

# مشاوران

MOHTAKIMADARI

تأمین و ارائه خدمات پس از فروش خودرو  
تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۸۸۸۸۸ | تهران، خیابان ولیعصر، پلاک ۱۳۳

افتخاری دیگر برای سازمان خدمات پس از فروش سایپا

## کسب رقبه یک

در ارائه خدمات پس از فروش  
به خودروهای سواری گروه سایپا



[WWW.MOHTAKIMADARI.COM](http://WWW.MOHTAKIMADARI.COM)

### ۳ | سخن نخست

### ۴ | اخبار ویژه

### مسئولیت اجتماعی

۱۷۷ | آرامش و امنیت در کشور مخیون خون  
شهادت

### تجربهای شبکه

۱۷۸ | همگام با تکنولوژی، در مسیر موفقیت  
حرکت کنیم

۱۷۹ | با مشتری صادقانه رفتار کنیم

۱۸۳ | کارت تارگیجی، فرصتی برای رونق کسب و کار

۱۸۴ | کسب رتبه اول مرهون جلب رضایت  
مشتری است

۱۸۷ | کارت تارگیجی باعث نجات ما از رکود در  
سالهای بحران بود

۱۸۸ | مشتری‌مداری را سرلوحه برنامه‌ها قرار  
داده‌ایم

### یادداشت

۱۴۰ | روایت یک سقوط

### تجربهای جهانی

۱۴۲ | بازگشت به مسیر

۱۴۴ | مروری بر فراخوان جنرال موتورز

۱۴۵ | با نمایندگی‌های سانیپا تعامل خواهیم  
داشت

### ۴۶ | خبر

۴۸ | پارکینگ

### صاحب امتیاز:

سازمان خدمات پس از فروش سانیپا

### مدیرمسئول:

حیدر شایان‌نبدی

### سردبیر:

سید اشرف پورعباس لنگرودی

### مدیر هنری:

محمد مهدی سپهری‌خواه

### تحریریه:

مینا کشاورزی

سعید نوابی

مصطفی مصطفوی

ریحانه شهروزخواه

### عکس:

فرزاد تقوی فرهی

تادر مجیدی

### نشانی:

کیلومتر ۱۷ جاده مخصوص کرج،

نیش دار و بخش

اداره روابط عمومی شرکت سانیپا بیک

شماره تماس هماهنگی و توزیع:

۶۱۶۱۱۹۱۶



کسب رتبه یک  
خدمات پس از فروش



## کسب رتبه یک خدمات پس از فروش

| مدیرمسئول |

کسب عنوان رتبه یک در خدمات پس از فروش توسط شرکت سایپا یک نشان می‌دهد که این شرکت با پشتوانه شبکه گسترده نمایندگی‌های خود در سراسر کشور همواره سعی دارد تا رضایت مشتریان خود را در هر شرایطی فراهم سازد.

شرکت سایپا یک در طول سال‌های فعالیت خود ثابت کرده است که مشتری یک اصل انکار ناپذیر و نعمتی بزرگ برای رسیدن به پیشرفت در مسیر تعالی است. مشتری برای سازمان خدمات پس از فروش سایپا از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و این سازمان همه توان خود را براین مهم قرار داده است تا به خواست و نیاز مشتری به نحو شایسته‌ای پاسخ دهد.

شرکت سایپا یک با تأمین بواقع قطعات و ارائه خدمات نوین خود تحت عنوان بسته‌های خدمت شرایط منحصر بفردی را برای مشتریان خود فراهم کرده است تا آنان بتوانند با خیالی آسوده خدمات متنوعی را از تعمیرگاه‌های مرکزی و شبکه نمایندگی‌های سایپا یک در سراسر کشور دریافت نمایند.

تکریم جایگاه مشتری به‌عنوان یک سیاست پایدار و مستمر در برنامه‌های سایپا یک قرار دارد و این شرکت با رصد کردن خواست و نیاز مشتریان، اقدام به برپایی دوره‌های آموزشی تکریم مشتریان برای مدیران نمایندگی‌ها و سایر عوامل مرتبط نموده تا با اجرای این طرح بتواند خدماتی متفاوت را به مشتری ارائه نماید.

بی‌تردید کسب عنوان رتبه یک خدمات پس از فروش، ثمره تلاش عزیزانی است که در شبکه نمایندگی‌های سایپا از هیچ کوششی فروگذار نکرده‌اند و سازمان خدمات پس از فروش سایپا نیز به پاس این موفقیت بزرگ همواره بار و قدردان آنان خواهد بود.



افتخاری دیگر برای سازمان خدمات پس از فروش سایپا

## کسب رتبه یک در ارائه خدمات پس از فروش به خودروهای سواری گروه سایپا

سازمان خدمات پس از فروش سایپا در ارزیابی وزارت صنعت، معدن و تجارت موفق به کسب رتبه یک خدمات پس از فروش به خودروهای سواری گروه سایپا شد.

به گزارش روابط عمومی سایپا، بر اساس گزارش شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران، این شرکت موفق شد در زمینه ارائه خدمات پس از فروش به خودروهای تولیدی شرکت پارس خودرو رتبه یک را کسب نماید. کسب مقام ممتاز در بین شرکت‌های ارائه دهنده خدمات پس از فروش خودرو و صادر کننده نمونه کشور در دو سال متوالی از دیگر افتخارات سایپا، یک در سالهای اخیر می‌باشد. سایپا، یک همچنین به عنوان تنها شرکت ارائه دهنده خدمات پس از فروش خودرو موفق به کسب تندیس بلورین تعالی سازمانی نیز گردیده است.

این شرکت با بیش از ۷۰۰ نمایندگی مجاز فروش و خدمات پس از فروش، تجهیز شبکه خدمات پس از فروش به ابزار و تجهیزات استاندارد و به روز تعمیرگاهی، استفاده از نیروهای فنی آموزش دیده، پیاده‌سازی سیستم‌های مدیریتی نوین و ارائه خدمات با کیفیت توانسته است گام مهمی در تحقق اهداف گروه خودروسازی سایپا بردارد.



مدیرعامل گروه سایپا:

## برنامه توسعه محصول سایپا در صنعت خودرو ایران بی سابقه است

وی تصریح کرد: در حال حاضر روزانه حدود دو هزار دستگاه خودرو در سایپا تولید می‌شود که با توجه به بهبود شرایط و روند رو به رشد تولید پیش‌بینی می‌کنیم تا پایان سال توانیم این عدد را به بیش از دو هزار و سیصد دستگاه برسانیم.

مهندس مدنی در ادامه در خصوص قیمت‌گذاری خودروهای داخلی و مشکلات ناشی از آن تأکید کرد: همواره تلاش کرده‌ایم مشکلات موجود در این بخش را از طریق تعامل با نهادهای سازمان‌های ذیربط حل و فصل کنیم.

وی گفت: آمارها نشان می‌دهد از سال ۸۰ تا ۹۳ میانگین افزایش قیمت کالاهای اساسی در کشور بین ۱۰۰۰ تا ۱۱۰۰ درصد افزایش یافته اما در همین زمان قیمت خودرو کمتر از ۲٪ برابر افزایش یافته که اگر این رقم را به صورت شاخص مولر محاسبه کنیم قیمت خودروهای سایپا در حدود ۱/۸ برابر شده است.

مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا همچنین خاطرنشان کرد: آمارها نشان می‌دهد صنعت خودروسازی در ایران از بهرهوری بسیار بالایی برخوردار است و اگر در زمینه توسعه محصول و تنوع خودروهای

سایپا نیوز: مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا از بهبود شرایط و قیمت سهام سایپا در دو سال آینده خبر داد و گفت: با توجه به روند رو به رشد کنونی یقیناً در آینده نزدیک شاهد بهبود وضعیت سهام سایپا خواهیم بود.

به گزارش سایپانیوز مهندس مدنی در جریان برگزاری مجمع عمومی عادی سالیانه و فوق‌العاده شرکت سایپا با اشاره به شرایط سال گذشته صنعت خودرو اظهار کرد: علیرغم مشکلات کم‌رشدن صنعت خودرو و موثری که باعث توقف فروش در بازار شد، با کمک و حمایت همکاران گروه و شرکتهای زنجیره تأمین توانستیم روند تولید را حفظ کرده و به سطح کفایتی برسیم.

وی افزود: سه ماهه نخست سال گذشته به دلیل مشکلات قیمت‌گذاری و سوندیتهای داخلی برای صنعت خودرو بسیار بحرانی سپری شد اما در ادامه با روی کار آمدن دولت تدبیر و امید و بهبود فضای عمومی کشور توانستیم تا حدود زیادی از بحران خارج شویم.



بر اساس  
برنامه‌ریزی‌های  
صورت گرفته قرار  
است حدود ۷۰ درصد  
از محصولات تولیدی  
سایپا خودروهای  
طراحی شده در داخل  
تشکیل دهند و مابقی  
نیز برندهای معروف  
دیگر است که قرار  
است در سایپا تولید و  
عرضه شوند.

صادرات خودرو ایران را تشکیل می‌دهد. وی در خصوص اقدامات صورت گرفته در زمینه منابع انسانی افزود: تلاش کردیم به صورت منطقی و دقیق تعداد کارکنان خود را از طریق اجرای طرح‌های بازتسکی مشاغل سخت و زیان‌آور، بازرخیدهای دولتی‌ها و روض‌های دیگر کاهش دهیم که توانستیم تعداد کل کارکنان گروه را به عدد معقول نزدیک کنیم. وی گفت: استقرار ارزش‌های سازمانی جهت افزایش بهره‌وری یکی از روش‌هایی است که برای تحقق آن در سطح گروه تلاش زیادی صورت گرفته است. مهندس منشی تاکید کرد: بیشترین دغدغه ما در حوزه مالی و اقتصادی بوده و در این حوزه توانستیم ۱۲ شرکت را منحل، ادغام و یا مسکوت کنیم؛ ضمن این که تلاش می‌کنیم با توجه به بالاترین بهره تسهیلات بانکی، سطح تسهیلات را در وضعیت فعلی نگه داریم. وی افزود: قیمت هر سهم شرکت، پیش از مجمع سال گذشته ۱۶۲۲ ریال بوده و قبل از مجمع کنونی به مبلغ ۱۷۶۹ ریال به ۲۲۵۲ ریال رسیده و طی یک سال یعنی در فاصله دو مجمع با ۷۱۰ ریال افزایش معادل ۲۳ درصد رشد داشته است. مهندس منشی در ادامه تصریح کرد: شاخص کل بورس در این مدت از ۶۰۰۵۲ واحد به ۷۳۷۶۹ واحد رسیده و معادل ۲۳ درصد رشد داشته است؛ ضمن این که از ابتدای سال جاری تاکنون قیمت هر سهم از مبلغ ۱۷۶۹ ریال به ۲۲۵۲ ریال رسیده و با ۵۸۳ ریال افزایش معادل ۳۳ درصد رشد داشته است. در حالی که شاخص کل در این فاصله از رقم ۷۹۰۱۵ به ۷۳۷۶۹ رسیده و معادل ۷ درصد کاهش یافته است. مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا در خاتمه در خصوص برنامه‌های پیش‌رو گفت: فروش اموال مزاد و راند و فروش سهام شرکت‌های غیرسودده از جمله برنامه‌هایی است که به عنوان اولویت‌های حوزه اقتصادی و مالی در دستور کار قرار دارند و به نظر می‌رسد در صورت حفظ وضعیت کنونی و شرایط نسبتاً مساعد تولید، سال‌های آینده جهش مناسبی در قیمت سهام سایپا و سودآوری شرکت صورت گیرد.



تولیدی در ایران در سال‌های گذشته مشکلات وجود داشته، به علت تحریم‌ها بوده است.

مدنی افزود: خطوط تولید زیادی در کشور در حال حاضر غیرمعمول برخوردار از قابلیت و ظرفیت‌های فراوان تمطیل هستند، بسیاری از خودروها که در گذشته تولید می‌شد در حال حاضر به دلیل تحریم‌ها تولیدشان متوقف شده است؛ در این میان خودروسازی کار خود را انجام داده‌اند اما شرایط سیاسی اجازه نداده قابلیت‌های آنان به ثمر بنشیند.

وی در بخش دیگری از اظهارات خود در خصوص برنامه‌های گروه سایپا برای سال جاری گفت: اسفند سال داریم تولید خودرو را نسبت به سال گذشته ۵۰ درصد افزایش دهیم ضمن این که از ابتدای سال تاکنون میزان تولید خودرو در سایپا ۲۸ درصد افزایش یافته است.

مدیرعامل سایپا افزود: با روند رو به رشد خودروسازی حدود ۲۰ هزار نفر از کارکنان شرکت‌های قطعه‌ساز که سال گذشته به دلیل تمطیلی کارخانه‌ها شیغل خود را از دست داده بودند بر سر کار بازگشته‌اند و امیدواریم با تلاش مجاهده برای افزایش تولید خودرو در کشور تعداد افراد برگشت به کار در این حوزه تا پایان سال به یکصد هزار نفر برسد.

مهندس منشی درخصوص برنامه‌های توسعه محصول در گروه سایپا نیز اظهار کرد: به جرات می‌توان گفت برنامه ایجاد تنوع در محصولات سایپا در تاریخ صنعت خودرو ایران بی‌سابقه است.

وی تاکید کرد: بر اساس برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته قرار است حدود ۷۰ درصد از محصولات تولیدی سایپا خودروهای طراحی شده در داخل تشکیل دهند و مابقی نیز برندهای معروف دنیا است که قرار است در سایپا تولید و عرضه شوند.

وی در خصوص همکاری سایپا با خودروسازان چینی گفت: همکاری‌ها از این حوزه خودروسازان رده نخست چین هستند که همکاری‌های گسترده‌ای با شرکت‌های معتبر جهانی دارند و از امکانات و دانش این شرکت‌ها الگوبرداری کرده‌اند؛ ضمن این که حجم تولیدات خودروهای چینی بسیار محدود و حداکثر ۵ درصد از کل تولیدات خواهد بود.

مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا افزود: تولید انبوه تیبو ۳ و سایپا ۱۵۱ در حال حاضر صورت می‌گیرد و همکاری با شرکت گیائون‌توز برای تولید خودرو سراتو نیز در سر گرفته شده است.

مهندس منشی خاطرنشان کرد: قرارداد طراحی پلتفرم خودرو با شرکت معتبر TJI، آماده‌سازی خط تولید خودرو ساندرو (B90) و یک خودرو از شرکت پرایس در پارس خودرود، تولید خودرو آریسو (Z300) در بن رو به همراه آماده‌سازی جهت سرمایه‌گذاری شرکت چانگان در سایپاکاشان و تولید دو خودرو endo و cs35 از دیگر اقداماتی است که تاکنون انجام شده و در مراحل نهایی قرار دارد.

وی در خصوص سرمایه‌گذاری شرکت‌های خارجی در صنعت خودرو ایران نیز تاکید کرد: از هر گونه سرمایه‌گذاری خارجی استقبال می‌کنیم و آمادگی داریم مسیر این امر را برای هر شرکت خارجی هموار کنیم. مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا افزود: تولید سایپا (۲۲۲) تولید وانت پادرا در رامباد و از سرگیری همکاری سایپادیزل با ولوو از دیگر برنامه‌هایی است که در سال جاری صورت می‌گیرد.

مهندس منشی تصریح کرد: در حوزه فعالیت‌های صادراتی به دنبال این هستیم که حضور خود در سوریه را از سر بگیریم، ضمن این که سال گذشته بیش از ۱۲ هزار دستگاه خودرو به خارج از کشور صادر کردیم که ۵۵ درصد

## تجلیل از خانواده شهدا به مناسبت هفته دفاع مقدس

به مناسبت هفته دفاع مقدس، مراسم تجلیل از فرزندان شهید شرکت سایپایدک با حضور فرزندان و خانواده آنان برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی سایپایدک، در این مراسم که جمعی از مدیران ارشد سایپایدک نیز حضور داشتند، علاوه بر بزرگانست یاد و خاطره شهدای هشت سال دفاع مقدس، از رشادت و جوانمردی رزمندگان اسلام تجلیل شد. در این مراسم مهندس وحیدزاده مدیرعامل شرکت سایپایدک در گفتگویی کوتاه با خبرنگار مشتری‌مداری با اشاره به جایگاه والای شهدای ۸ سال دفاع مقدس اظهار داشت: همه ما آرامش و آسایش کشور را مدیون این شهدای بزرگوار هستیم و باید تمام توانمان را بکار بگیریم تا در مناسبت‌های مختلف، از آنان و خانواده بزرگوارشان تجلیل نماییم.

مدیرعامل سایپایدک افزود: شهدای ما با گذشتن از جان و مال خود از کشورمان و آرمان‌های رهبری انقلاب دفاع نمودند و امروز همه ما مدیون قطره قطره خون شهدا هستیم. خدمتی که شهدا، جانبازان، ایثارگران و رزمندگان به میهن اسلامی داشتند با هیچ چیز قابل مقایسه نیست و در این دنیا هیچ چیزی نمی‌تواند ارج و منزلت شهدا را جبران کند، زیرا آنها تنها با خدا معامله کردند. همچنین در این مراسم دکتر طبرشا عبیدی معاون منابع انسانی و پشتیبانی در سخنانی ضمن گرامیداشت یاد و خاطره هشت سال دفاع مقدس، عنوان کرد: فرزندان شهدا در هر کجا که مشغول به کار هستند، می‌بایست میثاق خوبی برای فرهنگ ایثار و شهادت باشند.

معاون منابع انسانی و پشتیبانی ادامه داد: نام مبارک شهیدان، یادآور عزت و افتخار ایران اسلامی در روزهای دشوار دفاع از سپهر گرامی است. شهیدان گرفتار بر قله روزهای پر خاطره آن دوران ایستاده‌اند که این اتفاق موجب ممتاز شدن دوران دفاع مقدس در تاریخ ایران اسلامی شده است.

وی افزود: به منظور پاسداشت رشادت‌های شهدای انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، تلاش کرده‌ایم در این‌نامه‌های مربوطه، به طور شایسته‌ای از خانواده شهدا و فرزندان آنها تقدیراتی شود. در پایان این مراسم لوح تقدیر تقدیم فرزندان و خانواده شهدا گردید.







مدیرعامل سایپایادک گفت: ارزیابی‌های بیرون از سازمان یک فرصت برای رفع کاستی‌ها است چراکه ما یک سازمان یادگیرنده هستیم.

## ارزیابی‌های بیرونی فرصتی برای رفع کاستی‌هاست

## رونمایی از نرم‌افزار تلفن همراه مشتریان در مشهد



به گزارش روابط عمومی سایپایادک، مهندس مصطفی وحیدزاده در جلسه افتتاحیه میزبان حضور مجدد گواهینامه‌های ISO9001، ISO10002 و ارزیابی مرآتیی ISO10015 با بیان این مطلب اظهار داشت: جلسات ارزیابی فرصتی برای نگاه به سازمان از بیرون است؛ چراکه در سالهای گذشته بارها ثابت کردیم که سایپایادک یک سازمان یادگیرنده است. لذا باید با استفاده از راهنمای‌های تیم ارزیابی نسبت به رفع نقاط موجود اقدام کنیم. وی افزود: در ارزیابی‌های بیرونی، عملکرد یک ساله سازمان به چالش کشیده می‌شود، به همین دلیل باید پس از پایان دوره ارزیابی نتایج تجربیات خوبی کسب کنیم تا در برنامه‌ریزی‌ها و تدوین شاخص‌ها مورد استفاده قرار گیرد. مدیرعامل سایپایادک ادامه داد: مشارکت تمام سطوح سازمان در فرآیند ارزیابی از اهمیت بالایی برخوردار است و مجموعه سایپایادک از آمادگی لازم برای همکاری با تیم ارزیابی برخوردار می‌باشد. وی سایپایادک را یک سازمان پویا و روبه‌رشد توصیف کرد و گفت: این سازمان همواره نسبت به اخذ استانداردها همت گماشته است چراکه مجموعه کارکنان ما بر این باور هستند که باید در ارائه خدمات، کیفیت همواره در اولویت باشد.

نرم‌افزار تلفن همراه مشتریان سازمان خدمات پس از فروش سایپا به منظور ارتباط بهتر و سریعتر مشتریان با گروه خودروسازی سایپا در نمایشگاه خودرو و صنایع وابسته مشهد رونمایی شد.

به گزارش روابط عمومی سایپایادک، نرم‌افزار اختصاصی تلفن همراه سازمان خدمات پس از فروش سایپا با نام سایپک به منظور گسترش سطح ارائه خدمات، توسعه کانال‌های ارتباطی با استفاده از فن‌آوری‌های نوین، صرفه‌جویی در زمان و هزینه، ترغیب مشتریان به استفاده از خدمات الکترونیک و همچنین ایجاد یک تجربه عالی و متمایز در راستای جلب رضایت هرچه بیشتر مشتریان پایه‌گذاری شده است. در نسخه اول این نرم‌افزار سعی شده است تا ضمن ارائه خدمات متنوع و اطلاعات مورد نیاز، امکان استفاده از خدماتی همچون مکان یابی نمایندگی‌ها نیز فراهم گردد. معرفی شرکت سایپایادک شامل تاریخچه، اهداف، استراتژی، جایزه و گواهینامه‌ها، لیست نمایندگی‌ها به تفکیک استان و شهر و نمایش جزئیات با جستجوی پیشرفته، مکان‌یابی کاربر و اعلام نزدیکترین نمایندگی سایپا به فرد استفاده‌کننده در صورت فعال بودن GPS، فهرست مراکز تعویض پلاک خودرو، شرایط و ضوابط کارتنی خودرو و قفسه، معرفی کارت تاریخی و خدمات آن، اخبار مربوط به فروش و خدمات پس از فروش سایپا، الزامات ایمنی و هشدارهای رانندگی و راهنمای مراقبت از خودرو، توصیه‌های پیش از سفر، امکان برقراری ارتباط با ساینهای خیری شرکت و شرکت‌های گروه سایپا، معرفی کانال‌های ارتباطی با شرکت، دریافت و ذخیره مشخصات خودروهای کاربر برای جستجوی بهتر نمایندگان، چک کردن به روز آوری نرم‌افزار، ثبت نظرات و پیشنهادهای ثبت مکان پارک خودرو، نشان دادن محدوده طرح ترافیک، فعال سازی کارت تاریخی و نمایش شارژ باقیمانده کارت هدیه از جمله امکانات پیش بینی شده در نسخه یک این نرم‌افزار است. این نرم‌افزار بر روی تمام تلفن‌های همراه و تبلت‌های دارای سیستم عامل اندروید (نسخه ۳.۲ به بالا) قابل نصب بوده و به زودی نسخه IOS نیز عرضه خواهد شد. مشتریان گروه خودروسازی سایپا می‌توانند با مراجعه به آدرس [www.mobile.saipuyadak.org](http://www.mobile.saipuyadak.org) این نرم‌افزار را دریافت و نصب نمایند.



قائم مقام مدیرعامل گروه سایپا خبر داد:

## آغاز مجدد طرح جایگزینی خودروهای فرسوده توسط گروه خودرو سازی سایپا

### سود فروش خودرو بر اساس نوع محصول و روش فروش شناور می‌شود

**سایپا نیوز:** گروه خودروسازی سایپا در راستای تأکید دولت محترم مبنی بر جایگزینی خودروهای فرسوده در کتسور و کمک به کاهش آلودگی به ویژه در کلان شهرها، پس از وقفه‌ای مقطعی، مجدداً طرح جدید جایگزینی خودروهای فرسوده را در دستور کار خود قرار داده است. به گزارش سایپانویز مهندسی حسن عموzاده- قائم مقام گروه سایپا- در این باره گفت: گروه سایپا که در طرح جایگزینی خودروهای فرسوده همواره پیشرو بوده و در سال ۱۳۸۳ به عنوان نخستین شرکت خودروساز، اقدام به نوسازی خودروها نمود، در سال جاری مجدداً درصدد است انواع محصولات سواری و وانت خود از قبیل محصولات خانواده X100، تیبا، وانت نیسان و وانت ۱۵۸۱ را با تسهیلات مناسب و سود مشارکت جذابه جایگزینی خودروهای فرسوده نماید. وی گفت: عرضه خودروهای آپشنال با ارائه گارانتی و خدمات پس از فروش ویژه نظیر بسته‌های خدماتی کارت طلایی و همچنین ایجاد شرایط مناسب جهت تحویل فوری خودروها از جمله مزایایی است که در طرح جایگزینی خودروهای فرسوده گروه سایپا مدنظر قرار گرفته است.

عموزاده افزود: طی چند سال اخیر، علیرغم مشکلاتی که پیش روی طرح جایگزینی خودروهای فرسوده قرار گرفت، گروه خودروسازی سایپا همواره شمار دوستاندار محیط زیست را سرلوحه کار برنامه‌های خود قرار داده و در این طرح، از آغاز آن تاکنون، رتبه اول را در خروج خودروهای فرسوده به خود اختصاص داده است؛ به طوری که در سال ۸۱، بالغ بر ۷۸۶ و در سال ۸۲، ۷۶۵ کل خودروهای فرسوده اسقاط شده کشور، توسط گروه سایپا جایگزین گردیده است. با توجه به اینکه در حال حاضر حدود ۱۰۰۰۰۰۰ دستگاه خودروی فرسوده در کشور در حال تردد هستند، گروه سایپا در نظر دارد با سیاستگذاری های دقیق، زمینه مناسبی جهت جایگزینی این خودروها با خودروهای جدید فراهم نماید. براساس این طرح، تمام نمایندگی های سایپا در سراسر کشور، به پذیرش درخواستهای متقاضیان اقدام نمودند. مزایای طرح مذکور متعاقباً به اطلاع هموطنان گرامی خواهد رسید.

قائم مقام مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا از شناور شدن سود فروش خودرو برای نمایندگی‌ها بر اساس نوع محصول و روش فروش خبر داد و گفت: افزایش میزان تولید رونق اقتصادی شبکه نمایندگی‌ها را در پی خواهد داشت و بدون تردید عرضه خودروهای جدید به بازار، موجب تحول در کسب و کار نمایندگی‌ها خواهد شد.

به گزارش روابط عمومی سایپا، دکتر مهندس حسن عموzاده در سخنانی در جمع مدیران نمایندگی‌های استان‌های آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی و اردبیل با بیان این مطلب و با اشاره به رشد ۴۰۰ درصدی فروش خودرو به فرهنگیان در سال گذشته، افزود: از این پس فروش خودرو به سازمان‌ها فقط از طریق نمایندگی‌ها انجام خواهد شد. وی ادامه داد: نرخ سود فروش اعتباری رایج سایپا کاهش خواهد یافت؛ ضمن این که این شرکت ۱۷ میلیارد تومان اعتبار برای نوسمه برنامه‌های فروش لیزینگ اختصاص داده است.

مهندس عموzاده گفت: سیستم اعلام انصرافی‌ها برای کل نمایندگی‌ها فعال خواهد شد تا امکان خرید خودرو برای سایر نمایندگی‌ها فراهم شود.

قائم مقام مدیرعامل سایپا در ادامه با اشاره به تعامل خوب نمایندگی‌های آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی و اردبیل با گروه سایپا، نسبت به تداوم این همکاری ابراز امیدواری کرد و آن را موجب بهبود رونق اقتصادی شبکه دانست. وی همچنین با اشاره به افزایش تولید خودروهای سواری در سایپا، از راهاندازی خط تولید سرنانو در مهربانه خبر داد. مهندس عموzاده تأکید مدیرعامل سایپا بر آموزش نمایندگی‌ها در حوزه مشتری‌مداری را یادآور شد و عنوان کرد: نحوه تعامل با مشتری باید تغییر کند و تک‌بیم مشتری می‌بایست در صدر برنامه‌های کاری نمایندگی‌ها قرار گیرد.

مدیرعامل گروه سایپا خبر داد:

## تولید ۶۰ درصد محصولات با برند سایپا

**سایپا نیوز:** مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا در دومین گردهمایی و هم‌اندیشی قطعه‌سازان گروه خودروسازی سایپا با رویکرد مشارکت در توسعه محصول با اشاره به افزایش ۳۰ درصدی تولید خودرو در ۳ ماه اسفند نسبت به مدت مشابه سال گذشته اظهار کرد: این میزان رشد تولید در مقایسه با میانگین سالانه شاهد افزایش ۵۰ درصدی در تولید بوده که تلاشی می‌کنیم این رقم نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۸۰ درصد افزایش یابد و لازمه آن فعال‌سازی بخش‌های متوقف شده است.

به گزارش سایپانیوز مهندس سعید منفی با اشاره به برنامه تولید ۶۵۰ هزار دستگاه در اسفند در گروه خودروسازی سایپا اظهار کرد: از این میزان ۵۸ هزار دستگاه با هدف صادرات تولید خواهد شد ضمن این که تولید خودرو در ۵ ماه نخست اسفند نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۳۰ درصد افزایش یافته است. وی تصریح کرد: خوشبختانه با وجود مشکلات پیش آمده توانستیم پروژه‌های متوقف شده را به چرخه تولید بازگردانیم.

وی با بیان این که بود ۴ درصد محصول جدید وانت سایپا ۱۵۱۰تی، سراتو و آریو (S300) در اسفند از سوی

این مجموعه نشان از عزم جدی سایپا برای بهبود فضای کسب و کار و ایجاد اشتغال برای قطعه‌سازان در آینده نزدیک دارد. افزود: در همین حال پروژه طراحی پلت فرم خودرو با نام SP100 یک پروژه ملی است که در آینده از خصوص آن اطلاع‌رسانی بیشتری صورت خواهد گرفت. مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا در تشریح ویژگی‌های پلتفرم SP100 تصریح کرد: استفاده از متخصصان داخلی در تمام مراحل طراحی در کنار طراحی خارجی از ویژگی‌های بارز این محصول است. ضمن این که این پلتفرم در حال طراحی کامل ایرانی است و تمام قطعات موتور، گیربکس، اکسل و ترمز آن با همکاری سازندگان داخلی خواهد بود.

مهندس منفی ادامه داد: از اصلی‌ترین موضوعات در این زمینه ترکیب تولیدات گروه در اقیانوس ۲-۱۲۰۰ رسین تولیدات داخلی به ۶۰ درصد با برند داخلی است اما ظرف ۵ سال آینده ۷۰ تا ۷۵ درصد تولیدات این گروه با برند داخلی بر روی پلتفرم‌های SP100، X200 و X100 خواهد بود. حدود ۱۵ تا ۲۰ درصد محصولات گروه سایپا نیز محصولاتی با درصد ساخت داخل دست کم ۴۰ درصد با برندهای معرفی نظیر رنو، نیسان و کیا که بیش از این نیز سابقه همکاری با آن‌ها را داشته‌ایم نیز خواهد بود. مهندس منفی در خصوص تولیدات سایپا کاشان با ظرفیت تولید ۱۵۰ تا ۱۸۰ هزار دستگاه در سال اظهار

کرد: علاوه بر خودرو سایپا ۱۱۱ و تیاد تولید محصولی از شرکت شائگان را پیش‌بینی کرده‌ایم که این شرکت یکی از تولیدکنندگان با کیفیت خودرو است. ضمن این که همکاری با شرکت برلیانس، تولید خودرو آریو و همچنین کیا سراتو که تولید آئیو آن از ۱۵ شهریور آغاز خواهد شد، از دیگر برنامه‌ریزی‌های این گروه خودروسازی برای توسعه محصولات خود است.

وی ادامه داد: همواره متعهد بودهایم که می‌توان با همدلی و خرد جمعی این مشکلات را برطرف کرد که این اتفاق افتاد. شاید اگر برخی از بی‌تدبیری‌ها که باعث نابودی و اخراج در نظام اقتصادی می‌شود اتفاق نمی‌افتاد ما می‌توانستیم در اسفندماه سال ۸۱ شاهد تعالی صنعت خودرو در کشور باشیم. اما در آن زمان منی ۴ ماه دچار بحران شدیدی شدیم اما با وجود معقات زیاد باز هم سازندگان به کمک آمدند و توانستیم به جایگاه خوبی برسیم اما دوباره با تحریجهای جهانی روبرو شدیم که در نهایت این مشکلات حل شد و قطار به ریل تولید بازگشت. مهندس منفی افزود: با توجه به فضای کسب و کار موجود پروژه کاهش قیمت تمام‌شده در گروه خودروسازی سایپا آغاز و هزینه‌های اضافی شناسایی شده که در حال رفع آن هستیم و منتقدین با روش‌های خاصی نظیر افزایش بهره‌وری و بهبود کیفیت می‌توان قیمت را شاهد باشیم.





معاون خدمات سایبایدک:

## انجام سرویس‌های ادواری، هزینه‌های نگهداری خودرو را کاهش می‌دهد

عمر قطعات دارند مطابق با استانداردهای خودرو تمویض می‌شوند. معاون خدمات سایبایدک ادامه داد: به منظور رفاه حال مشتریان گروه خودروسازی سایبایا محل سرویس سریع جهت ارائه سرویس‌های اولیه و ادواری در نمایندگی‌های مجاز در نظر گرفته شده تا توقف خودرو در حداقل زمان ممکن باشد.

مهندس روزبهانی با اشاره به ارائه خدمات سرویس‌های ادواری در نمایندگی‌های سایبایا، عنوان کرد: ارائه سریع و به موقع خدمات سرویس ادواری خودروهای X100 و تیا در نمایندگی‌های سایبایا موجب استقبال از این اقدام شده است که بیانگر توجه مشتریان به نگهداری صحیح خودرو و پیشگیری از بروز ایراد در آن می‌باشد.

وی تصریح کرد: چنانچه سرویس‌های ادواری در مراکز غیر مجاز و توسط افراد غیر متخصص صورت گیرد ضمن اینکه موجب بروز اشکال در ارائه خدمات کارتنی می‌گردد. خسارت قابل توجهی به مجموعه موتور، سیستم انتقال قدرت و تعلیق خودرو وارد می‌شود.

مهدی روزبهانی معاون خدمات شرکت سایبایدک با بیان اینکه انجام سرویس‌های ادواری موجب بهبود عملکرد خودرو و تنظیم میزان الاینده‌های خروجی از موتور می‌شود، افزود: به دارندگان خودروهای سواری گروه سایبایا توصیه می‌شود با انجام به موقع سرویس‌های ادواری، هزینه‌های مربوط به نگهداری خودرو خود را کاهش دهند.

وی با تأکید بر اهمیت انجام سرویس‌های ادواری، اظهار داشت: انجام سرویس‌های ادواری برای دارندگان خودروهای گروه X100 و تیا که در دوره کارتنی قرار دارند، بر اساس توصیه‌جات ارائه شده در دفترچه راهنمای مشتری الزامی بوده و ارائه خدمات کارتنی به خودروهای مذکور مشروط به انجام سرویس‌های اولیه و ادواری می‌باشد.

روزبهانی تصریح کرد: در سرویس‌های ادواری، فیلترها و روانکارهای اصلی خودرو مانند روغن موتور که تأثیر مستقیمی بر عملکرد موتور و افزایش طول





چهاردهمین نمایشگاه خودرو مشهد

## نمایش متفاوت رونق محصول و تنوع خدمات گروه سایپا

در دنیای امروز برپایی نمایشگاهها از اهمیت ویژه‌ای در توسعه اقتصادی برخوردار است و نه تنها از مهم‌ترین روش‌های بازاریابی شناخته شده بلکه به عنوان مهم‌ترین ابزار توسعه صادرات و ارائه توانمندی‌های تولیدی که در نهایت به شکوفایی و پویایی اقتصاد هر کشور منجر میشود نیز محسوب می‌گردد.

گروه خودروسازی سایپا با آگاهی از نقش و تاثیر حیاتی نمایشگاهها در فراهم‌آوردن بستر مناسب جهت ایجاد تعاملات و ارتباطات علمی و تجاری با حضور در چهاردهمین نمایشگاه بین‌المللی خودرو و صنایع وابسته مشهد در جهت شناساندن پتانسیل‌های خود در حوزه زنجیره تامین، توسعه محصول، تولید و خدمات پس از فروش جدیدترین دستاوردهای خود را در معرض دید بازدیدکنندگان قرار داد.

گروه خودروسازی سایپا اما در این نمایشگاه حضوری متفاوت داشت. رونمایی از محصولات جدید با معرفی شرکای تجاری جدید این گروه بزرگ خودروساز به نمایشگاه اسسال مشهد رنگ و بویی دیگر بخشید. محصولات از قبیل رنو کولیس، سایپا اربو(S300)، کایسرتو، تیا تاکسی، ای دو، H330 H230، CS35، تیآ، V5، وانت پادار، وانت ریج، نیو بی، رینو و «ای دو» هاج یک را در معرض دید بازدیدکنندگان قرار داد.



سایپا به اتفاق جمعی از مدیران ارشد این گروه از فرقه سایپا یسک بازدید کرد و در دومین روز حضور خود ضمن دیدار از چند نمایندگی سایپا در مشهد با حضور در نمایندگی ورزشده از سیستم اختصاصی اپلیکشن موبایل مشتریان گروه سایپا رونمایی کرد. مهندس وحید زاده مدیر عامل سایپا یسک در گفتگو با خبرنگار نشریه مشتری‌مداری در خصوص میزان آمادگی شبکه نمایندگی‌های سایپا یادگ برای ارائه خدمات به محصولات جدید گروه سایپا در حاشیه بازدید از نمایندگی‌های شهر مشهد عنوان کرد: شرکت سایپایسک یکی از بزرگترین شبکه نمایندگی‌های خدمات پس از فروش در کشور را در اختیار دارد و همین گستردگی ظرفیت بالایی را برای ارائه خدمات در کل کشور ایجاد کرده است.

مدیرعامل سایپایسک افزود: یکی از قابلیت‌های شبکه نمایندگی‌های سایپا بر خورداری از دانش فنی روز خدمات پس از فروش خودرو می‌باشد، لذا از نظر ارائه خدمات به خودروهای جدید گروه سایپا با مشکلی روبرو نخواهیم شد.

گفتی‌است شرکت‌های سایپا، پارس خودرو، سایپادیزل، زامیاد، سایپایسک، رایان سایپا، خدمات فنی رسا، امدادخودرو سایپا، سایپا، شیشه، رادیاتور، ایران، مگان‌تور، سازه گستر، مرکز تحقیقات و نوآوری صنایع خودرو سایپا، سایپاپارس، چالگان، ایران کاوه، نمایندگی‌های فروش و خدمات پس از فروش سایپا، نمایندگی‌های فروش و خدمات پس از فروش محصولات تجاری به همراه انجمن صنفی نمایندگی‌های سایپا در استان خراسان رضوی در قالب گروه خودروسازی سایپا در این نمایشگاه حضور یافته بودند. همچنین چندین شرکت تولیدکننده خودرو و قطعات از کشورهای فرانسه، آلمان، ایتالیا، انگلستان، کره جنوبی، ژاپن، ترکیه و چین محصولات خود را به نمایش گذاشتند.



بر اساس این گزارش رونمایی از محصولات جدید سایپا شامل آریو، سایپا و CS35 برای نخستین بار در مشهد مقدس از دیگر برنده‌های فرقه گروه خودروسازی سایپا در این نمایشگاه بود.

همچنین رونمایی از خودرو مفهومی هیرگانی که نسل جدید پلت فرم اختصاصی خودروهای سایپا است از دیگر برنده‌های گروه خودروسازی سایپا در حوزه توسعه محصول در چهاردهمین نمایشگاه بین‌المللی خودرو مشهد بود.

انجام تست محصولات گروه خودروسازی سایپا به انتخاب بازدیدکنندگان یکی دیگر از برنده‌های فرقه سایپا بود که با استقبال گسترده عموم مواجه شد.

شرکت سایپا یادگ نیز با حضوری متفاوت در این نمایشگاه در عرصه خدمات پس از فروش به ارائه خدمات متمایز خود پرداخت و با معرفی خدمات جدید خود از جمله بسته‌های خدمت، گارانتی قطعات، سرویس‌های ادواری و بسته‌بندی قطعات مورد استقبال خوب بازدیدکنندگان قرار گرفت. همچنین در حاشیه این نمایشگاه مهندس مدنی مدیرعامل گروه خودروسازی



دبیرکل خانه کارگر در بازدید از سایپا دیک:

## سایپا ضرورت نوآوری در خدمات پس از فروش را به خوبی درک کرده است



خرید خودرو وجود دارد که طبیعتا این مقدار خودرو از راه واردات قابل تامین نیست صنعت خودرو کشور بالنده و رو به جلو است و از مسائل حائز اهمیت تأثیرات ناچیزی خواهد گرفت اما در نهایت رو به جلو حرکت خواهد کرد. قطعا نیت دوستی که بحث کاهش قیمت را مطرح می کند از سر خیرخواهی است و آنها به هیچ عنوان طرفدار کالای خارجی یا بیگار شدن کارگران نیستند آنها همواره دوستدار کارگران هستند و همه ما خواهان بهتر شدن وضعیت خودروسازی در کشور هستیم. به هر حال افزایش قیمت خودرو ناشی از یکسری عوامل و هزینه های جانبی است که به قیمت تمام شده تحویل می شود. در حالی که قرار بود این هزینه ها در جای دیگری وصول شود. محسوب دربار برنامه های مجلس در خصوص حمایت از خودروسازان نیز گفت: مجلس قاطعانه از تولید داخلی حمایت می کند و خودروسازان نیز از این قاعده جدا نیستند. با این وجود چون احساس می کنیم واردات خودرو رو به افزایش است، در صدد هستیم طرحی را دربار منع واردات خودرو یا کاهش آن به مجلس ارائه دهیم و به این ترتیب شرکتهایی که با عنوان سازنده اقدام به واردات کامل خودرو می نمایند محدود خواهند شد. مجلس حتما به موضوع محدود کردن واردات خودرو و حمایت از تولید داخلی اهمیت می دهد که به زودی نتایج آن را خواهید دید.

باشد. در واقع نقش کلیدی خدمات پس از فروش در رشد و تعالی خودروسازان غیر قابل انکار است. دبیرکل خانه کارگر با بیان اینکه ارائه سرویس و خدمات خوب به مردم باعث جلب اعتماد آنها می شود و سودآوری خودروسازان را به دنبال دارد. به نوآوری های سایپا در ارائه خدمات پس از فروش به خودروهای سواری اشاره و تأکید کرد: ارائه خدمات جدید به مشتریان، اتفاق خوب و مثبتی است که در گروه سایپا رخ داده و حتما تأثیرات مثبتی در کوتاه مدت و بلند مدت بر افزایش کیفیت خدمات خواهد داشت. خدمات پس از فروش آینده تمام نمای یک خودروساز است که عملکرد آن می تواند در موفقیت یا ورشکستگی خودروساز تأثیرگذار باشد.

ریس فراکسیون کارگری مجلس با بیان اینکه حدود ۲ میلیون نفر به طور مستقیم و غیر مستقیم در صنایع خودروسازی مشغول به کار هستند. گفت: تأمین امنیت شغلی این افراد باید مورد توجه مسئولان قرار گیرد. وی درباره بروز برخی نگرانی ها در میان کارگران شاغل در خودروسازان در پی افزایش در خصوص افزایش یا کاهش قیمت خودرو که فروش خودروسازان را با کاهش روبرو کرده و امنیت شغلی آنها را به خطر انداخته است گفت: این قبیل اظهار نظرها موقتی است چراکه بطور طبیعی سالیانه بین یک تا یک و نیم میلیون تقاضا برای

کیفیت و نوآوری در کار فروش و خدمات پس از فروش از اهمیت بالایی برای خودروسازان برخوردار است که گروه سایپا به خوبی این ضرورت را درک کرده است.

به گزارش روابط عمومی سایپا دیک، علیرضا محجوب، نماینده مردم تهران در مجلس شورای اسلامی و دبیرکل خانه کارگر در بازدید از سازمان خدمات پس از فروش سایپا با بیان این مطلب به ارزیابی ارائه خدمات پس از فروش به خودروهای سایپا پرداخت و گفت: بر اساس آنچه که در جامعه به چشم می خورد و اخبار و اطلاعاتی که از وضعیت خودروسازان در اختیار ما قرار می گیرد، به نظر می رسد گروه سایپا نسبت به سایر خودروسازان از چابکی و سرعت عمل بیشتری در ارائه خدمات برخوردار است.

وی با تأکید بر ضرورت بهتر شدن ارائه خدمات پس از فروش متناسب با تنوع محصولات سایپا، ادامه داد: سیاست مجلس شورای اسلامی حمایت از تولید داخلی است و نمایندگان مردم بر این نکته تأکید دارند که کالاهای تولیداتی صنعتی از جمله خودرو با رعایت دقت فرولان و با کیفیت مناسب به بازار ارائه شوند. با این وجود هر کالایی از جمله خودرو باید پس از حضور در بازار از خدمات پس از فروش مناسب و قابل قبولی هم برخوردار





مدیرعامل شرکت سایپا کاشان خبر داد:

## آماده‌سازی خطوط تولید محصولات چانگان در سایپا کاشان

مدیرعامل سایپا کاشان در ادامه با اشاره به این که پس از راه اندازی خط تولید، کلیه خودروها در داخل تولید و به بازار عرضه خواهند شد تصریح کرد: روش‌های سیستم تولید ناب، نحوه به کیفیت رساندن خودرو، دانش فنی و مهندسی همراه با طراحی، ساخت و نصب و راه اندازی تجهیزات خطوط، کنترل‌های در حین تولید و تکنولوژی ساخت داخل قطعات مربوط به این محصول از جمله مواردی هستند که محصولات جدید به عنوان فناوری وارد صنعت کشور خواهند کرد.

شیخ عسقلان در پاسخ به سؤالی در خصوص تولید قطعات این خودروها در داخل نیز گفت: در خصوص داخلی سازی قطعات برنامه ای آماده شده که از همان بدو شروع تولید، بعضی از قطعات ساخت داخل خواهند شد و این موضوع برای سایپا از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است.

وی در خصوص توانمندی قطعه سازان داخلی برای تولید قطعات مورد نیاز محصولات جدید شرکت سایپا کاشان گفت: قطعه‌سازان داخلی تجارب بالایی در زمینه همکاری با شرکای خارجی به خصوص اروپایی داشته اند و از سطح دانش و تکنولوژی بالایی برخوردارند و همچنین ظرفیت تولیدی بسیار بالایی در نزد سازندگان داخلی وجود دارد.

مدیرعامل شرکت سایپا کاشان در ادامه با اشاره به تأکیدات مدیریت ارشد گروه در خصوص محصولات جدید نیز خاطر نشان کرد: براساس برنامه‌های کلان گروه سایپا قرار شده حجم بسیار بالایی از محصولات جدید تولیدی در این گروه به خودروهای چینی اختصاص یابد، ضمن این که شرکت چانگان یکی از معتبرترین تولیدکنندگان چینی خودرو است و محصولات این شرکت با همکاری برندهای مطرح جهان طراحی و تولید شد.

سایپا نیوز: مدیرعامل شرکت سایپا کاشان از طراحی خطوط تولید بدنه و مونتاژ و شناسایی تغییرات مورد نیاز در مسائل رنگ این شرکت با هدف تولید خودروهای جدید خبر داد و گفت: با توجه به گذشت حدود ۲ ماه از عقد قرارداد پروژه، ساخت تجهیزات مربوط به سالن بدنه و ساخت و نصب استراکچرها و تأمین تاسیسات مورد نیاز در دستور کار قرار گرفته است.

محمدرضا شیخ عسقلان در گفت‌وگو با سایپانیوز اظهار کرد: ۲ خودرو شرکت چانگان در سایپا کاشان تولید خواهد شد و به دلیل اهمیت موضوع کیفیت، روش‌ها و استانداردهای تهیه شده و جهت رسیدن به کیفیت مطلوب کاملاً با روشهای قبلی متفاوت و بسیار سخت‌گیرانه در نظر گرفته شده است؛ همچنین در تست‌های جاده انجام شده گزارشاتی تهیه و به شرکت چانگان اعلام شده که منجر به تطبیق هرچه بیشتر این خودرو با جاده‌های داخل کشور و آب و هوایی ایران شده است.

وی افزود: در کلیه قراردادهای تولید یک محصول جدید، تمداد محدودی از محصول به صورت CBU وارد بازار می‌شود تا ارزیابی‌های لازم و همچنین آشنایی بیشتر مشتریان با این محصول صورت پذیرد. ایجاد یک خط جدید نیاز به زمانی در حدود ۱۸ تا ۲۴ ماه با سرمایه‌گذاری مناسب دارد؛ ضمن این که مسئولیت هریک از دو طرف به صورت کامل و جزئی در قرارداد آمده است و هر دو طرف سعی می‌کنند به بهترین وجه وظایف خود را انجام دهند. در خصوص قرارداد شرکت سایپا کاشان با شرکت چانگان روال به همین صورت بوده است.



مدیر کنترل خدمات سایپادک خبر داد:

## طرح تعویض قطعات کاتالیست و کنیستر ۱۲۰۰ دستگاه تاکسی پراید در شهر تهران

تهران، سازمان تاکسیرانی تهران و ستاد معاینه فنی انجام شده است.

جنری افروند شرکت سایپادک بر اساس ابلاغیه ریاست جمهوری، خود را موظف می‌داند که اقدامات انجام شده در این زمینه را به وزارت صنعت، معدن و تجارت گزارش دهد. وی یادآور شد: در سال گذشته نیز نواقص سه جابه‌ای بین سازمان حفاظت محیط زیست، ستاد حمل و نقل سوخت و شرکت سایپادک احساس شد که بر طبق این موافقتنامه کاتالیست و کنیستر تعداد زیادی از تاکسی‌های شهر تهران تعویض شد.

جنری افروند اعلام می‌کند که بر این اساس مقرر شده است تا به همکاری ستاد معاینه فنی و ستاد حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران، قطعات کاتالیست و کنیستر تعداد دیگری از خودروهای پراید تاکسی شهر تهران در نمایندگی‌های منتخب تعویض شود.

مدیر کنترل خدمات سایپادک گفت: ابلاغ رسمی به راننده‌های محترم تاکسی از طریق ارسال پیامک و تماس فکونی انجام شده تا به نزدیکترین نمایندگی محل سکونت خود مراجعه کنند. همچنین فراخوان‌ها و مقالات متعددی در روزنامه‌ها و نشریات به چاپ رسیده است. انجام مصاحبه‌های متعدد با شبکه‌های رادیویی و پخش تیش - ۱۰ برنامه تلویزیونی نیز از جمله اقداماتی است که در خصوص فرهنگسازی تعویض کاتالیست و کنیستر انجام شده است.

وی درباره برنامه‌های آینده شرکت سایپادک در این خصوص اظهار داشت: اولین و مهمترین برنامه این است که تعویض کاتالیست و کنیستر را برای کلیه لوگان تاکسیرانی در کلانشهرها انجام دهد که در این زمینه با سازمان‌های مربوطه مذاکراتی انجام شده است. در قدم بعدی، تعویض کاتالیست و کنیستر خودروهای آژانس در برنامه قرار دارد و کام سوم نیز این است که این اقدام برای کل خودروهای تولیدشده در تهران و سایر استان‌ها که بالای ۵ سال عمر دارند انجام شود. البته در این زمینه به قانون‌گذاران مناسب نیز اطلاع داده می‌شود. این قطعات اجباری بود.

جنری در پایان گفت: شرکت سایپادک از هر گونه اقدامی که به کاهش آلودگی هوا منجر شود دریغ نخواهد کرد چرا که احترام به جامعه و حفظ سلامت مردم را در اولویت قرار داده و این زمینه به سلیقه شخصی افراد به موصلیتهای اجتماعی خود به بهترین شکل ممکن عمل کند.

خودرو در حالت استاندارد می‌تواند گازهای آلاینده مونواکسید کربن، هیدرو کربن‌های سوخته شده و اکسیدهای نیتروژن را در پروسه احتراق تا درسد زیادی کاهش دهد. بعد از گذشت ۵ سال، در صورت عدم معاینه فنی خودرو، گاز خطرناک مونواکسید کربن که موجب سکنه‌های مغزی و مشکلات عروقی می‌شود و همچنین هیدروکربن‌های سوخته شده که سرطان ریه و مشکلات تنفسی ایجاد می‌کند و گازهای سمی اکسید نیتروژن کلا وارد فضا می‌شوند. همه خودروها باید بعد از ۵ سال از لحاظ فنی دوباره بررسی و یکسری قطعات آنها تعویض شود. اولین قطعه‌ای که بعد از این مدت باید تعویض شود، کاتالیست کاتالیزور است. عمر مفید این قطعه نهایتاً ۵ سال است و بعد از این مدت دیگر نمی‌تواند گازهای خروجی را کاهش دهد. کاتالیست کاتالیزور به نوعی نقش فیلتر برای گازهای آلاینده بازی می‌کند. قطعه دوم که باید در معاینات فنی کنترل شود، سنسورها هستند که بسته به کارکردشان می‌توانند در کاهش آلودگی هوا نقش داشته باشند. لذا همانا قبل از تعویض کاتالیست کاتالیزور موتور خودرو باید تنظیم شود و در نتیجه تعویض کاتالیست کاتالیزور نتیجه و رانندگی بالایی نخواهد داشت. قطعه سوم نیز کنیستر است که بخازهای بزرگ‌تر از حجم آپوری و به موتور تزریق می‌کند. کنیستر معمولاً بعد از ۵ سال کارکرد خود را از دست می‌دهد که در این صورت بخازهای خروجی بزرگتر از فضا منتشر می‌شوند.

بخازهای خروجی بزرگ نیز یکی از عوامل اصلی آلوده کننده هوا به شمار می‌رود. به طور خلاصه استاندارد یورو ۲ عمر ۵ ساله دارد و بعد از ۵ سال اگر موتور مورد بازدید قرار بگیرد و قطعه کاتالیست و کنیستر عوض شود مجدداً ۵ سال دیگر این خودرو دارای گازهای آلاینده بسیار کمی خواهد بود.

مدیر کنترل خدمات سایپادک در خصوص اقدامات انجام شده در خصوص کاهش آلودگی هوا از سوی این سازمان توضیح داد: گروه سایپا و به تبع آن شرکت سایپادک از اساسی‌ترین و مسئولیتهای اجتماعی که بر عهده دارند وظیفه خود می‌دانند که در زمینه کاهش آلودگی هوا اقدامات مفید و موثری انجام دهند. لذا تولید خودروها با استاندارد یورو ۴ آغاز شده و از سوی دیگر شرکت سایپادک خود را متعهد می‌داند که برای خودروهای تولید شده ضمن تنظیم موتور، تست کاتالیست و کنیستر را نیز تعویض کند. در این زمینه مذاکرات متعددی با نهادهای مسوول از جمله سازمان حفاظت محیط زیست، سازمان حمل و نقل و ترافیک شهرداری

مدیر کنترل خدمات سازمان خدمات پس از فروش سایپا از برنامه فاز دوم طرح تعویض قطعات کاتالیست و کنیستر هزار و ۲۰۰ دستگاه تاکسی پراید در شهر تهران در راستای کاهش آلودگی هوا خبر داد.

فریبرز حدیدی در گفتگویی با اسلام این خبر افروند به دلیل نواقص‌هایی که بین شرکت سایپادک و ستاد حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران متفقد شده است، قطعات کاتالیست و کنیستر هزار و ۲۰۰ دستگاه خودرو پراید قبل از ناوگان تاکسیرانی تهران که ۵ سال از زمان تولید آنها گذشته است در نمایندگی‌های منتخب معاینه فنی خواهد شد. وی ادامه داد: موضوع آلودگی هوا در کلانشهرهای ایران به یک مساله جهانی و خطرناک تبدیل شده است. به ویژه اینکه بنیاده و آلودگی دما (نیترژن) در اواسط تابستان و اواخر پاییز ایجاد می‌شود و مشکلاتی را برای شهروندان به وجود می‌آورد.

حدیدی با بیان اینکه گازهای آلاینده خروجی اگزوز خودروهای گازهای خروجی ناشی از فعالیت کارخانه‌ها و گازهای ناشی از معارف خانگی سه عامل اصلی آلودگی هوا به شمار می‌روند، ادامه داد: در این بین گازهای آلاینده که از اگزوز خودروها خارج می‌شود بیشترین سهم را در آلودگی هوا دارد.

مدیر کنترل خدمات سایپادک گفت: آلودگی گازهای خروجی از اگزوز خودروها عمدتاً سه دو دلیل اتفاق می‌افتد: عامل اول کیفیت پایین بنزین و عامل دوم پیمان عمر مفید قطعات کاتالیست و کنیستر است.

وی در خصوص عواملی که به کیفیت پایین بنزین منجر می‌شود گفت: دولت شیمیایی خطرناکی که در تولید برخی از بنزین‌های با کیفیت پایین استفاده می‌شوند، در پروسه احتراق داخلی خودرو نه از بین می‌روند و به رسوب می‌شوند؛ لذا از قسمت اگزوز وارد هوا می‌شوند. مدیر کنترل خدمات سایپادک در خصوص پیمان عمر مفید قطعات کاتالیست و کنیستر نیز گفت: خودروهای که از سال ۸۲ به بعد تولید شده‌اند همگی دارای استاندارد یورو ۲ هستند. طبق این استاندارد دارای عمر مفید ۵ ساله بوده و بعد از این مدت، منسوخ خابیت کاهش آلودگی یورو ۲ از دست می‌دهد و به یبانی دیگر از حد استاندارد خارج می‌شود. موتور

در نمایشگاه بین‌المللی اتومکانیکای فرانکفورت آلمان صورت گرفت:

## علاقمندی تجار آلمانی و ایتالیایی به محصولات سایپا



سایپا نیوز: غرفه گروه خودروسازی سایپا در نمایشگاه بین‌المللی اتومکانیکای فرانکفورت آلمان مورد استقبال بازدیدکنندگان و فعالان این حوزه قرار گرفته است.

به گزارش سایپا نیوز، در این نمایشگاه دو سالانه که یکی از موفق‌ترین و معتبرترین نمایشگاه‌های بین‌المللی خودرو و صنایع وابسته جهان است غرفه گروه خودروسازی سایپا مورد توجه و استقبال عموم بازدیدکنندگان به خصوص تجار آلمانی و ایتالیایی قرار گرفته است.

بر اساس این گزارش، شرکت‌های سایپا، فرسازي زره، مایلیل سایپا، رادیاتور ایران، ایدکو پرس، سازه کستر سایپا و مگا موتور با ارائه ناواری‌ها و محصولات جدید با قابلیت صادراتی توانسته‌اند نظر فعالان جهانی این صنعت را به خود جلب کنند. جمعی از خودروسازان آلمانی و ایتالیایی در بازدیدی که از غرفه سایپا در این نمایشگاه داشته‌اند پس از بررسی و گفتگو با مسئولین شرکت سایپا و بررسی دقیق محصولات این گروه، ابراز علاقمندی به همکاری با شرکت مایلیل سایپا را اعلام داشته‌اند. این گزارش می‌افزاید محصولات شرکت مایلیل از طریق بازارهای ترکیه و فرانسه به بازارهای اروپا راه یافته و توانسته با ارائه توانمندی و قابلیت خود، از لحاظ کیفی و قیمت رقابتی نظر خودروسازان آلمانی و ایتالیایی را به خود جلب کند. گفتنی است شرکت مایلیل سایپا، رخنه‌گری قطعات چندی و آلومینیومی و ماشین‌کاری قطعات را انجام می‌دهد و با تولید محصولاتی چون بلوک سیلندر، انواع سرسیلندر، انواع فلاپویل، انواع کاسه چرخ و... علاوه بر تامین بازار داخل کشور محصولات خود را به سایر نقاط جهان به خصوص ترکیه و فرانسه صادر نماید.

حضور گروه خودروسازی سایپا به عنوان نماینده جمهوری اسلامی ایران در بزرگ‌ترین و معتبرترین نمایشگاه خودرو به همراه خودروسازان معتبر جهانی نشان از توانمندی‌های متخصصین گروه سایپا و پیشرفت روزافزون این صنعت مهم در داخل کشور دارد.



معاون شبکه سایپا یدک خبر داد:

## استقرار مشاور مالیاتی در راستای

### رویکرد حمایتی از شبکه صورت می گیرد

معاون شبکه سایپادک گفت: پیرو دستور مدیرعامل محترم، مشاور مالیاتی با استقرار در دفتر مرکزی به نمایندگی‌ها مشاوره رایگان ارائه خواهد داد.

مهدی حاجی باقی با اعلام این خبر افزود: پیرو دستور مهندس وجدزاده در گردهمایی نمایندگی‌های استانی آذربایجان شرقی غربی و اردبیل، مقرر شد مشاور مالیاتی در سایپادک مستقر شود که این مشاور قرار است به سوالات و مشکلات مالیاتی شبکه نمایندگی‌ها پاسخ دهد.

وی ادامه داد: روزها و ساعت‌های حضور و نحوه برقراری ارتباط با مشاور از طی بخشنامه‌ای به شبکه نمایندگی‌ها اعلام خواهیم کرد. مشاوره مالیاتی نیز برای نمایندگی‌ها رایگان است و در مرحله نخست فقط به سوالات مالیاتی پاسخ خواهد داد.

حاجی باقی گفت: برخورداری از شبکه نمایندگی‌ها بویا همواره از ویژگی‌های بارز سایپادک بوده که امیدواریم با برنامه‌های توسعه‌ای که در نظر داریم، بتوانیم کیفیت ارائه خدمات را افزایش دهیم. لذا در بررسی‌هایی که انجام شد، متوجه شدیم یکی از مشکلاتی که بیشتر نمایندگی‌ها با آن دست به گریبان هستند، مسائل مربوط به امور مالیاتی است. به همین دلیل و بنا به دستور مدیرعامل محترم، به منظور کمک به نمایندگی‌ها مشاور مالیاتی در دفتر مرکزی مستقر می‌شود تا به سوالات نمایندگی‌ها در این زمینه پاسخ دهد.

معاون شبکه افزود: مدیران سایپادک تمام تلاش خود را به کار گرفته‌اند تا دغدغه نمایندگی‌ها در مسائل مختلف کاهش یابد در نتیجه علاوه بر افزایش کیفیت خدمات، رضایت مشتریان نیز افزایش یابد.

حاجی باقی گفت: سایپادک و شبکه نمایندگی‌ها همیشه در کنار هم هستند و به همین جهت ما حمایت و پشتیبانی از شبکه را وظیفه ذاتی خود می‌دانیم. لذا استقرار مشاور مالیاتی نیز با رویکرد حمایت از نمایندگی‌ها و رفع دغدغه‌های آنها صورت می‌گیرد. به هر حال امیدواریم با استقرار این مشاور و با شناخت بیشتر از مشکلات نمایندگی‌ها بتوانیم طرح‌های توسعه‌ای دیگری را هم برای شبکه اجرایی کنیم.

## اولین دوره کارگاه آموزشی "تکریم مشتریان" برگزار شد

در راستای ارتقاء و نهادینه‌شدن فرهنگ تکریم مشتریان گروه سایپا و نظر به اهتمام مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا نسبت به تکریم، نگهداشت و کسب رضایت مشتریان محصولات سایپا و همچنین رسالت اصلی شرکت سایپا یک‌دک در خدمت‌رسانی به مشتریان، اولین دوره کارگاه آموزشی تکریم مشتریان توسط مرکز آموزش سایپا یک‌دک برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی سایپا یک‌دک این دوره آموزشی با تگمای تازه بر نیازها و خواسته‌های مشتری طراحی شده است که به منظور طراحی مناسب دوره تیم کارشناسی مرکز آموزش به همراه استاد منتخب در محل نمایندگی‌ها و نمایندگانی که مرکز حضور یافته و از نزدیک مسائل، مشکلات مراجعین و نحوه برخورد و پاسخگویی پرسنل نمایندگی‌ها با مشتریان را مشاهده نمود و با گفتگو و مباحث با مشتریان و کسب نظرات آنها نیازها، چالش‌ها، خواسته‌ها و مشکلات مشتریان مراجعه کننده به نمایندگی‌ها را مشخص و براساس آن ترسیم کلی دوره‌ها تعیین گردید.

تاثر همین گزارش کارگاه آموزشی تکریم مشتریان برای سه جایگاه شغل مدیران نمایندگی، پذیرش‌گران و کارشناسان فنی و مسئولین فروش خودرو برنامه‌ریزی شده است و شامل: آشنایی مدیران نمایندگی با اهمیت جایگاه مشتری در صنعت خودروسازی، ضرورت توجه به مشتری در دنیای رقابتی، بررسی نیازهای مشتری، روش‌های رفع نیازهای فرآیندی، اطلاعاتی، اجتماعی، تقاضای فیزیولوژیکی مشتری و ملاحظاتی مشتری برسانی انتظارات او می‌باشد.

گفتنی است اولین دوره کارگاه آموزشی برای سطح مدیران نمایندگی در ۱۸ شهریور با دعوت از ۳۰ نمایندگی استان تهران و همچنین روسای تعمیرگاه‌های مرکزی در محل مرکز آموزش سایپا یک‌دک برگزار شد که طبق برنامه‌ریزی صورت گرفته این دوره‌ها تا پایان سال جاری به نوبت در تهران و مراکز استان‌ها برگزار خواهد شد.



معاون منابع انسانی و پشتیبانی در مراسم تقدیر از کارکنان نمونه:

## فرهنگ کار شایسته باید در سازمان گسترش یابد

کارکنان باشند که تاکنون چنین بوده و اینوارم این فرایند در آینده نیز مورد توجه قرار گیرد.

پیش از سخنان معاون منابع انسانی و پشتیبانی، داریوش رضایی قائم مقام معاونت منابع انسانی و پشتیبانی گزارشی از روند انتخاب کارکنان نمونه ارائه کرد و با ابراز امیدواری نسبت به بهبود در عملکرد سایر کارکنان، اظهار داشت: حضور کارکنان نمونه در سازمان و ارائه رفتاری مناسب و انجام کار شایسته و درست، یکی از عوامل استقرار صحیح فرهنگ سازمانی است.

وی گفت: فراهم کردن زمینه بروز خلاقیت و نوآوری در کار توسط مدیران سازمان برای کارکنان نمونه، تاثیر قابل توجهی بر گسترش نظم و انضباط در کار و انجام شایسته وظایف سازمانی توسط سایر کارکنان خواهد داشت.

در پایان این مراسم با اهدای لوح و کارت هدیه از کارکنان نمونه سایپادک در سال ۹۲ تقدیرانی شد.

اسامی کارکنان نمونه سال ۹۲ به این شرح است: محمد ساسانی، رضا هادی‌زاده، مینا روتنجان ساربان (مدیریت تکنولوژی اطلاعات و مهندسی سازمان)، مهدی کبانی (بازرگانی قطعات گروه ۱)، قمر شکرایی (امور نمایندگی‌ها و دفاتر منطقه‌ای)، حیدر خلیلی (برنامه‌ریزی و ارسال قطعات)، وهاب امینی قشقالی، جعفر خانی فرانده علی طاهر خانی (تعمیرگاههای مرکزی)، فرینون رشوند و محمدرضا ریاضی (نوسم منابع انسانی).

معاون منابع انسانی و پشتیبانی گفت:

فرهنگ کار شایسته و نمونه بودن باید در سازمان گسترش یابد و این خواسته، وظیفه و کارکنان نمونه را سخت و مهم جلوه می‌دهد.

به گزارش روابط عمومی سایپادک، دکتر علیرضا عیدی در مراسم تقدیرانی از کارکنان نمونه سایپادک در سال ۹۲ با بیان این مطلب انتخاب کارکنان نمونه را یک اقدام بجا و شایسته در شرکت دانست و افزود: آنچه که موجب می‌شود یک نفر در محیط کار خود نمونه باشد وجدان کاری است؛ چراکه انجام کار مفید در نمونه بودن باید در وجود افراد نهادینه شده باشد. در واقع آنچه که باعث افزایش انگیزه می‌شود، افتخار درونی منی بر انجام وظیفه است.

وی ادامه داد: عمل کردن به وظایفی که سازمان بر عهده کارکنان گذاشته است، موجب نظم در کارها و به نمر رسیدن اهداف شرکت خواهد شد.

معاون منابع انسانی و پشتیبانی افزود تلاش کارکنان، تضمین کننده موفقیت سازمان است. همه کارکنان سازمان سرمایه اصلی شرکت به حساب می‌آیند؛ لذا باید در شرایطی که با برخی ناملایمات اقتصادی مواجه هستیم، همه، همراه و همدل، دغدغه‌های سازمان را دغدغه‌های خود بدانیم و با روشهای مناسب اهداف سازمانی را محقق کنیم.

عیدی تاکید کرد: ارتقاء سازمان همواره باید مد نظر همه

## انتصاب فریبرز زارعی به عنوان قائم مقام معاون شبکه



فریبرز زارعی بلیقوس آبادی به عنوان قائم مقام معاون شبکه سایپادک منصوب شد.

به گزارش روابط عمومی سایپادک، وی پیش از این به عنوان مدیر تذاکات و پشتیبانی در شرکت سایپادک مشغول به کار بود. رییس فروش امداد خودرو مسایله رییس دفتر منطقه‌ای تهران در مدیریت امور نمایندگی‌های سایپادک، قائم مقام مدیر خرید داخلی شرکت سنایا و عضویت در هیات مدیره شرکت ساین کارت از جمله سوابق کاری زارعی در گروه خودروسازی سنایا به شمار می‌رود.



## امداد خودرو

### طرح ویژه خدمات امدادی سایپا برگزار شد

شركت امداد خودرو سایپا به مناسبت عيد سعيد فطر طرح ویژه خدمات امدادی را در مسیرهای منتهی به مسایلی تهران، محل‌های برگزاری نماز عيد فطر در مراکز استانها، شهرهای زیارتی و نیز محورهای پرتردد کشور به مدت مدت پنج روز برگزار کرد.

به گزارش روابط عمومی امداد خودرو سایپا همزمان با فرا رسیدن عيد سعيد فطر و به منظور رفاه حال نمازگزاران عيد و مسافران، شركت امداد خودرو سایپا طرح خدمات امدادی عيد سعيد فطر و مرحله دوم طرح تابستانی خود را از ۱۰ مردادماه سال جاری با ۲۲۶ دستگاه خودروی امدادی، ۲۴ محل استقرار ویژه، ۴۱ پایگاه شبانه‌روزی و ۲۷ پایگاه روزانه به اجرا در آورد.

به اساس این گزارش، گروه‌های امدادی به صورت ویژه در روز عيد سعيد فطر به نمازگزاران در محدوده محل‌های برگزاری نماز خدمات امدادی رایگان ارائه دادند. این گروه‌ها در مسیرهای برون شهری و درون‌شهری منتهی به محل‌های برگزاری نماز در مراکز استان‌ها نیز مستقر بودند.

## سایپا یکدک

### برقراری سرویس ویژه مشتریان در تعمیرگاه مرکزی شماره یک

به منظور رفاه حال مراجعه کنندگان به تعمیرگاه مرکزی شماره یک سایپا یکدک، سرویس رفت و آمد رایگان برای مشتریان فراهم شد.

به گزارش روابط عمومی سایپا یکدک، در راستای تکریم مشتریان و رعایت رفاه حال آنان، مدیریت تعمیرگاه‌های مرکزی اقامت به در نظر گرفتن سرویس رایگان برای مراجعه کنندگان به تعمیرگاه مرکزی شماره یک نموده است.

بنابراین گزارش، سرویس رفت و آمد تعمیرگاه مرکزی هر روز از سه راه تهرانپارس اقدام به انتقال مشتریان به تعمیرگاه مرکزی شماره یک واقع در یک کیلومتر یک جاده املی می‌نماید. همچنین مشتریان به خودروی خود را در این تعمیرگاه پذیرش نمودند می‌تواند با استفاده از این سرویس به سه راه تهران پارس مراجعه نمایند.

## اولین محموله محصولات سایپا راهی کشور بلاروس شد



سایپا تیموز، اولین محموله خودروهای تیپای شرکت سایپا به بازار بلاروس ارسال شد. کشور بلاروس جزو اتحادیه گمرکی سه گانه روسیه، قزاقستان و بلاروس است و از استانداردهای خودروی روسیه پیروی می‌کند.

خودروی تیپا که تست‌های استاندارد کشور روسیه را در سال گذشته با موفقیت گذراند مجوز ورود به این بازار را دارد.

در کشور ۱۰ میلیون بلاروس در حال حاضر تنها خودروهای سنگین تولید می‌شوند. بازار خودروهای سواری در کشور بلاروس رو به رشد است و در سال ۲۰۱۲ فروش خودروهای سواری نو در این بازار به رکورد جدیدی دست یافت.

بازار خودرو سواری بلاروس مانند تمامی کشورهای CIS برای محصولات سایپا بسیار رقابتی است. آزادی ورود خودروهای دست دوم و مهمتر از آن حضور محصولات شرکت و از روسیه که با برند لانا و با معالقت از تعرفه گمرکی وارد بلاروس می‌شوند در کنار حضور قوی و پررنگ خودروسازان جهانی مانند فولکس، رنو و کیا محیطی پرچالش و پر رقابت را در بازار خودرو این کشور ایجاد نموده است.

بالا بودن قیمت قطعات یدکی و خدمات پس از فروش در این بازار موجب شده است که خودروهای پس از خارج شدن از دوره گارانتی افت قیمت شدیدی را تجربه نمایند. این شرایط فرصت مناسبی را برای حضور محصولات شرکت سایپا فراهم نموده زیرا رقابتی بودن قیمت قطعات یدکی و خدمات یکی از مزیت‌های این محصولات در بازارهای مختلف صادراتی محسوب می‌شود که در ضمن مانع از کاهش شدید قیمت فروش مجدد این خودروها پس از اتمام دوره گارانتی می‌گردد. با این دیدگاه مدیریت خدمات پس از فروش و حفظ مزیت قوی برای محصولات سایپا از سیاست‌های کلیدی شرکت سایپا در این بازار خواهد بود.





# CS35

نوع موتور، ۴ سیلندر خطی  
تعداد سوپاپ، ۱۶ سوپاپ  
حجم موتور، ۱۶۰۰ سی سی  
حداکثر قدرت، ۱۱۲ اسب بخار  
در ۶۰۰۰ دور در دقیقه  
گیربکس، ۴ سرعته اتوماتیک  
ظرفیت مخزن سوخت، ۵۲ (لیتر)  
سیستم ضد سرقت (Immobilizer) دارد  
وزن، ۱۲۷۰ (کیلوگرم)  
طول، ۴۱۶۰ (میلی متر)  
عرض، ۱۸۱۰ (میلی متر)  
ارتفاع، ۱۶۷۰ (میلی متر)  
ترمز جلو، دیسکی خشک شونده  
ترمز عقب، دیسکی  
نوع فرمان، هیدرولیک





مهندس وحیدزاده در دیدار با خانواده برادران شهید اسفندی ترکانی:

## آرامش و امنیت در کشور مدیون خون شهداست

در حالی اکثر کشورهای متفق در ناامنی و جنگ بی‌سری می‌زنند اما آسیایش و امنیت در جای جای ایران اسلامی موج می‌زند.

مهندس وحیدزاده مدیرعامل سایپا بدک که در جمع خانواده برادران شهید اسفندی ترکانی حضور یافته بود خطاب به مادر شهیدان، برادران، و فرزند پسران شهید علی اسفندی ترکانی عنوان کرد آرامش و امنیت در کشور مدیون خون شهداست و ما می‌بایست همواره برای این نعمت بزرگ که شمره از خود گذشتگی و جانفشی دایربرداران این سرزمین است خلودن را شاکر باشیم و یاد و خاطره همه رزمندگان و شهدا را در دل و جانمان حفظ نماییم. وی افزود: در حالی اکثر کشورهای متفق در ناامنی و جنگ بی‌سری می‌زنند، ما هر روز شاهد دگرگونی‌های شدید در این کشورها هستیم، اما آسیایش و امنیت در جای‌جای ایران اسلامی موج می‌زند؛ پس به یاد داشته باشیم که این آرامش و امنیت به سادگی بدست نیامده است.

در ادامه این دیدار محمد حسن اسفندی ترکانی شهیدان علی اکبر، علی اسفندی و محمدرضا اسفندی ترکانی می‌گویند: فرزند اول خانواده هستیم. فاصله سه‌ماهه ما با اولین شهید خانواده حدوداً ۷ سال بود و ما علی اسفندی ۱۲ سال فاصله سنی داشتیم. ما ۹ برادر و دو خواهر هستیم. ۵ برادر بزرگتر شرایط سنی‌مان به حضور در جبهه‌ها می‌خورد. دیگر برادران کم سن و سال بودند که نیامدند. کوچکترین رزمنده ما در خانه ۱۳ ساله بود که حجاج علی آقا بود و الان از جایبازار هشت سال جنگ تحمیلی است. پیش از اینکه انقلاب پیروز شود من توسط سلاواک دستگیر شدم. به خاطر فعالیت‌های انقلابی و چاپ اعلامیه بود آن موقع علی اکبر و علی اسفندی بر ما همراهی داشتند. علی اکبر آن موقع مرموم بود و اعلامیه‌هایی که از طرف حضرت امام می‌رسید با تعویب می‌گرفت و ما هم تکثیر و پخش می‌کردیم. من تا داریسی ارتش هم رفتم. سال ۵۹ پیش از شهادت شوخ هم در کرمانستان و آذربایجان فریسی و در جنگ با کومله و دموکرات حضور داشتم.

وی در ادامه می‌گویند: شهدا انتخاب شده هستند. هر شهیدی یک خصوصیت خاصی دارد که در او نهفته است و بعد از شهادتش محرز می‌شود. خصوصیت خوب را همه می‌سنند. معمولاً شهید بعد از رفتن جلوه‌هایش را نشان می‌دهد. کسی نمی‌تواند بگوید که او نسبت به بقیه مستثنی است چون همه شهدای ما جلوه‌های داشته‌اند. امکان دارد ما بنییم و امکان دارد بعد از شهادت متوجه شویم. برادران ما هم همینطور بودند. آن‌ها را بیشتر بعد از شهادتشان شناختیم. و در این مواقع است که انسان متوجه می‌شود چه نعمت‌هایی داشته و از دست داده است. مخصوصاً کسانی که در اطراف شهید یا او زندگی می‌کنند مثل خانواده برادر شهیدان اسفندی ترکانی با اشاره به شاخصه مهم رفتاری برادران شهیدش گفت: توصیف برادرانم خیلی سخت است. ما همیشه در جبهه بودیم. خیلی‌ها رفتند و آمدند و خیلی‌ها هم از زوری شهادت داشتند. اما چنین توفیقی نسبت به هر کسی نمی‌شود. من وقتی به خودم نگاه می‌کنم، می‌بینم خیلی با برادران شهیدم فاصله دارم. شاید بیشتر آن هم برمی‌گردد به تقوا. هر چه تقوا بیشتر باشد ارزش فرد هم بیشتر است. من نتوانستم به تقوای برادرانم برسم.

برادر شهیدان اسفندی ترکانی با اشاره به شرایط سخت روزهای جنگ می‌گویند: بعد از آغاز جنگ هیچ وقت ما ۵ برادر نتوانستیم دور یک سفره بنشینیم. چون همیشه با یکی دو نفرمان در منطقه بودند یا مجروح شده و در بیمارستان بودند. شنی که علی اسفندی شهید شد، علی و علی اسفندی محمدرضا سه برادرم در منطقه جنتون و در عملیات خیبر شرکت داشتند. شب اول محمدرضا شهید می‌شود. چون مجروح‌باشان جدا نبود. برادرها با خبر نمی‌شوند. علی در گردان دیگری بود و او هم از ناحیه شکم مورد اصابت گلوله قرار گرفت و مجروح شد. او را به عقب بردارند. علی اسفندی در محور طلائییه بود. وقتی عراق طلائییه را می‌گیرد، او را به شهادت می‌رساند. سه برادر در سه محور جنتا در این عملیات حضور داشتند. یکی در نفر از شهدا را چون در منطقه خیبر بودند نتوانستند یک‌پارشان را به عقب منتقل کنند. اما مابقی شهدا در منطقه ماندند. چون بی طلائییه بسته شده

بود و دیگر دست نیروهای ما نبود، که بتوانند مجروحین یا شهدا را تخلیه کنند. به همین دلیل یک‌بار علی اسفندی همان منطقه ماند.

او با اشاره به دو تن از برادران شهیدش که هر دو روحانی بودند می‌گویند: علی اسفندی در سپاه بود. مسئولیت عقیدتی سراسری لشکر علی ابن ابیطالب را به عهده گرفت و بعد از آن عنوان آقای سیدی فرمانده لشکر شد. یادم می‌آید خیلی کوچک بود که حاج علی اکبر برای درس جامع المقدمات می‌رفت. او هم همراهش می‌رفت. پدر خاتمش هم مرموم بود. همان بود که دادام آقای بهشتی که الان هم به عنوان امام جماعت مسجد شناخته شده. از همان ابتدا علاقه زیادی به روحانیت داشتند. قاری و حافظ قرآن هم بود. ما در یک خانواده مذهبی زندگی کردیم و برادران هم طبیعتاً علاقگی در این زمینه داشتند و به قلم رفتند. آنجا هم وارد سپاه قلم شدند و هم درس حوزه می‌خواندند. علی اکبر که ده سال روحانی بود. علی اسفندی هم که الان یکپارش آمده در حال گذراندن دروس خارج فقه بود که به شهادت رسید. سه تن از برادران اسفندی ترکانی به شهادت رسیدند و یک تن از آنان نیز از جایبازار هشت سال دفاع مقدس می‌باشد.

«شهید محمدرضا اسفندی ترکانی» که به همراه شهید علی اسفندی اسفندی ترکانی در عملیات خیبر حضور داشت و به فاصله چند روز از او به شهادت رسید. یک‌بار او در همان ایام به نزد خانواده بازگشت و به خاک سپرده شد. اما یک‌بار شهید علی اسفندی در منطقه ماند و در شمار شهیدانی متفق ایچ شد جای گرفت. برادر سوم و بزرگتر «شهید علی اکبر اسفندی ترکانی» در سال ۶۵ در منطقه عراق مرز اثر انفجار فاسم چند روز از او به شهادت رسید. بعد از آن شهید جنتا در کرد و بر اثر اصابت ترکشی به سرش در منطقه جنتون و در سن ۲۰ سالگی به شهادت رسید. یک‌بار او بعد از گذشت ۲۶ سال از شهادت در عملیات اخیر تفحص کیمبه جنگجوی متقونین کشف و شناسایی شد.



حضور مقام معظم رهبری (مد ظله) در منزل شهیدان اصغری ترکانی در سالهای دفاع مقدس



پدر شهیدان اصغری ترکانی

## فرازی از وصیت‌نامه پدر شهیدان علی اکبر، علی اصغر و محمدرضا اصغری ترکانی

سفارش اکیدم اینست که همه و همه بیرو خط رهبرعظیم‌الشانان حضرت آیتالله خامنه‌ای (مدظله) باشید و پشتیبان نهضت رهبرکبیرخمنی (ره) بشکنید و در مقابل دوستام یک دوست باوقا بهره‌ده نودم و آنها و شماها هیچ استفاده خیری از وجود من نبردید و من حشمت بودم، امینوارم که مرا فرقی کنید و به بزرگی خودتان بخشید (و در همین جا اعلام می‌کنم که اگر کسی از دست من رنجیده ولو به حرفی یا اشارهای، مرا ببخشید چون من دیگر دستم از دنیا کوتاه است و اگر حق انسانی برگردتم مانده باشد که من آن نکرده باشم دیگر نمی‌توانم آن کنم این است که باید شما مردم نیکوکار از من بگذرید تا خداوند مرا بیامرزد) چون روی سختم یا همسر است به ایشان عرض می‌کنم که اگر دارای فرزندی شدید نام او را علی اصغر بگذارید و به او درس آموختن و مقاومت بدهد و او را یک پاسدار اسلام و مجتهد با تقوا باریابرد.

نام اصغری ترکانی

۱۳۴۱/۱۲/۲۹

## فرازهایی از وصیت‌نامه شهید علی اصغر اصغری ترکانی

اول در مورد سالار شهیدان حسن ابن علی (ع) که خاضعانه می‌خواهم یاد این امام شهید را زنده نگه‌دارید چون بفرموده امام عزیز ما یا گریه زنده‌ام و باید روضه ایامیدالله زنده و جاوید بماند دوم در مورد امام زمان (عج) که از یاد ایشان غافل نشودم و برای فرجی دعاکنید و شهبای چهارشنبه حی المقنور به چمکران بروید و یا به مجلس دعای توسل که در خانه شهیدان برقرار است شرکت کنید و نماز ایشان را فراموش نکنید به فرزندان و والدینتان و برادر و خواهراتان یادبدهید تا آنها هم از این فیض عظمای بهره‌بردار باشند. سوم در مورد امام عزیز این نور چشم و روشنی قلب امت، از شما امت بزرگوار خاضعانه التماس می‌کنم که قدر این نعمت عظمای الهی را بدانید و شکر امانت کنید. درست پشت سر امام حرکت کنید (انشاءالله) چهارم در مورد والدین عزیزم مادر و پدر عزیز عزیزتر از جانم و ای روشنانی قلمبر در مصیبت خفیر صبور باشید و اگر خیر بختان دادند اول این آیه شریفه را تلاوت کنید انالله وانا الیه راجعون و بعد شکر خدا کنید و سجده شکر بجا آورید و سرفراز باشید چون فرزندان یگانه با دگار پیامبر خدا را تنها نگذاشت و تو ای مادرم فردا در روز قیامت در مقابل فاطمه‌الطاهره (س) سرزنشی و او از تو راضی است چون فرزند تو فرزند او را یعنی روحالله را یاری کرد و به فرمان او لبیک گفت و تو ای پدر مقدس من نیز همچو مادر اقدس در پیشگاه پیامبر (ص) و علی (ع) و امه هدیه (ع) سرفرازی پس شکران نعمت کنید و هیچ فسمی به خود راه ندهید چون در کلبه ما رونق اگر نیست صفا هست هر جا که صفا هست در آن نور خدا هست، شهید جز صفا چیز دیگری به بازماندگان باقی نمی‌گذارد، و دیگر از شما خاضعانه می‌خواهم که به اسلام و امام و انقلاب وقادار بمانید همچنانکه بودید و هستید از مشوقم و معبودم می‌خواهم که شهادت مرا فرجی و آمرزشی برای شما والدین گرام و همسر عزیزم قرار بدهد. (انشاءالله) پنجم و دیگر در مورد همسر محبوبه من تو نیز مانند والدین عزیزم باش همچون کوهی استوار و مقاوم و خفیر این نیرو را در همسر می‌بینم. مرا ببخش که نتوانست همسر خوب و کاملی برای تو باشم و به بدی و ناقصی خودم متعزّمم همچنانکه برای والدینم فرزند خوب و صالحی نبودم و همچنانکه در مقابل برادر و خواهراتم برادر نیکو و متعفی نبودم و هم‌اتفاقم که در مقابل دوستام یک دوست باوقا بهره‌ده نودم و آنها و شماها هیچ استفاده خیری از وجود من نبردید و من حشمت بودم، امینوارم که مرا فرقی کنید و به بزرگی خودتان بخشید (و در همین جا اعلام می‌کنم که اگر کسی از دست من رنجیده ولو به حرفی یا اشارهای، مرا ببخشید چون من دیگر دستم از دنیا کوتاه است و اگر حق انسانی برگردتم مانده باشد که من آن نکرده باشم دیگر نمی‌توانم آن کنم این است که باید شما مردم نیکوکار از من بگذرید تا خداوند مرا بیامرزد) چون روی سختم یا همسر است به ایشان عرض می‌کنم که اگر دارای فرزندی شدید نام او را علی اصغر بگذارید و به او درس آموختن و مقاومت بدهد و او را یک پاسدار اسلام و مجتهد با تقوا باریابرد.

نام اصغری ترکانی

۱۳۴۱/۵/۲



## همگام با تکنولوژی در مسیر موفقیت حرکت کنیم

گفتگو با محمد ناصر کارآمد  
مدیر نمایندگی نیکوپام

• گفت‌وگو: مصطفی مصطفوی



### اشاره

شرکت نیکوپام در سال ۶۶ فعالیت خود را آغاز نمود و در سال ۷۰ امتیاز نمایندگی سایپا را اخذ کرد. این شرکت خدمات اکثر خودروهای سایپا را انجام می‌دهد. شرکت نیکوپام از قدیمی‌ترین نمایندگان و همچنین پرداختها از طرف شرکت دچار مشکل شد ما هزینه کرده بودیم و تیلیت‌ها کرده بودیم. ما یک بازاریاب شخصی این امر قرار داده بودیم اما کار کم کم داشت باعث شد تبلیغ و تخریب وجه چند ساله ما می‌شد. ما از مزایای خدمات کارت تارنجی می‌گفتیم و آنچه در عمل هوبنا می‌شد چیزی جز سختی و مشقت برای ما و مشتریانمان نبود. پرسنال این امر در امداد و سایپا در آن موقع هنوز توجه نشده بودند و وقتی دچار مشکل می‌شدیم و راه حل می‌خواستیم آنها نیز راه حل را نمی‌دانستند. وقتی یک پروژه لایحه می‌شود تمامی عوامل باید توجه شوند و ایرادات در نسخه‌های آزمایشی برطرف گردد. این یک اصل است. به فرض مثال بروشورها دو هفته بعد از فروش کارت به دست ما رسید. برای همین یک نامه‌نگاری موجود بود که اسم کارت تارنجی را در همان ابتدا مکتور کرد. مثل اینکه یک

بندی ارائه شده مهمترین عامل بقای فروش است. وقتی ما کارت تارنجی را فروختیم در خدمات دچار مشکل شدیم و همچنین پرداختها از طرف شرکت دچار مشکل شد ما هزینه کرده بودیم و تیلیت‌ها کرده بودیم. ما یک بازاریاب شخصی این امر قرار داده بودیم اما کار کم کم داشت باعث شد تبلیغ و تخریب وجه چند ساله ما می‌شد. ما از مزایای خدمات کارت تارنجی می‌گفتیم و آنچه در عمل هوبنا می‌شد چیزی جز سختی و مشقت برای ما و مشتریانمان نبود. پرسنال این امر در امداد و سایپا در آن موقع هنوز توجه نشده بودند و وقتی دچار مشکل می‌شدیم و راه حل می‌خواستیم آنها نیز راه حل را نمی‌دانستند. وقتی یک پروژه لایحه می‌شود تمامی عوامل باید توجه شوند و ایرادات در نسخه‌های آزمایشی برطرف گردد. این یک اصل است. به فرض مثال بروشورها دو هفته بعد از فروش کارت به دست ما رسید. برای همین یک نامه‌نگاری موجود بود که اسم کارت تارنجی را در همان ابتدا مکتور کرد. مثل اینکه یک

بندی ارائه شده مهمترین عامل بقای فروش است. وقتی ما کارت تارنجی را فروختیم در خدمات دچار مشکل شدیم و همچنین پرداختها از طرف شرکت دچار مشکل شد ما هزینه کرده بودیم و تیلیت‌ها کرده بودیم. ما یک بازاریاب شخصی این امر قرار داده بودیم اما کار کم کم داشت باعث شد تبلیغ و تخریب وجه چند ساله ما می‌شد. ما از مزایای خدمات کارت تارنجی می‌گفتیم و آنچه در عمل هوبنا می‌شد چیزی جز سختی و مشقت برای ما و مشتریانمان نبود. پرسنال این امر در امداد و سایپا در آن موقع هنوز توجه نشده بودند و وقتی دچار مشکل می‌شدیم و راه حل می‌خواستیم آنها نیز راه حل را نمی‌دانستند. وقتی یک پروژه لایحه می‌شود تمامی عوامل باید توجه شوند و ایرادات در نسخه‌های آزمایشی برطرف گردد. این یک اصل است. به فرض مثال بروشورها دو هفته بعد از فروش کارت به دست ما رسید. برای همین یک نامه‌نگاری موجود بود که اسم کارت تارنجی را در همان ابتدا مکتور کرد. مثل اینکه یک

جناب آقای کارآمد شما  
نماینده برتر در فروش کارت  
تارنجی هستید چه عوامل و  
زیروساخت‌هایی باعث شد این



موفقیت را بدست بیاورید؟  
بیشتر از همه اتفاقی بود که به کارت تارنجی داشتیم. از سال نو و از همان ابتدا ما شروع به فروش کارت تارنجی کردیم. در ابتدا خود حرکت کردیم و از همان ابتدا برتر فروش شدیم. اما بعد از مدتی با وجود آمدن یکسری مشکلات در کارت تارنجی ما توقف فروش داشتیم. بعد از مدتی شرکت سایپا یک از ما خواست تا دوباره به عنوان لگو و قدیمی‌بودن فروش کارت را شروع کنیم.  
**چه اتفاقی باعث شد که شما فروش را در برهه‌ای متوقف کنید. آیا اشکال سیستم آنقدر بزرگ بود که شما تصمیم به چنین اقدامی گرفتید؟**  
ببیند مسلمان هر فروشی که انجام می‌شود خدمات

## ما در سایت فروش قطعات

آپشن را راه اندازی کردیم. ما به این نکته اعتقاد داریم که فروش آپشن و راه اندازی یک ساختار برای آپشن‌های خودروهای سایپا سود کلانی را روانه سایپا یدک و نمایندگی‌ها می‌کند.

رایگان درب منزل را نیز فعال کردیم. مجوزهای لازم را از وزارت صنایع و معادن دریافت کردیم و تسان نماد اعتماد الکترونیک را نیز دریافت کردیم و اعتماد پرداخت را نیز جاری ساختیم. در حال حاضر ما به دورترین نقاط کشور نیز فروش می‌فرستیم و تجارت خود را گسترش دادیم. بعد از آن مرحله شروع به اضافه کردن خدمات دیگر از قبیل فروش خودرو، عضویت کلوب وی آی بی نمایندگی، فروش کارت تازجی و... کردیم که تک تک این عوامل باعث رونق کسب و کار و تجارت ما شد. آخرین قیمت‌های روز کارخانه و بازار خودرو نیز در این سایت گنجانده می‌شود که این عامل حضور افراد بسیاری را در سایت سبب شده است. ضمناً علاوه بر کارت سروس ۲۴۷ که این عامل باعث شد ما در فروش سروس ۲۴۷ نیز رتبه برتر فروش را کسب کنیم.

**زیر سایبانتان شما فروش آپشن را نیز دیدم، آیا پرسنل‌های ایجاد کرده‌اید؟ آیا در این زمینه نظر کارشناسی دارید؟**

ما در سایت فروش قطعات آپشن را راه اندازی کردیم. ما به این نکته اعتقاد داریم که فروش آپشن و راه اندازی یک ساختار برای آپشن‌های خودروهای سایپا سود کلانی را روانه سایپا یدک و نمایندگی‌ها می‌کند. مشتریانی که خودروی سفر می‌خرند نایافته به رتبه بالا کردن و آپشن‌دار کردن خودروهای خود دارند و حاضرند برای محصولاتی که خود شرکت سایپا به عنوان آپشن‌های کارخانه ارائه می‌دهد هزینه خوبی را بپردازند. این عامل باعث اعتماد مشتریان به محصولات آپشن و رونق کسب و کار شرکت و نمایندگان می‌شود. متأسفانه زیرساخت خوبی برای این مهم توسط شرکت شکل نمی‌گیرد.

### سخن پایانی...

سخن آخر قطعه فروختن نسبت به بازرگاری دید مدیران است. به نظر من این تغییر باعث استفاده کامل از پتانسیل‌های موجود و باقی‌رو شرکت می‌شود. متشکرم

و بازاریابی حرفه‌ای ما دانست. ما خودروها را در محل مشتریان بازدید می‌کردیم و بدون اینکه مشتریان بخواهند مراجعه ای به نمایندگی داشته باشند کارت را به آنها می‌فروختیم. از ما خواسته شد این پروسه را متوقف کنیم و فروش را فقط در محل نمایندگی انجام دهیم. ما در اکثر بیمارستانها و مراکز فروش بنر زده‌ایم و اعلام کرده‌ایم که کارت تازجی را تنها با یک تماس به شما ارائه می‌دهیم برای کارشناسان یک مودم سیار گرفته‌ایم که اینترنت بر سرعت در دسترس باشد و کارشناسی ما در محل مشتری رفته و فیلمبرداری می‌کند و همان لحظه فیلم را ارسال می‌کند دنیا در حال حاضر دنیای سرعت ارتباطات از طریق تکنولوژی‌های نوبت است. اینکه ما نتوانیم بدین صورت و در حجم بالا فروش داشته باشیم تفکر اشتباهی است. حتی یکسری سواستفاده‌هایی صورت گرفته که اینگونه شده است. اما امیدوارم این مشکل ما و دلیل توقف آن برای ما نوجه شود. نهایتاً شکر خدا ما اخیراً نمایندگی منتخب کارت تازجی شدیم و کارشناسی را خودمان انجام می‌دادیم و روند سریعتری را شکل دادیم که این عامل باعث رضایت ۹۰ درصدی مشتریان شد.

مشکل دیگر کارت تازجی بیمه نکردن سیستم و لوازم جانبی خودروهاست و این عامل یکسری افراد را به بیمه‌های دیگر می‌کشاند. نکته دیگر اینکه سال‌های پیش شرکت سایپا یدک یک گزارش راجع به نمایندگان ارائه می‌داد و اعلام می‌کرد که در خدمات فروش کارت تازجی، فروش قطعات و... چه رتبه‌ای داریم. اسمال این سیستم قطع شد. این گزارش و رتبه‌بندی خیلی خوب بود و باعث می‌شد تا ما خودمان را ارزیابی کنیم و ببینیم که فعالیت‌ها و تبلیغاتی که انجام دادیم آیا تاثیر داشته است یا نه. اما اسمال این عامل انگیزشی ارائه شد.

## کارت تازجی را چگونه فروختیم. آیا تبلیغاتی فراتر از تبلیغات شرکت انجام دادیم؟

ما معرفی و فروش کارت تازجی را از ابتدا با بازاریابی تلفنی شروع کردیم و لیست تمامی مشتریان‌مان را در آورده و شروع به تلفن کردن به آنها و معرفی این محصول به آنها کردیم. در مرحله بعد شروع به تبلیغات پیامکی در منطقه کردیم و هزاران پیامک ارسال کردیم و این کارت را معرفی کردیم. در مرحله بعد سوراغ سازمان‌ها و پیمانکاران‌ها و کارخانه‌های اطراف خودمان رفتیم و برای آنها یکسری انگیزه‌هایی ایجاد کردیم و به آنها گفتیم که اگر کارت را از ما خریداری می‌کنید خدمات بهتری به آنها ارائه می‌دهیم و همچنین در این امکان بنر و استندهای کارت تازجی را قرار دادیم. در مرحله بعد ما وبسایت‌مان را طراحی کردیم. وب سایتی که تمامی اطلاعات کارت‌ها و دستبندی آنها در این سایت با توضیحات کامل قرار گرفته. هر حتی که باعث فروش اینترنتی کارت تازجی شد و بازار بزرگی را نصیب ما کرد.

**در میان صحبت‌هایتان از وب سایت سخن به میان آوردید. آیا این فکر و این حرکت ارزشی حاصل تصمیمات شما در رسته ای تی بوده و اینکه در این سایت چه چیزهایی گنجانده شده است؟**

تصمیمات دانشگاهی من بی تأثیر نبود. اما نکته مهم این است که دنیای تجارت دچار تغییرات شده و عصر تکنولوژی است. ما بررسی کردیم و دیدیم با بیست سال سابقه در منطقه اسم و رسم خودمان را داریم. تصمیم گرفتیم بازاری فراتر از منطقه را داشته باشیم. بنابراین با به عرصه اینترنت گزشتیم و با طراحی سایت شرکت نیکو پیام بازار هدف خودمان را گسترش دادیم. ما سایت را با معرفی خودمان و فروش اینترنتی قطعاتی که شروع کردیم و وارد فاز تجارت الکترونیک شدیم و فروشگاه اینترنتی قطعات یدکی را راه اندازی کردیم و در تهران تحویل





## بامشتری صادقانه رفتار کنیم

گفتگو با علی غنیان  
مدیر نمایندگی سایپا در یزد

■ گفت‌وگو: سعید نوابی

### اشاره



یزد در سال‌های اخیر همواره از جمله شهرهایی بوده که در ارزیابی‌های سالانه نمایندگی‌های سایپا، رتبه‌های بالا را به خود اختصاص داده است. در چاده‌ای که به فرودگاه شهید صدوقی یزد ختم می‌شود، نمایندگی علی غنیان پذیرای مشتریانی است که نه تنها از آن سوی شهر، بلکه از شهرستان‌های مجاور نیز برای دریافت خدمات مطلوب، دوری راه را تحمل و به این نمایندگی مراجعه می‌کنند.

نمایندگی غنیان از سال ۸۳ آغاز به کار کرد و اکنون مدیر این نمایندگی ۱۰ سال تجربه حضور در شبکه نمایندگی‌های سایپا را بهترین سرمایه برای جلب اعتماد مشتریان می‌داند. علی غنیان در گفت‌وگو با مشتری‌مداری هم از مشکلات کار می‌گوید و هم از مسیری که برای کسب موفقیت در به دست آوردن رتبه یک ارزیابی سازمان بازرسی کیفیت پیموده است.



از همکاران

خواستام با

مشتري همراه باشنده

و حرف دل او را

پشنوند. مشتري را

بايد به هر قيمتي حفظ

کرد و به اعتقاد من

اين کار واجب است.

بر همين اساس اصل

احترام به مشتري در

اين نمايندگي نهادينه

شده و هر يک از

کارکنان وظيفه خود

را به خوبي مي دانند.

بر همين اساس اصل احترام به مشتري در اين نمايندگي نهادينه شده و هر يک از کارکنان وظيفه خود را به خوبي مي دانند. از سوي ديگر اعتقاد دارم که براي حفظ احترام مشتري، در وهله اول بايد احترام کارکنان حفظ شود لذا به منظور تامل بيشتري با همکاران و بررسي مشکلات، هر دو هفته يک بار جلسه داخلي برگزار مي کنيم و در اين جلسات درباره تمام مسائل صحبت مي کنيم.

### يعني بهره‌روري نيروي انساني را بر همه چيز مقدم مي دانيد؟

بله فقط تلاش مي کنيم مشکلات همکاران را درک کنيم چراکه هر مشکلي در روند ارائه خدمات خطاي ايجاد مي کند. از سوي ديگر از نظام تشويق و پاداش هم برای بهبود عملکرد کارکنان استفاده مي کنيم و حتى به عنوان پاداش هر کدام از آنها را با تقيل تمام هزينه‌ها به همراه خانواده سه روز به مشهد فرستادم. اين توجه به کارکنان و خانواده آنها موجب بهبود عملکرد در کار مي شود. مطمئناً سطح منبري از مشورت جمعي و توجه به کارکنان ضرر نخواهد کرد. وقتي که تمير کار از کار خود رايشد فقط مشتري هم راضي خواهد بود.

### از رزم و از موفقيت در کار که بگوييم، براي ايشان کيفيت در ارائه خدمات نيز نهادينه شود چه بايد کرد؟

براي ارائه خدمات با کيفيت در تمام نمايندگي‌ها به سوري که ميزان رضاي مشتريان به حد اکثر برسد، سايبايدک بايد براي خروج از مشکلاتي که در اين راه وجود دارد چاره‌اي پاياندهد. در اين مسير، همکاري صميمانه با نمايندگي‌ها مي‌تواند فضاي اعتماد را بين شبکه و سايبايدک گسترش دهد که در نتيجه نمايندگي‌ها با حس اطمينان بيشتري به ياد کمک سايبايدک خواهند آمد. يکي از مشکلاتي که بايد روي ريف آن برنامهريزي شود، کمبود قطعه است که بيشتريين موزان شکايت و با نارضايتي مشتري را در کل شبکه به خود اختصاص داده است. علاوه بر اين، کيفيت قطعات مصرفي نيز بايد مورد توجه قرار گيرد تا مشتري با اطمينان خاطر از کيفيت قطعات، براي دريافت خدمات مشکلات ناشي از کمبود قطعه در حال رفع شدن است. با اين وجود مشکلاتي هم در ارسال و خريدي قطعه وجود دارد که بايد رفع شود و ما تا زمان رفع کامل مشکل، در صورتي که قطعه موجود نباشد به هر روش و از هر راهي که شده آن را تهيه مي کنيم تا مشتري راضي برود.

### کار تارنجسي تا چه حد مي تواند به افزايش کيفيت

### کسب رتبه يک در بين نمايندگي‌هاي سايبا قطعاً با دشواري‌هاي زيادي روبرو بوده اين مسير را چگونه طی کرديد؟

موفقيت اين نمايندگي مروهون صداقت با مشتري است. بايد صداقتاً با مشتري رفتار کرد چراکه در غير اين صورت، نارضايتي خود را تبليغ مي کند. همين نارضايتي مشتري تمام زحمات يک نمايندگي را به نتيجه مي گزارد. مهربانترين عامل براي کسب موفقيت، در پيش گرفتن رفتاري مناسب با مشتري است که سايز امور را ساماندهي مي کند. ارائه خدمات به مشتري اگر با صداقت و رو راستي همراه نباشد، ايندهاي نخواهد داشت.

### در واقع مشتري مداري را رزم موفقيت در کار مي دانيد. يک نماينده موفق بايد چهطور با مشتري صداقت پاياندهد؟

شبهه نمايندگي‌ها با زباني رفتني سايبا هستند و به دليل رابطه مستقيمي که با مردم برقرار مي کنند، عملکرد دشمنان را رضاييت يا عدم رضاييت مشتري تاثيرگذار است. بنا بر اين، خواست و سليقه مشتري حرف اول و آخر را در بخش ارائه خدمات مي زند. براي ايشان يک نماينده يوتواند با مشتري صداقت پاياندهد، بايد به کار خود علاقه داشته باشد تا موفق شود.

### خود شما چه رفتاري را با مشتري در پيش گرفته ايد؟

من هيچ گاه به مشتري و حتى همکارانم دروغ نگفتم. برنامه‌ها را حتى اگر به ضرر من باشد به موقع اجرا کرده‌ام. هنگام پذيرش خودرو، با مشتري ارتباط برقرار مي کنيم و حتى عيب خودرو را خودم تشخيص مي دهيم. روابط من با مشتريان دوستانه است و گاهي کارهاي پذيرش را هم خودم انجام مي دهيم. مشتري همين احترام را مي خواهد. وقتي مشتري همراهي و ادبي احترام مدير نمايندگي را مي بيند، جذب مي شود و با اطمينان بيشتري خودروي خود را به نمايندگي مي سپارد. در واقع برخورد محترمانه با مشتري باعث مي شود که اگر احياناً مشکلي مانند کمبود قطعه در فرايند ارائه خدمات به وجود آمد، با جان و دل آن را درک کند. هنگام ترخيص هم خودرو را به کارواش مي برسيم و تميز به مشتري تحويل مي دهيم. من مقدم بايد به هر کار ذي مستد زد تا مشتري راضي از نمايندگي سايبا خارج شود. از هر سوي ديگر، مدير نمايندگي بايد ضمن برخورداري از دانش فني، در جريان امور تمير گاه هم باشد. در واقع تسلط او بر امور، موفقيت در ارائه خدمات را تضمين مي کند.

### يعني تا به حال مشتري ناراضي نگذاشتيد؟

تاکنون مشتري ناراضي از خدمات ندانسته‌ايم. تکريم مشتري باعث مي شود که دست خالي از نمايندگي برنگردد. ما مشتري را تا آخرين لحظه همراهي مي کنيم و بخاطر همين احترام و تکريم مشتري است که در تمام ساعات روز مراجعه کننده داريم.

### همکاران نيز در اين مسير مانند شما با مشتري رفتار مي کنند؟

از همکاران خواستام با مشتري همراه باشنده و حرف دل او را پشنوند. مشتري را بايد به هر قيمتي حفظ کرد و به اعتقاد من اين کار واجب است.



**طولانی شدن زمان صدور مجوز تعویض قطعات گارانتی موجب نارضایتی مشتری می‌شود. این مساله موجب می‌شود که حتی خودروهای گارانتی به خارج از شبکه مراجعه کنند.**

از انجام ندادن در موقع تعهدات است. در مجموع به نظر می‌رسد روند امور در فروش خودرو کم کم در حال برگشت به حالت عادی است و آمیوارم در بخش قطعات نیز روال عادی را در پیش بگیریم البته اوضاع خیلی نسبت به چند سال گذشته بهتر شده است.

در ادامه این گفت‌وگو، مهدی نجاتی، مسوول گارانتی، ابزار و فروش کارت نارنجی نمایندگی به جمع ما ملحق شد تا درباره برخی مشکلات در زمینه‌هایی که مسوولیت دارد توضیحاتی ارائه کند.

### تعویض یک قطعه گارانتی چه مقدار زمان نیاز می‌برد؟

قبلا برای تعویض قطعات گارانتی، با اداره گارانتی ارتباط داشتیم و مجوز تعویض حداکثر تا دو ساعت صادر می‌شد اما اکنون بعد از تایید گارانتی، باید واحد مهندسی نیز نظر بدهد و همان فرآیندی که قبلا در ارتباط با مدیریت گارانتی طی شده بود مجدداً توسط کارشناس فنی طی می‌شود که در این فرآیند صدور پاسخ از واحد فنی مهندسی گاهی سه روز نیز طول می‌کشد. طولانی شدن زمان صدور مجوز تعویض قطعات گارانتی موجب نارضایتی مشتری می‌شود. این مساله موجب می‌شود که حتی خودروهای گارانتی به خارج از شبکه مراجعه کنند.

### استقبال از کارت نارنجی چطور بوده است؟

استقبال از کارت نارنجی خوب بوده و نشانستن فرانتسبز و استفاده از قطعات استاندارد و شرکتی از دیگر مزایای آن است. در واقع می‌توان گفت که کارت نارنجی آرامش خاطر را برای مشتری به همراه دارد. البته باید به این نکته نیز اشاره کرد که به نازکی امداد خودرو دستور داده است که برای تعویض قطعات گارانتی بنده بجای عکس، قلم تهیه و ارسال شود. قلمبرداری زمان زیادی به خود اختصاص می‌دهد به طوری که طبق بخشنامه، حداکثر در ۲ دقیقه و نیم باید ایرادات خودرو به تصویر کشیده شود. مگر اینکه در دو یا سه مرحله از خودرو و ایرادات آن قلمبرداری شود که با این وجود باید حجم قلم هم کم شود. در مجموع کارت نارنجی اقدام بجا و مناسبی برای ارائه خدمات جدید به مشتری است و باید برای آن بیشتر تبلیغات کرد.



### خدمات کمک‌کنند؟

در خدمات پس از فروش و طرح‌هایی که برای آن در نظر گرفته می‌شود، باید به کیفیت بیشتر توجه کنیم. کارت نارنجی هم در کنار مزایای فراوانش کاستی‌هایی هم دارد که باید هرچه سریعتر رفع شوند. یکی از این کاستی‌ها که بیشتر نمایندگان ما با آن روبرو هستند، طولانی شدن فرآیند رسیدگی به درخواست‌های تعمیر و یا تعویض قطعات در گارانتی بنده است که گاهی به ۳۰ روز هم می‌رسد. وقتی مشتری به راحتی گارانتی بنده را خریداری می‌کند، انتظار دارد به سرعت خواسته‌هایش برآورده شود و این تاخیر در رسیدگی، به اعتماد مشتری لطمه وارد می‌کند. به نظر من باید به نمایندگی اختیار داده شود که در خصوص اسور مربوط به گارانتی بنده کارت نارنجی، رأسا تصمیم‌گیری کند و یا اینکه فرآیند تایید درخواست را کوتاه کند. باید هم روشی را در پیش گرفت تا مردم ناراضی از نمایندگی خارج نشوند چون به سرعت در مقام مقایسه برمی‌آیند. اگر این قبیل مشکلات در کارت نارنجی برطرف شوند، کارت نارنجی می‌تواند کمک قابل توجهی به افزایش کیفیت خدمات کند.

### کیفیت خودروهای جدیدی که قرار است در سایپا تولید شود را چطور ارزیابی می‌کنید؟

اگر سایپا به تعهداتش در زمینه تحویل به موقع خودروهای جدید به خوبی عمل کند، آینده خوبی خواهد داشت و خودروهای جدید می‌توانند بعضی از کاستی‌ها را جبران کنند. کیفیت خودروهای جدید هم بسیار خوب است و اگر با قیمت مناسب وارد بازار شوند به خوبی می‌توانند سهم سایپا از بازار فروش خودرو را افزایش دهند. به نظر من تنوع محصول و ورود محصولات جدید به سبد فروش سایپا، حتی می‌تواند بر فروش سایر محصولات مانند گروه X100 هم تاثیر گذار باشد. باز هم تأکید می‌کنم که عمل به تعهدات، می‌تواند رضایت مشتری را برآورده کند؛ چراکه عمده نارضایتی‌های مشتریان





گفت‌وگو با علیرضا زینلی، مدیر نمایندگی سایپا در کرج:

## کارت نارنجی، فرصتی برای رونق کسب و کار

گفت‌وگو: مصطفی مصطفوی

### اشاره

نمایندگی زینلی قاهانی از سال ۱۳۷۸ به عنوان دومین نمایندگی شهرستان البرز فعالیت خود را آغاز نمود. این در حالی است که این مرکز از سال ۱۳۵۰ سایپا که تعمیرات دارد و به صورت تخصصی بر روی خودروی مرسدس بنز فعالیت می‌نمود. این نمایندگی دارای سه طبقه شامل سالن‌های مختلف تعمیراتی، خدمت‌رسانی به مشتریان سایپا را مورد توجه خود قرار داده است.

پسای صحبت‌های آقای علیرضا زینلی مدیر نمایندگی می‌نشینیم و از تجربیات او بهره می‌بریم. آقای زینلی کارشناس بسوق و الکترونیک می‌باشد و هدف خود را ارائه خدمات بهتر به مشتریان سایپا قرار داده است و به نوآوری‌های کوچک جهت رسیدن به بلند پروازی‌های حرفه‌ای خود توجه ویژه‌ای دارد.



مشتریان وفاداری دارد که آنها می‌تواند به صورت باقوه از گان مهمی برای تبلیغ کردن شما باشند.

**نظر شما به عنوان نماینده برتر فروش کارت نارنجی در مورد خودروهای جدید چیست؟ آیا باعث رونق کسب و کار نمایندگی‌ها میشود؟**

این عامل در صورتی باعث رونق کسب و کار می‌شود که تیراژ بالایی وجود داشته باشد. چون آموزش و ابزار مخصوص این خودروها هزینه زیادی به دوش نمایندگی‌ها خواهد گذاشت. تنها با توجه به تیراژ بالا می‌توان رونق کسب و کار را شاهد بود. تااین نقطه این خودروها نیز مورد بعدی خواهد بود. اگر شرکت توانمند این خودروها را به موقع و به وفور تامین کند، خودروها زمان زیادی برای تعمیر شدن به خود اختصاص می‌دهند و این عامل ناراضی‌ت بی‌شمار می‌آورد و این ناراضی‌ت به نمایندگی‌ها انتقال پیدا می‌کند. نکته‌ای که قابل توجه است این است که نمایندگی‌ها خط مقدم شرکت هستند و تمامی مشکلات و ناراحتی‌های مشتریان به نمایندگی‌ها گفته می‌شود و انتقال می‌یابد. ایندوارم برنام‌ریزی دقیقی برای خودروهای جدید صورت گرفته باشد که سرمایه‌گذاری نمایندگان بر روی آنها با کمال رغبت و در جهت سرمایه‌گذاری انجام شود.

**سخن آخر...**

اندیورم شرکت سایپا باید یک بیشتر مراقب نمایندگی‌ها باشد و از لحاظ حقوقی نیز آنها را مورد حمایت و پشتیبانی قرار دهد. نمایندگی‌ها سرمایه‌های شرکت هستند. در آخر تشکر می‌کنم از همه کسانی که دست‌اندرکار کارت نارنجی بودند و نمایندگان را در شرایط بحرانی این طرح نجات دادند.

کمبود قطعه وجود دارد. حتی استفاده از قطعات بازار در شرایط اضطرار باعث خارج شدن از استاندارد می‌گردد. تاخیر در پرداختها و تفاوت قیمتی کارشناسی شده با قیمت پرداخت شده توسط شرکت نیز از مشکلات مالی این کارت برای نمایندگان می‌باشد. مشکل دیگر که در کارت نارنجی بوجود آمده است گزارش پلیس برای خسارت‌های کمتر از سه میلیون تومان است. بدین معنی که پلیس برای خسارت‌های کمتر از این مقدار گزارش ارائه نمی‌دهد. این در حالی است که کارت نارنجی خسارت‌های یک میلیون و هفتصد هزار تومان را نیز به همراه گزارش پلیس قبول می‌کند. برای این کار فرد خسارت دیده می‌بایست به شورای حل اختلاف رجوع کند و این کار علاوه بر زمانی که از گرفته می‌شود حدود صد هزار تومان هزینه برایش در بر دارد. بیمه‌ها این سقف را به میلیون‌ها ریخته‌اند اما در کارت نارنجی هنوز این اتفاق نیفتاده است. اما در کل ما به کارت نارنجی اعتقاد داریم و آن را مطلوب می‌دانیم.

**آیا شما علاوه بر تبلیغاتی که شرکت در زمینه فروش کارت نارنجی انجام داده است، فعالیت‌های تبلیغاتی خاصی انجام داده‌اید؟**

ما تبلیغات ما به صورت گسترده در سطح شهر و منطقه نمایندگی‌های اعمال نکردیم، بلکه تلاش کردیم که تا از محیط خودمان و مشتریانی که در سیستم داریم شروع کنیم و آنها را ترغیب به خرید کنیم. ما از بیان مزایای این کارت به مشتریان و مشتریان خود شروع کردیم و اعتقاد داریم که تبلیغات زبانی و فرد به فرد می‌تواند عامل موثرتری نسبت به انواع دیگر تبلیغات باشد و این مهم اتفاق افتاد. هر نمایندگی

**جناب زینلی چه عاملی باعث شد تا شما به عنوان نماینده برتر فروش کارت نارنجی شناخته شوید؟ آیا زیر ساخت خاصی برای این امر فراهم کردید یا تنها اعتقاد اصسخ به کارت نارنجی شما را در این درجه رساند؟**

من معتقد نیروی انسانی از بزرگترین سرمایه‌های ما است. تمام تلاش ما این بود که به نیروهای انسانی خود بها دهیم و آنها را در امر تصمیم گیری و وفاداری به سازمان دخیل کنیم. ما جلسات گروهی برای پیدا کردن روش‌های بهبود فروش و خدمت‌رسانی کارت نارنجی می‌گذاشتیم. عاملی که امروزه به عنوان تفکر گروهی مطرح می‌شود. این مهم باعث می‌شد که پرسنل نمایندگی ما خود را جزئی از کارت نارنجی بدانند و در خدمت‌رسانی به مشتریان این کارت، کمال اهمیت را قائل شوند. به نوبه بزرگترین عامل بهتر عمل کردن در زمینه کارت نارنجی تخصصی کردن پرسنل نمایندگی ما در این زمینه بود. کارت نارنجی برای ما فرصتی بود تا کسب و کارمان را رونق دهیم و این را همه پرسنل معتقد بودند. ما سعی می‌کنیم در نمایندگی‌های تفکر مدرن را اجرا کنیم.

**ارزیابی شما از کارت نارنجی چیست؟**

در مجموع این کارت طرح موفق بود. به هر حال هر طرحی یکسری مزایا و یکسری ایرادات دارد. از مزایای که کارت نارنجی دارد نداشتن کسر فرانشیز، پیگیری روند کارشناسی تا درخس در نمایندگی، ارائه لوازم مصرفی از بین رفته مانند روغن در خسارت‌ها و... می‌باشد که اینها مزایای بسیار خوبی هستند. در کنار این مزایا مشکلاتی همچون



## کسب رتبه اول مرهون جلب رضایت مشتری است

گفتگو با عباس حسن‌خانی  
مدیر نمایندگی نگین خودرو قم

اشاره

قم، شاهراه حمل و نقل کالا و مسافر در کشور است و به دلیل موقعیت استراتژیکی که دارد، هر ساله میزبان میلیون‌ها نفر از هموطنان است که یا قم را مقصد نهایی سفر خود انتخاب کرده‌اند و یا برای رسیدن به مقصد باید از قم عبور کنند. حجم بالایی تردها از استان قم، اذهان عمومی را به این واقعیت جلب می‌کند که حتما باید مراکز معتبری برای ارائه خدمات به مسافران و حتی بومی‌های قم وجود داشته باشند. نمایندگی نگین خودرو قم که در یکی از پردی‌های شهر قرار دارد، با تکیه بر سابقه طولانی‌اش موفق شده که اعتماد مشتریان ساییا را به خود جلب کند تا جایی که مشتریانی از استان‌های همچوار فقط بخاطر دریافت خدمات با کیفیت از یک نمایندگی قدیمی به این نمایندگی مراجعه می‌کنند. عباس حسن‌خانی، اولین نمایندگی ساییا در قم را تاسیس کرده است و اکنون با تکیه بر سوابق طولانی‌اش، می‌تواند پاسخگوی مشتریانی باشد که از نقاط دور و نزدیک برای دریافت خدمات به این نمایندگی می‌آیند. همین ویژگی‌ها باعث شده که نمایندگی نگین خودرو در قم رتبه یک سازمان بازرسی کیفیت و استاندارد ایران را از آن خود کند.

را به ما دادند و به عنوان اولین نمایندگی ساییا در استان قم کار خود را شروع کردیم. در ابتدا جای مناسبی نداشتیم لذا تعمیرگاهی را به مساحت هزار و ۴۰۰ متر در بلوار شهید بهشتی اجاره کردیم و به ارائه خدمات به خودروهای مساییا که عمدتاً رنو و ژیان بود پرداختیم. از سال ۷۰ هم که فروش خودرو در مساییا آغاز شد، رنو اولین خودرویی بود که امتیاز فروش آن را به ما دادند.

تا سال اول انقلاب به تعمیر ژیان مشغول بودیم. بعد از انقلاب، بیشتر نمایندگی‌ها تعطیل شدند اما من همچنان به کار تعمیرات رنو و ژیان ادامه می‌دادم تا اینکه مساییا در سال ۶۶ برای پذیرش نمایندگی در قم فراخوان داد. آن زمان متقاضیان از طرف فرمانداری برای نمایندگی تعیین صلاحیت می‌شدند که در استان قم چهار نفر داوطلب بودند. به هر حال امتیاز نمایندگی

کمی از سابقه خودتان بگوئید و اینکه از چه سالی نمایندگی ساییا را در قم تاسیس کردید؟



من از سال ۵۰ به حرفه مکانیکی مشغول بودم و همان زمان، برای گذراندن دوره آموزش تعمیرات ژیان به تهران رفتم. آن زمان نمایندگی ژیان در میدان آزادی بود. پس از گذراندن آموزش‌های لازم،



پایه سر کار باشد و از کار فنی نیز اطلاع داشته باشد. در مجموع، اولویت اول و آخر ما در فروش و ارائه خدمات مشتری است.

**سوردهی از پذیرش مسافر در راه مانده را به یاد دارید؟**

بله. چند روز پیش مسافری دانشتیم که با برپاید از بندرعباس آمده بود و مکانیک متفرقه هزینه تعمیرات خودرو را ۸۰۰ هزار تومان برآورد کرده بود تا چند روز بعد تحویل دهد و حتی درباره نقص فنی خودرو اطلاعات غلط به او داده بود. وقتی که به طور اتفاقی به نمایندگی مراجعه کرد، خودرو را ساعت ۸ صبح پذیرش کردیم و ساعت یک ظهر تحویل دادیم. هزینه تعمیرات هم ۱۵۰ هزار تومان شد. وقتی که مشتری این تفاوت را لمس می‌کند و با خیال راحت از نمایندگی خارج می‌شود خدا را بخاطر خدمتی که انجام دادهام شکر می‌کنم.

**با توجه به حجم بالای مراجعه مشتریان، با مشکل کمبود قطعه هم مواجه می‌شوید؟**

بازرگانی تمام قطعات خودرو برنامهریزی می‌کنیم که در ایران کسری نداشته باشیم. در مواردی که قطعه نیست قطعات را دو روز بعد از آن تامین می‌کنیم و دلیل تاخیر را نیز برای مشتری توضیح می‌دهیم. حتی به مواردی که در سایر قطعات خودرو نیاز به تعویض دارد و مشتری از آن مطلع نیست، به مشتری اطلاع می‌دهیم در حالی که برخی از نمایندگی‌ها چنین کاری را انجام نمی‌دهند.

**در خصوص کسب و کارهای جدید و تازنی چه نظری دارید؟**

کارت تازنی کار ما را بهبود داده و آمار فروش ما هم بالا بوده است. اما فرایند تایید خسارت گزارتی بنده کارت تازنی بسیار طولانی است که گاهی تازنی مشتری را هم در بر دارد. به نظر من بهتر است این وظیفه به نمایندگی‌هایی که عملکرد خوبی در ارائه خدمات کارت تازنی در استان‌ها داشته‌اند تفویض شود تا سرعت پاسخگویی بیشتر شود. در واقع اگر توانیم فرایند را در کوهنادرین زمان انجام دهیم، مطمئنم روند ارائه خدمات کارت تازنی نیز بهتر خواهد شد. مورد دیگر اینکه اگر خودروهای بالای ۵ سال نیز شامل خدمات کارت تازنی شوند، استقبال مشتریان بیشتر خواهد شد و کسب و کار نمایندگی هم توسعه خواهد یافت.

**اوضاع فروش خودرو چطور است؟**

استقبال مشتریان از خودروهای سایا خوب است و ما به عملکرد خوبی در این زمینه دانشتیم. اما انتقاداتی هم هست که بیان آنها می‌تواند به بهتر شدن اوضاع کمک کند. یکی از این انتقادات مربوط به سایت فروش سایا است. مثلاً موردی بوده که طبق بخشنامه اعلام کردند در ساعت ۱۱ صبح فردا سایت فروش باز است اما وقتی مراجعه کردیم نتوانستیم ثبت نام کنیم. دلیل آن هم این بوده که ساعت ۱۲ بود روز قبل. سایت برای مدتی باز شده و مشتری خودرو را خریداری کرده است. در حالی که خود نماینده طبق بخشنامه باید ساعت ۱۱ به سایت



امینحسین محل مراجعه مشتریان برای

دریافت خدمات است؛ به این مفهوم که مشتری از هر کجای استان که باشد برای دریافت خدمات مطلوب به ما مراجعه می‌کند. حتی خدماتی که در سایر نمایندگی‌ها موقوف به دریافت آن نشده است.

با گسترش فعالیت‌ها، محل قبلی از ظرفیت کافی برخوردار نبود لذا محل فعلی را با احداث ساختمان جدید نمایندگی در نظر گرفتیم که کار ساخت آن ۳۰ ماه طول کشید.

**الان به چه خودروهایی خدمات می‌دهید؟**

پراید، تیبا، تندر ۹۰، مگان، رزتا، رنو و اس ۳۰۰

**با توجه به سابقه‌ای که به آن اشاره کردید، استقبال مشتریان برای دریافت خدمات از این نمایندگی چگونه است؟**

اینجا آخرین محل مراجعه مشتریان برای دریافت خدمات است؛ به این مفهوم که مشتری از هر کجای استان که باشد برای دریافت خدمات مطلوب به ما مراجعه می‌کند. حتی خدماتی که در سایر نمایندگی‌ها موقوف به دریافت آن نشده است. مکانیک‌های ما هر کدام حدود ۱۸ سال سابقه کار دارند. آنها را در نمایندگی حفظ کردیم و از لحاظ تجربه، وزن بالایی داریم. برای نگهداشت کارکنانی که ۱۸ سال در کنار شما و سایا بوده‌اند چکار کردید؟

اولین اقدام، جلب رضایت کارکنان است. اگر کارکنان از محل کار خود راضی باشند دلیلی برای ترک آن ندارند و به همین دلیل سعی می‌کنند بهترین عملکرد را داشته باشند. رضایت کارکنان رضایت مشتری را به دنبال دارد. اگر کارکنان نمایندگی از لحاظ مادی و منوی تأمین نباشند، نهی هم برای ماندن نخواهند داشت و این ساله فزاینده و میانگین تجربه را کاهش می‌دهد. از سوی دیگر، سعی می‌کنیم با کارکنان به بهترین شکل ممکن رفتار و روابط دوستانه‌ای برقرار کنیم. برای دستیابی به بهترین نتیجه، نظام پاداش را جاری سازی کردیم و برای جلوگیری از تکرار و گسترش اشتباهات، تنبیه مناسب با انضباط هم صورت می‌گیرد. همان طور که در صحبت‌هایتان هم اشاره کردید، به طیف متفاوتی از خودروهای تولیدی سایا خدمات ارائه داده می‌دهیم. از زبان و رنو گرفته تا مگان و آریو. خدمات پس از فروش سایا از آن زمان تاکنون چه تغییراتی عمده‌ای داشته است؟

اولی انقلاب مشکلات بیشتر بود و قطعات به دلیل اینکه در شرایط جنگ قرار دانشتیم به راحتی تأمین نمی‌شد و راضی نگهداشتن مشتری هم واقعا سخت بود. اکنون ارائه خدمات خیلی بهتر شده و تکنولوژی به کمک انسان آمده است؛ از سوی دیگر، هم کیفیت خودروها بهتر شده و هم کیفیت قطعات. البته زمانی بود که ما ۸۰ میلیون تومان درآمد گزارتی دانشتیم اما اکنون با افزایش قیمت خودروها، این مبلغ به ۵ میلیون تومان کاهش یافته و همچنان رو به کاهش است. مدیران جدید هم در افکار و نظرات کارکنان دارند که خود به بهبود ارائه خدمات پس از فروش کمک می‌کند.

**عمده‌ترین دلایل کسب رتبه یک راز برای سازمان بازرسی کیفیت و استاندارد را در چه می‌دانید؟**

کسب رتبه اول مروهون جلب رضایت مشتری است. مشتری از فاصله‌های دور به نمایندگی مراجعه می‌کند. کیفیت خدمات هم در این بین تأثیرگذار است. البته حجم زیاد مراجعه مشتریان، فشار کار را زیاد می‌کند و باید طوری خدمات ارائه دهیم تا آنها را راضی نگهداریم. به هر حال این سوئلیت را پذیرفته‌ایم که کار را به نحوی انجام دهیم تا توانیم رضایت مشتری را جلب کنیم. لذا مشتری با خیال راحت به نمایندگی مراجعه می‌کند.

**برای راضی نگهداشتن مشتری چه می‌کنید؟**

مشتری انتظار دارد که خودرو را در کمترین زمان ممکن دریافت کند و ما هم سعی می‌کنیم که این خواسته مشتری را برآورده کنیم. از طرف دیگر چون قم شهری مسافر پذیر است، اولویت با پذیرش ارائه خدمات به مسافران است تا در راه نمانند و ضمن اینکه در محوطه پذیرش پذیرایی می‌شوند. خودروی آنها در اولویت تعمیرات قرار می‌گیرد. خودم هم همیشه در نمایندگی حاضر هستم و تا زمانی که به سایا تعهد دارم باید در نمایندگی حاضر باشم چراکه معتقدم مدیر نمایندگی باید



تجربه‌های  
شبکه

مراجعه کند اما مشتری ساعت ۱۲ روز قبل در منزل ثبت نام را انجام داده و ظرفیت تکمیل شده است. نکته جالب دیگر این است که به نمایندگی یک خودرو اختصاص می‌یابد و همان مشتری سه قبل از باز شدن سایت در ۳ نمایندگی مختلف کار ثبت نام را انجام داده بود.

انتقاد دیگر نیز متوجه تاخیر در ارسال خودرو و ارسال دعوتنامه است که نارضایتی مشتری را در پی دارد. یکی دیگر از مواردی که مسوولان فروش سایپا به آن توجه کنند این است که حتما باید یک نمونه از خودروهای جدید در نمایندگی وجود داشته باشد تا مشتری آن را از نزدیک ببیند و اقامت به خرید کند. فروش خودرو با پرورش و کاتالوگ در هیچ جای دنیا مرسوم نیست. حداقل در نمایندگی‌های منتخب، باید نمونه خودرو وجود داشته باشد و سهمیه نمایندگی‌ها هم افزایش پیدا کند.

البته به تازگی برخی از لوازم ضروری مانند آنتن، آچار چرخ و... به همراه خودرو ارسال نمی‌شود و چرخ کسری‌ها محسوب می‌شود در حالی که بعداً و پس از یکبارگی‌های مکرر به مشتری تحویل داده شود. انتظار مشتریان این است که اگر قیمت خودرو افزایش پیدا کرد، حداقل امکانات آن کم نشود.

**خودروهای جدید و به طوری تنوع محصولات سایپا را چطور ارزیابی می‌کنید؟**

اصل تنوع محصول برای هر خودروساز یک ضرورت است چراکه در غیر این صورت پیشرفت نخواهد کرد. البته برای از رده خارج کردن خودروها، باید جایگزین آنها از قبل مشخص شود تا مشتریان به سمت برندهای دیگر سوق پیدا نکنند. ایرانی‌ها علاقه دارند که قدرت خودرو بالا باشد و سایپا هم باید سطح انتظارات مشتریان را در تولید محصولات جدید رعایت کند. مثلاً اگر راننده یا ماسکیساز از خط تولید خارج شدند باید خودروهای هم سطح آنها جایگزین شوند. تنوع محصول خوب است اما باید با خواسته مشتریان تطابق داشته باشد. به نظر من سایپا باید بیشتر از ظرفیت نمایندگی‌هایش در سراسر کشور استفاده کند، حتی از تجربه و مشورت آنها در تولید و انتخاب محصول استفاده نماید. مشورت با نمایندگی‌ها بعد از انتخاب محصول، چندان مفید نیست. خودروی شاسی بلند یا موتور ۱۶۰۰ پاسنجهوی نیاز مشتریان نیست همان طوری که برندهای مشابه توانستند با خودروهای شاسی بلند قدرت موتور کمتر از ۲۰۰۰ موقت چندان به دست آورند. حتی در قیمت گذاری باید نیاز توان مشتریان در نظر گرفته شود. اگر قیمت گذاری خودروهای جدید کمی حساب شده‌تر بود، به دلیل پشتیبانی از شبکه گسترده خدمات پس از فروش، مردم را جذب خود می‌کرد. از سوی دیگر باید قطعات پدکی خودروهای جدید به سرعت تامین شوند و این اتفاق باید قبل از ورود خودرو به بازار رخ دهد. خودروهای جدید باید به سرعت وارد چرخه تولید شوند تا مردم قدرت انتخاب داشته باشند و قیمت‌ها نیز متعادل باشند.

**چه انتظاری از مدیران سایپا دارید؟**

بر نمایندگی برتر باید بد سایر نمایندگی‌ها نظارت داشته باشد و از امتیازات ویژه هم برخوردار باشد. برخورد یکسان و مساوی با همه نمایندگی‌ها موجب دلزدگی



برای کنترل کیفیت،

بهترین محل، قبل از تحویل خودرو به نمایندگی است تا

خودرو معیوب وارد بازار نشود. این کار باعث صدمه دیدن برند سایپا می‌شود.

از سوی دیگر، نیروها باید مدام تحت آموزش باشند که

این کار در کیفیت خدمات تأثیر گذار است.

در کار می‌شود. سایپا باید به نمایندگی‌هایی که سابقه دارند و خلاف نکرده‌اند اطمینان کند. مواردی وجود داشته که خواب خودرو به دلیل عدم ارسال قطعه از سوی سایپا یک بوده است. اما مبلغ خواب را از حساب ما کم کرده‌اند و با وجودی که شرکت اشتباه خود را پذیرفته بود، اما این مبلغ از حساب ما کم شد. مدیران باید طرفدار نمایندگی‌هایی باشند که با صداقت کار می‌کنند و برخوردی این چنینی موجب دلزدگی در کار می‌شود. سایپا باید به نمایندگی‌های برتر اعتماد کند. نمایندگی‌ها که با صداقت کار می‌کنند باید تقابلی با نمایندگی بد سابقه داشته باشد.

**توصیه شما به سایر نمایندگی‌ها چیست؟**

مدیر نمایندگی برای موفقیت در کار باید بالای سر کار باشد و بر همه امور نظارت کند.

**نظراتان درباره راه‌اندازی مجدد دفاتر منطقه‌ای در مراکز استانها چیست؟**

از این تصمیم استقبال می‌کنیم، چراکه سرعت کار را بیشتر می‌کند.

در ادامه این گفت‌وگو، پورحیسی، کارشناس فنی نمایندگی تکین خودرو نیز به سوالاتی درباره خدمات خدمات پاسخ داد.

**برای افزایش کیفیت خدمات چه اقداماتی انجام داده‌اید؟**

برای افزایش کیفیت، عوامل مختلفی دخیل هستند. در درجه اول، خود تولیدکننده قبل از تحویل خودرو باید کیفیت را کنترل کند و ولی متأسفانه گاهی در کنترل نهایی نظارت درستی صورت نمی‌گیرد و وقتی محصول تحویل مشتری می‌شود بعد از مدت کوتاهی به نمایندگی مراجعه می‌کند. این مسأله نارضایتی مشتری را هم در پی دارد و گاهی انعکاس شدیدی در جامعه پیدا می‌کند و حتی ممکن است نمایندگی هم در جریان این مشکلات در فرآیند تولید نباشد. مثلاً خودروهای پورو ۴ در مورد سوسور اکسپرن و روشن شدن چراغ ایربگ مشکل دارند و پیگیری‌های ما هم برای رفع ایراد به نتیجه نمی‌رسد. برای کنترل کیفیت، بهترین محل، قبل از تحویل خودرو به نمایندگی است تا خودرو معیوب وارد بازار نشود. این کار باعث صدمه دیدن برند سایپا می‌شود. از سوی دیگر، نیروها باید مدام تحت آموزش باشند که این کار در کیفیت خدمات تأثیر گذار است. اطلاع‌رسانی‌های دقیق و به موقع نیز کیفیت کار را افزایش می‌دهد و رضایت مشتری را در پی دارد. ما تمام مواردی را که به افزایش کیفیت خدمات منجر می‌شود را رعایت می‌کنیم تا مشتری رضای از خدماتی که دریافت کرده از نمایندگی خارج شود.

**برای کسب رتبه یک در بین نمایندگی‌ها چه راه‌هایی را طی کردید؟**

برای کسب این موفقیت باید تمام استانداردها رعایت شوند. ما این مسیر را پله پله طی کردیم تا این موفقیت را به دست آوریم. در واقع همه کارکنان در این مسیر همراهی کردند تا این مجموعه بتواند موفق باشد.





گفت و گو با مهرداد جمشیدی  
مدیر نمایندگی سایپا در امل:

## کارت نارنجی باعث نجات ما از رکود در سالهای بحران بود



لطف خدایان و نمایندگان را به اختصار معرفی نمائید.

من مهرداد جمشیدی، سکاتدار نمایندگی سایپا امل از سال ۷۲ هستم. در حال حاضر به پنج خودروی تید، مشتریان کارت نارنجی وقت سروس دادن به آنها را نازند که این اشتیاق مردم باعث خوشحالیست. اما کارت نارنجی یکسری مشکلاتی هم دارد اولین و مهمترین مشکل به نظر من نداشتن متولی در این امر است. ما نمی‌دانیم امداد خودرو متولی آن است یا سایپا. یک در زمینه تامین قطعات در کارت نارنجی نیز عدم توانایی تامین قطعه یکی از مشکلات بزرگ است. درخواست قطعه فرزند بسیار طولانی‌ای است. همچنین روند کاربری کارت نارنجی برای نمایندگی‌ها هنوز واضح نیست. این مشکل نیاز به آموزش دارد. آموزش همه‌جانبه به طوری که از دربان در تا تعمیرکار و مدیران نمایندگی از کارت نارنجی و مزایای آن آگاهی کامل داشته باشند. ما خودمان می‌خواستیم گلوگاه‌ها را پیدا کنیم تا مشکلات اجرایی کارت نارنجی کم شود. اما این عامل هم عملی نشد. این وظیفه شرکت است که مشکلات موجود را بررسی و رفع مشکل نماید. کارت نارنجی حاشیه‌هایی دارد که سود فراوانی را عاید نمایندگی می‌کند. توجه به این حاشیه‌ها می‌تواند کارت نارنجی را حتی رایگان کند و با این حال هم سود بسیاری را عاید نمایندگی نماید. نکته دیگر اینکه در حال حاضر با خودروهای سفر کارت نارنجی ارائه نمی‌شود که این عامل هم گویا به دلیل حاشیه کم سود خودرویی برای شرکت به صرفه نبوده است.

در هنگام تصادفات و کسینن کروی در مورد داشتن یا نداشتن کارت نارنجی سوال می‌پرستند.

شکر خدا کارت نارنجی باعث رونق کسب و کار نمایندگی‌هایی که در این زمینه فعالیت پایدار کرده اند شده است. من نشدم که برخی نمایندگان به دلیل مراجعه زیاد مشتریان کارت نارنجی وقت سروس دادن به آنها را نازند که این اشتیاق مردم باعث خوشحالیست. اما کارت نارنجی یکسری مشکلاتی هم دارد اولین و مهمترین مشکل به نظر من نداشتن متولی در این امر است. ما نمی‌دانیم امداد خودرو متولی آن است یا سایپا. یک در زمینه تامین قطعات در کارت نارنجی نیز عدم توانایی تامین قطعه یکی از مشکلات بزرگ است. درخواست قطعه فرزند بسیار طولانی‌ای است. همچنین روند کاربری کارت نارنجی برای نمایندگی‌ها هنوز واضح نیست. این مشکل نیاز به آموزش دارد. آموزش همه‌جانبه به طوری که از دربان در تا تعمیرکار و مدیران نمایندگی از کارت نارنجی و مزایای آن آگاهی کامل داشته باشند. ما خودمان می‌خواستیم گلوگاه‌ها را پیدا کنیم تا مشکلات اجرایی کارت نارنجی کم شود. اما این عامل هم عملی نشد. این وظیفه شرکت است که مشکلات موجود را بررسی و رفع مشکل نماید. کارت نارنجی حاشیه‌هایی دارد که سود فراوانی را عاید نمایندگی می‌کند. توجه به این حاشیه‌ها می‌تواند کارت نارنجی را حتی رایگان کند و با این حال هم سود بسیاری را عاید نمایندگی نماید. نکته دیگر اینکه در حال حاضر با خودروهای سفر کارت نارنجی ارائه نمی‌شود که این عامل هم گویا به دلیل حاشیه کم سود خودرویی برای شرکت به صرفه نبوده است.

آیا پیشنهاداتی در زمینه بهبود این روند سازنده دارید؟  
با تمام این مسائل ما از حیطه قدرت خودمان استفاده کردیم تا سطح خدماتمان را بالا ببریم. به فرش ملات ما قطعات را از نمایندگان دیگر و در تعامل با یکدیگر تهیه می‌کنیم. ما برنامه‌های درست کرده‌ایم که زمان سروس‌ها را

به مشتریانمان گوشزد می‌کنند. زمان تقریبی تعویض روغن و تعویض استخا به مشتریان ما از طریق پیامک یا تماس اعلام می‌شود و این کار باعث می‌شود که مشتریان ما برای سروس‌های خود به نمایندگی ما مراجعه کنند. ما هوای مشتریانمان را داریم و کارت نارنجی را ملطوب دیگری عرضه می‌کنیم. بحث دیگری که من مطرح کرده بودم و به آن اعتقاد دارم که می‌توان از طریق آن خدمات کارت نارنجی را سرعت بخشید ایجاد ابزارهای منطقی است. بدین معنی که هر استان یا چند استان دارای یک ابزار نزدیک به نمایندگی‌ها باشد که سرعت انتقال کالا و قطعات را سرعت بخشد. تاخیر در ارسال قطعات باعث شده ما قطعات را از بیرون تهیه کنیم و این عامل باعث ضرر بسیار شرکت سایپا یک در زمینه فروش قطعه می‌شود.

در زمینه تخفیفات کارت نارنجی نیز باید بگویم که ما تخفیفات را می‌پایست بر اساس رنج به نمایندگی‌ها و انجام سروس‌ها در نمایندگی ارائه کنیم. نه اینکه کارت تخفیف ۵ درصدی را در اختیار آنها قرار دهیم. فروش ابتدایی کارت نارنجی ما با تخفیفات نبود. بلکه معرفی دقیق کارت به مشتریان و رنگ زدن به دارندگان کارت‌های ملالایی و مشتریان وفاداران بود. اما بعد از مراجعات مکرر و ثبت در سیستم ما تخفیفات شروع می‌شود. متأسفانه شرکت در این زمینه‌ها مقفاری کند پیش می‌رود.

### و سخن پایانی...

به نظر من سوزی‌های بسیاری یکدک و امداد و رقابت این شرکت‌ها را یکدیگر باعث ایجاد سردرگمی و ضرر می‌شود. رقابتی که میان دو شرکت هم راستا و هم هدف ایجاد شده است. تعامل مدیریت با همتایان می‌تواند این مهم می‌شود. ما نفس‌هایمان باید کارت نارنجی باشند. شمارمان باید کارت نارنجی باشند. باید در دهمنان درونی خود که کارت نارنجی رونق کسب و کارمان است. نباید فراموش کنیم که خدمات کارت نارنجی و کاربران آن باعث از رکود در سالهای بحران اقتصادی بود. به امید فردایی بهتر.



گفت‌وگو با مدیر نمایندگی ممتاز کشوری در ارزیابی جامع سایپا در خوراسگان:

## مشتری‌مداری را سرلوحه برنامه‌ها قرار دادیم

### اشاره

نمایندگی محمود قاسمیان در خوراسگان اسفهان یکی از نمایندگی‌هایی است که توانسته موفق به کسب رتبه برتر در ارزیابی وزارت صنعت، معدن و تجارت شود. علاقه فراوان به خدمت به مردم و همدلی کارکنان در رسیدن به هدف مشترک را می‌توان در هم کلام نشدن با آنها فهمید گفت‌وگو با مدیر نمایندگی که ۴۵ سال تجربه کار مکانیکی را در کارنامه‌اش دارد خالی از لطف نیست.

**آقای قاسمیان لطفاً ضمن معرفی خودتان بفرمایید چند سال است که نمایندگی سایپا را تاسیس کرده‌اید؟**

محمود قاسمیان هستم متولد ۱۳۳۳ در اسفهان و فارغ التحصیل هنرستان صنعتی اسفهان. ۱۲ سال است که این نمایندگی را تاسیس کردم که خوشبختانه در این مدت با کمک همکارانم توانستیم پله‌های موفقیت را یکی پس از دیگری طی کنیم. **فیل از آن به چه کاری مشغول بودید؟** تعمیرگاه خصوصی داشتم که ماشین‌های خارجی مانند مزدا، تویوتا، نیسان و میتسوبشی را تعمیر می‌کردیم. **چطور شد که سایپا را انتخاب کردید؟**

این تصمیم چند دلیل داشت. اول علاقه به این کار باعث شد که نمایندگی یک خودرو ساز را داشته باشم. دوم اینکه به نظر من سایپا بهترین شرکت خودروساز در ایران است، ضمن اینکه محصولاتش متنوع هستند. علاوه بر این ارائه خدمات خوب سایپا به محصولات باعث شد که از تجربیاتم در این زمینه استفاده کنم و به همین دلیل سایپا را برای تاسیس نمایندگی نسبت به سایر شرکت‌ها ترجیح دادم.

**در طول این سالها طبیعتاً سختی‌های کار ارائه خدمات پس از فروش را تجربه کرده‌اید. با این وجود کسب رتبه یک کار آسانی به نظر نمی‌رسد. به قطعاً سختی‌های کار خیلی زیاد است. اما تجربه در این میدان سخت حرف اول را می‌زند. به لطف خدا**

و با کمک و همراهی کارکنان در حال حاضر چهارمین سال متوالی است که نماینده برتر می‌شویم. کسب این موفقیت‌ها کار آسانی نبوده و عوامل مختلفی در به دست آمدن آن تاثیرگذار بودماند.

**چه عواملی؟**

اول صداقت، دوم ایمان داشتن به کار، سوم همدلی و چهارم برخورداری از همکاران متخصص. **به عنوان فردی که ۲۵ سال در کار تعمیرات خودرو بوده است نظر شما درباره ارائه خدمات جدید که با عنوان کسب و کارهای نوین از آن یاد می‌شود چیست؟**

ارائه خدمات جدید یک اقدام ابتکاری و خوب است ولی هنوز استفاده از این خدمات برای مردم جا نیفتاده است و بیشتر مردم اطلاع کافی از این خدمات ندارند. به نظر من تبلیغات درباره این خدمات باید گسترده‌تر شود تا مشتریان به استفاده از این خدمات ترغیب شوند. با این وجود افرادی هم که از این خدمات استفاده کرده‌اند راضی به نظر می‌رسند. علاوه بر این کسب و کار نمایندگی‌ها هم متحول شده است.

**کارت تازنجی را چگونه تعریف می‌کنید؟**

کارت تازنجی خدمت خوبی ارائه می‌دهد که مورد استقبال و توجه مردم قرار گرفته است. نکته مهم این است که ابتدا باید آن را باور کنیم و بعد به مشتری بفرشویم. کارکنان این نمایندگی خدمات کارت تازنجی را باور کرده‌اند و به تمام دوستان و اقوام خود آن را معرفی نمودماند. در اولین اقدام هم برای خودروی خودم کارت تازنجی خریدم. به همین دلیل تاکنون حدود ۵۰۰ کارت فروخته‌ام.

**برای تبلیغات و معرفی خدمات نمایندگی از چه روش‌هایی استفاده می‌کنید؟**

بیشتر مشتری‌های ما قدیمی هستند و شناخت کاملی از خدمات نمایندگی دارند. ارائه خدمات خوب و با کیفیت بزرگترین تبلیغات ماست. بیشتر مکاتبات ما حرفه‌ای هستند و سعی می‌کنیم آنها را از همه نظر حمایت کنیم تا مشتری راضی از تعمیرگاه خارج شود. **برای بهبود کسب و کار نمایندگی‌ها چه پیشنهادی دارید؟**

یک مدیر نمایندگی باید در کار خود تخصص و تجربه داشته باشد و این تجربه با عشق به کار آریخته باشد. جلب نظر این صورت نباید انتظار موفقیت داشت. جلب رضایت مشتری هم عامل مهمی در موفقیت است. بارها پیش آمده که تا رضایت مشتری جلب نشود خودرو را ترخیص نمی‌کنیم حتی در موارد ضروری با مشتری برای تست جاده همراه می‌شویم و گاهی خودم لباس کار می‌پوشم و ایراد کار را برطرف می‌کنم. مدیر نمایندگی باید در برخورد با مشتری صبور و حوصله دالته باشد و مشتری‌مداری را سرلوحه کارهایش قرار دهد.

# EADO

تجهيزات عالية الأداء





شانس زندگی برای خانواده نماینده سایپا در طیس

## روایت یک سقوط



زنده ماندن در ساحتیه سقوط هواپیمای آنتوف ۱۴۰ که با آتش سوزی همراه بود، تقریباً مانند یک معجزه است. معمولاً در سوانح هوایی کمتر موردی پیش می‌آید که مسافرو با مسافرانی زنده بمانند. پرواز شماره ۵۹۱۵ شرکت هواپیمایی سپاهان ایر که فرودگاه مهرآباد را به مقصد طیس ترک کرده بود به دلیل نقص فنی سقوط کرد و ۳۹ نفر در این حادثه جان باختند و دو نفر زنده ماندند. زن و شوهر جوانی که از سقوط هواپیمای جان سالم به در برده‌اند، عروس و پسر آقای مهدی عابدزاده، نماینده ممتاز سایپا بودند که آن روز به قصد دیدار با خانواده عازم طیس بودند. محمد عابدزاده که در دانشگاه آزاد تدریس می‌کند، روز قبل از حادثه جهت پیگیری برخی از امور مربوط به نمایندگی پدرش همچنان همکاران سایپا دیک بود که صحبت‌های او از لحظه سقوط و حال مسافران در آن زمان و اینکه در مجموع چه اتفاقی در هواپیمای رخ داد، صحنه‌های یک فیلم سینمایی را تداعی می‌کند.



دست‌های سوخته و باندژ شده است اما همچنان می‌خندد. محمد عابدزاده می‌گوید: همه اتفاق‌ها ۳۰ ثانیه پیشتر طول نکشید. حالا احساس می‌کنم خدا من را دوست دارد. اصلاً قرار نبود با این پرواز برویم. همسرم دوست داشت برود و به خانواده‌اش سر بزند. تا ساعت ۱۲ شب بلیت نداشتیم. اسم‌هایمان را داخل لیست انتظار نوشته بودیم تا اگر جای خالی شد با ما تماس بگیرند. آخر می‌تدیک که پروازهای تهران طیس به قول خدملان پروازهای کارگری است. کارگرهایی که برای کار معنای تهران و شهرهای دیگر به مهر آید می‌آیند. مسافرهای همیشه‌گی این پروازها هستند. خیلی پیش می‌آید که یکی دو تا تصرفی و کنسلی وجود داشته باشد. ساعت ۶ صبح اطلاع دادند که جای خالی هست ما هم ساعت ۷ نیم صبح در فرودگاه بودیم. بالاخره ۸ و ربع سوار هواپیمای شدیم.

محمد می‌گوید: فکرش را هم نمی‌توانم بکنم که من زنده‌ام. خدا خودش من را با معجزاتش نجات داد. بعد رو به همسرش که بهت زده ما را نگاه می‌کند کرد و ادامه داد: باید موبایل‌ها را خاموش می‌کردید. داخل هواپیمای یک عالمه



پس به بدین هوابیماها چون کوفچه هستند اصلا فضای استاندارد ندارند. صندلی‌ها و ساکها چفت هم نشسته‌اند لنگار هیچ استنداردی برای جا نمایی درست صندلی‌ها انجام نشده است. کاپیتان کوآرانی که آدرش هم نفهمید اسمش می بود و تنها یک «ف» معروف است و اسم و قابلمش خلقت یک خوش آمد گوئی دست و پا شکسته، تویملان داد موبدانه از تاخیر به وجود آمده مدارت خواهی کرد و موتورها روشن شد.

او ادامه داد: صدای گریه یک نوزاد هم می آمد. صدای مکالمات کاپیتان با برج مراقبت را می شنیدم. بعد صدای وحشتناک ملخ‌های موتور هوابیما که واقعا گوش خراش و وحشتناک هستند. هوابیما یک دور روی باند چرخید تا در مسیر ترک آف قرار بگیرد. همه چیز در یک چشم بر هم زدن اتفاق افتاد.

زید رحمان، همسر محمد که دختر ریس دانشگاه امام شهرستان است، در ادامه فرجهای همسرش می گویند: منرگ مرگ بیع گوشمان گشتند.

او با بیخوشی می گوید: اصلا هیچ کسی فکرش را نمی کرد هوابیما سقوط کند. درست است که همه ما اعتقاد قلبی داریم مرگ چو است اما به خدا هیچ کسی فکرش را نمی کرد همه پودر بشوند.

زن جوان نمی توانست حریفایش را اندامه بدهد. صورتش را لای انگشت‌هایش مخفی می کند تا راحت تر گریه کند. بعد انگار که یک چیز جدید یادش آمده باشد، می گویند: چه مسافرها یادم نمی رود. آن خانمی که بچه بفلش بود، همرویک ایی پوش دختر کوچولویی که دو سه ردیف جلوتر از ما نزدیک کابین خلبان نشسته بودند هیچ وقت یادم نمی رود. خود ما را دوست داشت باید می ماندیم و گرنه برای خدا که کاری نداشتن ما را هم مثل بقیه مسافرها به آسمان می برد.

محمد به حرفهایش ادامه می دهد و می گویند: من بار اول است که از مرگ فرار می کنم. اولین بار سال ۸۷ بود. آن وقتا دانشجوی کارشناسی ارشد بودم از طیس به تهران می آمدم که در محور طیس ناگهان اسکلتا به دلیل سرعت زیاد و جریان همان یاک‌های اضافه و اضافی ر سیستم برق، آتش گرفت. من با یاگ اتوبوس دو ووج بیشتر قاضله نداشتیم. از بار از طیس به تهران می آمدم و از مرگ جستم و این بار از تهران به طیس می رفتم که خدا رو شکر زنده ماندم. خوب یادم هست اتوبوس چپ نشد و همه مسافرها روی هم ریختند. شیشه‌ها شکسته شده بود و اصلا هیچ صندلی‌ا را نمی شنیدم. همین که به خودم آمدم و توانستم حرکت کنم از پنجره شکسته و از لایه لای شیشه خورده‌ها خودم را به بیرون برتاب کردم. هنوز پایم به زمین چفت و جور نشده بود که اتوبوس آتش گرفت آن هم درست از همان قسمتی که من نشسته بودم. شانس آورد که زود خودم را به بیرون برتاب کردم. در آن خانه تعدادی از مسافرهای اتوبوس

در آتش جزااله شدند.

عابدزاده ادامه می دهد: همه اتفاق های صمود تا سقوط هوابیما ۲ دقیقه هم طول نکشید اما می توانم ساعتها درباره آن لختنه‌ها برایشان حرف بزنم. هوابیما یک نیم دور چرخید به سمت غرب. من که مهندس پرواز نیستم اما بعد از این همه هوابیما سوازی در مسیر طیس-تهران، دیگر دستم آمده است که مسیر پرواز از طرف ورایش می گذرک. در ادامه هوابیما به سمت کج بود یا خودم گفت حتما این طرف باند خالی است خلبان کوچ می گرد و بعد در آسمان دور می زند.

**لحظات مرگ‌آور**

محمد می گویند: هوابیما از روی باند بلند شدن خود هوابیما کوچیک بود. مکالمات خلبان با برج مراقبت را می شنیدم. یک چیزهایی به برج مراقبت گفت که یک دقیقه بیشتر طول نکشید. من منتظر بودم که برنده اهنی بود. بزند اما همچنان به سمت کج پرواز می کرد یکی از موتورها از کار افتاده بود. صدای ملخ ایران ۱۴۰ خیلی زیاد و گوش خراش است. از پنجره می دیدم که یکی از ملخ‌ها یعنی درست سمت راست کار نمی کرد. هوابیما زیاد لوج نگرقت، حس می کردم داریم به سمت زمین می آییم. زمان از سقوط جلوزه بود. به تنها چیزی که فکر نمی کردم زمان بود. هم‌ااش منتظر بودم که پرواز در آسمان ثابت شود و خلبان درباره ارتفاع پرواز می مدت زمان آن برایشان حرف بزند اما ناگهان صداهای نامفهوم و برخورد به گوشم رسید. پایر کنید قشنگ احساس می کردم که بنده هوابیما به چیزهایی برخورد می کند. درست مثل افکت‌های فیلم‌های جنگی بود. هنوز نمی دانستم چه بلایی به سرمان آمده است که یک صدای مهیب ناشی از برخورد گوشم را گر کرد.

او ادامه می دهد: برنده اهنی یا دیوار بتونی برخورد کرده بود. بال سمت راست جدا شده بود. یک یوی کند مواد سوختی فضا را پر کرده بود. هوابیما سقوط کرد و نمی دانم بر آسز چرقه یا بر اثر اصطکاک بنده با دیوار بتونی ناگهان آتش شعله کشید. مسافرها هنوز زنده بودند. صداهای را نمی شنیدم. همه به چپ و جوش افتاده بودند. من هم منتظر بودم مهماندار درهای خروج اضطراری را به ما نشان بدهد. از همان قسمتی که





## بازگشت به مسیر گذرا از گردنه‌های صعب‌العبور

اروپاست، اکنون با چالش‌های زیادی دست به گریبان است تا از ضرر ۷ میلیارد یورویی (۶/۷ میلیارد دلاری) که در دو سال گذشته بالا آورده رهایی یابد. در ماه مارس، بر سر افزایش سرمایه‌ی ۳ میلیارد یورویی توافق به عمل آمد و طی آن کمیته‌ی دوگ فنگ چین و دولت فرانسه هر کدام ۸۰۰ میلیون یورو در پژوهش‌های علمی می‌کنند. این مبلغ کمک خواهد کرد که پژوهش‌های این خود را با انگلیس پیش ببرد.

بسیاری آقای تاورس را نخستین «ادم خودرویی» امیل می‌دانند که سکان هدایت پژوه را بر عهده گرفته است، اما همه اذعان دارند که نقطه‌ی قوت او احتمالاً نگاه مالی است. «بازگشت به مسیر» نام برنامه‌ی بازاریابی و احیایی است که تاورس بعد از تکیه بر کرسی مدیرعاملی آماده کرده است این برنامه چهار هدف جامع و یک پیام قدرتمند دارد: میزان تولید و سهم بازار را فراموش کنید و بر درآمدزایی و نقدینگی تمرکز

سیزدهم آوریل (۲۲ فروردین ۱۳۹۳) روز خوش‌یونی برای گروه خودروسازی پژو-سیتروئن بود. این کمیته‌ی در این روز موفق شد با خودروی هیبریدی نسی - الیزه در



سابقات جهانی اتومبیلرانی مراکش قهرمان شود. این رویداد شادمانی کارلوس تاورس، مدیرعامل جدید این خودروساز فرانسوی را در پی داشت. تاورس که یکی از شیفته‌گان مسابقات اتومبیلرانی است در سال ۱۹۸۱، به عنوان راننده تست به کمیته‌ی رنو-رقیب پژو پیوست و پله‌های ترقی را یکی پس از دیگری با موفقیت طی کرد و بعد از کارلوس گوسن مرد شماره‌ی دو رنو شد. این مسابقه‌های در گرفته در رنو سبب شد این کمیته‌ی را ترک کند و در ۳۱ مارس سال جاری به پژو ملحق شود. او اکنون می‌خواهد پژوه را به مسیر موفقیت‌های مالی گذشته برگرداند.

پژو که به لحاظ میزان تولید، دومین خودروساز بزرگ

کنید هدف نخست این برنامه، این است که بیش از پیش مرز میان خانواده‌های خودروهای اشرافی پژو از خودروهای DS سیترون به عنوان یک برند اشرافی مستقل از دل این خانواده خارج شود. ایده این است که خلأ قیمت میان خودروهای گروه پژو - سیترون با رقیبانشان در کلاس خودروهای اشرافی که در برخی موارد بسیار قاض است کاهش یابد.

هدف دوم برنامه، تمرکز بر خودروهای محبوب جهانی و حذف مدل‌های ویژه است. طبق این برنامه تا سال ۲۰۲۲ تعداد مدل‌های ویژه - سیترون، از ۲۵ مدل به ۱۶ مدل کاهش می‌یابد و تعداد پلتفرم‌های تولید این خودروها از هفت مورد به دو مورد تقلیل خواهد یافت.

هدف سوم، سودآور کردن عملیات‌های جهانی است. ستولان پژو معتقد است که فروش خودروهای ویژه - سیترون تا سال ۲۰۲۲ تا ۳۸ درصد رشد خواهد کرد. اما این رشد در بازار اروپا فقط ۲۰ درصد خواهد بود. این درحالی است که در حال حاضر پژو تقریباً سه چهارم محصولات خود را در اروپا به فروش می‌رساند. سوار شدن روی این موج بخصوص به این مناسبت که پژو - سیترون باید رویه رقیبانش را در پیش بگیرد و دامنه‌ی عملیات‌هایش را در بازار چین گسترش دهد، بازاری که اکنون دومین بازارش به حساب می‌آید. کشورهای بریک (برزیل، روسیه، هند، چین) نشان داده‌اند می‌توانند رقبا را به چالش کشند. آقای تاپارس قصد دارد تا سال ۲۰۱۷ حتی به بازار روسیه و بازارهای آمریکای لاتین هم نفوذ کند. امری که تحقق آن دور از ذهن به نظر می‌آید.

هدف چهارم برنامه، بسیار عظیم است: تقویت رقابت‌پذیری - پژو - سیترون باید ۲۱۶ میلیون خودرو خارج از بازار چین بفروشد تا بتواند به نقطه سر به سر برسد و این در حالی است که اکنون این میزان تا ۳ میلیون دستگاه پایین آمده است (در سال ۲۰۱۳، فروش واقعی ۲۱۲ میلیون دستگاه رسیده). این مسأله معاینات کاهش هزینه‌ها، مدیریت بهتر نقدینگی، تأمین کنندگان و سهام است. برای مثال، حقوق و دستمزدها از ۱۵/۱ درصد درآمد، در سال ۲۰۱۶ به کمتر از ۱۲/۵ درصد خواهد رسید.

آقای تاپارس انتظار دارد تا سال ۲۰۱۸ این کمیابی به سودآوری برسد و تا سال ۲۰۲۲، حاشیه سود عملیات‌های در هنته کسبوکار خودروسازی، از ۲ درصد کنونی به ۵ درصد برسد. تحلیل‌گران نسبت به تحقق چنین اهداف جاهلانه‌ای امیدوار نیستند. با این حال، وضعیت سهام این کمیابی نشانهای از احیا را نشان می‌دهد.

پژو - سیترون اکنون به لحاظ مالی شیب صعودی دارد. با بهبود وضعیت بازار خودروی اروپا، چشم‌انداز میزان فروش روشن‌تر شده است. حاج یک «پژو ۴۳۰۸ موفق پسند جایزه بهترین خودروی سال اروپا را از آن خود کند و تیسراتی در برنامه‌ی افزایش تولید محصولات صورت دهد. به علاوه این که می‌سی اوی سویی سال ۲۰۰۸ نیز با تیسراتی در سال جاری روانه بازار می‌شود. مدیران بر سر بسیاری از برنامه‌های کاهش هزینه‌ها توافق کرده‌اند یک کارخانه‌ی نزدیک پاریس را سال گذشته تعطیل کردند و بر سر عقد قرارداد کاهش نیروهای کار توافق کرده‌اند.

#### ایندگی روشن پیش رو

صنعت خودرو سرشار است از دانستنی‌های شرکت بحران‌زده‌ای که تا مرز فروپاشی پیش رفته‌اند اما توانسته‌اند بار دیگر به دوره‌ی رونق بازگردند. نمونه‌ی بارز آن کمیابی نسان است. در سال ۱۹۹۹، نسان دچار بحران‌های فراوانی بود و با خرید بخشی از سهام آن توسط رنو بار دیگر احیا شد. رنو بسیاری از کارخانه‌های بنون بازدهی نسان را تعطیل کرد. محصولات قدیمی‌اش را کنار گذاشت و دست به کاهش هزینه‌های سنجیدگی زد. کارشناسان معتقدند آقای تاپارس که سالی‌هفت سال در شعبه‌های ژاپن و آمریکای نسان را دارد، می‌تواند که چگونه پژو را در این گردنه‌ی صعب‌العبور به سلامت هدایت کند.

## مشتری‌مداری

# آگهی می‌پذیرد

- طبقه نخستین جایزه‌ی جهانی در زمینه‌ی پیوسته‌ی فروش، جایزه‌ی ۲۰۰۴

تألیف: ایزابا فریرا در فرانسه بود.

- سفارش آگهی در صفحات دوم، سوم و پنجم، جلد فقط به صورت

تعمیم صفحه‌بازاریابی می‌شود.

- جهت کسب اطلاعات بیشتر می‌توانید با شماره تلفن ۰۱۱۱۹۱۹۱۹

اروپا تماس بگیرید یا با ما تماس حاصل فرمایید.

www.msharifimadani.com



### حکایت یک فراخون

## مروری بر فراخوان جنرال موتورز

در بهار اسفند وزارت دادگستری آمریکا شرکت توپوتا را به خاطر مسائل ایمنی و قربانیان حوادث ناشی از نقص و ایراد فنی ۱/۳ میلیارد دلار جریمه کرد. دیوید ویستان تحلیل‌گر شرکت مورینگ استار، میزان زیان جنرال موتورز بدون در نظر گرفتن هزینه‌های تعمیر خودروهای فراخوانده شده مثل جبران خسارت قربانیان و جریمه‌های حکومت را نزدیک به ۷ میلیارد دلار تخمین زده که با احتساب هزینه های فراخوان سر از ۹/۵ میلیارد دلار درمی‌آورد این یعنی بیش از سود یک سال جنرال موتورز! جنرال موتورز در سال ۲۰۱۲ بیش از پرداخت مالیات ۸/۵۸ میلیارد دلار سود به دست آورد. سال ۲۰۱۲ جنرال موتورز ۷/۲ میلیارد دلار صرف تحقیق و توسعه و ارائه خودروهای جدید به بازار کرد. به بیان دیگر میزان خسارتی که اسفند با آن مواجه شد حتی بیشتر از کل هزینه های تحقیقاتی یک سال این شرکت خودروساز بود. با این حال چون جنرال موتورز ۲۸/۱ میلیارد دلار پول نقد و اوراقی قرنه در اختیار دارد در پرداخت هزینه‌های به وجود آمده در اثر فراخوان دچار بحران نخواهد شد. اما نمی‌توان انکار کرد که روی تراز مالی این شرکت اثر جدید می‌گذارد. از نظر مدیران ارشد تراز مالی یک شرکت باید همانند «قلعه باشد و منظرشان این است که باید قرش پایین و نقدینگی بالا باشد. با چنین تراز مالی یک شرکت خودروساز نمی‌تواند هم نوآوری داشته باشد و هم در دوره‌های زمانی که میزان فروش به دلایل فصولی کاهش می‌یابد دچار ترازول نشود.

با همه بیاهو و هوچی‌گری که در باره فراخوان‌ها، نقص و ایراد ایمنی و جبران خسارت قربانیان در رسانه‌های آمریکا اتفاق افتاد ظاهراً چیزی از اعتماد مشتریان و سرمایه‌گذاران نکاست فقط موجبات زیان شدید جنرال



موتورز را فراهم آورد. در طول سه ماهه دوم سال میلادی ۲۰۱۴ که جنرال موتورز برای رفع نقص ۳۲ میلیون خودرو فراخوان داد کل هزینه‌های جنرال موتورز در سال ۲۰۱۴ را به رقم ۲/۵ میلیارد دلار رساند و مری بارز مدیر عامل این شرکت را سه بار به کنگره آمریکا کشاند که در تلویزیون و رسانه‌ها هم امکاش یافت. بارها و بارها در برنامه‌های تلویزیونی شرکت جنرال موتورز دستمایه طنز و تمسخر قرار گرفت. اما نتیجه چه شد: سهم جنرال موتورز از بازار خودروی آمریکا افزایش یافت و قیمت سهام این شرکت ۵ درصد رشد کرد. پیامی که سرمایه‌گذاران از این رویداد دریافت کردند این بود که به همه لطمه‌هایی که به شهرت جنرال موتورز وارد آمد و هزینه‌های سنگینی را تحمیل شد اما به دلیل توانایی در تولید و فروش محصولات خوب یک شرکت قابل اتکا است. همین روزها است که فانس کنت قینبرگ تکلیف میزان خسارت قربانیان حوادث ناشی از نقص فنی در خودروهای جنرال موتورز را مشخص کند. در آن صورت هزینه‌های جنرال موتورز چند میلیارد دلار دیگر هم اضافه خواهد شد. همان طور که

# با نمایندگی‌های سایپا تعامل خواهیم داشت

شاه‌مسوول فروش و خدمات پس از فروش خودروهای چان‌گان در ایران



که وارد بازار شده‌اند. انتقال از این خودروها در بازار چین به حدی بوده است که کارخانگان ما نیز باید حداقل برای دریافت خودرو یک ماه در انتظار باشند. امیدوارم تا پایان اسفند این دو محصول به بازار ایران هم معرفی شوند. بازار این خودروها به ویژه ای‌دی‌و در بازار چین داغ است و ما با توجه به افزایش تقاضا در حال افزایش ظرفیت تولید هستیم. محصول CS35 نیز با خودروهای مانند سوزوکی SX4 و X33 چری رقابت می‌کند. یکی از نقاط برجسته این خودرو، طراحی به روز و مدرن آن است. همچنین از سیستم گیربکس اتوماتیک ژاپنی بهره می‌برد که بیشترین کیفیت را دارد. این خودرو در تست چپ شدن در جاده مورد قبول واقع شده و یکی از نقاط برجسته آن کم بودن صدای داخل اتاق است. میزان صدای داخل اتاق این خودرو 38 دسی بل است در حالی که صدای داخل اتاق خودرو X33 شرکت چری 44 تا 45 دسی بل می‌باشد. خودروهای سایپا C است که دو سال از معرفی آن در بازار چین می‌گذرد و مقام اول را در بازار دارد. این خودرو با موتور 1600، مصرف سوختی معادل 84 لیتر در 100 کیلومتر دارد و استاندارد 5 ستاره چین را کسب کرده است. ای‌دی‌و هاج یک نیز به تازگی وارد بازار چین شده است.

شرکت چان‌گان در زمینه تولید خودروهای با انرژی پاک نیز فعالیت می‌کند. همچنین طراحی و تولید خودروهای مفهومی نیز در دستور کار قرار دارد. در کنار این فعالیت‌ها، تولید بیش از 6 میلیون خودرو در سال 2020 در برنامه داریم.

در پایان امیدوارم بتوانیم حضوری فسمال و موثر در بازار خودرو ایران داشته باشیم که این هدف با همکاری شرکت سایپا و همکاری و تعامل سازنده با نمایندگی‌های فروش و خدمات پس از فروش میسر خواهد شد.

نیز فعالیت خواهند داشت. ما با شرکت‌های فرود سوزوکی، مزدا و بزو سیزرون همکار هستیم و تنها شرکتی که در چین با فرود همکاری می‌کند شرکت چان‌گان است.

ما در 10 سال گذشته رشد خیلی خوبی داشتیم و دلیل اصلی رشد تولید ما در سال 2010 این است که دولت حمایت خوبی از خرید خودرو به عمل آورد و 10 درصد قیمت خودرو را به عنوان تسویه به خریداران اعطا می‌کرد. این به این معناست که هر روز 7 هزار مشتری جدید داشتیم.

در بخش برند چینی، چان‌گان مقام دوم را در اختیار دارد البته از ابتدای سال 2014 اولین خودرو پر فروش چینی، محصول ای‌دی‌و (E-Do) بوده است که برند جلی را پشت سر گذاشت. ما بیشترین سرمایه را در بخش تحقیق و توسعه متمرکز کردیم و علاوه بر برخورداری از مراکز متعدد تحقیق و توسعه در یکن و شانگهای، در ژاپن در بخش تریب، در انگلیس روی فضای محرکه، در ایتالیا و در آمریکا روی بخش شاسی تحقیق می‌کنیم. ما 5 درصد فروش سالانه را روی تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری می‌کنیم به طوری که در سال 2012 یک میلیون دلار بر روی بخش تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری کردیم. این قابلیت تحقیق و توسعه در خودروهای چینی به کار گرفته شده است و تولیدات ما از این نظر در بازار چین مقام اول را در اختیار دارد. علاوه بر این، خودروهای تولیدی در مناطق سرسبز، گرمسیر، مرتفع و پست تست می‌شوند به طوری که تاکنون 750 میلیون دلار روی تست جاده خودرو سرمایه‌گذاری شده است و 6 هزار نفر در بخش تحقیق و توسعه چان‌گان مشغول کار هستند. اینها همه حاکی از توجه ما به کیفیت است.

شرکت چان‌گان از سال 2014 به بعد در نظر دارد هر سال دو محصول جدید را وارد بازار کند. خودروهای E-Do و CS35 از جمله جدیدترین تولیدات ما هستند.

چان‌گان از دو عبارت تشکیل شده که "چان" به معنای چادمان و "گان" به معنای موفقیت است. امیدوارم بتوانیم در ایران موفقیت بلند مدت و چادمان داشته باشیم. چان‌گان در جنوب غربی چین واقع شده است. این شرکت از سال 1822 تأسیس شده و بیش از 152 سال سابقه فعالیت دارد و در ابتدا محصولات نظامی را تولید می‌کرد. اولین محصول نظامی چان‌گان در سال 1958 وارد بازار شد. ما در سال 1982 مجدداً در بازار خودرو وارد شدیم و اولین خودرو چینی وارد خط تولید شد. بعد از این دوران، شرکت چان‌گان دو سیاست اصلی را دنبال کرد: یکی همکاری با شرکت‌های بین‌المللی و جهانی و در کنار آن، توسعه خودروها با برند چان‌گان.

در سال 2006 اولین خودرو با برند چان‌گان وارد بازار چین شد و اسفند تولید ما در مجموع به 10 میلیون خودرو می‌رسد. چان‌گان یک شرکت دولتی است و دائماً از سوی روسای چهارم مورد تسویه گرفته است. تا بتواند به جایگاه مناسب خود در بازار چین دست پیدا کند. شرکت چان‌گان از بعد تحقیق و توسعه محصول در شش سال متوالی در صنعت خودرو چین مقام اول را کسب کرده است. در سال 2012 کل حجم فروش ما 7/2 میلیون خودرو بوده است و فقط برای برند چانگان تا سال 2014 دو میلیون خودرو تولید کردیم. ساختار برند چان‌گان از دو بخش تشکیل شده است: یکی خودروهایی که با برند چان‌گان تولید می‌شوند و دیگری خودروهایی که با همکاری شرکت‌های تجاری بین‌المللی به تولید می‌رسند. علامت V در لوگوی چان‌گان نشانه کلمه Victory به معنای پیروزی است. این شرکت در بخش فضای محرکه یک برند محبوب می‌شود و در زمینه فعالیت‌های اجتماعی نیز فعال هستیم. چان‌گان با سایپا علاوه بر تولید خودرو، در زمینه مسوولیت‌های اجتماعی





باید چند سالی به عقب برگشته و زمانی را در نظر بگیرید که فیلم مأموریت غیرممکن ۴ روی برده رفت. آیا سیستم HUD (نمایشگر اطلاعات روی شیشه جلو) جالب توجهی را که در BMW i8 نشان داده شده بود را به یاد دارید؟  
خب، شما می‌توانید چنین دستگاهی داشته باشید! حداقل فعلاً به اما برخی از تولیدکنندگان سخت روی سیستم HUD یکپارچه کار می‌کنند که اطلاعات اولیه را همچون سرعت خودرو و سوخت باقی‌مانده را نشان دهد. آخرین ابتزاری که در این مورد تولید شده نودی (Navdy) نام دارد.

چند مورد جالب توجه در نودی وجود دارد

- برای مبتدیان این ابزار در بازار موجود است و تقریباً در تمامی خودروها قابل نصب می‌باشد.
- همچنین این ابزار از یک سیستم کنترل مبتنی بر حرکت بهره می‌گیرد، این بدین معناست که با کمی آزمون و خطا رانندگان قادر خواهند بود با مشکلات عدیده آن کنار بیایند.
- برخلاف سیستم‌های غیر محبوب سرگرمی، نودی از اپلیکیشن‌هایی استفاده می‌کند که هم‌اکنون در گوشی همراه شما موجود است (اندروید و آیفون). نودی به شما کمک خواهد کرد تا سیستم صوتی، پیام‌رسانی، و بسیاری از اپلیکیشن‌های محبوب را کنترل کنید. برای اینکه مواردی را که حواس‌پرت کن هستند را کاهش دهید، می‌توانید زمان و کجایی کار اپلیکیشن‌ها را نیز کنترل و تنظیم نمایید و همچنین برخی از آن‌ها را زمان رانندگی فرزندان‌تان لغو کنید. نودی در حال توسعه اپلیکیشن‌ها بوده و سعی در افزایش کارکردش دارد.
- در آخر گفتنی است که نودی ابزاری زیباست (نه صرفاً خود ابزار بلکه رنگ صفحه نمایش آن). مسیریابی یا آن نیز بسیار جذاب و مفید می‌باشد.
- نودی نیز همچون اکثر ابزارها بی‌عیب نیست، در زیر به برخی از معایب آن اشاره کرده‌ایم:
- قیمت نگرانی آن ۴۹۹ دلار است که گران محسوب می‌شود. (هرچند هم‌اکنون شما می‌توانید آن را به قیمت ۲۹۹ دلار پیش‌خرید کنید که قیمتی مناسب است).
- نودی تا اوایل سال ۲۰۱۵ به بازار نخواهد آمد. پس به فکر این که آن را برای سال نو به کسی هدیه دهید نباشید.
- این سیستم از بلوتوث استفاده می‌کند که می‌تواند شارژ موبایل‌ها را قه‌ری خالی کند.

### رنگ آمیزی آسان رنگ‌ها با اسپری فویابانک

اگر می‌خواهید یک روش جدید و ارزان قیمت را برای رنگ‌آمیزی رنگ‌ها و چرخ‌های خودروی خود امتحان کنید، می‌توانید از اسپری جدید سسرکت آلمانی فویابانک استفاده کنید. یک فونتی ۴۰۰ میلی‌لیتری می‌تواند برای هر چهار چرخ خودرو کافی باشد. نتیجه کار نیز ممکن است یک تینیک گران قیمت را نداند.

لایه رنگ ایجاد شده به آسانی از بین نمی‌رود و شستشو یا پاک‌کننده‌های آن اثری ندارد. در اصل یک لایه لاستیکی روی سطح ایجاد می‌شود که زمانی که از آن خسته شدید قادر به جدا کردن آن خواهید بود.

البته می‌توان بجز چرخ‌های فوم‌گیرها و قاب آینه‌ها هم از این پوشش استفاده کرد. قیمت یک فونتی از این رنگ ۵۰ یورو می‌باشد که در رنگ‌های مختلف نیز تولید می‌شود.

اگر شما یک ساعت هوشمند Pebble دارید و هنوز نمی‌دانید به چه چه کار دیگری با آن می‌توانید انجام دهید، مرسدس بتز یک راه حل برای شما دارد. یکی از خودروهای آن‌ها را خریداری کنید.

این خودرو ساز قراردادی را با مدیران شرکت Pebble Technology در مورد ساختن یک نرم افزار برای این ساعت که می‌تواند بر یک خودروی مرسدس نظارت کرده و آن را کنترل کند بسته است. زیرا چگونگی وضعیت خودرو مانند این که قفل شده است یا نه و آیا به سوئیچ نیاز دارد روی یک گوشی هوشمند به سرعت زبانی نیاز دارد. نرم افزار دیجیتال جدید DriveSyle ماه آینده در نمایشگاه 2014 Consumer Electronics در نمایشگاه ارائه خواهد شد.

و مرسدس می‌گوید این ساعت به عنوان صفحه‌ی نمایش دوم در کنار گوشی موبایل شما برای اطلاع یافتن از وضعیت خودرو استفاده خواهد شد. علاوه بر وضعیت قفل بودن درب‌ها، این ساعت میزان سوخت و موقعیت مکانی خودرو را نیز نمایش خواهد داد. مرسدس می‌گوید زمانی که داخل خودرو فرار بگردید اطلاعات روی آن به طور خودکار تغییر خواهند یافت و وضعیت جاده‌ها، اطلاعات ترافیکی و سایر چیزهایی که در هنگام رانندگی به آن‌ها نیاز دارید را در اختیار شما قرار خواهد داد.

نماینی این امکانات و اطلاعات روی مچ شما قرار خواهند داشت، و با نزدیکی آن به فرمان هر موقع در حین رانندگی به اطلاعات آن نیز دسترسی به راحتی می‌توانید به آن دسترسی داشته باشید.

03

ساعت هوشمند نظارت بر خودروی مرسدس



04

در تیزل، ویلچر برای آفرود



اسپیخار و در نهایت مدل حرفه‌ای با باتری ۱۰/۸ کیلووات ساعت و قدرت ۲۴ اسپیخار، حداکثر سرعت این وسیله نقلیه ۲۵ کیلومتر بر ساعت است. موتور الکتریکی، پیش‌راننده دو چرخ بزرگ را تأمین می‌کند و تمام کنترل با یک جوی استیک است. کمپانی سازنده می‌گوید که این ویلچر در تمام جهات می‌تواند ۶۰ درجه زاویه پیدا کند. البته موارد ایمنی برای نگاه‌داشتن راننده بر سر جای خود در نظر گرفته شده است.

البته حتماً چنین وسیله نقلیه‌ای، در کنار مزایای معیاری نیز خواهد داشت. فارغ از اینکه دسترسی به آن به راحتی در کشورهای مختلف وجود ندارد قیمت نسبتاً بالایی دارد. مطابق چیزی که در وبسایت شرکت سازنده آمده است، مدل پایه تیزل ۱۹۹۸۰ یورو و بالاترین مدل آن ۲۳۸۰۰ یورو است. در همین حال، باید قبول کرد که این وسیله ارزش یک بار امتحان کردن را دارد.

وسيله نقلیه عجیبی که در تصویر می‌بینید در تیزل (Ziesel) نام دارد که به معنای «سنجاب زمینی» است. در تیزل تقریباً اولین سنندلی چرخداری است که برای رفتن به خارج از جاده طراحی شده و یکی از هیجان‌انگیزترین وسایل نقلیه در نوع خودش است. این وسیله چندمنظوره در اثرش ساخته شده و به انتخاب ویلچر-سوار اجازه می‌دهد تا به هر جا که بخواهند بروند. در همین حال، ساختار این وسیله انقدر جالب است که ممکن است افراد دیگر نیز به سواری آن علاقه‌مند باشند.

کمپانی حامی این طرح، (Mattro Mobility Revolutions) نام دارد که سه سطح پیش‌راننده برای آن در نظر گرفته است؛ مدل پایه با یک باتری ۶/۳ کیلووات ساعت و موتور الکتریکی با حداکثر قدرت ۱۶ اسپیخار، مدل متوسط با یک باتری ۷/۹ کیلووات ساعت و حداکثر قدرت ۱۸/۷







## جگوار اف تایپ پلنگ زیبا

به جرات می‌توان گفت که جگوار F-Type بهترین خودرو اسپرتی است که در طی ۵۰ سال اخیر، کمپانی جگوار اقدام به ساخت نموده است و اینک این رودستر (roadster) زیبا خود را برای مصافی جدید آماده ساخته است.



جگوار تیپ F در سه نسخه F-Type S، F-Type V8 S و F-Type بازراهی جهانی ارائه شده است که نمونه F-Type S V8 آن برای حضور در این رقابت برگزیده شده است. جگوار F-Type S که یک خودروی دو نفره رودستر با انتقال نیرو از طریق چرخ‌های عقب (rear-wheel-drive) محسوب می‌گردد، دارای یک موتور ۵ لیتری ۸ سیلندر و بهره‌مند از یک سوپرشاژر و اینتر کوپل می‌باشد که توان تولید ۲۹۵ اسب بخار و گشتاوری معادل ۴۲۲ نیوتن بر متر را داراست و وزنی معادل ۱۶۲۸ کیلوگرم دارد. F-Type دارای گیربکس ۸ ZF، سرعت نهایی ۲۸۰ کیلومتر بر ساعت در حالت مسافه ای به همراه تعویض دنده ها بصورت دستی می‌باشد و این خودرو قادر به رسیدن به سرعت ۹۶/۵ کیلومتر بر ساعت در مدت زمان ۴ ثانیه است. همچنین مسیر ۴۰۰ متری را در مدت زمان ۱۲/۲ ثانیه طی نموده و به سرعت نهایی ۳۰۰ کیلومتر بر ساعت دست پیدا کرده است. سطح امکانات در این خودروی اسپرتی - لوکس با توجه به پیشینه کمپانی جگوار بر کسی پوشیده نیست و مواد بکار رفته در این رودستر، جناب همانند، چرم صندلی‌ها، فرمان، ادوات برقی و کیفیت عمومی کابین تنها نام جگوار را به خاطر می‌آورد. همچنین F-Type از از سیستم فرمان الکترومکانیکی با فرمان‌پذیری بالا و سیستم تعلیق یک پارچه با تعادلی خوب نیز بهره‌مند می‌باشد.

مصرف شهری جگوار F-Type برابر ۹۴ لیتر و مصرف برون‌شهری آن ۷/۸ لیتر در طی یکساعت کیلومتر می‌باشد. حال باید دید که آیا این خودروی لوکس و مهاجم در زمان شمارش ارا سطح بالایی از نظرات را بسوی خود جلب خواهد نمود؟

### مشخصات:

- نوع خودرو: موتور جلو، دیفرانسیل عقب، ۲ سرنشین، ۲ در رودستر.
  - قیمت مدل تست: ۱۰۱۷۲۰ دلار (قیمت پایه: ۹۲۹۵ دلار)
  - نوع موتور: DOHC 32-valve V-8 با سوپرشاژر و خنک‌کننده داخلی، بنده و روپه آلومینیومی، اگزوز سوخت مستقیم.
  - گنجایش: ۵۰۰۰ سی‌سی.
  - قدرت: ۲۹۵ اسب بخار در ۶۵۰۰ دور در دقیقه.
  - گشتاور: ۴۲۲ نیوتن‌متر در ۲۵۰۰ دور در دقیقه.
  - گیربکس: ۸ دنده اتوماتیک با قابلیت پدال شifter.
- ### تست‌های سرعت:
- صفر تا ۹۶/۶ کیلومتر بر ساعت: ۳/۸ ثانیه
  - صفر تا ۱۶۰/۸ کیلومتر بر ساعت: ۸/۴ ثانیه
  - صفر تا ۲۰۹/۲ کیلومتر بر ساعت: ۱۴ ثانیه
  - استارت در حال حرکت بین ۸ تا ۹۶/۶ کیلومتر بر ساعت: ۳/۹ ثانیه
  - عبور از یک چهارم مایل: ۱۲ ثانیه با سرعت نهایی ۱۹۲/۷ کیلومتر بر ساعت.
  - سرعت نهایی (با محدودیت درگاه): ۲۷۵/۱۹ کیلومتر بر ساعت.
  - مسافت ترمز از سرعت ۱۱۲/۶ کیلومتر بر ساعت: ۴۶/۹۲ متر.

# فراخوان مسابقه عکس جاده و سفر

مدیریت ارتباطات شرکت سایپا یکدک در راستای مسئولیت‌های اجتماعی و با هدف کاهش تصادفات جاده‌ای و ترویج فرهنگ آرامش در سفر هنگام رانندگی، مسابقه عکسی را با عنوان **جاده و سفر** برگزار می‌کند.

## شرایط و نحوه ارسال آثار

• موضوع: جاده، سفر، احتیاط و حفظ آرامش در رانندگی (موضوعات می‌تواند تصویری از جاده، خودرو که بیانگر حس سفر و سبک رانندگی و آرامش در سفر باشد) ضمناً از ارسال عکس‌های مربوط به حوادث جاده‌ای خودداری شود.

## ضوابط شرکت در مسابقه

- هر شرکت‌کننده می‌تواند حداکثر ۳ قطعه عکس ارسال نماید.
- عکس‌ها باید به صورت فایل دیجیتال و با فرمت **JPG** و وضوح تصویر **۳۰۰ dpi** ارسال شود.
- کلیه عکس‌های ارسالی باید شامل زیرنویس در مورد زمان و مکان عکس‌برداری عکاس باشد و در قالب یک فایل و با فرمت **Word ۲۰۰۳** یا **Word ۲۰۰۷** به همراه عکس‌ها ارسال شود.
- شرکت‌کنندگان می‌توانند به یکی از روش‌های ارسال از طریق ایمیل یا ارسال پستی، فایل آثار خود را به همراه متنی که حاوی اطلاعات فردی (نام، نام‌خانوادگی، سال تولد، نام پدر، نشانی دقیق پستی، کدپستی ده رقمی، شماره تلفن تماس و نشانی ایمیل) برای دبیرخانه ارسال نمایند.
- حق استفاده از عکس‌های ارسالی با رعایت تمام حقوق عکاس برای برگزارکننده جشنواره محفوظ است.
- ارسال عکس به منزله قبول شرایط و مقررات مسابقه است.
- عکس‌ها باید در زمان تعیین شده و با رعایت ضوابط ذکر شده ارسال شود.
- تصمیم‌گیری در مورد مسائل پیش‌بینی نشده بر عهده برگزارکننده جشنواره خواهد بود.
- آثار توسط گروهی از متخصصین حوزه عکاسی داوری خواهد شد.
- عکس‌های برگزیده، در نمایشگاهی به نمایش گذاشته خواهد شد.
- آخرین مهلت ارسال آثار **۱۵ آبان ۱۳۹۳** می‌باشد.

## اطلاع‌نایب: ۳۰ آبان

نفر اول: جایزه نقدی + دوربین عکاسی + بسته خدمات کارت تارنچی سایپا  
نفر دوم: دوربین عکاسی + بسته خدمات کارت تارنچی سایپا  
نفر سوم: دوربین عکاسی + بسته خدمات کارت تارنچی سایپا  
سایر نفرات تا رتبه دهم: بسته خدمات کارت تارنچی سایپا

جوایز  
برندگان

آدرس دبیرخانه: کیلومتر ۱۷ جاده مخصوص کرج/ خیابان دارویی/ شرکت سایپا یکدک/  
اداره روابط عمومی/ ۶۱۶۱۱۸۴۷  
پست الکترونیک: setadekhabari@gmail.com

# V5

مجموعه جدید از گروه خودرو سازی سایپا



