

Understanding Maintenance

La importancia de las inspecciones diarias.



HINO recomienda el mantenimiento diario (foto: Kuwait)

Los artesanos, a quienes se refiere frecuentemente como “meisters” en Alemania, cuidan mucho de las herramientas que utilizan todos los días. La razón para eso es que ellos saben que las herramientas que se cuidan bien ayudarán a su trabajo por muchos años, como compañeros de confianza en su negocio. Lo mismo se aplica a los “activos productivos” tales como los camiones. Llevar a cabo las inspecciones diarias del camión para entender su condición, y reemplazar los elementos consumibles tales como los aceites, son una importante parte para mantener el camión en su mejor estado y asegurar la operación segura por muchos años adelante. Esto es similar a nuestras revisiones médicas regulares. Estar atento a los pequeños cambios de nuestra condición física y tomar las medidas preventivas como sea necesario es una parte esencial de mantener nuestra salud. Por ejemplo, si el nivel del aceite del motor está más bajo que la especificación o si el aceite está muy sucio, el aceite no podrá cumplir con sus funciones de lubricación y limpieza, y esto producirá el desgaste prematuro de diversos componentes, así como la rotura prematura del motor. El mantenimiento diario apropiado le permite extender la vida de muchas piezas de su camión y conducirlo con seguridad. Además, eso le ayuda a proteger sus lucros de pérdidas potenciales causadas por roturas y accidentes. Ésta es la razón por la cual HINO recomienda las inspecciones diarias. HINO provee un Manual del Conductor/Propietario y una Hoja de Inspección Diaria (véase la figura a la derecha)—una lista de verificaciones de los puntos de la inspección diaria—para HINO Serie 300, 500 y 700 (si no tiene uno de esos ítems, póngase en contacto con su concesionario HINO). El Manual del Conductor/Propietario y la Hoja de Inspección Diaria proveen un conjunto de procedimientos que le permiten verificar el aceite del motor, refrigerante, arranque del motor, presión de aire de los neumáticos, y otros ítems requeridos de inspección diaria de una manera eficaz. Como estas inspecciones diarias también

incluyen ítems que pueden afectar la seguridad de conducción, tales como las inspecciones de tuercas de las ruedas, luces y bocinas, esas inspecciones diarias deben ejecutarse de acuerdo con el Manual del Conductor/Propietario y la Hoja de Inspección Diaria como una práctica de rutina para la conducción segura y mayor éxito de su negocio.

Ésta es la primera de las columnas de “Understanding Maintenance”, donde presentaremos a nuestros lectores informaciones útiles de mantenimiento, incluyendo la importancia del mantenimiento y sugerencias convenientes. En nuestra próxima edición, presentaremos las inspecciones de los neumáticos.



Hoja de Inspección Diaria

Hino Motors, Ltd.
Address: 3-1-1 Hinodai, Hino-shi, Tokyo, 191-8660, Japan
Global Site: <http://www.hino-global.com>



©Hino Motors, Ltd. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, copied or transmitted in any form or by any means.

Printed in Japan

2010

HINO

Cares

Issue 012

HINO mantiene su filosofía de “Cliente en Primer Lugar”.

HINO es una marca de la “gente”.

Creemos que nuestra capacidad tecnológica y nuestro servicio de alta calidad son frutos de las habilidades y pasión de los funcionarios de HINO. HINO es la suma de su “gente”.



HINO's Vision

¿Qué podemos hacer para asegurar que nuestros clientes continúen eligiendo la marca HINO?

Hideki Ueda,
DIRECTOR EJECUTIVO SÉNIOR,
MIEMBRO DEL CONSEJO DE
ADMINISTRACIÓN

Como una marca global originaria de Japón, ¿cómo se ve HINO en su país? Planteamos esta pregunta a Hideki Ueda, Director Ejecutivo Sénior de las Operaciones de Ventas Domésticas de HINO. “En ciertas categorías de camiones de medianos y pesados, HINO ha mantenido la cuota más alta en el mercado japonés por 37 años seguidos”. Creo que el facto de que HINO ha dominado la cuota más alta por 37 años sobre un gran número de competidores indica cómo se valora la marca HINO en el mercado japonés. “Creo que, además de las condiciones económicas, las regulaciones de emisiones y de sobrecarga han cambiado la demanda de camiones en el mercado japonés. Como un fabricante de camiones, seguir el ritmo de esos cambios ha sido un constante desafío. Así como el atractivo de nuestros productos, ¿cómo podemos proveer soluciones avanzadas que satisfacen las demandas de nuestros clientes en un amplio rango de áreas incluyendo el precio, tiempo de entrega y servicios postventa? En HINO, debemos hacer nuestro mejor para satisfacer las demandas de los clientes”. Esta filosofía de “Cliente en Primer Lugar” descrita por Ueda es probablemente una de las razones por la cual HINO ha sido capaz de mantener la cuota más alta en ciertas categorías de camiones de medianos y pesados por 37 años seguidos. Pero HINO se niega a dormirse en sus laureles. Ueda continuó, “El mercado de camiones en Japón está alcanzando la madurez. Para continuar como la marca preferida en un mercado maduro, creemos que es muy importante estudiar detenidamente los problemas y necesidades de nuestros clientes, y tomar desafíos que nos permitirán contribuir al éxito de los negocios de nuestros clientes”. Trabajando con nuestros clientes para encontrar las soluciones de sus problemas y dándoles los beneficios de eso, más clientes podrán ver HINO como su colaborador fiable. Las



“Actividades de Soporte al Cliente” de HINO nacieron de esta idea.

“¿Cómo podemos ayudar y proveer soluciones a nuestros clientes que enfrentan situaciones como gastos crecientes, altos costos de combustible, medidas ambientales y mayor competencia estimulada por la desregulación del mercado? Para desarrollar medidas específicas para abordar estos problemas, establecemos la División de CONSULTORÍA ‘KAIZEN’ en HINO de Japón en febrero de 2004”. Las “Actividades de Servicios a los Clientes” inicializadas por la División de CONSULTORÍA “KAIZEN” fueron lanzadas en todo Japón en mayo del mismo año por los jefes de promoción de las “Actividades de Servicios a los Clientes” y por colaboradores con los concesionarios HINO en Japón. Las “Actividades de Servicios a los Clientes” se clasificaron en cuatro categorías: seguridad de conducción, mejoramiento de la rentabilidad, medidas ambientales, y mejoramiento de la calidad de transporte, en un total de 26 programas específicos. Los ejemplos de estos programas incluyen diversos seminarios tales como Seminarios de Inspección Diaria y Seminarios de Cálculo del Costo de Transporte, propuestas para mejorar la eficiencia de las rutas de entrega basado en el tiempo y distancias de viaje, y ayudar a los clientes a racionalizar



sus tareas administrativas mediante la tecnología de información. “Con nuestros distribuidores extranjeros, empezados a introducir Seminarios de Conducción Eficiente en el Uso de Combustible, que se originaron de los programas en nuestras ‘Actividades de Servicios a los Clientes’, para nuestros clientes extranjeros, y creo que estos seminarios están siendo reconocidos por las personas en los países donde se realizan estos seminarios”. Estas actividades han producido buenos resultados como señala Ueda, “No sólo tenemos la oportunidad de contribuir para resolver los desafíos de los clientes, pero también tenemos la oportunidad de mejorar las capacidades de administración de nuestros concesionarios en Japón y de nuestros distribuidores extranjeros, así como mejorar las habilidades de nuestro personal de ventas. Creo también que esto, a su vez, estrecha nuestra relación con los clientes”.

HINO busca expandir estas actividades por todo el mundo, y recientemente ha lanzado programas similares en Tailandia. “Moviéndose hacia adelante, estaremos personalizando nuestras listas de programas específicos para cada mercado con la finalidad de ayudar a nuestros clientes en diversos países. Como nuestra filosofía de ‘Cliente en Primer Lugar’ permanece igual, HINO se esfuerza en ayudar sus clientes alrededor del mundo y en encontrar soluciones si los clientes tienen problemas. Nuestra mayor alegría es que nuestros clientes alrededor del mundo se sientan cómodos en preguntarnos acerca de los problemas que puedan encontrar”.

HINO ve el camino que debe seguir.



Sr. Ueda, Director Ejecutivo Sénior, describe su visión en la oficina principal de HINO en Tokio

HINO's Technology

Continuaremos desarrollando camiones HINO con nuestro espíritu de “Cliente en Primer Lugar”.

Akira Yamamoto, INGENIERO JEFE, DIVISIÓN DE PLANEAMIENTO DE PRODUCTOS
Shinichi Takemasa, INGENIERO JEFE, DIVISIÓN DE PLANEAMIENTO DE PRODUCTOS
Toru Gomita, GERENTE, DIVISIÓN DE PLANEAMIENTO EXTERIOR



El modelo SS es el último en HINO Serie 700



Este camión de pesado fue el gran trabajador de los años 90



Este camión de pesado fue el gran trabajador de los años 80

“Cliente en Primer Lugar”— Ésta es la frase que expresa la esencia de la filosofía corporativa de HINO. Las nuevas tecnologías desarrolladas por HINO a través de su competencia global y sus esfuerzos para proveer servicios de alta calidad están basados en su espíritu de “Cliente en Primer Lugar”. ¿Qué desean nuestros clientes? ¿Con cuáles servicios nuestros clientes realmente se quedan contentos? La razón de su existencia y en efecto la historia de HINO son todo acerca de la búsqueda a las respuestas a esas cuestiones y nuestros esfuerzos en desarrollar soluciones para cada una de las cuestiones. Al paso de los años, hemos ofrecido ciertos aspectos de tecnologías y servicios que nacieron de nuestro espíritu de “Cliente en Primer Lugar”. Para esta y algunas de las próximas ediciones, presentaremos los camiones HINO de la Serie 700, 500 y 300 en ediciones separadas para enfocar cómo este espíritu de “Cliente en Primer Lugar” se refleja en los productos HINO.

Para nuestra entrevista en la oficina central de HINO en Tokio,



Este camión de pesado, modelo FR, fue exportado durante los años 80

condiciones de operaciones. En 2004, HINO anunció su estrategia corporativa “HINO como un estándar global”. HINO lanzó una nueva serie de camiones de pesados para el mercado global que fue mejorada para tener mayor flexibilidad y satisfacer el rango más diverso de necesidades de los diferentes mercados. Así nació la HINO Serie 700. “La HINO Serie 700 fue una serie de camiones de servicio pesado que fueron desarrollados desde el principio para el mercado de exportación. La serie contuvo un gran número de tecnologías con la finalidad de reflejar las necesidades de nuestros clientes extranjeros. Por ejemplo, los motores con tecnologías de eficiencia de combustible y la carrocería estilizada basada en aerodinámica contribuyeron para reducir el consumo de combustible aproximadamente 10% en comparación con el modelo anterior de camiones de pesados de HINO, de acuerdo con los resultados de las pruebas ejecutadas por HINO (basado en pruebas internas)”. Akira Yamamoto, quien estuvo en el equipo de desarrollo de la HINO Serie 700, continuó, “En cuanto a los caballos de potencia, el modelo ZS de la HINO Serie 700 tenía 450 hp, una mejora considerable sobre los 300 hp producidos por el modelo anterior. Mientras haya muchos otros detalles, una importante característica que define esta serie de los camiones anteriores es que la serie se diseñó para tener la flexibilidad necesaria para personalizar los camiones para satisfacer las necesidades de los diferentes mercados locales”. Basado en el tema “camiones más localizados”, creemos que la HINO Serie 700 se ha puesto popular entre nuestros clientes gracias a su concepto y calidad. “En 2008, mejoramos aún más y lanzamos la nueva HINO Serie 700, que adoptó un enfoque de diseño modular con la finalidad de ofrecer mayor flexibilidad para poder personalizar los camiones dependiendo de las diversas demandas del mercado. Como un camión de servicio pesado, esperamos ver el aparecimiento de 200

encontramos con tres personas que han estado involucradas en las operaciones de camiones de pesados en el extranjero. “En 1992, nuestros camiones de servicio pesado—que han sido conocidos como la serie Dolphin desde 1981 en Japón—fueron sucedidos por modelos más nuevos de camiones de servicio pesado que empezamos a exportar al extranjero. Sin embargo, descubrimos que desde un punto de vista global, esos camiones necesitaban mejoramientos para satisfacer el rango más diverso de necesidades de nuestros clientes internacionales” dijo Toru Gomita, quien se acuerda bien de tal período. ¿Cuáles son las necesidades de cada país en el mercado internacional? Gomita también dijo que la experiencia de HINO con los negocios de camiones de servicio pesado en el extranjero dio más ímpetu a HINO para estudiar más detalladamente la variedad de necesidades que pueden ser peculiares en ciertos mercados. Entonces HINO se embarcó en mejorar los camiones de pesados según el tema “camión más localizado” basado en estudios en varios países y en diferentes

tipos de carrocería de la nueva HINO Serie 700 en los próximos 2 a 3 años”, dijo Shinichi Takemasa, quien estuvo encargado del desarrollo de la nueva HINO Serie 700, describiendo el potencial para los camiones de pesados de HINO.

Vamos a evolucionar para abarcar nuestra filosofía corporativa, reflejada en el espíritu de “Cliente en Primer Lugar”. Sin embargo, HINO todavía no está satisfecha con el status quo. Continuaremos a mejorar nuestra línea de productos y a proveer productos HINO que satisfacen las necesidades de nuestros clientes alrededor del mundo. HINO hará mucho esfuerzo para conseguir sus objetivos. Mientras nuestro espíritu de “Cliente en Primer Lugar” continúe vivo, HINO se esforzará para responder a las necesidades de sus clientes alrededor del mundo.

Todas las tecnologías se utilizan para crear el mejor HINO para usted.



Los tres discuten la historia de los camiones de pesado de HINO para el mercado de exportación

HINO Owner's Voice

HINO, porque hay razones para seleccionar.

Los camiones no son las únicas cosas que HINO provee. Uno de los objetivos más importantes es “crear” el mayor número posible de “razones para seleccionar” el producto o servicio provisto por HINO o por sus revendedores, y “crear” relaciones basadas en la confianza con nuestros clientes. En esta sección, presentaremos a nuestros lectores las compañías que operan camiones HINO. Nos gustaría de darles una idea de cómo los camiones HINO sirven nuestros clientes alrededor del mundo, preguntándoles sus razones para elegir un HINO. *Los clientes se presentan en orden alfabético por nombre del país.

Para historias más detalladas acerca de los propietarios HINO, visite la siguiente dirección:
http://www.hino-global.com/products/owners_voice/index.html

Deje el mundo saber cómo se siente.

¡Invitamos a todos los propietarios de un HINO a participar de la sección “HINO Owner's Voice”!
Deje los aficionados de HINO de todo el mundo saber cómo se siente acerca de los productos HINO.
Póngase en contacto con su representante HINO local para los detalles.



Chile/ TREXVAL S.A.
Jose Antonio Flores, Gerente General

TREXVAL S.A. es especializada en el transporte de cargas peligrosas y materias primas para su elaboración, y es una empresa líder en el transporte de cargas peligrosas en Chile. Jose Antonio Flores, gerente general de la empresa dijo, “Nuestro trabajo es transportar cargas peligrosas. Debido a la geografía de Chile, nuestros camiones deben recorrer diariamente miles de kilómetros a través de nuestro largo y estrecho país, que tiene muchas carreteras arriba de los 5.000 metros sobre el nivel del mar, exponiendo nuestros camiones a grandes diferencias de temperatura. Por eso es que operamos camiones HINO para proveer servicios eficaces y seguros a nuestros clientes. Eso ha contribuido a construir la confianza de los clientes en nuestros servicios y nos ha ayudado a ganar una posición importante en el mercado de Chile”.



Sudáfrica/ TRANSVAAL HEAVY TRANSPORT (PTY) LTD.
Sampie Swanepoel, Director Ejecutivo

Con base en Alberton y Alrode en Sudáfrica, TRANSVAAL HEAVY TRANSPORT transporta equipos para minería, materiales de construcción y productos de ingeniería. La empresa compró 10 camiones HINO en 1986 cuando consolidó su flota, y actualmente posee 33 camiones HINO. Preguntamos a Sampie Swanepoel, el director ejecutivo de la empresa, por qué la compañía continúa utilizando camiones HINO. “Los camiones HINO satisfacen a todas las condiciones que exigimos de los camiones—durabilidad, confort de conducción, potencia y facilidad de utilización. En particular, bajos costos de mantenimiento—esos camiones casi nunca se averían—y bajos costos de combustible nos han ayudado dramáticamente a mejorar nuestra eficiencia económica”.



Líbano/ DOLSI
Akram Abou Laban, Propietario

Fundada alrededor de 150 años atrás, nuestra empresa tiene la historia más larga entre los principales fabricantes de helados en Líbano. Wassfi Abou Laban, quien actualmente dirige la empresa juntamente con su padre Akram Abou Laban, tiene esto para decir acerca de los camiones HINO: “Elegimos los camiones HINO basados en una cuidadosa evaluación que llevamos a cabo después de decidir que teníamos que reemplazar nuestros camiones. En enero de 2010, compramos 15 camiones de la HINO Serie 300. Nuestra decisión se basó en la fuerte reputación de HINO y en las altas especificaciones de sus camiones, que superaron las de los otros competidores. HINO continuará siendo un serio aspirante para las compras de nuestros camiones debido a la calidad de sus camiones, y a la atención personal y excelente soporte que nuestro concesionario local provee, que es el factor más importante para nuestra empresa”.



Vietnam/ NYK LOGISTICS CO., LTD.
Phan Ngoc Canh, Primer Director General Adjunto

NYK LOGISTICS CO., LTD. ofrece servicios logísticos en Vietnam. Señalando las ventajas de los camiones HINO, Phan Ngoc Canh dijo, “Los camiones HINO son durables y fuertes. Además, también ofrecen buen kilometraje del combustible y eficiencia económica”. Cao Nguyen Thuan agregó, “Hino Motors Vietnam es rápido en responder si hay algún problema. Estamos muy satisfechos con su enfoque profesional y la calidad de sus servicios”. Nguyen Ngoc Thang, conductor de un HINO Serie 500FC, dijo “No me siento cansado después de la jornada de trabajo. Creo que es porque el interior de los camiones HINO es muy confortable y fácil de utilizar”.





Este centro de servicio tiene más de 50 bahías de servicio

HINO's Service at the front

El centro de servicio 3S de HINO en Omán eleva la satisfacción de los clientes a nuevas alturas.

Casos del Saud Bahwan Group, Omán.

¿Hasta dónde podemos desarrollar los servicios que ganarán la confianza de nuestros clientes? Sin dormirse nunca en sus laureles, HINO continúa preguntando esta cuestión de sí misma, y trabaja para aumentar la calidad de sus servicios.

En este artículo, les presentaremos uno de los centros de servicio más grandes para los vehículos HINO en el mundo —un centro de servicio que representa la primera línea de nuestros servicios, evolucionado desde nuestra filosofía. En Muscat, la capital de Omán, se puede encontrar una de las mayores instalaciones de 3S para los vehículos HINO en el mundo, abarcando un área de aproximadamente 26.000 m².

Con los tres 'S': Operaciones de Ventas (Sales), Servicios (Services) y Repuestos (Spare parts) centralizadas en una sola ubicación, éste es uno de los más modernos centros de servicio para los vehículos Hino, establecido por Saud Bahwan Group, distribuidor HINO en Omán para servir los clientes HINO en Omán.

Todos los modelos de camiones HINO introducidos en Omán están en exhibición en su amplia instalación de ventas. El área de clientes está siempre animada con el personal de ventas del grupo atendiendo a los clientes. El centro de servicio, que cuenta con más de 50 bahías de servicio, posee una cabina de pintura de alta tecnología para acomodar pedidos especiales y herramientas de servicio, junto con la instrumentación de diagnóstico.

Además de las bahías de diagnóstico herméticas al polvo y resistentes al calor, la instalación cuenta con bahías con techo para camiones y autobuses. También cuenta con bahías especiales para diferentes servicios de mantenimiento tales como inspecciones previas a la entrega, reparaciones de emergencia, reparaciones a larga escala, y reparaciones de vehículos averiados con la finalidad de proveer servicios rápidos a los clientes. Otro aspecto popular entre los clientes es la espaciosa área de espera donde los conductores pueden esperar confortablemente durante el servicio en sus camiones.

La instalación también cuenta con un centro de capacitación para capacitar los técnicos y conductores de los clientes mediante avanzados materiales audiovisuales de enseñanza e instalaciones de entrenamiento práctico. El centro de servicio también provee "servicios de capacitación móvil" (consulte la sección Actividades de Servicio a los Clientes, páginas 10-11), que permite a los empleados de los clientes tomar parte de los programas de capacitación sin salir de sus lugares de trabajo. Muchos de los clientes de HINO ya han utilizado y tenido provecho de esos servicios de capacitación móvil.

Luego, hay la instalación de piezas de reemplazo.

Con el objetivo de conseguir una disponibilidad de 97% de los repuestos en inventario en esta instalación de repuestos en el momento que el cliente hace el pedido, esta instalación mantiene un inventario constante de más de 20.000 ítems con la finalidad de responder rápidamente a los pedidos de los clientes y reducir el tiempo de espera.

Jeque Mohammed Saud Bahwan, presidente del Saud Bahwan Group, dijo esto acerca de uno de los últimos centros de servicio para vehículos HINO, "La atención al cliente es el núcleo de nuestra estrategia empresarial. Todas nuestras inversiones se hacen con el objetivo de proveer el mejor para la satisfacción del cliente, y este nuevo centro de servicio integrado para vehículos HINO es una reflexión de

nuestro enfoque". La conclusión de este centro de servicio, del cual HINO está orgullosa, sólo fue posible con la cooperación entre HINO y el Saud Bahwan Group. El Saud Bahwan Group, fiel a la filosofía de "Cliente en Primer Lugar" de HINO, provee servicios extendidos a las oficinas de ventas de los clientes a través de su equipo de Marketing de Servicio.

El Marketing de Servicio es una iniciativa CS que empezó por el SBA para proveer el seguimiento personalizado y soporte a sus clientes. El equipo visita varios clientes regularmente para comprender sus necesidades y asegurar que su flota Hino funcione al máximo. Enviar mensajes de recuerdo de servicio, visitar los lugares de los clientes, y conducir inspecciones periódicas gratuitas son algunas de las actividades del equipo de Marketing de Servicio. Si se encuentra algún vehículo que requiere mantenimiento durante las visitas, se despacha el Taller de Móvil (consulte la sección Actividades de Servicio a los Clientes, páginas 10-11) o se solicita al cliente para traer el vehículo al centro de servicio. Esos equipos se agrupan para acomodar los diferentes tipos de negocios y esto asegura que los mecánicos experimentados sean capaces de tratar temas que se comparten entre los clientes involucrados en negocios similares. Además, el grupo despacha regularmente equipos de profesionales de repuestos para vehículos HINO a las oficinas de los clientes. Con una comprensión profunda de los requisitos de piezas de los clientes, los profesionales se esfuerzan para reducir los obstáculos en la cadena de suministro, reduciendo así el período de inactividad. "Creemos que una de las mayores razones para el éxito del Saud Bahwan Group es su enfoque en los servicios postventa", dijo Koichi Ojima, Director Ejecutivo Sénior de HINO.

En reconocimiento del desempeño del grupo, el presidente del grupo Jeque Mohammed Saud Bahwan ganó el premio Exceptional 3S Customer Care Award en el Encuentro Regional de Marketing en el Oriente Medio de HINO, que se realizó en Muscat.

En línea con el espíritu "Cliente en Primer Lugar", HINO se esfuerza para mejorar la calidad de sus servicios. Como se puede ver de este ejemplo en Omán, HINO se esfuerza para fortalecer sus lazos con todos los miembros de la familia HINO alrededor del mundo para mejorar la calidad de los servicios y productos que los clientes demandan, y continuar tomando nuevos desafíos.

¡HINO... donde los servicios continúan desarrollándose!



Presidente de Bahwan y personal en el centro de servicio de HINO



Éste es uno de los mayores centros de servicio de HINO en el mundo, e incorpora los 3S Ventas (Sales), Servicios (Services) y Repuestos (Spare parts)



La instalación de repuestos controla un inventario de más de 20.000 ítems



Estos clientes vinieron para comprar repuestos



El centro de servicio también realiza diversos eventos y campañas

Customer Service Activity

El concepto de Taller de Móvil para solidificar aún más la relación de confianza entre HINO y sus clientes.

Casos de Crown Motors, Hong Kong.
Casos de Ali Ahmad Al Shawaf & Bros, Kuwait.

Las “Actividades de Servicio a los Clientes” como se define por HINO se refiere a todos los servicios y actividades que tienen la finalidad de contribuir a los negocios de nuestros clientes. Estos servicios van desde ayudar a los clientes a elegir un camión dependiendo de sus necesidades, inspecciones gratuitas durante ciertos períodos tras la entrega, inspecciones periódicas, mantenimiento, suministro de repuestos genuinos trabajando junto con nuestros clientes para desarrollar soluciones a sus problemas; así como varias otras actividades que pueden contribuir a las operaciones de los negocios de los clientes, tales como seminarios de “Conducción ecológica”. De estos servicios y actividades, nos gustaría enfocar en el “Taller de Móvil” en esta edición. Éste es uno de los servicios que tiene el objetivo de reducir el período de inactividad para los camiones de nuestros clientes. Por ejemplo, cuando los clientes no tienen tiempo suficiente para transportar el camión a un taller de mantenimiento o si el camión sufre una avería en la calle, nuestros distribuidores que proveen este servicio despacharán un vehículo para el servicio de reparación—que está equipado para llevar a cabo las reparaciones. Hemos introducido este servicio en algunos países en el exterior, y creemos que ha sido reconocido entre nuestros clientes. El equipo de noticias de HINO Cares visitó Hong Kong y Kuwait para reunir comentarios en el campo acerca del “Taller de Móvil”.

“El Taller de Móvil es uno de los servicios que lanzamos en 1996. En la ocasión, realizamos una encuesta cualitativa a los clientes, y los resultados de esa encuesta nos llevó a lanzar este servicio”, dijo Andrew Yung, gerente de servicio en el centro de servicio de Hong Kong para vehículos HINO. “Muchos de los clientes de HINO en Hong Kong operan dentro de áreas restringidas como, por ejemplo, en terminales de contenedores, terminales de aeropuertos, etc. El costo de oportunidad para los clientes enviar un vehículo al centro de reparación de vehículos HINO se considera alto. Tomando en cuenta el tiempo de viaje entre la ubicación del cliente y el centro de reparación de vehículos HINO, asumimos que el camión podría quedar fuera de servicio durante por lo menos dos a tres horas dependiendo del caso”. En otras palabras, el Taller de Móvil ha sido desarrollado para reducir tal período de inactividad. “Este servicio tiene la finalidad de permitir la verificación y reparación del vehículo del cliente en el propio sitio, de forma que el vehículo pueda volver rápidamente al negocio del cliente”. El Taller de Móvil también tiene otras ventajas. “Además de los servicios para vehículos, el Taller de Móvil también provee la capacitación a los clientes acerca de la conducción y mantenimiento de los vehículos HINO. Nuestro distribuidores que proveen este servicio también

entrenan a los conductores de los clientes y destacan los “Pros y Contras” con respecto a los camiones HINO. Esto no sólo contribuye para reducir los costos operacionales de nuestros clientes, pero la capacitación también puede aumentar el sentido de confort cuando los conductores de los clientes conducen los vehículos HINO”. En ese sentido, el Taller de Móvil funciona como un tipo de clase móvil.

Mientras tanto, el Sr. Abdulhakim Al Shawaf, Gerente de Servicio Adjunto de Ali Ahmad Al Shawaf & Bros, distribuidor HINO en Kuwait, dijo, “El servicio del Taller de Móvil es un servicio valioso para los clientes y contribuye grandemente para profundizar la relación de confianza entre HINO y los clientes”. Mientras el Taller de Móvil fue lanzado solamente en 2009 en Kuwait, ya ha mostrado ciertos registros de desempeño, y creemos que ha sido bien recibido por los clientes. Aquí está lo que algunos de sus clientes tienen a decir. “Creemos que el servicio del Taller de Móvil de HINO es una idea muy exitosa. Se ahorra tiempo y se provee el servicio en el sitio, ayudándonos a mantener nuestras flotas funcionando sin retardos. Además de ser un gran servicio para los clientes, ha reforzado grandemente nuestra relación con HINO (Sr. Mohammad Qutaish, Gerente de Garaje de Arabian Beverage Company)”. Y “Utilizamos este servicio como una excelente manera de ahorrar mucho tiempo y como una conveniente manera de recibir los beneficios de un servicio de alta calidad (Sr. Osman Abdullatif, Gerente de Servicio de Abhar Catering Company)”.

“Nuestro mayor desafío es dedicarnos a asegurar que nuestros clientes sean capaces de recibir los mejores servicios y mantengan una buena relación con todos de nuestros cuatro clientes”, dijo el Sr. Abdulhakim Al Shawaf refiriéndose a su actitud hacia el Taller de Móvil y otros aspectos del Soporte Total de HINO. Esta actitud es exactamente igual a la filosofía de “Cliente en Primer Lugar” de HINO. A través de estas entrevistas, pudimos confirmar que el sistema de Soporte Total de HINO es el conjunto de servicios individuales y de actividades que se basan en la filosofía de “Cliente en Primer Lugar” de HINO.

Lo que intentamos proporcionar es la tranquilidad de espíritu de que HINO está siempre a su lado.



El personal ejecuta trabajos de reparación, utilizando el Taller de Móvil al máximo



Taller de Móvil en Hong Kong



Sr. Andrew Yung en el centro de servicio Crown Motors



Visitamos ABC (Kuwait) durante estas sesiones



Taller de Móvil en Kuwait



Dos mecánicos del personal están ocupados trabajando en el Taller de Móvil en Kuwait