

KTU

HYUNDAI

خبرنامه KTU

سال دوم

تیر ۱۴۰۳

شماره ۱۱



مدیریت خدمات با کیفیت در گرو ارتباطات کیفی

با گذر از اقتصاد سنتی و شدت یافتن رقابت در ابعاد نوین، مشتری به صورت رکن اصلی و محور تمام فعالیت‌های سازمان‌ها در آمده است، به نحوی که از دیدگاه رقابتی، بقا و تداوم حیات سازمان‌ها در گروه شناسایی، جذب و به ویژه حفظ مشتریان موجود است. بنابراین در رقابت کنونی بازار خودرو، روش و ابزارهای مختلفی توسط ارائه دهندگان خدمات پس از فروش برای رقابت با سایر شرکت‌ها انتخاب و استفاده می‌شود.

یکی از راه‌های بهبود و ارتقای کیفیت خدمات به مشتریان از طریق بهبود روابط خوب با مشتریان است.

توجه به کیفیت ارتباط با مشتریان فرایند جامع در جهت ایجاد حداکثری سودآوری ناشی از ارتباط با مشتری است.

در این مسیر توجه به گفتمان با مشتریان چه در طراحی فضاها، استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات و چه در آموزش پرسنل می‌تواند نقش اساسی در تکمیل زنجیره ارائه خدمات با کیفیت داشته باشد و البته نباید از روش‌های خلاقانه و نوآوری در توسعه ارتباطی غافل شد که هدف نهایی این فرایند عرضه خدمات با کیفیت و وفاداری مشتریان می‌باشد.

مجید بخشایش
مدیر عامل

در جهت ایجاد راه ارتباطی برای به اشتراک‌گذاری اخبار شرکت KTL و شبکه نمایندگان، معرفی و استفاده از تجربیات نمایندگان و کارشناسان برتر شبکه خدمات پس از فروش و همچنین اعلام اهداف و برنامه‌های ماهیانه و سالیانه و نهایتاً کمک در افزایش سطح اطلاعات و دانش تجاری و فنی، بر آن شدیم که در قالب مجموعه پیشرو که به صورت دوره‌ای تهیه و به حضور ارسال خواهد شد، مطالبی را ارائه نماییم.

امید است که این مجموعه مورد توجه همکاران و نمایندگی‌های محترم قرار گرفته و با ارائه نظرات و پیشنهادات ارزشمند خود ما را در تهیه شماره‌های آتی این مجموعه یاری رسانند.

ارتباط با ما

Bakhtiyari@ktl-co.com

استراتژی مسئولیت اجتماعی در محصول و برند

مصرف کنندگان جزو مهم ترین ذینفعان هستند. وقتی محصولات یا خدمات را از شرکتی می خرید، درآمدش را تامین می کنند در نتیجه بقا و موفقیت هر شرکتی تا حدود زیادی به سلامتی رابطه اش با مشتریان بستگی دارد. بنابراین در این مختصات، مسئولیت اجتماعی شرکتی مهم خواهد بود.

شاید برجسته ترین مسئله اخلاقی در استراتژی محصول و برند، پیشنهاد فریبکارانه است که محصول یا خدمت، مزیتی را که تبلیغ کرده است، ارائه نمی کند! موضوع دیگر در این زمینه، بازاریابی محصولاتی است که از نظر اجتماعی بحث برانگیز هستند. این محصولات شامل سیگار، الکل، قمار، سلاح، بازی های خشن ویدئویی، محصولات زیست محیطی ناپایدار، غذاهای ناسالم و سوئ استفاده از کودکان هستند. دیگر مشکلی که در این زمینه وجود دارد، اخلاقیات برندسازی است که برند ها اخلاق را کنار می زنند و جهت خلق هویت خود، به فضای عمومی تجاوز کرده و یا برندسازی نمادین می کنند.

بدلیل این هست که امروزه شاهد سوئ استفاده اخلاقی مصرف کنندگان هستیم! و مصرف کنندگان بیشتر بسوی شرکتهایی سوق پیدا می کنند که به مسائل اخلاقی و مسئولانه بیشتر توجه داشته و محصول و خدماتی را خرید می کنند که به مطالبه گری های اجتماعی و زیست محیطی مشتری پاسخ مثبت می دهند. کلام آخر اینکه در زمان حال شرکتهای دیگر مسئولیت اجتماعی شرکتی مدیا یک کالای لوکس نمی باشد بلکه رویکردی تعاملی، اجباری و گامی راهبردی برای شرکتهای می باشد.



تایماز سید مصطفایی
مشاور عالی مدیر عامل

اخبار



اخبار کرمان خودرو

گردهمایی پیکاپ سواران کرمان موتور جشن هفتمین سالگرد باشگاه مشتریان



باشگاه مشتریان کرمان موتور به مناسبت هفتمین سالگرد فعالیت خود، از دارندگان پیکاپ T8 خود دعوت کرد تا در گردهمایی T8 سواران همراه با مراسم های ویژه و هدایای خاص، پیست آفرود را تجربه کنند و آموزش ببینند.

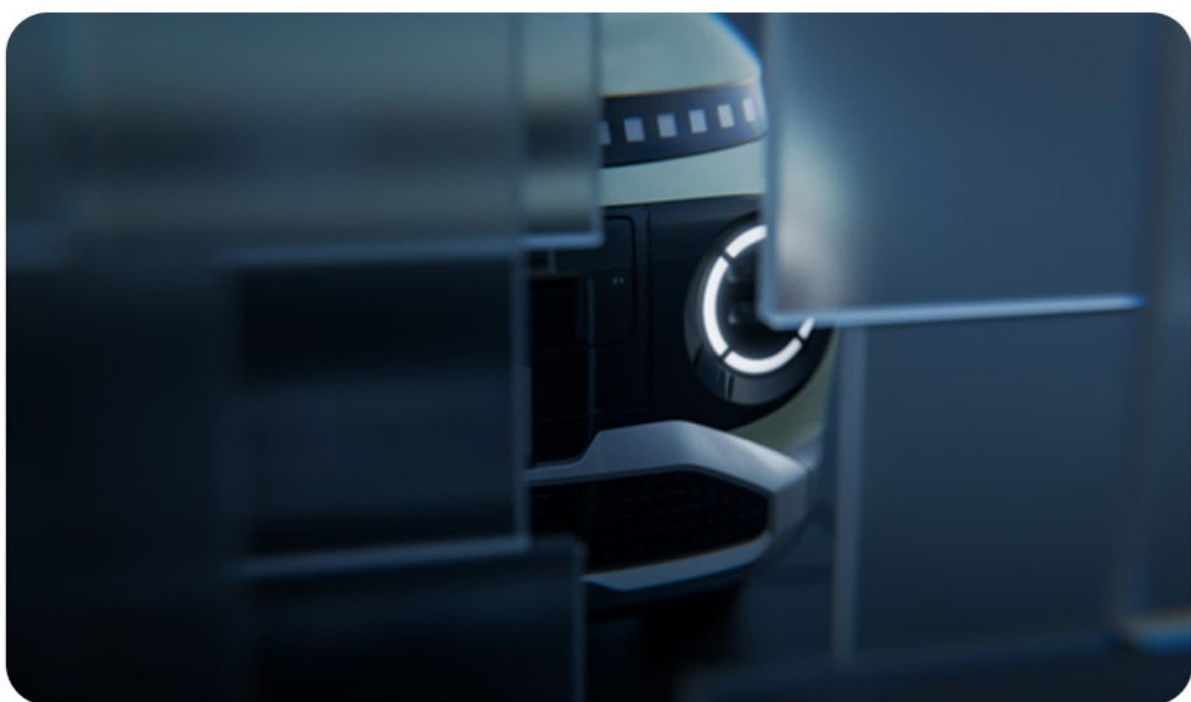


خودروی INSTER – EV



شرکت خودروسازی هیوندای امروز اولین تیزر رسمی از EV جدید خود با نام INSTER را رونمایی کرد.

INSTER مشتق شده از "صمیمی" و "نوآورانه" است. هیوندای INSTER الکتریکی، تکامل یافته مدل CASPER بنزینی است که در کره به فروش می‌رسد. هیوندای اعلام کرد که این خودرو استانداردهای جدیدی را در محدوده رانندگی، فناوری و ایمنی تعیین و انتظارات خریداران خودروهایی در این کلاس را برآورده خواهد نمود.



اولین نمایش جهانی این خودرو در نمایشگاه
 Busan International Mobility Show اواخر ماه
 جاری میلادی خواهد بود.



هیوندای همچنین حداکثر پیمایش پیش بینی
 شده INSTER را 355 کیلومتر اعلام نموده است.
 اگرچه قیمت آن هنوز اعلام نشده است، با
 توجه به اینکه CASPER بنزینی با قیمتی کمتر
 از 15000 دلار در کره به فروش می‌رسد، انتظار
 می‌رود خودروی الکتریکی جدید با قیمتی
 مقرون به صرفه راهی بازار شود.



غلامرضا قهرمان زاده
 سرپرست شبکه نمایندگی های مجاز

تحويل خودروی کنا ۲۰۲۴



به گزارش روابط عمومی شرکت تجارت بین المللی و پشتیبانی کرمان خودرو ، فرایند تحويل خودروی کنا 2024 در اداره تحويل و تعمیرگاه مرکزی KTL انجام شد.

بنابراین گزارش، شرکت KTL فرایند تحویل خودروی هیوندای وارداتی گُنا که یک SUV هوشمند و پیشرفته می‌باشد را با ظاهری زیباتر و متمایز و فضای داخلی بزرگتر و فناور که تجربه سبک زندگی جدید را به خانواده‌ها ارائه می‌دهد، در زمان‌های تعیین شده انجام داد.

پیش‌تر خودروهای وارداتی النترا، اکسنت، کرتا و توسان توسط شرکت KTL نماینده رسمی هیوندای در ایران به متقاضیان ارجمند تحویل داده شده بود.



اولین المپیاد مشاوران سرویس و کارشناسان پذیرش شرکت KTL

KTL



اولین المپیاد مشاوران سرویس
و کارشناسان پذیرش شرکت KTL

The First Hyundai Iran Service
Advisor Championship

2024 16-15 Aug ۱۴۰۳ مرداد ۲۶-۲۵ www.ktl-co.com

به گزارش روابط عمومی، اولین المپیاد تخصصی مشاوران سرویس و کارشناسان پذیرش هیوندای توسط شرکت تجارت بین المللی و پشتیبانی کرمان خودرو (KTL) برگزار میشود.

بنابراین گزارش؛ المپیاد تخصصی مشاوران سرویس در دو روز بصورت آزمون کتبی و عملی طبق استانداردهای شرکت هیوندای در سطح نمایندگی های مجاز شرکت KTL در محل تعمیرگاه مرکزی و مراسم اختتامیه در هتل المپیک تهران، 25 و 26 مرداد ماه سال جاری برگزار و از منتخبین این المپیاد با حضور مدیران عالی شرکت کرمان موتور تقدیر خواهد شد.

HYUNDAI

اولین رویداد رایگان آموزشی هپیوندای سواران

KTIL



هپیوندای من!



شهریور ۱۴۰۳

رایگان

اولین رویداد آموزشی هپیوندای سواران

- نگهداری موتور و گیربکس
- رنگ
- ایمنی

گواهینامه پایان دوره

جهت کسب اطلاعات بیشتر به آدرس
www.ktl-co.com مراجعه نمایید

HYUNDAI

۱۰ نمایندگی برتر در رضایتمندی مشتریان فصل بهار

فروردین

شهر	کد نمایندگی	نام نمایندگی
تهران	۹۹۹	شرکت تجارت بین المللی و پشتیبانی کرمان خودرو
تهران	۳۲۰	هویک
تهران	۳۰۴	نیکوکار
مازندران	۳۴۲	خورشیدی
تهران	۳۲۷	هویک
اصفهان	۵۳۳	وانونی
کرمان	۹۰۲	شرکت گاتا موتور پارس
فارس	۸۲۳	شرکت بازرگانی شیراز تسلیم
قم	۵۰۰	شرکت خدماتی نگین خودرو قم
یزد	۹۵۰	شرکت صنعت و معدن احرار

اردیبهشت

شهر	کد نمایندگی	نام نمایندگی
تهران	۹۹۹	شرکت تجارت بین المللی و پشتیبانی کرمان خودرو
تهران	۳۲۰	هویک
تهران	۳۰۴	نیکوکار
تهران	۳۲۷	هویک
مازندران	۳۴۲	خورشیدی
کرج	۳۶۱	شرکت ستاره پارسیان جهان
شیراز	۸۲۳	شرکت بازرگانی شیراز تسلیم
تبریز	۱۰۴	شرکت مهدوی موتور
کرمانشاه	۶۲۲	آقای اژدری
مازندران	۳۴۵	شرکت نوا خودرو شمال

خرداد

شهر	کد نمایندگی	نام نمایندگی
تهران	۹۹۹	شرکت تجارت بین المللی و پشتیبانی کرمان خودرو
تهران	۳۰۴	نیکوکار
تهران	۳۲۰	هویک
تهران	۳۲۷	هویک
تهران	۳۱۶	ناظری
تهران	۳۱۸	مرادی
البرز	۳۶۱	شرکت ستاره پارسیان جهان
ساری	۳۴۳	نادری علمداردهی
اصفهان	۵۳۵	فخاری زاده
اصفهان	۵۳۳	وانونی

ديپارتمان



HYUNDAI





یاتاقان چیست؟

یاتاقان یا (Bearing) قطعه ای است که ضمن کاهش اصطکاک، قطعات را وادار می‌کند در جهت‌های خاصی نسبت به هم حرکت داشته باشند. اگر یاتاقان‌ها نبودند، همه چیز رفته رفته از حرکت باز می‌ایستاد. هر قطعه متحرکی در یک ماشین برای نرم‌تر شدن حرکت و کاهش اصطکاک به یاتاقان نیاز دارد.

انواع یاتاقان

یاتاقان طوری طراحی می‌شود که مثلاً به یک قسمت، اجازه حرکت آزادانه خطی بدهد و به طور همزمان، به قسمتی دیگر اجازه دهد به دور یک محور دوران کند. حتی ممکن است قطعه‌ای دیگر را از حرکت در یک جهت منع کند. این قطعات مکانیکی را می‌توان با توجه به نوع عملکرد، شکل مجاز حرکت و جهت نیروی وارده به اجزای مختلف، دسته‌بندی کرد. به طور کلی، یاتاقان‌ها به دو دسته غلتشی و لغزشی تقسیم می‌شوند.

در یاتاقان‌های غلتشی، حرکت سطوح نسبت به هم از نوع غلتشی است. ولی در یاتاقان‌های لغزشی، سطوح نسبت به هم لغزش دارند.



Ball Bearing



Roller Bearing



Linear Bearing



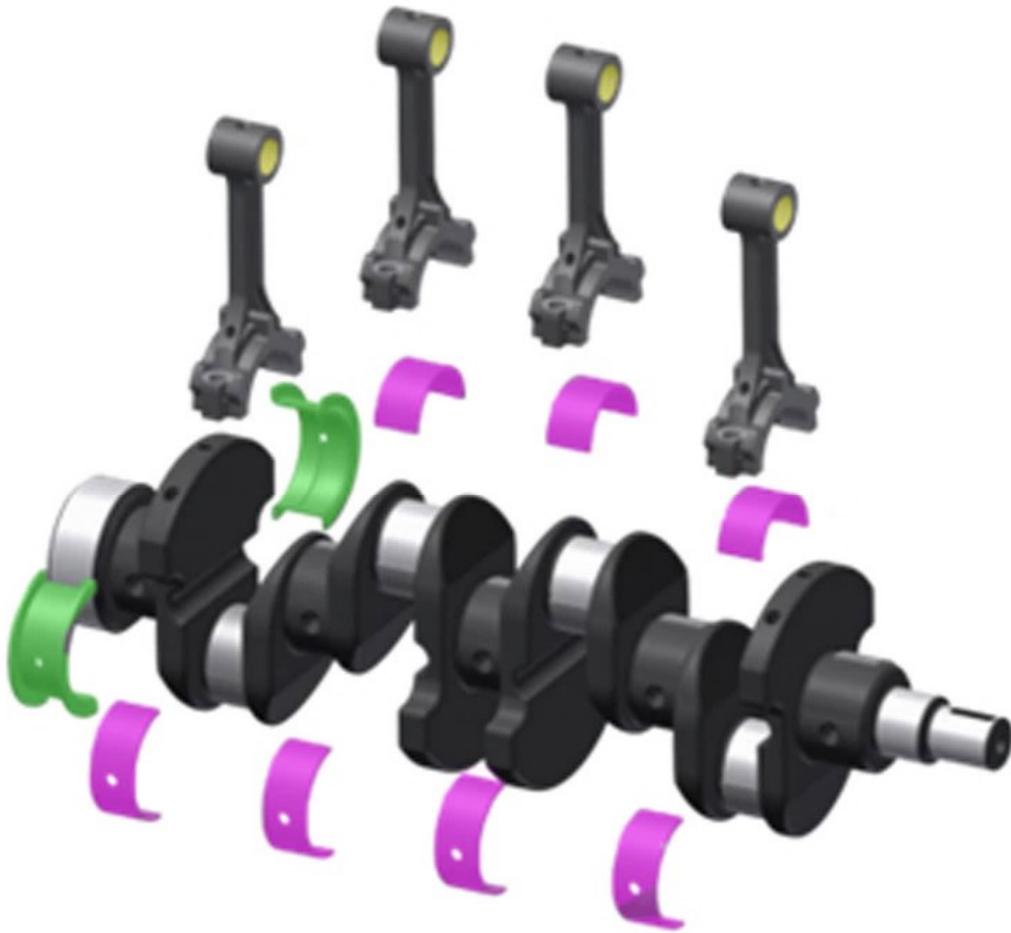
Fluid Bearings



Magnetic Bearing



Plain Bearings



معمولا در موتور اتومبیل، به دلیل ضربات ناشی از احتراق موتور بر روی میل لنگ، دور بالای موتور و همچنین ضریب اصطکاک پایینتر به نسبت نوع غلطی از یاتاقانهای لغزشی استفاده شده و توسط روغن موتور روانکاری و خنک می شوند.

میل لنگ و شاتون به طور مداوم با یک دیگر درگیر هستند و وجود یاتاقان بین آنها موجب می شود اصطکاک بین آنها به وجود نیاید و این قطعات استهلاک پیدا نکنند.

انواع یاتاقان از نظر محل قرارگیری در موتور

درموتورهای درون سوز دو نوع یاتاقان به کار گرفته می شود.

۱ یاتاقانهای ثابت

این یاتاقانها بین میل لنگ و بلوک سیلندر قرار می گیرد.

۲ یاتاقانهای متحرک

یاتاقانهای متحرک بین لنگهای متحرک و شاتون قرار می گیرند.



یاتاقان زدن موتور چیست؟

ممکن است یاتاقان خودرو دچار مشکلاتی مانند استهلاک، شکستگی، داغ شدن بیش از حد و یا جرم گیری شود. همچنین سایر مشکلات متداولی که برای یاتاقان پیش می‌آید به شکل ذوب شدن، خط افتادن، خستگی یا خوردگی نمایان می‌شود. دلایل یاتاقان زدن موتور معمولا به شرح زیر می‌باشد.

۱- استفاده از روغن‌های نامرغوب

۲- بالا رفتن دمای موتور

۳- فرسودگی قطعات

۴- استفاده از یاتاقان تقلبی

۵- خراب شدن اویل پمپ

۶- رانندگی غیر معمول





یاتاقان اصلی

با توجه به اینکه یاتاقان‌ها نیروهای وارده زیادی را متحمل میشوند و بسیار آرام و بدون صدای می‌باشند، حساسیتی در قبال ضربه و ارتعاشات ندارند و بدون محدودیت در تعداد دور عمل میکند اما این مطلب در شرایطی صحیح است که فقط از یاتاقان اصلی در تعمیر اساسی موتور خودور استفاده شود.

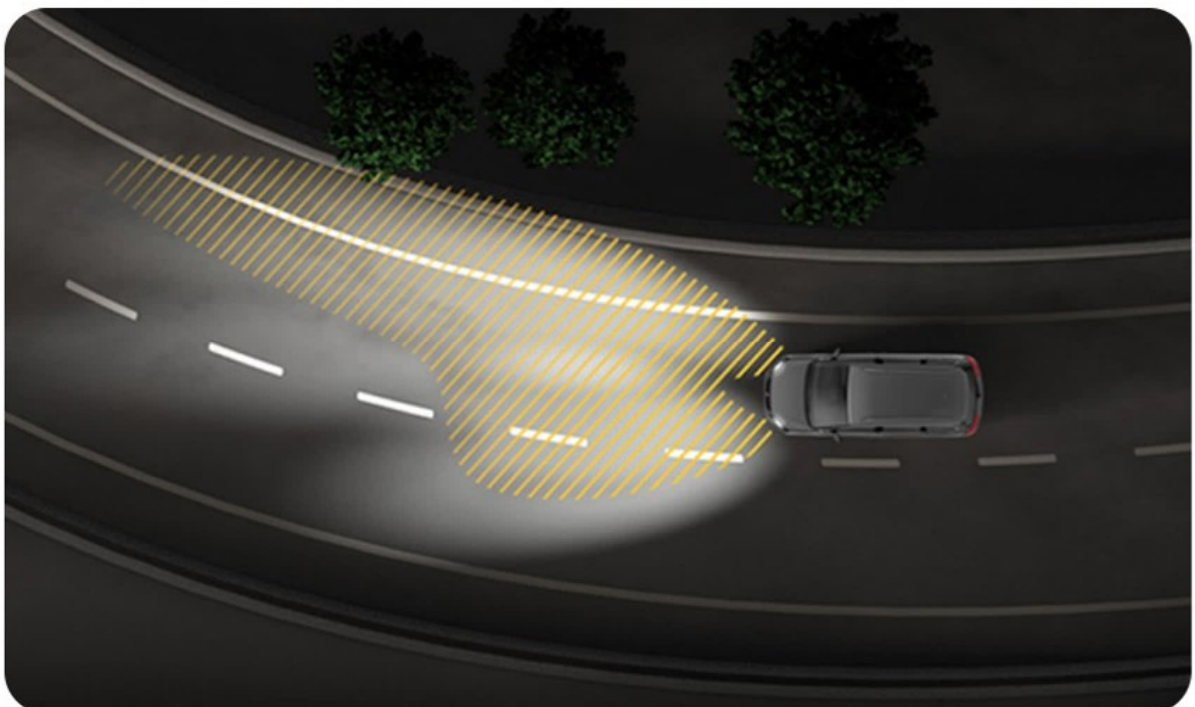
شما می‌توانید یاتاقان اصلی و مناسب خودروهای هیوندای را از طریق تعمیرگاه مرکزی و سایر نمایندگی‌های مجاز شرکت تجارت بین‌المللی و پشتیبانی کرمان خودرو (KTL) تهیه و یا جهت تایید اصالت آن با واحد قطعات شرکت KTL تماس حاصل نمایید.



واحد خدمات پس از فروش

سیستم روشنایی تطبیقی چراغ های جلو (AFLS (Adaptive Front Lighting System)

سیستم AFLS با توجه به شرایط رانندگی و پیچ های جاده بهترین زاویه کانونی را برای چراغ های جلو تنظیم می کند تا راننده امکان دید بهتری در شب داشته باشد و بتواند با کمترین زحمت در شب رانندگی کند و امنیت رانندگان دیگر در جاده حفظ شود. این سامانه با استفاده از اطلاعات سنسور زاویه فرمان و سنسورهای ارتفاع این کار را انجام می دهد. سیستم روشنایی تطبیقی جلو زمانی کار می کند که چراغ جلو روشن است. پس از خاموش کردن چراغ ها و سیستم AFLS ، چرخش چراغ جلو دیگر رخ نمی دهد، اما تراز کردن چراغ ها به طور مداوم عمل می کند.





تابش نور چراغ های جلوی خودرو به طور مستقیم در سرپیچ ها می تواند مشکل ساز شود، ولی با استفاده از سیستم AFLS ، روشنایی خودرو روی جاده متمرکز می شود و تصادفات ناشی از این مشکل به شدت کاهش می یابد.



محسن رفیعی
کارشناس فنی و مهندسی

واحد آموزش شبکه نمایندگی های مجاز

برنامه های آموزش و توسعه برای بهره مندی

از کارمندان شرکت

آموزش کارکنان می تواند سال ها تجربه را به مجموعه مهارت های شخصی بیفزاید و هم به افراد و هم به شرکت ها رشد مورد نظر خود را بدهد. بهترین برنامه های آموزشی شرکتی هم به نفع اعضای تیم است و هم به نفع صاحبان مشاغل است.

همانطور که هنری فورد، بنیانگذار شرکت فورد موتور و رهبر تجارت گفت:

"بدتر از اینکه کارمندان را آموزش دهید و بعد اخراج کنید این است که به آن ها آموزش ندهید و اجازه دهید که آنجا بمانند."

حداکثر استفاده از استعدادهای داخلی، یک استراتژی تجاری هوشمند به منظور صرفه جویی در هزینه های استخدام و کوچک شدن گردش مالی است. در نهایت شرکت ها با کارمندانی روبرو می شوند که می خواهند در شغل خود بمانند و همچنین در شغل خود رشد بهتری دارند. این واقعاً یک سناریو برنده است.



مزایای برنامه های آموزشی شرکتی

۱. آموزش ارتباط تیمی
۲. عادت موثر برای کار از راه دور
۳. همکاری پویا برای تیم آموزش
۴. مهارت ارائه تأثیرگذار
۵. حل تعارض
۶. تصمیم گیری مطمئن
۷. هوش هیجانی
۸. رهبری معتبر
۹. قدرت مذاکره
۱۰. مبانی مدیریت عملکرد
۱۱. درگیری فعال کارمندان
۱۲. جلسه موثر
۱۳. بازخورد بازده و عملکرد
۱۴. فروش سریع
۱۵. ایجاد رسالت، چشم انداز و ارزش ها



ملیکا عبدالهیان

کارشناس آموزش شبکه نمایندگی های مجاز شرکت KTL

روش های بهبود خدمات مشتریان با کمک هوش مصنوعی

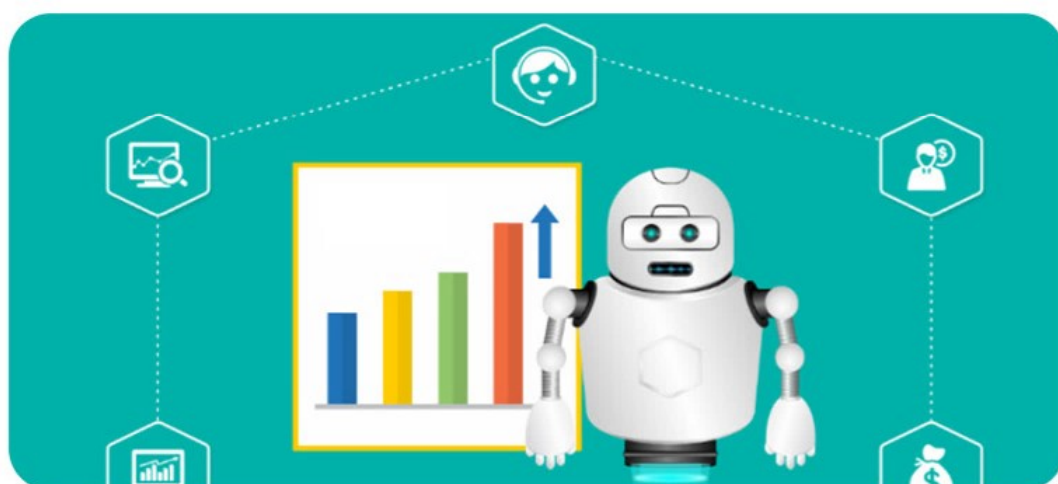
۱- روند سریع پاسخ دهی به مشتریان
چت بات ها این امکان را می دهند که به سرعت به سوالات متداول مشتریان جدید پاسخ داده شود. و در واقع با استفاده از چت بات ها می توانید به طور خودکار به پیام چت لایو مشتری در عرض چند ثانیه پاسخ دهید با این کار بازدهی تیم شما بسیار بالا می رود.

پس میانگین زمان رسیدگی شما به مشتریان کاهش می یابد زیرا زمان کمتری را برای رسیدگی به درخواست های مشتریان صرف می کنید.

۲- تحلیل احساسات مشتری

بسیاری از ربات ها ابزارهای تجزیه و تحلیل احساسات، مانند پردازش لحن احساسی پشت متن را دارند که به آنها کمک می کند پاسخ های مشتری را تفسیر کنند.

در واقع، وقتی مشتری به شیوه ای خاص رفتار می کند، ربات می داند که چطور واکنش نشان دهد تا احساسات مشتری را جریحه دار نکند.



۳- اولویت بندی در مسیر پشتیبانی

از هوش مصنوعی می‌توانید برای شناسایی کلمات کلیدی و تجزیه و تحلیل ماهیت درخواست قبل از وصل کردن به اپراتورهای پشتیبانی خود استفاده کنید

همچنین هوش مصنوعی به تیم شما کمک می‌کند، مشکل مشتری را سریع درک کرده و احساسات مرتبط با آنها را تجزیه و تحلیل کنید. همچنین می‌توانید مدل هوش مصنوعی خود را طوری طراحی کنید که مناسب‌ترین پشتیبان را برای رسیدگی به درخواست مشتری وصل کند.

۴- مدیریت اطلاعات

از هوش مصنوعی برای تحلیل داده‌های مربوط به تعاملات قبلی مشتریان استفاده کنید و اگر یک مشتری مدتیست که با شما ارتباط برقرار نکرده بوسیله هوش مصنوعی سیستماتیک او را شناسایی کرده تا اپراتورهای فروش و پشتیبانی شما در قالب فرستادن نظرسنجی و تخفیف‌های ویژه آن‌ها را تشویق به خرید مجدد کنند.



زهرا سعدی

کارشناس شبکه نمایندگی های مجاز شرکت KTL

بازاریابی و روابط عمومی

نقش بسته بندی در بازاریابی و فروش محصول

یکی از مهمترین عوامل در بازاریابی، تبلیغات است. و اخیرا بسته بندی نیز یکی از عناصر قدرتمند بازاریابی و فروش شده است. برخی می گویند نقش بسته بندی در بازاریابی و فروش از نقش تبلیغات برجسته تر است، زیرا در جلب توجه مشتری تاثیر بسزایی دارد. برخی نیز می گویند هدف بازاریابی بسیار والاتر است و فقط تبلیغات را مهم می دانند.

ولی استدلال ما این است که بسته بندی نیز خود به نوعی تبلیغ است و نقش بسته بندی در بازاریابی و فروش و حتی تبلیغات بسیار مهم است.



چرا بسته‌بندی مهم است؟

بسته‌بندی نه تنها بر روی جذب مشتری تاثیر دارد، بلکه مزایای دیگری نیز دارد.

● بسته‌بندی بر روی محافظت از محصول تاثیر دارد. چرا که کلیه محتویات داخل بسته قرار گرفته و از آسیب به آن جلوگیری می‌شود.

● وجود بسته‌های مناسب باعث می‌شود تا مشتریان محصول را به راحتی حمل کنند و از آسیب به محتویات هنگام حمل و جابجایی جلوگیری شود.

● از طریق بسته‌بندی میتوان با مشتریان ارتباط برقرار کرد.

فراموش نکنیم که هدف اصلی بسته‌بندی محصولات، حفاظت از محتویات آن در برابر ضربات، گرد و غبار، آلودگی، کثیف شدن، نشتی و موارد دیگر است. برای همین است که بسته‌بندی بسیار مهم است و بسته به نوع محصول، باید از بسته‌های مناسبی برای آنها استفاده شود.

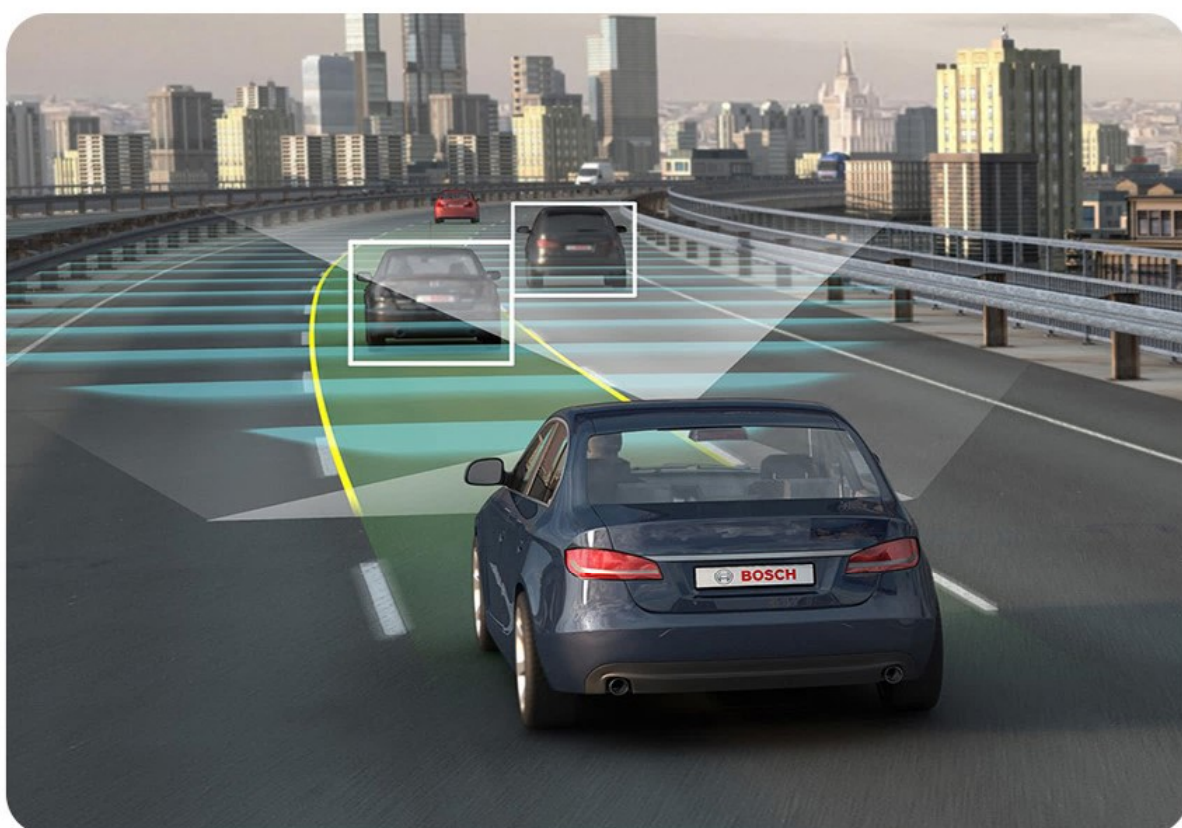


نسرين بختيارى
كارشناس روابط عمومى

سیستم های کنترلی خودرو

سیستم های کنترلی خودرو یکی از جنبه های مهم در توسعه صنعت خودروسازی است.

این سیستم ها با استفاده از تکنولوژی های الکترومکانیکی، سنسورها و قوانین کنترل فیدبک، بهبود کیفیت سواری، ایمنی و کارایی خودروها را تضمین می کنند.



برخی از انواع سیستم‌های کنترلی خودرو عبارت
اند از:

۱. سیستم‌های کمکراننده (DAS): این سیستم‌ها
با هدف کاهش تصادفات و تلفات جاده‌ای توسط
خودروسازان توسعه داده شده‌اند. مثال‌هایی از آن
ها عبارت‌اند از:

- سیستم‌های اجتناب از برخورد
 - سیستم کروز کنترل تطبیقی (ACC)
 - سیستم هشدار خروج از خط
 - سیستم نگهدارنده بین دو خط جاده
 - سیستم افزایش بینایی و بینایی در شب
 - سیستم پایش شرایط راننده
۲. سیستم کنترل پایداری فعال خودرو: این
سیستم با استفاده از سنسورها و الگوریتم‌های
کنترل، پایداری خودرو را بهبود می‌بخشد.

۳. سیستم‌های بهبود کیفیت سواری خودرو: از جمله سیستم‌های فنربندی و تعلیق خودرو که نقش مهمی در راحتی سواری دارند.

۴. سیستم‌های اقتصاد سوخت و کاهش گازهای سمی خروجی: با هدف بهینه‌سازی مصرف سوخت و کاهش آلودگی محیط زیست. در کل، توسعه سیستم‌های کنترلی خودرو باعث بهبود ایمنی، کارایی و راحتی حمل و نقل می‌شود.



مسعود پرویز
مسئول پشتیبانی

توصیه‌هایی برای انسانی حفظ کردن فضای مذاکره با مشتریان ناراضی

سریع واکنش نشان ندهید و به حرف‌های مشتری گوش دهید. به طرف مقابل به چشم یک انسان نگاه کنید و سعی کنید خودتان را جای او بگذارید.

فضای مذاکره را دوستانه حفظ کنید و اجازه ندهید تعارض و تنش در مذاکره به حدی برسد که از بین برنده حل مساله باشد. زهر را از کلامتان بگیرید و با دادن رشوه‌های عاطفی تنش مذاکره را کم کنید. طرف مقابل را مسخره نکنید و در صورت لزوم به وی اعتبار دهید.





یادتان باشد هر مشتری ناراضی موقعیتی
طلایی برای بهبود عملکرد و خدمات را فراهم
می‌کند.

در نهایت رضایت مشتری را کسب کنید.
موقعیت را شرح دهید و معذرت خواهی
کنید..خدمات مشتریان خوب برای کسب و
کارتان طرفدار جمع می‌کند و خدمات ضعیف
بر عکس عمل می‌کند



ایشا شعفری
کارشناس امور مشتریان

تعمیرگاه مرکزی



رضایت مشتری

محسن مام بیگی

ساکن تهران

خودرو کنا 2024



KTL

پس از سرمایه گذاری در سامانه یک پارچه خودروهای اعلام میشد و هر بار مورد انتخاب اینجانب و خانواده ام نبود تا اینکه خودروی توسان را انتخاب کردیم، اما بر حسب نتایج قرعه کشی انجام شده در سامانه ی یکپارچه موفق به ثبت نام خودروی کنا شدم که از انتخاب این خودرو بسیار خرسندم.

در روز تحویل سرکار خانم رضایی نژاد از همکاران تعمیرگاه مرکزی، بدون اتلاف زمان و در کمترین زمان ممکن خودروی اینجانب را در تعمیرگاه مرکزی شرکت (KTL) واقع در کیلومتر 16 جاده مخصوص تحویل دادند.

لازم به ذکر است که کارهای مربوط به خودرو اعم از بیمه و پلاک در بهترین زمان و در همان مجموعه انجام پذیرفت و حتما در زمان موعد گارانتی و سرویس دوره ای به نمایندگی مرکزی مراجعه خواهم کرد.

 HYUNDAI

رضایت مشتری

محمد حسن زاده

ساکن تهران

مالک خودرو IX35



KTL

محمد حسن زاده مدیر عامل چرم ملل هستم و توسط آقای دکتر مصطفایی (مشاور عالی مدیرعامل شرکت KTL) به تعمیرگاه مرکزی معرفی شدم.

تمامی خدمات و تعمیرات به نحو احسن صورت می گیرد، من بارها برای سرویس دوره ای و چک خودرو در تاریخ های متفاوت مراجعه داشته ام، از تشخیص درست و حرفه ای متخصصین تعمیرگاه و استفاده از قطعات اصلی و هزینه های معقول بسیار رضایت دارم.

به نظر من محیط تعمیرگاه کامل ترین و مرتب ترین مجموعه ی تعمیرگاهی بوده است که تا به حال مراجعه داشته ام.

از اینکه تعمیرگاه مرکزی را برای سرویس خودرو خود انتخاب کردم بسیار خرسندم و مجدد هم در صورت نیاز به همان مرکز مراجعه خواهم کرد و امیدوارم که همیشه شاهد موفقیت های روز افزون برای خانواده هیوندای باشیم.

HYUNDAI



سمانه عرب

کارشناس امور مشتریان



تهیه و تنظیم :

روابط عمومی شرکت KTL

همکاران این شماره :

تایماز سید مصطفائی

غلامرضا قهرمان زاده

فریدون رسولی زنوز

محسن رفیعی

مسعود پرویز

نسرین بختیاری

الیشا شعیفی

ملیکا عبدالهیان

سمانه عرب


زهرا سعدی

طراح گرافیک: نسرین بختیاری

كرمان خودرو
تجارت بين المللى
و پشتيبانى



 Negin Complex, Nakhil Blvd., 16th Km of Lashgari
Road, Tehran – Iran

 021- 91007778

 KTL _company

 Kerman Khodro Trading & Logistics (KTL)

 www.ktl-co.com