

Spoštovani bralci,

v rokah držite Priročnik o Vianorju, ki združuje bistvene elemente, pomembne za našo prodajno-servisno verigo. Zasnovan je za pomoč pri delu in zajema splošne smer-nice Vianor Way. Nikakor ne gre za podroben opis vsake naloge, temveč za vodnik, ki pokriva najpomembnejše vidike našega dela kot skupine.

Priročnik obsega pet poglavij, od osnov naprej – kaj smo, videz in občutek, kako v naših centrih pomagamo strankam in vodimo skupine zaposlenih. V poglavju Naša zgodba boste izvedeli, kaj smo kot veriga, od kod prihajamo in kam smo namenjeni. V vsakem poglavju so pojasnila, zakaj je tema pomembna, podrobnosti o temi, najboljše prakse in sklici na dodatne informacije.

Ko rastemo in se širimo kot prodajno-servisna veriga, nenehno razvijamo nove načine za podporo družini

Vianor. Priročnik, ki ga zdaj berete, je samo en primer takšne podpore. Priročnik o Vianorju so napisali člani skupine Vianor iz celotnega podjetja in vključuje primere iz naših servisnih centrov.

Upam, da se vam bo zdel koristen. Priročnik poudarja, kaj nam je najpomembnejše, od načina, kako delamo skupaj, do tega, kako služimo strankam. Pomagal nam bo, da bomo res pripravljeni. Želim vam varno pot!



Anna Hyvönen, generalna direktorica

Kazalo

01

Naša zgodba

02

Blagovna
znamka in
vizualni
elementi

03

Izkušnja
strank
in prodaja

04

Rešitve
za stranke

05

Vodenje in
zaposlitvena
izkušnja



01

Naša zgodba



Naša nordijska dediščina in dozdajšnja pot

Zamislite si čisto navadno cesto, prevlečeno s črnim asfaltom. Ko severno poloblo zajame zima, cesto prekrivata sneg in led, zato je črna površina komaj vidna. Zima je čaroben čas in v vremenskih pogojih, ki se hitro spreminjajo, se ceste lahko pojavijo, kjer si jih je težko predstavljati, denimo na zamrznjenih jezerih, ali pa izginejo brez sledu. Ti pogoji – spolzka cesta in zahtevne vozne razmere – vedno znova preizkušajo naše pnevmatike, storitve ter znanje in izkušnje. V teh pogojih sta se razvila Vianor in naši temeljni izdelki Nokian Tyres. Našo nordijsko dediščino izraža ime Vianor, ki izvira iz latinščine in pomeni »severna cesta«. Ravno na severnih cestah smo pridobili izkušnje in veščine, ki nas ločijo od drugih tudi v najtežjih pogojih. Iz nordijske dediščine izhaja tudi naša sposobnost izpolnjevanja severnih standardov ter zagotavljanja kakovosti, funkcionalnosti in, kar je najpomembnejše, varne poti za naše stranke, ne glede na to, v katerem delu sveta vozijo.

Smo prvi kanal za distribucijo pnevmatik znamke Nokian Tyres. S svojo mrežo servisnih centrov, ki so last podjetja Vianor ali podjetnikov, smo družina s svetovnim dosegom. Nenehno rastoča mreža servisnih centrov je bila ustanovljena v nordijskih državah in se širi z izjemno hitrostjo. S hitrim širjenjem smo postali največja prodajno-servisna veriga na svojem področju v Severni Evropi in pomemben akter na več drugih geografskih trgih, na primer v Srednji Evropi in snežnem pasu Severne Amerike.

Zaradi česa je Vianor to, kar je

Naša prodajno-servisna veriga je družina vrhunskih strokovnjakov. Kot družina ravnamo pravično tako z zaposlenimi v Vianorju, kot z zaposlenimi v podjetjih partnerskega omrežja in jih obravnavamo kot enakovredne člane, s katerimi nas združujejo skupne vrednote. Naše vrednote – podjetništvo, iznajdljivost in timski duh – izvirajo iz kulture podjetja Nokian Tyres, duha Hakkapeliitta, poimenovanega po zimski pnevmatiki Hakkapeliitta. Vrednote so pomembno gonilo našega sedanjega in prihodnjega uspeha. Cenimo tesne odnose s strankami in ker se vedno trudimo razumeti njihove potrebe, lahko dejavno zagotavljamo in razvijamo visokokakovostne izdelke in storitve.

V okviru družine enakovrednih članov in partnerskih servisnih centrov, veriga Vianor nenehno razvija elemente koncepta zmagovalne prodajno-servisne verige, ki podpirajo sedanje člane družine ter privabljajo nove partnerje in stranke. Priročnik, ki ga zdaj berete, je samo en primer te podpore, in opisuje jedro koncepta verige Vianor. Biti član družine pomeni spoštovati naše vrednote in načine dela: stvari, zaradi katerih je Vianor Vianor.



TIMSKI DUH

Pripravljenost na združen boj

Delamo v vzdušju iskrene dobre volje in produktivnosti. Delamo kot skupina, zanašamo se drug na drugega, med seboj se podpiramo in po potrebi zagotavljamo konstruktivne povratne informacije. Sprejemamo razlike in spodbujamo druge člane skupine, da dosegajo uspeh tudi kot posamezniki.



PODJETNIŠTVO

Želja po zmagi

Smo hitri, pogumni in željni dobička. Postavljamo si ambiciozne cilje, delamo z vso vztrajnostjo in nikoli ne odnehamo. Smo dinamični in točni, zadovoljstvo strank pa nam pomeni največ.



IZNAJDLJIVOST

Želja po preživetju

Sposobni smo preživeti in se izkazati tudi v najzahtevnejših okoliščinah. Naša kompetenca temelji na ustvarjalnosti, radovednosti in drznosti dvomiti v obstoječe stanje. Žene nas želja po učenju, razvoju in ustvarjanju novega.

Varna pot je glavna obljuba, ki jo dajemo zaposlenim in strankam. Varnost je na prvem mestu, zato je naša prednostna naloga pri vsakem delu in storitvenem srečanju poskrbeti za varnost zaposlenih in strank. V širšem smislu se obljuba varne poti nanaša tudi na trajnost. Naša skrb za okolje izvira iz nordijske dediščine in spoštovanja do neokrnjene nordijske narave. Na okolje moramo pomisliti pri vsaki odločitvi, od pametne porabe energije v servisnih centrih do upoštevanja lokalnih zakonov o varstvu okolja. Ne zanikamo svoje odgovornosti do družbe kot celote. Pri poslovanju igramo pošteno in poznajo nas kot partnerja, vrednega zaupanja: vedno izpolnimo obljube.

Celovita skrb za vozila strank

Svojim strankam, tako posameznim potrošnikom kot poslovnim strankam, nudimo optimiziran servis in portfelj izdelkov. Ponujamo jim širok nabor storitev in pnevmatik, od modelov za samokolnice do tistih za zemeljske stroje, in skoraj vse vmes. Vendar je obsežna ponudba visokokakovostnih izdelkov samo eden od temeljev izjemne izkušnje strank. Navsezadnje gre za

vsoto velikega števila elementov. Zagotavljamo celovito oskrbo vozil, pri čemer izpolnimo ali celo presežemo pričakovanja strank ter poskrbimo, da je njihova izkušnja storitvenega srečanja preprosta, prijazna in zanesljiva. S temeljitim pregledom čisto vsakega vozila zagotavljamo, da se standardi kakovosti in varnosti dosledno izpolnjujejo. Skratka, mi skrbimo za vozila strank, da lahko stranke skrbijo za stvari, ki so jim zares pomembne.

Pri Vianorju verjamemo, da se ne ločimo od drugih samo po kakovosti, ampak tudi po samem načinu dela. Vemo, da je najboljšo delovno mesto na svetu temelj varne poti za nas in naše stranke. Odlična zaposlitvena izkušnja in najboljša izkušnja strank daleč naokoli spadata skupaj in postavljata temelje našega uspeha – ker je Vianor Vianor zaradi nas.

Pot pred nami

Naša glavna obljuba – varna pot – zajema tudi pot, ki je še pred nami. Želimo biti najbolj priljubljeni ponudnik pnevmatik in avtomobilskih storitev v vseh skupinah strank. Z zagotavljanjem vrhunske izkušnje zaposlenim in strankam si prizadevamo postati delodajalec številka 1 na svojem področju ter najbolj zaželeni sodelavec za partnerje in stranke. S tem želimo vzpostaviti poslovno rast in izboljšati donosnost. Verjamemo, da lahko v veliki meri izpolnimo svojo glavno obljubo, če strankam najprej ponudimo izdelke Nokian Tyres – najboljše in najvarnejše pnevmatike na svetu.

Širjenje v vseh kanalih, kjer so prisotne naše stranke

V prihodnosti se bomo še naprej širili v smislu geografskega dosega in baze strank. Poleg tega bomo namenjali posebno pozornost zagotavljanju svojega vodilnega položaja na področju in nadaljnje rasti na izbranih trgih. Želimo si biti prisotni v vseh kanalih, ki jih uporabljajo naše stranke, in nenehno razvijati večkanalno ponudbo. Nadaljnje možnosti rasti vidimo v razvoju inovacij pri storitvah in v konceptu zmagovalne prodajno-servisne verige, s katerimi bomo pritegnili nove stranke in partnerje. Medtem ko se osredotočamo na donosnost poslovanja, si želimo tudi vedno boljše služiti strankam. Vse to bomo naredili skladno z obljubo o varni poti.



02

Blagovna znamka in vizualni elementi

Blagovna znamka in vizualni elementi

Naša podoba je izraz nordijske dediščine ter kakovosti izdelkov in storitev, ki jih prodajamo. Ker smo glavni distributer izdelkov Nokian Tyres, naša blagovna znamka ni samo naša stvar, temveč izraža tudi vrhunsko kakovost naše glavne linije izdelkov. Naše sedanje in potencialne stranke ob imenu Vianor pomislijo na določene stvari, ki vplivajo na njihove odločitve o nakupu, tudi če se tega ne zavedajo. Jasno označenje in trženje pomagata oblikovati to podobo Vianorja, tako da nas stranke prepoznajo in ločijo od konkurentov. Po logotipu, barvah in standardiziranem načinu dela stranke vedo, da so prišle v Vianor, kjer koli nas obišejo, tudi če gre za enega od naših digitalnih kanalov.

Naša blagovna znamka je vse, kar počnemo

Naša blagovna znamka ni ločena od nas – nanjo vpliva vse, kar počnemo ali ne počnemo. Naša dejanja in način dela so najpomembnejši elementi za izgradnjo močne in enotne blagovne znamke Vianor: ob vsakem srečanju s stranko jo vsak od nas naredi še močnejšo. Prijeten videz in občutek servisnih centrov ter blišč trženjskega gradiva so samo pika na i. Pri naši blagovni znamki gre dejansko za pozitiven vtis, ki si ga stranke ustvarijo iz izkušenj z nami.



Temelji naše blagovne znamke

Videz je pomemben del naše blagovne znamke, vključno z logotipom, barvami in vsemi drugimi vizualnimi elementi, ki jih ljudje vidijo ob obisku našega spletnega mesta ali enega od Vianorjevih servisnih centrov. Vendar ni pomembno samo, kar stranke vidijo; pomembna je tudi njihova izkušnja pri poslovanju z nami – naj gre za telefonski klic, storitev, ki jo prejmejo v servisnem centru, ali za priporočilo prijatelja. Svojo pozitivno podobo v mislih strank lahko okrepimo z zagotavljanjem preproste, prijazne in zanesljive storitve ter s tem, da stranke po vsakem poslu z nami vedo, da so pripravljene za na pot. Vse to pomaga strankam, da nas ločijo od konkurentov,

zato lahko postanemo prednostni ponudnik pnevmatik in avtomobilskih storitev v vseh skupinah strank.

Naša blagovna znamka zaživi v obljubi, ki jo daje celotna veriga Vianor, da strankam ponujamo najlažji način oskrbe vozil. Če nas stranke vidijo kot zanesljive, zavezane služiti, vendar človeške in preproste, nam to pove, da obljubo uspešno držimo. Stranke se lahko zanesejo na nas, ker jim z visokokakovostno storitvijo zagotavljamo brezskrbnost. Ko oskrbujemo njihova vozila, so lahko prepričane, da so vozila varna in bodo ohranila svojo vrednost.

Z vsemi svojimi dejanji želimo krepiti podobo Vianorja kot kakovostne blagovne znamke. Stranke ne pridejo k nam samo po izdelke ali storitve – kupijo tudi varnost, preprostost in udobje. Močna blagovna znamka in pozitivna podoba Vianorja znotraj in zunaj prodajno-servisne verige je sporočilo, ki ne dosega samo naših trenutnih in potencialnih strank. Privablja tudi nove ljudi, da delajo za nas in nam daje razlog za ponosno pripadnost družini Vianor.



Preprosto

Prijazno

Zanesljivo

Naš videz in občutek

Naš videz in občutek sestavljajo vizualni elementi servisnih centrov, tako znotraj kot zunaj, in naš videz v javnosti, vključno s servisnimi vozili, ki jih vozimo, oblačili, ki jih nosimo, in oglasi, ki jih vidijo stranke. Pomembna je tudi naša prisotnost v različnih kanalih, vključno s tiskom, spletnim mestom in družbenimi mediji. Splošne smernice o našem videzu in občutku ter specifična navodila so na voljo v priročniku za blagovno znamko. V celotni verigi imamo vzpostavljene pravilnike za vse vrste komunikacije, vključno z družbenimi in tradicionalnimi mediji. V Orodju je na voljo najnovejše gradivo za oglaševalske namene. Ker smo v vseh kanalih videti in slišati enako, stranke vedo, da smo to mi, ne glede na to, ali pridejo v stik z nami v družbenih medijih ali naletijo na naš oglas v časopisu.

Prepoznavnost za stranke

Zaradi vizualnih elementov, ki jih uporabljamo, kot so logotip in barve, stranke od daleč prepoznajo naše servisne centre. Ob prihodu v servisni center lahko vedno pričakujejo podobno: podatki o cenah so vidni, znaki jasno označujejo različne prostore in razkazani so izdelki Nokian Tyres s pripadajočim trženjskim gradivom. Stranke prepoznajo tudi nas, osebje servisnega centra, ker na delu vedno nosimo Vianorjevo uniformo. Vendar je za naša oblačila še drug razlog: pomagajo nam učinkovito in varno opravljati delo. Smo ponosni strokovnjaki, kar izražamo tudi z oblačili in varnostno opremo.



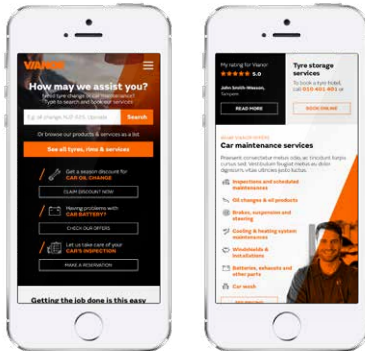
Vianorjev logotip in plakat

1.



Vse okoli nas izraža, kaj je Vianor: notranjost in zunanost naših servisnih centrov, naše uniforme ter na splošno vsi pripomočki in varnostna oprema, ki jih uporabljamo pri vsakodnevnem delu. Ob pogledu na urejen prostor stranke vedo, da so prišle nekam, kjer se stvari dobro opravljajo. Čist prostor je pogoj za preprosto in hitro postrežbo strank ter za lastno varnost. Tudi na poti smo žive reklame za Vianor, zato servisna vozila nosijo naše barve in logotip ter so vedno čista in bleščeča.

2.



4.



3.



1. Sejna soba Hehku na sedežu Vianorja, 2. vianor.com, 3. Vianorjev avto, 4. Oblečila za zaposlene

Kako naša znamka zaživi

Ob komuniciranju s strankami, tako vizualnim kot verbalnim, ustvarjamo njihova pričakovanja. Vsako srečanje s stranko, bodisi iz oči v oči ali prek enega od naših drugih kanalov, pomeni trenutek, ko lahko ta pričakovanja izpolnimo ali jih celo presežemo. Če stranke menijo, da jim nismo zagotovili preproste, prijazne in zanesljive storitve, ni pomembno kako privlačen je naš servisni center ali spletno mesto. Nobeno srečanje se nam ne zdi premajhno, da bi mu namenili vso pozornost: vsak stik lahko okrepi našo blagovno znamko v mislih strank. Zato vedno dodajmo še nasmeh!

Pomembne so tudi najmanjše podrobnosti

Vsi predstavljamo blagovno znamko Vianor s svojimi dejanji in vedenjem. Ne gre samo za to, kar govorimo in delamo v servisnem centru. Šteje vse, kar naredimo v Vianorjevi obleki, med vožnjo servisnih vozil ali celo med zasebnim pogovorom s prijatelji, če govorimo o delu. Kako govorimo o Vianorju pred strankami, sodelavci in prijatelji vpliva na to, kako nas vidijo ljudje znotraj in zunaj prodajno-servisne verige. Vse, kar počnemo pri delu, tudi med odmori, lahko vpliva na predstavo strank o nas. Pomembne so tudi najmanjše podrobnosti. Kdo si denimo želi, da bi morale stranke, ki smo jim pravkar zagotovili izvrstno storitev, na poti iz servisnega centra preskočiti kup smeti ali se prebiti skozi oblak cigaretnega dima?



Štejejo celo najmanjša srečanja s strankami – ravno tedaj blagovna znamka zaživi!



03

Izkušnja strank in prodaja

Ker nam ni vseeno za stranke in njihovo varnost, želimo poskrbeti, da bo njihova izkušnja poslovanja z nami karseda dobra. Če razumemo, kaj stranke potrebujejo, jim lahko zagotovimo najboljšo izkušnjo. Kako naše stranke dojemajo Vianor, temelji na njihovih srečanjih z nami.

Stranke ob vsakem srečanju verjamejo, da lahko kot strokovnjaki izpolnimo njihove potrebe – tiste, ki jih poznajo in izrazijo, vendar tudi tiste, za katere sploh še ne vedo. Vsak voznik ve, da so vsakršne težave z vozilom lahko izjemno stresne. Zato najprej odpravimo nujno težavo, pri tem pa smo pozorni na vse, kar bi lahko potrebovalo rešitev pozneje. To je pomembno tudi pri poslovnih

strankah: ker mi skrbimo za njihova vozila, se lahko osredotočijo na svoje glavno delo.

Naša moč je v poznavanju strank

Strankam ne zagotovimo samo enkratne rešitve. Vsako srečanje je pomembno za izgradnjo zaupanja in dolgotrajen odnos. Naša moč je v poznavanju strank. Ker vodimo evidenco o zgodovini storitev za vse stranke, nam to pomaga, da jim ponudimo pravo rešitev zdaj in v prihodnosti.

Pot strank

Postrežba strank se nam zdi kot pot. Stranka lahko pride v naš servisni center ali nas pokliče po številnih različnih poteh. Vse več strank poišče kar potrebujejo na spletu; zato je naša spletna prisotnost močna, da lahko brez težav najdejo informacije o iskanih izdelkih in storitvah. Vemo tudi, da je priporočilo prijatelja ali celo neznanca včasih učinkovitejše od trženjskih sporočil, ki jih objavljamo. Stranke, ki zapustijo naš servisni center zadovoljne, so v nekem smislu »hodeči in govoreči oglasi« za Vianor.

Gradnja dolgotrajnih odnosov s strankami

Prvo srečanje s stranko, bodisi po telefonu, spletu ali osebno, je priložnost narediti pravi vtis in ji pokazati, da je poslovanje z nami preprosto ter da smo res prijazni in zanesljivi. S strankami želimo zgraditi dolgotrajne odnose ter si pridobiti njihovo zaupanje in zvestobo. Vemo, da se bodo stranke vrnile k nam, ker z njimi ravnamo kot je treba in vedno znova izpolnimo njihova pričakovanja.

Že v bližini svoje trgovine lahko najdemo številna podjetja, velika in majhna, s pnevmatikami ali vozili, ki potrebujejo servisiranje. Čas zunaj največje sezone nam ponuja odlično priložnost, da organiziramo srečanja z lastniki lokalnih podjetij in ugotovimo, kaj potrebujejo. Na privabljanje novih poslovnih strank se dobro pripravimo, prevzamemo iniciativo in poiščemo tiste, ki jim lahko ustrezemo, namesto da bi čakali, da sami pridejo k nam.

Poleg tega dejavno iščemo priložnosti, kako ponuditi strankam več storitev, ne samo za povečanje prodaje, temveč predvsem zato, da je življenje strank varnejše in lažje. Ko denimo nekdo naroči menjavo pnevmatik, mu vedno ponudimo še storitev shranjevanja pnevmatik, tako da se naš odnos s stranko nadaljuje tudi po največji sezoni. Če ponujamo tudi servisne storitve, le-tega ne sestavljata samo dva zelo prometna letna časa, ampak kar štiri – dva za tradicionalno obremenitev z menjavami pnevmatik in dva za zagotavljanje popolne oskrbe vozil z drugimi storitvami. Če namenimo določene letne čase servisnim storitvam, nam to omogoča, da posvetimo vso pozornost temu rastočemu področju in povečamo svojo zmožnost ponujanja vsega na enem mestu. Izpolnjevanje vseh potreb strank, ki so povezane z vožnjo, je naš cilj in to je eden od načinov, kako ga bomo dosegli.

Pri vsem, kar počnemo, vedno upoštevamo vodilno načelo – da naredimo, kar je najboljše in najvarnejše za stranko. Izpolnjevanje pričakovanj strank ni samo nekaj, za kar si prizadevamo kadar gre vse po pričakovanjih, temveč je še pomembnejše, kadar želi nekdo uveljaviti reklamacijo ali prosi za nekaj, česar kot strokovnjaki ne priporočamo. Tudi v teh zahtevnejših situacijah poskrbimo, da stranke zapustijo naš servisni center boljše razpoložene, kot so bile ob prihodu.





03 IZKUŠNJA STRANK IN PRODAJA

Kako ustrezemo strankam

Vsakič, ko v servisni center vstopi stranka, moramo najprej poskrbeti, da se počuti dobrodošlo. To lahko naredimo tudi, kadar smo zaposleni. Dovolj je, če stranko opazimo in jo prijazno pozdravimo. Ko stranko vprašamo, kako ji lahko pomagamo, je to naš pripomoček za odkrivanje kaj potrebuje, da ji lahko ponudimo ustrezno rešitev. Ob pomoči informacij, ki jih imamo o stranki in njeni zgodovini z nami, ji lažje zagotovimo varno pot. To nekoliko olajša življenje tudi strankam, saj jim ni treba vedno znova govoriti o zgodovini avtomobila. Med stiki z nami jim tudi ni treba razumeti tehničnih izrazov, saj vsako rešitev pojasnimo tako, da je zlahka razumljiva. Navsezadnje smo strokoven partner iz avtomobilske industrije.

Če ne moremo rešiti težave danes, rezerviramo poznejši termin. Ko se dogovorimo o naslednjih korakih, posodobimo račun stranke na podlagi dogovora in se prepričamo, da so njeni kontaktni podatki v naši evidenci pravilni. To ne zagotavlja samo, da lahko stopimo v stik s stranko glede dela, ki ga trenutno opravljamo; omogoča nam tudi, da zvestim strankam pošiljamo sporočila po meri, ki podpirajo njihove specifične potrebe. Posodabljanje podatkov je tudi primeren trenutek, da ponudimo dodatne storitve, za katere menimo, da bi jih vozilo stranke morda potrebovalo.

Pogodbe o ravni storitev olajšajo delo nam in strankam

Ko se srečamo s predstavnikom ene od poslovnih strank – denimo z voznikom tovornjaka ali nekom z avtomobilom na lizing – informacije, ki jih imamo v sistemu, vključujejo pogodbo o ravni storitev z njegovim podjetjem. Sklenjena pogodba o ravni storitev olajša delo nam in strankam. Iz pogodbe je namreč razvidno, katere storitve so ključnega pomena za strankino osnovno dejavnost. Pri naših strankah z voznim parkom so to denimo storitve, ki karseda podaljšajo čas delovanja voznega parka. V okviru storitvenega srečanja lahko na podlagi znanja, izkušenj in informacij o zgodovini storitev, ki jih imamo o njihovih vozilih, pomagamo strankam izbrati rešitve, ki jih potrebujejo. To so veščine, ki jih lahko vedno nadalje razvijamo in veriga Vianor nas pri tem podpira. Usposabljanje in praksa nam olajšata ustvarjanje najboljše možne izkušnje za stranke. Za namen razvoja načinov, kako ustreči posameznim potrošnikom in poslovnim strankam, imamo preprost dostop do spletnih virov in usposabljanja, denimo prek sistema eAcademy.

Izkušnja strank

Vsaka stranka, ki stopi v stik z nami preko spleta ali pride v naš servisni center, si je v mislih že ustvarila predstavo, kakšna bo njena izkušnja. Čeprav ne poznamo njenih natančnih pričakovanj, ne moremo narediti napake, če ji ponudimo standardizirano kakovost. Po menjavi pnevmatik na primer vedno operemo prejšnje pnevmatike in jih shranimo v vrečo v prtljažniku, če stranka ne naroči skladiščenja pnevmatik. To je primer, kaj pomeni standardizirana kakovost. Delovna navodila vodijo vse naše zaposlene pri zagotavljanju takšne kakovosti. Zagotavljanje standardizirane kakovosti in izjemna izkušnja strank sta še posebej pomembna med največjimi sezonami, ko se srečamo z večino strank. Zato se že pred sezono dobro pripravimo, usposobimo in opravimo večino notranjega razvoja, tako da se lahko v najbolj zaposlenem obdobju osredotočimo na stranke in dobro opravljanje dela..

Izkušnja strank je pomembna v vseh kanalih

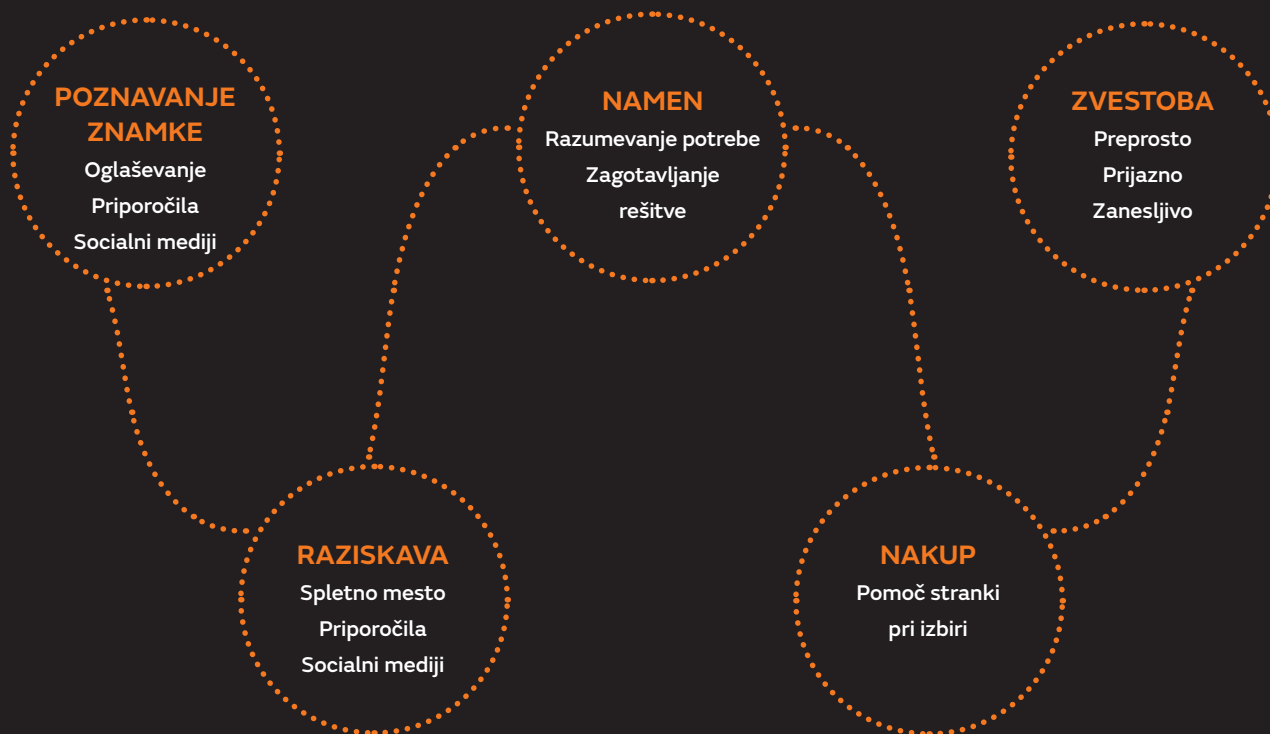
Vse stranke ne pridejo osebno v naš servisni center, vendar so nam kljub temu enako pomembne. Imamo denimo stranke, ki kupijo naše izdelke na spletu in poslovne stranke, ki jih sami obiščemo na njihovi lokaciji. Ko zapustimo trgovino in strežemo strankam drugje, je enako pomembno zagotoviti, da je njihova izkušnja čim boljša. Ko preverimo, kaj je vključeno v pogodbo o opravljanju storitev, s seboj prinesemo izdelke in opremo, ki jih bomo morda potrebovali in zagotovimo lastno varnost. S tem poskrbimo, da bomo lahko med srečanjem namenili vso pozornost stranki.

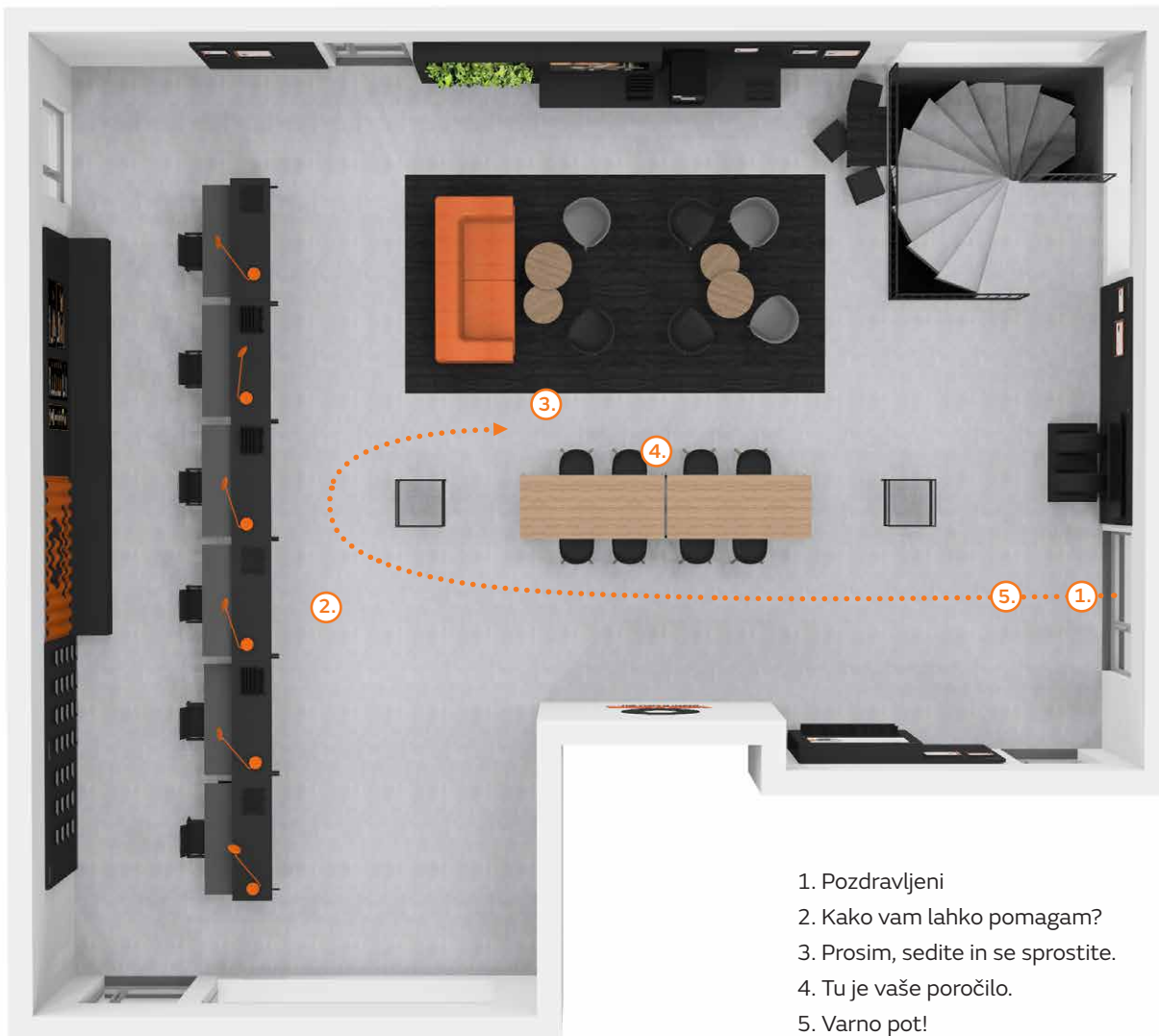
Pri Vianorju verjamemo, da se ločimo od drugih ravno po izkušnji strank, ki jo ponujamo: vrhunski izdelki v kombinaciji z visokokakovostnimi storitvami zagotavljajo varno pot. Stranke nas izberejo zaradi izkušnje, ne samo zaradi cene izdelkov ali storitev. Če se osredotočimo na zagotavljanje čim bolj varne poti za stranke, nam ni treba konkurirati samo s ceno. Kot ponosni strokovnjaki vemo in se trudimo, da tudi stranke razumejo, da je vredno investirati v vrhunske izdelke in storitve vrhunske kakovosti, ki zagotavljajo varno pot.

Vse kar delamo in naš način dela vplivata na izkušnjo stranke, ne glede na to, ali se s stranko srečamo v servisnem centru ali samo servisiramo njeno vozilo. Zagotavljamo dosledno storitev prek vseh naših kanalov in si prizadevamo narediti izkušnjo čim boljšo ne glede na kanal, po katerem stranke stopijo v stik z nami. Med drugim nenehno razvijamo svoje digitalne kanale, tako da so čim preprostejši za uporabo. Spletno izkušnjo si želimo približati duhu srečanja v servisnem centru, da bodo lahko stranke nemoteno sodelovale z nami med različnimi kanali.



Vse kar delamo in naš
način dela vplivata na
izkušnjo strank!





04

Rešitve za stranke

Celovita ponudba storitev za varno pot

S celovito ponudbo storitev lahko strankam ponudimo najboljšo rešitev v vsakem trenutku. Ker smo prisotni v več kanalih, nas stranke lahko dosežejo preko spleta, kadar jim najbolj ustreza. Digitalna orodja, ki jih uporabljamo, nam pomagajo pri krojenju najboljših rešitev za stranke ter razviti kombinacije izdelkov in storitev na način, ki je preprost za uporabo. Smo vrhunski strokovnjaki z vsem znanjem, ki ga potrebujemo za zagotavljanje praktičnih priporočil strankam. Ta priporočila lahko strankam olajšajo življenje, jim zagotovijo varnejšo pot in pomagajo ohraniti vrednost njihovih vozil. To velja za posamezne potrošnike in poslovne stranke in ravno zato smo vodilno podjetje na področju.

Ponosni smo, ker vedno natančno vemo, kakšne izdelke in storitve ponujamo

Kot vrhunski strokovnjaki tudi ves čas posodabljammo svoje tehnično strokovno znanje in poznavanje izdelkov. Tako si na začetku sezone vedno vzamemo čas, da spoznamo nove izdelke – zlasti izdelke proizvajalca Nokian Tyres. Sezonska srečanja so za nas pomemben

forum, kjer lahko posodobimo svoje znanje. Ponosni smo, ker vedno natančno vemo, kakšne izdelke in storitve ponujamo. Vemo tudi, kako se izdelki varno namestijo, ne glede na to, ali smo odgovorni za njihovo prodajo ali namestitve. Vedno se trudimo zagotavljati standardizirano kakovost v vseh servisnih centrih in kanalih. Zaradi celovite ponudbe storitev in sposobnosti dajanja odličnih priporočil smo resnično celovit ponudnik storitev, ki lahko na enem mestu izpolni vse potrebe strank, povezane z vožnjo. Cilj naše prodajno-servisne verige je, da lahko stranke pričakujejo podoben izbor izdelkov in storitev ne glede na to, katerega od Vianorjevih servisnih centrov obiščejo. To je mogoče, ker naša politika na ravni celotne verige vodi enotno ponudbo izdelkov in storitev. Vendar pa nekateri od naših servisnih centrov služijo specifičnim skupinam strank, kar vpliva na obseg izdelkov in storitev. Storitveni centri v mestih običajno ne ponujajo pnevmatik za traktorje. Z vsem, kar počnemo, si prizadevamo izpolniti vse potrebe strank in včasih celo preseči njihova pričakovanja.

Politika na ravni verige Vianor za celovito ponudbo izdelkov

Čeprav včasih govorimo o izdelkih in storitvah ločeno, so ti eno in isto v očeh strank, ki pridejo v Vianor – trgovino, ki ponuja vse na enem mestu. Storitve ni nekaj ločenega, temveč pomemben sestavni del izdelkov, ki jih ponujamo.

Za nas so najvarnejše poti tiste, po katerih peljejo pnevmatike Nokian Tyres

Nabor izdelkov, ki jih ponujamo, je zasnovan na podlagi različnih lokalnih vozniških pogojev in cenovnih segmentov ter vključuje izdelke za vse potrebe, ne glede na debelino strankine denarnice. Tudi tu je ključno naše znanje: če poznamo vozila strank, njihov slog vožnje in kilometrino ter različne vozne pogoje, s katerimi se soočajo po vsem svetu, lahko izberemo prave pnevmatike za njihova vozila. Za nas so najvarnejše poti tiste, po katerih peljejo pnevmatike Nokian Tyres, zato strankam vedno najprej ponudimo to znamko.

Jedro našega nabora izdelkov vključuje pnevmatike za vse vrste vozil, od osebnih avtomobilov do tovornjakov, avtobusov in težkih strojev, zato lahko posameznim potrošnikom in poslovnim strankam ponudimo široko izbiro. Poleg pnevmatik za vse letne čase in pogoje ponujamo še druge izdelke, kot so platišča in sistemi za nadzor tlaka v pnevmatikah, ki dopolnjujejo jedro naše ponudbe izdelkov.

Glede izdelkov, ki jih ponujamo, in izbire dobaviteljev s katerimi sodelujemo, se pri Vianorju ravnamo po politiki na ravni celotne verige. Politika verige za ponudbo izdelkov zagotavlja, da dobimo najboljše možne nabavne pogoje, vključno s konkurenčnimi nabavnimi cenami, ki posledično prispevajo k našemu uspehu in pomagajo vzdrževati donosnost naših servisnih centrov. Kar je še pomembneje, politika zagotavlja, da lahko vsi delamo v varnem okolju in da lahko naše stranke vozijo varno. Pri izbiri dobaviteljev veriga Vianor išče zanesljive partnerje, s katerimi lahko dolgoročno sodelujemo in razvijamo svoje poslovanje. Pri ponudbi izdelkov si vedno prizadevamo za najvišjo kakovost v vsakem cenovnem segmentu ter za trajnostne in okolju prijazne odločitve. Pomembno je, da imamo vsi besedo pri izbiri, katere izdelke in storitve bomo vključili v ponudbo na ravni verige.

SEZONSKA IN PARTNERSKA SREČANJA ZA RAZPRAVO O IZDELKIH



Seznamimo se z novimi izdelki za prihajajoči letni čas in posodobimo znanje o drugih izdelkih.



Razpravljamo o tem, kateri izdelki in storitve bi morali biti del naše ponudbe v prihodnosti.

Strankam želimo zagotoviti enako visoko kakovost blaga in storitev, ne glede na to, v kateri servisni center pripeljejo svoje vozilo. Storitve vezane na pnevmatike, redno vzdrževanje in popravilo avtomobilov so nekatere storitve, ki jih ponujamo. Tako kot pri izdelkih, se tudi pri obsegu razpoložljivih storitev ravnamo po politiki na ravni verige. V praksi nam to omogoča ohranjanje standardizirane kakovosti, ki jo zagotavljamo v celotni verigi. Za pomoč imamo na voljo preprost dostop do usposabljanja in virov prek sistema Hakkapeliitta eAcademy, kjer lahko posodabljammo znanje o izdelkih in razvijamo svoje veščine.

Pri poslovnih strankah ne gre samo za prodajo izdelkov ali storitev, ki jih potrebujejo v nekem trenutku, temveč za čim boljše podporo njihovega podjetja kot celote. To pomeni, da številni izdelki in storitve, ki jih zagotavljamo, niso naštetih v brošuri – namesto tega jim dodelimo uslužbenca, ki pozna njihovo poslovanje in potrebe ter ga lahko pokličejo, kadar koli potrebujejo izdelek ali storitev, povezan z vožnjo.

Izdelki, ki jih prodajamo, so varni in okolju prijazni

Trajnost je ključnega pomena za našo celovito ponudbo storitev. V praksi to pomeni, da so izdelki, ki jih prodajamo, varni in okolju prijazni; naša veriga zagotavlja, da je vsak dobavitelj, s katerim sodelujemo, zavezan etičnim in varnim delovnim pogojem ter poslovanju. Poleg tega se trajnost nanaša na naš način dela, večšine in opremo, ki jo uporabljamo. Vemo, kako varno uporabljati opremo, da se nihče ne poškoduje ter kako pravilno odstraniti in reciklirati odpadke, kot so rabljene pnevmatike in odpadno olje.

Vsi lahko sodelujemo pri razvoju storitev

Vloga tradicionalnih in digitalnih storitev ki jih zagotavljamo nenehno narašča, zato so vsak dan pomembnejši del naše ponudbe. Digitalni zapis o vzdrževanju v sistemu MyVianor je dober primer storitve z dodano vrednostjo, ki pomaga zadovoljiti potrebe naših strank še bolje kot prej. Razvijanje naših storitev ni zadolžitev izbrane skupine, ampak naravno izhaja iz duha Hakkapeliitta in je nekaj, pri čemer lahko vsi sodelujemo. Naš cilj je izpolniti vse potrebe strank, ki so povezane z vožnjo.



Za nas so najvarnejše
poti tiste, po katerih
peljejo dobro vzdrže-
vana vozila in izdelki
Nokian Tyres.





Elementi oblikovanja notranjih prostorov ustvarjajo edinstveno Vianor izkušnjo

- Prodajni pult z vidnim naborom storitev v ozadju
- Vidno označenje z logotipom
- Sprostitveni salon s kavčem za stranke
- Salon za stranke z vtičnicami za napajanje
- Ponudba kakovostne kave
- Magnetni modularni zidni elementi, s katerimi je vsebina blagovne znamke organizirana, racionalizirana in preprosta za iskanje
- Informacijska TV z navdihujočo vsebino blagovne znamke
- Močna barvna shema znamke in oblikovni jezik, ki temelji na Vianorjevi prepoznavni oranžni poševnici





05

Vodenje in zaposlitvena izkušnja



Način dela družine Vianor, ki ga upoštevajo vodstvo in člani skupine, je opredeljen z duhom Hakkapeliitta ter vrednotami podjetništva, iznajdljivosti in timskega duha. Ko naša dejanja in način skupnega dela izražajo naše vrednote, smo lahko uspešni. Drugače povedano – ko nas vodi želja po zmagi, postane zadovoljstvo strank naša glavna prednostna naloga. Z dejavnim izražanjem svojih predlogov za izboljšanje lahko vsi sodelujemo ter ustvarjamo boljše in varnejše pogoje za delo. Če se trudimo pomagati drug drugemu, deliti informacije in spodbujati pozitiven timski duh, lahko vsi uživamo v tem, kar počnemo.

Vianor je Vianor zaradi nas

Vodstvo nas podpira in vodi pri zagotavljanju, da dosežemo svoj potencial in da vsak servisni center uresniči svoje cilje. Skupaj smo vsi odgovorni za kakovost, varnost in zagotavljanje najboljših možnih izkušenj strank skladno s konceptom verige Vianor. Skupaj delamo kot skupina in kakor vodje podpirajo nas, tudi mi podpiramo njih. Če tako delamo in sodelujemo, lahko družina Vianor uspeva in dosega svoje cilje, vsi imamo odlično zaposlitveno izkušnjo, stranke so zadovoljne in naše poslovanje je zdravo. Brez nas nismo nič – Vianor je Vianor zaradi nas!

Vodenje – pot do uspeha

Vodenje omogoča našo pot do uspeha. V naših servisnih centrih se vodenje nanaša na stvari, ki jih počnejo vodje servisnih centrov, da vodijo svoje skupine do uspeha. Gre za komunikacijo o naših namerah in kaj se od nas pričakuje ter za sodelovanje pri ustvarjanju varnega delovnega okolja, ki omogoča doseganje ciljev brez čezmerne delovne obremenitve. Gre tudi za vnaprejšnje načrtovanje, doslednost in odgovornost. Vodenje nas navdihuje in spodbuja ter pomaga servisnemu centru napredovati na višjo raven.

Naša načela vodenja izražajo naše vrednote

Pri vodenju se naše vrednote izražajo v petih vodilnih načelih: vodenje z zgledom, razvijanje človeških virov, kazanje poti naprej, spodbujanje izboljšav ter prevzemanje odgovornosti za kakovost in rezultate. Pomembno je, da so naši vodje odgovorni za ustvarjanje najboljših možnih pogojev za sijajno delo in za zagotavljanje, da imamo vsi pogoje za izpolnitev svojih dolžnosti. V naših servisnih centrih se ta vodilna načela izvajajo na različne načine. Naši vodje utelešajo duh Hakkapeliitta in si prizadevajo, da bi nas navdihovali z zgledom. Delujejo kot vzorniki za enakopravnost, poštenost in iskrenost, ki vedno držijo obljube. Z nami se pogovarjajo o stvareh in zagotavljajo, da so njihove odločitve za nas transparentne.

Vodje tudi iščejo načine, kako bi mi – njihova skupina – lahko razvili svoje veščine ter delovali in sprejemali odločitve neodvisno. Vemo, da lahko dobimo več

zahtevnejših nalog in več odgovornosti, če samo izrazimo pripravljenost. Včasih ne naredimo vsega prav in to je v redu: skupaj se lahko kaj naučimo iz vsakega zapleta.

Vodje imajo ključno vlogo pri kazanju poti naprej s preoblikovanjem strategije podjetja v dolgoročnejši načrt in vsakodnevne dejavnosti na ravni servisnega centra. To pomeni zagotavljanje, da vsi razumemo svojo vlogo in ponujanje podpore, da kot skupina dosegamo svoje cilje. To tudi pomeni, da lahko preizkušamo nove stvari in si delimo izkušnje pri iskanju najboljših praks.

Zaradi podpore vodstva smo vsi odgovorni za kakovost in rezultate svojega dela, zato lahko držimo obljubo glede varne poti za vse stranke in sodelavce ne glede na območje ali servisni center.

Želimo postaviti standard za vsakodnevno vodenje

To je vodenje, kakršnemu zaupamo, in vsak od naših vodij si prizadeva izpolniti naša pričakovanja. Ker si vsi želimo izvrstno zaposlitveno izkušnjo, bi radi postavili nov standard za vsakodnevno vodenje, kjer vodje niso samo vodje, temveč tudi naši trenerji.



Vodja v duhu Hakkapelitta in vodstvena načela – kaj to pomeni za nas?

VODENJE Z ZGLEDOM

Vsi smo obravnavani enako in pošteno. Vodja nas posluša in obvešča o odločitvah, ki nas zadevajo. Lahko se zanesemo, da ne bo prelomil danih obljub.

RAZVIJANJE ČLOVEŠKIH VIROV

Vodja z nami deli znanje in izkušnje, da lahko delamo neodvisno in opravljamo vse zahtevnejše naloge. Če nam prvič ne uspe, lahko računamo na njegovo podporo pri ponovnih poskusih.

KAZANJE POTI NAPREJ

Popolnoma nam je jasno, za kaj si prizadevamo in kaj se od nas pričakuje. Vodja nam ponuja podporo, pomoč in povratne informacije, ki jih potrebujemo za doseganje ciljev.

SPODBUJANJE IZBOLJŠAV

Izzivi in ovire nas ne upočasnijo. Kadar koli lahko preizkusimo in uvedemo novosti. Se nanjani smo z najboljšimi praksami, ki jih lahko uporabimo v zahtevnih situacijah.

PREVZEMANJE ODGOVORNOSTI ZA KAKOVOST IN REZULTATE

Imamo navdihujoče cilje in vemo, kako in do kdaj jih bomo dosegli. Ko uspešno opravimo delo in prevzamemo pobudo, se skupaj veselimo.

Zaposlitvena izkušnja: Vsi smo člani družine Vianor

Vodstvo omogoča našo pot do uspeha, vendar ne moremo biti uspešni, če nima vsak med nami izvrstne zaposlitvene izkušnje. Za opis zaposlitvene izkušnje pri Vianorju uporabljamo štiri elemente. Ti elementi – ponos in strokovnost, namen in odgovornost, pozitiven timski duh ter varno in učinkovito delo – ustvarjajo vzdušje, kjer lahko vsi uspemo kot posamezniki in kot družina.

Na samem začetku smo vsi ponosni člani družine Vianor – globalne družine vrhunskih strokovnjakov. Vsi imamo pravico in priložnost, da razvijemo svoje veščine, postanemo strokovnjaki na izbranem področju, stalno napredujemo ter se učimo na delovnem mestu in od drugih članov skupine. V praksi lahko to pomeni na primer spremljanje sodelavca pri delu in učenje iz njegovega dela na zadevnem področju.

Vsi prispevamo k zagotavljanju varne poti za stranke

Naš občutek namena izhaja iz najvarnejše možne oskrbe vozil strank, tako da se lahko osredotočijo na naloge, ki so jim najpomembnejše. Čeprav imamo kot posamezniki različne naloge, vsi prispevamo k zagotavljanju varne poti za stranke. Poleg tega postaja delo vse bolj smiselno, če lahko nanj vplivamo v večji meri. Pri Vianorju pobude za izboljšanje niso privilegij izbranih posameznikov: v naši družini lahko vsakdo podaja predloge in izraža zamisli.





Verjamemo, da pozitiven timski duh izhaja iz izražanja spoštovanja do drugih. To je skoraj samoumevno: raznolikost je naša moč. Vsak član družine Vianor ima enake možnosti in drug drugega obravnavamo enako ne glede na raso, narodnost ali druge lastnosti. Vsi se posebej trudimo ugotoviti, kje natančno sodelavec ali stranka potrebuje pomoč. Jasno določene vloge in odgovornosti pri delu nam omogočajo, da vložimo kar največ truda in hkrati zagotavljamo varnost vsakega posameznika.

Vsi imamo pravico do varnega delovnega mesta. To se začne z majhnimi stvarmi, kot sta ohranjanje urejenega delovnega okolja ter uporaba ustreznih orodij in osebne varnostne opreme za vsako nalogo. Z zagotavljanjem lastne varnosti zagotavljamo tudi varnost strank.

Naše zamisli in izkušnje so cenjene

Na zaposlitveno izkušnjo ne vplivamo samo z dejanji, ampak tudi z dajanjem povratnih informacij in izražanjem mnenja v anketah ali preprosto med pogovori z vodji. Drugi prisluhnejo našim zamislim in cenijo naše izkušnje. Vsakogar zanima, kako nam gre – ne samo sodelavce in neposrednega nadrejenega, temveč tudi zaposlene v vodstvu verige Vianor.

Kadar vsak dan udeležujemo štiri elemente zaposlitvene izkušnje – ponos in strokovnost, namen in odgovornost, pozitiven timski duh ter varno in učinkovito delovno mesto – se nenehno razvijamo in izboljšujemo. Ne želimo se samo razviti kot strokovnjaki, temveč tudi prispevamo k razvoju celotne prodajno-servisne verige. Navsezadnje nam to zagotavlja, da bo naša prodajno-servisna veriga Vianor, v prihodnosti lahko ostala uspešna.

Vsakodnevna rutina na poti do uspeha

Izkušnje vodstva in zaposlenih niso nekaj iz učbenika, temveč resnična dejanja, ki so del vsakodnevne rutine. Na višji ravni je letni poslovni načrt za vsak servisni center tisto, kar usmerja naše vsakodnevno delo. Ko načrtujemo za vse leto vnaprej, vsi vemo, kaj so naši cilji, kaj se bo v grobem zgodilo in kaj se pričakuje od nas. Naši vodje so odgovorni za določanje ciljev na ravni servisnih centrov in podrobnejše načrtovanje nalog na podlagi poslovnega načrta. To je tudi izvor ciljev posameznih zaposlenih.

Srečujemo se na rednih timskih sestankih

Na rednih timskih sestankih preverjamo napredek glede na načrt in cilje. So ena najpomembnejših priložnosti, da se vsi zberemo in pogovorimo o tem kako delamo – da si izmenjamo pomembne informacije o poslovanju, kot so prodajne številke ali pomisleki glede varnosti. Tam razpravljamo tudi o zamislih za nadaljnji razvoj servisnih centrov in izboljšanje varnosti ter seveda praznujemo uspehe!

Imamo tudi individualne, redne razprave o razvoju, ki so priložnost za pogovor o uspešnosti in o tem, kako nam gre na delu ter za izražanje želja in pričakovanj glede prihodnosti. Med temi individualnimi razpravami si skupaj z vodji postavljamo cilje in pripravimo lasten razvojni načrt, ki je praktičen načrt ukrepov za izboljšanje veščin. Čeprav učenje najbolje poteka na delovnem mestu, imamo priložnost sodelovati v formalnih tečajih

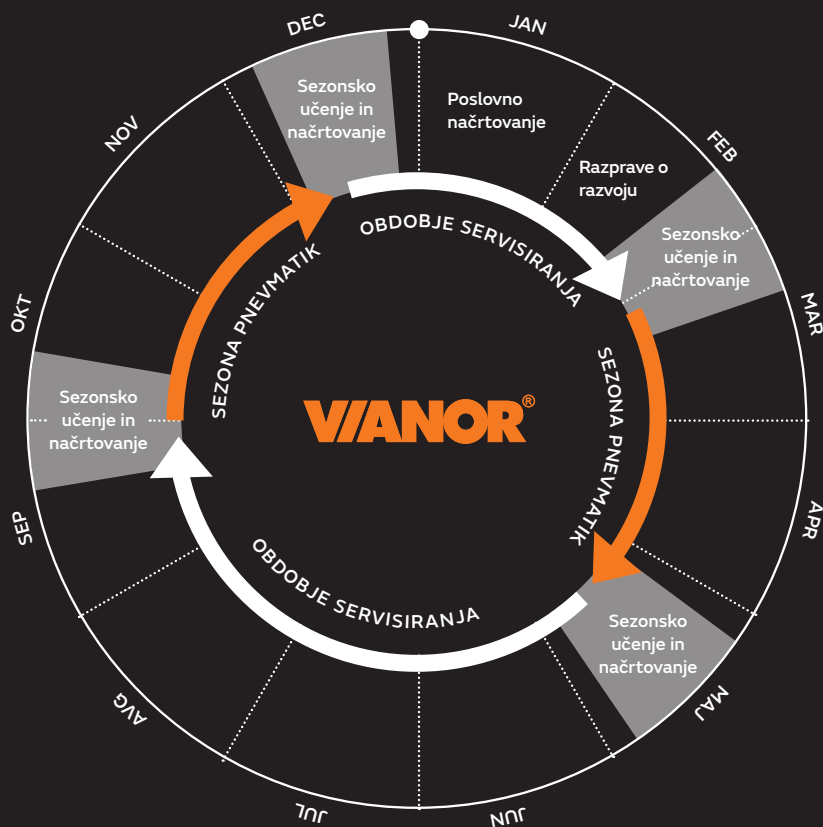
usposabljanja – denimo prek sistema eAcademy, kjer lahko kjer koli in kadar koli razvijamo svoje veščine.

Naše poslovanje je zelo sezonsko in v najbolj obremenjenih delih leta je naša sposobnost ohranjanja tempa na poti do uspeha na največji preizkušnji. Če se dobro pripravimo na stresna obdobja, se lahko osredotočimo na hitro in učinkovito opravljanje stvari, kadar je delovna obremenitev visoka. To pomeni, da smo se vsi sposobni odzvati v vseh situacijah in podpirati dobro počutje drug drugega med temi obremenjenimi obdobji.

Ko so najzahtevnejši časi za nami, je pomembno razmisliti o tem, kako uspešni smo bili in ali smo prestali preizkus. Odprt pogovor o tem, kaj je šlo dobro in kaj je treba izboljšati (denimo v naših procesih in organizaciji dela), nam pomaga, da se iz stresnih obdobj česa naučimo in se še bolje pripravimo na naslednjo sezono. Deljenje informacij je pomembno in ne koristi samo nam: uporabno je lahko tudi za druge servisne centre, ko se pripravljajo na naslednje izzive.



Glavne dejavnosti v letnem koledarju servisnega centra



Poslovno načrtovanje

Letni načrti na ravni servisnega centra, vključno z načrtovanjem nalog in določanjem ciljev

Razprave o razvoju

Uspešnost posameznikov in razprave za določanje ciljev z vodjo

Učenje in načrtovanje sezone

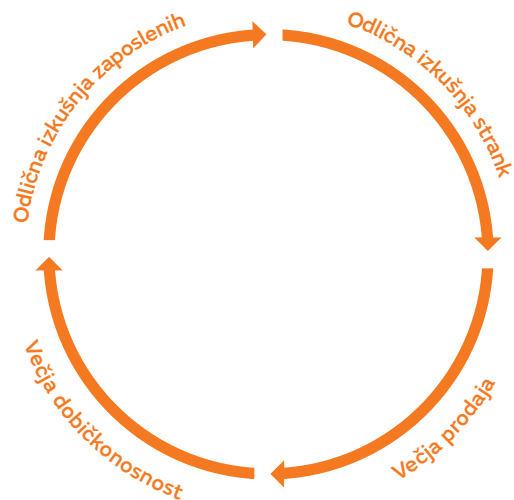
Izmenjava izkušenj iz pretekle sezone in priprava na prihajajočo sezono

Naš končni cilj in krog uspeha

Naš končni cilj je zagotoviti strankam izjemno izkušnjo. Verjamemo, da k dragoceni izkušnji strank prispevamo vsi in da se vse začne z odlično zaposlitveno izkušnjo. Angažirani zaposleni poskrbijo, da stranke zapustijo naš servisni center boljše razpoložene, kot so bile ob prihodu.

Vemo, da je naše poslovanje zdravo, kadar so stranke zadovoljne. Če nam stranke zaupajo, so nam zveste – torej smo njihov prednostni ponudnik pnevmatik in avtomobilskih storitev. To poveča našo prodajo in donosnost ter ustvarja več razvojnih priložnosti, kar navsezadnje pozitivno vpliva na zaposlitveno izkušnjo.

Glede na naš končni cilj lahko določimo cilje in merila za izkušnjo strank, zaposlitveno izkušnjo, prodajo in donosnost. Ti zastavljeni cilji nam pomagajo preverjati, kako dobro nam gre. Z uporabo različnih meril lahko poskrbimo, da smo resnično pripravljeni, dosežemo stranke in jim zagotovimo najvarnejšo možno pot.



Vianor Handbook
2018