

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

الزامات مربوط به ماده ۲ آئین نامه

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

جزئیات این دستورالعمل به همراه کلیه شاخص ها و پارامترهای مد نظر در پیوست الف تشریح گردیده است.

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

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

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

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

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

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

الزامات مربوط به ماده ۳ آئین نامه

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

- مشخصات خودرو شامل مشخصات فنی، مشخصات ظاهری، بیرونی و داخلی خودرو، آشنی ها، تودوزی، رنگ ها، ابعاد، وسایل جانبی، رنگ های قابل ارائه به مشتری، به همراه نمای ۲۶۰ درجه داخل و خارج خودرو باید به مشتری اطلاع رسانی شود.
- مشخصات و اطلاعات کاملی از سازنده خودرو و نشان تجاری محصول باید در سامانه موجود باشد.
- عرضه کننده موظف است برابر با تبصره ماده (۳) آیین نامه، حداقل دو روزکاری قبل از اجرای فرایند فروش شرایط موصوف را اطلاع رسانی عمومی نماید.
- حداقل ۲۰ درصد از میزان فروش هر مدل خودرو در هر نوبت می بایست به صورت اینترنتی و منحصر به مشتری اختصاص داده شده و نمایندگی به هیچ عنوان حق خرید اینترنتی نداشته باشد.
- اتصال فروش اینترنتی به کد نمایندگی مجاز نمیباشد. لیکن مشتری امکان انتخاب نمایندگی مورد نظر خود جهت تحویل خودرو را بدون محدودیت در ظرفیت و موقعیت مکانی دارا باشد.
- اطلاع رسانی شرایط فروش باید از طریق نصب بر روی تابلوی اصلی نمایندگی، سامانه اطلاع رسانی در سایت و در خصوص مشتریان پیشین از طریق پیامک و شبکه های اجتماعی یا تماس تلفنی صورت گیرد.

الزامات مربوط به ماده ۴ آیین نامه

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

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

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

الزامات مربوط به ماده ۵ آیین نامه

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

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

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

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

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

الزامات مربوط به ماده ۶ آئین نامه

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

- هر گونه واریز وجه قبل از انعقاد قرارداد مجاز نبوده و میبایست پس از اطلاع از شرایط کامل قرارداد و ویژگی های محصول و تایید و امضای طرفین صورت پذیرد.
- فرمت قرارداد فروش و پیش فروش و ... میبایست توسط عرضه کننده تهیه و از طریق سامانه های ارتباطی در معرض دید مصرف کننده قرار گیرد. ضمناً یک نسخه به روزرسانی شده از این فرمت میبایست در سامانه اطلاع رسانی عرضه کننده بارگذاری گردد.
- قرارداد فروش یا پیش فروش منعقدۀ با کلیه مصرف کنندگان میبایست از طریق اعلام شبانه کاربری و رمز ورود در داخل سامانه ارتباطی شرکت عرضه کننده قابل ردیابی باشد.
- در صورت تعیین شرایط و تسهیلات ویژه فروش، این امر میبایست به طور شفاف در قرارداد منعقدۀ منعکس گردد.

الزامات مربوط به ماده ۷ آئین نامه

- با استناد به تیصر ۲ ماده (۷) در صورتی که مصرف کننده ظرف پانزده روز کاری پس از ابلاغ دعوت نامه کتبی عرضه کننده، نسبت به تصقیه حساب خودرو موضوع قرارداد اقدام ننماید، عرضه کننده می تواند خودرو را به سایر متقاضیان تحویل و تویت مصرف کننده را به موعده دیگری که نحوه تعیین آن در قرارداد مشخص شده، موکول نماید.
- عرضه کننده موظف است در فواصل زمانی مختلف و از طریق شیوه های ابلاغی (مراجعه به سیستم، گزارش گیری و ...) نسبت به اطلاع رسانی دعوت نامه های صادر شده اقدام نماید.
 - امکان پیگیری روند خرید خودرو توسط مشتری وجود داشته باشد.
 - عرضه کننده میبایست مکانیزمی به منظور حصول اطمینان از اطلاع رسانی موثر به مصرف کنندگان در خصوص صدور دعوتنامه، طراحی و پیاده سازی کند.

الزامات مربوط به ماده ۹ آئین نامه

- عرضه کننده موظف است بر اساس ماده (۹) اپین نامه در زمان تحویل خودروی درخواستی مصرف کننده را در حضور وی کنترل نموده و پس از حصول اطمینان از عدم وجود عیب خودرو را تحویل دهد.
- خودروی تحویلی به مشتری میبایست کاملاً تمیز و عاری از هر گونه لکه و غبار باشد، به نحوی که امکان بررسی خودرو توسط مشتری از حیث ایرادات ظاهری بدنه و داخل خودرو میسر گردد.
 - خودروی تحویلی به مشتری میبایست کمتر از ۹۹ کیلومتر پیمایش نموده باشد.

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

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

الف - فرآیند فروش :

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

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

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

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

- حداقل ۴۰ درصد از میزان فروش هر مدل خودرو در هر توبت میبایست به صورت اینترنتی و منحصر به مشتری اختصاص داده شده و نمایندگی به هیچ عنوان حق خرید اینترنتی نداشته باشد.

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

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

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

شاخص های اثربخشی در این فرآیند عبارتند از :

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

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

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

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

۵- رضایتمندی مصرف کنندگان از فرآیند فروش خودرو

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

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

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

شاخص های اثربخشی این فرآیند

- ۱- درصد خسارات (دیرکرد و توقف) پرداختی به کل خسارات تعیین شده
- ۲- درصد سود (مشارکت و انصراف) پرداختی به کل سود تعیین شده
- ۳- میزان رضایت مشتریان از فرآیند پرداخت سود (مشارکت و انصراف) و خسارت (دیرکرد و توقف)
- ۴- متوسط زمان پرداخت خسارت (دیرکرد و توقف)
- ۵- متوسط زمان پرداخت سود (مشارکت و انصراف)

پ- بازرسی قبل از تحویل خودرو:

- عرضه کننده خودرو موظف است بر اساس ماده (۹) آیین نامه کلیه خودروهای فروخته شده را پیش از تحویل مورد بازرسی قرار داده و نهایتاً خودروی بی عیب و نقصی را به مشتری تحویل نماید.
- خودروی تحویلی به مشتری میبایست کاملاً تمیز و عاری از هر گونه گرد و غبار باشد، به نحوی که امکان بررسی خودرو توسط مشتری از حیث ایرادات ظاهری بدنه و داخل خودرو میسر گردد.
 - خودروی تحویلی به مشتری میبایست کمتر از ۹۹ کیلومتر پیمایش نموده باشد.

شاخص اثربخشی این فرآیند

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

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

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

شاخص های اثربخشی این فرآیند

۱- متوسط پیمایش خودروهای تحویل شده

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

۳- توضیح فرآیند مطابق دستورالعمل خدمات پس از فروش

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

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

پارامترهای مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

۱- تدوین استاندارد آموزشی کارکنان

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

۲- شناسایی و صحنه گذاری کارکنان

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

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

۳- نیازسنجی آموزش

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

۴- برنامه ریزی و اجرای دوره های آموزشی

در این راستا دو نوع برنامه آموزشی بلند مدت و جاری مورد نظر بوده که هر دو می بایست مطابق با نیازسنجی طرح

ریزی گردد و برنامه جاری در بازه های زمانی حداکثر یک ساله طرح ریزی گردد.

۵- پایش اثربخش دوره های آموزشی

پایش اثربخشی دوره های آموزشی در چهارسطح شامل جمع آوری اطلاعات، تجزیه و تحلیل، تعریف اقدامات

اصلاحی و پیگیری و اجرای اقدامات مورد بررسی قرار می گیرد. در این راستا اطلاعات مورد نظر می تواند از طریق

برگزاری آزمون های عملیاتی یا مهارت محور در خصوص نحوه عیب یابی و تعمیرات خودرو استخراج و هدف گذاری

لازم صورت پذیرد.

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

تدوین و ابلاغ ضوابط مربوط به پذیرش، برنامه ریزی تعمیرات، گردش کار و ترخیص خودرو به نمایندگی های مجاز

و نظارت بر حسن اجرای آن بر اساس الزاماتین نامه اجرایی قانون

پارامترهای مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

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

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

اخذ تاییدیه مشتری و ...

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

شامل مراحل از قبیل ظرفیت سنجی تعمیرگاهی، برنامه ریزی تعمیرات خودرو، برآورد تجهیزات و قطعات

موردنیاز، برآورد زمان تقریبی تعمیرات، شناسایی انحراف و ...

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

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

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

۴- در نظر گرفتن الزامات آئین نامه اجرایی قانون حمایت در رویه های فوق الذکر

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

چ- راهنمای تعمیراتی بخشهای مختلف خودرو:

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

پارامترهای مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

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

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

دستگاه عیب یاب و ابزارهای مخصوص)

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

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

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

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

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

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

جهت بهبود و رعایت چیدمان مناسب قطعات

شاخص های مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

۱- نرخ مصرف قطعات بدکی

۲- مدت زمان تامین قطعات از لحظه سفارش

۳- نقطه سفارش

۴- نقطه ذخیره احتیاطی

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

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

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

۸- نسبت قطعات زیر نقطه ذخیره احتیاطی به کل قطعات

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

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

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

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

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

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

۱- تدوین دستورالعمل اعطا و لغو نمایندگی های مجاز

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

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

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

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

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

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

۴- ایجاد سامانه ارتباطی بین مصرف کننده و شرکت امداد خودرو و همچنین بین شبکه امداد و امدادسازان و اطلاع رسانی نحوه و شرایط امدادسانی به تمامی مصرف کنندگان

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

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

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

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

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

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

ر - نظام نظرسنجی از مراجعین کلیه نمایندگی های مجاز:

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

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

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

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

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

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

شاخص های مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

۱- نسبت شکایات مختومه شده به کل شکایات دریافتی

۲- متوسط زمان مختومه نمودن شکایات

۳- نرخ تنوع پذیری شکایات

۴- نرخ تکرار پذیری شکایات

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

۱- طرح ریزی فرآیند خدمات رسانی سیار با در نظر گرفتن پارامترهایی نظیر تعداد خودروهای عرضه شده، ضریب درخواست خدمات امدادی، متوسط زمان خدمات امدادی، ساعات خدمت رسانی، استانداردها و نیازسنجی آموزشی و اندازه گیری اثر بخشی آنها.

۲- تعیین فهرست تجهیزات استاندارد خدمات امدادی و تدوین برنامه جهت تجهیز خودروها و اجرای آن

۳- طراحی مکانیزم نظارت بر خدمات امدادی شامل نظارت بر قطعات و تجهیزات امداد، آموزش کارکنان امداد، خودرو، هزینه اجرت ها و قیمت قطعات و نحوه تامین آنها، نحوه ارائه صورت وضعیت به مشتریان و سنجش رضایت آنان، و ... بر اساس الزامات قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو و آیین نامه اجرایی آن

۴- تعهد عرضه کننده خودرو در خصوص پرداخت هزینه های پارگیری و حمل خودروهای در راه مانده و غیرقابل تعمیر به نزدیک ترین نمایندگی مجاز (به استثنای موارد تصادفی که ناشی از عیوب سایر قطعات و مجموعه های خودرو نباشد) در دوران ضمانت

شاخص های مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

۱- متوسط زمان رسیدن امدادگر به محل امداد از لحظه تماس مشتری

۲- میزان رضایتمندی مشتریان فرآیند خدمات رسانی سیار

۳- درصد پرداخت هزینه های حمل و بارگیری خودروها در دوران ضمانت

۴- درصد پاسخگویی به درخواست های امداد جاده ای مشتریان

الزامات مربوط به ماده ۱۲ آئین نامه

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

الزامات مربوط به ماده ۱۳ آئین نامه

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

فهرست قطعاتی که با ارجاع به تبصره ۱ ماده ۱۳ به عنوان قطعات و مواد مصرفی قلمداد نشده از جمله تجهیزات کاهنده آلاینده‌گی هوا شامل کربن کنیستر، کاتالیز کاتورتور، حسگر دوم اکسیژن و عمر کارکرد آنها کمتر از مدت زمان مورد نظر در دوره تضمین خودرو می باشد، به شرح جدول ذیل خواهد بود .

نام قطعات		زمان تضمین کارکرد
صفحه کلاچ	باطری	نصف مدت زمان دوره ضمانت
لنت ترمز	لامپ ها	
شمع موتور	تسمه ها	
تیغه برف پاکن		
کربن کنیستر	کاتالیز کاتورتور	حداقل ۱۸ ماه یا ۳۰ هزار کیلومتر
حسگر دوم اکسیژن		

- مطابق ابلاغیه شماره ۶۰/۲۱۰۴۶۳ مورخ ۶۴/۱۰/۲ معاونت امور اقتصادی و بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت با موضوع دستورالعمل اجرایی فروش و خدمات پس از فروش تایر و تیوب، (پیرست +) دوران ضمانت لاستیک حداقل معادل با دوره ضمانت خودرو تعریف می گردد.
- در خصوص لاستیک و سیستم پخش صوت در خودروها ضمانت بر عهده شرکت عرضه کننده خودرو می باشد.

الزامات مربوط به ماده ۱۷ و ۱۹ آئین نامه

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

شاخص مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

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

الزامات مربوط به ماده ۲۱ آئین نامه

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

این دستورالعمل در پیوست د تشریح گردیده است.

الزامات مربوط به ماده ۲۲ آئین نامه

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

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

الزامات مربوط به ماده ۲۳ آئین نامه

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

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

الزامات مربوط به ماده ۲۶ آئین نامه

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

الف - مربوط به عرضه کنندگان خودروهای سبک

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

ب - مربوط به عرضه کنندگان خودروهای سنگین درون شهری

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

ج - عرضه کننده انواع خودروهای سنگین برون شهری

ردیف	نماد عرضه خودرو	حداقل تعداد نمایندگی اول	محل استقرار نمایندگی
۱	تا ۳۰۰۰ دستگاه	۱۲ نمایندگی در محورهای مورد اشاره	محور اول شامل استان های اردبیل، گیلان و مازندران
			محور دوم شامل استان های گلستان و خراسان شمالی
			محور سوم شامل استان های سمنان و خراسان رضوی
			محور چهارم شامل استان های زنجان، آذربایجان شرقی و آذربایجان غربی
			محور پنجم شامل استان های مرکزی، همدان و کردستان
			محور ششم شامل استان های لرستان، کرمانشاه و ایلام
			محور هفتم شامل استان های یزد و کرمان
			محور هشتم شامل استان های بوشهر و هرمزگان
			محور نهم شامل استان های فارس، کهگیلویه و بویر احمد و خوزستان
			محور دهم شامل استان های تهران، البرز، قم و قزوین
			محور یازدهم شامل استان های اصفهان و چهارمحال و بختیاری
۲	بیش از ۳۰۰۰ دستگاه	عازاد بر بند فوق بر اساس فرمول مندرج در تبصره این ماده	بر اساس توزیع
			فرد خودروها در محوره های یاد شده

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

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

(تعداد خودروهای موجود (تسریب مراجعه خودرو در سال) (موتور) زمان تعمیرات در خودرو)	تعداد جایگاه های تعمیراتی برای خودروها در دوره ضمانت یا تعهد
(بهره سالانگی کار نمایندگی در هر روز) (تعداد روزهای کاری نمایندگی در طول سال)	

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



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

دستورالعمل و نظامات آیین نامه اجرایی

قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

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

هیات محترم وزیران

تایید کننده			تنظیم کننده		
املاح	سید محمود نوایی	محسن صالحی نیا	شهرام امیر آخوندو	امیر حسین قنایی	اشکان علیا یگانی
محمدرضا نعمت زاده	سید محمود نوایی	محسن صالحی نیا	شهرام امیر آخوندو	امیر حسین قنایی	اشکان علیا یگانی
دکتر صنعتی معتمد و تجارت	معاون وزیر و رئیس سازمان	معاون امور صنایع وزارت	مدیر کل نظارت بر کالاهای خارجی و معدنی سازمان حمایت از حقوق مصرف کنندگان و تولید کنندگان	مدیر کل خودرو و نیرو محرکه	مدیر عامل شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران
					

فهرست

صفحه

عنوان

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

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

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

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

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

الزامات ماده ۴
قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

ماده ۴ قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو

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

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

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

شاخص های مورد نظر در این حوزه عبارتند از:

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

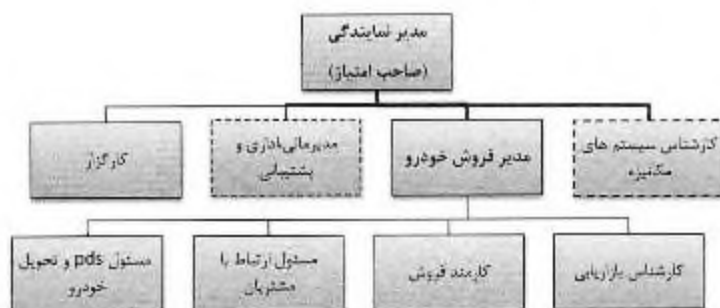
پیوست ها

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

۱- نیروی انسانی

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

ساختار سازمانی نمایندگی های مجاز فروش



پست کارشناس سیستم های مکاتبه و مدیر مالی، اداری و پشتیبانی در نمایندگی اختیاری میباشد

چنانچه میزان فروش نمایندگی کمتر از ۶۰۰ خودرو باشد، وجود افرادی مستقل در سمت های کارشناس بازاریابی، مسئول ارتباط با مشتریان و کارمند فروش اختیاری میباشد. چنانچه میزان فروش نمایندگی بین ۶۰۰ تا ۱۱۰۰ باشد، وجود افرادی مستقل در پست های کارمند فروش و مسئول ارتباط با مشتریان اختیاری میباشد.

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

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

جدول الف - مدیریت و نیروی انسانی

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

تبصره ۱

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

تبصره ۲

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

۳-۱- شرایط احراز کارکنان نمایندگی های مجاز فروش

۱-۳-۱- مدیر نمایندگی

- سوابق تحصیلی و کاری
- لیسانس و بالاتر با ۳ سال سابقه کار
- فوق دیپلم با ۵ سال سابقه کار
- دیپلم با ۷ سال سابقه کار
- دوره های آموزشی
 - مدیریت نمایندگی و رفتار سازمانی
 - مشتری مداری و مهارت های ارتباطی
 - اصول بازاریابی و فروش
 - اصول سرپرستی
 - برنامه ریزی استراتژیک
 - آشنایی با محصولات
 - آشنایی با آخرین ویرایش الزامات سیستم مدیریت کیفیت ISO 9001
 - آشنایی با آخرین ویرایش دستورالعمل شرایط، ضوابط و ارزیابی فروش
- شرح وظایف
 - هدایت کلیه کارکنان فروش، کنترل و ارزیابی فرایند فروش
 - تلاش در جهت شناخت انتظارات و نیازهای مشتریان و برنامه ریزی جهت برآورده سازی آنها
 - شناخت و اجرای مناسب قوانین و ضوابط حقوق مصرف کنندگان
 - برنامه ریزی تبلیغاتی در جهت افزایش سهم بازار
 - ایجاد وفاداری و اطمینان مشتریان نسبت به شرکت و اطمینان از حرکت در جهت سیاستهای فروش شرکت
 - رسیدگی به نظرات و پیشنهادات مشتریان

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

نماینده

۱-۳-۲- کارشناس بازاریابی

▪ سوابق تحصیلی و کاری

▪ لیسانس و بالاتر با حداقل ۴ سال سابقه کار

▪ فوق دیپلم با حداقل ۵ سال سابقه کار

▪ دوره های آموزشی

▪ مشتری مداری و مهارت های ارتباطی

▪ گزارش نویسی

▪ نظام آراستگی

▪ مدیریت رفتار سازمانی

▪ کار تیمی (DISC)

▪ اصول و فنون مذاکره

▪ آشنایی با مفاهیم بازاریابی و نشان تجاری

▪ مهارت های فروش

▪ مدیریت کسب و کار

▪ روابط عمومی اثربخش

▪ معرفی محصولات و کانال های ارتباطی

▪ ارتباطات و تبلیغات

▪ شرح وظایف

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

▪ مشاهده و آنالیز و ارزیابی روند تغییرات بازار

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

از محصولات

▪ حضور فعال در نمایشگاه های منطقه ای

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

اطلاعات مرتبط

▪ به کارگیری و بهبود روش هایی که می تواند منجر به تغییر در فروش و یا گردش مالی گردد

مثل استفاده از روش های خاصی از تبلیغات و یا ایجاد تغییر در قیمت ها و یا تغییر در

شرایط فروش

▪ به کارگیری معیارهای بازار منطقه و محلی در فرآیند فروش جهت کسب وفاداری

مشتری (همراه با در نظر گرفتن اهداف شرکت)

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

پیشنهاد در خصوص تبلیغات منطقه ای

▪ توسعه و بهبود روش ها و کانال های فروش و پیشنهادان به مدیریت

▪ بررسی شیوه های تبلیغات و بازاریابی پیشنهاد شده از سایر مؤسسات

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

و فروش

• پیشنهاد کمپین های تبلیغاتی، شرایط فروش مناسب، تبلیغات سراسری (SMS و Mail و...)

به مدیریت و برنامه ریزی تبلیغات نمایندگی

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

▪ به روز کردن شیوه تبلیغات پیگیری برنامه های تبلیغات نمایندگی و اجرای آن و کمک

گرفتن از مؤسسات خدماتی و سنجش اثربخشی تبلیغات

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

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

توجه به هدف های آن

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

▪ تحلیل واکنش ها نسبت به تبلیغات سراسری

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

ها

▪ استقبال از مشتریان به محض ورود به نمایندگی

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

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

▪ پیگیری مراجع مشتری تا حصول خرید

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

مشتریان

۱-۳-۳- مدیر / مسئول فروش

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

بالایی با مدیریت دارد

▪ سوابق تحصیلی و کاری

▪ لیسانس یا حداقل ۴ سال سابقه کار

▪ فوق دیپلم یا حداقل ۵ سال سابقه کار

▪ دیپلم اقتصاد یا حداقل ۶ سال سابقه کار

▪ دوره های آموزشی

▪ گزارش نویسی

▪ مشتری مداری و مهارت های ارتباطی

- کار تیمی
- نظام آراستگی
- مدیریت رفتار سازمانی
- آشنایی با مفاهیم شاخص رضایت مشتری (CSI)
- روش های حفظ و نگهداری اسناد و مدارک
- مدیریت فروش
- آشنایی با سیستم های فروش و فروش اینترنتی
- آشنایی با مفاهیم بازاریابی و نشان تجاری
- روابط عمومی اتریخش
- اصول و فنون مذاکره
- معرفی محصولات و کانال های ارتباطی
- ارتباطات و تبلیغات
- آشنایی با فرایند های قیمت گذاری و فروش
- آشنایی با فرایند تخصیص پلاک و pds و handover
- مدیریت کسب و کار

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

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

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

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

▪ برنامه ریزی و حضور در تبلیغات رسانه ای و ارتباطی

▪ نظارت بر نحوه طراحی نمایشگاه مطابق با استاندارد شرکت

▪ به کارگیری تمام روش های ممکن در معرفی و ارائه صحیح محصولات و متعلقات اختیاری (آپشن) با همکاری تمام افراد

▪ شناخت مشتریان بالقوه، کلیدی، سود آور و جذاب و تعیین منطقه مورد پوشش و گسترش آن در صورت لزوم

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

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

▪ تعیین و به روز کردن ملزومات واحد فروش

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

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

▪ تعیین و ابلاغ اهداف به کارکنان و کنترل سطح تحقق اهداف، شناسایی انحرافات، تصحیح آنها، ایجاد هماهنگی و رفع مشکلات واحدهای مربوطه

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

اثر بخشی آن

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

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

۱-۳-۴- کارمند فروش

- سوابق تحصیلی و کاری
- لیسانس با حداقل ۲ سال سابقه کار
- فوق دیپلم با حداقل ۳ سال سابقه کار
- دوره های آموزشی
- گزارش نویسی
- مشتری مداری و مهارت های ارتباطی
- کار تیمی
- نظام آراستگی
- مدیریت رفتار سازمانی
- آشنایی با مفاهیم شاخص رضایت مشتری (CSI)
- روش های حفظ و نگهداری اسناد و مدارک
- مدیریت فروش
- آشنایی با سیستم های فروش و فروش اینترنتی
- آشنایی با مفاهیم بازاریابی و نشان تجاری
- روابط عمومی اثربخش
- اصول و فنون مذاکره
- معرفی محصولات و کانال های ارتباطی
- ارتباطات و تبلیغات
- آشنایی با فرایند های قیمت گذاری و فروش
- آشنایی با فرآیند تخصیص پلاک و pds و handover
- مدیریت کسب و کار
- شرح وظایف

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

۱-۳-۵- مسئول ارتباط با مشتریان

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

- نظام آراستگی
- مدیریت رفتار سازمانی
- کار تیمی (Disc)
- اصول و فنون مذاکره
- مهارت های فروش
- مدیریت کسب و کار
- روابط عمومی اثربخش
- آشنایی با آخرین ویرایش استاندارد ISO 10002 , ISO 10004

معرفی محصولات و کانال های ارتباطی

▪ شرح وظایف

- خوش آمدگویی و استقبال به صورت دوستانه و با روی یاز
- رسیدگی به مشتریان منتظر در نمایشگاه
- برقراری و لینک دادن مشتریان و کارمندان فروش
- پاسخگویی به تلفن و وصل کردن آن به کارکنان مربوطه
- انتقال اطلاعات و بروشورها به مشتریان
- نظارت بر تمیزی و منظم بودن نمایشگاه و حوزه پذیرش و بررسی وجود و در دسترس بودن ملزومات پذیرایی
- پاسخگویی و رسیدگی به کلیه شکایتهای مشتریان و رفع مشکلات مربوطه و نگهداری کلیه اسناد
- تماس مستمر با مشتریان، نظر سنجی از مشتریان و تعیین سطح رضایتمندی آنها
- تماس با مشتری در عرض ۳ روز از زمان دریافت شکایات جهت حل مشکل و پیگیری امور شکایات مشتری از سازمان تا رفع مشکل
- نگهداری و پیگیری اسناد کلیه شکایتهای مشتریان

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

- رعایت کلیه بخش نامه ها و دستورالعملها در حوزه ارتباطی

۱-۳-۶- مسئول PDS و تحویل خودرو

- سوابق تحصیلی و کاری
- دیپلم فنی و یا بالاتر یا حداقل ۲ سال سابقه کار
- دوره های آموزشی
- نظام آراستگی
- مدیریت رفتار سازمانی
- اصول سرپرستی
- کار تیمی (Disc)
- مهارت های ارتباطی
- آشنایی با فرآیند تخصیص پلاک و آماده سازی خودرو قبل از تحویل (PDS & Handover)
- شرح وظایف
- برنامه ریزی و زمان بندی تحویل خودرو و انجام فعالیتهای کنترلی در حضور مشتری
- تحویل خودرو به مشتری با ارائه کلیه لوازم جانبی و تست خودرو در حضور مشتری
- تکمیل اسناد مربوط به دریافت و تحویل خودرو
- ارائه اطلاعات تکمیلی درباره نحوه پیکارگیری صحیح خودرو به مشتری
- معرفی واحد بوتیک (در صورت وجود) به منظور ارتقاء محصول ینابر نظر مشتری

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

۱-۳-۷- مسئول مالی، اداری و پشتیبانی

▪ سوابق تحصیلی و کاری

▪ دیپلم و یا بالاتر با ۳ سال سابقه کار

▪ دوره های آموزشی

▪ آشنایی با محصولات و مبانی خودرو

• کار تیمی

• شرح وظایف

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

• تهیه و تنظیم امور بیمه ای نمایندگی

• تهیه و تنظیم برگه های مالیاتی نمایندگی

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

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

صورتحساب سود و زیان عملیاتی

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

صورت به وجود آمدن انحرافات

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

• تهیه راهکارهای کاهش هزینه و افزایش درآمد

۱-۳-۸- کارگزار

▪ سوابق تحصیلی و کاری

• حداقل دیپلم با ۳ سال سابقه کار

▪ دوره های آموزشی

• آشنایی با محصولات و مبانی خودرو

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

شرح وظایف

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

مدارک تحصیلی مورد پذیرش در فرایند ارزیابی عبارتند از :

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

سوابق کاری مورد پذیرش در فرایند ارزیابی عبارتند از :

- لیست بیمه

تبصره ۳

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

تبصره ۴

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

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

۴-۱ نحوه امتیازدهی

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

ردیف	سمت	ضریب
۱	مدیر نمایندگی	۳
۲	کارشناس بازاریابی	۲
۳	مدیر / مسئول فروش خودرو	۲
۴	مسئول ارتباط با مشتری	۲
۵	کارمند فروش	۱.۵
6	مسئول PDS	۱
۷	کارگزار	۱

تبصره

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

۲- امکانات و تجهیزات

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

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

(۱) رایانه های موجود در نمایندگی به شرطی مورد قبول می باشد که دارای کد کاربری باشند در غیراینصورت امتیازی به آن تعلق نمیگیرد.

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

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

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

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

۲-۲ تجهیزات لازم در فرایند PDS عبارتند از:

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

ای دارند.

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

تجزیه ۱

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

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

تبصره ۲

کالیبراسیون میبایست توسط یکی از مراجع معتبر که دارای گواهی تأیید صلاحیت از موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران می باشد انجام گردد.

تبصره ۳

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

۲-۳- نحوه امتیاز دهی

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

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

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

تبصره

صرفاً به دستگاه ها، تجهیزات و امکانات سالم که نصب و مورد بهره برداری قرار می گیرند امتیاز تعلق می گیرد. در صورت وجود تجهیز به صورت ناقص نیمی از امتیاز به آن تجهیز تعلق نمی گیرد. در صورت کالیبره نبودن هر یک از تجهیزات ۳۰ درصد از امتیاز آنها کسر خواهد شد. در صورت عدم انجام تعمیرات و نگهداری هر یک از تجهیزات ۳۰ درصد از امتیاز آنها کسر خواهد شد.

شرایط محیطی:

۳- فضای فیزیکی

۳-۱- شرایط فیزیکی محل های مختلف

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

۳-۱-۱- ابعاد و شرایط محل نمایشگاه

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

دیوار نشان تجاری شرکت باید در مقابل درب ورودی (گیت ورودی) قرار گیرد تا هنگامی که مشتری وارد نمایشگاه می شود با روپرو شدن با آن تحت تاثیر قرار گیرد. دیوار نشان تجاری به منظور خوش آمدگویی به مشتریان قرار می گیرد. اختصاص فضایی به ابعاد 3.5×2.5 مترمربع جهت میز پذیرش و Brand Wall پشت سر مسئول پذیرش که کاملاً در روپروی گیت ورودی این امکان را نیز به مشتریان می دهد تا بتواند اطلاعات مورد نیاز را اخذ نماید.

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

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

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

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

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

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

۳-۱-۲- پارکینگ خودرو

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

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

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

نمایندگی جهت رفاه حال مراجعه کنندگان باید فضایی نیز به عنوان پارکینگ برای مشتریان (حداقل ۳ مشتری) در نظر گیرد. این فضا باید بگونه ای باشد که مشتری با تابلوهای راهنما به سوی آن هدایت شود. همچنین مکان مذکور باید دارای تابلو پارکینگ مشتریان فروش باشد. محل پارکینگ خودرو های نو از خودروهای آماده تحویل و آماده تعمیر به صورت واضح جدا شوند و حداقل ۱ متر از هم فاصله داشته باشند.

۳-۱-۳- محل فعالیت PDS

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

تبصره

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

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

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

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

• در صورت تجهیز نبودن فضای انتظار مشتریان (میلان، صندلی، دفترچه مشخصات خودرو و

قیمت ها) امتیازی به فضای آن تعلق نمیگیرد

۳-۳- نور فضاهای مرتبط :

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

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

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

۳-۳- نحوه امتیاز دهی

امتیاز این بخش ۴ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی را شامل می شود .

نحوه امتیاز دهی این بخش به ازای تعداد فضاهای تعیین شده و براساس ضرایب جدول زیر محاسبه می گردد.

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

تبصره

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

الزامات محیطی

۴- آراستگی و ایمنی

۴-۱- مستندات

✓ کلیه افراد شاغل (ذکر شده در دستور العمل) در نمایندگی باید دارای پرونده کارکنانی باشند-
در پرونده های کارکنانی باید مدارک شناسایی، سوابق شغلی، سوابق تحصیلی، سوابق آموزشی
موجود باشد.

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

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

۴-۲- تابلوها

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

جدول ۳-۳-۱ تابلوها و شرایط آنها

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

۴-۳- ایمنی

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

✓ در صورت استفاده از کپسول های اطفاء حریق:

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

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

۳- نزدیک به ورودی ها و خروجی ها باشد.

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

۵- به راحتی قابل دیدن باشد.

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

۷- درجه برروی رنگ سبز باشد.

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

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

تبصره ۱

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

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

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

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

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

۴-۴- نظافت و تمیزی

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

۴-۵- رفاه مشتری

- ✓ محل انتظار مشتری باید دارای صندلی جهت استراحت مشتریان باشد. تعداد صندلی ها می بایست ۵ صندلی به ازای هر ۱۰ مترمربع بوده و تا سقف ۳۰ مترمربع لحاظ گردد.
- ✓ محل انتظار مشتری می بایست دارای سیستم گرمایش و سرمایش مناسب باشد.
- ✓ نمایندگی میبایست امکانات رفاهی که شامل سرویس بهداشتی مجزا آقایان و بانوان، تمایشگر با امکان نمایش تبلیغات خودرو و دستگاه آب سرد و گرم برای مشتریان ایجاد نماید.
- ✓ نمایندگی باید شرایطی را جهت پخش موزیک در فضاهای استراحت و انتظار مشتری فراهم کند.
- ✓ وجود سرویس بار در محل انتظار مشتری در نمایشگاه الزامی میباشد.
- ✓ وجود الزامات و اقلام ضروری نیز (بطور مثال فضایی همراه با آرامش / مبلمان استاندارد / سرویس بار / یونیت های مرتبط مثل یونیت بروشور / جای ساز / قهوه جوش) الزامی می باشد. کانتری جهت لوازم پذیرایی از مشتریان در فضای استراحت مشتری نمایشگاه قرار میگیرد.

۴-۶- کارکنان

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

حداکثر امتیاز این بخش ۱۰ درصد امتیاز کل نمایندگی می باشد که به طور مساوی به عوامل موجود در جدول تعلق می گیرد

۵- فرآیندها

۵-۱- فرآیندهای مرتبط با بازاریابی

اطلاع رسانی و مذاکره با مشتری

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

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

در صورت دریافت اطلاعات در خصوص نمایشگاهها و یا جشنوارهای منطقه ای در سطح منطقه از طریق سیستم های پیامک و یا ارتباطات الکترونیکی جدید اقدام به اطلاع رسانی می نمایند. نمایندگی برای دوره های فروش خاص ساعات کاری خود را افزایش دهد.

ساعت کاری نمایندگی باید به اطلاع مشتری برسد. اطلاع رسانی باید بر روی تابلو و در معرض دید مشتریان باشد جهت همدلی بیشتر با کارکنان ساعات کاری نمایندگی باید مناسب و هماهنگ با شرایط منطقه ای انتخاب شود.

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

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

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

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

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

تبلیغات

نمایندگی براساس برنامه ی فروش هدف خود، اقدام به تدوین برنامه زمانی و مالی تبلیغات مطابق روش و الزامات اداره فروش منطقه مربوطه و نحوه انجام آن نموده (اجرا توسط نمایندگی یا موسسات خدماتی دیگر) و اثربخشی برنامه مورد پایش قرار گیرد. (بودجه بر اساس تجهیزات و نیروی انسانی مورد نیاز تعیین شده و اقدامات اصلاحی با توجه به نتایج پایش انجام گردد)

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

بروشورها باید در داخل یونیت بروشور (قفسه هایی جهت نگهداری کاتالوگ و بروشور) و به تعداد کافی بوده و حداقل دو دست در نزدیکی قسمت پذیرش و انتظار مشتریان در دسترس قرار گیرد. تجهیزات سمعی و بصری (دارای اندازه حداقل ۲۹ اینچ) به منظور نمایش امکانات و مشخصات کلیه خودروها جهت اطلاع رسانی بهتر روش های فروش و مراحل ثبت نام ، میبایست در نمایشگاه و در محل انتظار و استراحت مشتری موجود بوده و در حال نمایش اطلاعات به روز خودروها باشد .

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

هیچگونه خودروی غیر شرکتی در محل نمایشگاه وجود نداشته باشد.

هر خودرو (خودروهای جدید یکسال اخیر) باید دارای تابلوی فوم پلاک خودرو باشد. تابلوی فوم پلاک خودرو، نشان دهنده نام خودرو (لوگوی اختصاصی) بوده که با ابعاد مشخص توسط شرکت مادر طراحی شده و در اختیار عاملیت قرار می گیرد. تابلوی فوم ها، باید در محل نصب پلاک های جلو و عقب خودرو، نصب گردند.

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

حفظ و توسعه بازار

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

نمایندگی به صورت دوره ای باید تحلیلی کاملی بر روی فرآیندهای فروش و شاخص های تعیین شده انجام داده و نقاط ضعف و قوت و میزان سطح هدف حاصل شده و انحرافات برنامه را شناسایی، مورد پایش قرار داده و اقدامات اصلاحی مناسب جهت بهبود را انجام دهد. بانک اطلاعاتی از مشتریان نمایندگی برای ارتباط با ایشان موجود و به روز گردد. برای حفظ مشتری و ایجاد مشتری وفادار مشتری پس از فرآیند خرید مراقبت می شود. (فهرست تماسی ها)

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

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

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

۵-۲- فرآیند های فروش

فرایند ثبت نام

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

فرآیند تحویل دعوتنامه

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

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

نماینده‌گی دقت رجه ای به منظور ثبت تماس با مشتری در اختیار دارد و در صورت نیاز برای اثبات اطلاع رسانی از طریق پست پیشنهاد به آخرین آدرس مشتری اطلاع رسانی می نماید. پس از مراجعه مشتری اطلاعات کافی در خصوص دعوتنامه و مبلغ واریزی و سایر اطلاعات دعوتنامه و تغییرات احتمالی در خصوص شرایط قرار داد به مشتری اطلاع رسانی می شود.

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

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

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

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

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

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

فرآیند انصراف از خرید خودرو

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

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

در صورت انصراف از خرید توسط مشتری، نمایندگی های تهران به فاصله حداکثر ۴۸ ساعت از زمان انصراف و نمایندگی های شهرستان به فاصله ۷۲ ساعت باید مدارک مربوطه را به شرکت ارسال کنند.

فرآیند تبدیل

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

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

فرآیند درخواست امانی

در صورت ابلاغ برنامه امانی، نمایندگی برای دریافت خودرو امانی، برنامه از قبل پیش بینی شده بر اساس درخواست های مشتریان و بازار منطقه تنظیم کرده و در دست داشته باشد.

مسئول فروش به فرآیند دریافت امانی در سیستم آگاهی کامل داشته و مراحل دریافت خودروی امانی را بشناسد.

فرآیند صلح نامه یا انتقال تعهد

در صورتی که مشتری مراجعه نموده خواهان واگذاری خودروی ثبت نامی خود به غیر باشد، توضیحات کاملی در خصوص نقل و انتقال مدارک فروشنده و خریدار به مشتری داده می شود و چک لیستی در این خصوص وجود دارد. (تماس یا پرسش)

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

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

فرآیند تشکیل، نگهداری و ارسال خلاصه پرونده مشتری به سازمان

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

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

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

فرآیند ابطال

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

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

فرآیند بایگانی پرونده های مشتریان در نمایندگی

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

فرآیند فک رهن

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

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

۵-۳- فرایند تحویل

فرایند ثبت و دریافت خودرو از بیمانکار

عرضه کننده موظف است سند فروش، صورتحساب فروش همراه یا درج تفکیکی اقلام تشکیل دهنده، پدای خودرو شامل پهای خالص خودرو، شماره گذاری، بیمه، عوارض، مالیات و سایر موارد مربوط، برگه های ضمانت، کتابچه راهنمای مصرف کننده حداقل به زبان فارسی و تجهیزات اضافی را در زمان تحویل خودرو به مصرف کننده ارائه نماید.

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

کلیه تاخیرهای احتمالی در تحویل خودرو به مشتری توسط کارکنان مربوطه در نمایندگی شناسایی و در زمان مناسب به اطلاع مشتری رسیده شود.

بایگانی مناسبی جهت نگهداری صورت جلسات و برگه های تحویل گیری خودرو موجود است شستشو و نظافت خودرو قبل از تحویل به مشتری با کیفیت خوب انجام می گیرد

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

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

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

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

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

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

فرآیند PDS

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

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

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

مهر و امضاء نماینده‌گی در انتهای چک لیست PDS وجود دارد.

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

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

فرآیند HAND OVER (اخذ اطلاعات مناسب)

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

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

جایگاه مشخص و مناسبی از لحاظ فیزیکی و توری (۵۰۰ تا ۶۵۰ لوکس)، جهت تحویل خودرو به

مشتری یعنی HANDOVER وجود دارد

آخرین ویرایش دستورالعمل تحویل خودرو HANDOVER نزد مسئول تحویل موجود است و

ایشان تسلط کافی روی مفاد و جزئیات مستند دارند

بایگانی مناسب و قابل ردیابی از چک لیستهای تکمیل شده HANDOVER وجود دارد

کلید مدارک مربوط به خودرو (بیمه نامه، دفترچه، گارانتی، صورت وضعیت فروش، ...) به صورت

کامل به مشتری تحویل و مستندات و سوابق تحویل مدارک نگهداری شود.

مشخصات دقیق و شماره تلفن مشتری بر روی چک لیست تحویل خودرو به مشتری

HANDOVER ثبت می گردد

مهر و امضاء نمایندگی در انتهای چک لیست HANDOVER وجود دارد

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

خودروی تحویل شده به مشتری انجام و توضیح به خواندن دفترچه مربوطه انجام

شود (تماس)، همچنین تحویل کلید، توصیه های ایمنی، معرفی، آموزش و نحوه استفاده از تجهیزات

خودرو و توضیحات لازم در خصوص سرویس ها و نحوه استفاده از قسمت های مختلف خودرو به

مشتری به طور کامل توضیح داده شود.

نمایندگی به صورت دوره ای باید ایرادات متداول مشاهده شده در فرآیند Hanover در

نمایندگی را تهیه و به شرکت مادر ارسال کند.

نمایندگر سوخت خودروی تحویلی به مشتری نباید پایینتر از نصف باشد.

واحد یونیک محصولات موجود به منظور ارتقای محصول به مشتری معرفی می گردد.

۴-۵- رسیدگی به شکایات و نظرسنجی

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

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

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

- در خصوص پیگیری شکایات حتما باید شرح شکایت و مشخصات مشتری، اقدامات انجام شده توسط نمایندگی جهت پیگیری شکایات، و بررسی اثربخشی اقدامات انجام شده صورت گیرد.
 - کل فرآیند رسیدگی به شکایات نباید بیش از ۲۰ روز کاری به طول بینجامد.
 - در خصوص بررسی وضعیت رضایتمندی مشتری در عاملیت برنامه ای تدوین شود و حداکثر به فاصله ۳ روز از دریافت خودرو با وی تماس و نظرسنجی در رابطه با فرآیند خرید، تشکر بابت خریدشان، اطلاع رسانی فروش ها و پیشنهادات جدید فروش انجام و سوابق نگهداری شود.
 - در راستای ارتقاء سطح خدمات نمایندگی در قسمت فروش، نظرسنجی های انجام شده به صورت دوره ای پایش و اقدامات لازم جهت ارتقاء خدمات در نمایندگی تدوین و اثربخشی آن اندازه گیری شود.
 - وجود دستورالعمل تشویق و تنبیه در رابطه با سنجش عملکرد کارکنان فروش نمایندگی جهت ایجاد نظام انگیزشی در بین آنان الزامی میباشد.
- ۵-۵- نحوه امتیاز دهی
- امتیاز این بخش ۲۰ درصد امتیاز وضعیت نمایندگی را شامل می شود. نحوه امتیاز دهی این بخش بر اساس ضرایب جدول زیر تعیین می گردد.

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

۶- امتیاز های تشویقی

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

۳ درصد به مجموع امتیازات وضعیت نمایندگی اضافه خواهد شد.

۶-۲- چنانچه امکان تلفن گویا جهت پاسخگویی درباره خودروهای موجود برای فروش،

مشخصات فنی، قیمت خودروها و شرایط خرید موجود باشد ۲ درصد به امتیاز امکانات فروش و

اطلاع رسانی اضافه می گردد.

۶-۳- چنانچه نمایندگی شرایط استفاده لیزینگ را فراهم نموده باشد به شرط وجود مسئول

جداگانه ۲ درصد به امتیاز امکانات فروش و اطلاع رسانی اضافه میگردد.

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

نمایندگی به صورت تشویقی اضافه خواهد شد.

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

مجموع امتیازات وضعیت نمایندگی اضافه خواهد شد.

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

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

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

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

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

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

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

- مراحل ارزشیابی خودروهای دست دوم شامل:

- برآورد اولیه از خودروی دست دوم

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

شاخص های ارزیابی خدمات فروش

شرکت های عرضه کننده خودرو و نمایندگی های مجاز

شرکت های عرضه کننده خودرو و نمایندگی های مجاز

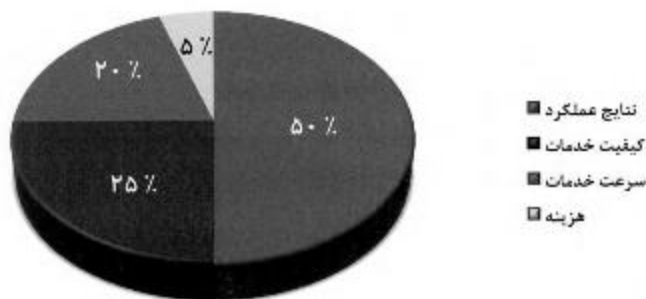
به طور کلی خدمات فروش عرضه کنندگان خودرو بر اساس چهار شاخص ذیل مورد بررسی و ارزیابی قرار خواهند گرفت:

۱- کیفیت خدمات

۲- سرعت خدمات

۳- هزینه

۴- نتایج عملکرد



جدول شاخصهای ارزیابی کلی فرآیند فروش عرضه کنندگان خودرو

شاخص	عوامل	امتیاز
کیفیت خدمات ۷۵٪	وضعیت نمایندگی های مجاز	۶۵
	رعایت ضوابط مربوط به روش های مختلف فروش (بر اساس جداول مربوطه)	۲۰
	آموزش کارکنان نمایندگی ها	۵
	نظارت بر شبکه	۲.۵
	تشویق و تنبیه نمایندگی ها	۲.۵
	نظام نظر سنجی و دریافت بازخوردهای مشتریان	۲.۵
	تدوین و اجرای دستورالعمل کنترل خودرو قبل از تحویل (PDS)	۲.۵
سرعت خدمات ۳۰٪	سیستم های ارتباطی و اطلاعاتی	۲۰
	اعطاء و لغو نمایندگی ها	۲۰
	فرآیند رسیدگی به شکایات مشتریان	۴۰
	ضوابط حمل خودرو به نمایندگی	۲۰
	هزینه خدمات ۵٪	۱۰۰
سجد عملکرد ۵۰٪	بررسی اثربخشی اجرای فرآیندها	۳۰
	رضایتمندی مشتریان از فرآیند فروش	۷۰
جمع		۱۰۰

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

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

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

تبصره ۱

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

تبصره ۲

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

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

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

جدول ۲-۵ رتبه بندی نمایندگی مجاز

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

تبصره ۳

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

تبصره ۴

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

تبصره ۵

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

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

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

۹-۱- تعیین حجم نمونه

با در نظر گرفتن فرمول نمونه گیری کوکران با استفاده از ضریب تغییرات (فرمول ذیل) و پیش فرض فاصله اطمینان ۹۵٪، خطای ۵٪ برای هر نمایندگی و ضریب تغییرات (CV) ۰۰.۳۳، نمونه گیری طبقه ای ذیل مبنای محاسبات قرار خواهد گرفت:

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

که در آن:

N: حجم تحویل هر خودرو در سه ماه

e: درصد خطای نمونه گیری

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

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

π : حجم نمونه

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

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

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

۹-۲- دوره های نمونه گیری

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

۳-۹- شیوه مصاحبه

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

۴-۹- پرسشنامه

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

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



وزارت صنعت معدن و تجارت

پرستشانه اندازه گیری رضایت مشتریان از خدمات فروش

نحوه ثبت نام (خرید): ☐ هر مجموعه به نمایندگی ☐ ثبت نام اینترنتی ☐ خرید نقدی (نمایشگاه) ☐ ۴
شرکت های لیزینگ ☐

ردیف
ف
خصوصیت
تا چه حد از خصوصیت مطرح شده رضایت دارید؟

خصوصیت	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	نامشروع	مشمول نمی شود
۱. اطلاع رسانی شرکت توسط روابط فروش، اینترنتی، خبرت، زمان تحویل و ...	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰
۲. برخورد و پاسخگویی کارکنان نمایندگی فروش	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰
۳. سهولت در روشن شدن خرید خودرو (در صورتی که مراجعه به نمایندگی شرکت های لیزینگ)	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰

نوع به خواسته های مشتری	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	نامشروع	مشمول نمی شود
۴. توجه رضایتی فروش به مذاکره امکانی، پرداخت اقساط، مناسب گذاری، پرداختی، مدارک، ...	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰
۵. تعین خواسته های خود در خصوص، مهلت، رنگ، ایش و ...	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰
۶. مطابقت خودروی تحویلی با مشخصات تعیین شده در زمان ثبت نام	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰

هزینه و زمان صرف شده	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	نامشروع	مشمول نمی شود
۷. مدت زمان صرف شده جهت برآورد اوراق ثبت نام	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰
۸. تحویل خودرو در زمان مورد توافق قرارداد خرید	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰
۹. آیا بعد از ثبت نام، مجموعه تالیفات و یا خدمات، برآورد تحویل خودرو به شما می دهند؟	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰
۱۰. دریافت سود مشارکت مجموعه تالیفات و یا خدمات، شرکت در کار تحویل خودرو	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰
۱۱. تناسب هزینه به بخشی و خودروی خریداری شده	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰

تحویل خودرو	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	نامشروع	مشمول نمی شود
۱۲. دریافت مستندات به شرکت نمایندگی های فروش و محل تحویل خودرو	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰
۱۳. تحویل مدارک لازم، همراه خودرو (باعتبار یا خودرو)	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰
۱۴. سلامت خودروی خود، عدم ایراد در زمان تحویل	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰
۱۵. آیا خودروی شما در زمان تحویل ایراد فنی داشته است؟	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰
۱۶. رفع ایرادات احتمالی به هنگام تحویل خودرو	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰
۱۷. وضعیت ظاهر، خودرو در زمان تحویل (باعتبار و یا کمزوری)	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰
۱۸. رضایتی و نحوه آموزش استفاده از خودرو در زمان تحویل خودرو	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰
۱۹. نحوه تحویل مدارک خودرو (باعتبار سند و گارانتی)	۵	۴	۳	۲	۱	۰	۰

سوالات تکمیلی							خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	نظری ندارم	شماره
به طور کلی تا چه میزان از فرآیند فروش رضایت دارید؟													
☐ خیلی زیاد ☐ زیاد ☐ متوسط ☐ کم ☐ خیلی کم ☐ نظری ندارم													
آیا تمایل به خرید مجدد از خودروهای شرکت ... یا آمبول به دوستان و آشنایان برای خرید از این شرکت را دارید؟													
☐ قطعاً خیر ☐ قطعاً بله ☐ گاهی ☐ هرگز													
(۱) علت خرید و انتخاب خودرو: (۲) اعتماد به خودرو ساز (۳) کیفیت (۴) خدمات پس از فروش (۵) سرمایه گذاری													

۱۶ سایر:

پیشنهادات و انتقادات:

مشخصات مشتری	
۱. جنسیت	☐ زن ☐ مرد
۲. سن	☐ ۱۸-۳۰ سال ☐ ۳۱-۴۵ سال ☐ ۴۶-۶۰ سال ☐ ۶۱-۷۵ سال
۳. میزان تحصیلات	☐ زیر دیپلم ☐ دیپلم ☐ فوق دیپلم ☐ لیسانس ☐ فوق لیسانس و بالاتر
۴. شهر محل سکونت	نام و نام خانوادگی مشتری:
۵. تلفن تماس	
۶. نوع خودرو	A. شرکت سازنده: B. تاریخ خرید خودرو: C. خودروی قبلی:
۷. نحوه خرید خودرو	☐ خرید نقدی ☐ خرید چک و وجهی ☐ لیزینگ ☐ سایر موارد:
توسط پرستشگر تکمیل گردد	
مکان	شهر:
تاریخ انجام مصاحبه:	زمان شروع مصاحبه:
	زمان پایان مصاحبه:
	کد پرستشگر:
امضاء پرستشگر:	

پیوست ب
بند غ ماده ۲
قطعه ایمنی خودرو

ردیف	نام قطعه	طبقه بندی
۱	ECU	A
۲	اتصال لاستیکی گلوبی پاک	C
۳	اتصالات پمپ روغن ترمز	A
۴	اجزاء پنوماتیک ترمز (سنگین)	A
۵	پیچ های چرخ	A
۶	سویچ پدال ترمز	A
۷	آیینده ها	B
۸	یافتری	C
۹	پست های لوله های سوخت و روغن	A
۱۰	بالبرینگ چرخ	C
۱۱	بوستر ترمز	A
۱۲	بوق ها	B
۱۳	پدال گاز	B
۱۴	پدال ترمز	A
۱۵	پدال کلاچ	B
۱۶	پمپ انژکتور (سنگین)	B
۱۷	پمپ و درجه شناور بنزین	C
۱۸	پوسنه فرمان	C
۱۹	تویی سبک فرمان	A
۲۰	تویی چرخ	A
۲۱	چاقب بخار بنزین (کنسرت)	C
۲۲	کروز کنترل	A
۲۳	چرخ کامل	A
۲۴	خفه کن موتور (سنگین)	A

ردیف	نام قطعه	طبقه بندی
۲۵	دسته سیم های سیستم ایمنی و ECU	A
۲۶	دسته راهنمای شیشه شوی	B
۲۷	دیسک ترمز	A
۲۸	وگلاپور گاز	C
۲۹	ریل سوخت	C
۳۰	ریناودیر (سنگین)	A
۳۱	رینگ چرخ	A
۳۲	سیلندر ترمز	A
۳۳	سنسورهای فشار ترمز (سنگین)	A
۳۴	سیبک	A
۳۵	سیستم ترمز ABS	A
۳۶	شاگ ها و اتصالات سوخت و ترمز	A
۳۷	شیر هیدرولیک فرمان	A
۳۸	غریلنگ فرمان	C
۳۹	فیوزها	C
۴۰	قطع کن برقی سوخت	C
۴۱	قفل ایمنی در موتور	B
۴۲	کلید تبدیل سوخت	C
۴۳	لاستیک چرخ	A
۴۴	چراغ کامل	C
۴۵	لنت ترمز	A
۴۶	مجموعه پاك	C
۴۷	مجموعه پاكس چرخ	A
۴۸	مجموعه ترمز	A
۴۹	مجموعه ترمز دستی	A

ردیف	نام قطعه	طبقه بندی
۵۰	مخزن CNG	A
۵۱	کمربند ایمنی	A
۵۲	سیستم کیسه هوا	A
۵۳	مجموعه بخاری	A
۵۴	مجموعه برق پاک کن	A
۵۵	مجموعه دسته راهنما	A

پیوست ج
بند ف ماده ۲
عیوب ایمنی خودرو

۱- سیستم فرمان و تعلیق
۱-۱- پیوسیدگی یا ترک لاستیک چرخها یا غیر استاندارد بودن لاستیک
۲-۱- ترک رینگ یا غیر استاندارد بودن آن
۳-۱- تاب داشتن رینگ چرخ جلو به نحوی که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
۴-۱- صدای غیرعادی و شدید از چرخها که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
۵-۱- صدای غیرعادی و شدید از سیستم تعلیق که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
۶-۱- عدم مونتاژ یا مونتاژ نامرست قطعات عملکردی که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
۷-۱- عدم عملکرد سیستم تنظیم ارتفاع خودرو به نحوی که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
۸-۱- در ارزیابی عملکرد و پایداری در حرکت مستقیم :
۸-۱-۱- سیستم فرمان عمل نکند یا خلاصی فرمان بیش از ۴۵ درجه باشد.
۸-۱-۲- خلاصی فرمان بین ۳۰ تا ۴۵ درجه یا معیار سازنده تفاوت دارد.
۸-۱-۳- عدم برگشت پذیری فرمان به نحوی که در امر رانندگی اختلال ایجاد کرده و کمک راننده برای برگشت فرمان لازم است
۹-۱- لرزش غریزگ فرمان به نحوی که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
۱۰-۱- لرزش شدید اتاق در حین حرکت به نحوی که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
۱۱-۱- میزان کشیدن و انحراف خودرو به یک سمت در حرکت مستقیم در مسافت ۵۰ متر بیش از ۲ متر به سمت چپ و بیش از ۲ متر به سمت راست باشد.
۱۲-۱- وجود نشتی شدید روغن از سیستم هیدرولیک فرمان در مجاورت سیستم اگزوز
۱۳-۱- وجود نشتی روغن از سیستم هیدرولیک به صورت جریان پیوسته یا چکیدن
۱۴-۱- شیلنگها یا لوله های نصب شده دچار بیجوش یا خم شدگی شده یا آویزان باشد به نحوی که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
۱۵-۱- تماس یا درگیری لوله ها و شیلنگها یا قطعات جانبی به نحوی است که نیاز به تعویض قطعه بوده و یا در امر رانندگی اختلال ایجاد نماید.
۱۶-۱- هرگونه ایراد عملکردی در سیستمهای (الکترونیکی یا غیرالکترونیکی) فرمان و تعلیق که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
۱۷-۱- عدم وجود روغن در سیستم هیدرولیک

۱-۱۸-۱- شل بودن پیچ یا مهره های ایمنی قترها، اهرم بندی فرمان یا گازتان
۱-۱۹-۱- شل بودن پیچ یا مهره های قطعات دوار که احتمال پرتاب آنها وجود دارد
۱-۲۰-۱- شل بودن پیچ یا مهره هایی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید
۱-۲۱-۱- پریدن یا عدم نصب پیچ یا مهره های چرخها (یک عدد یا بیشتر)
۱-۲۲-۱- فتل نشدن یا پر نکردن پیچ یا مهره های چرخها، گریز قترها و اهرم بندی فرمان و پیچ یا مهره های گازتان (بیرون نبودن حداقل یک رو پیچ از مهره به معنی پر نکردن می باشد)
۱-۲۳-۱- گشتاور پیچ یا مهره های ایمنی قترها، چرخها، اهرم بندی فرمان یا گازتان نسبت به حد مجاز آن بیش از ۳۰ درصد تفاوت داشته باشد

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

۱۵-۲	وجود ناشی آب از سیستم خنک کننده یا بخاری به صورت جریان پیوسته یا چکه‌ریز
۱۶-۲	وجود آسیب یا صدمه دیدگی در قطعات، لوله ها، پیچ یا مهره ها، یا اتصالات، به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.
۱۷-۲	عمل نکردن گیربکس یا کلاچ
۱۸-۲	خوردگی یا گیربکس اتوماتیک در دنده عقب یا جلو روشن می شود.
۱۹-۲	دنده در حال رانندگی بیرون می زند.
۲۰-۲	تعویض دنده در گیربکس اتوماتیک غیرعادی به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال کند (نگاز سخت، زمان نامناسب تعویض دنده بکسولت و...))
۲۱-۲	کمک گیربکس عمل نمی کند.
۲۲-۲	پلوس قفل کن عمل نمی کند.
۲۳-۲	عملکرد دسته دنده در گیربکس اتوماتیک در حالت های مختلف با نشان دهنده روی کسول متطابق نیست.
۲۴-۲	صدای غیرعادی شدید از گیربکس، کمک گیربکس یا دیفرانسیل یا پلوس
۲۵-۲	روغن ریزی از گیربکس، کمک گیربکس یا دیفرانسیل به صورت شدید (چکه زیاد یا شره)
۲۶-۲	ناشی شدید روغن از سیستم کلاچ به صورت چکه زیاد
۲۷-۲	گاز نخوردن خودرو به ملوری که جنبه ایراد ایمنی پیدا کند.
۲۸-۲	گیرداشتن شدید پدال گاز که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
۲۹-۲	صدای غیرعادی شدید از سیستم کلاچ که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
۳۰-۲	وجود قطعات ریزشیده در محفظه موتور که ممکن است ایمنی را به خطر انداخته موجب توقف خودرو گردد.
۳۱-۲	خروج یا پاشش مایع به بیرون در هنگام بازکردن در پاک
۳۲-۲	هرگونه ایراد عملکردی در سیستم های (الکترونیکی یا غیرالکترونیکی) موتور و سیستم انتقال قدرت که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند.
۳۳-۲	عدم عملکرد یا عملکرد مناسب تجهیزات سیستم گازسوز (ولند کاید تبدیل، شلنگر میزان گاز، گیج فشار، شیرها و...) به نحوی که در امر رانندگی اختلال ایجاد کند یا باعث توقف خودرو شود.
۳۴-۲	اتصال بوی گاز به صورت مستمر
۳۵-۲	عدم نصب، نصب یا مونتاژ اشتباه قطعات و تجهیزات سیستم گازسوز، به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.
۳۶-۲	آسیب و صدمه دیدگی قطعات و تجهیزات سیستم گازسوز، به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.
۳۷-۲	تماس و درگیری لوله های گاز، تماس و نصب نامناسب متع گاز به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.

۳-۳- ترمز
۳-۳-۱- ترمز عمل نمی کند.
۳-۳-۲- وجود ناشی یا وجود اثر ناشی روشن ترمز
۳-۳-۳- دیرعمل کردن سیستم ترمز (مانند سنگ کردن یا جوب گرفتن)
۳-۳-۴- دل زمین شدید پندال ترمز به طوریکه لرزش ناشی از آن به پندالها، فرمان یا اتاق منتقل شده و در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.
۳-۳-۵- ترکیبی و تماس اولیه ها و شیلنگهای ترمز با لپه های تیز یا قطعات متحرکه که باعث خراشیدگی و صدمه دیدگی گردد به نحوی که در عملکرد آنها تاثیر بگذارد یا به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.
۳-۳-۶- عدم نصب، نصب یا مونتاژ اشتباه قطعات و تجهیزات سیستم ترمز به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.
۳-۳-۷- آسیب و صدمه دیدگی قطعات، لوله ها و شیلنگها، پیچ و مهره ها، اتصالات سیستم ترمز، به نحوی که در امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.
۳-۳-۸- سطح مایع روشن ترمز زیر خط مینیمم بوده یا موجب روشن شدن چراغ هشدار می گردد
۳-۳-۹- عدم عملکرد سیستم ترمز عند قفل
۳-۳-۱۰- هرگونه ایراد عملکردی در سیستمهای (الکترونیکی یا غیرالکترونیکی)، ترمز که در امر رانندگی ایجاد اختلال کند.
۳-۳-۱۱- ترمز دستی یا ترمز پارک عمل نمی کند.

۴- تجهیزات الکتریکی و الکترونیکی و کنترل هوشمند
۴-۱- روشن نشدن هر دو چراغ نور پایین و نور بالا، هر دو چراغ موقعیت عقب، کلیه چراغهای راهنمای یک سمت خودرو و کلیه چراغهای دنده عقب
۴-۲- کارکرد معکوس چراغهای راهنما (عدم تطابق با دسته راهنما)
۴-۳- عدم کارکرد یا کارکرد نامناسب خبر صندبه شارژ باتری، سطح روشن موتور، فشار و دمای روشن موتور، دمای مایع خنک کننده لنت ترمز فشار روشن هیدرولیک، سیستم قفل چرخ، سیستم عبور پلی مولتورف سطح روشن مولتور
۴-۴- عدم کارکرد یا کارکرد نامناسب نشانگر فشار روشن مولتور و دمای مایع خنک کننده سطح سوخت
۴-۵- دینام، سوئیچ، استارت یا برف پاک کن جزو سیستم جرقه زنی، سیستم ECU عمل نمی کند.
۴-۶- شیشه یا لایر برقی یا سلفروپ باز شده بسته نمی شود.

۷-۴- سنسور بر گردان شیشه بالای برق یا معروف عمل نمی کند.
۸-۴- عدم عملکرد سیستم دزد گیر
۹-۴- قفل مرکزی خودبه خود درهای بسته را باز می کند (سوییچ بیرون از خودرو باشد)
۱۰-۴- عدم عملکرد سوییچ یا استارت خودرو هنگام بیرون بودن سوییچ کارتی از خشتاب آن
۱۱-۴- بیرون پریدن قندک از غلاف پس از گرم شدن و یا داغ شدن قندک گیر کردن در غلاف
۱۲-۴- فن رادیاتور عمل نمی کند.
۱۳-۴- عدم نصب، نصب یا مونتاژ اشتباه قطعات و تجهیزات سیستم برق به نحوی که بر امر رانندگی ایجاد اختلال نماید.

۵- اتصالات داخلی

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

۶- اتصالات خارجی

۱-۶- شکستن یا ترک یا کم خورده گی و کسری جوش که بر ایمنی سرنشینان موثر است.
--

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

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

ب : قطعات ایملی موتورسیکلت و شرح عیوب ایملی :

قطعه یا سیستم	شرح عیوب ایملی
لاستیک ها	پوسیدگی یا کهنگی ، گذشتن از تاریخ تولید بیش از حد متعارف، عمق کم آج، عدم وجود نشانه های الزامی همچون نشانه تولیدکننده و تاریخ تولید
بوق	اتصال و انقطاع در صدای شنیداری، ضعیف بودن شدت صدا
باتری	شل بودن اتصالات باتری و قطب باتری
چک های وسط و بغل	عدم استحکام اتصالات به بدنه، ضعف در فنرهای بازگرداننده ، عدم توانایی در حفظ تعادل ایجاد زاویه بیش از حد هنگام استفاده از چک بغل، تاب خوردن بیش از اندازه حول چک وسط
سیستم سوخت رسانی	نداشتن بر حسب مصرف سوخت (گرید انرژی)
پاک	فوری و نورفتگی پاک، نشستی از در پاک هنگام حرکت
سیستم روشنایی	عمل نکردن خرابی یا ضعف در هر کدام از چراغهای جلو، عقب ، راهنما، خطر مانی یا شکستگی و ترک در قاب یا حباب هر کدام از چراغها لقی یا لورزش تکیه گاه و نشیمن گاه هر کدام از چراغها عدم تبدیل نور بالا به نور پایین و برعکس عدم تنظیم زاویه مناسب برای چراغهای نور بالا و نور پایین
زنجیر چرخ	لقی یا سفتی بیش از حد، عدم روغنکاری، برخورد یا ستیش با قاب زنجیرچرخ
سرعت سنج	عدم نمایش صحیح سرعت
کیلومتر شمار	عدم نمایش صحیح کیلومتر پیمایش شده
صفحه نمایشگر	عدم نمایش و خرابی برخی نشانهها همچون راهنما، وضعیت دنده، وضعیت چراغ جلو
صوقه ها	عدم استحکام اتصالات و برخورد یا ساییدگی با لاستیک ها
پره چرخها	شکستگی برخی پره ها
ترمزهای جلو و عقب	عدم ترمزگیری مناسب تنظیم نبودن و خلاصی نامتناسب اهرم ها وجود رانده، ترک یا ناصافی در دیسک ترمز جلو
فعل فرمان	خلاصی نامتناسب قفل فرمان

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

ج) قطعات ایمنی مشمول استاندارد اجباری

ردیف	نام کالا / خدمت	شماره استاندارد ملی
۱	باتری	۶۱۹۷
		۱۳۰
		۱-۷۱
۳	وایر شمع	۶۲۶۷
		۱-۶۲۶۷
		۳-۶۲۶۷
۳	استارت	۶۱۴۴
۴	دهنام	۶۱۴۳
		۲۱۰۲
۵	شمع	۲۱۰۳
		۲۱۰۴
		۲۱۰۵
		۲۱۰۶
		۲۱۰۷
		۲۱۰۸
		۲۴۰۳
		۶۰۰۴
۶	لامپ خودرو	۶۰۰۴
۷	سوئیچ لامپ ترمز هیدرولیکی	۳۱۶۳
۸	سوئیچ لامپ ترمز مکانیکی	۳۲۹۰
۹	شیشه ایمنی خودرو	۱-۷۰۹
		۳-۷۰۹
۱۰	لانتینگ خودرو	۱۰۹۳
		۱-۱۰۹۳
		۲-۱۰۹۳
		۱۶۴۳
		۲۱۶۹

ردیف	نام کالا / خدمت	شماره استاندارد ملی
		۱-۳۱۶۹
		۲-۳۱۶۹
۱۱	روغن موتور	۱۳۴۲
		۳۳۹۲
		۵۸۴
		۱۳۴۳
		۵۸۵
		۳۷۸۵
		۶۰۴
		۶۷۸۳
۱۲	روغن ترمز	۳۶۳
۱۳	خود بخ	۳۳۸
۱۴	گرس	۱-۱۴۲
		۲-۱۴۲
		۳-۱۴۲
۱۵	پمپ روغن	۳۲۸۹
۱۶	پمپ سوخت بنزینی *	۳۲۸۴
۱۷	فیلتر هوا	۳۴
		۳۰۵
۱۸	فیلتر روغن	۲۵۲۵
۱۹	کمک فتر هیدرولیکی	۳۰۰۶
		۱۲۷۴۳
۲۰	کمک فتر کازی	۳۰۹۱
۲۱	لنت ترمز	۲۲۹۸
		۵۸۶
۲۲	لنت صفحه کلاچ	۳۰۰۵

ردیف	نام کالا / خدمت	شماره استاندارد ملی
۲۳	بوستر ترمز (غیر مستقیم) *	۲۷۹۷
۲۴	رادیاتور	۳۲۲۳ ۳۲۲۴
۲۵	رینگ چرخ خودرو (تا ۱۶ اینچ)	۲۴۰۱
۲۶	فنر تخت	۳۳۸۹
۲۷	تیمه و بازوی برف پاک کن	۳۲۹۵
۲۸	سیبک	۳۳۹۰ ۳۳۹۱
۲۹	کمربند ایمنی *	۷۷۹
۳۰	اجزاء سیستم گازسوز کردن خودرو LPG *	۴۲۶۴
۳۱	اجزاء سیستم گازسوز کردن CNG *	۷۵۹۸
۳۲	کلاه ایمنی موتورسیکلت سوار *	۸۷۵
۳۳	توبی تایلر موتورسیکلت، ویزگیها و روش آزمون	۷۶۲
۳۴	دوچرخه، ویزگیها و روش آزمون	۳۹۱۴
۳۵	خودروهای امدادی و تجهیزات آنها	۴۳۷۴
۳۶	نسمه های لاستیکی خودرو	۱۹۸۷
۳۷	چراغهای مه شکن جلو خودرو	۶۴۸۸
۳۸	چراغ پلاک خودرو	۶۴۹۵
۳۹	چراغ مه شکن عقب خودرو	۶۵۰۴
۴۰	چراغ راهنمای خودرو	۶۵۰۵
۴۱	چراغهای جلو خودرو	۶۶۷۲
۴۲	آینه خودرو	۶۴۹۷
۴۳	چراغ جلو موتورسیکلت	۹۳۶۹
۴۴	چراغ های موتورسیکلت	۱۰۲۸۳

پیوست د-۱

ماده ۲۱

دستورالعمل واردات خودروهای
سواری توسط اشخاص حقیقی و حقوقی



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

وزیر

شماره: ۶۰/۲۴۸۸۳۲

تاریخ: ۳۴/۱۱/۳۰

بوست:

جناب آقای الفخیمی راد

معاون محترم وزیر و رئیس سازمان توسعه تجارت ایران

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

باسلام

در جهت اعمال قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶ و
آیین نامه اجرایی آن، بدینوسیله به پیوست دستورالعمل واردات خودروهای سواری توسط
اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی جهت اجرا و اعمال نظارت ارسال می گردد.

محمدرضا نعمت زاده

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

با استناد به ماده ۴۵ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸/۷/۱۵ و ماده ۳۷۶ آیین‌نامه اجرایی ماده ۴۱۶ قانون مذکور موضوع تصویب نامه شماره ۱۷۳۲۷۰ ت/۴۵۳۴۱ هـ مورخ ۱۳۹۰/۹/۲ هیأت محترم وزیران «واردات خودروی سواری توسط اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی» به شرح زیر می‌باشد:

۱. در صورت تقاضای اشخاص حقیقی و حقوقی وارد کننده فاقد نمایندگی رسمی برای تجهیز شبکه خدمات پس از فروش و اخذ نمایندگی رسمی شرکت‌های خارجی بر اساس «دستورالعمل نحوه صدور گواهی فعالیت نمایندگی رسمی شرکت خارجی در کشور» بلاغی مورخ ۱۳۹۳/۲/۱۵، مرکز امور اسناد و بازرگانی ایران مراتب را رسیدگی و در صورت احراز شرایط نسبت به ارائه گواهی فعالیت نمایندگی رسمی اقدام می‌نماید.

۲. در صورت عدم تحقق ایجاد امکانات و تأسیسات خدمات پس از فروش به شرح بند ۱۶ فوق، پذیرش ثبت سفارش از اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی صرفاً پس از عقد توافق‌نامه ارائه خدمات گمرانی و واراتی (تمهید ضمانت، تأمین قطعات و ارائه سرویس) به شرح پیوست فی‌مابین نماینده رسمی و واردکننده و ارائه توافق‌نامه مذکور به سازمان توسعه تجارت ایران (دفتر مقررات صادرات و واردات) جهت ثبت سفارش صورت می‌پذیرد ضمناً نمایندگان رسمی موظف می‌باشند در صورت درخواست واردکنندگان فاقد نمایندگی برابر شرایط توافق‌نامه پیوست عمل نمایند.

۳. با توجه به ماده ۴۴ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸، تریخیص خودروهای ثبت سفارش شده قبل از تاریخ ۱۳۹۳/۱۰/۳۰ توسط اشخاص حقیقی و حقوقی غیر نماینده رسمی در صورت ارائه اسناد مثبته به گمرکات، دل بر حمل خودروهای ثبت سفارش شده قبل از تاریخ فوق‌الذکر (با رعایت ماده ۴۱۶ آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات) بلامانع خواهد بود در غیر اینصورت تریخیص این خودروها منوط به انعقاد توافق‌نامه ارائه خدمات پس از فروش با نماینده رسمی و اعلام دفتر مقررات صادرات و واردات به گمرک جمهوری اسلامی ایران خواهد بود.

شماره:

تاریخ:

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

به استناد قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶ و آیین نامه اجرایی آن و ماده «۲» قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان مصوب ۱۳۸۸ و در راستای شفافیت در ارائه خدمات پس از فروش و پوشش گارانتی و وارانتی و واردات خودرو توسط اشخاص حقیقی و حقوقی غیر نماینده دارای کارت بازرگانی معتبر، توافقنامه ذیل فی مابین شرکت به شماره ثبت نماینده رسمی شرکت خارجی سازنده خودروی در ایران به شماره تأییدیه مورخ صادره از مرکز اصناف و امور بازرگانی استان تهران به نشانی و شماره تلفن که در این توافقنامه منبذ نمایندگی رسمی نامیده می شود و شرکت آقای اختم به شماره ثبت/کدملی دارای کارت بازرگانی معتبر شماره به آدرس کدپستی و شماره تلفن که در این توافقنامه منبذ واردکننده غیرنمایندگی نامیده می شود به شرح زیر منعقد می گردد:

موضوع توافقنامه

عبارت است از ارائه خدمات گارانتی و وارانتی (تعهد ضمانت، تامین قطعات و ارائه سرویس) و پوشش مطابق آیین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۹ هیأت محترم وزیران در شبکه سراسری خدمات پس از فروش مربوط به نمایندگی رسمی به تعداد دستگاه خودروی موضوع پروفرمای شماره مورخ (تصویر پیوست) که توسط واردکننده متعلاً وارد کشور خواهد شد مشروط به داشتن شرایط مندرج در این توافقنامه به شرح زیر می باشد:

تعهدات طرفین

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

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

۲- واردکننده متعهد می‌گردد سرما با کارت بازرگانی خود (شماره مندرج در توافقتنامه) اقدام به واریات نماید.
۳- واردکننده متعهد است قبل از ثبت سفارش و حمل خودروهای خود به بنادر ایران یک نسخه از اسناد حمل را برای هر خودرو به نماینده رسمی و به تفکیک هر شاسی جهت شناسایی و تطابق اسالت خودرو ارائه نماید. تبصره: درخصوص خودروهای ثبت سفارش شده قبل از تاریخ ۱۳۹۳/۱۰/۳۰ واردکننده متعهد است قبل از ترخیص نسبت به ارائه اطلاعات خودروهای ثبت سفارش شده به تفکیک هر شاسی به سازمان ملی استاندارد و گمرک جمهوری اسلامی ایران اقدام نماید.

۴- وارد کننده موظف می‌باشد سه (۳) درصد معادل ریالی ارزش CIF هر دستگاه خودرو را بابت گارانتی و واریاتی و ارائه خدمات پس از فروش به نماینده رسمی نقداً پرداخت نماید.
۵- به‌منظور اطلاع‌رسانی به مصرف‌کنندگان از چگونگی ارائه خدمات خودروی خریداری شده واردکننده متعهد است در هنگام فروش خودروهای وارداتی خود، یک نسخه از دفترچه راهنمای چگونگی استفاده از خودرو به زبان فارسی به همراه کارت گارانتی، کارت اسالت و فهرست نمایندگان خدمات پس از فروش که از سوی نماینده رسمی در اختیار واردکننده قرار می‌گیرد را در اختیار خریدار نهایی قرار دهد.
تبصره: به‌منظور تسهیل و تسریع در ارائه خدمات از سوی نماینده رسمی، واردکننده موظف است اطلاعات مربوط به موقعیت جغرافیایی خریداران خودرو را در زمینه پراکنش و توزیع آن در سطح کشور به‌صورت ماهیله به نماینده رسمی اعلام نماید.

بند تعهدات نماینده رسمی

- ۱- نماینده رسمی متعهد است در مقابل انجام تعهد واردکننده مطابق ضوابط و مقررات مربوط به جزء ۴۵ بند (الف)، نسبت به ارائه خدمات موضوع این توافقتنامه در شبکه سراسری سروس و خدمات به خودروهای وارداتی واردکننده اقدام نماید.
- ۲- برای تحقق مفاد جزء ۴۵ بند (الف) نماینده رسمی متعهد است قبل از ترخیص خودرو از گمرکات، نسبت به انجام فعالیت بازرسی و تطابق اسالت خودروی موضوع این توافقتنامه با مشخصه‌های اصلی کارخانه سازنده و سازمان ملی استاندارد و صدور کارت اسالت خودرو اقدام نماید.



تیمبره کارت اصالت خودرو می‌بایست در برگرفته اطلاعات و مشخصه‌های فنی و اصلی خودرو (اعم از شماره شاسی و موتور، نام برند و نوع تیپ، سال ساخت و مدل، حجم موتور و مشخصات فنی، رنگ داخل و خارج و...) و اطلاعات تجهیزات جانبی و آپشن‌های موجود (اعم از تعداد آپریگ‌ها، تعداد و نوع سنسورها، سیستم صوتی و تصویری، سیستم‌های پایداری، جنس صندلی‌ها و داشبورد، سنسور، نوع رینگ‌ها، راپار، توپ‌گوشن و...) باشد که قابلیت استعلام از طریق وبسایت نماینده رسمی از طریق شماره شاسی یا VIN برای مصرف‌کننده نیز امکان‌پذیر باشد.

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

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

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

۶- هیچ‌گونه وجهی مازاد بر مبلغ مندرج در جزء ۴۳۰ بند (الف) از سوی نماینده رسمی دریافت نمی‌گردد و نماینده رسمی متعهد است درقبال دریافت وجه اشاره شده نسبت به صدور فاکتور اقدام نماید.

تیمبره در صورتی که تعدادی از خودروهای ثبت سفارش شده به دلالتی منجر به واردات نگردد، نماینده رسمی متعهد است متناسب با تعداد وارد نشده، نسبت به استرداد مبالغ موضوع جزء ۴۳۰ بند (الف) به واردکننده، حداکثر ظرف ۱۵ روز پس از اعلام کتبی واردکننده اقدام نماید.

ج: تعهد سازمان توسعه تجارت ایران

سازمان توسعه تجارت ایران (دفتر مقررات صادرات و واردات) با دریافت توافقتنامه انشاء شده و سایر مدارک لازم نسبت به ثبت سفارش اقدام می‌نماید.



۵: سایر موارد

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

واردکننده	نماینده رسمی
نام و نام خانوادگی:	نام و نام خانوادگی:
سمت:	سمت:
شرکت:	شرکت:
مهر و امضاء:	مهر و امضاء:

پیوست د-۲

ماده ۲۱

تکمیل دستورالعمل واردات

خودروهای سواری



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

وزیر

شماره: ۶۳/۱۳۸۰/۶۰

تاریخ: ۲۷/۴/۱۳۹۳

جناب آقای افخمی‌زاد، معاون محترم وزیر و رئیس سازمان توسعه تجارت ایران
جناب آقای صالحی‌نیا، معاون محترم امور صنایع
جناب آقای نوکی، معاون محترم وزیر، رئیس هیأت مدیره و مدیر عامل سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان
موضوع: تکمیل دستور العمل واردات خودروهای سواری

باسلام

پیرو ابلاغیه شماره ۶۰/۱۳۸۸۲۲ مورخ ۱۳۹۳/۱۱/۳۰ در خصوص دستور العمل واردات خودروهای سواری توسط اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی، مواد ذیل در راستای تکمیل دستور العمل یادشده به منظور لحاظ و اعمال نظارت ابلاغ می‌گردد.

۱- ماده ذیل به عنوان بند (۴) دستور العمل اضافه گردد:
«ترخیص کلیه خودروهای لیست سفارش شده پس از ابلاغ این دستور العمل از گمرک جمهوری اسلامی ایران، ملحق به آرایه گواهی انطباق کالا (Certificate Of Conformity-COC) به گمرک جمهوری اسلامی ایران می‌باشد»

۲- موارد ذیل به جزء (۶) بند (ب) و جزء (۱) بند (د) به ترتیب اضافه و تکمیل گردد:
جزء (۶) بند (ب):

«در راستای اجرای این توافقتنامه نمایندده رسمی مجاز به دریافت هیچگونه وجهی مازاد بر ارزش معادل ارزش CIF نمی‌باشد و نمایندده رسمی متعهد است در قبال دریافت وجه اشاره شده نسبت به انعقاد قرارداد اقدام نماید.
تبصره ۱- مطالبه و دریافت هرگونه وجه مازاد توسط نمایندده رسمی مطابق سنده فوق موجب برخورد قانونی وفق جزء (۱) بند (د) خواهد گردید.»

جزء (۱) بند (د):

«مسئولیت رسیدگی و داوری در موارد بروز اختلاف بین طرفین بر عهده سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان می‌باشد. سازمان مذکور در راستای اجرای هر یک از تعهدات طرفین و رسیدگی به موارد مورد اختلاف، مکلف می‌باشد نسبت به برخورد قانونی وفق مواد قانون تعزیرات حکومتی و عنداللزوم درخواست تعلیق و ابطال گواهی فعالیت نمایندگی رسمی از طریق اعلام به معاونت امور اقتصادی و بازرگانی اقدام نماید.»

۳- ماده ذیل در دستور العمل مربوط به جزء (۳) بند (د) اضافه گردد:

«انجمن واردکنندگان خودرو (شماره شناسه ملی ۱۴۰۰۴۵۲۹۰۶۱) مکلف است به پذیرش و پیگیری درخواست متقاضیان واردات خودرو (غیرنمایندده) مطابق فرم پیوست و نظارت بر عملکرد نمایندگان رسمی در اجرای دستور العمل فوق و ضوابط ابلاغی می‌باشد.»

محمدرضا نعمت‌زاده



اصلاحیه دستورالعمل

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

با استناد به ماده (۴) قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ مجلس شورای اسلامی و ماده (۳۷) آیین‌نامه اجرایی ماده (۲۱) قانون مذکور موضوع تصویب‌نامه شماره ۱۷۳۲۷۷-ت/۴۵۲۴۱-هـ مورخ ۱۳۹۰/۱۰/۰۲ هجرت محترم وزیران «واردات خودرو سواری توسط اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی و عاملیت فروش» به شرح زیر می‌باشد:

۱- در صورت نقاشی اشخاص حقیقی و حقوقی واردکننده فاقد نمایندگی رسمی برای تجهیز شبکه خدمات پس از فروش و اخذ نمایندگی رسمی شرکتهای خارجی بر اساس «دستورالعمل نحوه صدور گواهی فعالیت نمایندگان رسمی، دفاتر، شعب و عاملیت فروش شرکتهای خارجی در کشور» ابلاغی مورخ ۱۳۹۲/۱/۲۹، مرکز امور اصناف و بازرگانان ایران مراتب را رسیدگی و در صورت احراز شرایط نسبت به ارائه گواهی فعالیت نمایندگی رسمی و عاملیت فروش اقدام می‌نماید.

۲- در صورت عدم تحقق ایجاد امکانات و تأسیسات خدمات پس از فروش به شرح بند یک فوق، پذیرش ثبت سفارش از اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی صرفاً پس از عقد توافقنامه ارائه خدمات گارانتی و وارنتی (نقد ضمانت، تأمین قطعات و ارائه سرویس) به شرح پیوست فی‌مابین نماینده رسمی و واردکننده و ارائه توافقنامه مذکور به سازمان توسعه تجارت ایران (دفتر مقررات صادرات و واردات) جهت ثبت سفارش صورت می‌پذیرد. ضمناً نمایندگان رسمی و عاملین فروش مؤلفه می‌باشند، در صورت درخواست واردکنندگان فاقد نمایندگی برابر شرایط توافقنامه پیوست عمل نمایند.

۳- ترخیص خودروهای ثبت سفارش شده قبل از تاریخ ۱۳۹۷/۱۱/۰۲ توسط اشخاص حقیقی و حقوقی فاقد نمایندگی رسمی و عاملیت فروش با رعایت دقیق ماده (۱۱) آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات و تبصره‌های ماده مذکور، بلا مانع خواهد بود.

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



توافقتنامه ارائه خدمات گارانتی و وارانسی
(تعهد ضمانت، تأمین قهضات و ارائه سرویس)

به استناد قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۶ و آیین‌نامه اجرایی آن و ماده ۴۲ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب ۱۳۸۸ و در راستای شفافیت در ارائه خدمات پس از فروش و پوشش گارانتی و وارانسی واردات خودرو توسط اشخاص حقیقی و حقوقی غیر نماینده دارای کارت بازرگانی معتبر، توافقنامه ذیل بین شرکت به شماره ثبت نماینده رسمی شرکت خارجی سازنده خودروی در ایران به شماره تأییدیه صادره مرکز اصناف و امور بازرگانی ایران به نشانی کدپستی و شماره تلفن که در این توافقنامه متعهد نمایندگی رسمی نمایند می‌شود و شرکت آقای اخلم به شماره ثبت اگدملی دارای کارت بازرگانی معتبر شماره به نشانی به نمایندگی و شماره تلفن که در این توافقنامه متعهد واردکننده غیرنمایندگی نمایندگی می‌شود به شرح زیر منعقد می‌گردد:

موضوع توافقنامه

عبارت است از ارائه خدمات گارانتی و وارانسی (تعهد ضمانت، تأمین قهضات و ارائه سرویس) و پوشش مجاز آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب ۱۳۸۸ هیأت محترم وزیران در شبکه سراسری خدمات پس از فروش مربوط به نمایندگی رسمی به تعداد دستگاه خودروی موضوع پروفرمای شماره مورخ (تصویریوست) که توسط واردکننده غیرنمایندگی متعاقباً وارد کشور خواهد شد مشروط به داشتن شرایط مندرج در این توافقنامه به شرح زیر می‌باشد:

تعهدات طرفین

- الف- تعهدات واردکننده غیرنمایندگی (دارای کارت بازرگانی مجاز و معتبر)
۱. ارائه پروفرم معتبر که دارای مشخصات دقیق فروشنده و خریدار و مبدأ و مقصد کالا و اطلاعات کامل از نوع و تعداد خودرو وارداتی در آن درج شده باشد.



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

تیسر: اصل پروفرم پس از رؤیت نماینده رسمی بلافاصله به واردکننده مسترد خواهد گردید.

۲. واردکننده متعهد می گردد صرفاً با کارت بازرگانی خود (شماره مندرج در توافقتنامه) اقدام به واردات نماید.
۳. واردکننده متعهد است قبل از حمل خودروهای خود به سبادی پرویدی (ایران) یک نسخه از اسناد خودرو مانند COC را برای هر خودرو و به تکنیک هر شامی به نماینده رسمی جهت شناسایی خودرو ارائه نماید.

۴. واردکننده موظف می باشد سه (۳) درصد مبادل ریالی ارزش CIF هر دستگاه خودرو را بر سبای آخرین ارزش ارزی اعلامی دفتر تعیین ارزش گمرک جمهوری اسلامی ایران و بر اساس نرخ ارز متقاضی بابت گارانتی و وارنتی و آرایه خدمات پس از فروش به نماینده رسمی نقداً پرداخت نماید.

۵. به منظور اطلاع رسانی به مصرف کنندگان از چگونگی آرایه خدمات خودروی خریداری شده، واردکننده متعهد است در هنگام فروش خودروهای وارداتی خود، یک نسخه از دفترچه راهنمای چگونگی استفاده از خودرو به زبان فارسی به همراه کارت گارانتی، کارت شناسایی مشخصات و فهرست نمایندگان خدمات پس از فروش که از سوی نماینده رسمی در اختیار واردکننده قرار می گیرد را در اختیار خریدار نهایی قرار دهد.

ب- تعهدات نماینده رسمی

۱. نماینده رسمی متعهد است در مقابل انجام تعهد واردکننده مطابق ضوابط و مقررات مربوط به جزء «۳» بند (الف)، نسبت به آرایه خدمات موضوع این توافقتنامه در شبکه سراسری سرویس و خدمات به خودروهای وارداتی واردکننده اقدام نماید.

۲. نماینده رسمی متعهد است به منظور شناسایی کالا مطابق جزء «۳» بند (الف)، نسبت به صدور کارت شناسایی مشخصات هر یک از خودروهای موضوع این توافقتنامه بر اساس مشخصه های اصلی کارخانه سازنده (شماره VIN) اقدام نماید.

تیسر: کارت شناسایی مشخصات خودرو می باشد در برگرفته اطلاعات مشخصه های فنی، تجهیزات جانبی و آپشن های موجود مطابق فرم پیوست باشد.

۳. حداکثر مدت زمان جهت شناسایی و تطابق مشخصات خودرو و انعقاد قرارداد ۷ روز کاری از زمان درخواست کتبی واردکننده می باشد.



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معادن و تجارت

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

۵. نماینده رسمی متعهد است کلیه خدمات پس از فروش و پوشش گارانتی خودروهای توفیق شده واردکننده به شرح این توافقنامه را همانند خودروهای وارداتی خود و طبق ضوابط جاری انجام دهد.

۶. در راستای اجرای این توافقنامه نماینده رسمی مجاز به دریافت هیچگونه وجهی، مازاد بر مصالح مندرج در جزء ۵۴۵ بند (الف) موضوع سه (۳) درصد معادلی ارزش CIF نمی‌باشد و نماینده رسمی متعهد است در قبال دریافت وجه اشاره شده نسبت به انعقاد توافقنامه اقدام نماید.

توضیح: دریافت هرگونه وجه مازاد توسط نماینده رسمی مطابق ماده فوق، موجب برخورد قانونی وفق جزء ۵۱۵ بند (د) خواهد گردید.

توضیح ۲: در صورتی که تعدادی از خودروهای ثبت سفارش شده به دلایل منجر به واردات نگردد، نماینده رسمی متعهد است متناسب با تعداد وارد نشده، نسبت به استرداد مصالح موضوع جزء (۴) بند (الف) به واردکننده، حداکثر ظرف ۱۵ روز پس از دریافت تأییدیه لغو باقیبسته ثبت سفارش، نقداً اقدام نماید.

ج- تعهد سازمان توسعه تجارت ایران

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

د- سایر موارد

۱. مسئولیت رسیدگی و تآوری در موارد بروز اختلاف بین طرفین به عهده سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان می‌باشد. سازمان مذکور در راستای اجرای هر یک از تعهدات طرفین و رسیدگی به موارد مورد اختلاف، متکلف می‌باشد نسبت به برخورد قانونی وفق مواد قانون تعزیرات حکومتی و عندالزام تعلیق و ابطال گواهی فعالیت نمایندگی رسمی از طریق اعلام به معاونت امور اقتصادی و بازرگانی انعام نماید.



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

۲. مکاتبات با طرفین براساس تلفن و آدرس اعلام شده در این توافقنامه انجام می‌گیرد و هرگونه مکاتباتی که از طریق به نشانی یکدیگر ارسال شود ابلاغ شده تلقی و در کتبه مراجع دارای اعتبار خواهد بود. بنابراین طرفین بایستی تغییر آدرس، تلفن و نامبر و ایمیل خود را کتباً به اطلاع یکدیگر رسانیده و رسید دریافت نمایند.

۳. لیچمن واردکنندگان خودرو (شماره شناسه ملی ۹۵۳۹۰۶۱-۰۰۱۲) مکلف به پذیرش و پیگیری درخواست متقاضیان واردات خودرو (غیرنماینده) مطابق فرم پیوست و نظارت بر عملکرد نمایندگان رسمی در اجرای دستورالعمل فوق و ضوابط ابلاغی می‌باشد.

این توافقنامه در ۲ نسخه و ۳ بند، ۱۵ ماده و ۲ تبصره تنظیم و صرفاً در راستای ارائه خدمات موضوع این توافقنامه با شرایط مذکور در آن معتبر بوده و فاقد ارزش دیگری بوده و مجوز واردات خودرو برای واردکننده نمی‌باشد.

واحدکننده	تفاینده رسمی
نام و نام خانوادگی:	نام و نام خانوادگی:
صفت:	صفت:
شرکت/کای بخاری:	شرکت:
مهر و امضاء:	مهر و امضاء:

نام نامشده رسمی		کارت شناسایی مشخصات خودرو		شماره کارت تاریخ صدور:
نام خودرو		رنگ بدنه		
نگار تولیدی		شماره شاسی		
لیست پاشنه‌های خودرو				
مشخصات رنگ		سرده کن صندلی راننده		
دارد	ندارد	سرده کن صندلی شاگرد		
دارد	ندارد	سرده کن صندلیهای عقب		
سیستم هشدار جانبی		سیستم صوتی		
دارد	ندارد	سیستم کنترل تثبیت سرعت		
دوربین جلو		دوربین عقب		
دارد	ندارد	راننده		
دارد	ندارد	شاگرد		
تعداد ایربگ		روکش صندلی		
دارد	ندارد	پرده ای		
دارد	ندارد	زانو		
گرم کن صندلی راننده		ترمز ABS		
دارد	ندارد	سیستم کنترل پایداری		
دارد	ندارد	سیستم توزیع الکترونیکی نیروی ترمز		
سایر آپشن ها				

فرم پیوست جزء ۳۰۰ بند (د) سایر موارد توافقنامه آرایه خدمات گارانتی و وارانتی

- ۱- مدارک مورد نیاز برای واردکننده غیر نماینده که متقاضی عقد توافقنامه با شرکت‌های دارای نماینده رسمی یا عاملیت فروش می‌باشد:
 - ۱-۱- کارت بازرگانی معتبر به نام شخص و برای اشخاص حقوقی به نام مدیرعامل
 - ۱-۲- کد اقتصادی برای اشخاص حقوقی و حقوقی
 - ۱-۳- طرح موضوع واردات خودرو بعنوان رشته فعالیت متقاضی واردات، بایستی در کارت بازرگانی قید گردیده باشد.
 - ۱-۴- آرایه گواهی ثبت نام ارزش افزوده در هر دوره
- ۲- فرایند قرارداد و زمان‌بندی همکاری فی‌مابین واردکننده غیر نماینده و نماینده رسمی به شرح زیر خواهد بود:
 - ۲-۱- واردکننده غیر نماینده به صورت مکتوب تقاضای خود شامل برند، مدل و تعداد مورد نیاز را به دبیرخانه انجمن واردکنندگان خودرو تحویل و نسبت به اخذ رسید اقدام خواهد نمود.
 - ۲-۲- انجمن حداکثر ظرف یک روز کاری، مدارک متقاضی را بررسی و در صورت تکمیل موارد فوق با نامه رسمی نسبت به ارسال آن به نماینده رسمی مربوطه اقدام خواهد نمود.
 - ۲-۳- نماینده رسمی موظف است ظرف حداکثر ۶ روز کاری نسبت به بررسی تقاضا و انعقاد تفاهتنامه اقدام و به همراه روزوشنی به انجمن، نتیجه را به سازمان توسعه تجارت اعلام نماید.
 - بصورت در صورت رد هر گونه تقاضا، پاسخ نمایندگی بایستی حاوی دلایل روشن و مستند به موارد مذکور در توافقنامه باشد.
- ۳- انجمن واردکنندگان خودرو موظف می‌باشد موارد اختلافی را به منظور رسیدگی مطابق با جزء ۱۶۰ بند (د) توافقنامه به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان منعکس نماید.
- ۴- آمار تعداد درخواست‌های واردات به تفکیک نتایج حاصله به صورت ماهانه توسط انجمن واردکنندگان خودرو تهیه و به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ارسال خواهد شد.
- ۵- سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان فهرست واحدهای مختلف موضوع این دستورالعمل را اعم از نمایندگان رسمی و واردکنندگان غیر نماینده جهت لحاظ نمودن در بررسی شرایط احراز در واردات خودرو به انجمن واردکنندگان خودرو اعلام می‌نماید.

پیوست د-۳

ماده ۲۱

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



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

شماره : ۶۰/۸۱۰۸۷
تاریخ : ۱۳۹۵/۰۴/۰۶
پیوست : هارده

جناب آقای صالحی نیا - معاون محترم امور صنایع

جناب آقای افخمی راد - معاون محترم وزیر و رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران

جناب آقای نوابی - معاون محترم وزیر، رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل سازمان حمایت
مصرف کنندگان و تولیدکنندگان

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

سلام علیکم:

احتراماً، پیرو ابلاغیه شماره ۶۰/۱۲۸۰۶۳ و دعوتنامه شماره ۶۰/۴۴۳۱۷ مورخ ۱۳۹۵/۰۲/۱۵ موضوع بررسی سامانه ثبت بر خط رسیدگی به درخواست واردات خودرو توسط اشخاص حقیقی و حقوقی و مسایل و مشکلات فرایند تأمین خودروهای وارداتی، به پیوست تصمیمات جلسه مورخ ۱۳۹۵/۰۲/۲۰ ابلاغ می گردد. لطفاً دستور فرمایید ضمن اقدام موارد مرتبط، لزوم کنترل شماره شاسی VIN درج شده در ثبت سفارش یا اسناد تجاری و VIN حک شده بر روی خودرو در گمرکات از سوی دفتر مقررات صادرات و واردات به گمرک ج.ا.ا ابلاغ گردد. ۱۳۹۵.۴.۳

محمود دودانگه

قائم مقام

معاونت امور اقتصادی و بازرگانی



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

104

م

۱۰

مؤرخه جلسه بررسی سامانه آبت برخط درخواست و اذدات خود و

[illegible]

تاریخچه و نگارگری جنبه: ۱۳۹۵/۰۲/۲۰

1977-1978-1979

باعت: شروع: ۱۰/۲+

تلا: سالن جلسات دفتر امور اقتصادی و سیاست های تجاری معاونت امور اقتصادی و بازار گمرک - ساختمان شهید امیرزاده

پس از طرح موضوع و تبادل نظر اعضای حاضر در جلسه پیرامون مسائل و مشکلات فرآیند ثبت سفارش خودرو (و به ویژه عدم ارائه ضمانت‌نامه توسط شرکت‌های نماینده رسمی یا غیرنماینده) ضمن تأکید بر ضرورت حفظ شرایط عدم انحسار در واردات و ضرورت ارائه ضمانت‌نامه برای کلیه خودروهایی وارداتی، تصمیماتی به شرح ذیل اتخاذ و مقرر گردید:

ردیف	موضوع	تاریخ
۱	برای تسریع و مکانیزه نمودن انجام فرایند بررسی درخواست متقاضیان غیرنماینده واردات خودرو و گسترش بهینه اجرای ضوابط بازاری و تسهیل در امر نظارت توسط سازمان حمایت، مرکز امور اعتداف و بازرگانی، دفتر مقررات صادرات و واردات و... سامانه ثبت پریخت در درخواست واردات خودرو و ایجاد هماهنگی اختات پس از فروش و صدور کارت ضمانت برای خودروهای وارداتی توسط غیرنماینده، در اسرع وقت از حالت آزمایشی خارج و به طور رسمی شروع به کار نمایند و کلیه فرایند مربوطه به صورت خودکار از طریق سامانه مزبور صورت پذیرد. بدیهی است در طول مدت اجرا اشکالات/ابهامات و ایرادات احتمالی توسط مسئولین ذریعته به اینجمن واردکنندگان خودرو منعکس و نسبت به رفع آن اقدام خواهد شد.	از تاریخ ۱۳۹۵/۰۲/۲۲



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

شماره:

تاریخ:

موضوع:

ردیف	توضیح جلسه	زمان اجرا
	با عنایت به بروز مشکلات ناشی از عدم تطبیق خودروی وارداتی توسط غیرنماینده با خودروی تولیدی توسط کمپانی اصلی برای تقسیم ایران و مطابق فهرست خودروهای مجاز واردات و به تبع آن عدم پشتیبانی خدمات پس از فروش و صدور کارت ضمانت و رفع مشکل عدم اعلام VIN توسط واردکننده قبل از تولید خودرو و در مرحله سفارش گذاری توسط متقاضی، مقرر گردید:	
	الف) ثبت سفارش واردات خودرو به شرح ذیل صورت پذیرد:	
	۱- پذیرش درخواست ثبت سفارش اولیه در سامانه ثبت سفارش به عنوان الزام آرایه VIN	
	۲- ارسال ثبت سفارش اولیه در سامانه بند (۱) جهت بررسی و تطبیق ضوابط به نمایندگان رسمی به صورت برخط	
	۳- نمایندگان رسمی پس از وصول درخواست واردات از طریق سامانه بند (۱) و اخذ ۳ درصد و اعلام لزوم آرایه VIN معتبر و استنادنار از سوی متقاضی قبل از بازگیری و حمل، نسبت به انعقاد قرارداد و به صورت بر خط به دفتر مقررات صادرات و واردات جهت طی مراحل بعدی ثبت سفارش اقدام می نمایند.	از تاریخ ۹۵/۰۲/۲۲ مستثول:
	۴- دفتر مقررات صادرات و واردات مکلف می باشد از تأیید نهایی و ارسال ثبت سفارش های فاقد VIN طرح و تأیید شده به گمرکات کشور خودداری نماید.	✓ دفتر مقررات صادرات و واردات
	۵- متقاضی مکلف می باشد قبل از بازگیری و حمل خودرو به گمرکات کشور نسبت به درج VIN تأیید شده در سامانه ثبت سفارش (ثبت سفارش) برای طی مراحل نهایی ثبت سفارش اقدام نماید.	✓ تعیین ذریع ✓ گمرک
	۶- تطبیق VIN ارائه شده از سوی متقاضی با VIN خودروهای شرکت اصلی و دریافت خدمات پشتیبانی به صورت خودکار در سامانه انجام می شود.	✓ سازمان حمایت
	۷- پس از طرح و تأیید VIN خودرو طبق بند ۵ و ۶ ارسال ثبت سفارش به گمرک ۱۱، از سوی دفتر مقررات صادرات و واردات صورت خواهد گرفت.	
	۸- گمرکات کشور موظف هستند VIN ثبت سفارش شده را با VIN مندرج در اسناد و مدارک و پدنه خودرو تطبیق و پس از تأیید صحت آن با رعایت سایر تشریفات گمرکی نسبت به ترخیص آن اقدام نمایند. ترخیص خودروهای فاقد تطابق VIN ثبت سفارش با اسناد و مدارک و پدنه خودرو ممنوع می باشد.	



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

شماره:
تاریخ:
پرست:

ردیف	تصمیم جلسه	نوع اجرا
	۹- دفتر مقررات صادرات و واردات می‌بایست با همکاری انجمن ذیربط سامانه ثبت سفارش را برای اجرای الزام فوق اصلاح نماید. ب) سازمان حمایت و انجمن واردکنندگان خودرو می‌بایست با استفاده از روش‌های مختلف اطلاع رسانی نسبت به لزوم رعایت رویه فوق‌الذکر در ثبت سفارش، سفارش‌گذاری خرید و لزوم تطبیق VIN خودرو با VIN کارتری مجوز واردات و اعلام‌دان از قابلیت ارایه کارت ضمانت و خدمات پس از فروش قبل از خرید و بازگویی خودرو از مبدأ اقدام نمایند. بدیهی است هر گونه مشکلات احتمالی ناشی از عدم رعایت موارد ذکر شده متوجه واردکنندگان خودرو خواهد بود. ج) سازمان حمایت و انجمن واردکنندگان خودرو به طرق مختلف به خریداران خودروهای وارداتی اطلاع‌رسانی نمایند که از خرید خودروهای فاقد کارت ضمانت و پوشش خدمات پس از فروش پرهیز نمایند.	
۳	با توجه به گزارش‌های واسطه مینی بر فروش خودروهای وارداتی بدون پوشش خدمات پس از فروش گارانتی و وارنتی منطبق آیین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو و بدون کارت ضمانت، سازمان حمایت و انجمن ذیربط مکلف می‌باشند بررسی‌های لازم را انجام و ضمن اقدام مقتضی برای موارد تخلف وفق قوانین و مقررات، موضوع را به معاونت امور اقتصادی و بازرگانی منعکس نمایند.	مسئول: ✓ سازمان حمایت ✓ انجمن ذیربط

پیوست ۵

تبصره ۱ ماده ۱۳

دستورالعمل اجرایی فروش و خدمات پس از

فروش تایر و تیوپ

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



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

شماره : ۶۰/۲۱۰۴۶۳

تاریخ : ۱۳۹۴/۱۰/۰۲

پوست : دارد

جناب آقای نوایی

معاون محترم وزیر و مدیرعامل سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان

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

سلام علیکم!

احتراماً، بازگشت به نامه‌های شماره ۳۷۰/۹۴/۱۸۴۷۴ مورخ ۱۳۹۴/۰۵/۲۱ و ۱۷۳۲۷۰/۱۹۴/۱۹۱۵۹ مورخ ۱۳۹۴/۰۵/۲۸ و در راستای اجرای مواد ۳۷ و ۳۸ این نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان مصوب ۱۳۸۸ (موضوع تصویب نامه شماره ۶۰۳۱۵۷۶/ت ۱۳۹۴/۰۵/۲۸ مورخ ۱۳۹۴/۰۵/۲۸ هیأت محترم وزیران) و ابلاغیه شماره ۶۰۳۱۵۷۶ مورخ ۱۳۹۴/۰۵/۲۸ مقام عالی وزارت در خصوص دستورالعمل نحوه صدور گواهی فعالیت نمایندگان رسمی و دفاتر شعب و عاملیت فروش شرکت‌های خارجی در کشور و همچنین در اجرای نامه شماره ۶۰۳۲۹۳۱۱ مورخ ۱۳۹۳/۱۲/۰۲ در خصوص ساماندهی واردات لاستیک، بدینوسیله دستورالعمل اجرایی فروش و خدمات پس از فروش تایر و تیوب جهت اجرا ابلاغ می‌گردد. لذا رعایت موارد ذیل الزامیست:

(۱) در خصوص متقاضیان برندهای معتبر ذکر شده در فهرست (۱) به‌خشیانه شماره ۶۰۱۶۳۲۷۰۵ مورخ ۱۳۹۴/۰۷/۲۶ قائم مقام محترم وزیر در امور تجارت و معادن امور اقتصادی و بازرگانی با مراجعه مستقیم متقاضی بررسی و تطبیق شرایط شرکت/ شخص حقیقی با ضوابط دستورالعمل بلا مانع خواهد بود.

(۲) در خصوص متقاضیان جدول فهرست (۲) به‌خشیانه فوق‌الذکر و سایر متقاضیان برای درخواست جهت تطبیق شرایط شرکت/ شخص حقیقی با ضوابط دستورالعمل منوط به انجام فرایند نمونه‌گیری و اخذ تأییدیه استاندارد و اصالت E-MARK از سازمان ملی استاندارد و ابلاغ کارگروه مربوطه خواهد بود، لیکن در صورت اصرار متقاضی منعی بر پذیرش تمام تبعات ناشی از عدم ارائه تأییدیه‌های فوق آغاز فرایند ارزیابی بلا مانع خواهد بود.

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



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

شماره: ۶۰/۲۱۰۴۶۳

تاریخ: ۱۳۹۴/۱۰/۰۲

پیوست: هارد

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

۵) تمدید مجوز گواهی ثبت نمایندگی در دوره بعدی مشروط به تأییدیه سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و عملکرد نماینده در دوره قبل خواهد بود. ۱۳۹۴

محمود دودانگه

نائب ریاست

معاونت امور اقتصادی و بازرگانی

رونوشت:

- جناب آقای نعمت‌زاده، وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت، به انضمام دستورالعمل پیوست، جهت استحضار.
- جناب آقای صالحی‌نیا، معاون محترم امور صنایع، به انضمام دستورالعمل پیوست، جهت آگاهی و اقدام لازم.
- جناب آقای اخمیری، معاون محترم وزیر و رئیس سازمان توسعه تجارت ایران، به انضمام دستورالعمل پیوست.
- جناب آقای صادقی، رئیس محترم مرکز امور اصناف و بازرگانان، جهت آگاهی و اقدام لازم.
- سرکار خانم پیروز بخت، رئیس محترم سازمان ملی استاندارد ایران، به انضمام دستورالعمل.
- جناب آقای کلامی، مدیر کل محترم دفتر امور اقتصادی و سیاست‌های تجاری، به انضمام دستورالعمل پیوست جهت آگاهی و اقدام لازم.
- رؤسای محترم سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت ۳۱ استان و جنوب کرمان، به انضمام دستورالعمل پیوست، جهت آگاهی و اقدام لازم.
- جناب آقای محمودیان، دبیر محترم انجمن صنفی صنعت تابر به انضمام دستورالعمل پیوست، جهت آگاهی و اقدام لازم.
- جناب آقای فاضلی، رئیس محترم اتاق اصناف ایران جهت آگاهی و ابلاغ به اتحادیه و شبکه‌های توزیع ذیربط به انضمام دستورالعمل پیوست.
- دفتر معاونت امور اقتصادی و بازرگانی.

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

۱- سفته صورت حساب فروش رسمی (فاکتور فروش).

۲- کتابچه راهنمای شرایط، استفاده صحیح و نگهداری تایر به زبان فارسی با لوح فشرده و یا معرفی سایت اینترنتی.

۳- کورت خدمات (شامل اطلاعات تاریخ تولید، فیلد اطلاعاتی طرح تاریخ و فروش مصرف کننده نهایی، تاریخ شروع دوره ضمانت، شماره سریال یا کد شناسایی کشور تولید کننده، نشان تجاری (برند)، نام شرکت تولیدی یا وارد کننده، تلفن و نشانی، شرایط و دامنه تعهد، شروط احتمالی تعهد، نوع تعهد خدمات، مراکز ارائه خدمات، نشانی و تلفن مراکز خدمات، دفتر پشتیبانی و رسیدگی به امور مصرف کننده، نشانی پورتال، پست الکترونیک دفتر خدمات فروش و پس از فروش، انشاء و مهر فروشنده.

۴- ارائه فهرست نمایندگی و نمایندگی فروش.

۵- تعهد عرضه لاستیک صرفاً به واحدهای توزیع ناری پیروله کسب مشتری و کد اقتصادی.

۶- تعهد ثبت و نگهداری کد شناسایی لاستیک (شماره سریال).

۷- تعهد پیش بینی درج یا الحاق کد رهگیری (کد شناسایی منحصر به فرد) پس از هماهنگی وزارت متشوع و اجرایی شدن در راستای الزامات ماده ۱۳ قانون کالاهای قاچاق و ارز.

۸- تعهد رعایت فرمول محاسباتی برای مسترد نمودن خسارت به مشتریان.

۹- ایجاد و یکبارگیری سامانه و بانک اطلاعات و قدرت های مربوطه.

۱۰- تهیه و ارائه دستور العملی برای اعمال و لغو نمایندگی های خدمات توسط تولید کنندگان و وارد کنندگان.

۱۱- تهیه و ارائه دستور العمل های فنی و شیوه نامه ارائه خدمات پس از فروش.

۱۲- تهیه و ارائه دستور العمل زمان و تعیین مقادیر خسارت در چارچوب ضوابط مربوطه.

تذکر: اخذ تعهد لزوم تمهید مجده گواهی فعالیت در دوره بعد منوط به بررسی سازمان حمایت مصرف کنندگان و

تولید کنندگان و ارائه گزارش به معاونت امور اقتصادی و بازرگانی می باشد.

^۱ "دستور العمل اجرایی فروش و خداند، پس از فروش تایید و تایید"

در راستای اجرای مواد ۳ و ۴ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و به استناد مفاد ماده ۳۸ آیین‌نامه اجرایی ماده ۴۱ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان موضوع: تسویه نامه شماره ۱۷۳۳۴۰/ت/۲۵۴۴۱ هـ مورخ ۱۳۹۰/۹/۳ هیئت محترم وزیران و بر اساس دستورالعمل نحوه صدور گواهی فعالیت تأییدیه‌داران رسمی و دفاتر شعب و نمایندگی فروش شرکتی خارجی در کشور ابلاغه شماره ۶۰۳۱۵۷۶ مورخ ۱۳۹۱/۱۲/۹ وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت و همچنین تصمیمات جلسه مورخ ۹۲/۱۱/۱۴ موضوع نامه شماره ۲۲۹۲۱۱ مورخ ۹۳/۱۲/۰۳ قائم مقام محترم وزیر در امور تجارت و معاون امور اقتصادی و ابرگانی پیرامون ساماندهی واردات لاستیک، تسویه اجرایی این قانون در بخش فروش و خدمات پس از فروش لاستیک (کاپر و نیوپر) با هدف مشخص نمودن تعهدات و وظایف تولیدکنندگان و واردکنندگان واسطه‌های فروش و نمایندگی‌های خدمات در راستای حمایت حقوق مصرف‌کنندگان به شرح ذیل عمل می‌نماید:

تعاريف:

لاستیک: منظور از لاستیک در این دستورالعمل تایر و نیوپا می باشد.

عقب فاتی: عیوب فاتی به تیوینی اطلاق میشد که بر اساس بررسی کارشناسان مصرف کننده هیچگونه دخل و تصرفی در وجود آمدن آن عیوب، از تاریخ صدور فاکتور، قبض و بعد از استفاده نداشته باشد.

داعشہ کی سرکردگی

نامنه کاربرد این ضوابط شامل کلیه طرحه کنندگان لاستیک، A، نامبر و نیونیا می باشد.

❖ وظایف و تکالیف در ارائه خدمات فروش:

- ۱- عرضه کنندگان تاییدیه میسر هستند که به هنگام فروش محصولات خود مطابق قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان نسبت به صدور صورتحساب فروش یا رعایت ضوابط تعویض شده اقدام نمایند.

- ۴- تولیدکنندگان و توزیع کنندگان (آمریکه کنندگان) عموماً هستند در حین تبلیغات و فروش محصولات خود از ارائه هرگونه اطلاعات یا توضیحات غیر واقعی خلاف واقع که متعلق به محصولات آنها نبوده و بر عهده این تبلیغ در کمپین نباشد جدا خودنمایی تعاید.

از معادین بن علی در کتب خود جاری تعالید
نسخه اول
مجلس شورای اسلامی
تاریخ ۱۳۰۵
مجلس شورای اسلامی

۳- واردکنندگان و تولیدکنندگان لاستیک مکلفند از زمان "هویل کالا" کتابچه راهنمای استفاده صحیح به زبان فارسی یا لوح فشرده و درج اطلاعات مورد نظر در مآخذ اینترنتی شرکت اقدام و کارت ضمانت را به همراه لاستیک به خریدار تحویل نماید.

وظایف و تکالیف برای ارائه خدمات پس از فروش:

۱- تولید کنندگان و وارد کنندگان موظف هستند جهت توزیع و فروش انواع کالاهای تحت پوشش خود، بستر لازم به منظور ارائه خدمات پس از فروش متناسب با نامنه، گسترد شبکه توزیع و فروش را در کشور فراهم نمایند.

۲- مسئولیت واحد های خدمات پس از فروش و عرضه کنندگان:

الف: آموزش و ارائه اطلاعات فنی و کاربردی مورد نیاز مشتری

ب: دریافت شکایت مشتری در خصوص لاستیک معیوب و ارائه رسید.

پ: بررسی و گارانتایی عیب لاستیک.

ت: اعلام نظر گارانتایی به مشتری.

ج: پرداخت خسارت یا تعویض لاستیک مطابق ماده ۳۰۳

۳- تولید کننده و وارد کننده در طول دوره مدت ضمانت مکلفند که هر نوع نقص یا عیب ذاتی که در لاستیک فروخته شده وجود دارد یا در نتیجه استفاده معمول از آن، بروز نموده را یا توجه به فساد ضمانت نامه و شت ضمانت اعلامی به مصرف کننده مسئولیت آنها را پذیرفته و لا، دیگر جایگزین یا خسارت آنرا مطابق با فروش محاسبه (بر حد اکثر دو هفته پس از تاریخ شکایت، به مشتری) بپردازند.

تبصره: وارد کننده ملی تعهدنامه ای تکلف است نسبت به تا، این خسارت گالای فروخته شده حتی پس از انقضا با آن دوره نمایندگی و یا عدم ادامه فعالیت نامانامیکه نمایند، جایگزینی مسئولیت را متقبل شده، اقسام نماید. سازمان حمایت تکلف به اخذ تعهد می باشد) عموماً در صورت شبکه دولتی یا از یک شرکت خارجی به صورت همزمان با غیر همزمان فعالیت نموده. با بستر به صورت تکمیلی ارائه خدمات فروش و پس از فروش را بعهده گیرد.

دقت خرید ندرصد بایش آج لاستیک) - قیمت خرید لاکتور) - وجه خسارت لاستیک به مشتری

تبصره ۴: در صورت عدم رعایت مدت زمان رسیدگی و پرداخت، خسارت جریمه تاخیر برای مشتری به نرخ

عقود بانکی (۲۴ درصد سالانه) به ازای هر روز دیرکرد محاسبه و بازاد بر خسارت تعیین گردیده و می بایست به مشتری پرداخت گردد.

(جریمه تاخیر روزانه) ۲۴۵ (صحت به روز) - (میزان خسارت)

صفحه ۴۳
فصل
مشتق
۱۳۸۰

ابو الحسن الساعاتی

۴۰ فردا

الف. تاریخ تولد، نالا و قبیلہ، اطلاعاتی، ترج تاریخ و فروش مصرہ، اگلندہ نمای، تاریخ شروع دورہ خدمات و
مبتد آن بہ صورت ہجری شمسی و تا میلادی

ب) شرایط ایجاد، ادامه، تعدیل خدمات و شروط احتمالی آن نوعاً در چند خدمات مشروط یا بدون شرط، مراکز ارائه خدمات، به مصرف کنندگان انشائی و شماره تلفن مراکز خدمات دفتر پشتیبانی و رسیدگی به امور مصرف کنندگان، ت: انشائی، پورتال و یا پست الکترونیک دفتر خدمات فروش و پس از فروش

د) اعضای «مهر فروشنده» (در ذیل کارت درج عبارت «عرفه کارت» - چون مهر و امضاء فاقد اعتبار است «کارت اعتباری» - نموده - عدم ارائه کارت اعتبارات به مصرف کننده تعلله محسوب می گردد.

✽ مائة

۳- تولیدکننده و واردکننده موظفند آموزش های فنی لازم جهت شناسایی عیب لاستیک را به نصابدگی های خدمات پس از فروش خود ارائه دهند. تاثر مواقع شرایط اسیان نسبت به بررسی و اصلاح نظیر کارشناسی اقدام نمایند.

۶- تولید کننده و وارد کننده باید نسبت به تهیه دستورالعمل های ایمنی و شیوه نامه ارائه خدمات پس از فروش و همچنین تهیه دستورالعمل زمان و تعیین ملاقات خسارت را در چارچوب تسهیلات مربوطه اقدام و به ایمنی دیگران، خاتم ایمنی و رعایت دستورالعمل ایمنی نظارت نمایند.

Four

۴. به منظور حمایت از تولیدات داخلی و حفظ حقوق مصرف‌کنندگان، لاستیک‌های وارداتی با پستی از برند معتبر بوده و دستور مجوز نام‌بندی و فعالیت فروش مطابق ضوابط، رپو، به براساس رویه مصوب کارگروه بند ۴ ابلاغیه شماره ۶۰/۱۶۳۷۰۵ مورخ ۱۳۹۶/۷/۲۶ قائم مقام محترم وزیر راه و ترابری و معاون امور اقتصادی و بازارهای مواد نفت.

نمونه: واردات نایرهای که مالکیت برند و شرکت تولید کنند، بر اساس شناسنامه (DOT) امکان
 نبود، نباید خدمت ایمان در گشتن ممنوع می باشد.

۷- تولید کننده و وارد کننده، موظف است به منظور اخذ بازخورد در رابطه با کیفیت محصولات ارائه شده و همچنین رسیدگی به شکایات احتمالی مشتریان از نظام تظلمی از مشتریان از طراحان و اجرا نمایندگان

۴- شرکت وارد کننده در صورت تغییر ناشی شرکت سوئف، است عبارت را سریعاً به اطلاع سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان و مرکز امور احوال و بازواریان برساند.

۱- شرکت‌های تولیدی و واردکننده می‌توانند به منظور بازاریابی و جلب اطمینان مصرف‌کنندگان با المقدار قرار داد با شرکت‌های بیمه‌ای نسبت به فعالیت‌های خود اقدام نمایند.

۱- مسئولیت ناشی از عدم انجام هر یک از تعهدات فوق الذکر به تناسب موضوع برعهده طرفه کنندگان،

۱۱- آرایه نمایندگی و ادوات علاوه بر مستندات قانونی مربوطه طبق ضوابط مرکز امور اصفاف و بازگاتانی، منوط به اجرای ضوابط این دستورالعمل و آرایه مدارک به شرح خلاصه پید است به سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان و اخذ تأییدیه آرایه خدمات فروخته و بر سر فروخته و... باشد.

نموده: سازمان حمایت، مکلف به رصد، نظارت و ارزیابی دوره‌ای فعالیت نمایندگی‌های واردکننده در طول دوره اعتبار مجوز نمایندگی و تطبیق آن با الزامات مطابق دستورالعمل و آرایه‌های گزاش‌شده دفتر امور اقتصادی و سیاستهای تجاری خواهد بود.

١٢- אין دستور العمل شامل ٣٠ ماده ١٣ تصویر می باشد.

Handwritten signatures and stamps on the document, including a circular stamp with the text "فوق العادة" (Above the ordinary) and a signature "فوق العادة" (Above the ordinary).