

«СОГЛАСОВАНО»

Генеральный директор
АО «ГАЗ»

Генеральный директор
АО «ГАЗ»

«30» 08 2017г.



«СОГЛАСОВАНО»

Генеральный директор
АО «КАЗ»

Генеральный директор
АО «КАЗ»

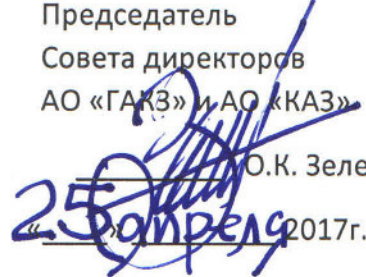
«30» 08 2017г.



«УТВЕРЖДАЮ»

Председатель
Совета директоров
АО «ГАЗ» и АО «КАЗ»

«30» 08 2017г.



Положение

**о сервисных центрах АО «Галицкий автокрановый завод» и
АО «Клинцовский автокрановый завод».**

Разработал:

начальник сервисной службы ООО «Кудесник» _____ В.П. Шароваров

при участии:

генеральный директор ООО «Концерн «Все Краны» _____ С.А. Онешко

директор АО «КАЗ» по качеству _____ Д.Н. Казанчук

заместитель генерального директора АО «ГАЗ» по качеству _____ Р.В. Бобров

Содержание

1. Основные положения.....	3
2. Цели и задачи региональных сервисных центров.....	5
3. Порядок выбора и аккредитации региональных сервисных центров.....	6
4. Статусы региональных сервисных центров.....	7
5. Взаимоотношения между изготовителем и сервисным центром.....	8
6. Приложения:	
6.1. Приложение 1. «Заявка на заключение партнерского соглашения».	
6.2. Приложение 2. «Типовые требования к организациям и предприятиям, претендующим на получение ими статуса сервисного центра АО «ГАЗ» и АО «КАЗ».	
6.3. Приложение 3. «Положение о порядке проведения аттестации предприятий, претендующих на присвоение им статуса сервисного центра».	
6.4. Приложение 4. «Положение о гарантийном обслуживании Продукции производства АО «ГАЗ» и АО «КАЗ».	

1. Основные положения.

1.1. Настоящее Положение о сервисных центрах (в дальнейшем Положение) определяет основные требования АО «Галичский автокрановый завод» (в дальнейшем АО «ГАКЗ») и АО «Клинцовский автокрановый завод» (в дальнейшем АО «КАЗ») к производственной деятельности, технической оснащенности организаций, претендующих на получение ими статуса сервисного центра изготовителей и устанавливает основные принципы сотрудничества с ними.

1.2. Основные термины и определения, используемые в Положении:

1.2.1. Изготовитель – юридическое лицо, являющееся изготовителем изделий и запасных частей к ним. В Положении в качестве изготовителей рассматриваются заводы-изготовители – АО «ГАКЗ» и АО «КАЗ».

1.2.2. Продукция - это результат деятельности предприятия-изготовителя, представленный совокупностью готовых к реализации материальных продуктов и услуг.

1.2.3. Потребитель – лицо или организация, потребляющие и (или) использующие продукцию чьего-либо производства либо чьей-либо деятельности, включая услуги. В Положении рассматриваются Потребители, использующие Продукцию и обратившиеся за услугой в сервисный центр.

1.2.4. Сервисный центр (в дальнейшем СЦ) – это партнер Изготовителя, являющийся юридически самостоятельным предприятием, специализация которого соответствует интересам Изготовителя в регионе Потребителя и способный оперативно удовлетворять потребности последнего в получении услуг по послепродажному обслуживанию продукции Изготовителя.

1.2.5. Послепродажное обслуживание Продукции – это комплекс организационно-технических мероприятий, направленных на обеспечение ее надежности и безопасности, выполняемых на протяжении всего периода эксплуатации Продукции. Поскольку эти мероприятия выполняются в виде услуг, предоставляемых Потребителю специализированными организациями, то следует говорить о сервисном сопровождении Продукции, как самим Изготовителем, так и силами СЦ.

1.2.6. Сервисное сопровождение Продукции, в общем случае, включает в себя:

- предпродажную подготовку Продукции;
- пусконаладочные работы;
- выполнение СЦ гарантийных обязательств Изготовителя в отношении его Продукции (гарантийное обслуживание);
- выполнение СЦ регламентных технических обслуживаний Продукции (техническое обслуживание);
- выполнение СЦ различных видов коммерческого ремонта Продукции, ее узлов и агрегатов.

1.2.7. Предпродажная подготовка – это комплекс работ по выявлению и устранению недостатков и повреждений, возникших в процессе транспортировки и (или) хранения

Продукции, выполняемых СЦ в том случае, когда он осуществляет ее реализацию, либо по заявке от Изготовителя (Дилера). Объем работ по предпродажной подготовке регламентируется требованиями Изготовителя по определённому виду (типу) Продукции.

1.2.8. Пусконаладочные работы – это комплекс работ, включающих в себя частичную сборку Продукции после ее транспортировки различными видами транспорта, в т.ч. и транспортировку кранов своим ходом по автомобильным дорогам, а также проверку работоспособности Продукции (в рамках предпродажной подготовки) после частичной сборки.

1.2.9. Гарантийное обслуживание включает в себя рассмотрение претензий Потребителя к Продукции по ее качеству и комплектности в гарантийный срок эксплуатации Продукции. По итогам рассмотрения претензий осуществляется их принятие или отклонение, а в случае принятия – гарантийный ремонт или замена дефектной продукции за счет Изготовителя. Организация работ по выполнению гарантийных обязательств определена «Положением о гарантийном обслуживании Продукции производства АО «ГАКЗ» и АО «КАЗ» (приложение 4 Положения), а также соответствующими договорами между Изготовителем и СЦ.

1.2.10. Гарантийный ремонт Продукции представляет собой комплекс работ (операций), связанных с выполнением гарантийных обязательств Изготовителя, направленных на устранение неисправностей и отказов Продукции в гарантийный период, с целью восстановления утраченной работоспособности Продукции в пределах ее эксплуатационных характеристик, установленных Изготовителем.

1.2.11. Техническое обслуживание (в дальнейшем ТО) Продукции представляет собой комплекс работ (операций) по выявлению и предупреждению неисправностей Продукции и обеспечению ее работоспособности в пределах ее эксплуатационных характеристик, установленных Изготовителем. Перечень видов ТО Продукции и содержание работ, выполняемых в ходе их проведения, изложены в Руководствах по эксплуатации на каждый вид (тип) Продукции. ТО проводятся на коммерческой основе (за счет Потребителя).

1.2.12. Коммерческий ремонт, осуществляемый за пределами гарантийного срока эксплуатации Продукции, а также в случаях отклонения претензий Потребителя по ее качеству в гарантийный период эксплуатации, представляет собой комплекс работ (операций), направленных на устранение отказов и восстановления работоспособности Продукции и проводится за счет Потребителя. Регламентируется эксплуатационной и ремонтной документацией.

1.2.13. Дилер – это партнер Изготовителя, являющийся юридически самостоятельным предприятием и имеющий основной задачей продвижение на рынок Продукции через реализацию данной Продукции. Любой СЦ может быть дилером.

1.3. Настоящее Положение является нормативным документом по организации сервисного сопровождения Продукции и обязательно для всех сторон, участвующих в данном процессе. Кроме того, Положение направлено на урегулирование разногласий, которые могут возникать между сторонами при заключении и выполнении ими договоров по организации сервисного сопровождения Продукции Изготовителя.

1.4. Положение может быть изменено и дополнено по согласию его разработчиков.

1.5. Повседневное руководство сервисным сопровождением продукции и координацию взаимодействия всех исполнителей, участвующих в реализации Положения, осуществляет сервисная служба Изготовителя.

2. Цели и задачи сервисных центров.

2.1. Целью деятельности СЦ является удовлетворение потребностей Потребителей в послепродажном обслуживании Продукции, которое должно обеспечить:

- оперативное рассмотрение и удовлетворение претензий Потребителей к качеству Продукции;
- предоставление качественных услуг по ТО и любым видам ремонта Продукции в гарантийный и послегарантийный периоды их эксплуатации в местах, максимально приближенных к Потребителю, в т.ч. с использованием мобильных выездных ремонтных бригад;
- укрепление конкурентоспособности Продукции на региональных рынках и, как следствие, дополнительное увеличение объемов продаж Продукции;
- обеспечение устойчивой обратной связи Изготовителя с Потребителями.

2.2. Достижение этой цели СЦ обеспечивает выполнением следующих задач:

- постоянным повышением профессиональных навыков своих сотрудников (специалистов) по освоению Продукции, особенно новой;
- постоянным оснащением (усовершенствованием) технологического оборудования и оснастки, необходимых для сервисного сопровождения Продукции;
- оперативностью в выполнении мероприятий по сервисному сопровождению Продукции, в т.ч. созданием и привлечением к этому мобильных выездных ремонтных бригад;
- приобретением запасных частей и комплектующих изделий для обеспечения ими Потребителей;
- оказанием дополнительных услуг Потребителям (перегон Продукции, помощь в ее регистрации, техническое освидетельствование Продукции, ее модернизация и т.п.);
- сбором, накоплением, обработкой и предоставлением Изготовителю информации о качестве его Продукции;
- формированием и предоставлением Изготовителю предложений по усовершенствованию Продукции;
- проведением маркетинговых исследований и осуществлением мер (в т.ч. с участием Изготовителя) по продвижению и закреплению Продукции на региональном рынке.

3. Порядок выбора и аккредитация СЦ.

3.1. Формирование сети СЦ послепродажного обслуживания Продукции производства АО «Галичский автокрановый завод» и АО «Клинцовский автокрановый завод» на территории РФ, стран СНГ и ближнего зарубежья осуществляется Изготовителем на принципах:

- регионального представительства;
- взаимовыгодного сотрудничества на основе договорных отношений.

3.2. Целесообразность создания в конкретном регионе СЦ рассматривается сервисной службой Изготовителя, исходя из наличия среди Потребителей данного региона спроса на услуги по сервисному сопровождению Продукции.

3.3. После принятия решения о необходимости создания в конкретном регионе СЦ, сервисной службой Изготовителя осуществляется поиск на этой территории предприятия-кандидата, наиболее подходящего на эту роль из числа уже существующих в регионе специализированных организаций. Структура производственных мощностей будущего СЦ должна отвечать требованиям Изготовителя, а также существующим тенденциям в развитии Продукции и организации сервиса Продукции, а их объем должен удовлетворять потребности Потребителей в данном регионе. Данные требования изложены в «Типовых требованиях к организациям и предприятиям, претендующим на получение ими статуса сервисного центра АО «ГАЗ» и АО «КАЗ» (приложение 2 Положения).

3.4. Поэтому перед заключением договора на сервисное обслуживание, организации, претендующие на роль СЦ, подвергаются процедуре обследования и аттестации представителями сервисной службы Изготовителя согласно «Положению о порядке проведения аттестации предприятий, претендующих на присвоение им статуса сервисного центра» (приложение 3 Положения).

3.5. При положительных результатах аттестации организации, претендующей на статус СЦ, вопросы о возможности заключения с ней договора на организацию сервисного сопровождения Продукции и о предоставлении ей статуса СЦ выносятся на Совет директоров Изготовителя. Совет директоров рассматривает предоставленный претендентом пакет документов, результаты обследования и аттестации претендента представителями сервисной службы Изготовителя и принимает по данным вопросам окончательное решение.

3.6. В случае положительного решения, Изготовитель готовит и в течение десяти рабочих дней с момента решения Совета директоров направляет в адрес вновь принятого СЦ договор на организацию сервисного обслуживания (в дальнейшем Договор). После подписания Договора второй стороной, он вступает в силу. Изготовитель выдает организации, заключившей с ним Договор, свидетельство установленного образца о предоставлении ей полномочий своего регионального СЦ с указанием областей аккредитации. Дополнительно Изготовитель размещает информацию о новом СЦ на своем официальном сайте и во всех эксплуатационных документах.

3.7. При наличии у Изготовителя обоснованных претензий к претенденту на присвоение статуса СЦ и (или) принятии Советом директоров отрицательного решения, оформление Договора переносится до устранения претендентом высказанных претензий и замечаний. В этом случае, в

адрес претендента руководителем сервисной службы Изготовителя направляется выписка из протокола заседания Совета директоров с обоснованием причины отказа в заключении Договора.

4. Статусы региональных партнеров.

4.1. В зависимости от продолжительности, интенсивности и результативности сотрудничества Изготовителя с организацией, осуществляющей сервисное сопровождение Продукции, последняя может иметь один из четырех статусов и соответствующий этому статусу уровень аккредитации и поддержки со стороны Изготовителя:

- сервисный агент (в дальнейшем СА);
- авторизованный сервисный центр;
- региональный дистрибьютер.

4.2. К категории СА относятся организации, обладающие определенной степенью технической подготовленности для сервиса Продукции и сотрудничающие с Изготовителем эпизодически, по разовым письменным разрешениям Изготовителя (договорам). СА, как правило, выполняют в интересах Изготовителя отдельные простейшие виды услуг по сервисному сопровождению Продукции в своих регионах и не являются постоянными полномочными региональными представителями Изготовителя.

4.3. Чтобы стать авторизованным СЦ, организация, претендующая на этот статус, должна заявить об этом Изготовителю, подав в сервисную службу Изготовителя заявку на заключение партнерского соглашения (приложение 1 Положения), пройти процедуру аттестации (приложение 3 Положения) и, в случае соответствия требованиям Изготовителя (приложение 2 Положения), заключить с ним Договор на организацию сервисного сопровождения продукции.

4.4. Самые серьезные требования предъявляются к организации, претендующей на звание регионального дистрибьютера. Ей следует выполнять весь перечень дилерских функций, включая реализацию Продукции, иметь собственную сеть дилеров, держать региональный склад запасных частей с объемом хранения, достаточным для обеспечения своих дилеров, и активно участвовать в продвижении на региональном рынке Продукции Изготовителя.

5. Взаимоотношения между изготовителем и сервисным центром.

5.1. Взаимоотношения Изготовителя с СЦ регламентируются и регулируются Положением и договором на организацию сервисного сопровождения продукции.

5.2. СЦ, имеющие различный статус, вправе рассчитывать на определенный уровень поддержки со стороны Изготовителя.

5.3. Программа аккредитации СЦ предусматривает наряду с возложением на них определенных обязанностей, также и предоставление им Изготовителем следующих пакетов маркетинговой поддержки:

- стартовый;
- стандартный;
- индивидуальный.

5.4. Всем организациям, выступающим в качестве сервисных агентов Изготовителей, предоставляется стартовый пакет поддержки, включающий в себя:

- информационную поддержку по запросу (технические консультации специалистов и предоставление отдельных документов, необходимых для выполнения отдельных сервисных услуг;
- рекламное сопровождение Продукции (рекламные буклеты, прайс-листы на Продукцию).

5.5. Авторизованному СЦ предоставляется стандартный пакет поддержки, включающий:

- стартовый пакет поддержки;
- постоянную информационную поддержку (информационные бюллетени, допуск для входа в личный кабинет СЦ сайта Изготовителя и т.п.);
- размещение Изготовителем информации о СЦ на официальном сайте Изготовителя и во всех эксплуатационных документах;
- бесплатное обучение сотрудников СЦ у Изготовителя;
- льготное (долевое) участие в рекламных акциях;
- предоставление стартовых скидок к отпускным ценам на приобретаемые запасные части у Изготовителя до 10% от их стоимости по прайс-листу.

5.6. При обладании высшим статусом регионального дистрибьютера, СЦ дополнительно к стандартному пакету могут быть индивидуально предоставлены следующие льготы:

- выделенный маркетинговый фонд;
- право авторизации своих дилеров.

5.7. Взаимоотношения изготовителя с региональным СЦ могут быть расторгнуты либо по взаимному согласию сторон, либо в одностороннем порядке в случае выявления фактов многократного неисполнения одной из сторон своих обязательств по заключенному договору. Вся ответственность по возмещению возникших при этом убытков и компенсации ущерба, нанесенного пострадавшей стороне и потребителям продукции, возлагается на виновную сторону.