



Llogaritja e ROI me Frotcom



nga Valério Marques
Këshilltar i bordit
Frotcom International

Kush duhet ta lexojë këtë letër?

CEOs | CFOs | COOs | MENAXHERËT E FLOTËS | DREJTUESIT E FINANCAVE

Ky dokument ju ndihmon të llogarisni kthimin e investimit me Frotcom. Dokumenti tregon se me miratimin e Frotcom, është e mundur të përmirësohet ndjeshëm efikasiteti i kostos, kënaqësia e klientit dhe produktiviteti, në të njëjtën kohë duke reduktuar kohën e ndërprerjes. Këto praktika zbatohen jo vetëm për kompanitë e mëdha të transportit rrugor, por edhe për kompanitë me vetëm disa automjete.

Para se të fillojmë

Le të ndalemi në ndjekje. Jeni gati të investoni në Frotcom. Ju besoni se ky sistem do ta ndihmojë kompaninë tuaj të largon joefikasitetin, të ulë kostot, të përmirësojë shërbimin e kështu me radhë.

Shumë mirë. Por sa para do të ju kursejë? Cila do të jetë ROI (kthimi nga investimi)?

Le të zbulojmë.

Rreth ROI

ROI e çdo investimi llogaritet si:

$$ROI = \frac{\text{Gjan} - \text{Cost}}{\text{Cost}}$$

Deri këtu mirë. Sa më i lartë të jetë ROI, aq më mirë, natyrisht. Do të thotë që ju fitoni shumë më tepër se sa duhet të investoni.

Tani, për të llogaritur **ROI**, duhet të kuptojmë se cila është **kostoja** e zbatimit të Frotcom dhe gjithashtu fitimi i pritur.

Cila është kostoja e Frotcom?

Kostoja e Frotcom do të ndryshojë, varësisht nga pajisjet e sakta të gjurmimit që zgjidhni dhe nga modulet që aktivizoni.

Për shembull, **Analiza e Sjelljes së Vozitjes** (Eko-Vozitja) ose **Mesazhet e ndërveprimit** janë module specifike në Frotcom, të cilat kërkojnë aktivizim përpara se të i përdorni.

Kostoja gjithashtu mund të ndryshojë nga vendi në vend, në varësi të tarifave të importit, kostove të telekomunikacionit dhe kostove të tjera.

Në tre shembujt e paraqitur në këtë dokument, ne do të përdorim disa vlera të cilat me siguri do të ndryshojnë nga ato të sakta të propozuara për kompaninë tuaj.

Pasi të keni lexuar shembujt përkatës, ju lutemi zbatoni të njëjtin parim për rastin tuaj, duke punuar me kostot specifike që ju përshtaten.

Cili është përfitimi i pritur nga përdorimi i Frotcom?

Ka shumë përfitime që një kompani merr nga instalimi i Frotcom. Le të përqendrohemi vetëm në këto tre:



1. Konsumi më i ulët i karburantit



2. Produktivitet më i lartë



3. Kënaqësia e rritur e klientit

Përfitimet e tjera mund të jenë pak më të ndërlikuara për të u llogaritur, qoftë për të qenë të paprekshme ose sepse varen nga variabla të vështirë për të u njohur ose vlerësuar: Planifikimi më i mirë i biznesit: **Siguria e përmirësuar e shoferëve, automjeteve dhe ngarkesave dhe një "gjurmë" më e ulët e karbonit.**

Le të përqendrohemi, tani për tani, në 3 fitimet e matshme të identifikuara në tabelën e mësipërme.



1. Konsumi më i ulët i karburantit

Ndoshta veçoritë më të kërkuara në Frotcom janë ato që ju lejojnë të kontrolloni dhe ulni kostot e karburantit. Kjo nuk është befasi, pasi kostot e karburantit mund të përbëjnë 30% ose më shumë të kostove totale të flotës, veçanërisht në kompanitë me qendër automjetet si bizneset e transportit rrugor. Shikoni shembullin e mëposhtëm..

Prezantim

ACME është një kompani transporti rrugor me seli në Itali, me një flotë prej 50 kamionësh që udhëtojnë në të gjithë Evropën.



Problemi

Largësia mesatare ishte 11,500 km¹ në muaj për kamion. Konsumi mesatar i karburantit ishte 32.5 L/100 km, një vlerë paksa e lartë në krahasim me flotat e tjera që operojnë në të njëjtin sektor.

Për më tepër, nga të dhënat e karburantit ishte e qartë se konsumi i çdo kamioni paraqet një variacion deri në 20%, për të njëjtën rrugë, në varësi të shoferit. Sjellja e drejtimit të automjetit po ndikonte qartë në totalin e karburantit të shpenzuar.

Zgjidhja

Bordi i ACME vendosi të miratojë Frotcom. Modulet e mëposhtme u aktivizuan, së bashku me shërbimin bazë të gjurmimit të Frotcom:

- **Analiza e sjelljes së vozitjes dhe stërvitja e shoferit**
Analiza e sjelljes së drejtimit nga të dhënat e zgjeruara të mbledhura në automjetet: nxitimi, frenimi, rrotullimet në minutë, kontakti, marshi dhe shumë parametra të tjerë.
- **Menaxhimi i karburantit**
Llogaritja e konsumit të saktë të karburantit, udhëtim për udhëtim dhe konsumi mesatar i karburantit si L/100 km.
- **Kontrolli i itinerarit**
Caktimi i rrugëve më të mira për automjetet dhe kontrolli i ekzekutimit të rrugëve.

Perfundimi

Rezultatet e mëposhtme janë marrë nga përdorimi i Frotcom:

- U caktuan rrugët për automjetet bazuar në **rrugët më të shkurtra dhe në mjetet më të afërta të disponueshme për grumbullimin e ngarkesave;**
- Automjetet që nuk ndjekin itineraret e paracaktuara do të shkaktonin një **alarm jashtë rrugës;**
- Keqpërdorimi i automjeteve u ul në mënyrë dramatike, pasi **të gjitha udhëtimet** e paraqitura në hartat dhe tabelat e Frotcom **duhej të llogariteshin;**
- **Sjellja e vozitjes të automjetit u përmirësua me shpejtësi.** Kompania vendosi të shpërblejë çdo muaj 5 shoferët më të mirë bazuar në rezultatet e tyre të drejtimit; 5 drejtuesit e mjeteve me sjelljen më të keqe të drejtimit në këtë periudhë janë takuar individualisht me ekipin e menaxhimit të flotës, pasi i është treguar performanca e tyre siç është regjistruar në Frotcom. Ata u trajnuan në punë duke përdorur modulën e **stërvitjes së shoferit;**
- **Konsumi i karburantit është ndjekur gjithashtu nga afër** dhe sa herë është zbuluar një konsum më i lartë se sa pritej, janë hulumtuar arsyet për të. Mund të jetë një problem mekanik, një problem i sjelljes së vozitjes ose thjesht rezultat i një dite të ndërlikuar trafiku ose një ngarkesë më e rëndë se zakonisht.

¹ Në këtë dokument përdoren litra, km dhe euro. Mund të i konvertoni lehtësisht në njësitë tuaja të preferuara duke përdorur faqe të tilla si www.convertworld.com

Rezultatet

Rezultatet e mëposhtme janë arritur nga veprimet e mëparshme:

- Mesatarja e kilometrave është ulur me 2.5%. Kjo është 14,375 km më pak në muaj, për të gjithë flotën.
- Konsumi mesatar për automjet ka rënë nga 32.5 L/100 km në 31.0 L/100 km. Kjo është një ulje prej 4.6%.
- Në përgjithësi, duke pasur parasysh se çmimi mesatar i derivateve ishte 1.25 €/L, kompania ka kursyer më shumë se gjashtëmbëdhjetë mijë euro në muaj. Kjo është 7% më pak në koston e karburantit..

	Para	Pas
Kilometrazhi (km)	575,000	560,625
Konsumi mesatar i karburantit (L/100 km)	32.5	31.0
Konsumi total i karburantit (L)	186,875	173,794
Kostoja totale e karburantit (€)	233,594	217,243
Kursime mujore		16,351€ 7.0%

Kostoja totale e pronësisë së Frotcom ishte afërsisht 25 € në muaj për automjet, gjithsej 1,250 €/muaj. Për më tepër, klasa e sjelljes së drejtimit kushton 1,400 €/muaj.

Kursimet neto – duke zbritur tashmë klasat e sjelljes së drejtimit – ishin 13,701 € në muaj dhe ROI ishte 4.17. Aspak keq...

Kursimet e mësipërme nuk janë fantashkencë. Kombinimi i një largësie të reduktuar dhe një sjellje më të mirë të vozitjes zakonisht çojnë në kursime nga 7% e tutje, në varësi të llojit të aktivitetit të flotës, numrit total të automjeteve dhe përdorimit të Frotcom si një mjet në kohë reale për të menaxhuar dhe kontrolloni rrugët dhe sjelljen e drejtimit..

Rekomandohet fuqimisht që funksionimi i Analizës së sjelljes së vozitjes dhe moduleve të drejtimit të shoferit të plotësohet me veprime për të inkurajuar sjelljen e mirë të vozitjes dhe për të korrigjuar sjelljen e dobët të vozitjes.

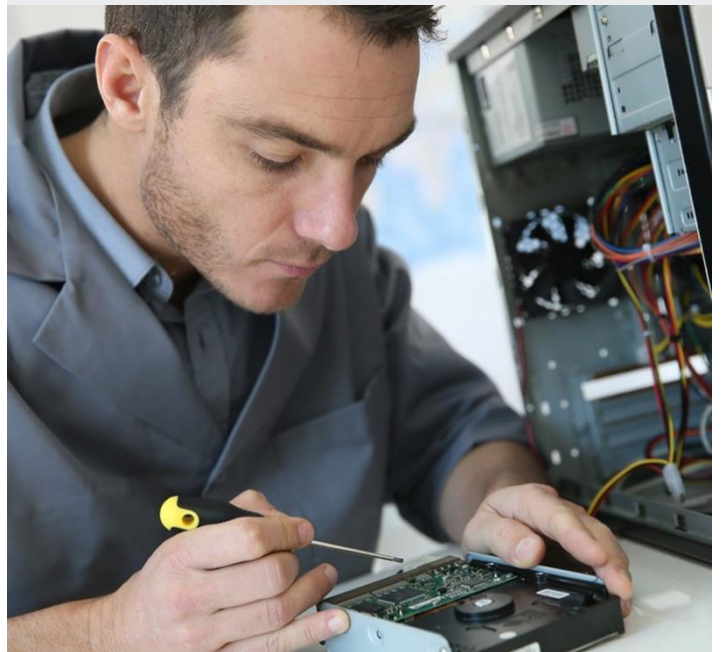


2. Produktivitet më i lartë

Kostoja e karburantit është gjithmonë një shqetësim i madh kur bëhet fjalë për kostot e flotës. Ato janë sigurisht të lehta për të u matur.

Megjithatë, mungesa e produktivitetit mund të përfaqësojë një kosto mjaft të konsiderueshme - ose nëse preferoni, ulje të fitimit. Kontrolloni shembullin e mëposhtëm.

Prezantim



Stark Industries është një biznes i mirëmbajtjes së PC-ve me vendndodhje në Paris. Ekipi i tyre i shërbimeve në terren përbëhet nga 30 teknikë që përdorin një flotë furgonash për të vizituar klientët kur nevojiten riparime ose instalime në ambientet e klientëve.

Problemi

Kompania ishte e shqetësuar për kohën e përgjigjes së shërbimeve të tyre në terren. Pas një kërkesë të klientit, u nevojite mjaft kohë dhe telefonata nga zyra te teknikët, për të vendosur se cilat do të ishin falas më pas dhe relativisht afër vendndodhjes së klientit.

Për shkak të kësaj, kompania kishte frikë të mbi rezervonte shërbimet, në mungesë të informacionit të vërtetë në kohë reale nga terreni. Kjo rezultoi në një produktivitet relativisht të ulët në fund të ditës.

Në fakt, edhe pse shumica e shërbimeve nisën jo më shumë se 3 orë pasi u kërkuan nga klientët, një pjesë e konsiderueshme e punëve nisën me një vonesë që klientët e shihnin si të tepruar.

Koha për të filluar shërbimin në vend, pas kërkesës

0-3 orë	58%
3-8 orë	18%
8-24 orë	11%
24 + orë	13%

Për më tepër, informacioni për punën ose vendndodhjen e saj nuk i komunikohet gjithmonë teknikut saktë. Shpesh, adresa ishte e pasaktë ose përshkrimi i punës nuk ishte i qartë, ndonjëherë duke rezultuar në një grup të pamjaftueshëm mjetesh dhe materialesh për të përfunduar punën. Kjo shpesh nënkuptonte që automjeti do të duhej të kthehej në selinë qendrore përpara se të kthehej te klienti, ose të caktohej një teknik tjetër.

Mesatarisht, çdo teknik kryente 5.15 shërbime në ditë, për një total prej 154.5 shërbime në muaj. Për një ditë pune 8-orëshe, kjo nënkuptonte afërsisht 1:30 orë për shërbim. Kompania e dinte se koha mesatare që i duhej një tekniku për të kryer një shërbim në ambientet e klientëve ishte 45 minuta. Kjo do të thoshte se 50% e kohës së disponueshme të teknikëve po shpenzohej diku tjetër: vozitje, pritje për punë të reja dhe kontakti apo kuadri njiheshin si shkaqet kryesore.

Zgjidhja

Kompania vendosi të instalojë Frotcom në furgona. Në të njëjtën kohë, moduli i menaxhimit të fuqisë punëtore u miratua gjithashtu, për të siguruar komunikim më të mirë me vozitësit dhe një kontroll më të mirë të statusit të çdo pune.

Modulet e mëposhtme u aktivizuan, së bashku me shërbimin bazë të gjurmimit të Frotcom:

• Menaxhimi i fuqisë punëtore

Moduli i bazuar në tabletë në Frotcom i lejon kompanitë të dërgojnë punë, të ndjekin statuset e punës në kohë reale dhe të marrin formularët e plotësuar pas përfundimit të punëve.

• Kontrolli i itinerarit

Caktimi i rrugëve më të mira për automjetet dhe kontrolli i ekzekutimit të rrugëve. Plus, kompania filloi të përdorë opsionin e mesazheve të njoftimit, i cili dërgonte njoftime për klientët, me SMS ose email, pak minuta para mbërritjes së furgonëve të caktuar për klientët e tyre.

Perfundimi

Janë marrë rezultatet e mëposhtme :

- U caktuan rrugë për automjetet bazuar në rrugët më të shkurtra dhe në teknikët më të afërt në dispozicion për të kryer punën;
- Automjetet që nuk ndjekin itineraret e paracaktuara do të shkaktonin një alarm jashtë rrugës. Në mënyrë të ngjashme, punët që zgjasin shumë, shkaktuan alarme në Frotcom, duke lejuar ekipin e menaxhimit të kontrollojë dhe riparojë situatën përpara se të ndikojë në punët e mëposhtme;
- Informacioni filloi të dërgohej gjithmonë me shkrim, nga zyra te teknikët, duke përfshirë adresat e klientëve të marra nga seksioni CRM i Frotcom. Përshkrimi i punës i përfshirë e bëri më të lehtë për teknikët që të dinin paraprakisht se cilat mjete dhe materiale duheshin.

Rezultatet

Rezultatet e mëposhtme janë arritur nga veprimet e mëparshme:

- Koha e përgjigjes është ulur :

Koha për të filluar shërbimin në vend, pas kërkesës	Përqindje	Variacion
0-3 orë	63%	+8,6%
3-8 orë	24%	+33,3%
8-24 orë	6%	-45,5%
24 + orë	7%	-46,2%

- Numri mesatar i shërbimeve në ditë u rrit nga 5.15 në 5.45 (+5.8%). Në fund të muajit, kjo përfaqësonte 198 shërbime më shumë (duke marrë parasysh 22 ditë pune në muaj).
- Si pasojë, qarkullimi i kompanisë u rrit. Me një tarifë mesatare prej 32.50 € për shërbim, fitimi ishte 6,435 € më shumë në muaj. Fitimi neto, pas zbritjes së karburanteve shtesë dhe kostove të tjera të bëra me shërbimet shtesë, ishte 5,930 € në muaj.

Kostoja totale e pronësisë së Frotcom ishte afërsisht 30 € në muaj për automjetet.

Prandaj, fitimi neto ishte 5,030 € në muaj dhe ROI ishte 5.59.

Vlen të përmendet se jo vetëm u rrit produktiviteti, por u përmirësua edhe vlerësimi i klientëve, për shkak të reagimit më të shpejtë të kompanisë.

Shembulli tjetër ka të bëjë veçanërisht me përmisimin e shërbimeve ndaj klientit.



3. Rritja e vlerësimit të shërbimit për klient

Kënaqësia e klientit ndonjëherë shihet si diçka e paprekshme. Ne zakonisht e dimë kur klientët janë të lumtur ose të pakënaqur, por kjo nuk shfaqet gjithmonë menjëherë në kontrollet e tyre - në fakt mund të ndodhë, nëse ata janë vërtet të pakënaqur!

Shembulli i mëposhtëm ilustron një rast specifik në të cilin Frotcom përmirësoi pritëshmërinë e klientit dhe në fakt ishte e mundur të llogaritet fitimi i drejtpërdrejtë nga ai përmirësim..

Prezantim



© Hasan Gülec

Mom Corp është një kompani private e vendosur në Lisbonë, e cila ofron transport për fëmijët, për në shkollë. Flota e kompanisë përbëhet nga 8 minibusë me kapacitet të miratuar për të transportuar 15 fëmijë.

Problemi

Rrugët tipike nënkuptojnë marrjen e fëmijëve në mëngjes nga shtëpitë e tyre, lëshimin e tyre në shkollë, pastaj marrjen e tyre përsëri pas shkollës dhe kthimin e tyre në shtëpi ose në vende të tjera të caktuara si shtëpitë e gjyshërve ose aktivitetet pas shkollës, si sportet e ndryshme.

Mom Corp kishte dy probleme:

Së pari, trafiku në Lisbonë mund të jetë pak i paparashikueshëm në orët e hershme të mëngjesit. Ndonjëherë thjesht nuk ishte e mundur të merrreshin fëmijët në kohën e paracaktuar, gjë që i bënte ata dhe prindërit e tyre të stresoheshin kur minibusi nuk arrinte në kohë dhe nuk kishte informacion për kohën e parashikuar të mbërritjes.

Telefonimi i kompanisë nuk ka sjellë ndonjë të mirë sepse në zyrë nuk dihej vendndodhja e mjetit. Përveç kësaj, kur prindërit bënin thirrjen, ata tashmë do të ishin të pakënaqur me shërbimin. Duhej një përgjigje më e mirë.

Së dyti, për shkak se koha e saktë e mbërritjes së minibusëve mund të ndryshojë për shkak të kufizimeve të trafikut, fëmijët dhe prindërit ndonjëherë nuk do të ishin gati në vendin e marrjes kur minibusi mbërriti.

Për të mos rrezikuar kohën e mbërritjes së fëmijëve në shkollë, drejtuesit e mjeteve kishin urdhëruar që të mos prisnin më shumë se një minutë, përveç nëse automjeti ishte para kohe.

Përsëri, kjo do të zemëronte disa prindër të cilët tani kishin nevojë të i dërgonin fëmijët në shkollë me makinën e familjes dhe e gjetën veten duke mbërritur me vonesë në punët e tyre.

E gjithë kjo situatë krijoi një sërë prindëresh të pakënaqur të cilët pretendonin se shërbimi ishte i paparashikueshëm dhe i pabesueshëm.

Si pasojë, kompania nuk ishte në gjendje të rritej siç u vlerësua fillimisht. Në fakt, ishte sfiduese mbajtja e klientëve të mjaftueshëm për të justifikuar 8 shoferët dhe minibusët.

Numri mesatar i udhëtimeve (një udhëtim është një marrje dhe një dërgesë për një fëmijë) të kryera për minibus në ditë ishte tani 68; plani fillestar i biznesit vlerësohet të paktën 80.

Kapaciteti i plotë i minibusëve (15) tani ishte larg përdorimit.

Në më pak se 6 muaj, kompanisë iu desh të ulte tarifën mesatare mujore të ngarkuar, nga 202 € në 166 €, vetëm për të mbajtur klientët.

Numri i përgjithshëm i klientëve ishte 235.

Zgjidhja

Kompania vendosi të instalojë Frotcom në minibus. Kjo jo vetëm që do të i lejonte zyrës të dijë vendndodhjen e automjeteve, por drejtuesit e mjeteve gjithashtu mund të paralajmërohen për kushtet e trafikut.

Por më e rëndësishmja, u zgjodhën module të tjera, të synuara në krijimin e një kanali të drejtpërdrejtë informacioni për klientët:

- **Kontrolli i itinerarit**

Kompania filloi të përdorë opsionin e mesazheve të njoftimit, i cili dërgonte automatikisht mesazhe SMS në celularët e prindërve dhe fëmijëve 5 minuta para kohës së parashikuar të mbërritjes së minibusëve në pikat e tyre përkatëse të marrjes.

- **Aplikacioni Menaxheri i Flotës së Frotcom**

Prindërit dhe fëmijët filluan gjithashtu të përdorin aplikacionin Fleet Manager të Frotcom për telefonat inteligjentë, i cili i lejoi ata të dinin vendndodhjen e saktë të minibusëve të tyre të caktuar, në kohë reale.

Perfundimi

Janë marrë rezultatet e mëposhtme:

- Prindërit dhe fëmijët filluan të dinin se minibusët ishin gati të vinin. Ata kishin mjaftueshëm kohë për të u larguar nga shtëpia dhe për të shkuar në vendin e marrjes në kohë për të mos humbur autobusin.
- Sa herë që minibusët vonoheshin për shkak të trafikut, prindërit dhe fëmijët mund të përdorin aplikacionin e smartfonit për të kontrolluar menjëherë vendndodhja. Nuk ishte më e nevojshme të kontaktohej me zyrën e kompanisë.

Rezultatet

Rezultatet e mëposhtme janë arritur nga veprimet e mëparshme:

- Numri i rasteve në të cilat fëmijët humbën minibusin në pikën e marrjes për shkak të vonësës ra në mënyrë dramatike.
- Jo vetëm kaq, por toleranca e përdorur nga shoferët për të pritur fëmijët e vonuar u bë shumë më pak e nevojshme.
- Kënaqësia e klientit është rritur. Në fakt, jo vetëm prindërit ishin të kënaqur me sistemin e ri, por ata filluan të promovojnë teknologjinë e re duke treguar aplikacionin e smartfonëve prindërve të tjerë.
- Si pasojë, numri i klientëve filloi të rritet. Në dy vitet e ardhshme shkollore, numri mesatar i udhëtimeve ditore për minibus kishte shkuar nga 68 në 86.
- U bë gjithashtu e mundur që në dy vite radhazi të rritet tarifa mesatare mujore pothuajse në vlerat fillestare (nga 166 € në 195 €).
- Kompania përfundoi me 40 klientë të tjerë, me gjithsej 275 klientë.
- Totali i tarifave mujore u rrit nga 39,010 € në 53,625 € në periudhë. Për këtë është dashur të blihet 1 minibus i ri, me një kosto totale mujore prej 2,040 € (kryesisht amortizimi i automjetit, pagat e shoferit dhe karburantet). Kështu, të ardhurat mujore, pas zbritjes së këtyre shpenzimeve, ishin rritur për 12,575 €.

Kostoja totale e pronësisë së Frotcom ishte afërsisht 20 € në muaj për automjet (9 automjete tani).

Për rrjedhojë, fitimi neto pas zbritjes së investimit në Frotcom dhe në minibusin e ri ishte 12,395 € në muaj. ROI ishte 4.58.

Konkluzione

Pra ja përfundimi. Tre shembuj se si Frotcom mund të gjenerojë kthime mbresëlënëse në investimin tuaj.

Ne ju inkurajojmë që të mos merrni vetëm shembujt e mësipërm dhe të krijoni skenarët tuaj.

Për raste studimore mbi produktivitetin më të lartë dhe kënaqësinë e shtuar të klientit, vizitoni Qendrën e Njohurive të Frotcom në www.frotcom.com ose na kontaktoni.



Rreth autorit: Valério Marques është bashkë-themelues dhe Ish CEO në Frotcom International, një ofrues global i sistemeve të gjurmimit të automjeteve për menaxhimin e flotës. Valério ka punuar në gjurmimin e automjeteve që nga viti 1993. Frotcom International është një kompani private me bazë në Portugali, duke ofruar zgjidhje të menaxhimit të flotës për klientët në mbarë botën. Klientët shtrihen nga kompanitë e vogla me vetëm disa automjete, tek kompanitë e transportit rrugor ndërkufitar me mijëra automjete..