

Изчисление на възвръщаемостта на инвестицията (ROI) с Frotcom



от Валерио Маркес
Изпълнителен директор на
Frotcom International

За кого е предназначен а тази статия?

Изпълнителни директори | Финансови директори | Оперативни директори | Флийт мениджъри | Финансови мениджъри

Тази статия помага да изчислите Възвръщаемостта на инвестицията във Frotcom. Тя показва, че с въвеждането на Frotcom е възможно значително да се подобри ефективността на разходите, удовлетвореността на клиентите и продуктивността, същевременно намалявайки престойте. Тези практики са валидни не само за големи транспортни фирми, но също и за фирми само с няколко автомобила.

Преди да започнем

Да предположим, че предстои да инвестирате във Frotcom. Вярвате, че тази система ще помогне на фирмата ви да намали неефективността, да намали разходите, да подобри услугата и т.н.

Страхотно. Но колко пари ще ви спести това? Каква ще е възвръщаемостта на инвестицията ви (ROI)?

Нека проверим.

Относно ROI

Ето как се изчислява възвръщаемостта на инвестициите (ROI):

$$ROI = \frac{\text{Печалба} - \text{Разходи}}{\text{Разходи}}$$

До тук - добре. Колкото по-висока е стойността на ROI, толкова по-добре, разбира се. Това означава, че печелите значително повече, отколкото сте вложили.

За да се изчисли **ROI**, трябва първо да определим какви са **разходите** за въвеждане на Frotcom, а също и очакваната **печалба**.

Каква е цената на Frotcom?

Разходите за Frotcom варират в зависимост от самото GPS устройство и модулите, които сте активирали.

Например, **Еко шофиране** и **писане на съобщения** са специфични модули във Frotcom, които изискват активация, за да ги използвате.

Разходите за различните държави може да са различни, в зависимост от мита, разходи за телекомуникация и т.н.

В трите примера, описани в този документ, ще използваме някои стойности, които със сигурност ще се различават от реалните за вашата фирма.

След като прочетете съответния пример, може да приложите същия принцип във вашия конкретен случай, използвайки специфичните за вашия случай разходи.

Каква е очакваната печалба от използването на Frotcom?

Има много предимства, които фирмата получава с въвеждането на Frotcom. Нека се концентрираме върху следните три:



1. По-нисък разход на



2. По-висока продуктивност



3. Повишена удовлетвореност на клиентите

Другите ползи са трудни за оценяване, тъй като някои са нематериални или защото зависят от променливи, трудни за оценяване: **По-добро бизнес планиране, Повишена сигурност на шофьорите, автомобилите и товарите, както и по-ниски въглеродни емисии.**

Сега нека се концентрираме върху трите измерими ползи, описани в горната таблица.



1. По-нисък разход на

Вероятно функциите на Frotcom които най-често се търсят са тези, които позволяват да контролирате и намалявате разходите за гориво. И това е съвсем естествено, при условие, че разходите за гориво формират около 30% от общите разходи за всеки автомобил, когато става дума за транспортен бизнес. Вижте следния пример.

Въведение



АСМЕ е транспортна компания от Италия с флота от 50 камиона, които пътуват в цяла Европа.

Проблем

Средният месечен пробег за камион е 11 500км¹. Средният разход на гориво е 32,5 л/100км, стойност по-висока в сравнение с други фирми от този сектор.

Освен това, от документите за гориво се оказва, че консумацията на гориво за всеки камион за един и същ маршрут варира до 20% в зависимост от шофьора. Стилът на шофиране определено влияе на общо изразходеното гориво.

Решение

Управата на АСМЕ решава да въведе Frotcom. Заедно с базовата функционалност за проследяване, са активирани и следните модули :

- **Еко шофиране и CANBus данни**
Анализ на поведението на шофьорите от данните, събрани от автомобила: ускорение, спиране, превишени обороти, продължителна работа на място и пр.
- **Управление на горивото**
Изчисляване на точния разход на гориво, за всяко пътуване, както и средния разход на гориво в л/100км.
- **Оптимизиране на маршрути**
Възлагане на най-оптималните маршрути на автомобилите и контрол над изпълнението на маршруте.

Последствия

Ето следствията от използването на Frotcom :

- Маршрутите се възлагат на автомобилите на база **най-кратък път и най-близък автомобил**, който може да поеме товара;
- Автомобилите, които се отклоняват от възложения им маршрут генерират **Аларма за изход от коридор**;
- Неправилната употреба на автомобили намалява значително, тъй като **всички пътувания** се отчитат на картата и в таблици, генерирани от Frotcom;
- **Поведението на шофьорите се подобрява много бързо**. Фирмата решава ежемесечно да награждава петте най-добри шофьори, събрали най-висок резултат; а за петте шофьора с най-лош стил на шофиране се организират индивидуални срещи с флийт мениджърите и им се показва тяхното представяне на пътя спрямо данните от Frotcom. За шофьорите се организира обучение относно колко е важно подобряване на

¹ В този документ за мерни единици са използвани литър, километър и евро. Можете да ги конвертирате в предпочитаните от вас единици като използвате сайтове като www.convertworld.com

поведението им на пътя за намаляването на разходите и инцидентите;

- **Следи се консумацията на гориво** и всеки път, когато се засече по-висок разход, се търсят причините за това. Може да е механически проблем, може да е свързано с поведението на шофьора или просто заради силен трафик или товар с по-голямо тегло от обикновено.

Резултат

Описаните в предходната секция действия водят до следните резултати:

- Средният пробег е намален с 2.5%. Което означава 14 375км по-малко на месец, за целия автопарк.
- Средният разход за автомобил е намалял от 32,5 л/100км на 31,0 л/100км. Това е 4.6% спад.
- Като цяло, имайки предвид, че средната цена на горивото е 1.25€/л, фирмата спестява повече от 16 000 евро на месец. Това е 7% по-нисък разход за гориво.

	Преди	След
Пробег (км)	575,000	560,625
Среден разход на гориво (л/100км)	32.5	31.0
Общо изразходено гориво (л)	186,875	173,794
Общо разход за гориво (€)	233,594	217,243
Спестяване на месец		16,351€ 7.0%

Цената на инвестицията във Frotcom е приблизително 25€ на автомобил на месец, общо 1 250€/месец. Освен това, разходите за обучението за подобряване на поведението на шофьорите на пътя струва около 1 400€/месец.

Нетните спестявания – като се извадят разходите за обученията за подобряване на поведението на шофьорите – възлизат на 13 701€ на месец, а ROI е 4.17, което не е никак малко...

Посочените спестявания не са нереални. Комбинацията на по-малък пробег и по-добър стил на шофиране логично води до спестявания от 7% и повече, което зависи от дейността на автопарка, общия брой на автомобилите и използването на Frotcom като инструмент за управление и контрол на маршрутите и стила на шофиране.

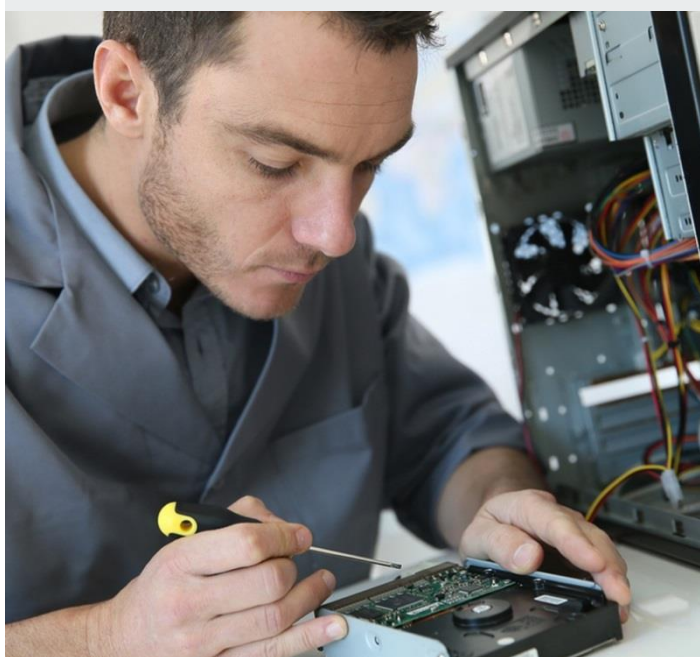
Силно препоръчително е заедно с модул Еко шофиране да се предприемат действия за насърчаване на добрия стил на шофиране и коригиране на недобрия стил на шофиране.

2. По-висока продуктивност

Разходите за гориво винаги са водещи сред разходите на автопарка. Те със сигурност могат да бъдат измерени.

Но трябва да се има предвид, че липсата на продуктивност също може да представлява значителен разход или казано иначе - намаляване на печалбата. Разгледайте следния пример.

Въведение



Stark Industries е фирма за поддръжка на компютри, разположена в Париж. Екипът за обслужване се състои от 30 техника, които използват автопарк от микробуси за посещение на клиентите за ремонт или инсталация.

Проблем

Фирмата е има притеснения относно времето за реакция на екипа за обслужване. След запитване от клиент, е отнемало известно време и няколко телефонни обаждания от офиса до техниците, за да се провери кои техники ще се освободят най-скоро и се намират близо до адреса на клиента.

Поради тази причина фирмата има опасения, че ще поеме ангажимент за повече обслужвания, отколкото могат да се направят, поради липса на информация за техниците в реално време. Това води до ниска продуктивност в края на деня.

Всъщност, въпреки че повечето обслужвания са започвали не по-късно от 3 часа след заявяването им от клиента, значителна част от задачите са започвали с немалко закъснение, което за клиентите е било излишно.

Време за реакция, след получаване на запитване	Процент
0-3 часа	58%
3-8 часа	18%
8-24 часа	11%
24+ часа	13%

Освен това, информацията за задачата или адреса не винаги са пристигали правилно до техника. Често адресът не е бил правилен или описанието на задачата не е било пълно или ясно и в резултат на това техникът да няма необходимите инструменти и/ли материали за изпълняването на задачата. В много случаи това е означава, че техникът първо трябва да се върне до офиса, за да вземе необходимото оборудване и след това да тръгне към клиента или се е налага да се изпраща друг техник.

Средно на ден един техник извършва по 5.15 обслужвания, общо 154.5 на месец. За 8-часов работен ден това прави 1 час и 30 мин. на обслужване. Фирмата е сметнала, че едно обслужване при клиент отнема около 45 мин. Това означава, че 50% от времето на техниците се използва за друго: основно за шофиране, чакване за нови задачи или просто бездействие.

Решение

Фирмата взима решение да оборудва микробусите с Frotcom. Заедно с това фирмата въвежда модул Управление на работната сила, с цел по-добра комуникация с шофьорите и по-качествено следене на изпълнението на всяка задача.

Наред с основните функции на Frotcom, са активирани и следните модули:

- **Управление на работната сила**
Модул, базиран на употребата на таблети, с който фирмата възлага задачи, следи техния статус в реално време и получава попълнени формуляри след приключване на задачите.
- **Контрол на маршрути**
Възлагане на най-подходящите маршрути на автомобилите и контрол над изпълнението им. Освен това, фирмата започва да използва и опцията за SMS известия, които се изпращат на клиента няколко минути преди микробусът да пристигне на адреса му.

Последствия

Ето следствията от използването на Frotcom:

- Маршрутите се задават на автомобилите спрямо **най-кратък път и най-близо намиращ се техник, който може да извърши работата;**
- Ако автомобилите напуснат предварително зададения им маршрут, се задейства **Аларма за изход от коридор;** заедно с това, ако в изпълнението на някоя задача има забавяне, във Frotcom се генерира аларма и ръководството може да отреагира и поправи ситуацията, преди да е афектирала изпълнението на задачата.

- Информацията от офиса до техниците започва да се предава в писмен вид, включвайки адреса на клиента, взет от модул **CRM** на Frotcom. А включеното описание на задачата помага на техниците да подготвят необходимите инструменти и материали за задачата.

Резултат

Описаните в предходната секция действия водят до следните резултати:

- Времето за реакция намалява:

Време за реакция, след получаване на запитване	Процент	Разлика
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 обслужвания на ден се увеличава от 5.15 на 5.45 (+5.8%). В края на месеца това означава 198 обслужвания повече (при 22 работни дни в месеца).
- В резултат на това, се увеличава оборотът на фирмата. При средна цена на обслужване от 32.50€, печалбата е 6 435€ повече на месец. Нетната печалба, след изваждане на разходите за гориво и другите разходи, свързани с изпълнението на обслужванията, възлиза на 5 930€ на месец.

Цената на инвестицията във Frotcom е приблизително 30€ на автомобил на месец.

И така нетната печалба на месец е 5 030€, а ROI е 5.59.

Важно е да се отбележи, че се е увеличила не са продуктивността, а също удовлетвореността на клиентите, благодарение на по-бързата реакция на фирмата.

Следващият пример се отнася именно за удовлетвореността на клиентите.



3. Повишена удовлетвореност на клиентите

Удовлетвореността на клиентите понякога се счита за неизмерима. Обикновено знаем, ако клиентите са доволни или недоволни, но това не винаги става ясно веднага, освен в случаите, когато клиентът е наистина недоволен!

Следният пример илюстрира специфичен случай, в който Frotcom повишава удовлетвореността на клиентите, правейки възможно изчислението на пряката печалба от нея.

Въведение



Мот Согр е частна фирма от София, занимаваща се с превоз на деца от и за училище. Фирмата разполага с 8 училищни автобуса с капацитет за превоз на 15 деца.

Проблем

Типичните маршрути включват взимане на децата сутрин от техните домове и оставянето им в училище, след това взимане на децата от училище след приключване на учебния ден и оставянето им до техните домове или до други уговорени адреси, например при техните баба и дядо или други следучилищни занимания като спорт или изкуства.

Мот Согр има два проблема:

Първо, трафикът в София сутрин може да бъде непредсказуем. Понякога просто е невъзможно децата да се вземат в предварително уговорения час, което води до безпокойство у тях и техните родители в случай, че автобусът не пристигне навреме и не получат информация за очакваното време до пристигане му.

Обажданията към фирмата не са били от полза, тъй като в офиса не се знае точното местоположение на автомобилите. Освен това, щом родителите звънят до офиса, това означава, че те вече са недоволни от услугата. Необходимо е да се направи нещо по въпроса.

Второ, тъй като времето за пристигане на автобуса може да варира в зависимост от трафика, децата и родителите може да не са още готови, когато автобусът спре на техния адрес.

За да не правят компромис с пристигането на децата в училище навреме, шофьорите са инструктирани да не чакат повече от 1 минута на адрес, освен ако нямат достатъчно време.

Това би подразнило някои родители, които в този случай ще трябва да закарат децата си до училище с личния си автомобил и вероятно да закъснеят за работа.

Цялата тази ситуация води до недоволни клиенти, които определят услугата като непредсказуема и ненадеждна.

В следствие на това, фирмата няма възможност за растеж и развитие, какъвто е бил първоначалният план. Всъщност се оказва цяло предизвикателство да се запази достатъчен брой клиенти, за да се оправдаят 8-те шофьора и автобуси.

Средният брой пътувания (пътуване е взимането на дете от един адрес и доставянето му до друг адрес) на автобус на ден е бил 68, а първоначално е заложено да бъде поне 80.

Пълният капацитет на минибусовете (15) далеч не е достигнат. За по-малко от 6 месеца, фирмата е принудена да намали цената на месечното обслужване от 202€ на 166€, само за да запази клиентите си.

Общия брой клиенти е 235.

Решение

Фирмата взема решение да оборудва автомобилите с Frotcom. Това не само позволява на офиса да знае точното местоположение на автомобилите, но също и шофьорите могат да бъдат предупредени за особености в трафика.

По-важното е, че са избрани и други модули, насочени към създаване на пряка връзка с клиентите:

- **Контрол на маршрути**

Фирмата започва да използва опцията за изпращане на известия, с която автоматично се изпращат SMS съобщения на мобилните телефони на родители и деца 5 минути преди очакваното време на пристигане на автобуса до техния адрес.

- **Мобилно приложение Frotcom**

Родителите и децата започват също да използват и приложението на Frotcom за смартфони, с което могат да разберат в реално време точното местоположение на автобуса, с който ще пътуват.

Последствия

Ето следствията от използването на Frotcom:

- Родителите и децата знаят, че автобусът приближава. Имат достатъчно време да излязат от дома си и да отидат до мястото, от което ги взима автобусът.
- В случай, че автобусът се забави заради трафика, родителите и децата веднага могат да проверят през смартфона си къде точно се намира. Вече не е необходимо да звънят до офиса на фирмата.

Резултат

Описаните в предходната секция действия водят до следните резултати:

- Броят на случаите, в които децата закъсняват за часа, в който автобуса трябва да ги вземе, намалява значително.
- Освен това, вече не се налага шофьорите да изчакват деца, които още не са готови.
- Повишава се удовлетвореността на клиентите. Всъщност, не само, че клиентите са доволни от новата система, но те я промотират на други родители, показвайки им приложението за смартфони.
- В следствие на това се увеличава броят на

клиентите. В следващите 2 години средният брой на пътуванията на автобус на ден нараства от 68 на 86.

- За тези 2 години също става възможно да се увеличи средната месечна такса почти колкото е била първоначално (от 166€ на 195€).
- Фирмата увеличава клиентите си с още 40 и вече общият брой е 275.
- Общо месечните такси за периода се увеличават от 39 010€ на 53 625€. По този повод е трябвало да се закупи още един училищен автобус, с месечна цена от 2 040€ (предимно амортизация на автомобила, заплащане на шофьора и разходи за гориво). И така месечният доход, след отчисляване на тези разходи, се увеличава на 12 575€.

Цената на инвестицията във Frotcom е приблизително 20€ на автомобил на месец (сега за 9 автомобила).

Нетната печалба, след изваждане на разходите за инвестиция във Frotcom и покупката на новия автобус, възлиза на 12 395€ на месец. ROI е 4.58.

Заклучение

Разгледахме три случая, в които Frotcom може да ви възвърне инвестициите, които сте направили.

Съветваме ви да не разглеждате само посочените примери, а да помислите и за други сценарии спрямо вашия случай.

В www.frotcom.com ще откриете много препоръки от клиенти, които използват Frotcom и сега са доволни от ползите. Може би ще срещнете такива, които работят в същата бизнес сфера като вас?

За автора: Валерио Маркес е Изпълнителен директор във Frotcom International, световен доставчик на системи за проследяване на автомобили за флийт мениджмънт. Валерио работи в сферата на проследяването на автомобили от 20г. Frotcom International е частна компания със седалище в Португалия. Frotcom предоставя проследяване на автомобили на клиенти от три континента. Клиенти са както малки компании само с няколко автомобила, така и международни транспортни компании с хиляди автомобили.