

Aperçu du processus d'enquête Aftersales

Questions en ligne, principalement à choix unique. Envoyé automatiquement au client.

	2026
QUESTION N	8 questions obligatoires + 1 verbatim facultatif
RECOMM- NPS & OSAT	Recomm - NPS & Satisfaction (méthodologie NPS) Échelle d'évaluation 1-10 sans code couleur Alerte chaude : oui, lorsque OSAT < 9
POINTS FORTS DE L'ENQUÊTE	1^{er} rappel (+ 5 jours à compter de la première invitation) + 2^e rappel (+ 10 jours à compter du 1 ^{er} rappel) Sondage ouvert pendant 30 jours à compter du premier envoi Intérêt légitime (à l'échelle mondiale, excepté pour les marchés extra-européens, l'Allemagne, l'Autriche et la Pologne)
TRAVAIL SUR LE TERRAIN	Canaux d'enquête : Email/SMS +3-8 jours après la fermeture de l'entrée en service



Questionnaire Aftersales NPS 2026

N°	P/C*	Questions	Réponses	Filtre/Condition	Calcul des ICP	Étiquettes courtes	QID
1	M	Dans quelle mesure avez-vous été satisfait de l'expérience générale de votre service après-vente ?	Score de 1-10 « Pas du tout satisfait » à « Entièrement satisfait »	DÉCLENCHEUR D'ALERTE DE CHAUD - 8 OU MOINS	Net Promoter Score	Satisfaction générale	OSAT
2	M	Recommanderiez-vous ce service ?	Scores de 1 à 10, de « Pas du tout probable » à « Fortement probable »		Net Promoter Score	Recommandation - atelier	RECO
3	M	Quel est votre niveau de satisfaction concernant la facilité à obtenir un rendez-vous de service à une heure qui correspondait à vos besoins ?	Score de 1-10 « Pas du tout satisfait » à « Entièrement satisfait »		Net Promoter Score	Rendez-vous	RENC
4	M	Dans quelle mesure avez-vous été satisfait de la volonté du conseiller de service à comprendre vos besoins en matière de service ?	Score de 1-10 « Pas du tout satisfait » à « Entièrement satisfait »		Net Promoter Score	Compétence	BESO
5	M	Dans quelle mesure avez-vous été satisfait des explications du conseiller technique concernant le travail qui devait être effectué sur votre Maserati ?	Score de 1-10 « Pas du tout satisfait » à « Entièrement satisfait »		Net Promoter Score	Explication du travail à effectuer	SUIVANT
6	M	Dans quelle mesure avez-vous été satisfait de l'aide au transport proposée (véhicule de courtoisie ou autre) ?	Score de 1-10 « Pas du tout satisfait » à « Entièrement satisfait » Non proposé		% NPS (excepté Non offert) ET % Non offert	Offre d'assistance au transport	MOBI
7	C	Quelle solution d'assistance au transport a été proposée ?	Voiture de location véhicule de courtoisie Maserati par le concessionnaire VÉHICULE DE COURTOISIE D'AUTRES MARQUES AUTRE	SI l'offre d'assistance au transport = score 1-10	% de chaque option de réponse	Solution d'assistance au transport	MSAT
8	M	Tous les travaux demandés ont-ils été effectués correctement lors de cette visite ?	Oui Non		% oui	FFV	FFXV
9	M	Dans quelle mesure avez-vous été satisfait du contact de suivi personnalisé que vous avez reçu du département de service après votre visite de service ?	Score de 1-10 « Pas du tout satisfait » à « Entièrement satisfait » Je n'ai pas reçu de contact		% NPS (sans compter « je n'ai pas reçu de contact ») ET % « je n'ai pas reçu de contact »	Satisfaction de suivi	SOIN
10	C	Veuillez partager tout commentaire ou conseil supplémentaire qui pourrait aider ce département de service à offrir une meilleure expérience à l'avenir	Verbatim (option)			Verbatim final	FVER
11	C	Maserati partagera vos réponses en votre nom avec votre département de service	Oui, je consens Non, je souhaite rester anonyme auprès de mon concessionnaire	si non, pas de HA, quel que soit le score Q1	% Oui, je suis d'accord	Anonymat	ANOM

*Le libellé des questions peut légèrement différer de celui présent dans FOCUS

ICP de Satisfaction client

// NPS //

Qu'est-ce que NPS ?

Le Net Promoter Score (NPS) exprime l'intention du client de recommander le concessionnaire.

#	TEXTE DE L'ENQUÊTE SUR L'EXPÉRIENCE CLIENT AFTERSALES
Q2	Recommanderiez-vous ce service ?



« Pas du tout probable »



« Fortement probable »



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

DÉTRACTEURS
(note 1-6)

= clients insatisfaits

NEUTRES
(note 7-8)

= clients satisfaits, mais peu
enthousiastes

PROMOTEURS
(note 9-10)

= enthousiastes

Formule :
% promoteurs - % détracteurs = NPS

ICP de Satisfaction client

//Offre d'assistance au transport //



Question à poser n° 6 n° 7

Il s'agit de la **proposition** d'une solution de transport alternative au client pour le temps des travaux de service effectués.
Il peut s'agir non seulement d'un véhicule de courtoisie, mais aussi d'un bon de taxi, d'un transport aller-retour en véhicule de société avec chauffeur, d'une location de voiture, etc.
À titre d'exemple d'offre de mobilité autre que le transport, on peut citer un bureau isolé dans les locaux du concessionnaire, réservé au client et incluant un accès internet pendant toute la durée des travaux.

Afin de gérer efficacement la flotte de véhicules de prêt et les services des fournisseurs, il est fortement recommandé de s'enquérir des besoins de mobilité du client lors de la prise de rendez-vous initiale.

***Attention :** même si vous pensez que le client n'a pas besoin de l'offre de mobilité, la **proposition est indispensable.**

Le taux d'offre d'assistance au transport est calculé en proportion des réponses « Oui » par rapport au nombre total d'enquêtes complétées.
C'est pourquoi la **proposition est obligatoire pour tous (100 %) les clients.**

Lors de l'entretien de sortie avec le client, concentrez-vous sur le fait que « **la solution de transport alternative a été proposée** ».

ICP de Satisfaction client

//Suivi//

Question à poser
n° 9



Contact de suivi

Un appel téléphonique au client doit être effectué après la livraison du nouveau véhicule ou après la fin des travaux d'entretien (dans des cas exceptionnels, il peut être remplacé par un Email ou un message).



Calendrier

Le contact doit être établi :

-Le **3e ou 4e jour ouvrable (Ventes)**

-Le **2e ou 3e jour ouvrable (Aftersales)**

après la livraison du véhicule, **avant l'envoi du lien de l'enquête au client.**
(Les délais peuvent varier en fonction du marché)



Objet de l'appel

L'objectif de cet appel est :

1. Pour s'assurer que le client apprécie la voiture.
2. Pour vérifier si le client a d'autres questions sur les options et les fonctions. Si OUI : expliquez ou proposez un deuxième processus de livraison par téléphone.
3. Rappeler au client le sondage sur la qualité qu'il recevra et les scores de recommandation (seuls 9 et 10 sont considérés comme positifs)



Attention

Si le client exprime son insatisfaction pendant l'appel, cela doit être utilisé comme une occasion d'identifier les causes profondes et de recouvrer la satisfaction du client avant l'envoi de l'enquête.

ICP de Satisfaction client

// Fix Right First Time (réparer correctement dès la première intervention)//



Question à poser n° 8

Il indique si tous les travaux demandés par le client ont été réalisés lors de cette unique visite à l'atelier.

Afin de mieux gérer la visite du client, assurez-vous toujours de la disponibilité du lieu de travail, réservez le temps, les outils, le personnel, les pièces de rechange, etc.

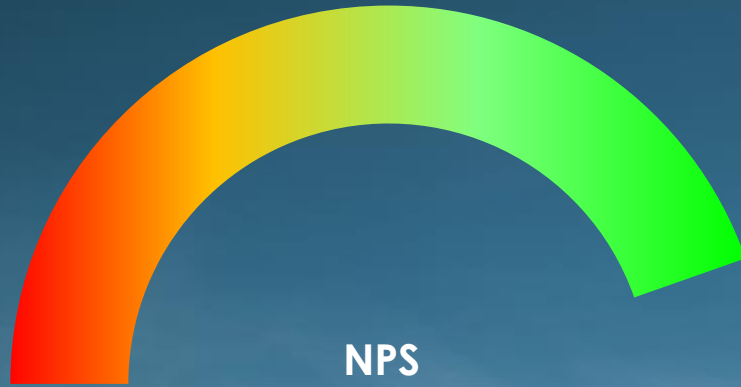
Après la réception du véhicule (et pendant les travaux effectués), les clients doivent être immédiatement informés des problèmes supplémentaires identifiés, des points critiques et de la possibilité de les résoudre lors de la visite en cours, ainsi que du coût. En outre, une validation du client doit être reçue (en fonction des limites fixées par le concessionnaire en matière de coût).

Attention : Si la procédure nécessite une deuxième visite du client (et que l'ordre de réparation doit être clôturé, par exemple si la voiture doit parcourir une certaine distance pour vérifier si le problème est résolu), attirez l'attention du client sur ce point et expliquez-lui lors de l'entretien de sortie qu'il revient au service non pas en raison de l'incompétence du concessionnaire, mais en raison des réglementations en matière de réparation.

Si des problèmes supplémentaires ont été identifiés au cours du service effectué (et ne peuvent pas être résolus au cours de la même visite), le client doit en être clairement informé avec la raison (manque de pièces de rechange, surréservation, etc.). Une nouvelle date de visite (la plus proche) doit être proposée au client, en précisant que tous les travaux initialement demandés ont été achevés conformément à la demande.

Du NPS au SXI

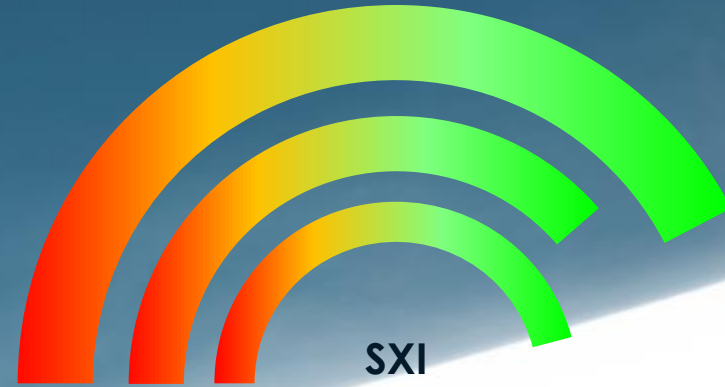
ANNÉE PRÉCÉDENTE



NPS

Net Promoter Score

2026



SXI

Indice d'expérience Stellar



**D'UN SIMPLE INDICATEUR DE PERFORMANCE À UN INDICE COMPOSITE
AXÉ SUR L'AMÉLIORATION DE LA SATISFACTION CLIENT**

Du NPS au SXI

La nouvelle stratégie consiste à passer d'un simple indicateur de performance clé, le NPS, à un indice composite axé sur la satisfaction client.

INDICE DES VENTES

Ventes NPS 50 %
Satisfaction de la livraison :
25 %
Satisfaction de suivi : 25 %

+

INDICE AFTERSALES

NPS Aftersales : 50 %
Fix Right First Time (réparer
correctement dès la première
intervention) : 25 %
Satisfaction concernant
l'assistance au transport : 25 %



Où peut-on trouver le nouveau score de l'indice ?

Vous visualiserez le nouvel indice sur la plateforme FOCUS.

Pour accéder à la plateforme FOCUS, vous devez procéder comme suit :

1. Allez sur le portail ModisCS+
2. Connectez-vous avec vos identifiants d'utilisateur Maserati.
3. Cliquez sur le logo Menu pour être automatiquement redirigé vers la plateforme FOCUS



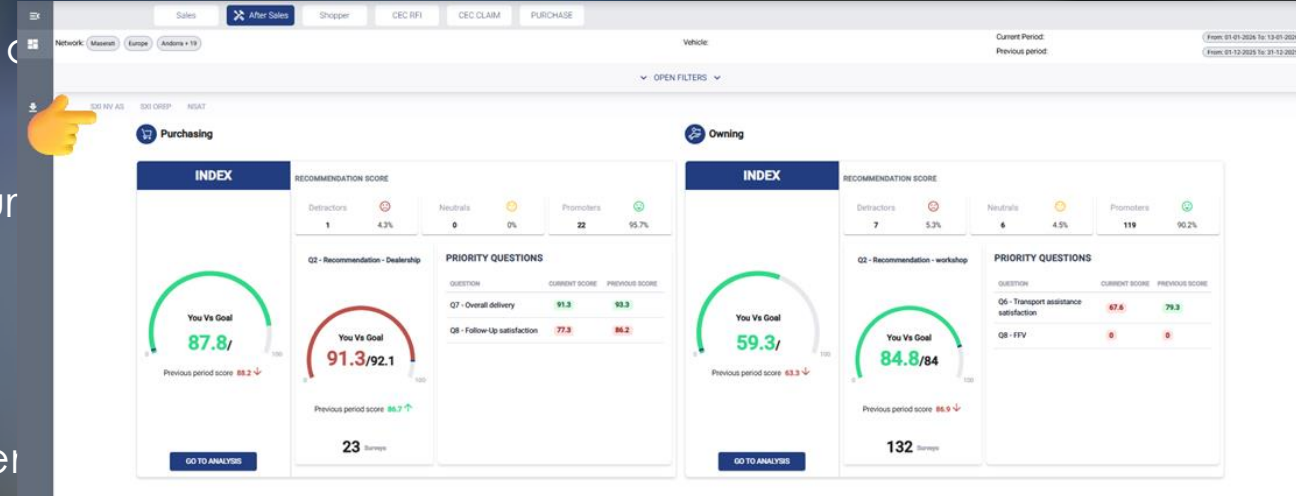
Page d'accueil Focus

L'utilisateur arrivera sur la page d'accueil standard de FOCUS.

Après avoir cliqué sur l'**onglet SXI NV AS**, l'utilisateur accédera à la planche. Cette planche offre un aperçu, organisé en deux grandes sections (piliers) :

Achats (NV) – couvrant les ICP associés aux expériences de ventes dans la concession.

Propriété (AS) – couvrant les indicateurs clés de performance associés aux expériences après-vente chez le concessionnaire.



Le processus de récupération

LE PROCESSUS DE RÉCUPÉRATION | | LE PROCESSUS D'ALERTE CHAUDE ET DE RÉCUPÉRATION



E-mail envoyé au client pour remplir l'enquête en ligne



Question de satisfaction (Q1) < 9 + **Accord pour partager des informations personnelles :**

- le concessionnaire reçoit une alerte chaude
- informations client et résultats de l'enquête



- Créer un plan de récupération sur FOCUS
- Lancer des actions pour la récupération

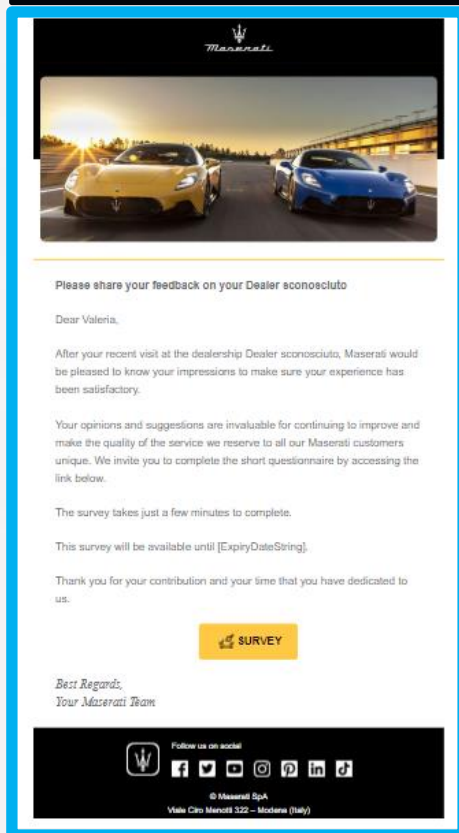


- À la fin de la récupération, l'état du plan de récupération est fermé
- La fidélité de la clientèle est maintenue

Invitation après-vente et e-mail de rappel

Expéditeur d'E-mail	Expérience clientèle Maserati <Experience@official.maserati.com>
Objet de l'E-mail	Maserati se soucie de vous

MODÈLE D' E-MAIL



TEXTE DE L' EMAIL

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.

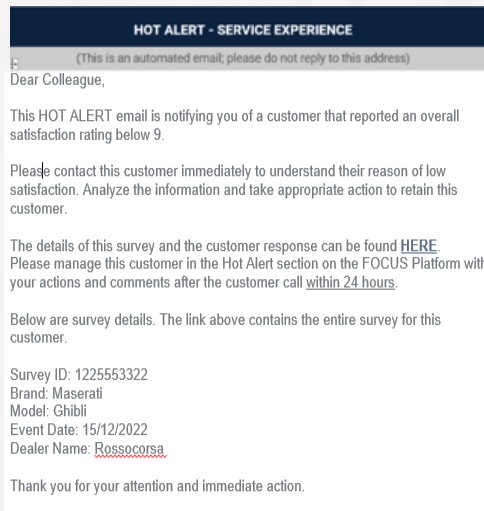
This survey takes just a few minutes to complete and will be available until 02/04/2026.

Thank you.

TAKE THE SURVEY

Best Regards
Your Maserati Team

Alerte chaude E-mail de notification Aftersales



Chère collègue,

Cet e-mail **D'ALERTE CHAUDE** vous informe qu'un client a signalé une note de satisfaction globale inférieure à 9.

Veuillez contacter ce client immédiatement afin de comprendre la raison de son peu de satisfaction. Analysez les informations et prenez les mesures appropriées pour fidéliser ce client.

Les détails de cette enquête et la réponse du client se trouvent [ICI](#).
Veuillez gérer ce client dans la section « Alertes chaudes » de la plateforme FOCUS avec vos actions et commentaires après l'appel du client dans les 24 heures.

Vous trouverez ci-dessous les détails de l'enquête. Le lien ci-dessus contient l'enquête complète pour ce client.

ID de l'enquête : 1225553322
Marque : Maserati
Modèle : Ghibli
Date de l'événement : 15/12/2022
Nom du concessionnaire : Rossocorsa

Nous vous remercions pour votre attention et votre action immédiate.

 After Sales

PURCHASE

From: 01-04-2026 To: 30-04-2026

▼ OPEN FILTERS ▼

[HOT ALERTS TO BE STARTED](#) [RECOVERY PLAN LIST](#)

266

19

7.1%

0% vs Previous

ROWS PER PAGE: 10

1 - 10 of 16

→ Next

