.

پیشنهادات و انتقادات مشتریان در حوزه های مختلف دریافت شده و مورد ارزیابی قرار می گیرد. نظریات مشتریان در خصوص کیفیت، آپشن، رنگ و سایر موارد ثبت می شود. (مشتریان) انتظارات مشتریان از محصولات و آینده ی محصولات ثبت می گردد.

سیستم دریافت نظرات و انتقال به معاونت بازاریابی و فروش به صورت فعال در حل انجام است.

۵-۲- فرآیند های فروش

فرآیند ثبت نام

هر گونه واريز وجه قبل از انعقاد قرارداد مجاز نبوده و میبایست پس از اصلاح از شرایط کامل قرارداد و ویژگی های محصول و تایید و امضای طرفین صورت پذیرد.

نحوه تکمیل مدارک و فرم های ثبت نام به مشتری اطلاع رسانی شده و صحت اطلاعات تکمیل شده، توسط نمایندگی کنترل و به مشتری یادآوری گردیده که در صورت تغییر اطلاعات، اطلاع رسانی در اولین فرصت به نمایندگی صورت پذیرد.

فرمی جهت ارائه مدارک مورد نیاز بصورت مکتوب جهت ثبت نام نهایی تحویل مشتری میگردد. اطمینان حاصل می گردد که مشتری قرار داد خرید خودرو را به دقت مطالعه نموده و از ضوابط شرکت در مورد پرداخت ودیعه، مهیة التفوت و همچنین زمان تحویل خودرو و مدارک خودرو و

شرایط قرار داد مطلع شده و پس از آن امضا نموده باشد (پرسش از کارکنان). ضمناً جهت اطمینان از دریافت کلیه مدارک مورد نیاز ثبت نام، مطابق بخش نامه چک لیست هایی وجود داشته باشد.

کارکنان فروش به نحوه تکمیل مدارک (جهت ثبت نام عادی اخذ کپی شناسنامه و کارت ملی و جهت خودروهای تسهیلاتی ۳۰گرددش آخر حساب، کپی شناسنامه و کارت ملی و وجود اصل آن، گواهی امضا و وکالت فک پلاک) در زمان ثبت نام آگاهی کامل داشته و سوابق خودروهای فروخته شده پیشین وجود داشته باشد.

مشکل فروش از مراحل مختلف قرار داد مشتری مانند پیش ثبت نام، بدون اعتبار، نرمال، آماده تخصیص، غیرفعال، فاکتور شده جهت پیگیری های احتمالی امور مشتری از طریق سیستم و یا سایت شرکت آگاهی دارد. (اطلاعات لازم اخذ شود)

عرضه کننده موظف است در سامانه اطلاع رسانی خود نسبت به فروش اینترنتی محصولات با قید مشخصات خودرو و شرایط فروش از قبیل نشان تجاری، نوع، تیپ، رنگ، تجهیزات درخواستی، قیمت خودرو، سود مشارکت، زمان تحویل و سایر موارد مرتبط اقدام نماید.

مشخصات خودرو شامل مشخصات فنی، مشخصات ظاهری، بیرونی و داخلی خودرو، آپشن ها، تودوزی، رنگ ها، ابعاد، وسایل جانبی، رنگ های قابل ارائه به مشتری، به همراه نمای ۳۶۰ درجه داخل و خارج خودرو باید به مشتری اطلاع رسانی شود.

مشخصات و اطلاعات کاملی از سازنده خودرو و نشان تجاری محصول باید در سامانه موجود باشد. تبصره- عرضه کننده موظف است حداقل دو روز کاری قبل از اجرای فرآیند فروش شرایط موصوف را اطلاع رسانی عمومی نماید.

اطلاع رسانی شرایط فروش باید از طریق نصب بر روی برد اصلی نمایندگی، سامانه اطلاع رسانی در سایت و در خصوص مشتریان پیشین از طریق پیامک و شبکه های اجتماعی یا تماس تلفنی صورت گیرد

حداقل ۲۰ درصد از میزان فروش خودروها در هر نوبت میبایست به صورت اینترنتی و منحصرأ به مشتری اختصاص داده شده و نمایندگی به هیچ عنوان حق خرید اینترنتی نداشته باشد. اتصال فروش اینترنتی به کد نمایندگی مجاز نمیباشد.

عرضه کننده موظف است قیمت نهایی محصولات خود به همراه قید نوع، تیپ، رنگ و متعلقات، ضوابط و روش های مختلف فروش و فرآیند خرید را به صورت شفاف و روشن مطابق جدول مندرج در آئین نامه در پایگاه اطلاع رسانی و نمایندگی های مجاز فروش خود، در دسترس متقاضیان خرید قرار دهد.

در صورت استفاده از تسهیلات بانک ها، موسسات اعتباری، شرکت های لیزینگ و رعایت قوانین مرتبط با آن و حصول اطمینان عرضه کننده از تامین و پرداخت تسهیلات توسط بانک ها، موسسات اعتباری و شرکت های لیزینگ، پیش از انعقاد قرارداد و دریافت وجوه الزامی است. تبصره ۱- حداکثر مبلغ قابل دریافت در قراردادهای پیش فروش معادل پنجاه درصد قیمت فروش نقدی محصول مورد نظر در هنگام عقد قرارداد می باشد.

تبصره ۲- سود انصراف و خسارت تأخیر مندرج در بخش ضوابط فروش، به صورت روزشمار محاسبه می شود.

عرضه کننده موظف است قبل از اقدام به پیش فروش خودرو، مجوز مربوط شامل تعداد خودروی قابل عرضه را از وزارت اخذ نماید.

مجوز مربوطه در خصوص تعداد خودروی قابل عرضه در خصوص خودروهای تولید داخل از دفتر خودرو و نیرومحرکه و در مورد خودروهای وارداتی از سازمان حمایت اخذ شود.

تاریخ اخذ مجوز به همراه تعداد خودروی مجاز قابل فروش میبایست در اطلاعیه پیش فروش لحاظ شده و اطلاع رسانی گردد.

عرضه کننده موظف است در قرارداد پیش فروش، سود مشارکت وجوه دریافتی را از تاریخ دریافت ودیعه تا تاریخ تحویل مندرج در قرارداد پرداخت نماید.

تصوه ۱- عرضه کننده موظف است در صورت تأخیر در تحویل خودرو، از تاریخ تحویل مندرج در قرارداد تا زمان تحویل خودرو به مصرف کننده، مبلغ خسارت تأخیر در تحویل را نسبت به وجوه پرداختی محاسبه و پرداخت نماید.

تصوه ۲- در صورتی که مصرف کننده پس از ابلاغ دعوت نامه کتبی عرضه کننده، ظرف پانزده روز کاری نسبت به تصفیه حساب خودرو موضوع قرارداد اقدام ننماید، عرضه کننده می تواند خودرو را به سایر متقاضیان تحویل و نوبت مصرف کننده را به موعد دیگری که نحوه تعیین آن در قرارداد مشخص شده، موکول نماید.

فرآیند تحویل دعوتنامه

نماینده در فواصل زمانی مختلف و از طریق شیوه های بلاغی (مراجعه به سیستم، گزارش گیری و ...) در خصوص دعوتنامه های صادر شده توسط سازمان آگاهی پیدا می کند.

نماینده پس از اطلاع از صدور دعوتنامه در اولین فرصت با مشتری ارتباط تلفنی برقرار می نماید و از روتبهای گوناگون (ارسال پیامک و غیره) برای حصول اطمینان از آگاه شدن مشتری استفاده می نماید تا هنگام مراجعه ی مشتری و ادعا مبنی بر عدم تماس نماینده با وی، مسئول فروش نماینده با مراجعه به مستندات امکان اثبات اطلاع رسانی به طرق مختلف را داشته باشد.

نماینده دفترچه ای به منظور ثبت تماس با مشتری در اختیار دارد و در صورت نیاز برای اثبات اطلاع رسانی از طریق پست پیشتر به آخرین آدرس مشتری اطلاع رسانی می نماید.

پس از مراجعه مشتری اطلاعات کافی در خصوص دعوتنامه و مبلغ واریزی و سایر اطلاعات دعوتنامه و تغییرات احتمالی در خصوص شرایط قرار داد به مشتری اطلاع رسانی می شود.

تصوه ۳- در صورت اعلام انصراف مصرف کننده یک ماه پس از عقد قرارداد، سود انصراف بر مبنای ضرایب مندرج در جدول ذیل ماده (۴) این آئین نامه محاسبه و پرداخت می شود.

عرضه کننده موظف است سود انصراف و مبلغ پرداختی را ظرف بیست روز به مصرف کننده پرداخت نماید. انصراف مصرف کننده قبل از یک ماه از زمان عقد قرارداد مشمول سود انصراف نمی شود.

تبصره ۴ - در صورتی که زمان بازپرداخت وجوه پرداختی مصرف کننده بیش از بیست روز شود، سود انصراف متعلقه از تاریخ تأخیر تا تاریخ بازپرداخت وجوه مذکور نیز باید محاسبه و پرداخت گردد.

نمایندگی باید دارای مکانیزمی باشد که بتواند وضعیت خودروی ثبت نامی توسط مشتری را در مراحل مختلف تا زمان تحویل خودر به مشتری اطلاع رسانی کند. (آنلاین یا SMS پاروشهای دیگر مانند کفال های مجازی)

عرضه کننده موظف است هرگونه تغییر در شرایط عرضه نسبت به شرایط مندرج در قرارداد را قبل از ارسال دعوت نامه تکمیل وجه، قید و به تأیید و امضای طرفین برساند.

تبصره- در صورت بروز مشکل در فرآیند رعایت استانداردهای مصوب و تأخیر در تحویل خودرو، مسئولیت جبران خسرات وارده و کسب رضایت مصرف کننده بر عهده عرضه کننده است. در غیر این صورت عرضه کننده موظف است نسبت به تعویض خودرو و یا اخذ رضایت کتبی مصرف کننده اقدام نماید.

فرآیند انصراف از خرید خودرو

در زمانی که مشتری خواهان فسخ قرارداد خود با شرکت می باشد، از علت انصراف و دلایل وی مطلع، توضیحات کاملی در خصوص سود انصراف و دیعه، نحوه و زمان استرداد وجه به مشتری داده می شود. (تماس یا پرسش از کارکنان)

مسئول فروش نمایندگی بر فرآیند انصراف و چگونگی تکمیل فرم های مرتبط و نحوه انجام عملیات در سیستم فروش آگاهی کافی دارد. (اخذ استانداردها)

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.

فرآیند تبدیل

در صورت ابطال سازمان و یا درخواست مشتری ضوابط بخش نامه های ابلاغی و نیست خودروهایی که امکان تبدیل وجود دارد، اطلاع رسانی بر اساس بخش نامه مربوطه انجام و در اختیار مشتری قرار گیرد.

مسئول فروش به فرآیند تبدیل در سیستم فروش مسلط بوده و در صورت نیاز به واریز ما به التفاوت، به مراحل انجام آن آگاهی کافی داشته باشد.

فرآیند درخواست امانی

در صورت ابطال برنامه امانی، نمایندگی برای دریافت خودرو امانی، برنامه از قبل پیش بینی شده بر اساس درخواست های مشتریان و بازار منطقه تنظیم کرده و در دست داشته باشد. مسئول فروش به فرآیند دریافت امانی در سیستم آگاهی کامل داشته و مراحل دریافت خودروی امانی را بشناسد.

فرآیند صلح نامه یا انتقال تعهد

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 می شود و چک لیستی در این خصوص وجود دارد. (تماس یا پرسش)

نمایندگی در خصوص لزوم حضور طرفین انتقال دهنده و انتقال گیرنده به همراه یک نفر شاهد نظارت داشته و مدارکی دال بر رعایت این ضابطه وجود دارد و فقط در این صورت عملیات به انجام می رسد.

ارائه فرم اقرار نامه محضری توسط صلح دهنده جزو الزامات عملیات صلح است و فقط در این صورت عملیات به انجام می رسد.

فرآیند تشکیل، نگهداری و ارسال خلاصه پرونده مشتری به سازمان

مسئول فروش به فرآیند تشکیل پرونده در روشهای فروش خودرو اشراف دارد و چک لیستی در این خصوص در نمایندگی موجود است.

نمایندگی اشراف دارد که در صورت تاخیر در ارسال پرونده به سازمان به دلیل اختلال در برنامه ریزی جهت فروش، محاسبه سود مشتری دچار مشکل و بعضاً حذف می گردد.

مستند نحوه ی جیدمن پرونده بر اساس فروش فوری، نقد و اقساط، صلحنامه، انصراف، پیش فروش، فرسوده، ... در نمایندگی موجود است و مسئول فروش در خصوص تفاوت هایی که در جیدمن پرونده در روشهای مختلف فروش وجود دارد آگاهی کامل دارد.

فرآیند ابطال

در خصوص مدارک مورد نیاز جهت ابطال خودرو با وی گفتگو می شود و چک لیستی در این خصوص وجود دارد.

بلافاصله پس از دریافت مدارک، کلیه مدارک خودرو به سازمان فروش عودت و از طریق واحد ابطال و با هماهنگی واحد شماره گذاری فرآیند ابطال صورت می پذیرد

فرآیند بایگانی پرونده های مشتریان در نمایندگی

بمنظور مدیریت موثر قراردادهای مشتریان و بهره برداری بهتر از بایگانی پرونده ها بر اساس نوع خودرو، شماره برنامه ی فروش و تاریخ ثبت نام بایگانی شده و به سهولت قابل دسترسی است به صورتی که به محض درخواست سازمان و یا مراجعه مشتری در زمان کوتاهی پرونده ی وی قابل دسترسی باشد.

فرآیند فک رهن

مشتری درخواست فک رهن پس از مراجعه به نمایندگی از کم و کیف قرارداد خود مطلع و در خصوص ارائه ی مدارک مورد نیاز عملیات فک با وی مذاکره می شود و چک لیستی در این خصوص وجود دارد.

برای مواردی که، مشتری خواستار فک رهن زودتر از موعد نیز باشد و یا چک ایشان برگشت خورده باشد، مراحل اقدام در این خصوص برای مسئول فروش آشکار می باشد و مشتری در این خصوص نیز با توضیحات کامل توجیه می گردد.

۵-۳- فرآیند تحویل

فرآیند ثبت و دریافت خودرو از بیمانکار

عرضه کننده موظف است سند فروش، صورتحساب فروش همراه با درج تفکیکی اقلاده تشکیل دهنده، بهای خودرو شامل بهای خالص خودرو، شماره گذاری، بیمه، عوارض، مالیات و سایر موارد مربوطه، برگه های ضمانت، کتیبه راهنمای مصرف کننده حداقل به زبان فارسی و تجهیزات اضافی را در زمان تحویل خودرو به مصرف کننده ارائه نماید.

آخرین ویرایش دستورالعمل تحویل خودرو نزد مسئول تحویل گیری وجود دارد و ایشان تسلط کافی روی مفاد و جزئیات مستند دارند

کنیه نخبه های احتمالی در تحویل خودرو به مشتری توسط کارکنان مربوطه در نمایندگی شناسایی و در زمان مناسب به اطلاع مشتری رسیده شود.

بایگانی مناسبی جهت نگهداری صورت جلسات و برگه های تحویل گیری خودرو موجود است

شستشو و نظافت خودرو قبل از تحویل به مشتری با کیفیت خوب انجام می گیرد

زمانی که خودرو تحویل نمایندگی می گردد، کاپر نمایندگی تاریخ و ساعت تحویل خودرو را در سیستم نمایندگی و نیز در پارنامه ها ثبت می نماید

نمایندگی میبایست جهت دریافت خودرو از بیمانکار حمل، چک لیست تحویل گیری خودرو از بیمانکار را تکمیل نماید

هنگام تحویل خودرو صفر از شرکت توسط نمایندگی باید صحت و سلامت خودروهای تحویل گرفته را بررسی و مستندات آنرا بایگانی کنند همچنین مکانیزمی در خصوص اطلاع خودروهای تحویل گرفته شده و وضعیت آنان از جهت سلامت جهت اعلام به شرکت موجود باشد.

خودروی تحویل گرفته شده نباید کیلومتر کارکردی بیش از ۹۹ کیلومتر داشته باشد.

نمایندگی میبایست به محض شناسایی عیوب مراتب را به اطلاع شرکت برساند. همچنین مکانیزمی جهت پیگیری و رفع ایراد از طریق شرکت در خصوص خودروهایی که دارای مشکل بوده و یا عدم سلامت آنها توسط نمایندگی شناسایی میشود وجود داشته باشد. رفع ایرادات احتمالی مشاهده شده باید قبل از حضور مشتری صورت گیرد.

در صورت وجود تاخیر در تحویل خودرو به مشتری، نمایندگی باید روشی جایگزین جهت برآوردن سازی نیازهای مشتری فراهم کند.

فرآیند PDS

جایگاه مشخص و مناسبی از لحاظ فیزیکی و نورجهت چک خودرو برای مشتری یعنی PDS وجود دارد.

آخرین ویرایش دستورالعمل PDS نزد مسئول کار موجود است و ایشان تسلط کافی روی مفاد و جزئیات مستند دارند.

مشخصات دقیق و شماره تلفن مشتری بر روی چک نیست PDS ثبت می‌گردد.

مهر و امضاء نمایندگی در انتهای چک نیست PDS وجود دارد.

مسئول PDS اطلاعات کاملی از تجهیزات خودرو و نحوه ی استفاده از آنها را دارد.

مستندات مربوط به انجام PDS و تحویل سالم کلیه خودروها به مشتریان می بایست جمع آوری و نگهداری گردد. بررسی روغن موتور (مقدار)، روغن ترمز، روغن هیدرولیک، مایع شستشو، آب رادیاتور... انجام شود.

فرآیند HAND OVER (اخذ اطلاعات مناسب)

صحت و سلامت خودرو در هنگام تحویل به مشتری بررسی و برای وی تشریح و مستندات مربوطه به تایید مشتری رسیده و در صورت وجود مشکل پیگیری لازم تا رفع مشکلات توسط نمایندگی انجام شود.

فرم تحویل گیری خودرو میبایست توسط مشتری تکمیل و امضاء گردد.

جایگاه مشخص و مناسبی از لحاظ فیزیکی ونور (۵۰۰ تا ۶۵۰ لوکس)، جهت تحویل خودرو به مشتری یعنی HANDOVER وجود دارد

آخرین وپرایش دستورالعمل تحویل خودرو HANDOVER نزد مسئول تحویل موجود است و ایشان تسلط کافی روی مفاد و جزئیات مستند دارند

بایگانی مناسب و قابل ردیابی از چک لیستهای تکمیل شده HANDOVER وجود دارد
کلیه مدارک مربوط به خودرو (بیمه نامه،دفترچه گارانتی،صورت وضعیت فروش...) به صورت کامل به مشتری تحویل و مستندات و سوابق تحویل منارک نگهداری شود.
مشخصات دقیق و شماره تلفن مشتری بر روی چک لیست تحویل خودرو به مشتری HANDOVER ثبت می گردد

مهر و امضاء نمایندگی در انتهای چک لیست HANDOVER وجود دارد
تشریح و انتقال اطلاعات شرایط و ضوابط گارانتی خودرو و نحوه ارائه خدمات پس از فروش خودروی تحویل شده به مشتری انجام و توصیه به خواندن دفترچه مربوطه انجام شود(تماس)،همچنین تحویل کلید ، 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 Hanover در نمایندگی را تهیه و به شرکت مادر ارسال کند.

نمایندگر سوخت خودروی تحویلی به مشتری نباید بابت از نصف باشد
واحد بوتیک محصولات موجود به منظور ارتقای محصول به مشتری معرفی می گردد.

۴-۵- رسیدگی به شکایات و نظرسنجی

نمایندگی می بایست سیستم رسیدگی به شکایات مشتریان را مستقر و اجرا نماید.

مکانیزم رسیدگی به شکایات می بایست به نحوی به مشتریان اطلاع رسانی گردد.

مستندات شکایات و نتایج اقدامات می بایست ثبت و نگهداری گردد.

- در خصوص پیگیری شکایات حتما باید شرح شکایت و مشخصات مشتری ، اقدامات انجام شده توسط نمایندگی جهت پیگیری شکایات ، و بررسی اثربخشی اقدامات انجام شده صورت گیرد.
- کل فرآیند رسیدگی به شکایات نباید بیش از ۳۰ روز کاری به طول بینجامد.
- در خصوص بررسی وضعیت رضایتمندی مشتری در عاملیت برنامه ای تدوین شود و حداکثر به فاصله ۳ روز از دریافت خودرو با وی تماس و نظرسنجی در رابطه با فرآیند خرید، تشکر بابت خریدشان، اطلاع رسانی فروش ها و پیشنهادات جدید فروش انجام و سوابق نگهداری شود.
- در راستای ارتقاء سطح خدمات نمایندگی در قسمت فروش، نظرسنجی های انجام شده به صورت دوره ای پایش و اقدامات لازم جهت ارتقاء خدمات در نمایندگی تدوین و اثربخشی آن اندازه گیری شود.
- وجود دستورالعمل تشویق و تنبیه در رابطه با سنجش عملکرد کارکنان فروش نمایندگی جهت ایجاد نظام انگیزشی در بین آنان الزامی میباشد.

۵-۵- نحوه امتیاز دهی

امتیاز این بخش ۲۰ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی را شامل می شود. نحوه امتیاز دهی این بخش بر اساس ضرایب جدول زیر تعیین می گردد.

رتبه	شرح	ضریب
۱	فرآیند بازاریابی	۳۵
۲	فرآیند های فروش	۳۵
۳	فرآیند تحویل	۲۰
۴	بررسی شکایات مشتریان	۱۰

۶- امتیاز های تشویقی

۶-۱- چنانچه نمایندگی مجاز دارای گواهینامه ISO9001 و ISO 10002 و ISO 10004 باشد

۳ درصد به مجموع امتیازات وضعیت نمایندگی اضافه خواهد شد.

۶-۲- 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.

۶-۳- 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.

۶-۴- چنانچه نمایندگی مجاز دارای فعالیت بوتیک باشد حداکثر تا ۳ درصد به امتیازات وضعیت

نمایندگی به صورت تشویقی اضافه خواهد شد.

۶-۵- چنانچه نمایندگی خودروی مشتری را در محل مورد نظر وی تحویل دهد ۲ درصد به

مجموع امتیازات وضعیت نمایندگی اضافه خواهد شد.

۶-۶- چنانچه نمایندگی امکان نمایش الکترونیکی به صورت ۳۶۰ درجه را برای مشتری فراهم

کند، ۳ درصد به مجموع امتیازات وضعیت نمایندگی اضافه خواهد شد.

۶-۷- چنانچه نمایندگی دارای پست کارشناس سیستم های مکانیزه باشد و از سیستم اتوماسیون

استفاده کند ۱درصد به مجموع امتیازات نمایندگی اضافه خواهد شد.

۶-۸- چنانچه نمایندگی در زمینه خرید و فروش خودروی دست دوم نیز فعال باشد ۳ درصد به

مجموع امتیازات نمایندگی اضافه میشود. در این خصوص، نمایندگی باید دارای واحد ارزشیابی خودرو

دست دوم بوده و استانداردی جهت قیمت گذاری خودروهای آنها تهیه، اجرا و آنرا به روز کند.

- مراحل ارزشیابی خودروهای دست دوم شامل:

- برآورد اولیه از خودروی دست دوم

- ثبت اطلاعات مشتری و خودرو (شامل تعداد صاحبان قبلی، تعداد تصادفات، سرویس های انجام شده، ثبت سایر اطلاعات شامل مدل، شماره شاسی و رنگ و...)
- تصمیم گیری در خصوص انجام معامله جهت معاوضه و یا خرید
- تعیین قیمت
- مضع کردن و اخذ تایید مشتری

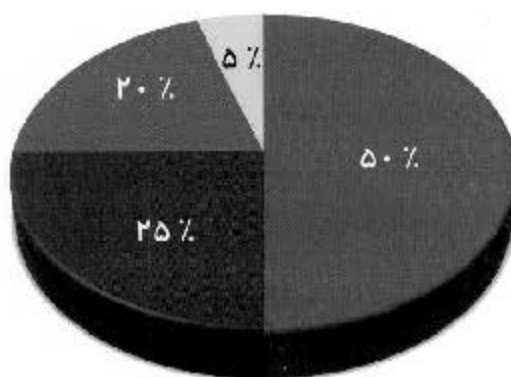
شاخص های ارزیابی خدمات فروش
شرکت های عرضه کننده خودرو و نمایندگی های مجاز

شرکت های عرضه کننده خودرو و نمایندگی های مجاز

به طور کمی خدمات فروش عرضه کنندگان خودرو بر اساس چهار شاخص ذیل مورد بررسی و ارزیابی

قرار خواهند گرفت:

- ۱- کیفیت خدمات
- ۲- سرعت خدمات
- ۳- هزینه
- ۴- نتایج عملکرد



- نتایج عملکرد
- کیفیت خدمات
- سرعت خدمات
- هزینه

جدول شاخصهای ارزیابی کلی فرآیند فروش عرضه کنندگان خودرو

امتیاز	عوامل	شاخص
۶۵	وضعیت نمایندگی های مجاز	کیفیت خدمات ۳۵٪
۲۰	رعایت ضوابط مربوط به روش های مختلف فروش (بر اساس جداول مربوطه)	
۵	آموزش کارکنان نمایندگی ها	
۲.۵	نظارت بر شبکه	
۲.۵	تشویق و تنبیه نمایندگی ها	
۲.۵	نظام نظر سنجی و دریافت بازخوردهای مشتریان	
۲.۵	تدوین و اجرای دستورالعمل کنترل خودرو قبل از تحویل (PDS)	
۲۰	سیستم های ارتباطی و اطلاعاتی	سرعت خدمات ۳۰٪
۲۰	اعطاء و لغو نمایندگی ها	
۴۰	فرآیند رسیدگی به شکایات مشتریان	
۲۰	ضوابط حمل خودرو به نمایندگی	
۱۰۰	سیستم پرداخت سود مشارکت و انصراف، جریمه تاخیر خسارات وارده به مشتری	هزینه خدمات ۵٪
۳۰	بررسی اثربخشی اجرای فرایندها	تعدد
۷۰	رضایتمندی مشتریان از فرآیند فروش	مسترد ۵۰٪
۱۰۰		جمع

شاخص های ارزیابی خدمات فروش عرضه کنندگان خودرو (رتبه بندی کل)

بر اساس امتیازات کسب شده در فرآیند ارزیابی های ادواری در پایان هر سال رتبه شرکت های عرضه کننده خودرو و نمایندگی های مجاز آنها مطابق جدول ذیل محاسبه و اعلام خواهد شد.

امتیاز زیر شاخص نتیجه عملکرد	امتیاز کل (A)	رتبه
حداقل ۸۰ درصد	$85 \leq A \leq 100$	★★★ یک
حداقل ۷۰ درصد	$70 < A < 85$	★★☆ دو
حداقل ۵۵ درصد	$55 \leq A < 70$	★☆☆ سه
پایین تر از ۵۵ درصد	$A < 55$	☆☆☆ مردود

تبصره ۱

شرکتهایی که در ارزیابی های ادواری همکاری لازم جهت انجام ارزیابی ها را به عمل نیاورند با امتیاز صفر به عنوان مردود شناخته خواهند شد.

تبصره ۲

شرکتهای متقاضی واردات خودرو نیز جهت شروع فعالیت می بایست حداقل ۵۵ درصد از امتیاز مجموع شاخص های کیفیت، سرعت و هزینه خدمات پس از فروش را کسب نمایند.

جدول شاخص های ارزیابی نمایندگی های مجاز فروش به همراه ضریب وزنی آنها

شاخص	ضریب وزنی	زیر شاخص	عوامل	امتیاز	
وضعیت نمایندگی	۵۰٪	نیروی انسانی	آموزش و مهارت	۲۰	
			تعدد و شرایط		
		امکانات و تجهیزات عمومی	تجهیزات اداری و رفاهی	۱۵	
			تجهیزات PDS		
		فضای فیزیکی	روشنایی	۱۰	
			محل های الزامی		
		آراستگی و 'یمنی	۱۰		مستندات
					تابلو ها
					ایمنی
					نظافت و تمیزی
کارکنان			کارکنان		
			بازاریابی		
			فروش		
			PDS و تحویل خودرو		
بررسی شکایت مشتری			بررسی شکایت مشتری		
			جمع	۱۰۰	
نتیجه عملکرد	۵۰٪	رضایت مندی	نتایج ادراکی (سنجش رضایت مشتریان از خدمات نمایندگی ها)	۶۰	
			نتایج عملکردی (بررسی شاخصهای عملکرد نمایندگی بر اساس نظر سنجی از مشتریان)	۴۰	
جمع	۱۰۰٪		جمع	۱۰۰	

جدول ۲-۵ رتبه بندی نمایندگی مجاز

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

تبصره ۳

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.

تبصره ۴

در ارزیابی های اداری کلیه نمایندگی های مجاز فعال که در حال ارائه خدمت به مشتریان می باشند می بایست توسط شرکتهای عرضه کننده خودرو جهت ارزیابی معرفی شوند در غیر اینصورت به عنوان مردود شناخته شده و مجاز به ارائه خدمات به مشتریان نخواهند بود ضمناً امتیاز این نمایندگی ها صفر در نظر گرفته خواهد شد و در متوسط امتیاز شبکه نمایندگی های مجاز شرکت عرضه کننده مربوطه لحاظ می گردد.

تبصره ۵

نظر به رسالت دستورالعمل ، ارزیابی ادواری کلیه نمایندگی های مجاز به صورت سرزده و بدون هماهنگی قبلی با شرکت های عرضه کننده خودرو صورت می پذیرد.

**چگونگی سنجش رضایتمندی مشتریان
شرکت های عرضه کننده خودرو از فرآیند فروش**

هدف اندازه گیری رضایت مشتریان از فرایند فروش و شناسایی نقاط قوت و قابل بهبود شاخص های فروش از دیدگاه مشتریان به تفکیک نمایندگی و شرکت می باشد

۹-۱- تعیین حجم نمونه

با در نظر گرفتن فرمول نمونه گیری کوکران با استفاده از ضریب تغییرات (فرمول ذیل) و پیش فرض فاصله اطمینان ۷۵٪، خطای ۵٪ برای هر نمایندگی و ضریب تغییرات (CV) ۰.۲۳، نمونه گیری طبقه ای ذیل مبنای محاسبات قرار خواهد گرفت:

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 \frac{CV^2}{e^2}}{1 + \frac{1}{N} \left[(Z_{\alpha/2})^2 \frac{CV^2}{e^2} \right]}$$

که در آن:

N: حجم تحویل هر خودرو در سه ماه

e: درصد خطای نمونه گیری

CV: ضریب تغییرات که برابر است با نسبت انحراف معیار رضایت مشتریان بر میانگین رضایت مشتریان.

$Z_{\alpha/2}$: نسبت به ضریب اطمینان براساس جدول توزیع نوسال تعیین می گردد

n: حجم نمونه

200>N>100	300>N>200	400>N>300	500>N>400	N>500	تعداد تحویل در سه ماهه
45-60	64	68	70	75	تعداد نمونه

ضمناً مقرر گردید برای نمایندگی هایی که تحویل کمتر از ۱۰۰ خودرو در سه ماهه داشته اند، اندازه گیری رضایت مشتریان در حوزه خدمات فروش به صورت استانی و در شرکتهای کوچک به صورت منطقه ای صورت پذیرد.

نبره: با توجه به اینکه پیش از آغاز نمونه گیری می باید تعداد حجم نمونه تعیین گردد، تعداد تحویل خودرو در سه ماه گذشته مبنای تعیین حجم نمونه اولیه دوره بعدی قرار می گیرد و در طول دوره به روز می گردد.

۹-۲- دوره های نمونه گیری

حجم نمونه مربوط به پرسشنامه ارزیابی رضایت مشتریان به صورت سه ماهه و با استفاده از آمار واقعی تحویل خودروها که به تفکیک نمایندگی توسط شرکتهای سازنده در پایان هر ماه اعلام می گردد محاسبه و نمونه گیری به صورت مستمر انجام می پذیرد.

۳-۹- شیوه مصاحبه

جهت مصاحبه با مشتریان فرآیند فروش بر اساس حجم نمونه انتخابی، شیوه تماس تلفنی با مشتریان در نظر گرفته شده بدین صورت که عرضه کنندگان در هر دوره سه ماهه به صورت ماهانه لیست مشخصات، آدرس و شماره تماس خود را در اختیار بازرسی قرار می دهد و بازرسی با تعیین حجم نمونه انتخابی به روش نمونه گیری سیستماتیک تصادفی اقدام به برقراری تماس تلفنی با مشتری مورد نظر و تکمیل پرسشنامه مزبور می نماید.

۴-۹- پرسشنامه

پرسشنامه اندازه گیری رضایت مشتریان از فرایند فروش شامل ۵ مجموعه ذیل می باشد:

- ۱- مشخصات مشتری
 - ۲- مشخصات خودرو
 - ۳- سوالات بسته (طیف لیکرت) مربوط به فرایند فروش خودرو
 - ۴- پیشنهادات و انتقادات
 - ۵- سوالات تکمیلی
- تبصره: با توجه به نیاز شرکت های خودروساز مبنی بر تحلیل شاخص های جانبی مقرر گردید شرکت ها در بازه های زمانی نظرسنجی ۲ سؤل از گویه های مدنظر خود را که در پرسشنامه موجود نمی باشد را جهت انجام نظر سنجی به بازرسی اعلام نمایند. لازم به ذکر است گویه های اضافه شده تاثیری در امتیاز کل رضایتمندی مشتریان نخواهد داشت.



وزارت صنعت معادن و تجارت

پرسشنامه اندازه گیری رضایت مشتریان از خدمات فروش

نحوه ثبت نام (خرید): ۱) مراجعه به نمایندگی ثبت نام اینترنتی ۲) خرید نقدی (نمایشگاه) ۳) خرید نقدی (نمایشگاه) ۴) شرکت های لیزینگ

ردیف خصوصیت آنچه حد از جمعیت معراج شده رضایت نایبند

ردیف	خصوصیت	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	نظری ندارم	مشمول نمی شود
۱	نوع اطلاع رسانی، شرکت فرسود شریفاً فروش، بینگویی خرید زمان تحویل و ...	۵	۴	۳	۲	۱	۰	
۲	برخورد و پاسخگویی کارکنان نمایندگی فروش	۵	۴	۳	۲	۱	۰	
۳	سهولت در روش های خرید خودرو (خرید اینترنتی، مراجعه به نمایندگی، شرکت های لیزینگ)	۵	۴	۳	۲	۱	۰	

ردیف	خصوصیت	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	نظری ندارم	مشمول نمی شود
۴	انواع روش های فروش به منظور امکان ایجاد اعتماد، مشاوره، پذیرش، مشاوره ای، اینترنتی و ...	۵	۴	۳	۲	۱	۰	
۵	کاهش خواسته های خود در خصوص قیمت، رنگ، آپشن و تجهیزات	۵	۴	۳	۲	۱	۰	
۶	مطابقت خودروی تحویلی با مشخصات تعیین شده در زمان ثبت نام	۵	۴	۳	۲	۱	۰	

ردیف	خصوصیت	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	نظری ندارم	مشمول نمی شود
۷	مدت زمان صرف شده جهت مراحل افاری ثبت نام	۵	۴	۳	۲	۱	۰	
۸	تحویل خودرو در زمان مقرر بدون قرار داد خرید	۵	۴	۳	۲	۱	۰	
۹	آیا سید مشترک مجموعه تجهیزات و با خدمات دیگر در خودرو شما تلفی گرفته؟	<input type="checkbox"/> بله						
۱۰	فرهنگت سوز مشارکت مجموعه تجهیزات و با خدمات دیگر در خودرو	۵	۴	۳	۲	۱	۰	
۱۱	کناسب هزینه پرداختی با خودروی خریداری شده	۵	۴	۳	۲	۱	۰	

ردیف	خصوصیت	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	نظری ندارم	مشمول نمی شود
۱۲	دورهت دسترسی به شبکه های اینترنتی برای فروش و محل تحویل خودرو	۵	۴	۳	۲	۱	۰	
۱۳	تحویل به هنگام اتمام مدارات خودرو (مدارانی استوفاد)	۵	۴	۳	۲	۱	۰	
۱۴	مدارات خودروی خود (مدار آیرید) در زمان تحویل	۵	۴	۳	۲	۱	۰	
۱۵	آیا خودروی شما در زمان تحویل ایراد فنی داشته است؟	<input type="checkbox"/> بله						
۱۶	رفع ایرادات احتمالی به هنگام تحویل خودرو	۵	۴	۳	۲	۱	۰	
۱۷	وحدت زمانی خودرو در زمان تحویل از لحاظ دسترسی و رنگی	۵	۴	۳	۲	۱	۰	
۱۸	راه اندازی و نحوه آموزش مدارات از خودرو در زمان تحویل خودرو	۵	۴	۳	۲	۱	۰	
۱۹	نوعه تحویل مدارات خودرو (تابلو مدارات، سیمه و کابل کابلانی)	۵	۴	۳	۲	۱	۰	

سوالات تکمیلی							جنس زرد	رنگ	طول	سور	جلی سور	نظری نام	شماره	
به طور کلی تا چه میزان از فرآیند فروش رضایت دارید؟							<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	<input type="checkbox"/> نظری ندارم		
آیا شما به خرید عمده از خودروهای شرکت ... و یا معرفی به دوستان و آشنایان برای خرید زاین دارکت ...													۱	۲
۳۱) طلب خرید و انتخاب خودرو:							<input type="checkbox"/> (۱) قیمت	<input type="checkbox"/> (۲) اندازه: به خودروهای ...	<input type="checkbox"/> (۳) کیفیت	<input type="checkbox"/> (۴) خدمات پس از فروش	<input type="checkbox"/> (۵) ظاهر	<input type="checkbox"/> (۶) سرمایه گذاری		
۳۲) سایر:														
پیشنهادات و انتقادات:														
مشخصات مشتری														
۱. جنسیت: <input type="checkbox"/> زن (۱) <input type="checkbox"/> مرد (۲)														
۲. سن: <input type="checkbox"/> ۳۰-۳۵ سال (۱) <input type="checkbox"/> ۳۶-۴۰ سال (۲) <input type="checkbox"/> ۴۱-۴۵ سال (۳) <input type="checkbox"/> ۴۶-۵۰ سال (۴) <input type="checkbox"/> ۵۱ سال به بالا (۵)														
۳. میزان تحصیلات: <input type="checkbox"/> (۱) زیر دیپلم <input type="checkbox"/> (۲) دیپلم <input type="checkbox"/> (۳) فوق دیپلم <input type="checkbox"/> (۴) لیسانس <input type="checkbox"/> (۵) فوق لیسانس <input type="checkbox"/> (۶) دکترا														
۴. شهر محل سکونت: ۵ نام و نام خانوادگی مشتری:														
۶. تلفن شماره:														
۷. نوع خودرو: ۸. شرکت سازنده: ۹. تاریخ خرید خودرو: ۱۰. خودروی قبلی:														
۱۱. نحوه خرید خودرو: <input type="checkbox"/> (۱) خرید نقدی <input type="checkbox"/> (۲) خرید چک و دسته چک <input type="checkbox"/> (۳) اقساطی <input type="checkbox"/> (۴) سایر موارد:														
توسط پرسشگر تکمیل گردد														
۱. نام: شهر: گ. نام پدگ: تاریخ سرویس:														
تاریخ انجام معاینه: زمان شروع معاینه: زمان پایان معاینه: تک پرسشگر:														
امضاء پرسشگر:														
A۰														

پوست ب
بند غ ماده ۲
قطعه ایمنی خودرو

ردیف	نام قطعه	طبقه بندی
۱	ECU	A
۲	اتصال لاستیک گلوبو، پاک	C
۳	اتصالات پمپ روغن ترمز	A
۴	ایزوا پنوماتیک ترمز (استگین)	A
۵	پمپ های چرخ	A
۶	سوچ پدال ترمز	A
۷	آبپده ها	B
۸	باطری	C
۹	بست های لوله های سوخت و روغن	A
۱۰	پلمپرنگ چرخ	C
۱۱	پوسر ترمز	A
۱۲	چوب ها	B
۱۳	پدال گاز	B
۱۴	پدال ترمز	A
۱۵	پدال کلاچ	B
۱۶	پمپ انژکتور (استگین)	B
۱۷	پمپ و درجه شناور بنزین	C
۱۸	پوسته فرمان	C
۱۹	تویی سبک فرمان	A
۲۰	تویی چرخ	A
۲۱	چاقچه بخار بنزین (کدبستر)	C
۲۲	کروز کنترل	A
۲۳	چرخ کامل	A
۲۴	خفه کن موتور (استگین)	A

ردیف	نام قطعه	طبقه بندی
۲۵	دسته سیم های سیستم استی و ECU	A
۲۶	دسته راهنمای شیشه شوی	B
۲۷	دیسک ترمز	A
۲۸	رگلاتور گاز	C
۲۹	رول سوخت	C
۳۰	ریتارد بر (سنگین)	A
۳۱	رینگ چرخ	A
۳۲	سیلندر ترمز	A
۳۳	سنسورهای فشار ترمز (سنگین)	A
۳۴	سیبک	A
۳۵	سیستم ترمز ABS	A
۳۶	شنگ ها و اتصالات سوخت و ترمز	A
۳۷	شیر هندرولیک فرمان	A
۳۸	غریبلک فرمان	C
۳۹	ایزرها	C
۴۰	قطع کن برقی سوخت	C
۴۱	فعل ایمنی در موتور	B
۴۲	کلید تبدیل سوخت	C
۴۳	لانسیک چرخ	A
۴۴	چرخ کامل	C
۴۵	لنت ترمز	A
۴۶	مجموعه پاک	C
۴۷	مجموعه یوس چرخ	A
۴۸	مجموعه ترمز	A
۴۹	مجموعه ترمز دستی	A

ردیف	نام قطعه	طبقه بندی
۵۰	مغز CNG	A
۵۱	کمر بند ایمنی	A
۵۲	سیستم کیسه هوا	A
۵۳	مجموعه بخاری	A
۵۴	مجموعه برف پاک کن	A
۵۵	مجموعه دسته راهنما	A

پیوست ج
بند ف ماده ۲
عیوب ایمنی خودرو

الف : عیوب 'یمنی خودرو :

1- سیستم فرمان و تعلیق
1-1- یوسیدگی با ترک لاستیک چرخها با غیر استاندارد بودن لاستیک
2-1- ترک رنگ یا غیر استاندارد بودن آن
3-1- ذب داشتن رنگ چرخ جلو به نحوی که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند
4-1- صدای غیرعادی و شدید از چرخها که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
5-1- صدای غیرعادی و شدید از سیستم تعلیق که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
6-1- عدم مونتاژ یا مونتاژ نادرست قطعات عملکردی که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
7-1- عدم عملکرد سیستم تنظیم ارتفاع خودرو به نحوی که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
8-1- در ارزیابی عملکرد و پایداری در حرکت مستقیم
8-1-1- سیستم فرمان عمل نکند یا خلاصی فرمان بیش از ۴۵ درجه باشد.
8-1-2- خلاصی فرمان بین ۳۰ تا ۴۵ درجه با معیار سازنده تفاوت نارد.
8-1-3- عدم برگشت پذیری فرمان به نحوی که در امر رانندگی اختلال ایجاد کرده و کمک راننده برای برگشت فرمان لازم است
9-1- لرزش فرمانک فرمان به نحوی که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
10-1- لرزش شدید اتاق در حین حرکت به نحوی که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
11-1- میزان کشیدن و انحراف خودرو به یک سمت در حرکت مستقیم در مسافت ۵۰ متر بیش از ۲ متر به سمت چپ و بیش از ۳ متر به سمت راست باشد.
12-1- وجود نشی شدید روغن از سیستم هیدرولیک فرمان در مجاورت سیستم آگروز
13-1- وجود نشی روغن از سیستم هیدرولیک به صورت جریان پیوسته یا چکیدن
14-1- شیلنگها یا لوله های نصب شده دچار پیمیش یا خم شدگی شده یا آویزان باشد به نحوی که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
15-1- تماس یا درگیری لوله ها و شیلنگها با قطعات جاسی به نحوی است که نیاز به تعویض قطعه بوده و یا در امر رانندگی اختلال ایجاد نماید
16-1- هرگونه ایراد عملکردی در سیستمهای (الکترونیکی) یا غیرالکترونیکی(فرمان و تعلیق که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
17-1- عدم وجود روغن در سیستم هیدرولیک

۱۸-۱- شل بودن پیچ یا مهره های ایمنی فنرها، اهرم بندی فرمان یا گاردان
۱۹-۱- شل بودن پیچ یا مهره های قطعات دوار که احتمال پرتاب آنها وجود دارد
۲۰-۱- شل بودن پیچ یا مهره هایی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نمایند
۲۱-۱- بریدن یا عدم نصب پیچ یا مهره های چرخها (یک عدد یا بیشتر)
۲۲-۱- قفل نشدن یا پر نکردن پیچ یا مهره های چرخها، گریب فنرها و اهرم بندی فرمان و پیچ یا مهره های گاردان (بیرون نبودن حداقل یک رزو پیچ از مهره به معنی پرت کردن می باشد)
۲۳-۱- گشتاور پیچ یا مهره های ایمنی فنرها، چرخها، اهرم بندی فرمان یا گاردان نسبت به حد مجاز آن بیش از ۳۰ درصد تفاوت داشته باشد.

۲- موتور و سیستم انتقال قدرت
۱-۲- عدم روشن شدن موتور پس از ۵ بار استارت زدن
۲-۲- عدم رسیدن دور موتور به حداکثر مقدار مجاز یا عدم شناسایی خودرو به نحوی که نیاز به توقف خودرو باشد.
۳-۲- صدای غیرعادی شدید از موتور که راننده ناچار از خاموش کردن خودرو باشد.
۴-۲- موتور بیش از حد گرم کرده و جوش می آرد.
۵-۲- کاهش ناگهانی شتاب، موتور هنگام افزایش سرعت و دور موتور
۶-۲- شیلنگها یا لوله های نصب شده دچار پیچش یا خم شدگی شده یا آویزان باشد به نحوی که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
۷-۲- تماس یا سرگیری لوله ها و شیلنگها با قطعات جانبی به نحوی است که جنبه ایمنی نداشته یا نیاز به تعمیرات قطعه بوده و یا در امر رانندگی اختلال ایجاد می نماید.
۸-۲- وجود ایراد مهم و اساسی در اتصال شیلنگها و کابلها و ... به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.
۹-۲- عدم نصب یا نصب نامناسب قطعات موتور یا سیستم انتقال قدرت، به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.
۱۰-۲- شل یا باز بودن، بیش از حد سفت بودن، اتصال نداشتن پیچ یا مهره ها و بستها، به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید یا د قطعات دوار که احتمال پرتاب آنها وجود دارد .
۱۱-۲- مایعات مختلف مرتبط موجود نبوده و در امر رانندگی ایجاد اختلال می نماید.
۱۲-۲- راننده قادر به کنترل سطح مایع مورد نظر نمی باشد.
۱۳-۲- وجود هر گونه نشتی سوخت
۱۴-۲- وجود نشتی شدید روغن (سره یا ریزش)

۱۵-۲	وجود ناشی آب از سیستم خشک کننده یا بخاری به صورت جریان پیوسته یا چکیدن
۱۶-۲	وجود آسیب یا صدمه دیدگی در قطعات: لوله ها، پیچ یا مهره ها، یا اتصالات به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.
۱۷-۲	شکل نکرین گیربکس یا کلاچ
۱۸-۲	خودرو یا گیربکس اتوماتیک در دنده عقب یا جلو روشن می شود.
۱۹-۲	دنده در حال رانندگی بیرون می زند.
۲۰-۲	تعویض دنده در گیربکس اتوماتیک غیرعادی به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال کند (تکان سخت، زمان نامناسب تعویض دنده یکسو است و...)
۲۱-۲	گمک گیربکس عمل نمی کند.
۲۲-۲	پلوس قفل کن عمل نمی کند.
۲۳-۲	عملکرد دسته دنده در گیربکس اتوماتیک در حالت های مختلف با نشان دهنده روی کنسول منطبق نیست.
۲۴-۲	صدای غیرعادی شدید از گیربکس، گمک گیربکس یا دیفرانسیل یا پلوس
۲۵-۲	روغن ریزی از گیربکس، گمک گیربکس یا دیفرانسیل به صورت شدید (چکه زیاد یا شره)
۲۶-۲	ناشتی شدید روغن از سیستم کلاچ به صورت چکه زیاد
۲۷-۲	گاز نخرودن خودرو به صوری که جنبه ایراد یعنی پیدا کند.
۲۸-۲	گیرداشتن شدید پدال گاز که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
۲۹-۲	صدای غیرعادی شدید از سیستم کلاچ که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
۳۰-۲	وجود قطعات باقیمانده در محفظه موتور که ممکن است ایمنی را به خطر انداخته موجب توقف خودرو گردد.
۳۱-۲	خروج یا پاشش بنزین به بیرون تر هنگام بازکردن در باک
۳۲-۲	هر گونه ایراد عملکردی در سیستم های الکترونیکی یا غیرالکترونیکی، مولور و سیستم انتقال قدرت که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
۳۳-۲	عدم عملکرد یا عملکرد نامناسب تجهیزات سیستم گازسوز (مانند کلید تبدیل، نشانگر میزان گاز، کبیج فشار، شیرها و...) به نحوی که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند یا باعث توقف خودرو شود.
۳۴-۲	انشار بوی گاز به صورت مستمر
۳۵-۲	عدم نصب، نصب یا مونتاژ اشتباه قطعات و تجهیزات سیستم گازسوز، به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.
۳۶-۲	آسیب و صدمه دیدگی قطعات و تجهیزات سیستم گازسوز، به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.
۳۷-۲	نمای و درگیری لوله های گاز، تماس و نصب نامناسب منبع گاز به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.

۳- ترمز
۱-۲- ترمز عمل نمی کند.
۲-۲- وجود آشنی یا وجود اثر آشنی روغن ترمز
۳-۲- دیر عمل کردن سیستم ترمز (مانند سنگ کردن یا چوب کردن)
۴-۳- دل زدن شدید پدال ترمز به طوریکه لرزش ناشی از آن به پدالها، فرمان یا اتاق منتقل شده و در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.
۵-۳- درگیری و تماس لوله ها و شیلنگهای ترمز با لبه های نیز یا قطعات متحرک که باعث خراشیدگی و صدمه دیدگی گردد به نحوی که در عملکرد آنها تاثیر بگذارد یا به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.
۶-۳- عدم نصب، نصب یا مونتاژ اشتباه قطعات و تجهیزات سیستم ترمز به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.
۷-۳- آسیب و صدمه دیدگی قطعات، لوله ها و شیلنگها، پیچ و مهره ها، اتصالات سیستم ترمز، به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.
۸-۳- سطح مایع روغن ترمز زیر خط معینم بوده یا موجب روشن شدن چراغ هشدار می گردد
۹-۳- عدم عملکرد سیستم ترمز ضد قفل
۱۰-۳- هرگونه ایراد عملکردی در سیستمهای (الکترونیکی یا غیرالکترونیکی) ترمز که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
۱۱-۳- ترمز دستی یا ترمز پارک عمل نمی کند.

۴- تجهیزات الکتریکی و الکترونیکی و کنترل هوشمند
۱-۲- روشن نشدن هر دو چراغ نور پایین و نور بالا، هر دو چراغ موقعیت عقب، کلیه چراغهای راهنمای یک سمت خودرو کلیه چراغهای دنده عقب
۲-۲- کارکرد معکوس چراغهای راهنما (عدم تطابق با دسته راهنما)
۳-۲- عدم کارکرد یا کارکرد نامناسب خیر دهنده شش باطری، سطح روغن موتور، فشار و دمای روغن موتور، دمای مایع خنک کننده لنت ترمز، فشار روغن هیدرولیک، سیستم قفل چرخ، سیستم عباب یابی موتور، سطح روغن موتور
۴-۲- عدم کارکرد یا کارکرد نامناسب نشانگر فشار روغن موتور و دمای مایع خنک کننده سطح سوخت
۵-۲- دینام، سوئیچ استارت یا برق پاک کن جلو، سیستم چراغ زنی، سیستم ECU عمل نمی کند...
۶-۲- شیشه بالابر برقی یا سائروف باز شده بسته نمی شود.

۷-۴- سنسور برگردان شیشه به لایه برقی یا سنسور، عمل نمی کند.
۸-۴- عدم عملکرد سیستم نزدیک
۹-۴- قفل مرکزی خودبه خود درهای بسته را باز می کند. (سوییچ بیرون از خودرو باشد)
۱۰-۴- عدم عملکرد سوییچ با ستارت خود و هنگام بیرون بودن سوییچ کارتی از خشاب آن
۱۱-۴- بیرون پریدن فن‌دک، از غلاف، پس از گرم شدن و یا دماغ شدن فن‌دک گیر کردن در غلاف.
۱۲-۴- فن رادیاتور عمل نمی کند.
۱۳-۴- عدم نصب، نصب یا مونتاژ اشتباه قطعات و تجهیزات سیستم برق به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.

۵- اتصالات داخلی
۱-۵- چگونگی شیشه های جلو یا عقب به نحوی که امکان بیرون افتادن شیشه در حین حرکت وجود دارد.
۲-۵- تفسیر شکل، موج داشتن، حساب داشتن، شیشه جلو که در دپه واضح راننده تاثیر بگذارد.
۳-۵- عدم چسبندگی حداقل یک ضلع کامل از چسب شیشه های عقب یا جلو
۴-۵- ترک یا شکستگی شیشه جلو یا عقب
۵-۵- آزاد نشدن کمربند ایمنی از داخل غلاف و یا قفل نشدن آن حین عملکرد
۶-۵- عمل نکردن هر یک از قفل درهای جانبی
۷-۵- عمل نکردن قفل در موتور
۸-۵- شل بودن اتصالات پیچ یا مهر های صندوق ها
۹-۵- عمل نکردن یا رها شدن ناگهانی هر یک از تنظیمات صندوقی راننده (مانند خوابیدن پشتی صندوقی یا عدم کنترل موقعیت ثابت تسمه‌ها صندوقی)
۱۰-۵- رها شدن ناگهانی تسمه‌ها صندوقی جلو راننده.

۶- اتصالات خارجی
۱-۶- شکستن یا ترک یا کم خوردگی و کسری جوش که بر ایمنی سرتشیمان موتور است.

۷- عمومی

۷-۱- صدای غیرعادی شدید در جاده که باعث نگرانی راننده شده و موجب توقف خودرو گردد.

۷-۲- عدم تطابق، عدم نصب یا عدم تمیبه سیستمها و قطعات اجباری بر اساس استانداردهای ملی اجباری

ب : قطعات ایمنی موتورسیکلت و شرح عیوب ایمنی :

تقطعه یا سیستم	شرح عیوب ایمنی
لامتیک ها	بوسیدگی یا کهنگی ، گذشتن از تاریخ تولید بیش از حد متعارف، عمق کم آج، عدم وجود نشانه های الزامی همچون شناسه تولیدکننده و تاریخ تولید.
بوق	اتصال و انقطاع در صدای شنیداری، ضعیف بودن شدت صدا
باتری	شل بودن اتصالات باتری و قاب باتری
چک های وسط و بغل	عدم استحکام اتصالات به بدنه، ضعف در فنرهای بازگرداننده ، عدم توانایی در حفظ تعادل ایجاد زاویه بیش از حد هنگام استفاده از چک بغل، تپ خوردن بیش از اندازه حول چک وسط
سیستم سوخت رسانی	نداشتن برجسم مصرف سوخت (گرمه انرژی)
باک	فوری و نورفتگی باک، نشنی از در باک هنگام حرکت
سیستم روشنایی	عمل نکردن خرابی یا ضعف در هر کدام از چراغهای جلو، عقب ، راهنما، خطر متنی یا ننگستگی و ترک در قاب یا حساب هر کدام از چراغها لقی یا لرزش تکیه گاه و نشیمن گاه هر کدام از چراغها عدم تبدیل نور بالا به نور پایین و برعکس عدم تنظیم زاویه مناسب برای چراغهای نور بالا و نور پایین
زنجیر چرخ	لقی یا سفتی بیش از حد، عدم روغنکاری، برخورد با ستش با قاب زنجیر چرخ
سرعت سنج	عدم نمایش صحیح سرعت
کیلومتر شمار	عدم نمایش صحیح کیلومتر پیمایش شده
صفحه نمایشگر	عدم نمایش و خرابی برخی نشانگرها همچون راهنما، وضعیت دنده، وضعیت چراغ جلو
طوقه ها	عدم استحکام اتصالات و برخورد، یا ساییدگی یا لامتیک ها
پره چرخها	نگستگی برخی پره ها
ترمزهای جلو و عقب	عدم ترمزگیری مناسب تنظیم نبودن و خلاصی نامناسب اهرم ها وجود زائده، ترک یا ناسافی در دیسک ترمز جلو
فعل فرمان	خلاصی نامناسب قفل فرمان

شرح خوب امتی	قطعه یا سیستم
عدم شفافیت ، وضوح و کیفیت عدم پوشش دهنی مناسب میشل دید لقی پایه آینه عدم امکان تنظیم زاویه آینه	آینه ها
خرابی یا نامیزانی فنرها و کمک فنرها بیرون زدگی روغن از کمک فنرها و شل بودن اتصالات به بدنه	فنر و کمک فنرهای جلو و عقب
عدم استحکام محل نصب	محل نصب پلاک
عدم استحکام اتصالات، وجود تیزی در لبه ها	دستگیره سر نشین
سستی بیش از حد و عدم برگشت پذیری	دسته گاز

ج) قطعات ایمنی مشمول استاندارد اجباری

ردیف	نام کالا / خدمت	شماره استاندارد ملی
۱	باتری	۶۱۹۷
		۱۳۰
		۱-۷۱
۲	واپر شمع	۴۲۶۷
		۱-۴۲۶۷
		۲-۴۲۶۷
۳	استارت	۶۱۴۴
۴	دینام	۴۱۴۳
۵	شمع	۲۱-۳
		۲۱-۳
		۲۱-۴
		۲۱-۵
		۲۱-۶
		۲۱-۷
		۲۱-۸
		۲۴-۳
۶	لامپ خودرو	۲۰-۴
۷	سوئیچ لامپ ترمز هیدرولیکی	۳۱۶۳
۸	سوئیچ لامپ ترمز مکانیکی	۳۲۹۰
۹	شیشه ایمنی خودرو	۱-۷-۹
		۲-۷-۹
۱۰	لاستیک خودرو *	۱-۹۳
		۱-۱۰-۹۳
		۲-۱۰-۹۳
		۱۶۴۳
		۳۱۶۹

ردیف	نام کالا / خدمت	شماره استاندارد ملی
		۱-۲۱۶۹
		۳-۲۱۶۹
		۱۳۳۲
		۲۳۶۲
		۵۸۳
		۱۳۴۳
		۵۸۵
		۳۷۸۵
		۶-۶
		۲۷۸۲
۱۱	روغن موتور	۳۶۲
۱۲	روغن ترمز	۳۳۸
۱۳	ش. ب. ب.	۱-۱۶۲
۱۴	گریس	۲-۱۴۲
		۲-۱۴۲
۱۵	بمب روغن	۳۲۸۹
۱۶	بمب سوخت بتربنی *	۳۲۸۴
۱۷	فیلاتر هوا	۲۴
		۳-۵
۱۸	فیلاتر روغن	۲۵۲۵
۱۹	کمک فتر هیدرولیکی	۲-۰-۶
		۱۳۷۴۲
۲۰	کمک فتر گازی	۳-۰-۹۱
۲۱	لنت ترمز	۲۷۹۸
		۵۸۶
۲۲	لنت صفحه کلاچ	۳-۰-۵

ردیف	نام کالا / خدمت	شماره استاندارد ملی
۳۳	بوستر ترمز (غیر مستقیم) *	۳۷۹۷
۳۴	رادبانور	۳۲۲۳ ۳۲۲۳*
۳۵	رینگ چرخ خودرو (از ۱۶ اینچ)	۲۴۰۱
۳۶	فهرتخت	۳۳۸۹
۳۷	تیغه و بازوی برف پاک کن	۳۲۹۵
۳۸	سیک	۳۳۹۰ ۳۳۹۱
۳۹	کمربند ایمنی *	۷۷۹
۳۰	اجزاء سیستم گاز سوز کردن خودرو *LPG	۴۲۶۴
۳۱	اجزاء سیستم گاز سوز کردن *CNG	۷۵۹۸
۳۲	کلاه ایمنی موتورسیکلت سواره *	۸۷۵
۳۳	تویی تایلر موتورسیکلت ، ویزگیها و روش آزمون	۷۶۳
۳۴	دوچرخه ، ویزگیها و روش آزمون	۳۹۱۴
۳۵	خودروهای امدادی و تجهیزات آنها	۴۳۷۴
۳۶	تسمه های لاستیکی خودرو	۱۹۸۷
۳۷	چراغهای مه شکن جلو خودرو	۶۴۸۸
۳۸	چراغ پلاک خودرو	۶۲۹۵
۳۹	چراغ مه شکن عقب خودرو	۶۵۰۴
۴۰	چراغ راهنمای خودرو	۶۵۰۵
۴۱	چراغهای جلو خودرو	۶۶۷۳
۴۲	آینه خودرو	۶۴۹۷
۴۳	چراغ جلو موتورسیکلت	۹۳۶۹
۴۴	چراغ های موتورسیکلت	۱۰۲۸۳

پیوست ۵-۱

ماده ۲۱

**دستورالعمل واردات خودروهای
سواری توسط اشخاص حقیقی و حقوقی**



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

وزیر

شماره: ۲۴۸۸۳۲/۲۰

تاریخ: ۳۳/۱۷/۳۰

پیوست:

جناب آقای افخمی زاد

معاون محترم وزیر و رئیس سازمان توسعه تجارت ایران

موضوع: دستورالعمل واردات خودروهای سواری توسط اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی.

باسلام

در جهت اعمال قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶ و
این‌نامه اجرایی آن، بدینوسیله به پیوست دستورالعمل واردات خودروهای سواری توسط
اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی جهت اجرا و اعمال نظارت ارسال می‌گردد.

مهندس‌شما نعمت‌زاده

« دستورالعمل واردات خودروهای سواری توسط اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی »

با استناد به ماده «۴۴» قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸/۷/۱۵ و ماده «۳۷» آیین‌نامه اجرایی ماده «۲۱۵» قانون مذکور موضوع تصویب نامه شماره ۱۷۳۳۷۰/ت/۴۵۳۴۱-هـ مورخ ۱۳۹۰/۹/۲ هیأت محترم وزیران «واردات خودروی سواری توسط اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی» به شرح زیر می‌باشد:

۱. در صورت تعاضد اشخاص حقیقی و حقوقی وارد کننده فاقد نمایندگی رسمی برای تجهیز شبکه خدمات پس از فروش و اخذ نمایندگی رسمی شرکت‌های خارجی بر اساس دستورالعمل نحوه صدور گواهی فعالیت نمایندگی رسمی شرکت خارجی در کشور «ابلاغی مورخ ۱۳۹۲/۲/۱۵، مرکز امور استعلام و ارزشگان ایران مراب» را رسیدگی و در صورت احراز شرایط نسبت به ارائه گواهی فعالیت نمایندگی رسمی اقدام می‌نماید.

۲. در صورت عدم تحقق ایجاد امکانات و تأسیسات خدمات پس از فروش به شرح بند «۱۱» فوق، پذیرش ثبت سفارش از اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی صرفاً پس از عقد توافقنامه ارائه خدمات گرانتهی و وارانتی (تعهد ضمانت، تأمین قطعات و ارائه سرویس) به شرح پیوست فی‌مابین نماینده رسمی و واردکننده و ارائه توافقنامه مذکور به سازمان توسعه تجارت ایران (دفتر مقررات صادرات و واردات) جهت ثبت سفارش صورت می‌پذیرد. ضمناً نمایندگان رسمی موظف می‌باشند در صورت درخواست واردکنندگان فاقد نمایندگی براین شرایط توافق‌نامه پیوست عمل نمایند.

۳. با توجه به مفاد ماده «۴۴» قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸، ترخیص خودروهای ثبت سفارش شده قبل از تاریخ ۱۳۹۳/۱۰/۲۰ توسط اشخاص حقیقی و حقوقی غیر نماینده رسمی در صورت ارائه اسناد مثبت، بد گمرکات، دال بر حمل خودروهای ثبت سفارش شده قبلاً از تاریخ فوق‌الذکر (با رعایت ماده «۱۱» آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات)، بلامتع خواهد بود در غیر اینصورت ترخیص این خودروها منوط به انعقاد توافقنامه ارائه خدمات پس از فروش با نماینده رسمی و اعلام دفتر مقررات صادرات و واردات به گمرک جمهوری اسلامی ایران خواهد بود.

شماره:

تاریخ:

توافقنامه ارائه خدمات گارانتی و وارانتی (تعهد ضمانت، تامین قطعات و ارائه سرویس)

به استناد قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶ و آیین نامه اجرایی آن و ماده «۴» قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان مصوب ۱۳۸۸ و در راستای شفافیت در ارائه خدمات پس از فروش و پوشش گارانتی و وارانتی و زیاده های خودرو توسط اشخاص حقیقی و حقوقی غیر نماینده دارای کارت بازرگانی معتبر، توافقنامه ذیل فی مابین شرکت به شماره ثبت نماینده رسمی شرکت خارجی سازنده خودروی در ایران به شماره تأییدیه مورخ صادره از مرکز اصناف و امور بازرگانی استان تهران به نشانی و شماره تلفن که در این توافقنامه سیمند نمایندگی رسمی نموده می شود و شرکت آقای/خانم به شماره ثبت/کدملی دارای کارت بازرگانی معتبر شماره به آدرس گدپستی و شماره تلفن که در این توافقنامه متعهد واردکننده غیرنمایندگی نموده می شود به شرح زیر منعقد می گردد:

موضوع توافقنامه

عبارت است از ارائه خدمات گارانتی و وارانتی (تعهد ضمانت، تامین قطعات و ارائه سرویس) و پوشش مطابق آیین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶ «حیات محترم و زیوان در شبکه سراسری خدمات پس از فروش مربوط به نمایندگی رسمی به تعداد ... دستگاه خودروی موضوع پروفرمای شماره مورخ (تصویر پیوست) که توسط واردکننده متعاقباً وارد کشور خواهد شد مشروط به داشتن شرایط مندرج در این توافقنامه به شرح زیر می باشد:

تعهدات طرفین

الف: تعهدات واردکننده غیرنمایندگی (دارای کارت بازرگانی مجاز و معتبر)

۱- ارائه پروفرم معتبر که دارای مشخصات دقیق فروشنده و خریدار و مبدأ و مقصد کالا و اطلاعات کامل از نوع و تعداد خودرو وارداتی در آن درج شده باشد.

۲- واردکننده متعهد می‌گردد صرفاً با کارت بازرگانی خود (شماره مندرج در توافقتنامه) اقدام به واردات نماید.
۳- واردکننده متعهد است قبل از ثبت سفارش و حمل خودروهای خود به بندر ایران یک نسخه از اسناد حمل را برای هر خودرو به نماینده رسمی و به تنکیک هر شاسی جهت شناسایی و تطابق اسناد خودرو ارائه نماید. لیبره در خصوص خودروهای ثبت سفارش شده قبل از تاریخ ۱۳۹۳/۱۰/۲۰ واردکننده متعهد است قبل از ترخیص نسبت به ارائه اطلاعات خودروهای ثبت سفارش شده به تنکیک هر شاسی به سازمان ملی استاندارد و گمرک جمهوری اسلامی ایران اقدام نماید.

۴- واردکننده موظف می‌باشد سه (۳) درصد معادل ریالی ارزش CIF هر دستگاه خودرو را بابت گارانتی و واریشتی و ارائه خدمات پس از فروش به نماینده رسمی نقلاً پرداخت نماید.

۵- به منظور اطلاع‌رسانی به مصرف‌کنندگان از چگونگی ارائه خدمات خودروی خریداری شده، واردکننده متعهد است در هنگام فروش خودروهای وارداتی خود یک نسخه از دفترچه راهنمای چگونگی استفاده از خودرو به زبان فارسی به همراه کارت گارانتی، کارت اسناد و فهرست نمایندگان خدمات پس از فروش که از سوی نماینده رسمی در اختیار واردکننده قرار می‌گیرد را در اختیار خریدار نهایی قرار دهد.

لیبره به منظور تسهیل و تسریع در ارائه خدمات از سوی نماینده رسمی، واردکننده موظف است اطلاعات مربوط به موقعیت جغرافیایی خریداران خودرو را در زمینه پراکنش و توزیع آن در سطح کشور به صورت ماضیله به نماینده رسمی اعلام نماید.

ب: تعهدات نماینده رسمی

۱- نماینده رسمی متعهد است در مقابل انجام تعهد واردکننده مطابق ضوابط و مقررات مربوط به جزء «۴» بند (الف)، نسبت به ارائه خدمات موضوع این توافقتنامه در شبکه سراسری سرویس و خدمات به خودروهای وارداتی واردکننده اقدام نماید.

۲- برای تحقق نفاذ جزء «۴» بند (الف) نماینده رسمی متعهد است قبل از ترخیص خودرو از گمرکات، نسبت به انجام فعالیت بازرسی و تطابق اسناد خودروی موضوع این توافقتنامه با مشخصه‌های اصلی کارخانه سازنده و سازمان ملی استاندارد و صدور کارت اسناد خودرو اقدام نماید.

تصویر کارت اصالت خودرو می‌بایست در برگزیده اطلاعات و مشخصه‌های فنی و اصلی خودرو (اسم از شماره شاسی و موتور، نام برند و نوع تپه، سال ساخت و مدل، حجم موتور و مشخصات فنی، رنگ داخلی و خارج و...) و اطلاعات تجهیزات جانبی و آپشن‌های موجود (اسم از تعداد ایرسگ‌ها، تعداد و نوع سنسورها، سیستم صوتی و تصویری، سیستم‌های پارک‌اری، جنس صندلی‌ها و داشبورد، سائروف، نوع رنگ‌ها، رانار، لوگویشن و...) باشد که ذیلت استعلام از طریق وبسایت نماینده رسمی از طریق شماره شاسی با VIN برای مصرف‌کننده نیز امکان‌پذیر باشد.

۳- حداکثر مدت زمان جهت فعالیت بازرسی و تطبیق اصالت خودرو ۵ روز کاری از زمان درخواست کتبی واردکننده می‌باشد.

۴- نماینده رسمی متعهد است که حداکثر ظرف ۵ روز کاری از تاریخ دریافت کارتکس صادر شده به نفع مشتری توسط واردکننده و مشروط به رعایت تعهدات واردکننده نسبت به صدور و تحویل کارت گارانتی به همراه کارت اصالت، یک نسخه از دفترچه راهنمای چگونگی استفاده از خودرو به زبان فارسی و فهرست نمایندگان خدمات پس از فروش، برای هر یک از خودروهای وارد شده اقدام نماید.

۵- نماینده رسمی متعهد است کلیه خدمات پس از فروش و پوشش گارانتی خودروهای توافق شده واردکننده را همانند خودروهای وارداتی خود و طبق ضوابط جاری انجام دهد.

۶- هیچ‌گونه وجهی مازاد بر مبلغ مندرج در جزء ۴ بند (الف) از سوی نماینده رسمی دریافت نمی‌گردد و نماینده رسمی متعهد است در خلال دریافت وجه اشاره شده نسبت به صدور فاکتور اقدام نماید.

تصویر در صورتی که تعدلی از خودروهای ثبت سفارش شده به دلایلی منجر به واردات نگردد، نماینده رسمی

متعهد است متناسب با تعداد وارد نشده، نسبت به استرداد مبلغ موضوع جزء ۴ بند (الف)

به واردکننده، حداکثر ظرف ۱۵ روز پس از اعلام کتبی واردکننده نفاذ اقدام نماید.

ج: تعهد سازمان توسعه تجارت ایران

سازمان توسعه تجارت ایران (دفتر مقررات صادرات و واردات) با دریافت توافقتنامه امضاء شده و سایر مدارک لازم

نسبت به ثبت سفارش اقدام می‌نماید.

۵. سایر موارد

- ۱- مسئولیت دآوری در موارد بروز اختلاف بین طرفین در مرحله اول به عهده سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان و در صورت عدم حصول نتیجه موضوع قابل طرح و پیگیری در مراجع ذیصلاح می باشد.
 - ۲- تماس ها و مکاتبات با طرفین براساس تلفن و آدرس اعلام شده در این توافقنامه انجام می گیرد و هرگونه مکاتباتی که از طرفین به نشانی یکدیگر ارسال شده ابلاغ شده تلقی و در کلیه مراجع دارای اعتبار خواهد بود. سایرین طرفین بایستی تغییر آدرس، تلفن، شماره و ایمیل خود را کتبا به اطلاع یکدیگر رسانیده و رسید دریافت نمایند.
- این توافقنامه در سه نسخه و ۴ بند و ۱۴ ماده و ۴ تبصره تنظیم و صرفاً در راستای ارزیابی خدمات موضوع این توافقنامه با شرایط مذکور در آن معتبر بوده و مجوز واردات خودرو برای واردکننده نمی باشد.

توافقنامه رسمی	واردکننده
نام و نام خانوادگی:	نام و نام خانوادگی:
مستند:	مستند:
شماره:	شماره:
شهر و استان:	شهر و استان:

پیوست د-۲

ماده ۲۱

تکمیل دستورالعمل واردات

خودروهای سواری



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

وزیر

شماره: ۶۲-۱۱۳۸-۶۰

تاریخ: ۲۲/۰۱/۳۳

جناب آقای الفخیمی زاده، معاون محترم وزیر و رئیس سازمان توسعه تجارت ایران
جناب آقای صالحی نیا، معاون محترم امور صنایع
جناب آقای توکلی، معاون محترم وزیر، رئیس هیأت مدیره و مدیر عامل سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان
موضوع: تکمیل دستور العمل واردات خودروهای سواری

باسلام

بروز ابلاغیه شماره ۶۰/۲۴۸۸۳۲ مورخ ۱۳۹۲/۱۱/۳۰ در خصوص دستور العمل واردات خودروهای سواری توسط اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی، مواد ذیل در راستای تکمیل دستور العمل یادشده به منظور نجات و اعمال نظارت ابلاغ می گردد.

- ۱- ماده ذیل به عنوان بند (۴) دستور العمل اضافه گردد:
«ترخیص کلیه خودروهای ثبت سفارش شده پس از ابلاغ این دستور العمل از گمرک جمهوری اسلامی ایران، منوط به ارائه گواهی تطبیق کالا (Certificate Of Conformity-COC) به گمرک جمهوری اسلامی ایران می باشد»
- ۲- موارد ذیل به جزء (۶) بند (ب) و جزء (۱) بند (د) به ترتیب اضافه و تکمیل گردد:
جزء (۶) بند (ب):
«در راستای اجرای این توافقنامه نماینده رسمی مجاز به دریافت هیچگونه وجهی مازاد بر ۲ درصد معادل ارزش CIF نمی باشد و نماینده رسمی متعهد است در قبال دریافت وجه اشاره شده نسبت به انعقاد قرارداد اقدام نماید.
بصورت ۱- مطابقت هرگونه وجه مازاد توسط نماینده رسمی مطابق ماده فوق موجب برخورد قانونی وفق جزء (۱) بند (د) خواهد گردید»
- جزء (۱) بند (د):
«مسئولیت رسیدگی و داوری در موارد بروز اختلاف بین طرفین بر عهده سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان می باشد. سازمان مذکور در راستای اجرای هر یک از تعهدات طرفین و رسیدگی به موارد مورد اختلاف، تکلیف می باشد نسبت به برخورد قانونی وفق مواد قانون تعزیرات حکومتی و عنداللزوم درخواست تعلیق و ابطال گواهی فعالیت نمایندگی رسمی از طریق اعلام به معاونت امور اقتصادی و بازرگانی اقدام نماید».
- ۳- ماده ذیل در دستور العمل مربوط به جزء (۲) بند (د) اضافه گردد:
«انجمن واردکنندگان خودرو (شماره شناسه ملی ۱۴۰۰۴۵۲۹۰۶) مکلف به پذیرش و پیگیری درخواست متقاضیان واردات خودرو (غیرنماینده) مطابق فرم پیوست و نظارت بر عملکرد نمایندگان رسمی در اجرای دستور العمل فوق و ضوابط ابلاغی می باشد».

محمد رضا نعمت زاده



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

اصلاحیه دستورالعمل

واردات خودروهای سواری توسط اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی و عاملیت فروش

با استناد به ماده (۴) قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ مجلس شورای اسلامی و ماده (۲۷) این‌نامه اجرایی ماده (۲۱) قانون مذکور موضوع تصویب‌نامه شماره ۱۷۳۲۷۰ ت/۴۵۳۴۱ هـ مورخ ۱۳۹۰/۰۹/۰۲ هیأت محترم وزیران، واردات خودرو سواری توسط اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی و عاملیت فروش به شرح زیر می‌باشد:

۱- در صورت تقاضای اشخاص حقیقی و حقوقی تازه‌کننده فاقد نمایندگی رسمی برای تهیه شبکه خدمات پس از فروش و اخذ نمایندگی رسمی شرکت‌های خارجی بر اساس دستورالعمل نحوه صدور گواهی فعالیت نمایندگان رسمی، دفتر، شعب و عاملیت فروش شرکت‌های خارجی در کشور اطلاق مورخ ۱۳۹۰/۰۹/۰۲، مرکز امور اسناد و بازرگانی ایران مراتب را رسیدگی و در صورت احراز شرایط نسبت به ارائه گواهی فعالیت، نمایندگی رسمی و عاملیت فروش اقدام می‌نماید.

۲- در صورت عدم تحقق ایجاد امکانات و تأسیسات خدمت پس از فروش به شرح بند یک فوق، پذیرش ثبت سفارش از اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی صرفاً پس از عقد توافقنامه (ارابه خدمات گمرکاتی و وارانتی) (نمونه ضمیمه، آئین خدمات و ارابه مرزی) به شرح پیوست، فی‌مابین نماینده رسمی و واردکننده و ارابه توافقنامه مذکور به سازمان توسعه تجارت ایران (تفویض مقررات صادرات و واردات) جهت ثبت سفارش صورت می‌پذیرد. ضمناً نمایندگان رسمی و عاملان فروش موظف می‌باشند در صورت دریافت واردکنندگان فاقد نمایندگی برابر شرایط توافقنامه پیوست عمل نمایند.

۳- ترخیص خودروهای ثبت سفارش شده قبل از تاریخ ۱۳۹۰/۰۲/۰۲ توسط اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی و عاملیت فروش با رعایت دقیق ماده (۱۱) این‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات و بصره‌های ماده مذکور، بلاشع خواهد بود.

۴- ترخیص کلیه خودروهای ثبت سفارش شده پس از ابلاغ این دستورالعمل از گمرک جمهوری اسلامی ایران، منوط به ارائه گواهی انطباق کالا (Certificate Of Conformity-COC) به گمرک جمهوری اسلامی ایران می‌باشد.



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

توافقنامه ارائه خدمات گمراتی و وارفتی
(تعهد ضمانت تأمین قطعات و ارائه سرویس)

به استناد قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۴ و آیین‌نامه اجرایی آن و ماده ۴۲ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، ۱۳۸۸ و در راستای شفافیت در ارائه خدمات پس از فروش و پوشش گمراتی و وارفتی واردات خودرو توسط اشخاص حقیقی و حقوقی غیر نماینده دارای کارت بازرگانی معتبر. توافقنامه ذیل بین شرکت به شماره ثبت نماینده رسمی شرکت خارجی سازنده خودروی در ایران به شماره تأییدیه مورخ هجری مرکز اصفاف و امور بازرگانی ایران به نشانی و شماره تلفن که در این توافقنامه متعدد نماینده رسمی نامیده می‌شود و شرکت آقای احلام به شماره ثبت گمراتی دارای کارت بازرگانی معتبر شماره به نشانی گدیستی و شماره شن که در این توافقنامه متعدد واردکننده غیرنماینده نامیده می‌شود به شرح زیر منعقد می‌گردد:

موضوع توافقنامه

حیرت است از ارائه خدمات گمراتی و وارفتی (تعهد ضمانت، تأمین قطعات و ارائه سرویس) و پوشش مطابق آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۹ هیأت محترم وزیران در شبکه سراسری خدمات پس از فروش مربوط به نماینده رسمی به تعداد دستگاه خودروی موضوع پروفرمان شماره مورخ (تعمیر و سرویس) که توسط واردکننده غیرنماینده متعاقباً وارد کشور خواهد شد مشروط به داشتن شرایط مندرج در این توافقنامه به شرح زیر می‌باشد:

تعهدات طرفین

الف- تعهدات واردکننده غیرنماینده (دارای کارت بازرگانی مجاز و معتبر)

- ارائه پروفرم معتبر که دارای مشخصات دقیق فروشنده و خریدار و مبدأ و مقصد کالا و اطلاعات کامل از نوع و تعداد خودرو وارداتی در آن درج شده باشد.

- بهره‌دهنده اصلی پروفرم پس از رؤیت نماینده رسمی بلافاصله به واردکننده مسند خواهد گردید.
۲. واردکننده متعهد می‌گردد صرفاً با کارت بازرگانی خود (شماره مندرج در توافقنامه) اقدام به واردات نماید.
 ۳. واردکننده متعهد است قبل از حمل خودروهای خود به مرزهای ورودی ایران یک نسخه از اسناد خودرو مانند COC را برای هر خودرو و به تک‌تک هر شاسی به نماینده رسمی جهت شناسایی خودرو ارائه نماید.
 ۴. واردکننده موظف می‌باشد سه (۳) درصد معادل ریالی ارزش CIF هر دستگاه خودرو را بر سبنای آخرین ارزش ارزی اعلامی دفتر تعیین ارزش گمرک جمهوری اسلامی ایران و بر اساس نرخ ارز متوافقی بابت کارتنی و وارتنی و ارایه خدمات پس از فروش به نماینده رسمی نقلاً پرداخت نماید.
 ۵. به منظور اطلاع‌رسانی به مصرف‌کنندگان از چگونگی ارایه خدمات خودروی خریداری شده، واردکننده متعهد است در هنگام فروش خودروهای وارداتی خود، یک نسخه از دفترچه راهنمای چگونگی استفاده از خودرو به زبان فارسی به همراه کارت گارانتی، کارت شناسایی مشخصات و فهرست نمایندگان خدمات پس از فروش که از سوی نماینده رسمی در اختیار واردکننده قرار می‌گیرد را در اختیار خریدار نهایی قرار دهد.
- ب. تعهدات نماینده رسمی
۱. نماینده رسمی متعهد است در مطابق انجام نمود واردکننده مطابق ضوابط و مقررات مربوطه به جزء «۴» بند (الف) نسبت به ارایه خدمات موضوع این توافقنامه در شبکه سراسری سرویس و خدمات به خودروهای وارداتی واردکننده اقدام نماید.
 ۲. نماینده رسمی متعهد است به منظور شناسایی کالا مطابق جزء «۴» بند (الف) نسبت به صدور کارت شناسایی مشخصات هر یک از خودروهای موضوع این توافقنامه بر اساس مشخصه‌های اصلی کارخانه سازنده (شماره VIN) اقدام نماید.
 - بهره‌دهنده کارت شناسایی مشخصات خودرو می‌بایست در برگیرنده اطلاعات مشخصه‌های فنی، تجهیزات جانبی و ایشن‌های موجود مطابق فرم پیوست باشد.
 ۳. حداکثر مدت زمان جهت شناسایی و تعلق مشخصات خودرو و انعقاد قرارداد، ۲ روز کاری از زمان درخواست کتبی واردکننده می‌باشد.



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

۹. نماینده رسمی متعهد است که حداکثر ظرف ۳ روز کاری از تاریخ دریافت کارمگس صادر شده به مبلغ مشتری توسط واردکننده و مشروط به رعایت تعهدات واردکننده به شرح این توافقنامه نسبت به صدور و تحویل کارت گارانتی به همراه کارت شناسایی مشخصات خودرو، بنگ نسخه از دفترچه راهنمای چگونگی استفاده از خودرو به زبان فارسی و فهرست نمایندگان خدمات پس از فروش، برای هر بنگ از خودروهای وارد شده طبق معاد این توافقنامه اقدام نماید.

۱۰. نماینده رسمی متعهد است کلیه خدمات پس از فروش و پیشکش گارانتی خودروهای توافق شده واردکننده به شرح این توافقنامه را همانند خودروهای وارداتی خود و طبق شرایط جاری انجام دهد.

۱۱. در راستای اجرای این توافقنامه نماینده رسمی مجاز به دریافت هیچگونه وجهی متجاوز از مبلغ مندرج در جزء ۳۳۶ بند (الف) موضوع سه (۳) درصد معافیت ارزش CIF نمی باشد و نماینده رسمی متعهد است در قبایل دریافت وجه اشاره شده نسبت به انعقاد توافقنامه اقدام نماید.

نیمه ۱، دریافت هرگونه وجه متجاوز توسط نماینده رسمی مطابق ماده فوق موجب برخورد قانونی وفق جزء ۳۱۰ بند (د) خواهد گردید.

نیمه ۲، در صورتی که تعدادی از خودروهای ثبت سفارش شده به دلالتی منجر به واردات، نگارده، نمایندگی رسمی متعهد است، متناسب با تعداد وارد نشده نسبت به متارده، مبلغ موجود جزء (۴) بند (الف) به واردکننده، حداکثر ظرف ۳ روز پس از دریافت، تأییدیه لغو باقیمانده ثبت سفارش، تلقاً اقدام نماید.

ح- نهاد سازمان توسعه تجارت ایران

سازمان توسعه تجارت ایران (دفتر مقررات صادرات و واردات) با دریافت توافقنامه امضاء شده و سایر مدارک لازم نسبت به ثبت سفارش اقدام می نماید.

د- سایر موارد

۱. مسئولیت رسیدگی و داوری در موارد بروز اختلاف بین طرفین به عهده سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان می باشد. سازمان مذکور در راستای اجرای هر یک از تعهدات طرفین و رسیدگی به موارد مورد اختلاف مکلف می باشد نسبت به برخورد قانونی وفق مواد قانونی زمان حکم و منتهی و استعنازوم تعلیق و بطلان گواهی نمایندگی رسمی از طریق اعلام به معاونت امور اقتصادی و بازرگانی اقدام نماید.



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

۲. مکاتبات یا طرفین براساس تلفن و آدرس اطلاع شده در این توافقتنامه انجام می‌گیرد و هرگونه مکاتباتی که از طرفین به نشانی یکدیگر ارسال شود لیلاخ شده تلقی و در کاتبه مراجع دارای اعتبار خواهد بود. بنابراین طرفین بایستی تقویر آدرس، تلفن و نامبر و آدرس خود را کتباً به اطلاع یکدیگر رسانیده و رسید دریافت نمایند.

۳. انجمن واردکنندگان خودرو (شماره شناسه ملی ۱۴۰۰۴۵۲۶۰۶۱) مکلف به پذیرش و بیگانه‌ری درخواست متقاضیان واردات خودرو (غیرنماینده) مطابق فرم پیوست و نشارت بر عملکرد نمایندگان رسمی در اجرای دستورالعمل فوق و ضوابط ابلاغی می‌باشد.

این توافقنامه در ۳ نسخه و ۴ بند، ۱۵ ماده و ۴ تبصره تنظیم و صرفاً در راستای ارائه خدمات موضوع این توافقنامه با شرایط مذکور در آن معتبر بوده و فاقد ارزش دیگری بوده و هیچ‌یک از آن خودرو برای واردکننده نمی‌باشد.

واردکننده	نماینده رسمی
نام و نام خانوادگی:	نام و نام خانوادگی:
تاریخ:	تاریخ:
ترک‌آقای/خانم:	شرکت:
مهر و امضاء:	مهر و امضاء:

نام نماینده رسمی:		کارت شناسایی مشخصات خودرو		شماره کارت: تاریخ صدور:
نام خودرو:		رنگ بدنه:		
رنگ تومیزی:		شماره شاسی:		
مشخصات ایمنی خودرو				
مشخصات رنگ:		سود کن صندلی راسته:		<input type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد
سیستم هشدار جلو:		<input type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد	سود کن صندلی شاگرد:	
سیستم هشدار عقب:		<input type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد	سود کن صندلیهای عقب:	
توربین جلو:		<input type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد	سیستم صوتی:	
توربین عقب:		<input type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد	سیستم کنترل کشش سرعت:	
اندازه ایربگ:		راننده <input type="checkbox"/> شاگرد <input type="checkbox"/>		روکش صندلی:
		برده ای <input type="checkbox"/> زانو <input type="checkbox"/>		پارچه ای <input type="checkbox"/> جرم <input type="checkbox"/>
گرم کن صندلی راننده:		<input type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد	ABS:	
گرم کن صندلی شاگرد:		<input type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد	سیستم کنترل پایداری:	
گرم کن صندلیهای عقب:		<input type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد	سیستم ترمز الکترونیک نیروی ترمز:	
سایر آپشن ها:				



جمهوری اسلامی ایران
وزارت بازرگانی و روابط اقتصادی

نوم بیوست جزء ۴۰۰ بند ۱۵ سایر موارد توافقنامه ارایه خدمات گمرکاتی و وارانسی

- ۱- مدارک مورد نیاز برای واردکننده غیر نماینده که متقاضی عقد توافقنامه با شرکتهای دارای نمایندگی رسمی با حمایت فروش می باشد:
 - ۱-۱- کارت بازرگانی معتبر به نام شخصی و برای تشخیص حقوقی به نام مدیرعامل
 - ۲-۱- گد اقتصادی برای تشخیص جابجایی و حقوقی
 - ۳-۱- طرح موضوع واردات خودرو بعنوان رشته فعالیت متقاضی واردات با بستی اثر کتوت بازرگانی قبل گرفته شده باشد
 - ۴-۱- ارایه گواهی ثبت نام ارزش افزوده در هر دوره
- ۲- فرآیند قرارداد و زمان بندی همکاری فی مابین واردکننده غیر نماینده و نماینده رسمی به شرح زیر خواهد بود:
 - ۱-۲- واردکننده غیر نماینده به صورت مکتوب توافقی خود شامل برند، مدل و تعداد مورد نیاز را به دبیرخانه انجمن واردکنندگان خودرو تحویل و نسبت به اخذ رسید اقدام خواهد نمود.
 - ۲-۲- انجمن حداکثر ظرف یک روز کاری مدارک متقاضی را بررسی و در صورت تکمیل مورد فوق با نامه رسمی نسبت به ارسال آن به نماینده رسمی مربوطه اقدام خواهد نمود.
 - ۳-۲- نماینده رسمی موظف است ظرف حداکثر ۴ روز کاری نسبت به بررسی تقاضا و اتمه ده نامه اهرت به اقدام و به همراه رونوشتی به انجمن، نتیجه را به سازمان توسعه تجارت اعلام نماید.تصرد در صورت رد هرگونه تقاضا، پاسخ نمایندگی با بستی حاوی دلایل روشن و مستند به موارد مذکور در توافقنامه باشد.
- ۳- انجمن واردکنندگان خودرو و موظف می باشد موارد اختلافی را به منظور رسیدگی مطابق با جزء ۱۵ بند ۱۵ توافقنامه به سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان منعکس نماید.
- ۴- آمار تعداد درخواستهای واردات به تکنیک نتایج حاصله به صورت ماهانه توسط انجمن واردکنندگان خودرو تهیه و به سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان ارسال خواهد شد.
- ۵- سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان فهرست واحدهای متخف موضوع این دستور العمل را همو از نمایندگان رسمی و واردکنندگان غیر نماینده جهت لحاظ نمودن در بررسی شرایط اعزاز در واردات خودرو به انجمن واردکنندگان خودرو اعلام می نماید.

پیوست د-۳

ماده ۲۱

**اصلاحیه دستورالعمل واردات خودروهای سواری
توسط اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی**



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

شماره: ۶۰/۸۱۰۸۲
تاریخ: ۱۳۹۵/۰۴/۰۶
پوست: ندارد

جناب آقای صالحی‌نیا - معاون محترم امور صنایع
جناب آقای الحسینی‌راد - معاون محترم وزیر و رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران
جناب آقای نوابی - معاون محترم وزیر، رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل سازمان حمایت
معرف کنندگان و تولیدکنندگان

موضوع: اصلاحیه دستور العمل واردات خودروهای سواری توسط اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی

سلام علیکم؛

احتراماً، پیرو ابلاغیه شماره ۶۰/۱۳۸۰۶۳ و دعوتنامه شماره ۶۰/۱۴۴۳۱۷ مورخ ۱۳۹۵/۰۲/۱۵ موضوع بررسی سامانه ثبت بر خط رسیدگی به درخواست واردات خودرو توسط اشخاص حقیقی و حقوقی و مسایل و مشکلات فرایند تأمین خودروهای وارداتی، به پیوست تصمیمات جلسه مورخ ۱۳۹۵/۰۲/۲۰ ابلاغ می‌گردد. نطقاً دستور فرمایید ضمن اقدام موارد مرتبط، لزوم کنترل شماره شاسی VIN درج شده در ثبت سفارش با اسناد تجاری و VIN حک شده بر روی خودرو در گمرکات از سوی دفتر مقررات صادرات و واردات به گمرک ج.ا.ا. ابلاغ گردد. ۱۳۹۵.۳

محمود دربانگه

رئیس نظام

معاونت امور اقتصادی و بازرگانی



صور تجلیسه بررسی سامانه ثبت پرخط درخواست واردات خودرو

حاضران: آقایان: مجتبی خسروپناه (رئیس کمیته سامان وزارت امور تجارت و معاون امور اقتصادی و بازرگانی، ولی الله انصاری (معاون وزیر در توسعه روابط اقتصادی و رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران)، نقی مصدقی (مدیر کل دفتر مقررات صادرات و واردات، سازمان توسعه تجارت ایران)، منصور طاهری (مدیر کل دفتر امور اقتصاد ادبی و سیاستهای تجاری)، پناه صفا (رئیس مرکز امور اصناف و بازرگانان و دبیر هیات عالی نظارت)، شهرام میرزاخانی (مدیر کل دفتر نظارت بر کالاهای فیزی و معنایی، سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان)، سعید بیگلری (معاون دکت و امور اقتصادی و سیاستهای تجاری)، سعید خدایی (سازمان توسعه تجارت ایران)، سعید ابراهیم خمینی (معاون دفتر مقررات، صراف و ارز و ارزات)، علی طبع (معاون دفتر مقررات صادرات و واردات)، مهدی خدایی (دفتر صنایع خودرو)، احمد فرزاد رئیس گروه دفتر نظارت بر کالاهای فیزی و معنایی، معاون کل امور اقتصادی (سازمان توسعه تجارت ایران)، فرهاد نظاشام (رئیس انجمن وارد کنندگان خودرو ایران)، سعید پزیر (دبیر انجمن وارد کنندگان خودرو ایران)، سعید شلیبی (کارشناس دفتر امور اقتصادی و سیاستهای تجاری)، علی هفلیت کارشناس انجمن وارد کنندگان خودرو ایران،
شاهنامه سرکار خانم نیلا مولانی (معاون دفتر امور اقتصادی و سیاستهای تجاری)

ساعت شروع: ۱۰:۳۰ ساعت خاتمه: ۱۲:۳۰ تاریخ برگزاری جلسه: ۱۳۹۵/۰۲/۲۰
مکان: سالن جلسات دفتر امور اقتصادی و سیاستهای تجاری معاونت امور اقتصادی و بازرگانی - ساختمان شهید امیرکبیر

پس از طرح موضوع و تبادل نظر اعضای حاضر در جلسه پیرامون مسائل و مشکلات قرائند ثبت سفارش خودرو (به ویژه عدم آرایه ضمانت نامه توسط شرکتهای نماینده رسمی یا غیرنماینده) ضمن تاکید بر ضرورت حفظ شرایط عدم انحصار در واردات و ضرورت آرایه ضمانت نامه برای کلیه خودروهای وارداتی تصمیماتی به شرح ذیل اتخاذ و مقرر گردید:

ردیف	شرح جلسه	زمان اجرا
۱	برای تسریع و سگایزه نبودن انجام قرائند بررسی درخواست مناقشیدان غیرنماینده واردات خودرو و کنترل بهینه اجرای ضوابط اطلاق و تسهیل در امر نظارت توسط سازمان حمایت مرکز امور اصناف و بازرگانان، دفتر مقررات صادرات و واردات و سامانه ثبت پرخط درخواست واردات خودرو و ابقای آیه خدمات پس از فروش و صدور کارت ضمانت برای خودروهای وارداتی توسط غیرنماینده، در اسرع وقت از حالت آزمایشی خارج و به طور رسمی شروع به کار نماید و کلیه قرائند مربوطه به صورت خودکار از طریق سامانه مزبور صورت پذیرد. بدیهی است در طول مدت اجرا مشکلات، ابهامات و ایرادات احتمالی توسط مسئولین ذیربط به انجمن وارد کنندگان خودرو متعین و نسبت به رفع آن اقدام خواهد شد.	از تاریخ ۱۳۹۵/۰۲/۲۲



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

شماره
تاریخ
پرست

زمان اجرا	توضیح جلسه
<p>از تاریخ ۱۳۹۵/۰۲/۲۲ مسئول دفتر مقررات صادرات و واردات</p> <p>✓ تعیین ضابطه ✓ گمرک ✓ سازمان حمایت</p>	<p>با عنایت به بروز مشکلات ناشی از عدم تطابق خودروی وارداتی توسط غیرنماینده یا خودروی تولیدی توسط کمپانی اصلی برای اقسیم ایران و تطابق فهرست خودروهای مجاز واردات و به تبع آن عدم پشتیبانی خدمات پس از فروش و صدور کارت ضمانت و رفع مشکل هنگام VIN توسط واردکننده قبل از تولید خودرو و در مرحله سفارش گذاری توسط متقاضی، مقرر گردید:</p> <p>الف) ثبت سفارش واردات خودرو به شرح ذیل صورت پذیرد.</p> <p>۱- پذیرش درخواست ثبت سفارش اولیه در سامانه ثبت سفارش بدون آزره اولیه VIN</p> <p>۲- ارسال ثبت سفارش اولیه در سامانه بند (۱) جهت بررسی و تطبیق ضوابط به نمایندگان رسمی به صورت برخط.</p> <p>۳- نمایندگان رسمی پس از وصول درخواست واردات از طریق سامانه بند (۱) و اخذ ۳ درصد و اعلام لزوم آزره VIN معتبر و استناد از سوی متقاضی قبل از بازگیری و حمل، نسبت به انعقاد قرارداد و به صورت برخط به دفتر مقررات صادرات و واردات جهت طی مراحل بعدی ثبت سفارش اقدام می نمایند.</p> <p>۴- دفتر مقررات صادرات و واردات مکلف می باشد از تایید نهایی و ارسال ثبت سفارش های فاقد VIN درج و تایید شده به گمرکات کشور خودداری نماید.</p> <p>۵- متقاضی مکلف می باشد قبل از بازگیری و حمل خودرو به گمرکات کشور نسبت به درج VIN تایید شده در سامانه ثبت سفارش، ثبت سفارش، برای طی مراحل نهایی ثبت سفارش اقدام نماید.</p> <p>۶- تطبیق VIN آزره شده از سوی متقاضی غیرنماینده با VIN خودروهای شرکت اصلی و دریافت خدمات پشتیبانی به صورت خودکار در سامانه انجام می شود.</p> <p>۷- پس از درج و تایید VIN خودرو طبق بند ۵ و ۶ ارسال ثبت سفارش به گمرک ج.ا. از سوی دفتر مقررات صادرات و واردات صورت خواهد گرفت.</p> <p>۸- گمرکات کشور موظف هستند VIN ثبت سفارش شده را با درج VIN متدرج در اسناد و مدارک و بدنه خودرو تطبیق و پس از تایید صحت آن با رعایت سایر تشریفات گمرکی نسبت به ترخیص آن اقدام نمایند. ترخیص خودروهای فاقد تطابق VIN ثبت سفارش با اسناد و مدارک و بدنه خودرو ممنوع می باشد.</p>



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

شماره:
تاریخ:
بسته:

ردیف	توصیف کالا	زمان اجرا
۱	<p>۹- دفتر مقررات صادرات و واردات می‌بایست با همکاری انجمن ذیربط سامانه ثبت سفارش را برای اجرای آزام فوق اصلاح نماید.</p> <p>ب) سازمان حمایت و انجمن واردکنندگان خودرو می‌بایست با استفاده از روش‌های مختلف اطلاع رسانی نسبت به لزوم رعایت رویه فوق الذکر در ثبت سفارش، سفارش گذاری خرید و لزوم تطبیق VIN خودرو با VIN دارای مجوز واردات و اطمینان از قابلیت ارائه کارت ضمانت و خدمات پس از فروش قبل از خرید و بازگیری خودرو از مبدا اقدام نمایند.</p> <p>بدیهی است هر گونه مشکلات احتمالی ناشی از عدم رعایت موارد ذکور شده متوجه واردکنندگان خودرو خواهد بود.</p> <p>ج) سازمان حمایت و انجمن واردکنندگان خودرو به طرق مختلف به خریداران خودروهای وارداتی اطلاع‌رسانی نمایند که از خرید خودروهای فاقد کارت ضمانت و پوشش خدمات پس از فروش پرهیز نمایند.</p>	
۲	<p>با توجه به گزارش‌های واسطه مبنی بر فروش خودروهای وارداتی بدون پوشش خدمات پس از فروش گارانتی و وارنتی مطابق آیین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و بدین کارت ضمانت، سازمان حمایت و انجمن ذیربط مکلف می‌باشند بررسی‌های لازم را انجام و ضمن اقدام مقتضی برای موارد تخلف وفق قوانین و مقررات، موضوع را به معاونت امور اقتصادی و بازرگانی منعکس نمایند.</p>	<p>مسئول: ✓ سازمان حمایت ✓ انجمن ذیربط</p>

پیوست ۵

تبصره ۱ ماده ۱۳

دستورالعمل اجرایی فروش و خدمات پس از

فروش تایر و تیوپ

(ابلاغیه شماره ۶۰/۲۱۰۴۶۳ مورخ ۹۴/۱۰/۲ معاونت امور اقتصادی و بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت)



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

شماره : ۶۰/۲۱۰۴۶۲
تاریخ : ۱۳۹۴/۱۰/۰۲
پیوست : ندارد

جناب آقای توایی

معاون محترم وزیر و مدیرعامل سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان

موضوع: ابلاغ دستورالعمل اجرایی فروش و خدمات پس از فروش تابلو و تیوب

سلام علیکم:

احتراماً، بازگشت به نامه‌های شماره ۳۷۰/۹۴/۱۸۴۷۴ مورخ ۱۳۹۴/۰۵/۲۱ و ۳۷۰/۹۴/۱۹۱۵۹ مورخ ۱۳۹۴/۰۵/۲۸ و در راستای اجرای مواد ۳۷، ۳۸ و ۳۹ آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ (موضوع تصویب‌نامه شماره ۶۰/۱۷۳۲۷۰/ت/۴۵۶۴۴۱ مورخ ۱۳۹۰/۰۹/۰۲ هیأت محترم وزیران) و ابلاغیه شماره ۶۰/۳۱۵۷۶ مورخ ۱۳۹۴/۰۱/۱۲۹ مقام عالی وزارت در خصوص دستورالعمل نحوه صدور گواهی فعالیت نمایندگان رسمی و دفاتر شعب و عاملیت فروش شرکت‌های خارجی در کشور و همچنین در اجرای نامه شماره ۶۰/۲۴۹۲۱۱ مورخ ۱۳۹۳/۱۲/۰۲ در خصوص ساماندهی واردات لاستیک، بدینوسیله «دستورالعمل اجرایی فروش و خدمات پس از فروش تابلو و تیوب» جهت اجرا ابلاغ می‌گردد. لذا رعایت موارد ذیل الزامیست:

۱) در خصوص متقاضیان برندهای معتبر ذکر شده در فهرست (۱) بخشنامه شماره ۶۰/۱۶۳۷۰۵ مورخ ۱۳۹۴/۰۷/۲۶ قائم‌مقام محترم وزیر در امور تجارت و معاون امور اقتصادی و بازرگانی با مراجعه مستقیم متقاضی بررسی و تطبیق شرایط شرکت/شخص حقیقی با ضوابط دستورالعمل بلامانع خواهد بود.

۲) در خصوص متقاضیان جدول فهرست (۲) بخشنامه فوق‌الذکر و سایر متقاضیان برای درخواست جهت تطبیق شرایط شرکت/شخص حقیقی با ضوابط دستورالعمل منوط به انجام فرآیند نمونه‌گیری و اخذ تأییدیه استاندارد و اصالت E-MARK از سازمان ملی استاندارد و ابلاغ کارگروه مربوطه خواهد بود. اینک در صورت اصرار متقاضی مبنی بر پذیرش تعام تبعات ناشی از عدم ارائه تأییدیه‌های فوق اعلاز فرآیند ارزیابی بلامانع خواهد بود.

۳) صدور گواهی ثبت نمایندگی از سوی مرکز امور اصناف و بازرگانان منوط به تأییدیه خدمات فروش و پس از فروش آن سازمان خواهد بود.



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

شماره : ۶۰/۲۱۰۴۶۳
تاریخ : ۱۳۹۴/۱۰/۰۲
پیوست : دارد

۴) سازمان مکلف، به نظارت و ارزیابی دوره‌ای فعالیت نمایندگی‌ها در طول دوره اعتبار مجامعی وفق دستورالعمل و ارایه گزارش دوره‌ای (سالانه) از عملکرد نمایندگی‌ها به معاونت خواهد بود.

۵) تمهید مجوز گواهی ثبت نمایندگی در دوره بعدی منوط به تأییدیه سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و عملکرد نماینده در دوره قبل خواهد بود. ۱۱۷۷۷۶

محدوده دودانگه

تاکت نظام

معاونت امور اقتصادی و بازرگانی

رونوشت :

- جناب آقای نعمت‌زاده، وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت، به انضمام دستورالعمل پیوست، جهت استحضار.
- جناب آقای صالحی‌نیا، معاون محترم امور صنایع، به انضمام دستورالعمل پیوست، جهت آگاهی و اقدام لازم.
- جناب آقای الفخیری، معاون محترم وزیر و رئیس سازمان توسعه تجارت ایران، به انضمام دستورالعمل پیوست.
- جناب آقای صادقی، رئیس محترم مرکز امور اصناف و بازرگانان، جهت آگاهی و اقدام لازم.
- سرکارخانم بیروز، رئیس محترم سازمان ملی استاندارد ایران، به انضمام دستورالعمل.
- جناب آقای کلانی، مدیر کل محترم دفتر امور اقتصادی و سیاست‌های تجاری، به انضمام دستورالعمل پیوست جهت آگاهی و اقدام لازم.
- روسای محترم سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت (۳ استان و جنوب کرمان)، به انضمام دستورالعمل پیوست، جهت آگاهی و اقدام لازم.
- جناب آقای محمودیان، دبیر محترم انجمن صنایع، تیر به انضمام دستورالعمل پیوست، جهت آگاهی و اقدام لازم.
- جناب آقای فاضلی، رئیس محترم اتاق اصناف ایران جهت آگاهی و ابلاغ به اتحادیه و شبکه‌های توزیع ذریعته به انضمام دستورالعمل پیوست.
- دفتر معاونت امور اقتصادی و بازرگانی.

خلاصه اطلاعات و مدارک مورد نیاز جهت صدور مجوز نمایندگی فروش و خدمات پس از فروش لاستیک

- ۱- نمونه صورتحساب فروش رسمی (فاکتور فروش).
 - ۲- کتابچه راهنمای شرایط، استفاده صحیح و نگهداری تایر به زبان فارسی با لوح فشرده و با معرفی سایت اینترنتی.
 - ۳- کارت ضمانت (شامل اطلاعات تاریخ تولید، قلمرو اطلاعاتی، تاریخ و فروش مصرف کننده نهایی، تاریخ شروع دوره ضمانت، شماره سوال یا کد شناسایی کتور تولید کننده، نشان تجاری (بوند)، نام شرکت تولیدی یا وارد کننده، تلفن و نشانی، شرایط و دامنه تعهد، شروط احتمالی تعهد، نوع تعهد، خدمات، مراکز ارائه خدمات، نشانی و تلفن مراکز خدمات، دفتر پشتیبانی و رسیدگی به امور مصرف کننده، نشانی پورتال، پست الکترونیک، دفتر خدمات فروش و پس از فروش، انشاء و مهر فروشنده.
 - ۴- ارائه بهرست نمایندگی و ضمانت فروش.
 - ۵- تعهد عرضه لاستیک صرفاً به واحدهای توزیعی دارای پروانه کسب معتبر و کد اقتصادی.
 - ۶- تعهد ثبت و نگهداری کد شناسایی لاستیک (شماره سریال).
 - ۷- تعهد پیش بینی طرح یا امکان کد رهگیری (کد شناسایی منحصر به فرد) پس از مشاهده کلی وزارت متبوع و اجرائی شدن در رستای الزامات ماده ۱۳ قانون کالا و ارز.
 - ۸- تعهد رعایت فرمول محاسباتی برای مسترد نمودن خسارت به مشتریان.
 - ۹- ایجاد و بکارگیری سامانه و بانک اطلاعات و فرمت های مربوطه.
 - ۱۰- تهیه و ارائه دستورالعملی برای اعطاء و لغو نمایندگی های خدمات توسط تولید کنندگان و واردکنندگان.
 - ۱۱- تهیه و ارائه دستورالعمل های فنی و شیوه نامه ارائه خدمات پس از فروش.
 - ۱۲- تهیه و ارائه دستورالعمل زمان و تعیین مقادیر خسارت در چارچوب ضوابط مربوطه.
- تذکره: اخذ تعهد لزوم تمدید مجدد گواهی فعالیت در دوره مدت منوط به بررسی سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان و ارائه گزارش به معاونت امور اقتصادی و بازرگانی می باشد.

وظایف و تکالیف برای ارائه خدمات پس از فروش
۱- تولید کنندگان و وارد کنندگان موظف هستند جهت توزیع و فروش انواع کالاهای تحت پوشش خود
سستر لازم به منظور ارائه خدمات پس از فروش متناسب با دامنه گستره شبکه توزیع و فروش را در کشور فراهم
نمایند.

۲- مسئولیت واحد های خدمات پس از فروش و حرفه کنندگان
الف: آموزش و ارائه اطلاعات فنی و کاربردی مورد نیاز مشتری
ب: دریافت شکایات مشتری در خصوص لاستیک مصوب و ارائه رسید
ب: بررسی و کارشناسی عیب لاستیک
ت: اعلام نظر کارشناسی به مشتری
ج: پرداخت خسارت یا تعویض لاستیک مطابق ماده ۳ ذیل.

۳- تولید کننده و وارد کننده در طول دوره مدت ضمانت مکلفند که هر نوع نقص یا عیب ناشی که در
لاستیک فروخته شده وجود دارد یا در نتیجه استفاده معمول از آن بروز نموده را با توجه به مفاد ضمانت نامه و
مشخصات اعلامی به مصرف کنندگان مسئولیت آنها را پذیرفته و لاستیک جایگزین یا خسارت آنرا مطابق با فرمول
محاسباتی زیر حداکثر دوفتحه پس از تاریخ شکایت به مشتری و سرمد نماید.
بهره: وارد کننده طی تعهدنامه ای مکلف است نسبت به تازین خسارت گالای فروخته شده جنسی پس از
توقا پایان دوره نمایندگی و یا عدم ادامه فعالیت نامادامیکه نمایند. جایگزینی مسئولیت را متقبل شده. اقدام
نمایند. سازمان حفاظت مکلف به اخذ تعهد می باشد. ضمناً در صورتی که دولت نمایندگی از یک شرکت خارجی به صورت
عمد یا غیر عمدی فعالیت نموده. بایستی به صورت قطعی ارائه خدمات فروش و پس از فروش را بعهده
گیرند.

رقمیت خرید نامش آج لاستیک - قیمت خرید فاکتور - وجه خسارت لاستیک به مشتری
نمبره ۲: در صورت عدم رعایت مدت زمان رسیدگی و پرداخت، خسارت جریمه تاخیر برای مشتری به شرح
معمول مشارکتی (۲۴ درصد سالانه) به ازای هر روز تا برگرد محاسبه و مازاد بر خسارت تعیین گردیده و می بایست به
مشتری پرداخت گردد.

جریمه تاخیر (۲۴٪) (مدت به روز) (نوع نمود) (میزان خسارت)

Handwritten signatures and stamps, including a large signature on the left and a stamp on the right.

شماره ۱۳ در صورت درخواست مشتری جهت تعویض لاستیک شرح حایکترین نیز مطابق با قیمت فروخته شده پس از کسر مالیات بر ارزش افزوده (فاکتور) معافانه و فروخته شده در پستی مبلغی معادل بر آن تحت عنوان قیمت بازار و با روز درخواست واحد نماید.

شماره ۴- تولید کنندگان و با وارد کنندگان در صورت آبیات حسب ذاتی در دوران ضمانت موظف هستند هزینه های تعمیرات لاستیک به شرکت و یا واسطه خدمات پس از فروش را راسا تقبل و پرداخت نمایند. شماره ۵- تایر های مصرفی با عیار کمتر از ۱/۶ میلیمتر بشمول گارانتی و پرداخت خسارت نخواهند بود.

۶- تولید کننده و وارد کننده مکلف است به طور مستقیم یا از طریق واسطه فروش واسطه خدمات پس از فروش یا نمایندگی های مرتبط خدماتی تعهدات خود را در قبال مصرف کننده ایفاء نماید.

۷- چنانچه مصرف کننده قبل از استفاده از کالا و حداقل به مدت ۴۸ ساعت از بدوین احتساب روزهای تعطیل از تاریخ فاکتور یا بلافاصله پس از نصب توسط فروشنده لاستیک نتیجه عیب و یا ایراد ذاتی شود فروشنده ملزم است لاستیک را با لاستیک سالم تعویض و در صورت عدم موجودی لاستیک نسبت به پرداخت وجه آن مطابق با فاکتور اقدام نماید. بدیهی است پس از مهلت مذکور همانند سایر خریداران از خدمات فروش و پس از فروش بهره مند خواهند شد.

۸- در صورت تعدد و فراموش بودن عیب و یا تقیمه در انواع تایر و تیوب عرضه شده تولید کننده و وارد کننده مکلف است نسبت به اعلام فراروان آن کالا با اطلاع رسانی مناسب و فراگیر اقدام نماید.

۹- در صورت بروز اختلاف بین مصرف کننده یا تولید کننده و با وارد کننده مرجع تشخیص نهایی در تعیین علت اصلی عیب لاستیک سازمان ملی استاندارد ایران خواهد بود.

۱۰- عرضه کننده حق واگذاری مجدد یا استفاده از لاستیک خراب مسترد شده را به عنوان کالای سو و استاندارد یا لاستیک فرسوده به دیگران را ندارد.

۱۱- به منظور بررسی و ارزیابی عملکرد نمایندگی های رسمی وارد کنندگان و تولید کنندگان در خصوص ارائه خدمات فروش و پس از فروش تولید کنندگان و وارد کنندگان مکلف به راه اندازی و بکارگیری سامانه های مبتنی بر فناوری اطلاعات و بانک های اطلاعاتی و فرمت های مربوطه می باشد.

به کارت ضمانت

۱- کارت ضمانت می بایست شامل اطلاعات ذیل باشد.

۱۳۰۳۰۳

صفحه ۲ از ۶
برای گزارش

الف- تاریخ تولید کالا و قبیلد اطلاعاتی درج تاریخ و فروش مصرف کننده نهایی، تاریخ شروع دوره ضمانت و مدت آن به صورت هجری شمسی و یا میلادی

ب- مشخصات کامل از قبیل شماره سریال یا گنجاناسایی، کشور تولیدکننده و نشان تجاری (برند)، نام شرکت تولیدی یا واردکننده به همراه شماره تلفن و نشانی

پ- شرایط تعهدنامه تعهد خدمات و شروط احتمالی آن نوع تعهد خدمات مشروط با بدون شرط حداقل ارائه خدمات به مصرف کنندگان نشانی و شماره تلفن مراکز خدمات، دفتر پشتیبانی و رسیدگی به امور مصرف کنندگان

ت- نشانی پورتال و یا پست الکترونیک دفتر خدمات فروش و پس از فروش

ث- امضاء مهر فروشنده (در اصل کارت تجارت + عرضه کارت بدون مهر و امضاء بافاده اعتبار است) (توامیت)

ج- شماره تماس، آرایه کارت ضمانت به مصرف کننده تخلیه می گردد.

۲- مدت آرایه خدمات ضمانت انواع تایر و تیبو ا هم از تولید داخلی و وارداتی از تاریخ تولید کالا به ترتیب به مدت ۳ و ۲ سال می باشد.

در سایر:

- ۱- تولیدکننده و واردکننده باید دستورالعملی که به تایید سازمان حمایت رسیده را برای اعطای و تسویه نمایندگی های خدمات خود تهیه و اجرا نمایند.
- ۲- تولیدکننده و واردکننده موظفند آموزش های فنی لازم جهت شناسایی عیب لاستیک را به نمایندگی های خدمات پس از فروش خود ارائه دهند تا در مواقع شکایت راننده نسبت به بررسی و اعلام نظر کارشناسی اقدام نمایند.
- ۳- هر نوع توافق مستقیم یا غیر مستقیم بین عرضه کننده و واسطه فروش، واسطه خدمات پس از فروش یا مصرف کننده که به موجب آن تمام یا بخشی از تعهداتی که تولید کننده و واردکننده بر طبق این ضوابط و قانون و ضمانت نامه صادره بر عهده دارد را ساقط نماید، در برابر مصرف کننده باطل و بلا اثر می باشد.
- ۴- تولیدکننده و واردکننده باید نسبت به تهیه دستورالعمل های فنی و شیوه نامه ارائه خدمات پس از فروش و همچنین تهیه دستورالعمل زمان و تعیین مقادیر خسارت را در چارچوب ضوابط مربوطه اقدام و به نمایندگی های خود اعلام و برعهده گردانندگان نمایند.
- ۵- تولیدکنندگان و واردکنندگان موظف به رعایت استانداردهای ایمنی در مورکبهای کیفیت و سلامت کالا بوده و می بایست در تأمین نیاز بازار با اولویت بالا، با کیفیت مناسب و با تکنولوژی روز را تأمین نمایند.

۶- به منظور حمایت از تولیدات داخلی و حفظ حقوق مصرف کنندگان، لاستیک های وارداتی بایستی از برند معتبر بوده و صدور مجوز نمایندگی و عاملیت فروش مطابق ضوابط مربوطه، بر اساس رویه مصوب کارگروه بند ۶ ابلاغیه شماره ۶۰/۱۶۳۷۰۵ مورخ ۱۳۹۴/۷/۲۶ قائم مقام محترم وزیر، برآمور تجارت و معاون امور اقتصادی و بازرگانی خواهد بود.

نیمه ۱: واردات تایرهایی که مالکیت برند و شرکت تولید کنند، بر اساس شناسنامه تایر (DOT) یکسان نبوده، بدلیل عدم ثبات در کیفیت ممنوع می باشد.

۷- تولید کننده و وارد کننده موظف است به منظور اخذ بازخورد در رابطه با کیفیت محصولات و خدمات ارائه شده و همچنین رسیدگی به شکایات احتمالی مشتریان نظام نظارتی از مشتریان را طراحی و اجرا نمایند.

۸- شرکت وارد کننده در صورت تغییر نشانی شرکت موظف است مراتب را سریعاً به اطلاع سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان و مرکز امور اصناف و بازرگانان برساند.

۹- شرکتهای تولیدی و وارد کننده می توانند به منظور بازاریابی و جلب اطمینان مصرف کنندگان با انعقاد قرارداد با شرکتهای بیمه ای نسبت به ضمانت کالای خود اقدام نمایند.

۱۰- مسئولیت ناشی از عدم انجام هر یک از تعهدات فوق الذکر، به تناسب موضوع برعهده عرضه کنندگان، تولیدکنندگان و وارد کنندگان بوده و برابر قوانین و مقررات مربوطه قابل پیگرد می باشد.

۱۱- آرایه نمایندگی واردات علاوه بر مستندات قانونی مربوطه طبق ضوابط مرکز امور اصناف و بازرگانان منوط به اجرای ضوابط این دستورالعمل و آرایه مدارک به شرح خلاصه پیوست به سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان و اخذ تاییدیه آرایه خدمات فروش و پس از فروش می باشد.

نسخه سازمان حمایت، مکلف به رصد نظارت و ارزیابی دوره ای فعالیت نمایندگی های وارد کننده در طول دوره اعتبار مجوز نمایندگی و تطبیق آن با الزامات مطابق دستورالعمل و آرایه گزارش به دفتر امور اقتصادی و سیاستهای تجاری خواهد بود.

۱۲- این دستورالعمل شامل ۳۰ ماده ۱۳ نسخه می باشد.

فهرست امضاء
وزیر امور اقتصادی و دارایی
رئیس سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولیدکنندگان
رئیس مرکز امور اصناف و بازرگانان
رئیس مرکز امور بازرگانی
رئیس مرکز امور اقتصادی و مالیات
رئیس مرکز امور حقوقی
رئیس مرکز امور ارتباطات
رئیس مرکز امور فناوری اطلاعات و ارتباطات
رئیس مرکز امور خدمات مشتریان
رئیس مرکز امور بازرگانی بین المللی
رئیس مرکز امور بازرگانی منطقه