

هومن سیاری
Sayyari@ComputerNews.ir

اندر احوالات گارانتی در ایران

شرایط گارانتی در ایران به گونه‌ای شده است که از آن به عنوان ابزاری در جهت فروش هر چه بهتر کالا استفاده می‌شود! دقت کنید، فروش هر چه بهتر و نه خدمات پس از فروش معتبر! امروزه به هر فروشگاه قطعات کامپیوتری که برای خرید مراجعه می‌کنید با عبارت "گارانتی دارد" مواجه می‌شوید؛ حالا می‌خواهد این قطعه یک کارت حافظه گوشی موبایل باشد یا یک کارت گرافیک چندصد هزار تومانی. حال این گارانتی توسط چه شرکتی داده شده و چه شرایطی دارد و دهها سوال از این دست معمولاً یا پرسیده نمی‌شود و یا اگر پرسیده شود جواب درست و حسابی در کار نخواهد بود!

خلاصه، مجموع مشکلات ناشی از گارانتی ما را به این واداشت که دست به کار شویم و رسالت تاریخی خود را انجام دهیم!

ذکر این نکته ضروری است که منظور ما از گارانتی در این گفتار فقط گارانتی قطعات کامپیوتری است و هر چند ممکن است قابل تعمیم به سایر دستگاه‌ها و تجهیزات غیر کامپیوتری هم باشد، اما آنها منظور ما نیستند.

ضمناً برای اینکه یک طرفه به قاضی نرفته باشیم، با مدیران دو شرکت معتبر در زمینه گارانتی یعنی شرکت‌های آواژنگ و سازگار اقام به صحبت نشستیم و نظرات آنها را جویا شدیم.

تاریخچه گارانتی در ایران

زمان دانشجویی ما که مصادف بود با اوایل دهه ۷۰، بازار کامپیوتر رضا داشت کم‌کم شکل می‌گرفت و مغازه‌های داخل آن داشتند یکی یکی تغییر شکل می‌دادند و فروشگاه‌های لباس و عطر و ادکلن به تدریج تبدیل به فروشگاه‌های قطعات کامپیوتری می‌شدند. الان وقتی به بازار ایران در اوایل دهه ۷۰ نگاه می‌کنیم، با دنیایی جذاب، مدرن، با کلاس، ترسناک و البته بی‌صاحب و بی‌قانون مواجه می‌شویم!

آن زمان فقط یک مجتمع تجاری کامپیوتری در تهران وجود داشت و آن هم همان بازار رضا بود. شاید بیش از ۹۰ درصد قطعات کامپیوتری فاقد گارانتی بود. هر چند شرکت‌هایی پیدا می‌شدند که یک کامپیوتر کامل را با یک سال گارانتی می‌فروختند، اما خبری از گارانتی قطعه نبود. شرایط گارانتی همان شرکت‌ها هم کاملاً مبهم بود. معمولاً به هر دلیلی به شرکت مراجعه می‌کردید، شامل گارانتی نمی‌شد!

آن زمان، بیشتر چیزی تحت عنوان "مهلت تست" وجود داشت. هر قطعه‌ای که می‌خریدید ۲۴ تا ۴۸ ساعت مهلت تست داشتید تا چنانچه قطعه ایراد داشت، اقدام به تعویض آن نمایید. البته اگر فروشنده همچنان سر حرف خود می‌بود! خیلی از قطعات دیگر هم هنگام فروش توسط فروشنده تست می‌شد و

چنانچه پای خود را از فروشگاه بیرون می‌گذاشتید، دیگر فروشنده شما را نمی‌شناخت! و اگر یک ساعت بعد به دلیل خرابی برای تعویض قطعه مراجعه می‌کردید، دست از پا درازتر برمی‌گشتید!

البته قطعاتی هم بود که به صورت هندوانه سربسته فروخته می‌شد، مثلاً خیلی‌ها مانیتور را بدون هیچ گونه تضمینی می‌فروختند و حتی اجازه باز کردن آن جلوی فروشنده و تست آن را نمی‌دادند.

در این بین فروشندگانی هم بودند که با افزایش مبلغی قابل توجه به قیمت مانیتور آن را گارانتی می‌کردند که این مابه‌التفاوت به قدری زیاد بود که اغلب خریداران از آن صرف نظر می‌کردند.

این وضعیت به اصطلاح گارانتی بود. از طرف دیگر سیل قطعات تقلبی بازار را گرفته بود. شاید به جرات بتوان گفت که کمتر قطعه‌ای بود که تقلبی آن یا به اصطلاح آن زمان "ریمارک" آن وجود نداشته باشد! از رم گرفته تا مادربرد و گرافیک و ...

کار به جایی رسیده بود که پردازنده‌های تقلبی اینتل به وفور در بازار وجود داشت! منظور از پردازنده تقلبی پردازنده‌هایی بود که نام و سرعت و مشخصات پردازنده بالاتر روی آنها حک شده بود. خوب یادم هست که پردازنده‌های پنتیوم ۱۳۳ را به ۱۶۶ یا ۲۰۰ ریمارک کرده بودند و با قیمت آنها می‌فروختند.

خلاصه، داستانی بود حکایت گارانتی!

اما گارانتی چیست؟

در روابط بازرگانی و خرید و فروش، گارانتی تعهدی است که فروشنده در مقابل محصول یا خدمات ارائه می‌دهد و معمولاً متعهد می‌شود تا در صورت برآورده نشدن ادعای خود به تعمیر یا تعویض کالا بپردازد.

اما در بازار کامپیوتر معمولاً گارانتی تعهدی است که فروشنده کالا طی آن متعهد می‌شود، اگر آن کالا در مدت زمان معین که در ضمانت‌نامه نیز قید شده دچار نقص یا ایرادی شود، بدون اخذ وجهی آن را تعمیر کند (بدون گرفتن اجرت تعمیر و هزینه قطعات) و در صورتی که ایراد وارده اساسی باشد، آن را با دستگاه

نو تعویض نماید.

مشکل از این جا شروع می‌شود که معمولاً اشکالات شامل گارانتی شفاف نیستند! واضح است که هر اشکالی شامل گارانتی نمی‌شود. مثلاً اشکالات نرم‌افزاری نوت‌بوک هیچ ربطی به گارانتی ندارد و در صورت مراجعه به فروشنده باید هزینه‌ای پرداخت شود. اما اشکال هارددیسک نوت‌بوک چطور؟ بعضی فروشنده‌ها می‌گویند اشکال هارددیسک مربوط به کاربر است و شامل گارانتی نیست و بعضی آن را شامل گارانتی می‌دانند!

اما قانونی کلی در این زمینه وجود دارد و آن این است که هر اشکال سخت‌افزاری که ناشی از کاربر باشد، شامل گارانتی نیست و هر اشکال سخت‌افزاری که ناشی از خود قطعه یا دستگاه باشد شامل گارانتی می‌شود. اشکالات نرم‌افزاری هم که شامل گارانتی نیستند.

مثلاً اگر ال‌سی‌دی نوت‌بوک بشکند، چون ناشی از کاربر بوده شامل گارانتی نیست ولی اگر چیپ گرافیکی نوت‌بوک مشکل پیدا کند، چون ناشی از خود دستگاه است مشمول گارانتی می‌شود. اما اگر ویندوز نوت‌بوک خراب شود، هیچ ربطی به گارانتی ندارد.

گارانتی یا وارانسی؟

مدهاست که در بازار کامپیوتر بر سر دو واژه گارانتی و وارانسی اختلاف وجود دارد. بعضی‌ها می‌گویند گارانتی به معنای تعمیر رایگان دستگاه است و وارانسی به معنای تعویض بی‌چون و چرای دستگاه. یعنی در وارانسی دستگاه تعمیر نمی‌شود، بلکه تعویض می‌گردد. بعضی دیگر دقیقاً برعکس می‌گویند و ادعا دارند که در گارانتی دستگاه باید تعویض شود. بعضی دیگر وارانسی را یک پله بالاتر از گارانتی می‌دانند و به معنای داشتن شرایط بهتر و پوشش خدمات بالاتر می‌دانند و دوباره بعضی برعکس!

خلاصه به تعداد شرکت‌ها یا فروشگاه‌های کامپیوتری تعریف متفاوتی از این دو واژه وجود دارد. اما واقعاً منظور از آنها چیست؟

برخی دیگر نیز سخت افزارهای لازم را برای شبکه خدمات خود فراهم نموده و هزینه های زیادی در این راه نموده اند ولی به دلیل ساختار و سازمان مناسب و عدم وجود مدیریت آگاه و آشنا به کار نمی توانند از نیروی انسانی موجود به صورت اثربخشی استفاده نمایند. و گاه هزینه ها نه تنها اثربخشی مناسب ندارند بلکه به ضد تبلیغات برای شرکتشان تبدیل می شود

اگر گارانتی را به معنای واقعی خود در نظر بگیریم، تعداد شرکت های کامپیوتری که گارانتی می دهند به شدت محدود می شود. در همین راستا پرسش هایی در زمینه گارانتی مطرح می شود که در ادامه آمده است.

در ایران، تعمیرات تا چه حدی انجام می شود؟

اینکه آیا در گارانتی اصلا تعمیرات باید انجام شود یا نه، بحثی است طولانی که در این مجال نمی گنجد. اما آن چیزی که عرف است این است که بعضی از کالاها مثل پردازنده، رم و کارت حافظه اصولا قابل تعمیر نیستند و در صورت خرابی باید تعویض شوند (البته اگر ایراد شامل شرایط گارانتی شود).

اما بعضی از قطعات دیگر مثل مادربرد، کارت گرافیک و پاور قابل تعمیر هستند. حالا اگر شرکت فروشنده اقدام به تعویض آن قطعه کند، نشان از خوش شانسی شماست و اگر اقدام به تعمیر کند کاری خلاف عرف و قانون نیست.

حالا اینکه هر شرکتی تا چه سطحی تعمیرات انجام می دهد، وابسته به پارامترهای زیادی است که مهم ترین آنها را می توان قدرت مالی، تجهیزات پیشرفته و نیروی متخصص دانست.

برای شرکت های نوپا یا شرکت هایی که فعالیت گسترده ندارند، خیلی مقرون به صرفه نیست که بخش خدمات پس از فروش حرفه ای راه اندازی نمایند و به همین دلیل هم معمولا اقدام به تعویض کالا می کنند. اما وضعیت برای شرکت های بزرگ تر کاملا معکوس است و آنها به دلیل حجم بالای فروش ناچارند از یک بخش خدمات پس از فروش حرفه ای استفاده کنند.

بطور کلی عیب یابی و تعمیر قطعه، ۴ فاز اصلی دارد:

- فاز ۱: تست کارکرد صحیح دستگاه
- فاز ۲: تنظیمات نرم افزاری و سخت افزاری مثل آپدیت بایوس
- فاز ۳: تعویض ماسفت ها و ترانزیستورها و خازن ها
- فاز ۴: تعویض چیپست مادربردها و سوکت پردازنده

حالا هر چه شرکت توانمندتر باشد، تعمیرات را در فاز بالاتری انجام می دهد و در صورت نداشتن توانایی

خارجی دارد یا نه هم، داستان غم انگیز دیگری! بعضی ها که بهتر کار می کنند، یک کارت گارانتی با نام و شماره تماس و آدرس دست مشتری می دهند، اما آن چنان شرایط گارانتی را محدود کرده اند که به نظر می رسد هیچ چیزی شامل گارانتی نمی شود و کالای بدون گارانتی با این نوع گارانتی تفاوت چندانی ندارد. چرا که شما به هر دلیلی به گارانتی مراجعه کنید نمی توانید از گارانتی استفاده کنید!

بعضی دیگر همراه کارت گارانتی چند کوپن (۲ الی ۳ تا) می دهند و شما هر بار که به گارانتی مراجعه کنید، یک کوپن کده می شود و چنانچه در طول یکسال بیش از ۲ الی ۳ بار مراجعه کنید، دستگاه به طور خودکار از گارانتی خارج می شود.

اما شما چه فکر می کنید؟ چرا باید برای یک کالا در طول یکسال چندین بار به گارانتی مراجعه کرد تا فروشنده مجبور شود تعداد مراجعه خریداران را محدود کند؟

خدمات پس از فروش هزینه نیست، بلکه قسمتی از بازاریابی و تبلیغات کالاست. خدمات پس از فروش رکنی مهم در فروش کالای پردوام محسوب می شود.

البته در این آشفته بازار گارانتی، هستند شرکت هایی که خدمات خوبی ارائه می کنند و همین خدمات خوب آنهاست که به فروش آنها رونق می دهد.

خانم طهماسبی مدیر عامل خدمات آواژنگ می گوید: «رسالت شرکت خدمات آواژنگ، بهترین سرویس در کمترین زمان با کمترین هزینه است».

طبق نظر ایشان، سازمان ها در گذشته باتوجه به نیاز مشتریان به خدمات پس از فروش بسنده می کردند ولی امروزه باتوجه به گسترش تقاضای مشتریان سازمانها باید علاوه بر خدمات پس از فروش به خدمات قبل از فروش و خدمات حین فروش نیز توجه نمایند لذا بهتر است به جای خدمات پس از فروش از لفظ خدمات مشتریان استفاده نمایند.

برخی سازمان ها و یا شرکت ها موضوع خدمات پس از فروش را جدی نگرفته و فقط از اسم آن به عنوان تبلیغات استفاده نموده و در صورت درخواست مشتریان از سرویس سایرین استفاده می نمایند که این کار اثربخشی لازم را برای شرکت دربر نخواهد داشت و

تعریف دقیق گارانتی که در بخش قبل توضیح داده شد. اما وارانته چیزی معادل خدمات پس از فروش در نظر گرفته می شود و طی آن فروشنده متعهد می شود در صورت اتمام دوره گارانتی به مدت معینی در ازای دریافت هزینه به تعمیر دستگاه بپردازد؛ همان چیزی که ما در تبلیغات کالاهای مختلف می بینیم که مثلا کالایی خاص یک سال گارانتی دارد و ۵ سال خدمات پس از فروش.

البته چیزی که فعلا در اغلب تولیدکنندگان بزرگ قطعات کامپیوتری رایج است این است که آنها تفاوتی بین گارانتی و وارانته قائل نیستند و مثلا زیر نوت بوک ها یا روی قطعات مختلف کامپیوتری هر دوی این عبارات را معمولا به مدت یکسال مشاهده می کنید و منظور آنها همان چیزی است که ما تحت عنوان گارانتی می شناسیم.

آقای مهندس مقدم، مدیر خدمات پس از فروش سازگار ارقام نیز با قول آخر موافق بودند و گفتند: «ظاهرا این بحث گارانتی و وارانته هیچ وقت در ایران تمام نمی شود. گارانتی لغتی انگلیسی است و وارانته واژه ای آمریکایی و این دو هیچ تفاوتی با هم ندارند. مهم شرایط ضمانت و شرایط نقض آن است که در اختیار مشتری قرار می گیرد و طبق آن عمل می شود. حالا نام آن را چه گارانتی، چه وارانته، چه ضمانت و چه تعهد بگذاریم تفاوتی ندارد.»

وضعیت گارانتی در ایران

همانطور که اشاره شد که متأسفانه امروزه از گارانتی به عنوان یک حربه تبلیغاتی در راستای فروش بهتر کالا استفاده می شود و ارزش گارانتی در حد یک واژه تنزل یافته است. واژه ای که در بسیاری از مواقع وجود خارجی ندارد. حتما شما هم با انواع و اقسام کارت های گارانتی بی نام و نشان و بدون آدرس و شماره تماس که همراه قطعات کامپیوتری عرضه می شود مواجه شده اید. واقعا منظور از این کارت چیست؟ کارتی که در آن هیچ شماره تلفن و یا آدرسی قید نشده است! فقط عبارت گارانتی یک ساله یا چندساله را خیلی برجسته مشاهده می کنید!

یا حتما با قطعاتی مواجه شده اید که می توان کارت گارانتی جداگانه برای آنها خرید! فروشنده می گوید که با گارانتی چند هزار تومان گران تر است و سپس یک کارت بی اعتبار را روی کالای شما می گذارد! این کارت فقط برای حفظ روحیه خریدار است و هیچ اعتبار دیگری ندارد.

خیلی از فروشندگان هم می گویند که "این قطعه گارانتی خودمان است". حالا این خودمان یعنی چه و شامل چه شرایطی می شود، خود داستان دیگری است. اینکه دو ماه بعد اصلا این خودمان وجود

البته شرکت‌های کوچک‌تر مجبورند به دلیل هزینه بالا، استفاده چندمنظوره از نیروها انجام دهند، یعنی کسی که مادربرد تعمیر می‌کند، رایت‌ر را نیز تعمیر کند.

نحوه پوشش گارانتی در سطح کشور چگونه است؟

یکی از نکاتی که خیلی مهم است، نحوه پوشش گارانتی در سطح کشور است. اگر خریداری در شهرستان دچار مشکل شود، باید به کجا و چگونه مراجعه کند؟

روایی که در حال حاضر در بسیاری از شرکت‌ها وجود دارد این است که قطعات خراب از سراسر ایران باید به دفتر خدمات پس از فروش که معمولا در تهران قرار دارد ارسال شود و تعمیرات در آنجا انجام شود و سپس دوباره کالا عودت داده شود. البته با توجه به گستردگی ایران این کار برای شهرستانی‌ها دشوار، هزینه‌بر و زمان‌بر است. معدود شرکت‌هایی هستند که اقدام به راه‌اندازی مراکز خدمات پس از فروش در چند شهر بزرگ دیگر به جز تهران کرده‌اند که این کار منجر به رضایت‌مندی بیشتر خریداران می‌گردد. البته اینکه در این مراکز تعمیرات تا چه فازی انجام می‌شود، بحث دیگری است. بعضی از شرکت‌ها صرفا از این مراکز برای جمع‌آوری کالاهای خراب آن

نمی‌شود! البته چنانچه زیر بار گارانتی هم بروند، چون مجبورند قطعات یدکی را از جیب خود خریداری کنند، ترجیح می‌دهند قطعات ارزان‌تر و در نتیجه با کیفیت پایین‌تر بخرند که نیازی به توضیح بیشتر ندارد.

خانم مهندس طهماسبی می‌گوید در زمینه تمامی محصولات گیگابایت، مجوز تعمیرات تا فاز ۴ را کسب کرده‌اند حتی در زمینه نوت‌بوک‌های گیگابایت.

نحوه آموزش نیروهای متخصص چگونه است؟

معمولا شرکت‌هایی که مجوز تعمیرات از تولیدکننده می‌گیرند، نیاز به آموزش نیروهای متخصص دارند که این آموزش یا در محل تولیدکننده و یا در محل نماینده صورت می‌گیرد.

خانم طهماسبی در این رابطه می‌گوید: «شرکت خدمات آواژنگ معمولا هر سال ۴ نفر را برای بازآموزی به تایوان اعزام می‌کند و سالی حداقل ۳ بار کارشناسان گیگابایت از تایوان به ایران می‌آیند و کلاس‌های آموزشی برای تعمیرکاران تهران و شعب برگزار می‌کنند. با این تفصیل به طور میانگین هر فصل یک دوره آموزشی بر روی تکنولوژی‌های جدید برای تعمیرکاران برگزار می‌گردد.»

فنی و قطعات یدکی، کالا را تعویض می‌کند و یا اینکه کالا را به شرکت مادر در خارج از ایران ارجاع می‌دهد که این مورد بیشتر در مورد نوت‌بوک‌ها صورت می‌گیرد.

به عنوان مثال شرکت آواژنگ و سازگار ارقام، قادر به تعمیر مادربرد حتی تا فاز ۴ نیز هستند و بنابراین هیچ کالایی را برای تعمیرات به خارج از ایران ارسال نمی‌کنند. البته به نظر نمی‌رسد که تعداد این گونه شرکت‌ها به تعداد انگشتان یک دست برسد.

توانایی تعمیرات یا مجوز تعمیرات؟

اما از یک نکته مهم نباید غافل شد و آن اینکه آیا شرکت‌هایی که توانایی تعمیرات دارند، مجاز به تعمیرات نیز هستند یا خیر؟

بحث توانایی با بحث مجوز داشتن متفاوت است. شرکت‌هایی که مجوز دارند و یا اصطلاحا Authorized هستند از طرف شرکت تولیدکننده مورد بررسی قرار می‌گیرند و برای انجام تعمیرات تایید می‌شوند. این مجوز مزایای زیادی برای آنها دارد از جمله اینکه قطعات و چیپ‌های لازم را در اختیار نمایندگان قرار می‌دهند و از طرف دیگر اقدام به آموزش نیروهای آنها نیز می‌کنند و نتیجه هر دوی این‌ها ارایه خدمات بهتر به خریدار است.



بخش تعمیرات نوت‌بوک شرکت سازگار ارقام



نمایی از واحد تعمیرات شرکت آواژنگ

استان و سپس ارسال آنها به تهران استفاده می‌کنند که فقط منجر به حذف هزینه ارسال توسط خریدار می‌شود (که البته نکته مهمی در مشتری‌مداری است). بعضی دیگر تعمیرات در فازهای ۱ و ۲ را در این مراکز انجام می‌دهند تا در هزینه و وقت بخش اعظمی از خریداران صرفه‌جویی شود.

البته راه‌اندازی مراکز خدمات پس از فروش در شهرستان‌ها، نیاز به سرمایه‌گذاری قابل توجهی دارد که معمولا هر شرکتی به این کار اقدام نمی‌کند.

شرکت‌های خدمات آواژنگ و سازگار ارقام چند مرکز خدمات پس از فروش در چند شهر بزرگ دارند که

آقای مقدم هم در این زمینه می‌گویند: «تقریبا سالی یکبار تعدادی از نیروهای فنی دفتر تهران به شرکت‌های تولیدکننده اعزام می‌شوند و تحت آموزش قرار می‌گیرند و سپس همین افراد پس از بازگشت اقدام به آموزش سایر کارشناسان فنی در تهران و شهرستان‌ها می‌کنند.»

نکته‌ای که در هر دو شرکت فوق رعایت می‌شود، این است که هر کارشناس مسئول تعمیر یک قطعه خاص است و بدین صورت نیست که کارشناسان فنی به تعمیر هر قطعه‌ای بپردازند. واضح است که در این صورت تعمیرات تخصصی‌تر و حرفه‌ای‌تر خواهد شد.

اما شرکت‌هایی که مجوز ندارند، در واقع برای انجام تعمیرات قانونی نیستند و اگر اقدام به تعمیرات کنند، از طرف شرکت تولیدکننده هیچ حمایتی نخواهند شد. یعنی نه از قطعات یدکی خبری هست و نه از آموزش! نتیجه این می‌شود که این گونه شرکت‌ها تمایلی به دادن گارانتی ندارند و علی‌رغم میل باطنی خود و برای باقی ماندن در بازار رقابت مجبور می‌شوند گارانتی را ارایه دهند و هزینه قابل توجهی را از جیب خود بپردازند. حالا شاید به جواب سوال خود رسیده باشید که چرا وقتی به بعضی از گارانتی‌ها مراجعه می‌کنید، با انواع و اقسام ایرادها مواجه می‌شوید تا به شما ثابت کنند که ایراد دستگاه شما شامل گارانتی

هم یک دفتر برای جمع‌آوری قطعات خراب وجود دارد. بنابراین مراکزی که مجوز تعمیرات فاز ۴ داشته باشند، بسیار محدودند. خانم طهماسبی در این زمینه می‌گوید: «گیگابایت در کشورهای ایران، امارات متحده عربی، آلمان، آمریکا، هلند و آفریقای جنوبی مستقیماً حضور دارد.»

البته در کشورهای توسعه‌یافته چنانچه قطعه‌ای خراب شود و گارانتی نداشته باشد، یک راست به سطل زباله هدایت می‌شود و چیزی به نام تعمیر معنا ندارد.

با توجه به مطالب بالا نباید انتظار داشته باشیم که تمامی شرکت‌های کامپیوتری ایرانی مجوز تعمیرات داشته باشند، چرا که هیچ‌جای دنیا این گونه نیست. در واقع آنهایی که دارند، فراتر از انتظار ظاهر شده‌اند.

چرا شرکت‌هایی که مرکز خدمات پس از فروش دارند، به سایر برندها سرویس نمی‌دهند؟

سوالی که برای خیلی از کاربران مطرح می‌شود این است که چرا شرکت‌هایی مثل آواژنگ و سازگار ارقام که مرکز خدمات پس از فروش مجهزی دارند، به سایر برندها سرویس نمی‌دهند؟ حداقل می‌تواند منبع درآمد مناسبی باشد!

خانم طهماسبی دلیل این امر را به این صورت توضیح می‌دهند: «باتوجه به عصر ارتباطات و سرعت بالای انتقال اطلاعات تکنولوژی، تولیدات شرکت‌ها شدیداً به هم نزدیک شده و کالاها به لحاظ کیفیت روز به روز شباهت بیشتری به یکدیگر پیدا می‌کنند، لذا آنچه که می‌تواند شرکت‌ها را از دید مشتریان پررنگ‌تر سازد و به عنوان مزیت برتر ایشان مطرح نماید سازمان خدمات مشتری فعال و اثربخش و گسترده است. در واقع گارانتی آواژنگ به کالا اصالت می‌دهد. گارانتی آواژنگ به قدری خوب عمل کرده که وقتی نام این گارانتی روی کالایی قرار می‌گیرد، به آن ارزش افزوده می‌دهد و به آن اعتبار می‌بخشد و مشتری با طیب خاطر آن کالا را تهیه می‌نماید، چرا که مشتری از کیفیت آن قطعه و خدمات پشتیبانی آن مطمئن خواهد بود. بنابراین اگر آواژنگ به برند دیگری گارانتی دهد، در واقع منجر به مطرح شدن و فروش بالاتر آن خواهد شد که منطقی‌تر شرکت تجاری در اصل به حفظ و ارتقای جایگاه خود می‌اندیشد.»

آقای مقدم هم نظری مشابه دارند: «خدمات و گارانتی در ایران درآمد خاصی ندارد، بلکه برای پشتیبانی از فروش است. ما نمی‌خواهیم مشتری از دیگران بخرد، اما خدماتش را از ما بگیرد.»

با این حال، شرکت خدمات آواژنگ با سازوکارهای مختلف از قبیل توزیع دفترچه راهنمای اسمبل صحیح، ارسال خبرنامه الکترونیکی و خبرنامه سبزی آواژنگی و آموزش نمایندگان اقدام به فرهنگ‌سازی در خصوص استفاده صحیح از قطعات سخت افزاری می‌نماید.

آمار خرابی قطعات در ایران چندین برابر آمار جهانی آن است که این آمار نشان از استفاده نادرست آنها توسط کاربران است.

آقای مقدم در این رابطه می‌گوید: «طبق آمار و بررسی‌های ما، ۹۵ درصد از خرابی‌های قطعات مربوط به کاربر است! مثلاً یا بلد نیستند با آن درست کار کنند یا استفاده از قطعات غیر استاندارد دیگر (مثل بعضی از پاورهای بی‌کیفیت) در عملکرد قطعه تأثیر گذاشته است. آمار خرابی قطعات در ایران چندین برابر آمار جهانی آن است که نشان از استفاده نادرست آنها توسط کاربران است. در واقع ما در دو جهت به مشتری ایرانی سرویس بهتری می‌دهیم، از یک طرف مدت گارانتی قطعه را بیشتر از مدت گارانتی بین‌المللی آن ارایه می‌دهیم و از طرف دیگر قطعاتی که به دلیل بالا شامل گارانتی نمی‌شوند را گارانتی می‌کنیم.»

گارانتی در کشورهای دیگر

شاید این سوال برای خیلی از کاربران کامپیوتر مطرح شده باشد که تعمیرات و گارانتی در سایر کشورها چگونه است؟ مثلاً کشورهای پیشرفته‌تر چگونه گارانتی می‌دهند؟

نکته جالب اینکه تقریباً تمامی تولیدکنندگان بزرگ به جز دفتر اصلی، چند نمایندگی خدمات پس از فروش (معمولاً ۳ تا ۴ تا) در سراسر دنیا دارند؛ غالباً یکی در اروپا، یکی در آمریکای شمالی، یکی در شرق آسیا و گاه یکی در خاورمیانه. از تمامی کشورهای یک منطقه کالاها و قطعات خراب به نزدیک‌ترین مرکز خدمات پس از فروش ارسال و پس از تعمیر به مبدأ عودت داده می‌شود. معمولاً در هر کشوری

تعمیرات تا سطح ۴ را انجام می‌دهند. به عنوان مثال سازگار ارقام در ۴ شهر شیراز، اصفهان، مشهد و تبریز و آواژنگ در ۵ شهر شیراز، مشهد، اصفهان، اهواز و تبریز نمایندگی خدمات پس از فروش سطح ۴ دارند.

سرویس برتر

آقای مقدم اعتقاد دارد: «در بازار کامپیوتر هر کسی که گارانتی بهتری ارایه دهد، فروش بالاتری خواهد داشت. به همین دلیل شرکت‌های معتبر در کیفیت گارانتی نیز با هم رقابت می‌کنند و فقط بحث مدت گارانتی نیست که به عنوان یک شعار مطرح است.»

در همین راستا بعضی از شرکت‌ها اقدام به ارایه سرویس‌هایی فراتر از مفهوم گارانتی می‌کنند. مثلاً شرکت مادیان در تهران ظرف مدت ۲ ساعت به محل خریدار مراجعه کرده و مشکل مانیتور یا پرینتر او را حل می‌کند. خانم طهماسبی می‌گوید: «شرکت خدمات آواژنگ چه در دفتر مرکزی تهران و چه در شعب به محض مراجعه مشتری، به جای اینکه قطعه او را رسید و تاریخ مراجعه بعدی را تعیین کند، ابتدا قطعه را تست کرده و فاز ۱ و ۲ تعمیرات را همان لحظه انجام می‌دهد تا در صورتی که مشکل حل شد، مراجعه کننده در بار اول مراجعه با قطعه سالم بازگردد و نیاز به مراجعه مجدد نداشته باشد و در صورتی که مشکل حل نشد در صورت توافق مشتری کالا تعویض می‌شود و در صورت تأکید مشتری به تعمیر خود قطعه مشتری، قطعه را رسید می‌کند. همین روند منجر به این امر می‌شود که روزانه به مراجعین زیادی که به صورت حضوری مراجعه می‌نمایند درجا سرویس داده شود. امتیاز دیگر این شرکت این است که تعویض کالاهایی مثل MicroSD و حافظه‌های فلش توسط برخی نمایندگان فروشی که مجوز تعویض قطعه را دارند در همان محل خرید کالا و نه مرکز خدمات پس از فروش انجام می‌شود و بنابراین برای این گونه کالاها الزام نیازی به مراجعه به مرکز خدمات نیست. سرویس جالب دیگر اینکه اگر قطعه معادل قطعه خراب موجود نباشد و قطعه‌ای با مشخصات بالاتر جایگزین آن شده باشد، در اکثر موارد یا اختلاف هزینه از مشتری دریافت نشده یا مبلغی جزئی دریافت می‌گردد. ضمناً با توجه به اینکه گارانتی آواژنگ براساس شماره سریال کالا است، بنابراین وقتی کالا تعویض می‌شود، با توجه به اینکه کالای جدید معمولاً شماره سریال جدیدتری دارد، به طور خودکار منجر به افزایش دوره گارانتی می‌گردد.»