

## Zarządzanie reklamacjami w firmie automotive

### Agenda:

1. Reklamacje w odniesieniu do systemu zarządzania jakością IATF w automotive
  - 6.1.2.1 Analiza ryzyka
  - 8.5.1.1. Plan Kontroli
  - 10.2.6 Reklamacje klienta i analiza zwrotów z rynku
  - Usankcjonowane interpretacje IATF – SI's
2. Zarządzanie reklamacjami:
  - Rejestracja reklamacji
  - Najlepsze praktyki dla kontroli wzrokowej przed rozpoczęciem analizy
  - Komunikacja reklamacji wewnątrz organizacji
  - Aktualizacja Planu Kontroli oraz FMEA
  - Różnica między działaniami korekcyjnymi i korygującymi (wraz z case study)
3. Rodzaje reklamacji:
  - Jakościowa 0-km
  - Jakościowa od klienta finalnego – serwisowa / gwarancyjna
  - Logistyczna
4. Zarządzanie eskalacją ze strony klienta
  - Wymaganie IATF 9.1.2.1 Zadowolenie klienta – uzupełnienie
  - Statusy specjalne stosowane przez klientów w branży automotive
5. Działania prewencyjne klienta oraz organizacji:
  - Testy niezawodnościowe
  - Testy przeprowadzane przez klientów wewnętrznych
  - Wizyty w lokalizacjach klienta odnośnie przeprowadzania szkoleń produktowych, przemieszczania komponentów oraz line walk
  - Weryfikacja skuteczności podjętych działań po reklamacjach od klienta podczas przeprowadzania wewnętrznych audytów procesu
  - Audyty 5S oraz audyty wielopoziomowe – Layered Process Audit (LPA)
6. Sposoby raportowania wyników analizy do klientów:
  - Pie chart
  - Occurance chart – wykres występowalności
  - Painted chart
  - Prezentacje wraz z odpowiednimi sformułowaniami: solution concept, part damage out of production facility, virgin condition lost, unauthorized manipulation
  - Dobre praktyki dot. przygotowania danych dla klientów
  - Metody statystyczne przy definiowaniu analizy ryzyka- ppm's (wraz z case study)

7. Definiowanie działań systemowych dla najczęściej występujących reklamacji na podstawie matrycy 6M
8. Najlepsze praktyki:
  - Rezydent, jako przedstawiciel organizacji w zakładzie klienta
  - Informacja zwrotna do rezydentów w zakładach produkcyjnych oraz ich wykorzystanie przy współpracy z jakością zakładów klienta

**Uczestnik nauczy się:**

- Jak współpracować z klientem w odniesieniu do zarządzania reklamacjami
- Od kogo w organizacji uzyskać informacje, które będą użyteczne podczas współpracy z klientem podczas prowadzenia analiz
- metod prezentowania danych do klienta
- Jak dane z gwarancji mogą być wykorzystane w celu budowania relacji z zakładami klienta do których są wysyłane części

**Korzyści dla przedsiębiorstwa:**

- Redukcja kosztów związanych z gwarancją w organizacji
- Pozytywny wpływ na budowanie długoterminowych relacji z klientem w odniesieniu do zarządzania reklamacjami
- Lesson Learned z działań podjętych po zgłoszeniach, uwzględnione przy kwotowaniu nowych projektów
- Poznanie dobrych praktyk dotyczących zarządzania reklamacjami

**Cena:**

1347zł zł netto / 1656,81 zł brutto

Dla każdego następnego uczestnika z tej samej firmy – 10% rabatu

Szkolenie zamknięte możliwe są do przeprowadzenia bezpośrednio u klienta lub zdalnie.

W razie szczegółowych informacji uprzejmie prosimy o kontakt z biurem.

**Cena obejmuje:**

- uczestnictwo w szkoleniu
- materiały szkoleniowe
- certyfikat
- 12 miesięcy konsultacji dla uczestników szkolenia

**Czas trwania:**

- 1 dzień (8 godzin lekcyjnych)