



Υπολογισμός ROI με τη Frotcom



του **Valério Marques**
Σύμβουλος Διοικητικού Συμβουλίου
Frotcom International

Ποιοι πρέπει να διαβάσουν αυτό το έγγραφο;

CEOs | CFOs | COOs | Υπεύθυνοι Διαχείρισης Στόλου | Στελέχη Οικονομικών Υπηρεσιών

Αυτό το έγγραφο σας βοηθά να υπολογίσετε την **Απόδοση Επένδυσης (ROI)** με τη Frotcom. Δείχνει ότι με την υιοθέτηση της Frotcom, είναι δυνατόν να βελτιωθεί σημαντικά η αποδοτικότητα του κόστους, η ικανοποίηση των πελατών και η παραγωγικότητα, ενώ ταυτόχρονα μειώνονται οι χρόνοι αδράνειας. Οι πρακτικές αυτές ισχύουν όχι μόνο για μεγάλες εταιρείες οδικών μεταφορών, αλλά και για επιχειρήσεις με μόλις λίγα οχήματα.

Πριν ξεκινήσουμε

Ας μπούμε κατευθείαν στο θέμα. Είστε έτοιμοι να επενδύσετε στη Frotcom. Πιστεύετε ότι αυτό το σύστημα θα βοηθήσει την εταιρεία σας να εξαλείψει τις αναποτελεσματικότητες, να μειώσει τα κόστη, να βελτιώσει την εξυπηρέτηση και ούτω καθεξής.

Υπέροχα. Αλλά πόσα χρήματα θα σας εξοικονομήσει; Ποια θα είναι η Απόδοση Επένδυσης (ROI) σας;

Ας το ανακαλύψουμε.

Σχετικά με το ROI

Η Απόδοση Επένδυσης (ROI) κάθε επένδυσης υπολογίζεται ως εξής:

$$ROI = \frac{\text{Κέρδος} - \text{Κόστος}}{\text{Κόστος}}$$

Μέχρι εδώ όλα καλά. Όσο υψηλότερο το ROI, τόσο το καλύτερο, φυσικά. Αυτό σημαίνει ότι κερδίζετε πολύ περισσότερα από όσα επενδύετε.

Τώρα, για να υπολογίσουμε το **ROI**, πρέπει να καθορίσουμε ποιο είναι το **κόστος** υλοποίησης του Frotcom καθώς και το αναμενόμενο **κέρδος**.

Ποιο είναι το κόστος της Frotcom;

Το κόστος της Frotcom διαφέρει, ανάλογα με τις συσκευές εντοπισμού που θα επιλέξετε και τις λειτουργίες που θα ενεργοποιήσετε.

Για παράδειγμα, η Ανάλυση Οδηγικής Συμπεριφοράς (Eco-driving) ή η ανταλλαγή άμεσων μηνυμάτων είναι συγκεκριμένες λειτουργίες της Frotcom, οι οποίες απαιτούν ενεργοποίηση πριν τις χρησιμοποιήσετε.

Το κόστος μπορεί επίσης να διαφέρει από χώρα σε χώρα, ανάλογα με δασμούς εισαγωγής, τηλεπικοινωνιακά τέλη και άλλα κόστη.

Στα τρία παραδείγματα που παρουσιάζονται σε αυτό το έγγραφο, θα χρησιμοποιήσουμε κάποιες τιμές που σίγουρα θα διαφέρουν από εκείνες που προτείνονται στη δική σας εταιρεία.

Αφού διαβάσετε τα αντίστοιχα παραδείγματα, εφαρμόστε την ίδια λογική στην περίπτωσή σας, χρησιμοποιώντας τα δικά σας πραγματικά κόστη.

Ποιο είναι το αναμενόμενο όφελος από τη χρήση της Frotcom;

Υπάρχουν πολλά οφέλη που μπορεί να έχει μια εταιρεία από την εγκατάσταση της Frotcom. Ας επικεντρωθούμε στα εξής τρία:



1. Μειωμένη κατανάλωση καυσίμων



2. Αυξημένη παραγωγικότητα



3. Βελτιωμένη ικανοποίηση πελατών

Τα υπόλοιπα οφέλη είναι λίγο πιο δύσκολο να υπολογιστούν, είτε επειδή είναι άυλα είτε επειδή εξαρτώνται από μεταβλητές δύσκολες στην εκτίμηση: **Καλύτερος επιχειρησιακός προγραμματισμός, Ενισχυμένη ασφάλεια οδηγών, οχημάτων και φορτίου, και Μειωμένο ανθρακικό αποτύπωμα.**

Ας επικεντρωθούμε, προς το παρόν, στα 3 μετρήσιμα οφέλη που αναφέρονται παραπάνω.



1. Μειωμένη κατανάλωση καυσίμων

Ίσως τα πιο περιζήτητα χαρακτηριστικά της Frotcom είναι εκείνα που σας επιτρέπουν να ελέγχετε και να μειώνετε το κόστος των καυσίμων. Αυτό δεν προκαλεί έκπληξη, αφού τα καύσιμα μπορεί να αντιστοιχούν στο 30% ή και περισσότερο του συνολικού κόστους του στόλου, ειδικά σε εταιρείες με έμφαση στα οχήματα, όπως οι επιχειρήσεις οδικών μεταφορών. Δείτε το παρακάτω παράδειγμα.

Εισαγωγή

Η ACME είναι μια εταιρεία οδικών μεταφορών με έδρα την Ιταλία και στόλο 50 φορτηγών που ταξιδεύουν σε όλη την Ευρώπη.



Το πρόβλημα

Η μέση χιλιομετρική απόσταση ήταν 11.500 χλμ.1 ανά μήνα και ανά φορτηγό. Η μέση κατανάλωση καυσίμου ήταν 32,5 λίτρα/100 χλμ., τιμή αρκετά υψηλή σε σύγκριση με άλλους στόλους που δραστηριοποιούνται στον ίδιο τομέα.

Επιπλέον, ήταν εμφανές από τα αρχεία καυσίμων ότι η κατανάλωση κάθε φορτηγού παρουσίαζε διακύμανση έως και 20% στην ίδια διαδρομή, ανάλογα με τον οδηγό. Η συμπεριφορά οδήγησης επηρέαζε ξεκάθαρα τη συνολική κατανάλωση καυσίμου.

Η λύση

Η διοίκηση της ACME αποφάσισε να υιοθετήσει τη Frotcom. Οι εξής λειτουργίες ενεργοποιήθηκαν μαζί με τη βασική υπηρεσία εντοπισμού της Frotcom:

- **Ανάλυση οδηγικής συμπεριφοράς και εκπαίδευση οδηγού**
Ανάλυση της συμπεριφοράς οδήγησης βάσει εκτεταμένων δεδομένων που συλλέγονται από το όχημα: επιτάχυνση, φρενάρισμα, στροφές κινητήρα (RPM), ρελαντί, ταχύτητες και πλήθος άλλων παραμέτρων.
- **Διαχείριση καυσίμων**
Υπολογισμός της ακριβούς κατανάλωσης καυσίμου ανά διαδρομή και του μέσου όρου κατανάλωσης σε λίτρα/100 χλμ.
- **Έλεγχος διαδρομής**
Ανάθεση των βέλτιστων διαδρομών στα οχήματα και έλεγχος της εκτέλεσής τους.

Τα αποτελέσματα

Από τη χρήση της Frotcom προέκυψαν τα εξής αποτελέσματα:

- Οι διαδρομές ανατίθεντο στα οχήματα βάσει της **μικρότερης απόστασης** και της **εγγύτερης τοποθεσίας του διαθέσιμου οχήματος για την παραλαβή φορτίου**.
- Τα οχήματα που δεν ακολουθούσαν τις προεγκεκριμένες διαδρομές ενεργοποιούσαν την **ειδοποίηση «εκτός διαδρομής»**.
- Η κακή χρήση των οχημάτων μειώθηκε δραστικά, καθώς **όλα τα ταξίδια** καταγράφονταν στους χάρτες και στους πίνακες της Frotcom και **έπρεπε να δικαιολογούνται**.
- Η **οδηγική συμπεριφορά** βελτιώθηκε **γρήγορα**. Η εταιρεία αποφάσισε να επιβραβεύει μηνιαίως τους 5 οδηγούς με τις καλύτερες βαθμολογίες, ενώ οι 5 με τη χειρότερη συμπεριφορά συναντιούνταν προσωπικά με την ομάδα διαχείρισης στόλου και τους παρουσιάζονταν τα στοιχεία απόδοσής τους, όπως καταγράφηκαν από τη Frotcom. Ακολουθώντας εκπαιδεύονταν πρακτικά μέσω της λειτουργίας **Εκπαίδευσης Οδηγών**.
- Η **κατανάλωση καυσίμου παρακολουθείτο στενά** και όποτε εντοπιζόταν υψηλότερη από την αναμενόμενη κατανάλωση, ερευνούνταν οι αιτίες. Θα μπορούσε να πρόκειται για μηχανικό πρόβλημα, για θέμα οδηγικής συμπεριφοράς ή απλώς για μια δύσκολη ημέρα κυκλοφορίας ή βαρύτερο φορτίο από το συνηθισμένο.

¹ Στο παρόν έγγραφο χρησιμοποιούνται λίτρα, χιλιόμετρα και ευρώ. Μπορείτε εύκολα να μετατρέψετε στις προτιμώμενες μονάδες σας χρησιμοποιώντας ιστότοπους όπως το www.convertworld.com

Τα αποτελέσματα

Από τις προηγούμενες ενέργειες επιτεύχθηκαν τα εξής αποτελέσματα:

- Η μέση χιλιομετρική απόσταση μειώθηκε κατά 2,5%. Δηλαδή 14.375 χιλιόμετρα λιγότερα τον μήνα για ολόκληρο τον στόλο.
- Η μέση κατανάλωση καυσίμου ανά όχημα έπεσε από 32,5 λίτρα/100 χλμ. στα 31,0 λίτρα/100 χλμ. Δηλαδή μείωση 4,6%.
- Συνολικά, λαμβάνοντας υπόψη ότι η μέση τιμή των καυσίμων ήταν 1,25€/λίτρο, η εταιρεία εξοικονομούσε πάνω από δεκαέξι χιλιάδες ευρώ τον μήνα. Δηλαδή 7% λιγότερα σε κόστος καυσίμων.

	Πριν	Μετά
Χιλιόμετρα (km)	575,000	560,625
Μέση κατανάλωση καυσίμου (L/100km)	32.5	31.0
Συνολική κατανάλωση καυσίμου (L)	186,875	173,794
Συνολικό κόστος καυσίμου (€)	233,594	217,243
Μηνιαίες εξοικονομήσεις		16,351€ 7.0%

Το συνολικό κόστος χρήσης της Frotcom ήταν περίπου 25€ ανά όχημα τον μήνα, δηλαδή 1.250€/μήνα για όλο τον στόλο. Σε αυτό προστέθηκε και το κόστος της εκπαίδευσης για τη συμπεριφορά οδήγησης, που ήταν 1.400€/μήνα.

Οι καθαρές εξοικονομήσεις – αφαιρώντας ήδη το κόστος των μαθημάτων οδηγικής συμπεριφοράς – ήταν 13.701€ τον μήνα και το ROI (Απόδοση Επένδυσης) ήταν 4,17. Καθόλου άσχημα...

Οι παραπάνω εξοικονομήσεις δεν είναι επιστημονική φαντασία. Ο συνδυασμός της μειωμένης χιλιομετρικής κάλυψης και της βελτιωμένης οδηγικής συμπεριφοράς οδηγεί συνήθως σε εξοικονομήσεις της τάξης του 7% και άνω, ανάλογα με το είδος δραστηριότητας του στόλου, τον συνολικό αριθμό οχημάτων και τη χρήση της Frotcom ως εργαλείο διαχείρισης και ελέγχου διαδρομών και οδηγικής συμπεριφοράς σε πραγματικό χρόνο.

Συνιστάται έντονα η χρήση των λειτουργιών Ανάλυσης οδηγικής συμπεριφοράς και Εκπαίδευσης οδηγού να συνοδεύεται από δράσεις που ενθαρρύνουν τη σωστή οδηγική συμπεριφορά και διορθώνουν την προβληματική.

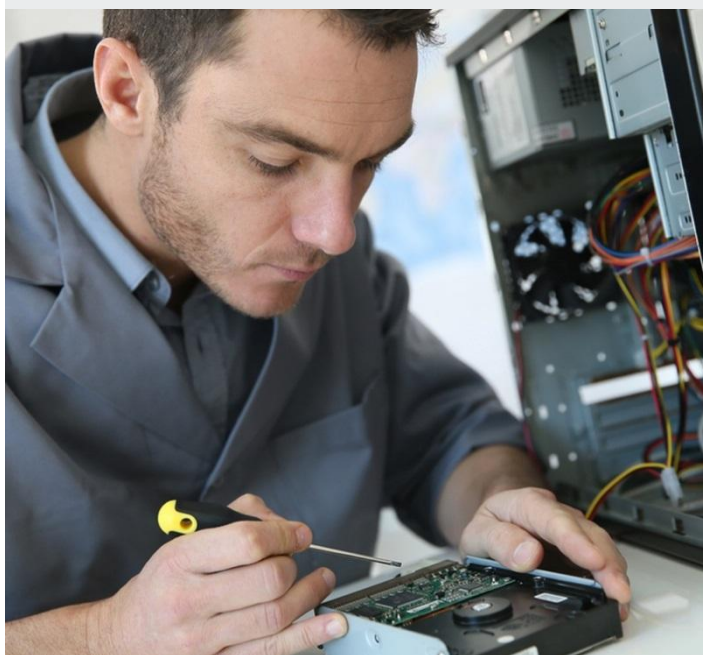


2. Η Αυξημένη παραγωγικότητα

Το κόστος καυσίμων είναι πάντα μια βασική ανησυχία όταν μιλάμε για το κόστος ενός στόλου. Είναι, άλλωστε, εύκολο να μετρηθεί.

Ωστόσο, η έλλειψη παραγωγικότητας μπορεί να αποτελεί εξίσου σημαντικό κόστος – ή, αν προτιμάτε, απώλεια δυνατού κέρδους. Δείτε το ακόλουθο παράδειγμα.

Εισαγωγή



Η **Stark Industries** είναι μια εταιρεία τεχνικής υποστήριξης υπολογιστών με έδρα το Παρίσι. Η ομάδα τεχνικών πεδίου αποτελείται από 30 τεχνικούς που χρησιμοποιούν ένα στόλο βαν για να επισκέπτονται πελάτες όταν χρειάζονται επισκευές ή εγκαταστάσεις στον χώρο τους.

Το πρόβλημα

Η εταιρεία ανησυχούσε για τον χρόνο απόκρισης της ομάδας τεχνικών πεδίου. Μετά από ένα αίτημα πελάτη, απαιτούνταν αρκετός χρόνος και τηλεφωνήματα από το γραφείο προς τους τεχνικούς, για να αποφασιστεί ποιος θα ήταν διαθέσιμος σύντομα και σχετικά κοντά στην τοποθεσία του πελάτη.

Εξαιτίας αυτής της έλλειψης πληροφόρησης σε πραγματικό χρόνο από το πεδίο, η εταιρεία δίσταζε να προγραμματίσει περισσότερες επισκέψεις, με αποτέλεσμα η παραγωγικότητα στο τέλος της ημέρας να είναι σχετικά χαμηλή.

Στην πραγματικότητα, παρόλο που η πλειονότητα των υπηρεσιών ξεκινούσε εντός 3 ωρών από την αίτηση του πελάτη, υπήρχε ένα σημαντικό ποσοστό περιπτώσεων με καθυστέρηση έναρξης που οι πελάτες θεωρούσαν υπερβολική.

Χρόνος μέχρι την έναρξη της υπηρεσίας στον χώρο του πελάτη, μετά από αίτημα

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

Επιπλέον, οι πληροφορίες για το έργο ή την τοποθεσία του δεν μεταδίδονταν πάντα σωστά στον τεχνικό. Συχνά η διεύθυνση ήταν λανθασμένη ή η περιγραφή του έργου δεν ήταν σαφής, με αποτέλεσμα να μην έχουν μαζί τους οι τεχνικοί τα απαραίτητα εργαλεία ή υλικά για να ολοκληρώσουν την εργασία. Αυτό σήμαινε συχνά ότι το όχημα έπρεπε να επιστρέψει στην έδρα πριν πάει ξανά στον πελάτη, ή να σταλεί άλλος τεχνικός.

Κατά μέσο όρο, κάθε τεχνικός εκτελούσε 5,15 εργασίες την ημέρα, δηλαδή 154,5 τον μήνα. Για ένα 8ωρο εργάσιμο, αυτό αντιστοιχούσε περίπου σε 1 ώρα και 30 λεπτά ανά εργασία. Η εταιρεία γνώριζε πως ο πραγματικός χρόνος για την εκτέλεση μιας εργασίας στον χώρο του πελάτη ήταν περίπου 45 λεπτά. Αυτό σήμαινε ότι το 50% του διαθέσιμου χρόνου των τεχνικών καταναλωνόταν αλλού: στην οδήγηση, στην αναμονή για νέες εργασίες ή απλώς σε αδράνεια.

Η λύση

Η εταιρεία αποφάσισε να εγκαταστήσει τη Frotcom στα βαν της. Παράλληλα, υιοθετήθηκε και η λειτουργία Διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού (Workforce management), ώστε να βελτιωθεί η επικοινωνία με τους οδηγούς και να υπάρχει καλύτερος έλεγχος για την κατάσταση κάθε εργασίας.

Ενεργοποιήθηκαν οι παρακάτω λειτουργίες, πέραν από την βασική υπηρεσία εντοπισμού της Frotcom:

- **Εργατικού δυναμικού**

Λειτουργία βασισμένη σε tablet, που επιτρέπει στις εταιρείες να αναθέτουν εργασίες, να παρακολουθούν την κατάστασή τους σε πραγματικό χρόνο και να λαμβάνουν συμπληρωμένα έντυπα μετά την ολοκλήρωσή τους.

- **Έλεγχος διαδρομών**

Ανάθεση βέλτιστων διαδρομών στα οχήματα και παρακολούθηση της εκτέλεσής τους. Η εταιρεία άρχισε επίσης να χρησιμοποιεί τις ειδοποιήσεις πελατών μέσω SMS ή email λίγα λεπτά πριν από την άφιξη του βαν.

Τα αποτελέσματα

Επιτεύχθηκαν τα ακόλουθα αποτελέσματα:

- Οι διαδρομές ανατίθεντο στα οχήματα με βάση τη μικρότερη απόσταση και τη διαθεσιμότητα των πλησιέστερων τεχνικών.
- Οχήματα που δεν ακολουθούσαν τις προεπιλεγμένες διαδρομές ενεργοποιούσαν συναγερμό Εκτός διαδρομής. Ομοίως, εργασίες που καθυστερούσαν ενεργοποιούσαν ειδοποιήσεις στη Frotcom, δίνοντας τη δυνατότητα στην ομάδα διαχείρισης να παρέμβει εγκαίρως.
- Η επικοινωνία γινόταν πάντα γραπτώς, από το γραφείο προς τους τεχνικούς, με τις διευθύνσεις πελατών να αντλούνται από το CRM της Frotcom. Η περιγραφή της εργασίας βοηθούσε τους τεχνικούς να γνωρίζουν εκ των προτέρων ποια εργαλεία και υλικά χρειαζόνταν.

Τα αποτελέσματα

Από τις παραπάνω ενέργειες επιτεύχθηκαν τα εξής:

- Ο χρόνος απόκρισης μειώθηκε:

Χρόνος μέχρι την έναρξη της υπηρεσίας στον χώρο του πελάτη, μετά από αίτημα	Ποσοστό	Μεταβολή
0-3 ώρες	63%	+8,6%
3-8 ώρες	24%	+33,3%
8-24 ώρες	6%	-45,5%
24 + ώρες	7%	-46,2%

- Ο μέσος αριθμός εργασιών ανά ημέρα αυξήθηκε από 5,15 σε 5,45 (+5,8%). Στο τέλος του μήνα, αυτό σήμαινε 198 επιπλέον εργασίες (λαμβάνοντας υπόψη 22 εργάσιμες ημέρες).
- Κατά συνέπεια, αυξήθηκε και ο τζίρος της εταιρείας. Με μέση χρέωση 32,50€ ανά εργασία, το επιπλέον έσοδο ήταν 6.435€ τον μήνα. Το καθαρό κέρδος, αφαιρώντας τα επιπλέον καύσιμα και λοιπά έξοδα των πρόσθετων εργασιών, ήταν 5.930€ τον μήνα.

Το συνολικό κόστος χρήσης της Frotcom ήταν περίπου 30€ ανά όχημα τον μήνα.

Το καθαρό κέρδος ήταν λοιπόν 5.030€ τον μήνα και το ROI ήταν 5,59.

Αξίζει να σημειωθεί ότι δεν αυξήθηκε μόνο η παραγωγικότητα, αλλά βελτιώθηκε και η ικανοποίηση των πελατών, χάρη στην ταχύτερη απόκριση της εταιρείας.

Το επόμενο παράδειγμα αφορά ειδικά την ικανοποίηση των πελατών.



3. Αυξημένη ικανοποίηση πελατών

Η ικανοποίηση των πελατών θεωρείται συχνά κάτι άυλο. Συνήθως ξέρουμε τότε οι πελάτες είναι ευχαριστημένοι ή δυσαρεστημένοι, αλλά αυτό δεν αντικατοπτρίζεται πάντα άμεσα στις πληρωμές τους — αν και μπορεί, όταν είναι πραγματικά δυσαρεστημένοι!

Το παρακάτω παράδειγμα δείχνει μια συγκεκριμένη περίπτωση όπου η Frotcom βελτίωσε την ικανοποίηση των πελατών και ήταν μάλιστα δυνατό να υπολογιστεί το άμεσο οικονομικό όφελος από αυτήν τη βελτίωση.

Εισαγωγή



Η **Mom Corp** είναι μια ιδιωτική εταιρεία με έδρα τη Λισαβόνα, η οποία παρέχει μεταφορές για παιδιά από και προς το σχολείο. Ο στόλος της αποτελείται από 8 μίνι βαν με εγκεκριμένη χωρητικότητα 15 παιδιών.

Το πρόβλημα

Οι συνήθειες διαδρομές περιλαμβάνουν την παραλαβή των παιδιών από τα σπίτια τους το πρωί, τη μεταφορά τους στο σχολείο, και μετά τη λήξη των μαθημάτων την επιστροφή τους στο σπίτι ή σε άλλους προκαθορισμένους προορισμούς, όπως τα σπίτια των παππούδων ή εξωσχολικές δραστηριότητες (π.χ. αθλήματα ή καλλιτεχνικά).

Η **Mom Corp** αντιμετώπιζε δύο προβλήματα: Πρώτον, η κυκλοφορία στη Λισαβόνα είναι αρκετά απρόβλεπτη τις πρωινές ώρες. Κάποιες φορές, απλώς δεν ήταν δυνατό να γίνει η παραλαβή των παιδιών στην προκαθορισμένη ώρα, κάτι που προκαλούσε άγχος στα παιδιά και τους γονείς όταν το μίνι βαν δεν εμφανιζόταν στην ώρα του, χωρίς καμία πληροφόρηση για τον εκτιμώμενο χρόνο άφιξης.

Η κλήση στην εταιρεία δεν βοηθούσε, καθώς το γραφείο δεν γνώριζε πού ακριβώς βρισκόταν το όχημα. Επιπλέον, όταν οι γονείς έπαιρναν τηλέφωνο, ήταν ήδη δυσαρεστημένοι. Ήταν σαφές πως απαιτούνταν καλύτερη εξυπηρέτηση.

Δεύτερον, λόγω της αστάθειας στην κυκλοφορία, τα παιδιά και οι γονείς δεν ήταν πάντα έτοιμοι στο σημείο παραλαβής όταν έφτανε το μίνι βαν.

Για να μην τεθεί σε κίνδυνο η έγκαιρη άφιξη των παιδιών στο σχολείο, οι οδηγοί είχαν οδηγία να μην περιμένουν πάνω από ένα λεπτό, εκτός εάν είχαν φτάσει νωρίτερα από την προγραμματισμένη ώρα.

Αυτό, ωστόσο, εξόργιζε αρκετούς γονείς που τελικά αναγκάζονταν να μεταφέρουν οι ίδιοι τα παιδιά τους στο σχολείο με το οικογενειακό αυτοκίνητο, φτάνοντας καθυστερημένα στη δική τους εργασία. Όλη αυτή η κατάσταση δημιούργησε ένα σύνολο δυσαρεστημένων πελατών, οι οποίοι κατηγορούσαν την υπηρεσία ως απρόβλεπτη και αναξιόπιστη.

Ως αποτέλεσμα, η εταιρεία δεν κατάφερε να αναπτυχθεί σύμφωνα με τον αρχικό σχεδιασμό. Στην πραγματικότητα, ήταν δύσκολο ακόμη και να διατηρηθεί ο απαιτούμενος αριθμός πελατών για να δικαιολογηθεί η απασχόληση 8 οδηγών και μίνι βαν.

Ο μέσος αριθμός διαδρομών (μία διαδρομή = παραλαβή και παράδοση ενός παιδιού) ανά μίνι βαν ανά ημέρα είχε πέσει στις 68, ενώ το αρχικό επιχειρηματικό πλάνο προέβλεπε τουλάχιστον 80.

Η πλήρης χωρητικότητα των μίνι βαν (15 παιδιά) παρέμενε ανεκμετάλλευτη.

Σε λιγότερο από 6 μήνες, η εταιρεία αναγκάστηκε να μειώσει τη μέση μηνιαία χρέωση από 202€ σε 166€, μόνο και μόνο για να διατηρήσει τους υπάρχοντες πελάτες. Ο συνολικός αριθμός πελατών ήταν 235.

Η λύση

Η εταιρεία αποφάσισε να εγκαταστήσει τη Frotcom στα μίνι βαν. Αυτό θα επέτρεπε όχι μόνο στο γραφείο να γνωρίζει την ακριβή τοποθεσία των οχημάτων, αλλά και στους οδηγούς να ενημερώνονται για τις κυκλοφοριακές συνθήκες.

Το πιο σημαντικό, ωστόσο, ήταν η επιλογή πρόσθετων λειτουργιών, με στόχο τη δημιουργία ενός άμεσου καναλιού επικοινωνίας με τους πελάτες:

- **Έλεγχος διαδρομής**

Η εταιρεία άρχισε να χρησιμοποιεί την επιλογή αποστολής ειδοποιήσεων, η οποία έστελνε αυτόματα SMS στα κινητά τηλέφωνα των γονέων και των παιδιών, 5 λεπτά πριν από τον εκτιμώμενο χρόνο άφιξης των μίνι βαν στο εκάστοτε σημείο παραλαβής.

- **Εφαρμογή Fleet Manager της Frotcom**

Οι γονείς και τα παιδιά άρχισαν επίσης να χρησιμοποιούν την εφαρμογή Fleet Manager της Frotcom για smartphone, η οποία τους επέτρεπε να γνωρίζουν την ακριβή τοποθεσία του αντιστοιχισμένου σε αυτούς οχήματος, σε πραγματικό χρόνο.

Τα αποτελέσματα

Από τις παραπάνω ενέργειες προέκυψαν τα εξής αποτελέσματα:

- Οι γονείς και τα παιδιά άρχισαν να γνωρίζουν πότε πλησίαζε το μίνι βαν. Είχαν αρκετό χρόνο να βγουν από το σπίτι και να φτάσουν στο σημείο παραλαβής εγκαίρως ώστε να μην το χάσουν.
- Όποτε υπήρχε καθυστέρηση λόγω κυκλοφοριακού, οι γονείς και τα παιδιά μπορούσαν να δουν άμεσα την τοποθεσία του οχήματος μέσω της εφαρμογής. Δεν χρειαζόταν πλέον να καλούν το γραφείο της εταιρείας.

Τα αποτελέσματα

Από την υλοποίηση των παραπάνω δράσεων προέκυψαν τα εξής:

- Ο αριθμός των περιστατικών όπου τα παιδιά έχαναν το μίνι βαν επειδή αργούσαν μειώθηκε δραστικά.
- Η ανάγκη για ανοχή από τους οδηγούς σε περιπτώσεις καθυστέρησης παιδιών μειώθηκε σημαντικά.
- Η ικανοποίηση των πελατών αυξήθηκε. Οι γονείς όχι μόνο ήταν ευχαριστημένοι με το νέο σύστημα, αλλά άρχισαν να το διαφημίζουν, δείχνοντας την εφαρμογή σε άλλους γονείς.

- Ως αποτέλεσμα, ο αριθμός των πελατών άρχισε να αυξάνεται. Στα επόμενα δύο σχολικά έτη, ο μέσος αριθμός καθημερινών διαδρομών ανά μίνι βαν αυξήθηκε από 68 σε 86.
- Επίσης, η εταιρεία κατάφερε να αυξήσει τη μέση μηνιαία συνδρομή δύο συνεχόμενες χρονιές, σχεδόν φτάνοντας τις αρχικές τιμές (από 166€ σε 195€).
- Η εταιρεία κατέγραψε 40 νέους πελάτες, φτάνοντας συνολικά τους 275.
- Τα συνολικά μηνιαία έσοδα από συνδρομές αυξήθηκαν από 39.010€ σε 53.625€ την περίοδο αυτή. Για να καλυφθεί η αυξημένη ζήτηση, αγοράστηκε ένα ακόμη μίνι βαν, με συνολικό μηνιαίο κόστος 2.040€ (κυρίως αποσβέσεις οχήματος, μισθός οδηγού και καύσιμα). Κατά συνέπεια, το καθαρό μηνιαίο εισόδημα – μετά την αφαίρεση των νέων εξόδων – αυξήθηκε κατά 12.575€.

Το συνολικό κόστος χρήσης της Frotcom ανερχόταν περίπου στα 20€ ανά όχημα μηνιαίως (συνολικά 9 οχήματα πλέον).

Το καθαρό κέρδος, αφαιρώντας την επένδυση στη Frotcom και στο νέο μίνι βαν, ήταν 12.395€ τον μήνα. Ο δείκτης απόδοσης επένδυσης (ROI) ανήλθε στο 4,58.

Συμπεράσματα

Ορίστε, λοιπόν. Τρία παραδείγματα για το πώς η Frotcom μπορεί να προσφέρει εντυπωσιακή απόδοση της επένδυσής σας.

Σας ενθαρρύνουμε να μη μέινετε μόνο στα παραπάνω παραδείγματα, αλλά να δημιουργήσετε τα δικά σας σενάρια.

Για μελέτες περιπτώσεων που αφορούν αυξημένη παραγωγικότητα και βελτίωση της ικανοποίησης των πελατών, επισκεφθείτε το Κέντρο Γνώσης της Frotcom στο www.frotcom.com ή επικοινωνήστε μαζί μας..



Σχετικά με τον αρθρογράφο: Ο Valério Marques είναι συνιδρυτής και πρώην Διευθύνων Σύμβουλος της Frotcom International, ενός παγκόσμιου παρόχου συστημάτων εντοπισμού οχημάτων για διαχείριση στόλων. Ο Valério εργάζεται στον τομέα του εντοπισμού οχημάτων από το 1993. Η Frotcom International είναι ιδιωτική εταιρεία με έδρα την Πορτογαλία και προσφέρει λύσεις διαχείρισης στόλου σε πελάτες σε όλο τον κόσμο. Οι πελάτες της κυμαίνονται από μικρές εταιρείες με λίγα οχήματα, μέχρι εταιρείες διεθνών οδικών μεταφορών με χιλιάδες οχήματα.