

Überblick über den Prozess der Aftersales-Umfrage

Online, hauptsächlich Single-Choice-Fragen. Automatisch an den Kunden gesendet.

	2026
Nr. FRAGEN	8 Pflichtfragen + 1 optional
EMPFEHLUNG - NPS & OSAT	Empfehlung - NPS & Zufriedenheit (NPS-Methodik) Bewertungsskala 1-10 ohne Farbcodierung Hot Alert: ja, wenn OSAT < 9
UMFRAGE-HIGHLIGHTS	1. Erinnerung (+ 5 Tage ab der ersten Aufforderung) + 2. Erinnerung (+ 10 Tage ab der 1. Erinnerung) Die Umfrage läuft ab der ersten Aufforderung 30 Tage lang Berechtigtes Interesse (Weltweit mit Ausnahme der außereuropäischen Märkte, Deutschland, Österreich und Polen)
FEL DARBEIT	Umfrage-Kanäle: E-Mail/SMS +3-8 Tage nach dem Service Entry Schließen



NPS Aftersales Fragebogen 2026

Nr.	M/C *	Fragen	Antworten	Filter/Bedingung	KPI-Berechnung	Kurze Labels	QID
1	M	Wie zufrieden waren Sie mit Ihrer gesamten Erfahrung in der Serviceabteilung?	Bewertungen von 1 bis 10, von „Völlig unzufrieden“ bis „Völlig zufrieden“	HOT ALERT AUSLÖSER - 8 oder weniger	Net Promoter Score (NPS)	Gesamtzufriedenheit	OSAT
2	M	Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diese Serviceabteilung weiterempfehlen?	Bewertungen von 1 bis 10, von „Überhaupt nicht wahrscheinlich“ bis „Sehr wahrscheinlich“		Net Promoter Score (NPS)	Empfehlung - Werkstatt	EMPFEHLUNG
3	M	Wie zufrieden waren Sie damit, wie einfach es war, einen Servicetermin zu einer für Sie passenden Zeit zu vereinbaren?	Bewertungen von 1 bis 10, von „Völlig unzufrieden“ bis „Völlig zufrieden“		Net Promoter Score (NPS)	Termin	TREFFEN
4	M	Wie zufrieden waren Sie mit der Einsatzbereitschaft des Serviceberaters, Ihre Serviceanforderungen zu verstehen?	Bewertungen von 1 bis 10, von „Völlig unzufrieden“ bis „Völlig zufrieden“		Net Promoter Score (NPS)	Kompetenz	BEDÜRFNISSE
5	M	Wie zufrieden waren Sie mit der Erläuterung des Serviceberaters zu den Arbeiten, die an Ihrem Maserati durchgeführt werden sollten?	Bewertungen von 1 bis 10, von „Völlig unzufrieden“ bis „Völlig zufrieden“		Net Promoter Score (NPS)	Erklärung der durchzuführenden Arbeit	WEITER
6	M	Wie zufrieden waren Sie mit der angebotenen Transporthilfe (Ersatzwagen oder Sonstiges)?	Bewertungen von 1 bis 10, von „Völlig unzufrieden“ bis „Völlig zufrieden“ Nicht angeboten		% NPS (ohne Nicht angebotenen) UND % Nicht angeboten	Transporthilfe-Angebot	MOBI
7	C	Welche Transporthilfe-Lösung wurde angeboten?	Mietwagen Maserati Ersatzfahrzeug vom Vertragshändler ERSATZFAHRZEUG ANDERER MARKEN SONSTIGES	Wenn Transporthilfe-Angebot = Bewertungen von 1 bis 10	% von jeder Antwortoption	Transporthilfe-Lösung	MSAT
8	M	Wurden alle entsprechenden Arbeiten bei diesem Besuch ordnungsgemäß ausgeführt?	Ja Nein		% Ja	FFV	FFXV
9	M	Wie zufrieden waren Sie mit der persönlichen Nachbetreuung durch den Kundendienst nach Ihrem Servicebesuch?	Bewertungen von 1 bis 10, von „Völlig unzufrieden“ bis „Völlig zufrieden“ Ich wurde nicht kontaktiert		% NPS (ohne „Ich wurde zur Nachbetreuung nicht kontaktiert“) UND % „Ich wurde zur Nachbetreuung nicht kontaktiert“	Zufriedenheit der Nachbetreuung	PFLEGE
10	C	Bitte teilen Sie uns weiteres Feedback oder Ratschläge mit, die der Serviceabteilung helfen könnten, in Zukunft einen noch besseren Service zu bieten.	Ausführlich (optional)			Abschließendes wörtliches Zitat	FVER
11	C	Maserati leitet Ihre Antworten in Ihrem Namen an Ihre Serviceabteilung weiter.	Ja, ich stimme zu Nein, ich möchte gegenüber meinem Händler anonym bleiben	wenn Nein, keine HA, unabhängig der F1-Bewertung	% Ja, ich stimme zu	Anonymität	ANOM

*Der Wortlaut der Fragen kann leicht von dem in FOCUS enthaltenen Text abweichen.

Kundenzufriedenheit KPIs

// NPS //

Was ist der NPS?

Der Net Promoter Score (NPS) drückt die Absicht des Kunden aus, das Autohaus bzw. den Händler zu empfehlen.

#	AFTERSALES CX-UMFRAGETEXT
Q2	Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diese Serviceabteilung weiterempfehlen?

1

„Überhaupt nicht
wahrscheinlich“

10

„Sehr
wahrscheinlich“



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

KRITIKER

(Bewertung 1-6)

= unzufriedene
Kunden

NEUTRAL

(Bewertung 7-8)

= zufriedene, aber keine
begeisterten
Kunden

BEFÜRWORDER

(Bewertung 9-10)

= Enthusiasten

Formel:
% Befürworter - % Kritiker = NPS

Kundenzufriedenheit KPIs

//Transporthilfe-Angebot //

Fragen Nr. 6 und 7 der Umfrage

Es handelt sich um den **Vorschlag** einer alternativen Transportlösung für den Kunden zum Zeitpunkt der durchgeführten Servicearbeiten.
Dabei kann es sich nicht nur um ein Ersatzfahrzeug handeln, sondern auch um einen Taxigutschein, den Transport zu bzw. von einem Zielort mit einem Firmenwagen und Fahrer, eine bezahlte Anmietung usw.
Ein Beispiel für ein Mobilitätsangebot, das nicht den Transport umfasst, ist ein für den Kunden reserviertes, abgetrenntes Büro auf dem Gelände des Händlers, einschließlich Internetzugang für die Dauer der Servicearbeiten.

Zur Verwaltung der Leihwagenflotte und der Dienstleistungen von Lieferanten wird dringend empfohlen, den Kunden bereits beim ersten Buchungsgespräch nach seinen Mobilitätsbedürfnissen zu fragen.
***Achtung:** Auch wenn Sie der Meinung sind, dass der Kunde das Mobilitätsangebot nicht benötigt, **ist die Unterbreitung eines entsprechenden Vorschlags unerlässlich.**

Die Angebotsquote für die Beförderungshilfe wird als Anteil der „Ja“-Antworten an der Gesamtzahl der ausgefüllten Fragebögen berechnet.
Aus diesem Grund ist das **Angebot für alle (100%) Kunden obligatorisch.**

Konzentrieren Sie sich während des Austrittsgesprächs mit dem Kunden auf die Tatsache, dass **„die Transportalternative angeboten wurde“.**

Kundenzufriedenheit KPIs

// Nachbetreuung //

Frage 9 der
Umfrage



Kontakt der Nachbetreuung

Nach der Übergabe des Neufahrzeugs oder nach Abschluss der Servicearbeiten muss ein Telefonanruf beim Kunden erfolgen (in Ausnahmefällen kann dies durch eine E-Mail oder eine Nachricht ersetzt werden)



Zeitplan

Der Kontakt muss hergestellt werden:

- am **3. oder 4. Werktag (Verkauf)**
- am **2. oder 3. Werktag (Aftersales)**

nach der Fahrzeugübergabe, **bevor der Umfrage-Link an den Kunden gesendet wird.**

(Die Zeitangaben können je nach Markt variieren)



Grund des Anrufs

Der Grund des Anrufs besteht in Folgendem:

1. Um sicherzustellen, dass der Kunde mit dem Fahrzeug zufrieden ist.
2. Um zu klären, ob der Kunde weitere Fragen zu den Ausstattungsoptionen und Funktionen hat. Falls JA: Erläutern Sie dies oder schlagen Sie telefonisch einen alternativen Übergabeprozess vor.
3. Weisen Sie den Kunden auf die bevorstehende Qualitätsumfrage sowie auf die Bewertungsskala hin (nur die Noten 9 und 10 gelten als positive Bewertung).



Achtung

Sollte der Kunde während des Gesprächs Unzufriedenheit äußern, sollten Sie dies als Gelegenheit nutzen, die Ursachen zu ermitteln und die Kundenzufriedenheit

Kundenzufriedenheit KPIs

// Erstbehebungsrate (Fixed right first time, FTFR)//



Frage 8 der Umfrage

Hier wird angegeben, ob alle vom Kunden angeforderten Arbeiten während des einzigen Werkstattbesuchs abgeschlossen wurden.

Um den Kundenbesuch besser zu organisieren, stellen Sie stets die Verfügbarkeit des Arbeitsplatzes sicher und reservieren Sie Zeit, Werkzeuge, Personal, Ersatzteile und Sonstiges.

Nach der Annahme des Fahrzeugs (und während der durchgeführten Arbeiten) müssen Kunden unverzüglich über festgestellte zusätzliche Mängel, kritische Punkte und die Möglichkeit, diese während des aktuellen Besuchs zu beheben, sowie über die damit verbundenen Kosten informiert werden.

Zudem muss eine Bestätigung des Kunden eingeholt werden (abhängig von den vom Händler festgelegten Kostenobergrenzen).

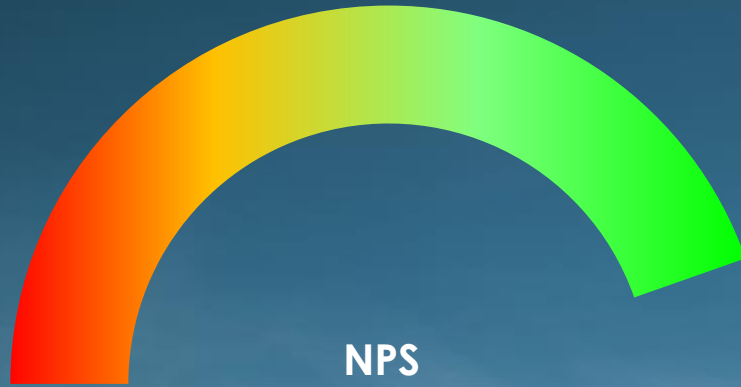
Hinweis: Falls der Vorgang einen zweiten Besuch des Kunden erfordert (und der Auftrag abgeschlossen werden muss, z. B. weil das Fahrzeug eine bestimmte Strecke zurücklegen muss, um sicherzustellen, dass das Problem behoben ist), lenken Sie die Aufmerksamkeit des Kunden darauf und erklären Sie ihm im Abschlussgespräch, dass er nicht aufgrund der Inkompetenz des Händlers, sondern aufgrund der Reparaturvorschriften erneut in die Werkstatt kommen muss.

Sollten während des durchgeführten Service zusätzliche Probleme festgestellt worden sein (die nicht während desselben Besuchs behoben werden können), muss der Kunde klar und deutlich darüber informiert werden, einschließlich der Gründe (Fehlende Ersatzteile, Überbuchung usw.).

Dem Kunden muss ein neuer (nächstmöglicher) Termin angeboten werden, wobei anzugeben ist, dass alle ursprünglich angeforderten Arbeiten wie gewünscht

Von NPS zu SXI

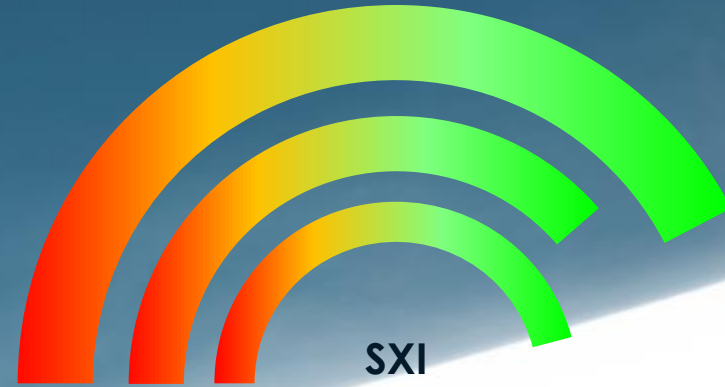
VORHERIGES JAHR



NPS

Net Promoter Score (NPS)

2026



SXI

Stellar Experience Index



VOM EINZELNEN KPI ZUM ZUSAMMENGESETZTEN INDEX MIT DEM SCHWERPUNKT AUF DER STEIGERUNG DER KUNDENZUFRIEDENHEIT

Von NPS zu SXI

Die neue Strategie sieht vor, von einem einzigen KPI, dem NPS, zu einem zusammengesetzten Index überzugehen, dessen Schwerpunkt auf der Steigerung der Kundenzufriedenheit liegt.

VERKAUFSINDEX

Umsatz NPS 50 %
Übergabefriedenheit: 25 %
Zufriedenheit bei der
Nachbetreuung: 25 %

+

AFTERSALES-INDEX

Aftersales NPS: 50 %
Erstbehebungsrate (First Time
Fix Rate, FTFR) 25 %
Zufriedenheit bei der
Transporthilfe: 25 %



Wo ist der neue Indexwert zu finden?

Sie zeigen den neuen Index auf der FOCUS-Plattform an.

Um auf die FOCUS-Plattform zuzugreifen:

1. rufen Sie das ModisCS+ Portal auf
2. verwenden Sie Ihre aktiven Maserati-Benutzerdaten
3. Klicken Sie dann auf das Menü Focus, um automatisch zur FOCUS-Plattform weitergeleitet zu werden.



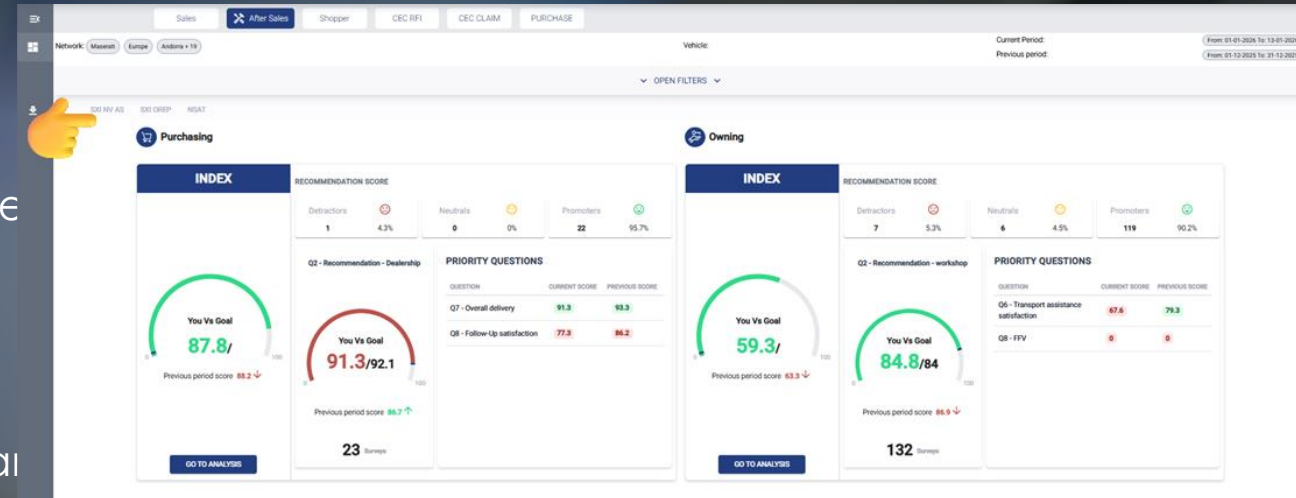
Focus-Landingpage

Der Nutzer gelangt auf die Standard-FOCUS-Landingpage.

Nach dem Anklicken der **Registerkarte SXI NV AS** geht der Nutzer zum Armaturenbrett. Dieses Armaturenbrett bietet einen Überblick, der in zwei Hauptbereiche (Säulen) gegliedert ist:

Purchasing (NV) – mit Schwerpunkt auf KPIs im Zusammenhang mit den Verkaufserfahrungen im Autohaus.

Owning (AS) – umfasst KPIs im Zusammenhang mit dem Kundendienst im Autohaus.



Der Rückgewinnungsprozess

DER RÜCKGEWINNUNGSPROZESS | | DER HOT ALERT UND DER RÜCKGEWINNUNGSPROZESS



E-Mail an den Kunden, um die Online-Umfrage auszufüllen



Zufriedenheitsfrage (**Q1**) < 9 + **Zustimmung zur Weitergabe personenbezogener Daten:**

- Händler erhält Hot Alert
- Kundeninformation und Umfrageergebnisse



- Auf Focus einen Rückgewinnungsplan erstellen
- Maßnahmen zur Rückgewinnung einleiten

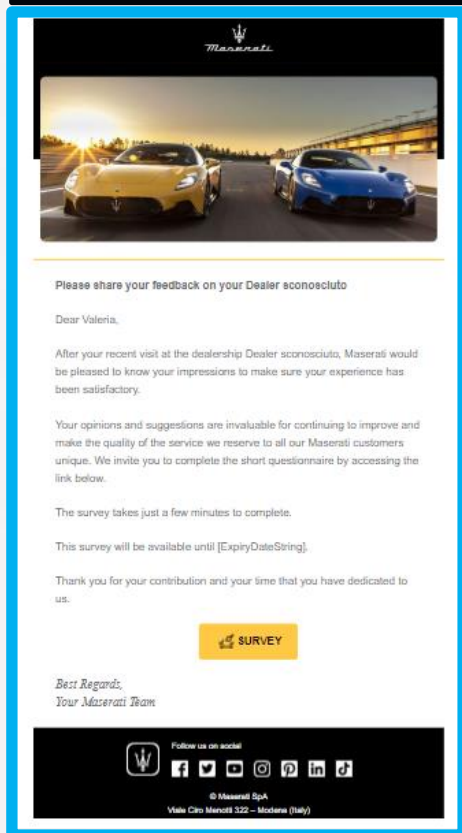


- Nach Abschluss der Rückgewinnung wird der Status des Rückgewinnungsplans geschlossen
- Kundenbindung wird gepflegt

After-sales-Einladung & Erinnerungs-E-Mail

E-Mail-Absender	Maserati Customer Experience <Experience@official.maserati.com>
Betreff E-Mail	Sie sind wichtig für Maserati

E-MAIL VORLAGE



E-MAIL TEXT

Please share your feedback about your experience at GRAYPAUL
EDINBURGH-963802

Dear Valeria Renzulli,

After your recent visit at GRAYPAUL EDINBURGH-963802 Maserati would be pleased to know your impressions to make sure your experience has been satisfactory.

Your opinions and suggestions are invaluable for continuing to improve and make the quality of the service we reserve to all our Maserati customers unique. Maserati invites you to complete the short questionnaire by accessing the link below.

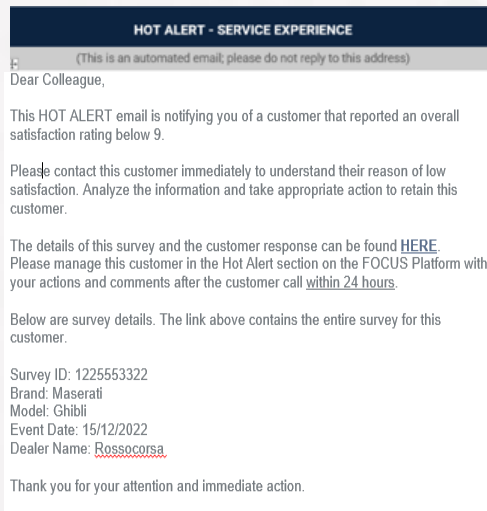
This survey takes just a few minutes to complete and will be available until 02/04/2026.

Thank you.

TAKE THE SURVEY

Best Regards
Your Maserati Team

Hot Alert Aftersales Benachrichtigung E-Mail



Sehr geehrte Kollegin, sehr geehrter Kollege,

Diese **HOT-ALERT**-E-MAIL benachrichtigt Sie über einen Kunden, der eine Gesamtzufriedenheit von weniger als 9 abgegeben hat.

Bitte setzen Sie sich umgehend mit diesem Kunden in Verbindung, um die Gründe für seine geringe Zufriedenheit zu erfragen. Analysieren Sie die Informationen und ergreifen Sie geeignete Maßnahmen, um diesen Kunden zu binden.

Die Details dieser Umfrage und die Antwort des Kunden finden Sie [HIER](#). Bitte pflegen Sie diesen Kunden im Bereich Hot Alert der FOCUS-Plattform, indem Sie Ihre Maßnahmen und Kommentare innerhalb von 24 Stunden nach dem Kundengespräch dort eintragen.

Nachfolgend finden Sie die Umfragedetails. Der obige Link enthält die gesamte Umfrage für diesen Kunden.

Umfrage-ID: 1225553322
Marke: Maserati
Modell: Ghibli
Datum der Veranstaltung: 15. Dezember 2022
Händlername: Rossocorsa

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit und Ihre Mitarbeit.

Notfallplan auf Focus erstellen



English

SalesAfter SalesShopperCEC RFICEC CLAIMPURCHASE

Network: MaseratiEuropeAndorra + 36Vehicle:Current Period: From: 01-05-2026 To: 11-05-2026Previous period: From: 01-04-2026 To: 30-04-2026

OPEN FILTERS

HOT ALERTS TO BE STARTED

RECOVERY PLAN LIST

Total number of Interviews
266

Total Hot Alert
19
-64.8% vs Previous

Total HA/Total Surveys
7.1%
0% vs Previous

Test ID	Case ID	Brand	Market	Main Retailer Code / Company ID	Dealer Name	Outlet	Vin	Customer Name	Email address	Survey date	Hot Alert Age	Recovery Plan
16066		MASE	GB	60648	Bradford-60648	60648	ZAMAS57C001364917	ALISON HILL	alisonshill88@gmail.c...	09/05/2026	1	CREATE
49546		MASE	IT	52396	ROSSOCORSA- Sede di Brescia-52396	52396	ZN6CW82B007427821	MARCO COPETA	copeta@greenworldsrl....	11/05/2026	0	CREATE
90261		MASE	GB	70538	Arnold Clark Maserati Glasgow-70538	70538	ZN6TU61C00X288359	Amarjeet Singh	harpreetvig@gmail.com	10/05/2026	1	CREATE
51316		MASE	GB	60648	JCT600 Maserati Bradford-60648	60648	ZN6TU61C00X250442	AJIT SHETTY	ajitshetty@aol.com	06/05/2026	4	CREATE
08696		MASE	GB	65284	GRAYPAUL EDINBURGH-65284	65284	ZN6AW82C007439877	CF SMYTH	cfsmyth1874@gmail.com	07/05/2026	3	CREATE
24906		MASE	IT	70321	ROSSOCORSA - MILANO NORD-70321	70321	ZN6PMDAA0R7458652	FABIO GIOVANNI TESSERA	fabiogtessera@gmail.c...	02/05/2026	8	CREATE
06996		MASE	CH	70443	BINELLI AUTOMOBILE-70443	70443	ZAMRT57B001268554	GIUSEPPE PAGNOTTA	giuseppe.pagnotta@blu...	06/05/2026	5	CREATE
12441		MASE	CH	70443	BINELLI AUTOMOBILE-70443	70443	ZN6PMDDC0R7460678	MARC BLOCH	blochmarc@hotmail.com	11/05/2026	0	CREATE
35536		MASE	FR	70375	SC BY DELORME-70375	70375	ZN6RMDE2XT7463478	JEROME FAYARD	jeromefayard@yahoo.fr	02/05/2026	8	CREATE

PREVIOUS

ROWS PER PAGE: 101 - 10 of 16Next

Notfallplan auf Focus erstellen



English

SalesAfter SalesShopperCEC RFICEC CLAIMPURCHASE

Network: MaseratiEuropeAndorra + 36Vehicle:Current Period: From: 01-05-2026 To: 11-05-2026Previous period: From: 01-04-2026 To: 30-04-2026

OPEN FILTERS

HOT ALERTS TO BE STARTED

RECOVERY PLAN LIST

Search by

DOWNLOAD EXCEL

Survey ID ↑	Brand	Market	Main Retailer Code / Company ID	Dealer Name	title	vin	Customer Name	Completed Date	start date	end date	Hot Alert Closing Time	status
> 59278936	Maserati	GB	60648	JCT600 Maserati Bradford-60648	mr strutt	ZN6XU61C00X364963	Chris	01/05/2026	04/05/2026	05/05/2026	9	Open
> 67883376	Maserati	BE	70550	Maserati East Flanders-70550	MR.	ZAMBMVB0RX433556	BAUDEWIJN	07/05/2026	08/05/2026	09/05/2026	3	Open
> 814184021	Maserati	LU	70542	AUTOPOLIS-70542	Customer	ZN6PMDBA2S7459779	GUY PAUL	03/05/2026	04/05/2026	05/05/2026	20557105	Closed

PREVIOUS

ROWS PER PAGE: 101 - 3 of 3Next