

DIGITALIZACIJA PRODAJNIH IN POPRODAJNIH AKTIVNOSTI V SALONIH IN NA SERVISNIH MESTIH RENAULT IN DACIA BO SKRAJŠALA ČAS IN POVEČALA PREGLEDNOST

Skupina Renault s svojima znamkama Renault in Dacia od leta 2018 na slovenskem trgu postopoma uvaja temeljito digitalizacijo poprodajnih aktivnosti. Najpomembnejše spremembe prihajajo v prihodnjih mesecih. Zahvaljujoč novim orodjem se bodo postopki za prodajo vozil in njihov sprejem na servis občutno skrajšali in poenostavili, še boljša bo preglednost nad stroški in na koncu zadovoljstvo kupcev še večje.

Skupina Renault je proces digitalizacije poprodajnih aktivnosti v Sloveniji pričela v letu 2018 z uvedbo storitve transparentne ponudbe stroškov servisa. Storitve, poimenovana »**Spletna ponudba**«, kupcu prinaša prednosti, kot sta vpogled v stroške vzdrževanja in rezervacija servisnega termina iz domačega naslonjača. Zdaj se digitalizacija širi na vse aktivnosti, vezane na prodajo novih in rabljenih vozil ter postopke njihovega servisiranja.

Z digitalizacijo aktivnosti v prodajnih salonih ter na servisu vozil želita Renault in Dacia modernizirati, poenostaviti ter izboljšati vsakdanje delovne procese za prodajno-servisno mrežo, hkrati pa želita kupcu novih vozil ali servisnih storitev ponuditi enostavno, personalizirano in moderno izkušnjo ter na ta način izboljšati zadovoljstvo kupcev. Poleg tega digitalizacija ponuja tudi nove poslovne priložnosti, saj se lahko prodajno-svetovalna dejavnost nemoteno izvaja tudi izven prodajnih salonov, denimo na sejmih ali promocijah v trgovskih centrih. Prav tako so na voljo nove možnosti sestankov pri velikih kupcih, saj ima prodajni svetovalac na tabličnem računalniku dostop do enakih virov podatkov kot v salonu, obenem pa tudi vsa orodja, potrebna za izdelavo ponudb. V servisnih aktivnostih bo največji adut sprejem kupca in prevzem vozila izven servisa. Z vsemi aktivnostmi želita Renault in Dacia poenostaviti delovne procese v prodajno-servisni mreži ter izboljšati nakupno izkušnjo ter zadovoljstvo kupcev.

Digitalizacija nakupa novega vozila

V prodaji novih vozil znamki Renault in Dacia modernizirata celovito nakupno izkušnjo z uvedbo uporabe tabličnega računalnika, kjer bo prodajni svetovalac, zahvaljujoč integraciji celotnega procesa v eno samo orodje Vega slovenskega dobavitelja Nebula, lahko pripravil vso potrebno dokumentacijo za kupca. Pogodbo za izposojlo testnega vozila bo lahko pripravil ter jo skupaj s

kupcem elektronsko podpisal kar poleg testnega vozila. Kupec novega vozila bo lahko stal ob vozilu, prodajni svetovalec pa mu bo prek tablice predstavil vozilo, dodatno opremo, pogodbo o vzdrževanju in drugo. Po zaključenem posvetu bo imel prodajni svetovalec pred sabo v tablici že sestavljeno personalizirano komercialno ponudbo, ki jo bo kupec takoj prejel v svoj e-poštni predal. Tudi kupo-prodajno pogodbo in zapisnik ob izročitvi novega vozila bo na koncu mogoče podpisati elektronsko ter ju poslati na e-poštni naslov kupca.

Digitalizacija sprejema vozila na servis

V letu 2020 Renault in Dacia svojo ponudbo za kupce nadgrajujeta s popolnoma spremenjenim procesom sprejema kupca v servis. Papirnate dokumente bodo nadomestili tablični računalniki, s čimer bo postal postopek za svetovalca storitev in kupca vedno bolj enostaven, pa tudi hitrejši in preglednejši.

Z novim procesom bo lahko svetovalec storitev kupcu ob sprejemu v servis neposredno ob njegovem vozilu s pomočjo tabličnega računalnika pripravil ponudbo vzdrževanja, opravil pregled morebitnih poškodb na vozilu, jih poslikal ter zapisal pomembne zaznamke. Za kupca bo tovrsten digitalizirani sprejem hitrejši, enostavnejši ter bolj temeljit. Za nameček bo vse dokumente možno podpisati na licu mesta preko tablice in shraniti v e-arhivu. To zmanjšuje stroške in povečuje učinkovitost svetovalca storitev.

Po rezervaciji termina in pred prihodom kupca v sam servis mora svetovalec storitev preveriti zgodovino servisov in plan samega vzdrževanja vozila. Danes za to potrebuje dve različni programske orodji, po novem pa bo lahko vse videl v enotnem programu MPO (manual pricing online) nemškega dobavitelja CPL. Z vpisom šasije, imena in priimka ali registrske številke bo hitro našel vse potrebne podatke o vozilu in samem kupcu.

Po posodobitvi podatkov, ki je lahko opravljena za sprejemnim pultom ali pa - kar v sedanjem času pride še kako prav - kar pred samim servisom, bosta kupec in svetovalec storitev naredila krog okoli vozila, preverila morebitne poškodbe in jih zabeležila v programu ter začela s pripravo delovnega naloga s servisnimi posegi. To prinaša tudi nove poslovne priložnosti (npr. delo na terenu) za same koncesionarje in prihranek časa za kupce.

Prevzem vozila kjerkoli po lastnikovem izboru!

V naslednjem letu bosta Renault in Dacia nadgradila program sprejema vozila z možnostjo prihoda na kupčev dom, v njegovo službo ali kam drugam. V tem primeru bo kupec vnaprej rezerviral termin in v tem času bo nekdo iz koncesije vozilo prevzel na kupčevi lokaciji. Predstavniki koncesije in lastniki

vozila bosta tudi na domačem dvorišču skupaj opravila standardni proces za prevzem vozila, podpisala dokumente, kupcu pa bo po opravljenem servisu vozilo vrnjeno na isto mesto.

Združitev različnih sistemov v eno orodje prinaša boljše obvladovanje informacij

Glavna prednost sistema MPO je, da združuje več orodij v eno samo oziroma bere podatke iz vseh sistemom. Tako lahko dostopa tudi do podatkov o zalogi nadomestnih delov in kataloških številkah.

Na podlagi priporočenega programa vzdrževanja, ki temelji na kilometrih in starosti vozila, sistem svetovalcu storitev že sam predlaga, kateri poseg bi bilo na vozilu pametno opraviti v danem trenutku. S tem izginja človeški faktor možnosti napake, saj sistem ne bo spregledal nobenega posega, ki pri določeni starosti in kilometri vozila zagotavlja še dolgo nemoteno delovanje avtomobila.

Paketna ponudba storitev in izdelkov s fiksnimi cenami

Za pregledno napovedovanje stroškov servisnih posegov brez neprijetnih presenečenj poskrbi paketna ponudba storitev in izdelkov s fiksnimi cenami. To pomeni, da so v kupcu predstavljeno ceno takoj vključeni tako nadomestni deli kot tudi delo, potrebno za zamenjavo teh delov.

Svetovalec storitev bo lahko že ob samem vozilu lastniku pregledno in hitro predstavil vse predlagane posege in njihove cene. Po posvetu s kupcem se izbrani posegi prenesejo na elektronski delovni nalog. Tega kupec in svetovalec skupaj pregledata ter podpišeta, kupec z lastnoročnim podpisom na tablici, svetovalec storitev pa vse potrdi le z enim klikom.

Nenazadnje bo lahko svetovalec istočasno preveril, ali ima kupec že urejeno GDPR privolitvev. Danes se to ureja v posebnem orodju in svetovalcu storitev vzame kar precej dodatnega časa za pripravo pred prihodom kupca. Sedaj bosta lahko to preverila in uredila z enim klikom. Na podlagi urejenih privolitvev lahko Renault potem obvesti kupca o prihajajočih akcijah, ga opozori na naslednji prihajajoči servis itd.

Oddaljeni podpis - prihranek časa za zaposlene in kupce

Ena od največjih prednosti digitalizacije je zagotovo prihranek časa. Nihče ne stoji rad v vrsti, še posebej v tradicionalnem jutranjem vrvežu na sprejemu v servis, ko bi vsi želeli avto oddati pred službo, torej ob skorajda istem času. To sedaj rešuje nova pridobitev – oddaljen podpis. Prav ta bo omogočil, da kupec v servisu samo pusti ključke in vozilo, ter se odpravi naprej po svojih obveznostih. Svetovalec storitev bo sam naredil krog okoli vozila in kupcu preko e-pošte poslal delovni nalog v

podpis. Ta bo istočasno na telefon dobil kodo, s katero bo delovni nalog potrdil in s tem digitalno podpisal dokument.

Kar se tiče samega nadaljnega procesa, bodo vsi dokumenti po podpisu poslani direktno kupcu na njegov e-poštni naslov, s čimer se izognemo tiskanju in pošiljanju dokumentov. V primeru, da kupec vseeno potrebuje natisnjen dokument, bo možnost tiska seveda še vedno ostala.

Z uvedbo digitalizacije se bodo po novem vsi dokumenti v koncesiji beležili v elektronskem arhivu za zakonsko določeno obdobje.

Številne nove rešitve, en jasen cilj – večje zadovoljstvo zaposlenih in kupcev

Z digitalizacijo procesov želimo v prodajno-servisni mreži Renault in Dacia zaposlenim olajšati njihove vsakdanje delovne procese, lastnikom vozil pa poenostaviti prodajne in servisne postopke. Obenem digitalizacija prinaša nove poslovne priložnosti, kot sta prevzem vozil na terenu in prodajno svetovanje izven prodajne mreže. Razvijamo torej rešitve, ki so enostavne za uporabo kjerkoli in kadarkoli, zagotavljajo natančno in pregledno delo, predvsem pa povečujejo zadovoljstvo uporabnikov in kupcev.

Trenutno je proces digitalizacije v fazi pilotnega testiranja na terenu, nato pa se bo v prihodnjih mesecih projekt začel širiti najprej v primarno prodajno servisno mrežo, nato pa še k njihovim agentom.