

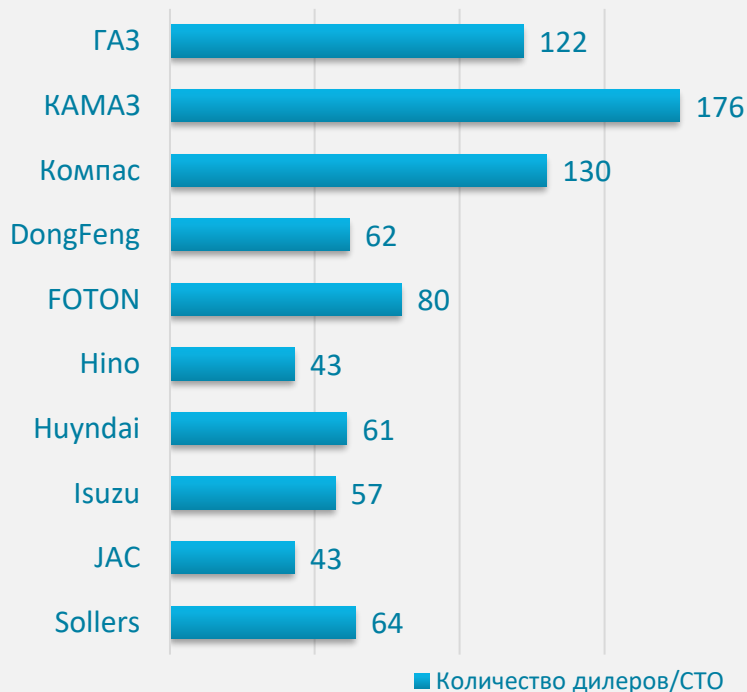


**Проведение исследований дилерских центров и СТО
для сегмента коммерческих автомобилей**

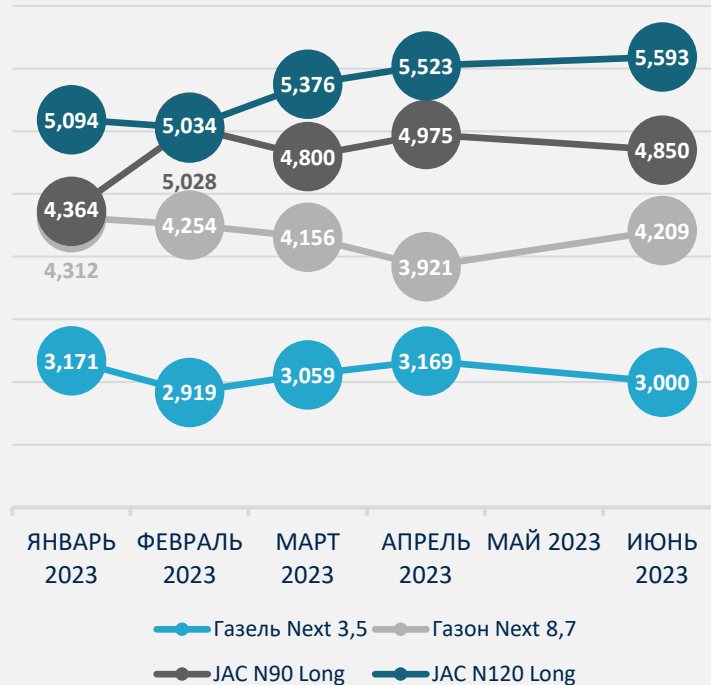
Предложение МИП по комплексному мониторингу рынка

На высококонкурентном динамичном рынке важно иметь актуальную информацию о тенденциях рынка, конкурентах и их ценовой политике

Количество дилеров/СТО по маркам



Динамика цен на шасси, млн.руб.



Какие инструменты мы предлагаем

Мы имеем обширный опыт в проведении опросов потребителей и исследований по методике «тайный покупатель»



Инструмент	«Тайный покупатель»
Суть	Звонок под легендой от физического лица или компаний
Виды исследований	<ul style="list-style-type: none">▪ Цены конкурентов на шасси и надстройки▪ Цены конкурентов на запчасти▪ Уровень сервиса при покупке автомобиля▪ Уровень сервиса при записи на ТО▪ Уровень сервиса при покупке запчастей



Инструмент	Опрос потребителей
Суть	Количественный опрос CATI клиентов Заказчика по телефону по согласованной анкете
Виды исследований	<ul style="list-style-type: none">▪ Уровень удовлетворенности покупателей, расчет показателей NPS (Net Promoter Score, индекс потребительской лояльности) и CSI (Customer Satisfaction Index, индекс удовлетворенности клиентов)

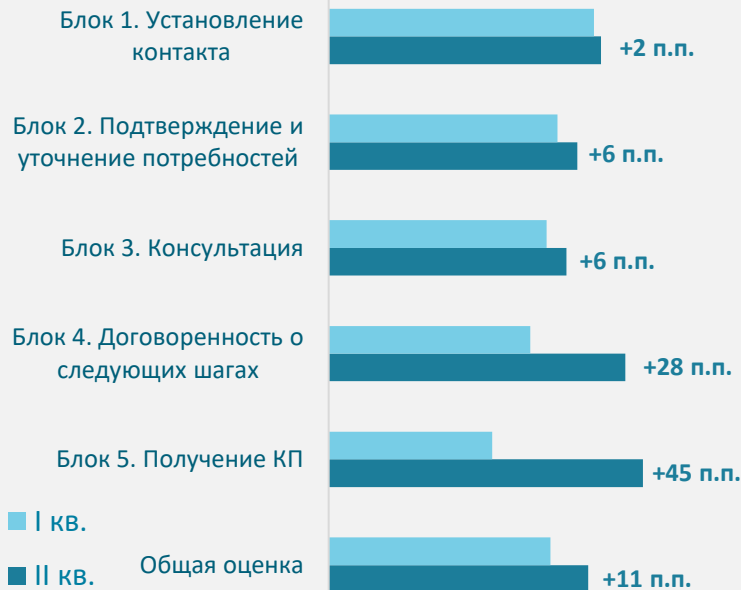


Какие задачи мы помогаем решить

Мониторинг качества обслуживания позволяет оперативно реагировать и вносить изменения в работу сотрудников отдела продаж и СТО

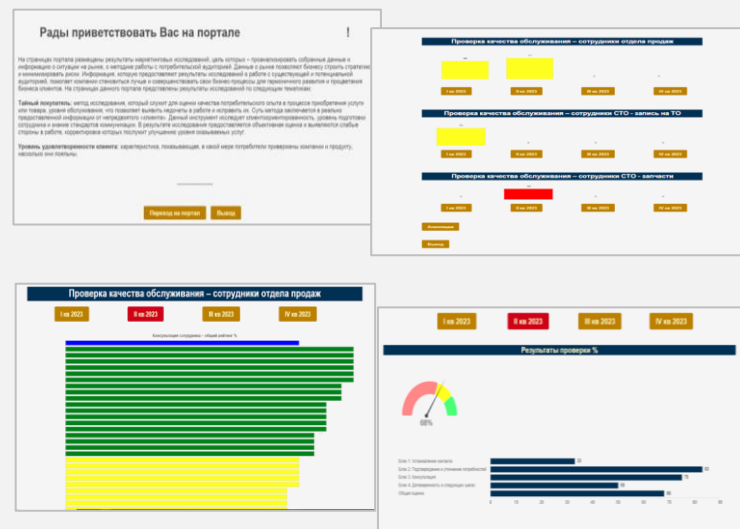
Повышение качества сервиса

Проведение исследования* повышает качество обслуживания клиентов



Обратная связь с партнерами

Мы имеем опыт разработки web-порталов с возможностью обратной связи с исследуемыми точками продаж



* - оценка качества обслуживания клиентов при покупке грузовых автомобилей, I-II кв. 2023 г.

Периодичность проведения исследований

Мы предлагаем проведение регулярного мониторинга цен и качества обслуживания, с возможностью отслеживания динамики изменений

Исследование	Год											
	Квартал I			Квартал II			Квартал III			Квартал IV		
	Янв	Фев	Мар	Апр	Май	Июн	Июл	Авг	Сен	Окт	Ноя	Дек
Цены конкурентов на шасси и надстройки	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Цены конкурентов на запчасти	●			●			●			●		
Уровень сервиса при покупке автомобиля		●			●			●			●	
Уровень сервиса при записи на ТО			●			●			●			●
Уровень сервиса при покупке запчастей		●			●			●			●	
Опрос потребителей				●					●			



2. Исследование цен на запасные части

Методология

Тайный звонок и переписка под легендой от компании - владельца а/м определенной модели.

Цель – узнать стоимость запасных частей на СТО, наличие и сроки доставки.

Выборка

Всего 500-1500 товарных позиции запасных частей за 1 волну (50-100 артикулов на модели Заказчика, 5 конкурентов, 2-5 СТО каждого конкурента) по согласованию с Заказчиком.

Отчетные материалы

База цен в формате Excel, записи разговоров и копии переписки, аналитический отчет с выводами и рекомендациями в формате PowerPoint. Данные по конкурентам предоставляется в обезличенной форме, но с указанием марки и федерального округа.

Опция: возможна выгрузка данных на web-портал.



Примеры выходных форм

База данных: стоимость норма-часа на ТО

ID	Фед округ	Дилер	Адрес	Стоимость нормо-часа ТО, руб.	с НДС / без НДС	Примечания
1	дфо	ПримТран, ООО	Адрес: 692770, Приморский край, Артём, п.Углово, ул. Гагарина, 57	xxx	без НДС	сейчас работы без НДС, после Нового года будем работать с НДС, стоимость составит порядка (менеджер затруднился сказать точную сумму) 2100 руб. за норма-час с НДС.
2	дфо	МБ-Восток, ООО	Адрес: 681005, Комсомольск-на-Амуре, ул. Северное шоссе, 4, к.10	xxx	с НДС	
3	дфо	Магадский автоцентр КАМАЗ, ООО	Адрес: 685000, Магадан, Марчевское шоссе, 44	xxx	без НДС	
4	дфо	МБ-Восток, ООО	Адрес: 680042, Хабаровск, ул. Воронежская, 140Б	xxx	с НДС	работы с диагностическим оборудованием (электрон) - 4210 руб.

База данных: стоимость запасных частей

Фирма	ЗапчаТ	ТелТест	UPF	Washing	Mengmengegröße	Mengeinheit	Hersteller	Modell	TeilMarktTest
ВМ-Моторс	Kia	Диск тормозной	xxx	RU8	1	штукa	Kia	Sportage	Vembo
ТрансТекСервис	BMW	1 комплект тормозных колодок	xxx	RU8	1	комплект	BMW	318i	Мелпа
Тойота Центр	Toyota	Диск тормозной	xxx	RU8	1	штукa	Toyota	Century	ТМ
Корейские автомобили	Kia	Любное стекло	xxx	RU8	1	штукa	Kia	Sportage	Трако
Сибсер	BMW	Бампер	xxx	RU8	1	штукa	BMW	318i	Равсо
Тойота Центр	Toyota	Любное стекло	xxx	RU8	1	штукa	Toyota	RAV4	АДС Automotive
ООО «Автоскан»	Kia	Фара (левая)	xxx	RU8	1	штукa	Kia	Optima	ИС
АА Major Авто Дистрибу	Kia	1 ШЦ на сцепном механизме	xxx	RU8	1	штукa	Kia	Optima	Heila
СИЛЬВАВЕСТРАИД	Mitsubishi	1 комплект тормозных колодок	xxx	RU8	1	комплект	Mitsubishi	Pajero Sport	Bosch
АВТОМАР НА КАУЧУКОВЕ	Прокат	Держатель знака	xxx	RU8	1	штукa	Praktiker	Partner	ИС
Прокат Дина	BMW	рычаг раздатчика	xxx	RU8	1	штукa	BMW	740	DE Quality
Титла MS	Mercedes	Лямпа стоп	xxx	RU8	1	штукa	Mercedes	E200	DE Quality
Автосервис	Kia	1 комплект тормозных колодок	xxx	RU8	1	комплект	Kia	Senso	Тестер
ТРИНИТИ МОТОРС	Nissan	Диск тормозной	xxx	RU8	1	штукa	Nissan	X-Trail	DE Quality
АВТОМАТ	Nissan	1 комплект тормозных колодок	xxx	RU8	1	комплект	Nissan	X-Trail	Bosch

Аналитический отчет: стоимость запасных частей

Сравнение цен (отклонение от РПЦ на запчастях ...)

Электрика и кабина

В группе «Электрика и кабина» у четырех моделей стоимость запасных частей ниже, чем ... Максимальная цена наблюдается у ISUZU NISSAN, минимальная – у JAC N90.

В среднем по всем моделям бампер и панель облицовки у конкурентов стоят существенно дешевле, чем у ... Это в первую очередь связано с конструктивными особенностями автомобилей.

Запасные части	ISUZU	NISSAN	JAC	ISUZU	NISSAN	JAC
Зеркало боковое	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Указатель поворотов	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Фара ближнего света	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Бампер	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Ветровое стекло	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Панель облицовочная, передняя	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Штампованные ветровое стекло	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

Выводы

Практически у всех конкурентов суммарная стоимость всех* запасных частей выше, чем у ... 32 исключения из JAC N90.

В среднем по всем конкурентам цены ниже, чем у ... наблюдаются по группе: Фаркопы, держатели, полочный механизм.

По остальным группам стоимость запасных частей выше, чем у JAC N90. Группы с максимальными ценами: сцепление, тормозная система, ступицы.

Максимальные и минимальные цены по группам:

Группа	Максимальная цена	Минимальная цена
Молоток	Gaco Next 6.7	Вездеход-туризм
Держатели	NISSAN NISSAN	NISSAN NISSAN
Сцепление	ISUZU NISSAN	ISUZU NISSAN
Тормозная система	ISUZU NISSAN	ISUZU NISSAN
Кабина	ISUZU NISSAN	ISUZU NISSAN
Надборный щит	NISSAN NISSAN	NISSAN NISSAN
Надборный багажный ящик	NISSAN NISSAN	NISSAN NISSAN
Ступица	NISSAN NISSAN	NISSAN NISSAN
Тормозная система	ISUZU NISSAN	ISUZU NISSAN
Кабина	ISUZU NISSAN	ISUZU NISSAN
Указатель поворотов	ISUZU NISSAN	ISUZU NISSAN
Электрика и кабина	ISUZU NISSAN	ISUZU NISSAN

3. Исследование уровня сервиса при покупке а/м

Методология

Тайный покупатель – звонок (возможен многоступенчатый подход) под легендой. Цель – оценить качество обработки скрипта сотрудниками дилерского центра. Покупки совершаются профессиональными тайными покупателями посредством телефонных переговоров от лица потенциального клиента, желающего приобрести автомобиль на шасси Заказчика.

Выборка

В соответствии с числом дилерских центров Заказчика. В один дилерский центр совершается один звонок продолжительностью до 15 минут. Проверяется получение коммерческого предложения на почту тайного покупателя. Возможен прием входящих звонков от сотрудников дилерских центров с целью уточнения параметров запроса и проверки получения коммерческого предложения.

Отчетные материалы

Данные о результатах исследования предоставлять через web-портал с возможностью апелляции результатов проверки сотрудниками дилерских центров, база интервью с возможностью отображения результатов в цифровом и графическом видах (отчет дублируется в формате Excel), записи разговоров, транскрипты, аналитический отчет в формате PowerPoint.



Примеры выходных форм

База данных

Рейтинг	УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА	Торговый представитель общерасположен с Вами и уважл. Ваше имя	Комментарий	Торговый представитель предоставил по вашему / вашему / фамилию, сообщил должность / адрес и название компании	Комментарий	Торговый представитель спросил Вас о цели звонка	Комментарий	Комментарий Елкс 1	ПОДТВЕРЖДЕНИЕ И УТОЧНЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ	Торговый представитель спросил Вас о вашем показателе
xx	xx	Да		Да		Да	сказал ТП	Информация ози	xx	Да
xx	xx	Да		Да		Да	сказал ТП	Торговый предс	xx	Да
xx	xx	Да		Да		Да	сказал ТП	Региональный м	xx	Да
xx	xx	Да		Нет	только имя	Да	сказал ТП	Региональный рд	xx	Да
xx	xx	Да		Да		Да	сказал ТП	региональный рд	xx	Да
xx	xx	Да		Да		Да	сказал ТП	Региональный рд	xx	Да
xx	xx	Да		Да		Да	сказал ТП	Региональный рд	xx	Да
xx	xx	Нет	не уважл имя	Нет	не представился	Да	сказал ТП	Сотрудник расст	xx	Да
xx	xx	Нет	не поприветсвал	Нет	не представился	Да	сказал ТП	торговый предс	xx	Да

Отчет: оценка продавцов дилерских центров

Дилеры компетентны, при этом проблемы с доступностью, коммуникациях с клиентами, продвижении продукта

- Плюсы:**
 - Дружелюбны, компетентны и профессиональны в своем направлении, умеют слушать клиента и адаптироваться к его потребностям.
 - Высокая информативность, персонализированное предложение, доступность для клиента онлайн.
 - Готовы решить любые технические вопросы для клиента.
- Минусы:**
 - Возникают проблемы с доступностью предложения.
 - Коммуникация: иногда недостаточно вежливы, жесткая и abrupt.
 - Активность в продвижении своего продукта привлекать мало.
 - На вопросы по онлайн-форме в рамках онлайн-консультаций - не всегда онлайн-продвижение в целом.
 - На вопросы об онлайн-форме, приходится давать повторные ответы с пояснениями.

Категория: зеленый

Доступ: Мала авт.

Продавцы МВ не были про-активны в ходе продаж. Элементов продвижения своего продукта было мало

- Платформа не была активно использована, не использовались все возможности платформы. При этом, продавцы не проявили, не использовали навыки продаж (аксесуристы и консультанты), не проявили достаточной активности в продвижении МВ с клиентом.
- В целом, продавцы не проявили активности в продвижении своего продукта и не смогли предоставить клиенту информацию о возможностях платформы.
- Некоторые продавцы не проявили активности в продвижении своего продукта и не смогли предоставить клиенту информацию о возможностях платформы.
- Некоторые продавцы не проявили активности в продвижении своего продукта и не смогли предоставить клиенту информацию о возможностях платформы.
- Общая оценка: МВ не было продвинуто мало.

Категория: желтый

Аргументы при продаже:

- Технологическое решение автомобиля
- Большая экономия
- Доступность
- Идеальная цена

Переговоры о покупке:

- «Маркетплейс» был бы полезен, если бы был доступен для клиентов.
- «Маркетплейс» был бы полезен, если бы был доступен для клиентов.
- «Маркетплейс» был бы полезен, если бы был доступен для клиентов.
- «Маркетплейс» был бы полезен, если бы был доступен для клиентов.

Web-портал



4. Исследование уровня сервиса при записи на ТО

Методология

Тайный покупатель – звонок под легендой.

Цель – оценить качество обработки скрипта сотрудниками СТО (собственные СТО Заказчика или партнерские) при записи на ТО. Покупки совершаются профессиональными тайными покупателями посредством телефонных переговоров от лица владельца а/м определенной марки.

Выборка

В соответствии с числом СТО Заказчика.

Одному сотруднику делается один звонок продолжительностью до 15 минут. Если трубку не взяли, то как минимум 2 попытки дозвониться. Возможен прием входящих звонков от сотрудников СТО с целью уточнения даты записи и прочей информации.

Отчетные материалы

Данные о результатах исследования предоставлять через web-портал с возможностью апелляции результатов проверки сотрудниками СТО, база интервью с возможностью отображения результатов в цифровом и графическом видах (отчет дублируется в формате Excel), записи разговоров, транскрипты, аналитический отчет в формате PowerPoint.



Примеры выходных форм

База данных

Рейтинг	УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА И НАЧАЛО РАЗГОВОРА С КЛИЕНТОМ	Мастер-приемщик поздоровался с клиентом	Мастер-приемщик отчитался по имени /имени и фамилии, сообщил свою должность, наименование отдела	Мастер-приемщик спросил Ваш имя в начале разговора	Мастер-приемщик обратился к Вам по имени как минимум 2 раза во время разговора	Комментарии	ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ	Мастер-приемщик уточнил, обращались ли Вы в данный дилерский центр ранее
xx	xx	Да	Нет	Да	Нет	Мастер-приемщик сп	xx	Да
xx	xx	Нет	Нет	Нет	Нет		xx	Нет
xx	xx	Да	Да	Нет	Нет		xx	Да
xx	xx	Да	Да	Да	Нет	Мастер-приемщик сп	xx	Нет
xx	xx	Да	Да	Нет	Нет		xx	Нет

Отчет: оценка предлагаемых сервисов

Web-портал

5. Исследование уровня сервиса при покупке запчастей

Методология

Тайный покупатель – звонок под легендой.

Цель – оценить качество обработки скрипта сотрудниками СТО (собственные СТО Заказчика или партнерские) при продаже запасных частей. Покупки совершаются профессиональными тайными покупателями посредством телефонных переговоров от лица владельца а/м определенной марки.

Выборка

В соответствии с числом СТО Заказчика.

Одному сотруднику делается один звонок продолжительностью до 15 минут. Если трубку не взяли, то как минимум 2 попытки дозвониться. Запрашивается стоимость на 2-3 товарных позиции. Возможен прием входящих звонков от сотрудников СТО с целью уточнения стоимости и наличия товарных позиций.

Отчетные материалы

Данные о результатах исследования предоставлять через web портал с возможностью апелляции результатов проверки сотрудниками СТО, база интервью с возможностью отображения результатов в цифровом и графическом видах (отчет дублируется в формате Excel), записи разговоров, транскрипты, аналитический отчет в формате PowerPoint.



Примеры выходных форм

База данных

Рейтинг	УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА	Сотрудник отдела запасных частей пообщался с Вами	Комментарий	Сотрудник отдела запасных частей отчетливо представился по имени / имени и фамилии, сообщил свою должность / наименование отдела	Комментарий	Сотрудник отдела запасных частей спросил Ваше имя в начале разговора	Комментарий
xx	xx	Да		Да		Да	
xx	xx						
xx	xx	Да		Да		Да	
xx	xx	Да		Да		Да	спросила администра
xx	xx	Да		Да		Да	
xx	xx	Да		Да		Нет	в конце разговора
xx	xx	Нет		Нет		Нет	
xx	xx	Да		Да		Да	спросила администра

Отчет: оценка предлагаемых сервисов



Web-портал



6. Исследование уровня удовлетворенности клиентов

Методология

Количественный опрос CATI клиентов Заказчика по телефону по согласованной анкете с таймингом 10-15 минут на темы:

- удовлетворенность автомобилем;
- удовлетворенность процессом продаж;
- удовлетворенность обслуживанием на сервисной станции.

Выборка

Всего 300-500 респондентов по согласованию с Заказчиком.

Базу телефонов предоставляет Заказчик.

Отчетные материалы

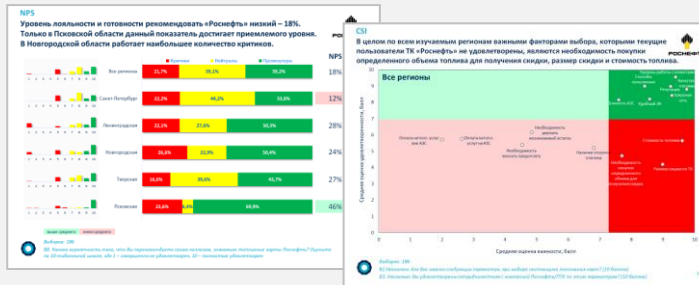
База опроса в формате Excel и SPSS, звуки интервью, аналитический отчет с выводами и рекомендациями в формате PowerPoint.

Опция: возможна выгрузка данных на web-портал.



Примеры выходных форм

Отчет: оценка удовлетворенности





**Маркетинговые и инвестиционные
проекты**

115114, Россия, Москва
Дербеневская набережная, д.7, с.23

Tel +7 495 6402555

info@mipr.ru

www.mipr.ru



Мы всегда идем навстречу клиенту!