



ROI пресметка со Фротком



од Валерио Маркес
Извршен директор
Фротком Интернационал

Кој треба да го прочита овој документ?

ИЗВРШНИ ДИРЕКТОРИ | CFO | COO | МЕНАџЕРИ НА ВОЗЕН ПАРК |
ФИНАНСИСКИ ИЗВРШНИ ДИРЕКТОРИ

Овој документ ви помага да го пресметате **Повратот на инвестицијата** со Фротком. Тоа покажува дека со усвојувањето на Фротком, можно е значително да се подобри ефикасноста на трошоците, задоволството на клиентите и продуктивноста, истовремено намалувајќи ги времето на застој. Овие практики не се применуваат само за големите компании за патен транспорт, туку и за компаниите со само неколку возила.

Пред да започнеме

Ајде да преминеме на главното. Ќе инвестирате во Фротком. Сметате дека овој систем ќе и помогне на вашата компанија да ги отстрани неефикасностите, да ги намали трошоците, да ја подобри услугата и така натаму.

Одлично. Но, колку пари ќе ви заштеди? Каков ќе биде вашиот ROI (поврат на инвестицијата)?

Ајде да дознаеме.

За ROI

ROI на која било инвестиција се пресметува како:

$$ROI = \frac{\text{Добивка} - \text{Трошок}}{\text{Трошок}}$$

Досега е добро. Колку е поголем ROI, толку подобро, се разбира. Тоа значи дека добивате многу повеќе од она што треба да го инвестирате.

Сега, за да ја пресметаме **ROI**, треба да откриеме колкав е **трошокот** за имплементација на Фротком, а исто така и очекуваната **добивка**.

Која е цената на Фротком?

Цената на Фротком ќе варира, во зависност од точните уреди за следење што ќе ги изберете и од модулите што ги активирате.

На пример, **Анализа на однесување при возењето** (Еко-возење) или размена на пораки во интеракт се специфични модули во Фротком, кои бараат активирање пред да можете да ги користите..

Трошоците исто така може да се разликуваат од земја до земја, во зависност од увозните давачки, телекомуникациските трошоци и другите трошоци.

Во трите примери претставени во овој документ, ќе користиме некои вредности кои секако ќе се разликуваат од точните предложени за вашата компанија.

Откако ќе ги прочитате соодветните примери, ве молиме применете го истиот принцип на вашиот сопствен случај, работејќи со специфичните трошоци што ви одговараат.

Која е очекуваната добивка од користењето на Фротком?

Има многу придобивки кои една компанија ги добива од инсталирањето на Фротком. Ајде да се концентрираме само на овие три :



1. Помала потрошувачка на гориво



2. Повисока продуктивност



3. Зголемено задоволство на клиентите

Останатите придобивки може да бидат малку покомплицирани за пресметување, или поради тоа што се нематеријални или затоа што зависат од променливи што тешко се познаваат или проценуваат: **Подобро деловно планирање, зголемена безбедност на возачите, возилата и товарот и помала јаглеродна трага.**

Да се концентрираме, засега, на 3-те мерливи добивки идентификувани во табелата погоре



1. Помала потрошувачка на гориво

Можеби најбараните функции во Фротком се оние што ви дозволуваат да ги контролирате и намалите трошоците за гориво. Ова не е изненадување, бидејќи трошоците за гориво може да сочинуваат 30% или повеќе од вкупните трошоци на возниот парк, особено во компании кои се фокусирани на возила, како што се бизнисите за патен транспорт. Погледнете го следниот пример.

Вовед

АСМЕ е компанија за патен транспорт со седиште во Италија, со возен парк од 50 камиони кои патуваат низ цела Европа.



Проблемот

Просечната километража била 11.500 км¹ месечно по камион. Просечната потрошувачка на гориво беше 32,5 L/100km, вредност малку превисока во споредба со другите возни паркови кои работат во истиот сектор.

Освен тоа, од записите за гориво беше јасно дека потрошувачката на секој камион има варијација до 20%, за истата рута, во зависност од возачот. Возачкото однесување очигледно влијаеше на вкупното потрошено гориво.

Решението

Одборот на АСМЕ одлучи да го усвои Фротком. Следниве модули беа активирани, заедно со основната услуга за следење на Фротком:

- **Анализа на однесување при возење и обука на возачи**
Анализа на однесувањето во возењето од проширените податоци собрани во возилото: забрзување, сопирање, вртежи во минута, работа во место, брзина и бројни други параметри.
- **Управување со гориво**
Пресметка на точната потрошувачка на гориво, патување по патување и просечната потрошувачка на гориво како L/100km.
- **Контрола на рутата**
Доделување на најдобрите рути до возилата и контрола на извршувањето на рутите.

Резултати

Следниве резултати беа добиени од користењето на Фротком:

- Беа доделени рути на возилата врз основа на **најкратките патеки** и на **најблиските возила достапни за собирање товар**;
- Возилата кои не ги следат однапред доделените рути ќе активираат **аларм надвор од рутата**;
- Злоупотребата на возилата драстично се намали, бидејќи **сите патувања** прикажани во мапите и табелите на Фротком **треба да се земат предвид**;
- **Возачкото однесување брзо** се подобри. Компанијата одлучи месечно да ги наградува најдобрите 5 возачи врз основа на нивните резултати во возењето; 5-те возачи со најлошо однесување при возење во тој период се сретнаа поединечно со тимот за управување со возниот парк, при што беа прикажани нивните перформанси како што се регистрирани во Фротком. Тие беа обучени на работното место со користење на модулот за **обука на возачот**;
- **Внимателно се следеше и потрошувачката на гориво** и секогаш кога се забележуваше поголема потрошувачка од очекуваната, се истражуваа причините за тоа. Може да биде механички проблем, проблем со однесувањето при возење или едноставно резултат на комплициран сообраќаен ден или поголемо оптоварување од вообичаеното.

¹ Во овој документ се користат литри, км и евра. Можете лесно да ги конвертирате во вашите претпочитани единици користејќи локацијата како што е www.convertworld.com

Резултатите

Следниве резултати беа постигнати од претходните акции:

- Просечната километража е намалена за 2,5%. Тоа е 14.375 километри помалку месечно, за целиот возен парк.
- Просечната потрошувачка по возило падна од 32,5 L/100km на 31,0 L/100km. Тоа е намалување од 4,6%.
- Свкупно, имајќи предвид дека просечната цена на горивото беше 1,25 €/L, компанијата заштедуваше повеќе од шеснаесет илјади евра месечно. Тоа е 7% помалку во трошоците за гориво..

	Пред	По
Километража (км)	575,000	560,625
Просечна потрошувачка на гориво (L/100 km)	32.5	31.0
Вкупна потрошувачка на гориво (L)	186,875	173,794
Вкупни трошоци за гориво (€)	233,594	217,243
Месечни заштеди		16,351€ 7.0%

Вкупните трошоци за сопственост на Фротком беа приближно 25 € месечно по возило, вкупно 1.250 € / месец. Згора на тоа, обуката за однесување во возење чини 1.400 €/месечно.

Нето заштедите - одземајќи ги веќе обуките за однесување при возење - изнесуваат 13.701 € месечно, а рентабилноста беше 4,17. Не е лошо воопшто...

Заштедите наведени погоре не се научна фантастика. Комбинацијата на намалена километража и подобро однесување при возење обично води до заштеда од 7% па натаму, во зависност од видот на активност на возниот парк, вкупниот број возила и употребата на Фротком како алатка во реално време за управување и контрола на рутите и однесувањето на возењето.

Силно се препорачува операцијата за анализа на однесувањето во возењето и модулите за обука на возачот да се надополнат со активности за поттикнување на доброто однесување при возење и корекција на лошото однесување при возење.

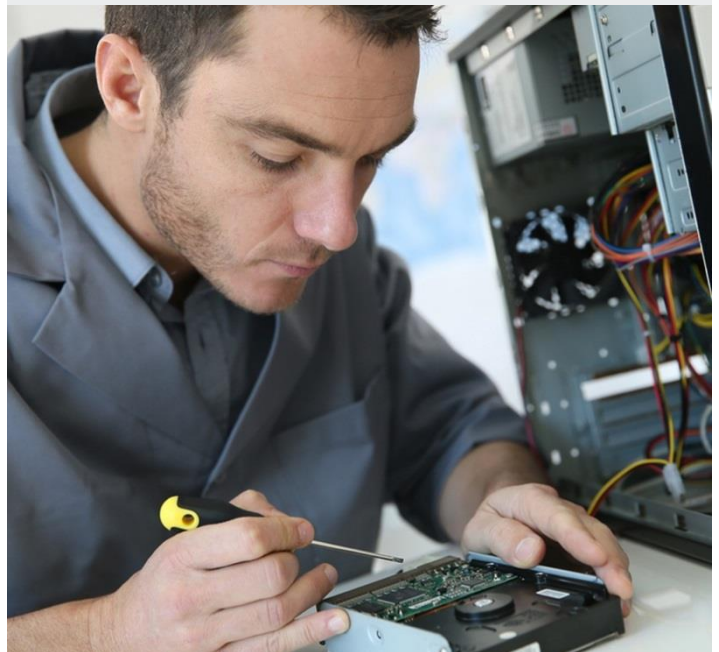


2. Поголема продуктивност

Цената на горивото е секогаш голема грижа кога станува збор за трошоците за возниот парк. Тие секако се лесни за мерење.

Сепак, недостатокот на продуктивност може да претставува прилично значителен трошок - или ако сакате, намалување на добивката. Проверете го следниот пример.

Вовед



Stark Industries е бизнис за одржување на компјутери лоциран во Париз. Нивниот тим за теренски услуги е составен од 30 техничари кои користат возен парк од комбиња за да ги посетат клиентите кога се потребни поправки или инсталации во просториите на клиентите.

Проблемот

Компанијата беше загрижена за времето на одговор на нивните теренски служби. По барањето на клиентот, потребно беше доста време и телефонски повици од канцеларијата до техничарите, за да се одлучат кои од нив ќе бидат следните слободни и релативно блиску до локацијата на клиентот.

Поради тоа, компанијата се плашеше да ги пребукира услугите, во отсуство на вистински информации во реално време од теренот. Ова резултираше со релативно ниска продуктивност на крајот од денот.

Всушност, иако поголемиот дел од услугите започнаа не повеќе од 3 часа откако беа побарани од клиентите, имаше значителен дел од работните места кои започнуваа со доцнење што клиентите го сметаа за прекумерно.

Време е да се започне со услугата на лице место, по барање

Време е да се започне со услугата на лице место, по барање	Процент
0-3 ч	58%
3-8 ч	18%
8-24 часот	11%
24 + ч	13%

Освен тоа, информациите за работата или нејзината локација не биле секогаш правилно доставени до техничарот. Честопати, адресата била неточна или описот на работата не бил јасен, што понекогаш резултирало со недоволен сет на алатки и материјали за да се заврши работата. Ова често значеше дека возилото ќе треба да се врати во седиштето пред повторно да се упати кај клиентот, или да се додели друг техничар.

Секој техничар во просек извршувал 5,15 услуги дневно, за вкупно 154,5 услуги месечно. За 8-часовен работен ден, тоа значеше приближно 1:30 часа по услуга. Компанијата знаеше дека просечното време што му е потребно на техничарот за навистина да ја заврши услугата во просториите на клиентите е 45 мин. Ова значеше дека 50% од расположливото време на техничарите се троши на друго место: возењето, чекањето нови работни места и самата работа во место беа препознаени како главни причини.

Решението

Компанијата одлучи да го инсталира Фротком во комбињата. Во исто време, беше усвоен и модулот за управување со работна сила, за да се обезбеди подобра комуникација со возачите и подобро контролирање на статусот на секоја работа.

Следниве модули беа активирани, заедно со основната услуга за следење на Фротком:

- Управување со работна сила**

Модул базиран на таблет во Фротком кој им овозможува на компаниите да испраќаат работни места, да ги следат статусите на работните места во реално време и да добиваат пополнети формулари по завршувањето на работните места.

- Контрола на рутата**

Назначување на најдобрите рути до возилата и контрола на извршувањето на рутите. Плус, компанијата почна да ја користи опцијата за пораки за известување, која испраќа известувања до клиентите, преку СМС или е-пошта, неколку минути пред пристигнувањето на доделените комбиња на нивните клиенти.

Резултатите

Добиени се следните резултати:

- На возилата им беа доделени рути врз основа на најкратките патеки и на најблиските техничари достапни за извршување на работата;
- Возилата кои не ги следат однапред доделените рути ќе активираат аларм надвор од рутата; на сличен начин, работните места кои траат предолго активираа аларми во Фротком, дозволувајќи му на менаџерскиот тим да ја провери и поправи ситуацијата пред да влијае на следните работни места;
- Информациите почнаа да се испраќаат секогаш во писмена форма, од канцеларијата до техничарите, вклучувајќи ги и адресите на клиентите преземени од CRM делот на Фротком. Вклучениот опис на работата им олесни на техничарите однапред да знаат кои алатки и материјали се потребни.

Резултатите

Следниве резултати беа постигнати од претходните акции:

- Времето на одговор се намали:

Време е да се започне со услугата на лице место, по барање	Процент	Варијација
0-3 ч	63%	+8,6%
3-8 ч	24%	+33,3%
8-24 часот	6%	-45,5%
24 + ч	7%	-46,2%

- Просечниот број на услуги дневно се зголеми од 5,15 на 5,45 (+5,8%). На крајот на месецот тоа претставуваше 198 услуги повеќе (со оглед на 22 работни дена месечно).

- Како последица на тоа, прометот на компанијата се зголеми. Со просечна наплата од 32,50 € по услуга, добивката беше за 6.435 € повеќе месечно. Нето добивката, по одбивањето на дополнителното гориво и другите трошоци направени со дополнителните услуги, изнесуваше 5.930 € месечно.

Вкупните трошоци за сопственост на Фротком беа приближно 30 € месечно по возило.

Затоа, нето добивката беше 5.030 € месечно, а рентабилноста беше 5,59.

Вреди да се забележи дека не само што се зголеми продуктивноста, туку се подобри и задоволството на клиентите, поради побрзата реакција на компанијата.

Следниот пример се занимава конкретно со задоволството на клиентите.



3. Зголемено задоволство на клиентите

Задоволството на клиентите понекогаш се гледа како нешто нематеријално. Обично знаеме кога клиентите се среќни или несреќни, но тоа не се покажува секогаш веднаш при нивните проверки - всушност може, ако се навистина несреќни!

Следниот пример илустрира еден конкретен случај во кој Фротком го подобри задоволството на клиентите и всушност беше можно да се пресмета директната добивка од тоа подобрување.

Вовед



Mom Corp е приватна компанија лоцирана во Лисабон, која обезбедува превоз за децата, до и од училиштата. Возниот парк на компанијата е составен од 8 минибуси со одобрен капацитет за превоз на 15 деца.

Проблемот

Вообичаените рути подразбираат преземање на децата наутро од нивните домови, нивно пуштање на училиште, потоа повторно земање после училиште, и пуштање назад дома или на други одредени места, како што се домовите на бабите и дедовците или активностите по училиште, како што се спорт или изведување уметности.

Mom Corp имаше два проблеми:

Прво, сообраќајот во Лисабон може да биде малку непредвидлив во раните утрински часови. Понекогаш едноставно не беше можно да се земат децата во однапред дефинираното време, поради што тие и нивните родители беа под стрес кога минибусот не пристигнуваше на време и немаше информации за неговото проценето време на пристигнување.

Повикувањето на компанијата не донесе ништо добро бидејќи во канцеларијата не се знаело каде се наоѓа возилото. Освен тоа, кога родителите ќе се јават тие веќе би биле незадоволни од услугата. Потребен беше подобар одговор.

Второ, бидејќи точното време на пристигнување на минибусите може да варира поради сообраќајните ограничувања, децата и родителите понекогаш не би биле подготвени на местото за подигање кога ќе пристигне минибусот.

За да не се загрози времето на пристигнување на децата на училиште, возачите имаа наредба да не чекаат повеќе од една минута, освен ако возилото не е пред време.

Повторно, ова ќе ги налути некои родители кои сега требаше да ги носат децата на училиште со семејниот автомобил и се најдоа како доцнат на своите работни места. Целата оваа ситуација создаде низа несреќни родители кои тврдеа дека услугата е непредвидлива и несигурна.

Како последица на тоа, компанијата не беше во можност да расте како што беше првично проценето. Всушност, беше предизвик да се задржат доволно клиенти за да се оправдаат 8-те возачи и минибусите.

Просечниот број на возења (едно возење е собирање и оставање на дете) извршени по минибус дневно сега беше 68; оригиналниот бизнис план процени најмалку 80.

Целиот капацитет на минибусите (15) сега беше далеку од искористување.

За помалку од 6 месеци, компанијата мораше да ја намали просечната месечна претплата, од 202 € на 166 €, само за да ги задржи клиентите.

Вкупниот број на клиенти беше 235.

Решението

Компанијата одлучи да го инсталира Фротком во минибусите. Не само што ова ќе и овозможи на канцеларијата да знае каде се наоѓаат возилата, туку и возачите би можеле да бидат предупредени за сообраќајните услови.

Но, најважно, беа избрани други модули, насочени кон создавање директен канал на информации до клиентите:

- **Контрола на рутата**

Компанијата почна да ја користи опцијата за пораки за известување, која автоматски испраќа СМС пораки до мобилните телефони на родителите и децата 5 минути пред предвиденото време на пристигнување на минибусите до нивните соодветни места за подигање.

- **Апликација Fleet Manager на Фротком**

Родителите и децата почнаа да ја користат и апликацијата Fleet Manager на Фротком за паметни телефони, што им овозможи да ја знаат точната локација на нивните доделени минибуси, во реално време.

Резултатите

Добиени се следните резултати:

- Бројот на случаи во кои децата го пропуштиле минибусот на збирната точка поради доцнење драстично се намалил.
- Не само тоа, туку и толеранцијата што ја користеа возачите да чекаат задоцнети деца стана многу помалку потребна.
- Задоволството на клиентите се зголеми. Всушност, не само родителите беа задоволни со новиот систем, тие почнаа да ја промовираат новата технологија со прикажување на апликацијата за паметни телефони на другите родители.
- Како последица на тоа, бројот на клиенти почна да се зголемува. Во следните две учебни години просечниот број на дневни возења по минибус се искачи од 68 на 86.

- Исто така, во две последователни години беше можно да се зголеми просечната месечна претплата речиси на првобитните вредности (од 166 € на 195 €).
- Компанијата заврши со уште 40 клиенти, со вкупно 275 клиенти.
- Вкупните месечни надоместоци се зголемија од 39.010 € на 53.625 € во периодот. За тоа требаше да се купи 1 нов минибус, со придружна вкупна месечна цена од 2.040 € (најчесто амортизација на возилото, плата на возачот и гориво). Така, месечниот приход по одбивањето на овие трошоци се зголеми за 12.575 €.

Вкупните трошоци за сопственост на Фротком беа приближно 20 € месечно по возило (9 возила сега).

Нето добивката по одбивањето на инвестицијата во Фротком и во новиот минибус беше 12.395 € месечно. ROI беше 4,58.

Заклучоци

Па еве ти. Три примери за тоа како Фротком може да генерира импресивни поврати на вашата инвестиција.

Ве охрабруваме да не ги земате само примерите погоре и да креирате свои сценарија.

За студии на случај за поголема продуктивност и зголемено задоволство на клиентите, посетете го Центарот за знаење на Фротком на www.frotcom.com или контактирајте со нас.



За авторот: Валерио Маркес е ко-основач и извршен директор на Фротком Интернационал, глобален снабдувач на системи за следење возила за управување со возниот парк. Валерио работи во следење возила од 1993 година. Frotcom International е приватна компанија со седиште во Португалија, која обезбедува решенија за управување со возниот парк за клиенти низ целиот свет. Клиентите опфаќаат од мали компании со само неколку возила, до компании за прекуграничен патен транспорт со илјадници возила.