



**BMW  
MOTORRAD**

# התפיסה החדשה של מרכז השירות

**MAKE LIFE A RIDE**



# תוכן העניינים

<b>6</b>	<b>1.0 העיקרון המנחה</b>
8	1.1 תפיסת מרכז השירות החדשה - מהו העיקרון המנחה שעומד מאחוריה?
10	1.2 מרכז השירות של BMW MOTORRAD
11	1.3 המצב הנוכחי
14	1.4 אסטרטגיה לעתיד מוצלח
<b>16</b>	<b>2.0 שלושת אזורי הליבה של השירות</b>
18	2.1 שירות ב-BMW MOTORRAD
19	2.2 אזור ייעוץ השירות
20	2.3 אזור העבודה
21	2.4 אזור מכירת אביזרים
<b>22</b>	<b>3.0 התפיסה החדשה של מרכז השירות</b>
24	3.1 עולם החוויה של מרכז השירות
24	3.2 שקיפות
26	3.3 חוויית שירות חדשה
27	3.4 דרכי פניה וטיפול אפשריים
29	3.5 תפקיד העובד והדרישות ממנו
31	3.6 הדרכה והכשרה
<b>32</b>	<b>4.0 תיכון, ציוד ויישום</b>
34	4.1 תהליך התיכון
35	4.2 אפשרויות סידור לרצפת העבודה
36	4.3 חומרים למרכז השירות חדש של BMW MOTORRAD
38	4.4 ציוד לעמדת עבודה במרכז השירות
40	4.5 ציוד לעמדת עבודה חשופה ללקוח
42	4.6 ציוד לאזור ההמתנה
46	4.7 ציוד תאורה למרכז השירות
<b>48</b>	<b>5.0 תומכי החלטה בקבלת התפיסה החדשה של מרכז השירות</b>
50	5.1 הערך המוסף ללקוח
50	5.2 הערך המוסף למרכז השירות
52	5.3 כלי עזר בקבלת החלטות עיסקיות
<b>54</b>	<b>6.0 קשרים</b>
56	6.1 הקשרים שלך



# הקדמה

## התפיסה החדשה של מרכז השירות - השירות האישי של העתידי

המחלקות המתמחות המתאימות וההנחיות לאדריכלים ומעצבי פנים וכו' הן בעלות חשיבות מרכזית ליישום מוצלח של רעיון זה. המטרה היא למזג אזורים פונקציונליים ואזורי תצוגה בתוך מרכז השירות.

כל מרכז שירות או מוסך שירות חייב להביא בחשבון את הגורמים הייחודיים שלו בכל הנוגע לסביבת הבניין, מבנה כוח האדם, קהל הלקוחות, וכו' בעת תכנון ויישום התפיסה. מכאן נגזרים התיכנון של עמדות העבודה והסגנונות השונים של רצפת העבודה, כגון שירות אקספרס, הסבות מיוחדות, התאמות אישיות, שיפוץ וכו'.

גם כאן נקודת המוצא היא מה שמכונה מערכת שלוש הנקודות, שבה יש ללקוחות אפשרות גישה מאזור הלקוח או מאולם התצוגה של "אופנועים חדשים" לכל האזורים ("מכירת חלקים ואביזרים", "עמדת עבודה חדשה במרכז השירות" ו-"בר אופנועים"), הנמצאים במרחק קצר.

גמישות, מוכוונות לקוח וייעוץ מכירות - ההגדרה המודרנית של תמיכה בלקוחות אפטרסליל מציבה דרישות רבות לכל עובדי השירות. כל תהליכי הליבה של השירות משתנים ויש להתאים אותם באופן רציף לצרכי הלקוח. הצלחה עסקית ארוכת טווח בשוק האופנועים נקבעת לא רק במכירות אלא גם באפטרסליל.

אי לכך, נדרשת חשיבה חדשה במעמד המכירה על מנת להשיג הצלחות מכירה חדשות בשירות. המשימות הנדרשות מצוות השירות השתנו במידה משמעותית בשנים האחרונות.

צוותי השירות מתמודדים עם משימות חדשות ומגוונות שדוחפות אותם עד למגבלות שלהם במהלך עונת השיא. עם זאת, על מנת לשמור על רמה גבוהה של מוכוונות לקוח ומוטיבציה, חיוני להתאים את התהליכים הרלוונטיים. אחרת מרכז השירות מפסיד עסקאות אפטרסליל רבות ערך בכל יום ויום.

על ידי הגדלת שביעות רצון הלקוחות, ייצוב תהליכים תפעוליים והבטחת איכות העבודה בתוך החברה, מתקבלת תרומה משמעותית להצלחה עסקית ארוכת טווח.

מדריך זה משמש כהכוונה לתכנון ולביצוע של התפיסה החדשה של מרכז השירות ולכן יש להתייחס אליו כאל כלי עזר. המעורבות של

# 1.0 העיקרון המנחה



---

08	1.1 תפיסת מרכז השירות החדשה - מהו העיקרון המנחה שעומד מאחוריה?
10	1.2 מרכז השירות של BMW MOTORRAD
11	1.3 המצב הנוכחי
14	1.4 אסטרטגיה לעתיד מוצלח



# 1.1 תפיסת מרכז השירות החדשה - מהו העיקרון המנחה שעומד מאחוריה?

ניתן לחלק את הרקע והסיבה לפיתוח תפיסה חדשה של למרכז שירות לארבעה קריטריונים עיקריים:

מדריך זה פותח ותוכנן כעזר לקבלת החלטות עבור מרכזי שירות, כדי להשיג ארבעה יעדים מרכזיים אלה.

התהליך/התפיסה החדשים יביאו לכמה שינויים מהותיים ביחסים שבין המכונאי, הלקוח ומרכז השירות. המכונאי הקלאסי (מוכוון טכנולוגיה) יתפתח לאיש קשר בעל הכרה מעמיקה של המוצר, באמצעות הכשרה מקצועית. לשם כך נדרש תהליך שינוי שהתוצאה שלו היא שתפקידו החדש של המכונאי יהפוך להיות חשוב יותר מבחינת נאמנות לקוחות ומחזור עסקי האפטרסל.

התפיסה החדשה תהווה חוויית מפתח עבור הלקוח. בעתיד, "מבט אל מאחורי הקלעים" יהפוך לחוויה חיה עם בידול ברור לעומת המתחרים בשוק.

דבר זה ישנה לחלוטין את חלוקת התפקידים המסורתית במרכזי שירות של אופנועים. תחומי עסקים חדשים (התאמה אישית, שיפוץ וכו') יאפשרו פנייה לקהלי לקוחות חדשים וכך יגדילו בהצלחה את מכירות האביזרים והחלקים. הלקוחות יראו סוף סוף את פני המכונאים ויכירו את שמותיהם.

## 1. MAKE LIFE A RIDE .1

לעורר רגשות ולייצר התלהבות

## 2. נאמנות לקוחות

בניית אמון באמצעות מקצוענות ותקשורת

## 3. רווחיות

הצלחה באמצעות מכירה אקטיבית (כולל "מכירה צולבת" (Cross-Selling))

## 4. מוטיבציה בקרב העובדים

יחס והערכה באמצעות שקיפות ותחומי פעילות חדשים





**SERVICE**  
— MAINTENANCE & REPAIRS —

# 1.2 מרכז השירות של BMW MOTORRAD

תזרים הנהלים והתהליכים של מרכז השירות. הוספת תפקיד חדש למכונאים תסייע לצמצם פערים בין המכירות והשירות, וחוסר יעילות בתהליך. יתר על כן, חשיבותו של העובד תחזק על ידי מילוי ושילוב של תפקידים טכניים ותפקידי "מכירות" וניהול עסקי.

בעיני הלקוחות, מרכז השירות והשירות של BMW Motorrad מייצגים איכות ואמינות. צוות השירות נהנה מרמת אמוך גבוהה. איכות עילאית של כל השירותים והחלקים המקוריים של BMW Motorrad היא קריטית עבור הלקוחות. על מנת להגדיל עוד יותר את ההכנסות משירות, יהיה צורך להתאים תהליכים מסוימים בתוך



## 1.3 המצב הנוכחי

תפיסה כוללת חדשה שתתרום תרומה מכרעת ליעילות, שביעות רצון הלקוחות ונאמנות הלקוחות. רק לקוחות מרוצים חוזרים שוב למרכז השירות וממליצים עליו.

**האם אתה מוכן ליישם את התפיסה החדשה של מרכז השירות?**

השינויים בדרישות ובציפיות של לקוחותינו ביחס לשירותים ואיכות השירות מחייבים גישות חדשות על מנת לתת להם מענה ראוי.

תפיסות ואסטרטגיות חדשות לעתיד מוצלח פירושו שיש לייצל את התהליכים או לפעול בדרכים חדשות. על ידי חיבור בין אזורי השירות, מרכז השירות, המכירות ומכירת החלקים, ניתן ליצור



# האם אתה מוכן

לתפיסה  
החדשה  
של מרכז  
השירות?

# 1.4 אסטרטגיה לעתיד מוצלח

ייעוץ עקבי ומקיף בכל הקשור לאופנוע הוא חיוני על מנת להציב את חוויית הלקוח בחזית ייעוץ השירות ולהגדיל את מכירת העבודה והחלקים.

המאפשרים אינטראקציה בין הלקוח לבין מרכז השירות. ציפיות הלקוחות השתנו בשנים האחרונות. המיקוד היום הוא יותר ויותר בחוויה סביב המוצר מאשר במוצר עצמו בלבד. שקיפות, פעילות וחוויית קנייה ושירות מותאמת אישית משפיעות כיום על שביעות רצון הלקוחות.

## אלו המאפיינים המייחדים את חוויית BMW MOTORRAD.

מתקפת הדגמים של BMW Motorrad הניבה גם התרחבות משמעותית במגוון האביזרים לאופנוע המוצעים בשנים האחרונות. החל מההשקה שלהם בשנת 2020, צפויים במיוחד דגמי ה-Heritage החדשים להניב פיתוח של קבוצה חדשה של לקוחות, שמייחסים חשיבות רבה לייעוץ ותמיכה אישיים ומקצועיים. אפשרויות ההתאמה האישית נמצאות בבירור בחזית עבור הלקוחות הללו, בעוד שהמחיר ממלא לעתים קרובות "תפקיד משני" בהחלטת הקנייה. יש לנצל באופן עקבי את ההזדמנויות העצומות שפולח שוק חדש זה מציע על ידי התאמת תהליכי השירות ויצירת צורה חדשה של טיפול בלקוחות.

הלקוחות עצמם חווים איזה תיקונים הם באמת הכרחיים ואיזה לא - דבר זה מייצר אמון. מכירה אקטיבית ממלאת תפקיד חשוב (למשל מכירה צולבת (Cross-Selling)) בניצול הפוטנציאל הקיים לעבודה נוספת.

חוויית הלקוח וגישה אישית יותר הם מרכיבים של תפיסת החוויה הקמעונאית החדשה, המאפשרת ללקוחות ליצור קשר אישי יותר עם "המכונאי שלהם". לעמדת עבודה חדשה עבור מכונאי מומחה, שמבצע גם את משימות הייעוץ וכן, במקרים מסוימים, סיוע בשירות, יש תפקיד מפתח.

שירותים וכן אביזרים לאופנוע אמורים להיות מוצגים ומשווקים בסביבה המיידית של עמדת העבודה החדשה במרכז השירות. ניתן להציג ולהדגים בצורה חיה אסטרטגיות שיווק חדשות, כגון "התאמה אישית", "שיפוץ של אופנוע קלאסי" או "הסבות להתאמה אישית" של אופנוע הלקוח. לשם כך, החברה יכולה באופן אידיאלי לעבוד עם פתרונות מסך (למשל מסך מגע עם גלריית תמונות של פרויקטים של הסבה שהושלמו, תקשורת באמצעות Instagram, Pinterest וכו')



**BMW MOTORRAD**  
**עולם של חוויה**

# שלושת 2.0 אזורי הליבה של השירות







# 2.1 שירות

## ב-BMW MOTORRAD

אזור העבודה, במיוחד מרכז השירות של BMW Motorrad, אינו נגיש בדרך כלל ללקוחות. ניתן להשוות את מרכז השירות ל"קופסה שחורה", שאליה מכניסים משהו ובסוף התהליך הוא יוצא ממנה. לחוסר שקיפות זה יש יתרון בכך שהוא מבטיח שהמכונאים יוכלו לבצע את עבודתם ללא הפרעות שמקורן בהשפעות חיצוניות. תפיסת מרכז השירות החדשה פותחה כדי להסיר את חוסר השקיפות הזה במידה מסוימת - במטרה ליצור אמון, לייצר התלהבות אצל הלקוחות ולקדם אינדיבידואליות.

השרטוט שמופיע להלן מציג דוגמה לחלוקה של אזור העבודה בהתאם לתפיסה החדשה של מוסכי BMW Motorrad.

המרכיבים האינדיבידואליים של האופנוע מוסברים ללקוח כאן, והם גם עוברים כאן שיפורים ותחזוקה.

כאן מקבל הלקוח שירות מלא - תחזוקה, שיפורים והסברים על המרכיבים האינדיבידואליים של האופנוע שלו.

מרכז השירות כולל עובדים עתירי כישורים, המלווים את כל תהליכי השירות תוך הקפדה על הנהלים. מרכז השירות הוא ביטוי תדמיתי בולט של החברה ועליו להשאיר רושם נקי ומסודר על הלקוח.

נהלים ברורים ומדויקים נטולי בעיות תהליכים של מרכז השירות מבטיחים איכות ואמינות.



- 1 ייעוץ שירות
- 2 התייעצות עם יעוץ שירות
- 3 אזור המתנה
- 4 תצוגת אביזרים
- 5 מידע כללי
- 6 דלפק מידע עם עמדת קופה
- 7 אזור עבודה סמוך
- 8 עמדת עבודה חשופה ללקוח



## 2.2 אזור ייעוץ השירות

יש להדגיש את התועלות ללקוח ולענות על כל שאלה המתעוררת לגבי האופנוע, הציוד והאביזרים באווירה נטולת הפרעות. דבר זה לוקח זמן. תשומת לב ממוקדת וטיפול אישי בלקוח יוצרים אמון ומהווים בסיס חשוב למערכת יחסים ארוכה ומוצלחת בין מרכז השירות לבין הלקוח. אזור מקצועי, מזמין ומצויד בצורה אותנטית לייעוץ שירות עם תצוגות קטנות של חלקים מתאימים, אזורי הצגת Ride & Style וכו', תומך בתפיסה החיובית של הלקוחות.

ייעוץ שירות ליד האופנוע בנוכחות הלקוח חייב להיות חוויית המפתח עבור הלקוח. למה בדיוק הכוונה?

**"חוויית הלקוח היא חוויית המותג"**

## 2.3 אזור העבודה

אזור העבודה הוא לב השירות והוא, במרבית המקרים, "קופסה שחורה" אטומה שבה האופנוע "מטופל". אבל מה בדיוק קורה באזור זה?

אבחון, תחזוקה ותיקונים הם משימות המפתח במרכז השירות של BMW Motorrad. באופן אידיאלי, המכונאים כאן עובדים ללא הפרעה וללא הסחות דעת בביצוע העבודות שהוזמנו. יש להדגיש שוב כי עבודה ללא הפרעה היא חיונית ליישום האיכות הנדרשת במגבלות הזמן הנתונות.

להלן כמה סיבות לכך שנוכחות לקוחות במרכז השירות אינה מועילה במרבית המקרים, ואפילו אסורה במדינות מסוימות:

### הסחת דעתם של העובדים

לקוחות במרכז השירות מהווים הסחת דעת עבור העובדים. גורמי הזמן והאיכות הם חיוניים להצלחת החברה ולשביעות רצון הלקוחות. קשה לשמור עליהם כאשר לקוח עומד עם המכונאי ליד האופנוע, או שואל שאלות בזמן שהמכונאי עובד.

### העדר קשר ישיר עם הלקוח

בהגדרת התפקיד הקלאסית של מכונאי, תקשורת ואינטראקציה עם הלקוח לא עמדו עד היום במוקד תשומת הלב. מכונאים רבים גם אינם רואים בכך את אחת מנקודות החוזק שלהם, ולכן אוהבים לעבוד "בבידוד" - ללא קשר ישיר עם הלקוח.

### סכנות אפשריות

מוסכים משתמשים בכלים, מכונות וכימיקלים שאינם בטוחים עבור הלקוחות. לכן חשוב שלקוחות לא יורשו להיכנס לבד למרכז השירות במהלך עבודת מרכז השירות. במדינות מסוימות זה אפילו אסור על פי חוק ויש לציית לו! אם החקיקה במדינה אינה ברורה, יש לוודא את כל המידע באופן מיידי.



השירות, שתוכנן בהתאם לתפיסת "Make Life A Ride", משלים את המראה האותנטי של המותג.

למרכז שירות לדוגמה זה מציג אפשרויות תיכון לאזור זה. הארגון המרחבי ותנאי התאורה הזמינים תורמים לשביעות רצונם ולרווחתם של המכונאים, ולכן גם ליעילות התהליכים במרכז השירות. מרכז

## 2.4 אזור מכירת אביזרים



אזור מכירת החלקים הוא האזור השלישי, לצד ייעוץ שירות ואזור העבודה, והוא משמש כחוליה המקשרת בין שני האזורים הראשונים. הפעילויות של עובדי מכירת החלקים דורשות מומחיות טכנית ותשומת לב. הם משמשים כקשר עם מרכז השירות, ולכן עליהם לכוון את פעילויותיהם להתאמה מושלמת למסירה ולליקוט נכון של החלקים.

תשומת לב וגישה מקצועית ללקוחות הן תנאים מוקדמים להצלחה הכלכלית של מרכז השירות. המשימות החשובות ביותר של מכירת חלקים, בנוסף לתקשורת עם הלקוח, הן אחסון, ליקוט ומסירה של חלקים ואביזרים.

# 3.0 התפיסה החדשה של מרכז השירות



24  
24  
26  
27  
29  
31

3.1 עולם החוייה של מרכז השירות  
3.2 שקיפות  
3.3 חויית שירות חדשה  
3.4 דרכי פניה וטיפול אפשריים  
3.5 התפקיד העובד והדרישות ממנו  
3.6 הדוכה והנשרה



# 3.1 עולם החוויה של מרכז השירות

## “אנו מעוררים את סקרנות הלקוחות שלנו לגבי המוצרים שלנו בכל נקודות המגע עם הלקוח.”

למרכז שירות מסוג "Make Life A Ride" משפיע על הצלחת הפעילות בשני אופנים. שינוי הגישה של המכונאי, שעובד בסביבה החדשה שפותחה לאחרונה, נהנה ממוטיבציה רבה יותר, מקריין רמה גבוהה של מיומנות ובוולט לעומת המתחרים. המכונאי יכול להרחיב את עסקי החלקים והאביזרים באמצעות גישה פרואקטיבית ללקוחות. יתר על כן, למרכז שירות בעל תיכון איכותי ומאורגן באופן מקצועי עונה על הדרישות לחוויית פרימיום של הלקוחות שלנו.

בהתאם למדינה ולאזור, יש מרכזי שירות שמתמודדים עם האתגר של מחסור במכונאים מיומנים.

במקרה זה, התמקדות בתהליכים חדשים, פרופילי משימות חדשים והזדמנויות חדשות לרווח למכונאי יכולים להגדיל את האטרקטיביות של משרה זו ולסייע להתגבר על הבעיה של מחסור במועמדים בעלי הכשרה מתאימה.

צורת הפנייה החדשה מגדילה גם את האטרקטיביות של השירות/אזור העבודה ללקוחות. היא הופכת את תהליכי השירות והטיפול לשקופים יותר. הם יכולים לדון בדאגות ובשאלות שלהם באופן אישי ומקצועי יותר.

יש לבצע את התיכון באופן נפרד עבור כל למרכז שירות, מכיוון שלעתים יש הבדלים ניכרים בין האתרים.

# 3.2 שקיפות

התיכון הפתוח של מרכז השירות מאפשר ללקוחות להתרשם מתהליכי הטיפול עצמם. שקיפות מבנית מאפשרת תקשורת בין המכונאים ללקוחות. דלתות הזזה או על ציר מסירות מחסומים חזותיים ויוצרות את הבסיס לקשר עם המכונאי בהמשך.







ADVANTEC  
CLASSIC

MW Motorrad  
ADVANTEC  
CLASSIC



FUEL



# 3.3 חוויית שירות חדשה

בנוסף לשקיפות ולאינטראקציה עם הלקוחות שכבר הוזכרו, לתפיסה זו יש השפעה חיובית נוספת.

**מכירת שדרוגים (Upselling)** היא גורם מכריע להצלחה עקבית ומתמשכת בשירות: "ניתן לשווק רק דברים שהלקוחות יכולים לראות אותם, לגעת בהם ולנסות אותם!". הודות לתפיסה חדשה זו, הלקוח נמצא גם ב"נקודת המכירה" באזור השירות ויכול ללמוד על האפשרויות והיתרונות של המוצרים. ייעוץ מקצועי של המכונאי תומך בתהליך מכירת השדרוגים וניתן באופן אידיאלי ליישמו באופן מידי.

תפיסת "חוויית השירות" החדשה משלבת את תחומי העסקים של "שירות", "חלקים ואביזרים" ו"מכירות":

1. דלפק שירות לקוחות/מידע: נקודת מגע מרכזית לקבלה, קבלת פני הלקוח, יצירת הזמנות, ביצוע הזמנות ותשלום.
2. ייעוץ שירות על ידי יועץ השירות, ליד האופנוע בנוחות הלקוח.
3. אזור המכונאות, שבו המכונאי המיומן, הממלא גם תפקידים של יועץ/איש מכירות אביזרים, מבצע עבודות תחזוקה, תיקון והרכבה מטעם הלקוח וגם מבצע מכירת שדרוגים) והמין לשאלות של הלקוח.



אזור המכונאות

תפיסת השירות

שירות לקוחות

**אזור מכונאות** כאזור למרכז שירות קלאסי לכל עבודות השירות והתיקון האחרות.

**תפיסת שירות** חדשה לאינטראקציה, עם אזור המתנה ומידע משולבים.

**שירות לקוחות** כאזור קבלה קלאסי.

## 3.4 דרכי פניה וטיפול אפשריים

בדומה לאבזור האופציונלי ב-BMW Individual - "BMW" או "BMW Classic" - לקוחות יכולים להזמין "הסבות אישיות" או שיפוצים ולהשתתף באופן פעיל ביישום שלהם תוך דו-שיח עם המכונאי. ניתן לדון ישירות בבקשות מיוחדות, ואם האביזרים זמינים, ניתן להתקין אותם מיד. הרחבה זו של שירות הלקוחות לא רק מגדילה את המחזור, אלא גם את רמת המודעות והמיומנות של מרכז השירות.

עבור המכונאים, משימות נוספות או משימות חוצות תחומים, כגון לוגיסטיקה/מכירה של חלקים, ארגון, תמיכה במערכת IT, יכולות להיות בעלות השפעות לוואי לא רצויות על התפוקה ועומס העבודה.

גם מבחינת ההיקף הגדול יותר של מגע ישיר עם לקוחות והייעוץ הפרטני ללקוחות על ידי מכונאים, חובה לבצע קודם כל ניתוח עסקי. יש להשוות את הפוטנציאל להגדלת המכירות בעסקי השירות והחלקים להוצאה הגבוהה יותר על שעות עבודה ולגורם העלות של המכונאים (שעות עבודה המושקעות ללא חיוב).

### 3.4.1 שירות אקספרס של BMW MOTORRAD.

- **קביעת תור ברגע האחרון** - תכנון נפרד של עבודות שירות אקספרס (אופציה: קביעת תור מקוונת לעבודות שירות נבחרות)
- **ארגון אופטימלי של לוח הזמנים** - עבודות עם זמן עבודה מרבי של 75 דקות
- **ניידות** - האופנוע של BMW מוכן מייד לשימוש
- **הבטחת מחיר** - התחזוקה והתיקונים מבוצעים במחיר קבוע
- **הכול ממקור אחד** - ניתן לתאם תור לשירות אקספרס באמצעות שיחת טלפון, מייל, WhatsApp או שירות זימון תורים און ליין. המכונאי מעניק ייעוץ שירות ללקוח ליד האופנוע ומתאם עם הלקוח את כל העבודות שיש לבצע. לאחר ביצוע ההזמנה, אותו מכונאי יבצע את העבודה במקום. לאחר סיום העבודה מופקת החשבונית והתשלום ומסירת האופנוע ללקוח.

באמצעות שירות האקספרס, ניתן לבצע מספר רב של תיקונים קלים, כאשר הלקוחות יכולים לצפות במכונאי, להירגע ולקרוא עיתון או לשתות משהו ב"בר אופנוענים" (Bikers Bar) או בחדר ההמתנה. לאחר סיום העבודה וקבלת התשלום, הלקוח יכול לעזוב מייד את מרכז השירות על אופנועו.

#### קביעת תורים - תור למרכז השירות - זמני המתנה קצרים - איסוף

היתרונות הבאים חשובים ללקוח:

### 3.4.2 התקנת חלקים ואביזרים (שיפור מכירת האביזרים)

אפשרות נוספת להתאמה אישית עשויה להיות יישום קביעת תצורה (Configurator) מקוון, שבו הלקוחות המעוניינים יוכלו למשל לבנות את העיצוב החיצוני של האופנועים שלהם בהתאם לרעיונותיהם. כנקודת מוצא, בשלב הראשון צריכות להיות זמינות דוגמאות בסיסיות. בשלב הבא, ניתן יהיה ליישם רעיונות אישיים בנוסף לעיצוב הקלאסי.

התפיסה החדשה של מרכז השירות מעניקה נקודת מוצא אידיאלית להרחבת עסקי החלקים והאביזרים. לזמינות המוצרים באתר יש השפעה משמעותית על הצלחת תפיסה זו: ניתן לשווק רק דברים שהלקוח יכול לראות ולנסות אותם. בנוסף לאביזרים המוצגים, עלונים ומערכת אינטראקטיבית אמורים להציע ללקוח אפשרות לצפות בכל מגוון האביזרים באופן מקוון (iPad וכו') וכן להציג לו דוגמאות של אפשרויות השימוש בהם בדגמי אופנועים שונים.





### 3.4.3 חבר קלאסי

#### שיפוץ אופנועים

בין אם מדובר בתיקונים קלים, בעבודות שירות או בשיפוצים נרחבים, התפיסה החדשה של מרכז השירות נועדה למשוך לקוחות חדשים בעלי כלים ישנים. גם המתנה לבד ב"בר האופנועים" הופכת באופן זה לחוויית לקוח מיוחדת מאוד. לצורך זה נקבעים תורים מיוחדים ללקוחות ולמרכז השירות (למשל יומיים-שלושה בשבוע).

לקהילות רבות יש ניסיון של עשרות שנים, התלהבות מאופנועים מיוחדים, מיומנות עובדים ושפע של ציוד למרכז שירות, כולל כלים מיוחדים. דבר זה הופך את החבר הקלאסי (Classic Partner) לנקודת קשר חשובה עבור האופנועים הקלאסיים של BMW Motorrad.

### 3.4.4 פרויקטים עונתיים

#### דגמים מיוחדים בלעדיים

בין אם מדובר בהסבות אישיות או בהתאמות עיצוביות בהתאם לבקשות אישיות, המוסכים המתמחים של BMW Motorrad מציבים סטנדרטים חדשים במונחים של מיומנות ודיוק. עם דגמים מיוחדים ומהדורות בלעדיות ברמת מרכז השירות, ניתן לפנות אל קבוצות לקוחות חדשות ולקשור לקוחות קיימים לחברה.



### 3.4.5 התאמה אישית

#### התאמה אישית ללקוח

בנוסף לדגמים מיוחדים בלעדיים של מרכז השירות, ניתן לשקול מתן מענה למשאלות של לקוחות בודדים. לקוחות יכולים לחוות את השלבים השונים של תהליך הבנייה מחדש בשידור חי ולראות בעצמם את איכות העבודה המבוצעת. תיעוד מתאים בצורת תמונות או סרטונים מאפשר להציג את שלבי ההסבה האישית באתר או בערוצי מדיה חברתית אחרים. פעולות ה"שיפוץ" ו"התאמה אישית ללקוח" יכולים להתבצע במיוחד בחודשי החורף. נהלי עבודה מיטביים מפחיתים את זמן התיקון תוך שמירה על איכות גבוהה עוד יותר.





# 3.5 תפקיד העובד והדרישות ממנו

## התוצאה היא מספר יתרונות:

**שקיפות:** הלקוחות מקבלים אפשרות לתקשר עם המכונאי ולשאול שאלות עד לרמה מסוימת בזמן שהאופנוע נמצא בעבודה במרכז השירות (למשל בעמדת העבודה החשופה ללקוח באולם התצוגה). עבודות גדולות יותר ו/או עבודות הדורשות ריכוז אינטנסיבי וכו' ימשיכו להתבצע בנפרד באזור מרכז השירות הקלאסי. ניתן גם לבצע התאמות אישיות במהלך חודשי החורף.

**אינטראקציות:** הלקוחות יכולים לשאול שאלות ולתקשר עם המכונאי. כשהוא עושה זאת, העובד מספק מידע חשוב לתהליך קבלת ההחלטות של הלקוחות. הגורם המכריע כאן הוא הדרך שבה התקשורת מתאפשרת ומתבצעת בצורה אינטנסיבית.

**מכירת שדרוג (Upselling):** מכירה אקטיבית היא אחד היעדים האסטרטגיים החשובים ביותר בתפיסה החדשה של מרכז השירות. ניתן להציג ולהדגים אביזרים ללקוחות כדי שיוכלו לנסות, לראות או לבחון אותם. באופן אידיאלי, אביזרים ספציפיים לדגם יהיו זמינים.

המכונאי מציע ללקוח אפשרות להתקין מייד חלקים ואביזרים נבחרים. ניתן למכור מוצרים אלה ללקוח במקום, באמצעות "נקודת מכירה", כלומר ישירות בדלפק מכירת החלקים בסביבה הקרובה של עמדת העבודה או באזור ההמתנה של הלקוחות. באמצעות תפיסה חדשה זו, המכונאי הופך בהדרגה למומחה בהתאמה אישית ושיפוצים. מדולי הדרכה שונים מוצעים, כגון תהליכי אפטרסל, הדרכת מכירה והדרכת מוצרים או אביזרים.

יישום התפיסה החדשה של מרכז השירות דורש הגדרת תפקיד חדשה של העובד המשלבת שלושה מרכיבים חיוניים:

**טכנאי:** העובד הוא מומחה שירות, מבחינת תהליכים, תקשורת וטכנולוגיה. על העובד להיות בעל הכשרה טכנית מתאימה (מכונאי אופנועים, טכנאי מכטרוניקה וכו'), בעל הכשרה וכישרים בהתמודדות עם לקוחות, וכן נלהב מדו-שיח עם לקוחות.

**יועץ חלקים ואביזרים:** העובד עבר הדרכה בנושאי חלקים ואביזרים, ציוד לאופנועים, דגמים, ובמידת הצורך Ride & Style, כך שהוא יכול לספק ייעוץ והמלצות מקיפים ללקוחות.

**יועץ מכירות:** לעובד יש יכולת ורצון למכור באופן פעיל. הוא יודע כיצד לייצר אינטראקציה עם הלקוחות ומכיר את התפקיד. על ידי שילוב מרכז השירות בתדמית הכוללת של BMW Motorrad, מושגת עלייה בהתרגשות, בהתלהבות ובמוטיבציה של המכונאים לתפקידם החדש ("מיתוג מעסיק"). עבור עובד של BMW Motorrad, לא מדובר כאן רק באווירת העבודה, אלא גם ב"אווירה חדשה" באזורי הלקוחות.

יצירת מוצרים אטרקטיביים יותר באמצעות תצוגות מתאימות ו"סביבת למרכז שירות" חדשה מגדילה את המחזור של האפטרסל. אופטימיזציה של חוויית הלקוח מקדמת את שביעות הרצון של לקוחות קבועים, את הרכישה של לקוחות חדשים ואת הכיבוש של לקוחות חיצוניים.

## המשימות של המכונאי בתפקידו החדש כיועץ שירות ומכונאי:

(קטע מתיאור תפקיד אפשרי)

“... המשימה החשובה ביותר שלו היא ביצוע חלק ונכון של כל הזמנות העבודה. לכן כל הפעילויות חייבות להיות מכוונות למטרה זו. יש להכין דוחות מראש למספר רב של הזמנות. על מנת להיות מסוגלים להבטיח את שביעות רצון הלקוחות, אכפתיות היא חובתם הגדולה ביותר. המשימה החשובה ביותר שלהם היא לשמור על נאמנות הלקוחות.”

“... פעילות יועץ השירות דורשת אמפתיה וחברותיות וכן מיומנויות תקשורת ואיזון. כמו-כן, נדרש הרצון לפעול באופן מכוון מטרה ועצמאי במסגרת של משימות נתונות.”

ניתן גם להגדיר מודל רווחי של שימוש בשעות עבודה גמישות ובשעות ליבה מוגדרות, במיוחד עבור תפקיד חדש זה. ניתן לגזור את שעות העבודה על בסיס השירות ושירותי מרכז השירות המוצעים. במהלך העונה, למשל, "עבודות שירות אקספרס" והתקנת אביזרים, ובחודשי החורף עבודות התאמה אישית או עבודות שיפוץ נרחבות.

### ייעוץ ללקוחות בהיבטים הבאים:

- אבחון וייעוץ ליד האופנוע (בנוכחות הלקוח)
- יצירת הזמנות בכתב כשכל החלקים מולאו בהתאם להנחיות החוק.
- החזרה אישית של האופנוע לאחר הכנת החשבונות.
- אישור על איכות הכלי, ביצוע העבודות הרשומות והמחיר הצעות והתקנה של אביזרים
- יצירת קשר עם מחלקות אחרות (חלקים + אביזרים ומכירות)

### מודלים של עמלות זמן עבודה לתמיכה בפעילויות:

היישום המוצלח של התפיסה החדשה של מרכז השירות כולל הצגה של תפיסת זמן עבודה מכוון יעד ומודלים של בונוסים או עמלות כדי להעצים את הגדרת התפקיד הקודמת של המכונאים במרכז השירות. מכירה אקטיבית חייבת להיות כדאית הן עבור מרכז השירות והן עבור המכונאי. השתתפות ברווחים יכולה להתבסס על מכירת חלקים ואביזרים או על שעות עבודה שמחויבות בחשבונות.



## 3.6 הדרכה והכשרה

או בקורסי הכשרה אישיים בנושא תהליכים נבחרים כגון קביעת תורים, תכנון קיבולת ועומסי עבודה, ניהול זמן של יועצי שירות ומכונאים, שביעות רצון לקוחות (CSI), וכו'.

בנוסף, קיימת אפשרות ללוות את המכונאי במגעים שלו עם הלקוחות תוך התמקדות באמינות התהליך, כולל משוב מיועץ. הניסיון מלמד כי דרושים לשם כך רק ימים ספורים.

פעילויות הדרכה והכשרה מלוות את המכונאים באופן שוטף במהלך הטמעת התפיסה החדשה של מרכז השירות, וכך מקלות על כניסתם לתחום הפעילות החדש.

ההדרכה הבסיסית לתפקיד המכונאי החדש ניתנת בתחומי הדרכת מוצרים, יצירת קשר אפקטיבי עם לקוחות ושיחות מכירה וכן הדרכות תקשורת.

ניתן להשתמש במודולי הכשרה נוספים אופציונליים (מתוך מגוון קורסי ההכשרה של BMW Motorrad כגון Training Service Hero)

# 4.0 תיכון, ציוד ויישום





34  
35  
36  
38  
40  
42  
46

- 4.1 תהליך התיכון  
4.2 אפשרויות סידור לרצפת העבודה  
4.3 חומרים למרכז השירות חדש של BMW MOTORRAD  
4.4 ציוד לעמדת עבודה במרכז השירות  
4.5 ציוד לעמדת עבודה חשופה ללקוח  
4.6 ציוד לאזור ההמתנה  
4.7 ציוד תאורה למרכז השירות



ופרופילי עובדים יקבלו תמיכה מרבית באמצעות תיכון וציוד איכותיים, אותנטיים ופונקציונליים. פעילויות שירות ולמרכז שירות יכולות לתפקד ביעילות ובצורה חלקה רק כאשר כל ההיבטים הללו מתואמים בצורה מושלמת.

באופן טבעי, יש להביא תמיד בחשבון את דרישות המינימום של בנייה, מתקני מרכז השירות, הסטנדרטים של השירות של BMW Motorrad ודרישות חוקיות ספציפיות למדינה.

בנוסף להתאמה של תהליכים ותפקודים, מראה חדש למרכז השירות מהווה גם הוא חלק חשוב של התפיסה החדשה של מרכז השירות. הרוח של "Make Life A Ride" אינה מוגבלת אך ורק לאולם התצוגה, אלא גם משפרת את הלב של מרכז השירות ומעניקה לו אווירה אותנטית.

זהות המותג "הפוך את החיים לטיול" מדגישה את תפיסת הלקוח של המותג BMW Motorrad כמותג בעל אופי יוקרתי ויוצרת גם סביבת עבודה אטרקטיבית לעובדים. הם נהנים מחופש רב יותר, ממגוון רחב יותר של ציוד ומעמדת עבודה עם יותר אפשרויות להתאמה אישית.

במהלך התיכון המחודש, יש להקפיד שתהליכים עתידיים, נהלים

## 4.1 תהליך התיכון

עומדת בסטנדרטים. לאחר תיאום ואישור של התכניות האדריכליות ותוכניות הריהוט, מוגשת הצעה לציוד למרכז שירות ולאלמנטי מערכת תצוגה פנימית (ICS).

את תהליך התיכון יש לבצע יחד עם BMW Motorrad. בנוסף, מומלץ לקבל תמיכה מאדריכל מקומי נפרד.

אם מרכז השירות החליט ליישם את התפיסה החדשה של מרכז השירות באופן פיזי במבנה שלו, הוא מיידע את מנהל מחלקת השירות אצל היבואן, שמכין בתורו בקשת תיכון ומעביר אותה למטה של BMW Motorrad.

BMW Motorrad מקצה מספר פרויקט ושוכרת את שירותיו של אדריכל לביצוע התיכון. בשלב הבא האדריכל פונה למרכז השירות ומבקש את תוכניות הבניין העדכניות.

לאחר מכן האדריכל ומרכז השירות מכינים תכנית ראשונית כללית, שמועברת למטה BMW Motorrad כדי לקבל אישור שהיא



# 4.2 אפשרויות סידור לרצפת העבודה

גלוי ומתוכנן באופן פתוח, התיכון מותאם באופן אישי לצרכים ולזרימות העבודה של מרכז השירות ועובדיו. תכניות המבנה המוצגות כאן אינן תכניות מיטביות-מחייבות, ומטרתן להראות את גמישות התפיסה.

ניתן להתאים את התפיסה הגמישה שעומדת מאחורי התיכון החדש של מרכז השירות לתכניות מבנה שונות. בין אם יש עמדת עבודה חשופה ללקוח אחת בלבד באולם הכניסה בגלל חוסר חיבור לאזור העבודה, ובין אם חלק מאולם התצוגה או אפילו אולם התצוגה כולו

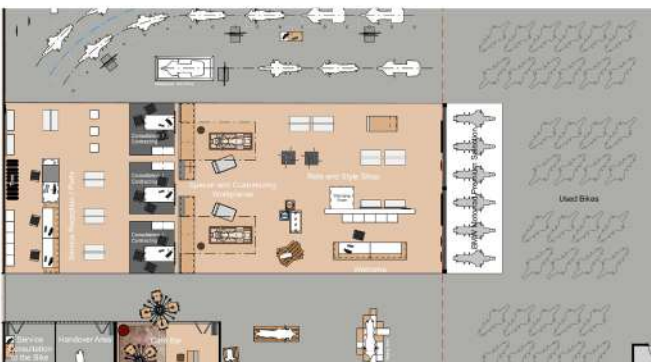
דוגמא מעשית זו מראה קשר פתוח וישיר בין מרכז השירות לאולם התצוגה. מרכז השירות מופרד מאולם התצוגה באמצעות דלתות הזזה מזכוכית ומציע ללקוח מבט מרתק על מרכז השירות, המצויד בהתאם לתפיסת העיצוב "הפוך את החיים לטויל".



בדוגמה מעשית זו, החליט מרכז השירות להשתמש בשתי הגרסאות. מצד אחד קיימת עמדת עבודה חשופה ללקוח באולם התצוגה עם גישה ישירה למרכז השירות, ומצד שני החיבור למרכז השירות תוכנן בצורה פתוחה עם דלת הזזה מזכוכית.



התיכון של בניין זה לא אפשר ליצור קשר ישיר עם מרכז השירות. לכן בחר מרכז השירות בשתי עמדות עבודה חשופה ללקוח באולם התצוגה. הן משמשות כמה מכונאים לביצוע תוספות, הסבות, שיפוץ אופנועים קלאסיים והתאמה אישית. לכן, כל הפעילויות על האופנוע שמעוררות השראה בקרב הלקוחות נמצאות בדיוק כאן. אסור כמונח לבצע כאן תיקונים קלאסיים כדוגמת תיקוני אופנועים המעורבים בתאונה, או עבודה הגורמת לרעש, פליטות גזים ולכלוך.



# 4.3 חומרים למרכז השירות חדש של BMW MOTORRAD

מודולרית מאפשרת מימוש של תפיסת "Make Life A Ride" בנקודות מכירה בכל גודל.

בעת תיכון חוויה טיפוסית של BMW Motorrad, חשוב לוודא שכל פריט ציוד מדגיש את האותנטיות והאופי של המותג. מערכת בנייה

## 4.3.1 רצפה וקירות

האולם מעוצב בצורה מאופקת במטרה לספק לעובדים אזור עבודה מובחן ויעיל.

מישקים) (צבע Traffic Yellow, RAL 1023)

### קירות: 3

מערכת חלונות הזזה מזכוכית, עם אפשרות קיפול

(מערכת חלונות הזזה עם אפשרות קיפול)

SUNFLEX SF50, מסגרת בצבע שחור  
Llumar N 1050, רדיד: RAL 9004, מט, (SR PS 4)

### רצפה: 5

פרקט עץ end-grain (ריבועי או דמוי ריבוע, אלון טבעי, משומן).

### קירות: 1

טיח, לבן (צבע RAL 9010, חלק)

### קירות: 2

בטון חשוף או מראה בטון (מצופה בפנלים, תאימות ל- RAL 0807005 RAL 0808005-1).

### רצפה: 4

רצפת ריצוף ללא מישקים ("מראה בטון", אפור עם איטום בפוליאוריתן, כגון PCI Periplan Extra, משטח עם צבע יסוד ואיטום PCI Zemtec Top, עם 1.5% QCel, ציפוי R11).

סימונים על הרצפה (רצפת ריצוף ללא

## 4.3.2 תקרה

1 תקרת רשת מתכת (אקספנדד) מצופה

בלוחות

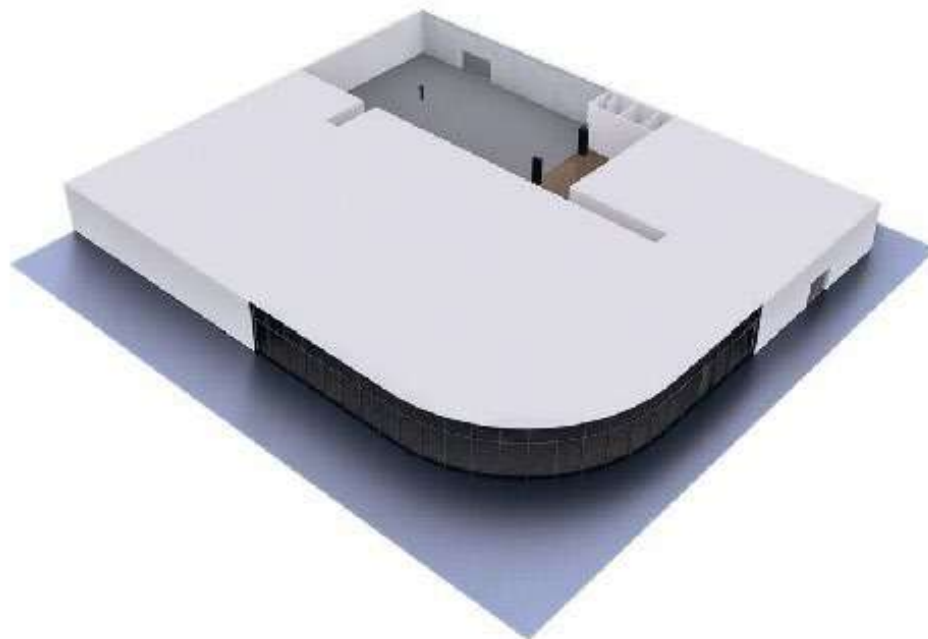
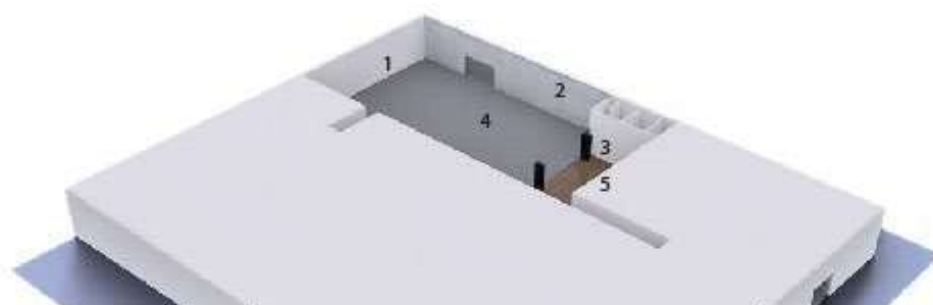
(מסגרת פלדה, שחור מט, מצופה אבקה, RAL 9004, רשת מתכת (אקספנדד) SORST R52-25-MF-DX-20 - רשת בצורת יהלום, שחור מט, עם ציפוי אבקה, RAL 9004).



1 קירות, לבנים



2 תקרת רשת מתכת  
(אקספנדד) מצופה בלוחות



# 4.4 ציוד לעמדת עבודה במרכז השירות



### ציוד בסיסי הכולל:

- 1 **שולחן עבודה** עם יחידת מגירות לכלים מיוחדים, בין השאר
- 2 **עגלת כלים** עם כל הכלים הנפוצים (ציוד בסיסי)
- 3 **במת הרמה** עם ציוד חשמלי ופנאומטי מתאים
- 4 **בגדי עבודה אחידים** למראה מקצועי ואחיד

### אופציה:

- 5 **שרפרף עם גלגלים** Wilde + Spieth, S193R
- 6 **מכשיר להתקנת ואיזון צמיגים**
- 7 **מסגרת רשת מתכת (אקספנדד)**  
מידות: 1,200 X 2,100 מ"מ (רוחב X גובה)
- 8 **מסגרת עם תמונה נמתחת**, גובה: 2,100 מ"מ, רוחב משתנה
- 9 **לוח OSB** מידות: 1,200 X 2,100 מ"מ (רוחב X גובה)
- 10 **לוח עץ עם תמונות** מידות: 1,000 X 2,100 X 1,000 מ"מ (רוחב X גובה X עומק)
- 11 **לוח עץ פינתי** הקצה התחתון של התקרה, אלמנט פינתי בגובה של 3,100 מ"מ בקירוב  
חשוב: אנא שימו לב לחישובים ההנדסיים המבניים!

### ציוד נוסף עבור התפקיד החדש של המכונאי:

- 12 **ערכת כלים לשירות**
- 13 **ערכת כלים מורחבת**
- 14 **כלים נבחרים**, ההיקף תלוי בעבודה המתוכננת
- 15 **מחשב אישי עם DMS** עם מדפסת ומכונת צילום (באופן אידיאלי, פתרון משולב (All-in-one))

### אופציה:

- 16 **כלים/מכשירים מיוחדים** כגון מקדחה, מפוח אוויר חם, מערכת אבחון, וכו'.



# 4.5 ציוד לעמדת עבודה חשופה ללקוח



מכונאי בעמדת עבודה חשופה ללקוח מעורר את עניין הלקוחות ומזמין אותם לצפות ולהתרשם. פוטנציאל מכירה צולבת (Cross-Selling) באזור זה הוא גבוה מאוד מכיוון שניתן לצפות ש"צופים" מתעניינים יישארו זמן רב יותר. הם יכולים לדבר עם המכונאי, שיכול להפנות את תשומת לבם ישירות למוצרים המוצגים שם. מסיבה זו עמדת העבודה החשופה ללקוח מצוידת במערכת תקשורת לקטלוג להצגת חלקים ואביזרים לאופנוע. ניתן למקם כאן בצורה אידיאלית מוצרים כגון דודי עמם אחוריים, מערכות ניווט, תיקים, מכיוון שניתן להתקין אותם ישירות על האופנוע בעמדת העבודה החשופה ללקוח במידת הצורך. תצוגות מידע, מסכים עם דוגמאות של הסבות שנעשו על ידי מרכז השירות או הלקוחות ומסך מגע או טאבלט עם יישום קביעת תצורת האופנוע (Bike Configurator) משלימים את התצוגה.



### ציוד בסיסי הכולל:

- 1 במת הרמה עם ציוד חשמלי ופנימטי מתאים
- 2 עגלת כלים עם כל הכלים הנפוצים (ציוד בסיסי)
- 3 שולחן עבודה עם יחידת מגירות לכלים מיוחדים, בין היתר
- 4 שרפרף עם גלגלים (Wilde + Spieth, S193R)
- 5 תצוגות להצגה של אביזרי אופנועים (ארון תצוגה עם חזית זכוכית, קיר חנות, קיר רשת מתכת וכו')



# 4.6 ציוד לאזור המתנה



### ציוד בסיסי הכולל:

- 1 "בר אופנוענים" עם שולחן, כיסאות בר, מכונת קפה וחטיפים
- 2 **מקרר למשקאות**
- 3 **מערכות מידע ותצוגות** עם הצעות עדכניות (למשל אחסון בחורף, הצעות מימון וליסינג, תמונות של הטיול האחרון, עמוד הפייסבוק של BMW Motorrad)
- 4 Wi-Fi **בחינם**
- 5 **הצעות עדכניות**
- 6 **עיצוב אישי של אזור ההמתנה** עם ספה, שולחן, מנורות, תמונות, משחק כדורגל שולחן וכו'.

### לרכישה מקומית (דוגמאות של מידות):

- 7 **מסגרת רשת מתכת (אקספנדד)** מידות: 1,200 X 2,100 מ"מ (רוחב X גובה)
- 8 **מסגרת עם תמונה נמתחת**, גובה: 2,100 מ"מ, רוחב משתנה
- 9 **מקרר למשקאות**, סוג: Gastro-Cool, סוג: GCDC 350 / שחור, עם דלת זכוכית / תאורה, מידות: 1,935 X 620 X 595 מ"מ (רוחב X גובה X עומק)
- 10 **יחידת מטבח** מידות הגוף: 3,000 X 950 X 600 מ"מ (רוחב X גובה X עומק), יחידת קיר מידות: 3,000 X 400 X 500 מ"מ (רוחב X גובה X עומק)
- 11 **יחידת בר** מידות: 3,500 X 1,140 X 1,000 מ"מ (רוחב X גובה X עומק)
- 12 **כסא בר** סוג: Tolix, H Stools, גובה: 750 מ"מ, שחור
- 13 **ריהוט חבית** מידות: קוטר 575 מ"מ, גובה: 880 מ"מ



האלמנטים המוצגים כאן הם דוגמאות של פריטים אפשריים לתיכון למרכז שירות אישי ומכוון life style.





1



2



3



4



5



6



7



8

- 1 מנורת רטרו, ברזל יצוק, לדוגמא Frezoli Lozz, אפור / שחור
- 2 משחק כדורגל שולחן
- 3 שלט מתכת
- 4 מסגרת תמונה, עץ
- 5 ספה מרופדת
- 6 חבית שמן
- 7 מגזינים
- 8 שולחן צד / ארגז עץ

# 4.7 ציוד תאורה למרכז השירות

תאורה מקצועית בסיסית מבטיחה עבודה ללא בעיות. מנורות בעלות רפלקטור מספקות תאורת סביבה יעילה במיוחד. מנורות פלואורסצנט/LED דמויות צינור המותקנות בעמדות העבודה משלימות את תפיסת התאורה.

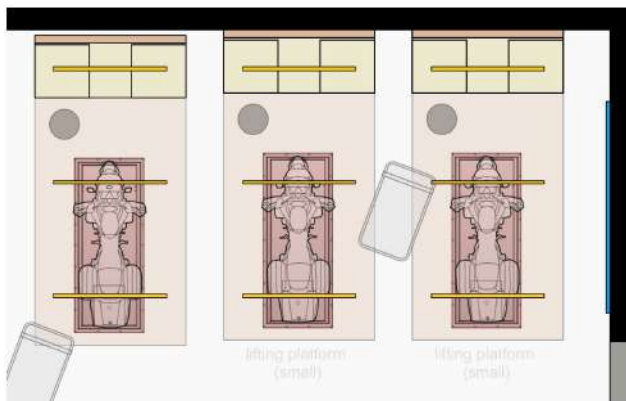
התאורה מקבלת משמעות חדשה במרכז השירות שתוכנן לאחרונה. מצד אחד, על התאורה לסמן הפרדה בין האזורים ולייצר אווירה מדמינה בשטחים המשותפים, ומצד שני היא חייבת להאיר בצורה מדויקת את אזור העבודה בפועל של המכונאי.

## 4.7.1 תאורה בסיסית: פסי תאורה ארוכים



תפקוד	תאורה בסיסית: פסי תאורה ארוכים
סוג מנורה	גופי תאורה ארוכים כפס תאורה על מסילה או מנורות נפרדות, תלויות; מנורות בעלות רפלקטור, תליה נקודתית
נתוני התאורה	LED עד 4500 lm, זווית האלומה: אלומה רחבה <math>60^\circ</math> (רוחב מטריצה: 3-4 מ')
אביזרים	מסילה לפסי תאורה ארוכים ניתן למקם בסיסי מנורות באופן מודולרי, תלייה נקודתית של מנורות בעלות רפלקטור, אורך תלייה: 0.5 מ'
עוצמת תאורה	300 לוקס, גובה ייחוס: 0.75 מ'
יעילות	<math>90 \text{ lm/W}</math> (ערך יעד: <math>100 \text{ lm/W}</math>)
מפרט	בקרה: DALI (Digital Addressable Lighting Interface)
צבע האור	4000 K
נאמנות צבעים	$Ra > 80$
חיי שירות	50,000 שעות = L80/B10
דרגת הגנה	IP 50

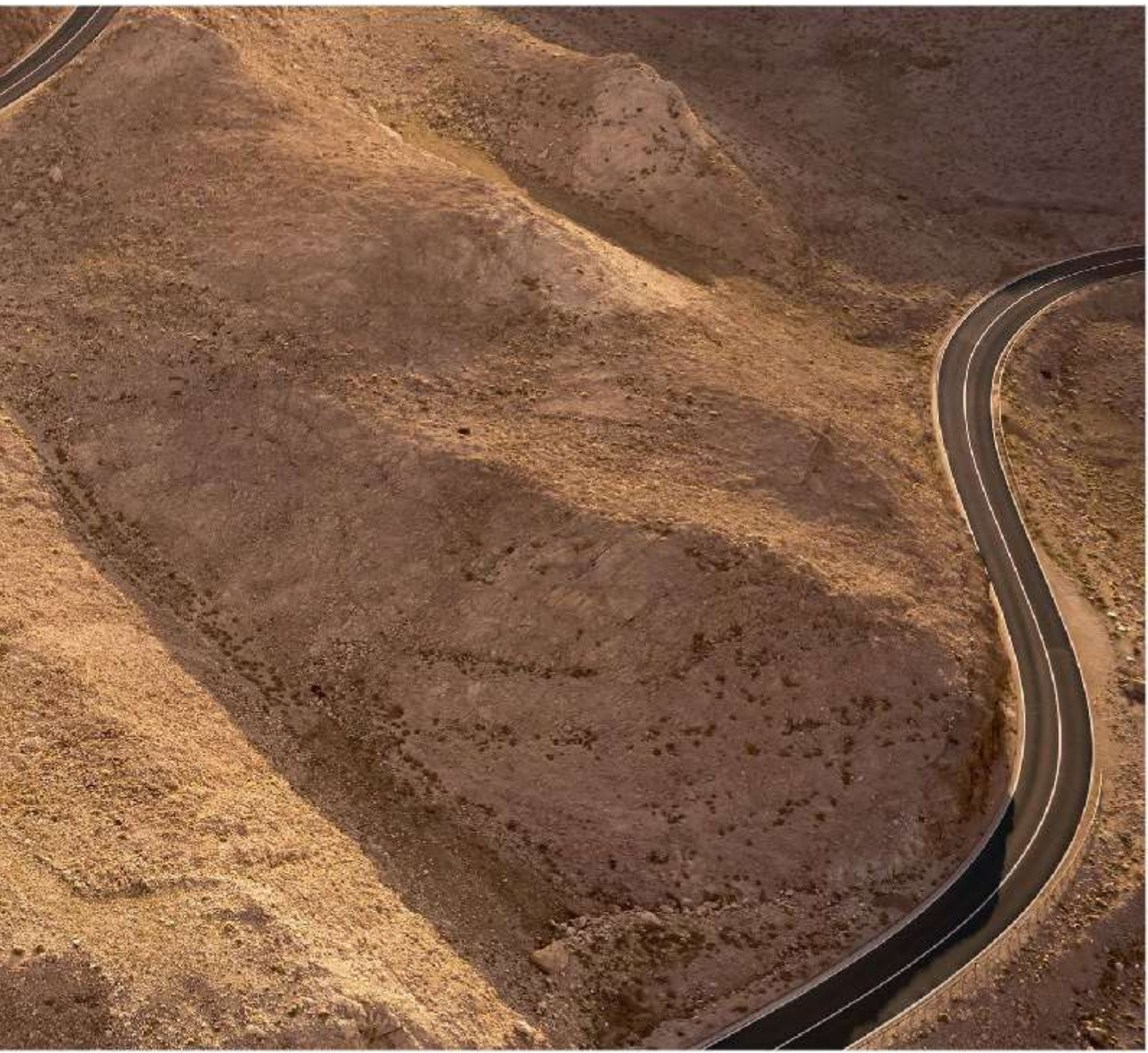
## 4.7.2 תאורת עמדת עבודה: מנורה דמוית צינור



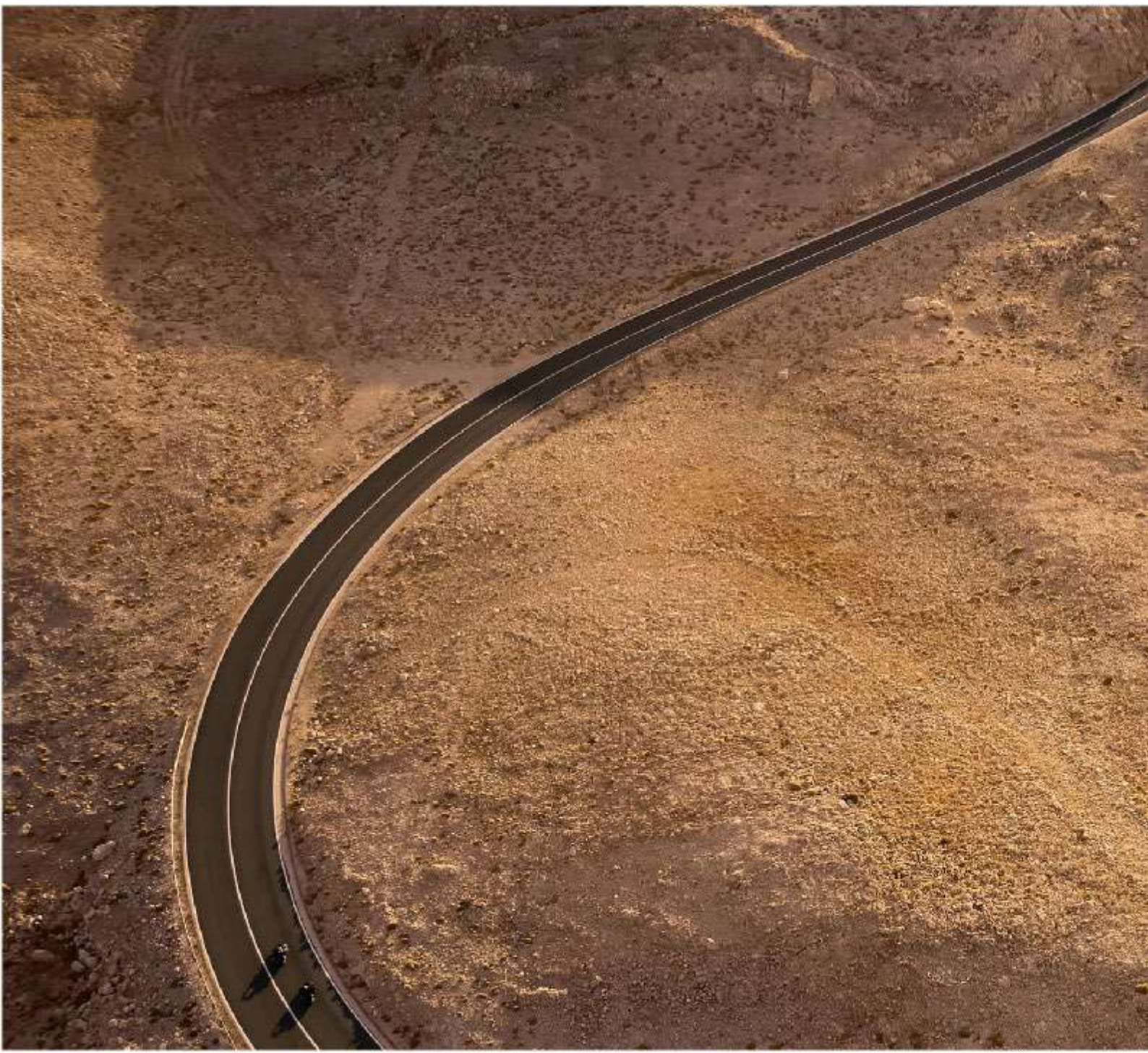
תפקוד	תאורת עמדת עבודה במרכז השירות
סוג האור	מנורות דמויות צינור להתקנה על משטחים
נתוני התאורה	LED עד 4500 lm, זווית האלומה: מקרינה על החדר
אביזרים	מסילה לפסי תאורה ארוכים, ניתן למקם בסיסי מנורות באופן מודולרי
עוצמת תאורה	500 לוקס, גובה ייחוס: 0.9 מ'
יעילות	<math>90 \text{ lm/W}</math> (ערך יעד: <math>100 \text{ lm/W}</math>)
המפרט	בקרה: DALI מפסק לתאורה עם כתובת דיגיטלית
צבע האור	4000 K
נאמנות צבעים	$Ra > 80$
חיי שירות	50,000 שעות = L80/B10
דרגת הגנה	IP 50



# 5.0 תומכי החלטה בקבלת התפיסה החדשה של מרכז השירות.







## 5.2 הערך המוסף למרכז השירות

### מנקודת המבט של מרכז השירות

- **נאמנות לקוחות חזקה:**  
רמה גבוהה יותר של שביעות רצון לקוחות היא אחד האמצעים החשובים ביותר ליצירת נאמנות לקוחות.
- **בדיקה מעמיקה:**  
הבדיקה המפורטת של האופנוע מגלה צרכי תיקון נוספים שהלקוח עצמו לא יכול אפילו להבחין בהם.
- **הזדמנויות מכירה טובות יותר:**  
המכונאי יכול לעורר צרכים ספציפיים של הלקוח באמצעות שיחה עם הלקוח ליד האופנוע, ולהצביע על מבצעים עדכניים או הצעות מוצר מתאימות.
- **ניצול טוב יותר של הקיבולת:**  
הזמנות נוספות או היקף עבודה נוסף למרכז השירות, וזאת בהסכמתו המלאה של הלקוח!
- **זינוק בהכנסות אפטרסיל:**  
הגדלת הכנסות האפטרסיל באמצעות ייעוץ ממוקד ופרואקטיבי ללקוחות ושיווק חלקים, אביזרים, מבצעים ופריטים עונתיים.
- **יעילות משופרת:**  
איכות עבודת שירות טובה יותר ולכן פחות תלונות מניבות יעילות רבה יותר ושביעות רצון לקוחות גבוהה יותר.
- **יישום משאלות הלקוח:**  
מרכז השירות מקבל גם מידע "ממקור ראשון" על כוונות הרכישה החדשות האפשריות של הלקוח ויכול להעביר זאת מיד למחלקת המכירות.

## 5.1 הערך המוסף ללקוח

### מנקודת המבט של הלקוח

- **מקבל מידע טוב יותר**  
הלקוחות מקבלים מידע טוב יותר על ידי ההסברים שנותן היועץ ליד האופנוע.
- **אמון רב יותר:**  
הלקוח יכול לראות בעצמו את המצב של אופנוע BMW שלו - דבר זה יוצר אמון ואיכות חדשה במונחים של קשרי לקוחות.
- **תחושת הערכה רבה:**  
הלקוח מרגיש מוערך במיוחד הודות לייעוץ ליד האופנוע ולתמיכה האישית.
- **שקיפות משופרת:**  
ניתן להתחשב בצורה טובה הרבה יותר ברצונות האישיים של הלקוח.
- **היקף עבודה מותאם אישית:**  
הלקוח מעורב ישירות בקביעת היקף העבודה שתבוצע.
- **תהליך מכוון לקוח:**  
הלקוח יכול להחליט ישירות איזו עבודה יש לבצע ואיזו עבודה ניתן לדחות למועד מאוחר יותר.
- **בדיקה 360°:**  
בדיקה קפדנית וללא עלות של האופנוע כולו. כל התקלות הקיימות באופנוע מזוהות. דבר זה מעניק ללקוח ביטחון ומדגיש את הסטנדרטים האיכותיים הגבוהים של צוות השירות.
- **מידע תפור לפי מידה:**  
הלקוח מקבל את המידע העדכני ביותר אודות מוצרים מתאימים ממגוון האביזרים של BMW Motorrad שיכולים לשפר עוד יותר את האופנוע שלו ואת חוויית הרכיבה שלו.



# 5.3 כלי עזר בקבלת החלטות עיסקיות

בראייה של ניהול עסקי מציאותי, יש "להפחית" את הפרודוקטיביות שמכונאי יכול להשיג במרכז השירות בתנאים רגילים. מקדם ביצוע העבודה יתייצב ברמה נמוכה יותר (למשל 50%) מכיוון שהמכונאי נדרש לבצע עבודה נוספת של שירות לקוחות ואדמיניסטרציה.

יישום תפיסה חדשה זו קשור באופן הדוק לנושא הרווחיות. האם מכונאי שיכול לבצע "הסבות מיוחדות" וגם "עבודת שירות מהיר" פשוטה, הוא כדאי? האם הלקוח מוכן לשלם עבור שירותים אישיים נוספים בהתאם?

המודעות לאיכות התפתחה באופן חיובי בשנים האחרונות, כלומר נכונות הלקוחות לשלם מחיר גבוה יותר עבור איכות טובה יותר גדלה. דבר זה מקבל ביסוס נוסף על ידי שוק פורח של הסבות והתאמה אישית של אופנועים.

אילו נתוני מפתח מראים את ההצלחה של יישום התפיסה החדשה?

## ניטור ההצלחה מתבצע על בסיס:

- 1 מדדי ביצועים (ניצול יכולת, מכירת חלקים/אביזרים בכל כניסה למרכז השירות וכו')
- 2 שביעות רצון לקוחות (מדד שביעות רצון לקוחות, משוב הלקוח, מדד נכונות להמלצה)
- 3 רכישת לקוחות חדשים

הן הערכות ניהול עסקי והן השוואות בין חברות מספקות שפע של מידע שניתן להשתמש בו לניהול חברה. על מנת לגשת לנושא "התפיסה החדשה של מרכז השירות", אפילו ניתוח פשוט של כמה נתוני מפתח מסייע לזהות התפתחויות בלתי רצויות ופוטנציאל בלתי מנוצל.





# קשרים 6.0





# 6.1 הקשרים שלך

**המטה:**  
bmw-motorrad



X42-PNW

47397 Y

02

MANE



### הוצאה לאור:

BMW Motorrad  
חווית לקוח בקמעונאות, הסמכת מרכזי שירות  
Anton-Ditt-Bogen 19  
80939 Munich  
Retail-Brand-Experience@bmw-motorrad.de

טל"ח. © BMW Motorrad, EX-VC-1, Munich, Germany. ניתן לשכפל באופן מלא או חלקי רק עם אישור בכתב של BMW AG, Munich. קטלוג זה הודפס על נייר מולבן נטול כלור 100%.  
הודפס בגרמניה, 00/0000.  
0 00 0000 000 00 0 0000

**BMW-MOTORRAD.COM**