



# Изчисляване на ROI (възвръщане на инвестицията) с Frotcom



от Валерио Маркес  
Консултант  
FROTCOM INTERNATIONAL

## За кого е предназначена тази статия?

Изпълнителни директори | Финансови директори | Оперативни директори | МЕНИДЖЪРИ НА ФЛОТ | ФИНАНСОВИ РЪКОВОДИТЕЛИ

Този документ ще Ви помогне да изчислите възвръщаемостта на инвестицията си. Използвайки системата за управление на автомобилен парк Frotcom, Вие можете значително да подобрите удовлетвореността на клиентите си, производителността, да намалите разходите, като същевременно минимизирате спирането на работа на автомобилите Ви. Практиките, описани в този документ могат да се прилагат не само от компании с големи флоти, но и от такива с един или няколко превозни средства.

## Преди да започнем

Да преминем към темата. На път сте да инвестирате във Frotcom. Вярвате, че тази система ще помогне на Вашата компания да премахне неефективността, да намали разходите, да подобри обслужването и така нататък.

**Страхотно. Но колко пари ще Ви спести? Каква ще бъде Вашата ROI (възвръщаемост на инвестицията)?**

Нека разберем.

## Относно ROI

ROI на всяка инвестиция се изчислява като:

$$ROI = \frac{\text{печалбата от инвестицията} - \text{цената за инвестицията}}{\text{цената за инвестицията}}$$

Дотук добре. Колкото по-висока е ROI, толкова по-добре, разбира се. Това означава, че печелите много повече от това, което трябва да инвестирате.

Сега, за да изчислим ROI, трябва да разберем каква е **цената** на внедряването на Frotcom, както и **очакваната печалба**.

## Каква е цената на Frotcom?

Цената на Frotcom ще варира в зависимост от точните устройства за проследяване, които изберете, и от модулите, които активирате.

Например, анализът на поведението при шофиране (Стила на шофиране) или съобщенията на Interact са специфични модули във Frotcom, които изискват активиране, преди да можете да ги използвате.

Цената може също да се различава в различните държави в зависимост от таксите за внос, телекомуникационните разходи и други разходи.

В трите примера, представени в този документ, ще използваме някои стойности, които със сигурност ще се различават от точните, предложени на Вашата компания.

**След като прочетете дадените примери, може да приложите същия принцип на пресмятане, като използвате конкретните разходи, които има Вашата компания.**

## Каква е очакваната печалба от използването на Frotcom?

Има много ползи, които една компания получава от инсталирането на Frotcom. Нека просто се съсредоточим върху тези три:



**1. По-нисък разход на гориво**



**2. По-висока производителност**



**3. Повишена удовлетвореност на клиентите**

Другите ползи може да са малко по-трудни за изчисляване, или защото са нематериални, или защото зависят от променливи, които трудно могат да бъдат познати или оценени: **по-добро бизнес планиране, повишена сигурност на шофьори, превозни средства и товари и по-нисък въглероден отпечатък.**

Нека засега се концентрираме върху 3-те измерими предимства, посочени в таблицата по-горе.



## 1. По-нисък разход на гориво

Може би най-търсените функции във Frotcom са тези, които Ви позволяват да контролирате и намалявате разходите за гориво. Това не е изненадващо, тъй като разходите за гориво могат да съставляват 30% или повече от общите разходи на общия автопарк, особено в компании, ориентирани към превозни средства, като фирми за автомобилен транспорт. Вижте следния пример.

### Въведение

ACME е компания за автомобилен транспорт със седалище в Италия, с флот от 50 камиона, пътуващи из цяла Европа.



### Проблемът

Средният пробег е 11 500 km<sup>1</sup> на месец на камион. Средният разход на гориво беше 32,5 л/100 км, стойност, малко твърде висока в сравнение с други автопаркове, работещи в същия сектор.

Освен това от записите за гориво става ясно, че потреблението на всеки камион представлява вариация до 20% за един и същ маршрут, в зависимост от водача. Поведението при шофиране очевидно оказва влияние върху общия разход на гориво.

### Решението

Бордът на ACME реши да приеме Frotcom. Бяха активирани следните модули, заедно с основната услуга за проследяване на Frotcom:

- **Анализ на поведението при шофиране и обучение на шофьори**  
Стила на шофиране от данните, събрани от превозното средство, като: ускорение, спиране, обороти, празен ход, предавка и много други параметри.
- **Управление на горивото**  
Изчисляване на точния разход на гориво, пътуване по пътуване и средния разход на гориво като L/100km.
- **Контрол на маршрута**  
Задаване на най-добрите маршрути на превозните средства и контрол на изпълнението на маршрутите.

### Действията

С внедряването на Frotcom :

- Бяха определени маршрути, които превозните средства да следват въз основа на **най-бърз маршрут и най-близки налични превозни средства до мястото за събиране на товари**;
- Превозните средства, които не следваха предварително определените маршрути, задействаха **аларма „Излизане от коридор“** и в офиса можеха да реагират моментално;
- Злоупотребата с превозните средства намаля драстично, тъй като **всички пътувания**, се показваха на картата и в справките на Frotcom, и **трябваше да бъдат отчетени**;
- **Шофирането** се подобри **бързо**. Компанията реши да награждава месечно най-добрите 5 шофьора въз основа на техните резултати от шофирането; 5-те шофьори с най-лошо поведение при шофиране през периода се срещнаха индивидуално с екипа за управление на автопарка, като им беше показано представянето им, както е регистрирано във Frotcom. Беше им провеждано обучение с помощта на **модула Обучение при шофиране**;
- **Разходът на гориво също беше проследен отблизо** и когато беше установено по-високо от очакваното потребление, се търсеха причините за тов. Дали е поради механичен проблем, проблем с поведението при шофиране или цял ден шофиране в трафика.

<sup>1</sup> В този документ се използват литри, км и евро. Можете лесно да ги конвертирате в предпочитаните от Вас единици, като използвате сайтове като [www.convertworld.com](http://www.convertworld.com)

## Резултатите

От предходните действия бяха постигнати следните резултати:

- Средният пробег е намален с 2,5%. Това е 14 375 км по-малко на месец за целия автопарк.
- Средният разход на автомобил спадна от 32,5 л/100 км на 31,0 л/100 км. Това е намаление от 4,6%.
- Като цяло, като се има предвид, че средната цена на горивото беше 1,25 €/L, компанията спести повече от шестнадесет хиляди евро на месец. Това е със 7% по-малко в разходите за гориво.

|                                 | Преди      | След                       |
|---------------------------------|------------|----------------------------|
| Пробег (км)                     | 575,000    | 560,625                    |
| Ср. разход на гориво (л/100 км) | 32.5       | 31.0                       |
| Общ разход на гориво (л)        | 186,875    | 173,793.75                 |
| Общи разходи за гориво (€)      | 308,343.75 | 286,759.69                 |
| <b>Месечни спестявания</b>      |            | <b>18,934.06€</b><br>7.14% |

Общите разходи за притежание на Frotcom бяха приблизително 25 € на месец на превозно средство, общо 1250 € на месец. Освен това класът по поведение при шофиране струва 1400 €/месец.

**Нетните спестявания – след като се извадят разходите за обучение на водачи които бяха 13 701 € на месец, а ROI беше 4,17. Изобщо не е зле ...**

Спестяванията по-горе не са научна фантастика. Комбинацията от намален пробег и по-добро поведение при шофиране обикновено води до спестявания от 7%, в зависимост от вида дейност на автопарка, общия брой превозни средства и използването на Frotcom като инструмент в реално време за управление и контрол на маршрути и поведение при шофиране.

Силно се препоръчва работата на модулите за анализ на поведението при шофиране и обучение на шофьори да бъде допълнена от действия за насърчаване на добро поведение при шофиране и коригиране на лошо поведение при шофиране.

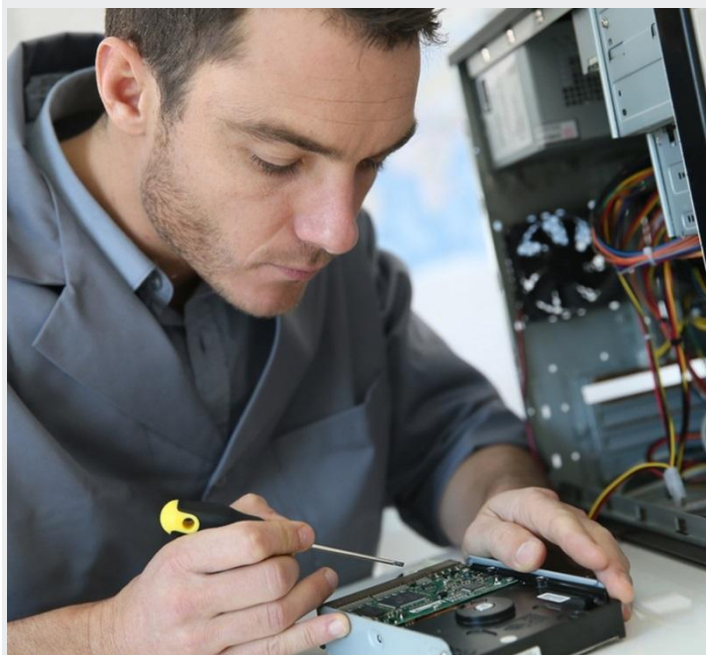


## 2. По-висока производителност

Цената на горивото винаги е основна грижа, когато става дума за разходи за автопарк. Те със сигурност са лесни за измерване.

Въпреки това, липсата на производителност може да представлява доста значителна цена – или, ако предпочитате, намаляване на печалбата. Вижте следния пример.

### Въведение



**Stark Industries** е компания за поддръжка на компютри, разположена в Париж. Техният екип за обслужване на място се състои от 30 техници, които използват микробуси, за да посещават клиенти, когато са необходими ремонти или инсталиране на ново оборудване на клиентите им.

### Проблемът

Компанията се тревожеше за времето, което и отнемаше за реакция. След като се получи заявка от клиент, на офиса му отнемаше доста време, усилия и телефонни обаждания до техниците, за да бъде избран най-подходящият и близо намиращия се до съответния клиент.

Поради тази причина и липсата на информация в реално време компанията се страхуваше да поеме повече резервации. Всичко това доведе до ниска производителност на фирмата.

Всъщност, въпреки че по-голямата част от получените заявки от клиентите започват до третия час след получаване, то тези, които започват със закъснение бъдат недоволство у клиентите им.

| Време е да започне услугата на място, след заявка | Процент |
|---------------------------------------------------|---------|
|---------------------------------------------------|---------|

|          |     |
|----------|-----|
| 0-3 часа | 58% |
|----------|-----|

|          |     |
|----------|-----|
| 3-8 часа | 18% |
|----------|-----|

|           |     |
|-----------|-----|
| 8-24 часа | 11% |
|-----------|-----|

|          |     |
|----------|-----|
| 24+ часа | 13% |
|----------|-----|

Освен това информацията за работата или нейното местоположение не винаги е била правилно съобщавана на техника. Често адресът е неправилен или описанието на работата не е била ясна, което водело до недостатъчен набор от инструменти и материали за завършването и. Това често означавало, че превозното средство трябва да се върне в централата, преди да се отправи отново към клиента, или да бъде назначен друг техник.

Средно всеки техник е извършвал 5,15 услуги на ден, за общо 154,5 услуги на месец. За 8-часов работен ден това означаваше приблизително 1:30 часа на услуга. Компанията знаела, че средното време, необходимо на един техник, за да завърши услугата в помещенията на клиентите, е 45 минути. Това означавало, че 50% от наличното време на техниците е прекарано другаде: шофиране, чакане за получаване на нова задача или просто работа на празен ход, които бяха признати за основни причини.

## Решението

Компанията реши да инсталира Frotcom във ванове. В същото време беше приет и модулът за управление на работната сила, за да се осигури по-добра комуникация с водачите и по-добро разбиране на състоянието на всяка работа.

Бяха активирани следните модули, заедно с основната услуга за проследяване на Frotcom:

- Управление на работната сила**

Таблет, инсталиран в превозното средство, който позволява на компаниите да изпращат задачи, да следят статусите на задачите в реално време и да получават попълнени формуляри след приключване на дадена задача.

- Контрол на маршрута**

Задаване на най-добрите маршрути на превозните средства и контрол на изпълнението им. Освен това компанията започна да използва опцията за уведомителни съобщения, която изпраща известия до клиентите, чрез SMS или имейл, няколко минути преди техника да пристигне на адреса.

## Действията

Бяха получени следните резултати:

- Маршрутите бяха зададени на превозните средства въз основа на най-кратките пътища и на най-близко намиращите се техники, за изпълнение на работата;
- Превозни средства, които не следват предварително определени маршрути, биха задействали аларма „Извън маршрута“; по подобен начин, задания, продължили твърде дълго, задействаха аларми във Frotcom, позволявайки на мениджърския екип да провери и поправи ситуацията, преди да доведе до негативни последствия;
- Информацията започна винаги да се изпраща в писмена форма от офиса до техниците, включително адреси на клиенти, извлечени от секцията за CRM на Frotcom. Включената информация за естеството на работата улесни техниците да знаят предварително кои инструменти и материали са необходими.

## Резултатите

От предходните действия бяха постигнати следните резултати:

- Времето за реакция намаля:

| Време е да започне услугата на място, след заявка | Процент | Вариация |
|---------------------------------------------------|---------|----------|
| 0-3 часа                                          | 63%     | +8,6%    |
| 3-8 часа                                          | 24%     | +33,3%   |
| 8-24 часа                                         | 6%      | -45,5%   |
| 24+ часа                                          | 7%      | -46,2%   |

- Средният брой услуги на ден нараства от 5.15 на 5.45 (+5.8%). В края на месеца това представлява 198 услуги повече (като се имат предвид 22-те работни дни в месеца).

- В резултат на това оборотът на компанията се увеличи. При средна такса от 32,50 € на услуга, печалбата беше с 6435 € повече на месец. Нетната печалба, след приспадане на допълнително гориво и други разходи, направени с допълнителните услуги, беше 5 930 € на месец.

Общите разходи за притежание на Frotcom бяха приблизително 30 € на месец на превозно средство.

**Следователно нетната печалба беше 5030 € на месец, а възвръщаемостта на инвестициите беше 5,59.**

Заслужава да се отбележи, че не само производителността се увеличи, но и удовлетвореността на клиентите също се подобри, поради по-бързата реакция на компанията.

Следващият пример се занимава конкретно с удовлетвореността на клиентите.



### 3. Повишена удовлетвореност на клиентите

Удовлетворението на клиентите понякога се разглежда като нещо нематериално. Обикновено знаем кога клиентите са доволни или недоволни, но това не винаги се вижда веднага в чековете им – всъщност може да е, ако наистина са недоволни!

Следващият пример илюстрира един конкретен случай, в който Frotcom подобри удовлетвореността на клиентите и всъщност беше възможно да се изчисли пряката печалба от това подобрение.

#### Въведение



**Mom Corp** е частна компания със седалище в Лисабон, която осигурява транспорт на деца от и до училище. Автопаркът на фирмата се състои от 8 микробуса с одобрен капацитет за превоз на 15 деца.

#### Проблемът

Типичните маршрути включват вземане на децата сутрин от домовете им, оставяне на училище, след това повторно вземане след училище и връщане обратно у дома или на други определени места, като домове на баби и дядовци или извънучилищни дейности като спорт или сценични изкуства.

**Mom Corp** имаше два проблема:

Първо, трафикът в Лисабон може да е малко непредвидим в ранните сутрешни часове. Понякога просто не беше възможно да се вземат децата в предварително определения час, което караше тях и родителите им да се стресират, когато микробусът не пристига навреме и няма информация за очаквания час на пристигането му.

Обаждането до фирмата не донесе нищо добро, тъй като в офиса не се знаеше местонахождението на автомобила. Освен това, когато родителите се обаждат, те вече ще бъдат недоволни от услугата. Беше необходим по-добър отговор.

Второ, тъй като точното време на пристигане на микробусите може да варира поради ограниченията на трафика, децата и родителите понякога няма да са готови на мястото за взимане, когато микробусът пристигне.

За да не се компрометира времето за пристигане на децата на училище, шофьорите имаха заповед да не чакат повече от една минута, освен ако превозното средство не е изпреварило времето.

Отново, това би вбесило някои родители, които сега трябваше да закарат децата на училище със семейната кола и се оказаха закъснели на работата си. Цялата тази ситуация създаде поредица от недоволни родители, които твърдяха, че услугата е непредвидима и ненадеждна.

В резултат на това компанията не успя да се разрастне, както първоначално се очакваше. Всъщност беше предизвикателство да се задържат достатъчно клиенти, за да оправдаят 8-те шофьори и микробуси.

Средният брой пътувания (за едно пътуване се брои вземане и връщане на дете), извършени на микробус на ден, вече е 68; първоначалният бизнес план се оценява на поне 80.

Пълният капацитет на микробусите (15) вече далеч не беше използван.

За по-малко от 6 месеца компанията трябваше да намали средната начислявана месечна такса от 202 € на 166 €, само за да запази клиентите.

Общият брой клиенти беше 235.

## Решението

Компанията реши да инсталира Frotcom в микробусите. Това не само ще позволи на офиса да знае местонахождението на превозните средства, но и водачите могат да бъдат предупреждавани за условията на движение.

Но най-важното е, че бяха избрани други модули, насочени към създаване на директен канал за информация към клиентите:

- **Контрол на маршрута**

Компанията започна да използва опцията за уведомителни съобщения, която автоматично изпраща SMS съобщения до мобилните телефони на родителите и децата 5 минути преди прогнозната час на пристигане на микробусите до съответните им места за взимане.

- **Приложението Fleet Manager на Frotcom**

Родителите и децата също започнаха да използват приложението Fleet Manager на Frotcom за смартфони, което им позволи да знаят точното местоположение на назначените им микробуси в реално време.

## Действията

Бяха получени следните резултати:

- Родители и деца започнаха да разбират, че микробусите ще пристигнат. Те имаха достатъчно време да напуснат дома си и да се отправят към мястото за взимане навреме, за да не изпуснат автобуса.
- Всеки път, когато микробусите закъсняваха поради трафик, родителите можеха да използват приложението за телефон, за да проверят къде се намира превозното средство. Вече не беше необходимо да се свързвате с офиса на компанията.

## Резултатите

От предходните действия бяха постигнати следните резултати:

- Драматично намаляха случаите, в които деца изпуснаха микробуса на мястото за взимане поради закъснение.
- Не само това, но толерантността, използвана от шофьорите да чакат закъснели деца, стана много по-малко необходим.
- Повишена удовлетвореност на клиентите. Всъщност не само родителите бяха доволни от новата система, те започнаха да популяризират новата технология, като показват приложението за смартфон на други родители.

- В резултат на това броят на клиентите започна да нараства. През следващите две учебни години средният брой дневни пътувания на микробус е нараснал от 68 на 86.
- Дължимата месечна такса в следващите две години възвърна първоначалната си стойност (от 166 € на 195€).
- Компанията завърши с 40 клиента повече, с общ брой - 275 клиента.
- Общите месечни такси се увеличиха от 39 010 € на 53 625 € през периода. За целта трябваше да бъде закупен 1 нов микробус със съответните общи месечни разходи от 2 040 € (предимно амортизация на превозното средство, заплати на шофьора и гориво). Следователно месечният доход, след приспадане на тези разходи, се е увеличил с 12 575 €.

Общите разходи за притежание на Frotcom бяха приблизително 20 € на месец на превозно средство (9 превозни средства сега).

**Следователно нетната печалба след приспадане на инвестицията във Frotcom и покупката на новия микробус е 12 395 € на месец. ROI беше 4,58.**

## Изводи

Ето три примера за това как Frotcom може да генерира впечатляваща възвръщаемост на Вашите инвестиции.

Насърчаваме Ви не просто да прочетете примерите по-горе, а да създадете свои собствени сценарии и да видите резултатите, които може да постигнете.

За казуси относно по-висока производителност и повишена удовлетвореност на клиентите посетете Центъра за помощ на Frotcom на [www.frotcom.com](http://www.frotcom.com) или се свържете с нас.



*За автора: Валерио Маркес е съосновател и бивш главен изпълнителен директор на Frotcom International, глобален доставчик на системи за проследяване на превозни средства за управление на автопаркове. Valério работи в областта на проследяването на превозни средства от 1993 г. Frotcom International е частна компания, базирана в Португалия, предоставяща решения за управление на автопаркове за клиенти по целия свят. Клиентите варират от малки компании само с няколко превозни средства до компании за трансграничен автомобилен транспорт с хиляди превозни средства.*