

GESTIONE DEI LEAD

AFTERSALES

MANUALE OPERATIVO UTENTE

V01-marzo 2026



INDICE

INTRODUZIONE	<u>3</u>
GESTIONE DEI LEAD PANORAMICA DEL PROCESSO	<u>6</u>
CREAZIONE LEAD	<u>18</u>
QUALIFICAZIONE LEAD	<u>20</u>
GESTIONE APPUNTAMENTI	<u>24</u>
CHIUSURA DI UNA TRATTATIVA	<u>27</u>
PAGINA VEICOLI	<u>34</u>
MONITORAGGIO E KPI	<u>36</u>
APP WEB MOBILE	<u>45</u>
GLOSSARIO	<u>52</u>
CONCLUSIONI	<u>55</u>



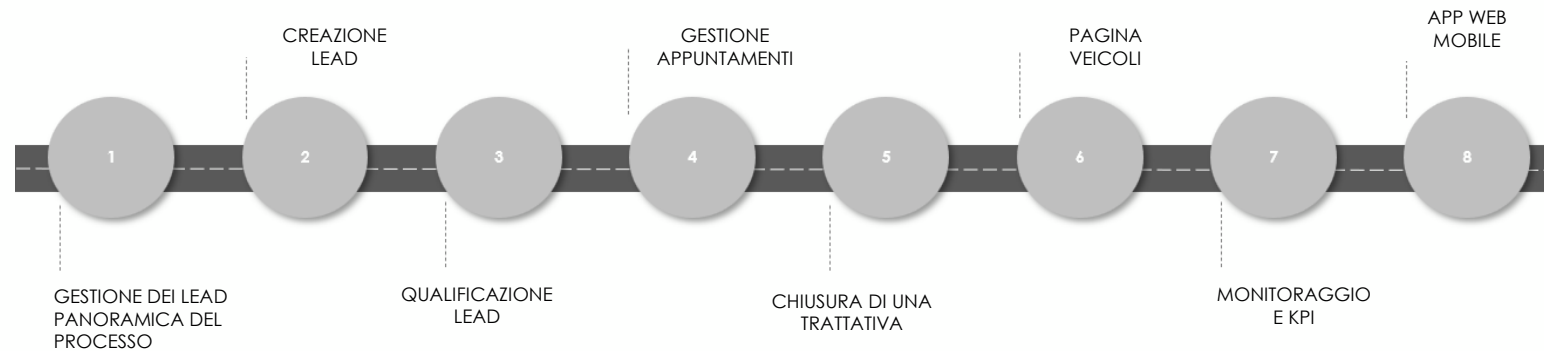
Introduzione

Benvenuti nel nuovo manuale che vi guiderà lungo tutto il processo di gestione dei Lead Aftersales in Salesforce. Ogni argomento può essere selezionato dall'indice per facilitare la consultazione del documento.

Salesforce è lo strumento CRM ufficiale scelto da Maserati per la completa gestione e conversione dei Lead Aftersales. I Concessionari della rete Maserati possono:

- Intercettare i Lead generati autonomamente dai Clienti attraverso i canali disponibili (Lead CUSTOMER-DRIVEN)
- Ricevere i Lead generati a livello centrale da Maserati in base al target delle campagne in atto (Lead HQ-DRIVEN)

Questo manuale fornisce una panoramica completa del processo per offrire ai Concessionari gli strumenti e le conoscenze necessari a ottimizzare la gestione quotidiana dei Lead Aftersales. Si compone di diverse sezioni consultabili separatamente:



Per garantire le **migliori prestazioni di Salesforce**, **Google Chrome** è il **browser consigliato**.



Canali di acquisizione dei Lead

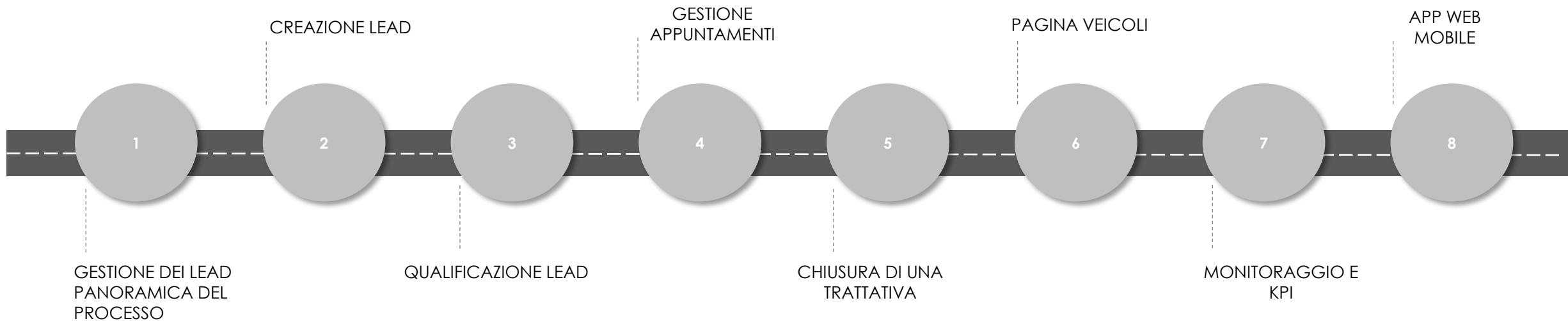


Maserati driven
(generati da
Maserati)

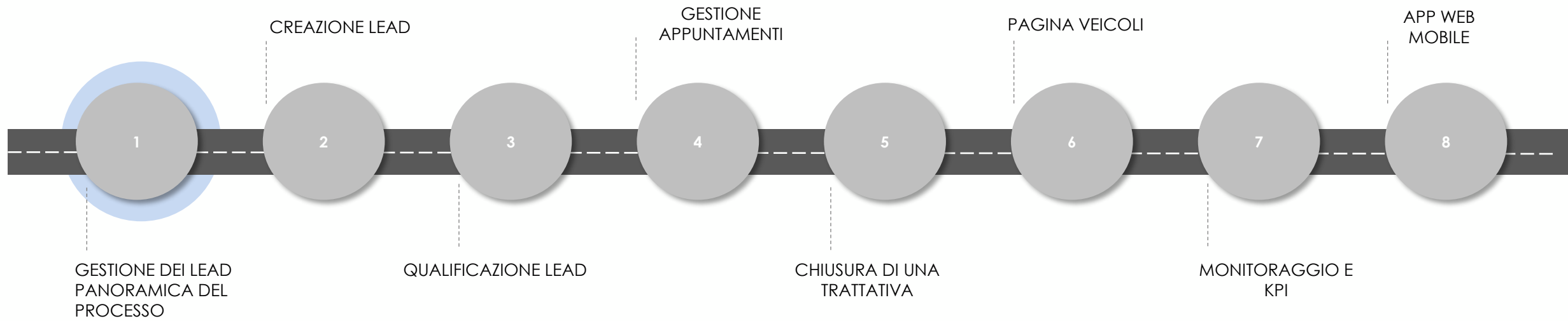
Customer driven
(generati del
Clienti)



Guida alla consultazione del manuale



Gestione dei Lead Panoramica del processo



Processo ASLM (gestione dei Lead Afersales): introduzione

Il processo di gestione dei Lead Afersales ha lo scopo di:

- migliorare la Maserati Customer Experience attraverso l'utilizzo di strumenti digitali dedicati;
- aumentare il traffico d'officina e le opportunità commerciali per i Concessionari;
- aumentare la fidelizzazione al brand e la soddisfazione dei Clienti.

Un Lead è un'**opportunità commerciale**

L'obiettivo per il Concessionario è quello di convertire i Lead in **vendite di servizi e prodotti**

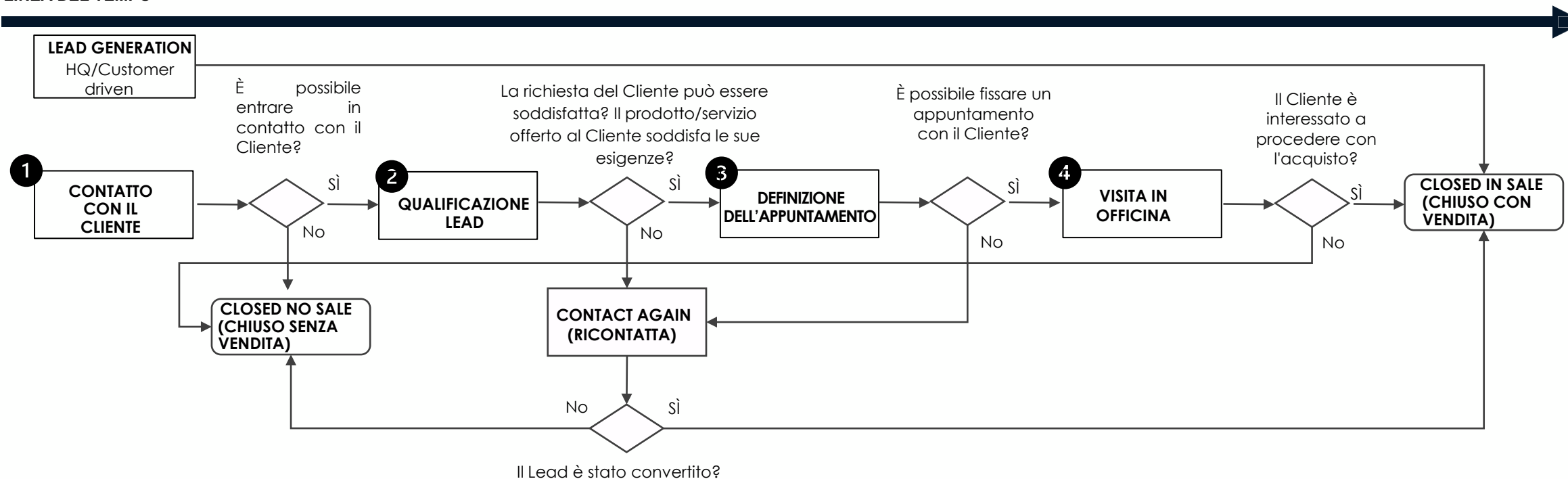


Processo ASLM: panoramica

Il processo di gestione dei Lead si articola in diversi step consecutivi:

1. CONTATTO LEAD – 2. QUALIFICAZIONE LEAD – 3. APPUNTAMENTO – 4. VISITA IN OFFICINA

LINEA DEL TEMPO



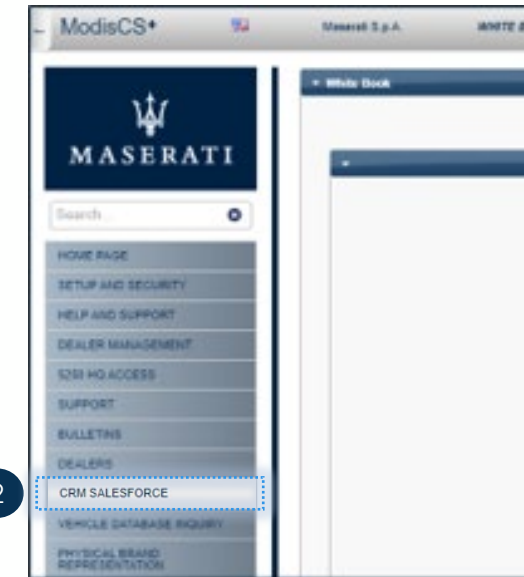
L'obiettivo primario della gestione dei Lead è la conversione del contatto in un ordine di lavoro per l'officina o nella vendita di prodotti o servizi. Questo non è sempre realizzabile perché passare da uno step all'altro è possibile solo se la risposta a ogni domanda è affermativa (◊). I Lead non gestiti entro un intervallo di 60 giorni, verranno chiusi e classificati come "Lost Sale" (Vendita persa).



Accesso a Salesforce

Per accedere a Salesforce, è necessario prima accedere a Modis, fare clic sull'opzione "CRM Salesforce" a sinistra, quindi selezionare il proprio profilo SF.

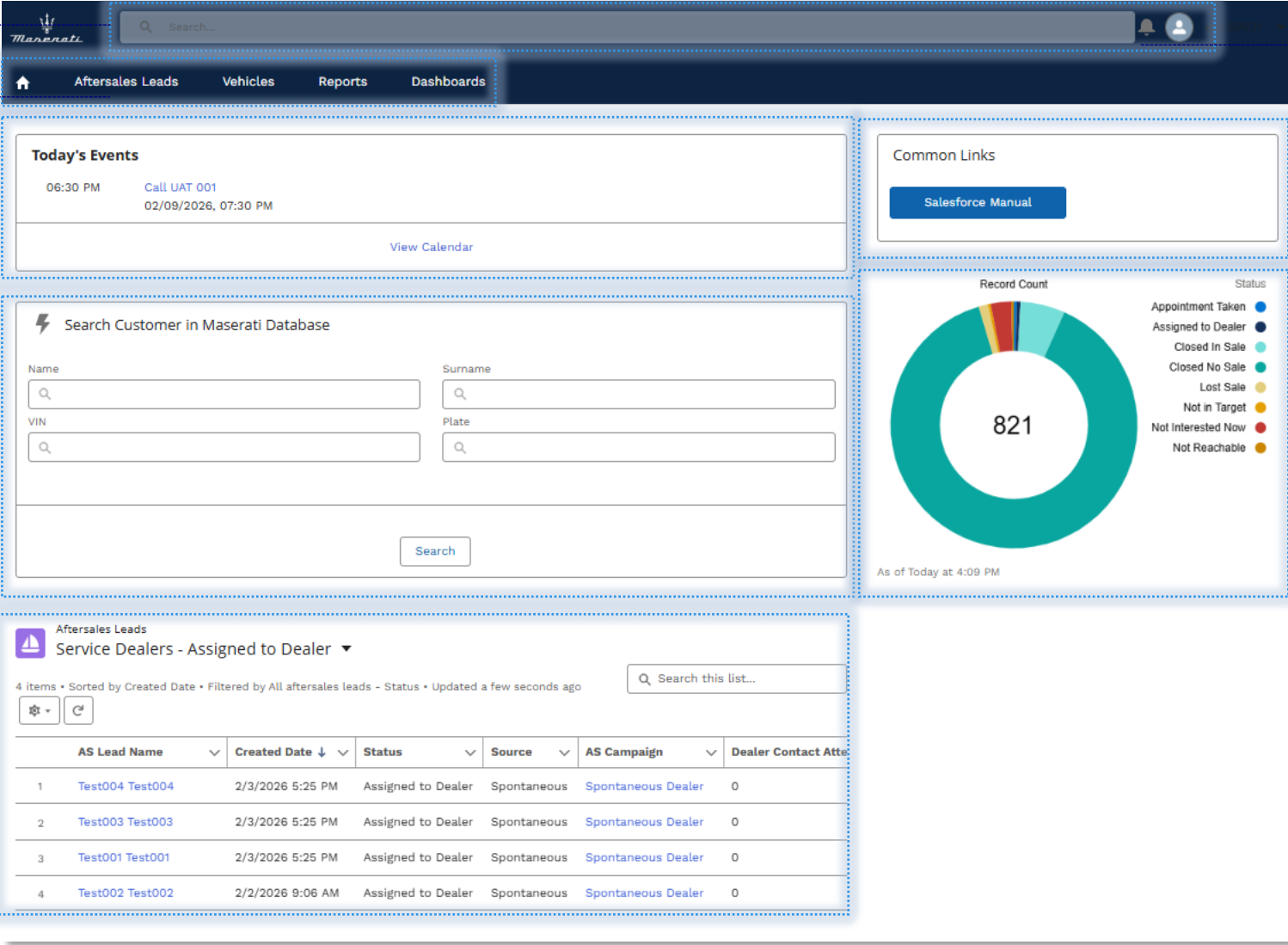
1. Accedi a MODIS CS+ utilizzando le tue credenziali
2. Nel menu a sinistra, seleziona CRM SALESFORCE per accedere alla home page di Salesforce.



Se si possiede più di un profilo, selezionare il profilo Aftersales per proseguire



Home page di Salesforce



Visualizzazione Elenco "Assigned to Dealer" 1/2

Per accedere all'elenco dei Lead in attesa di essere selezionati e gestiti, fare clic sulla scheda "Aftersales Leads".

Per modificare i filtri dei Lead, clicca sull'icona a forma di freccia "▼".

	AS Lead Name	Created Date	Status	Source	AS Campaign	Dealer Contact Attempt	Days from Lead creation
1	Test004 Test004	2/3/2026 5:25 PM	Assigned to Dealer	Spontaneous	Spontaneous Dealer	0	5
2	Test003 Test003	2/3/2026 5:25 PM	Assigned to Dealer	Spontaneous	Spontaneous Dealer	0	5
3	Test001 Test001	2/3/2026 5:25 PM	Assigned to Dealer	Spontaneous	Spontaneous Dealer	0	5
4	Test002 Test002	2/2/2026 9:06 AM	Assigned to Dealer	Spontaneous	Spontaneous Dealer	0	7

Nel menu View (Visualizza), oltre all'elenco dei Lead con stato "Assigned to Dealer", sono disponibili le seguenti visualizzazioni:

- **Closed In Sale:** l'Elenco mostra tutti i Lead con lo stato "Closed In Sale".
- **Closed No Sale:** l'Elenco mostra tutti i Lead con lo stato "Closed No Sale" e mostra i motivi dettagliati della vendita non riuscita.
- **In Progress:** l'elenco mostra tutti i Lead con stato "Assigned to Dealer" con almeno un "Dealer Contact Attempt" (Tentativo di contatto del Concessionario) registrato.
- **Lost Sale:** l'Elenco mostra tutti i Lead con lo stato "Lost Sale" (Vendita persa).
- **Not Managed Yet:** l'Elenco mostra tutti i Lead con stato "Assigned to Dealer" e nessun "Dealer Contact Attempt" (Tentativo di contatto del Concessionario) registrato.

RECENT LIST VIEWS

✓ Recently Viewed (Pinned list)

- Service Dealers - Assigned to Dealer
- Service Dealers - Closed In Sale
- Service Dealers - Closed No Sale
- Service Dealers - In Progress
- Service Dealers - Lost Sale
- Service Dealers - Not Managed Yet

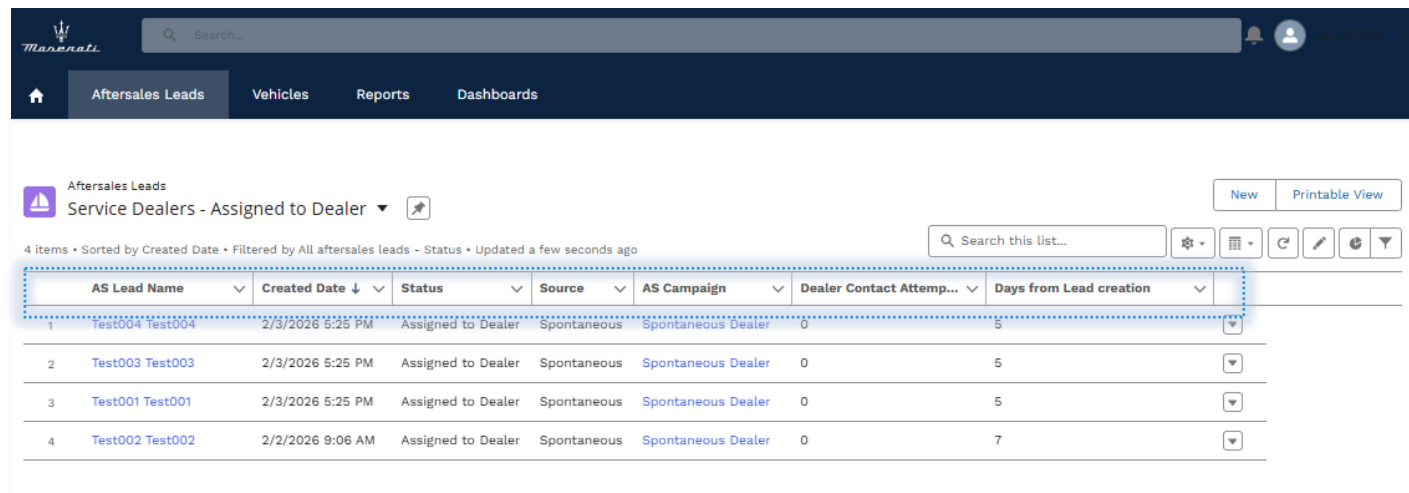


Visualizzazione Elenco "Assigned to Dealer" 2/2

L'elenco dei Lead con lo stato "Assigned to Dealer" fornisce le informazioni principali sul Lead:

- **AS Lead Name:** nome e cognome del Lead
- **Created Date:** La data in cui è stato creato
- **Status:** In questa visualizzazione lo stato sarà sempre "Assigned to Dealer"
- **Source:** Indica l'origine del Lead, ovvero il canale attraverso il quale è stato generato
- **AS Campaign:** Indica la rispettiva Campagna (es. promemoria tagliando / promo stagionale)
- **Dealer Contact Attempts Done:** Indica il numero di tentativi di contatto effettuati dal Concessionario
- **Days from Lead creation:** Indica il numero di giorni trascorsi dalla creazione del Lead

Per accedere alla pagina del Lead, è sufficiente fare clic sul nome nella colonna **AS Lead Name**.

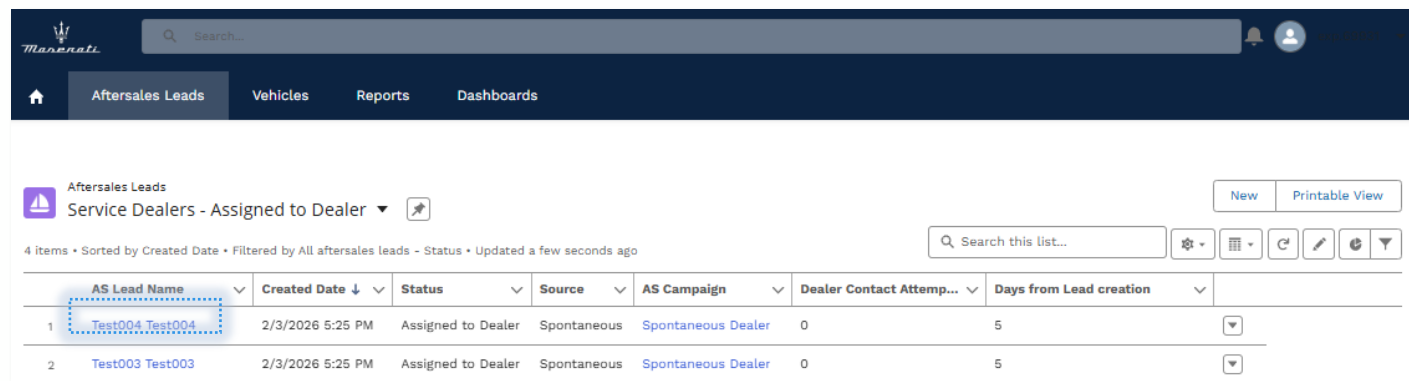


Aftersales Leads

Service Dealers - Assigned to Dealer

4 items • Sorted by Created Date • Filtered by All aftersales leads - Status • Updated a few seconds ago

	AS Lead Name	Created Date	Status	Source	AS Campaign	Dealer Contact Attemp...	Days from Lead creation
1	Test004 Test004	2/3/2026 5:25 PM	Assigned to Dealer	Spontaneous	Spontaneous Dealer	0	5
2	Test003 Test003	2/3/2026 5:25 PM	Assigned to Dealer	Spontaneous	Spontaneous Dealer	0	5
3	Test001 Test001	2/3/2026 5:25 PM	Assigned to Dealer	Spontaneous	Spontaneous Dealer	0	5
4	Test002 Test002	2/2/2026 9:06 AM	Assigned to Dealer	Spontaneous	Spontaneous Dealer	0	7



Aftersales Leads

Service Dealers - Assigned to Dealer

4 items • Sorted by Created Date • Filtered by All aftersales leads - Status • Updated a few seconds ago

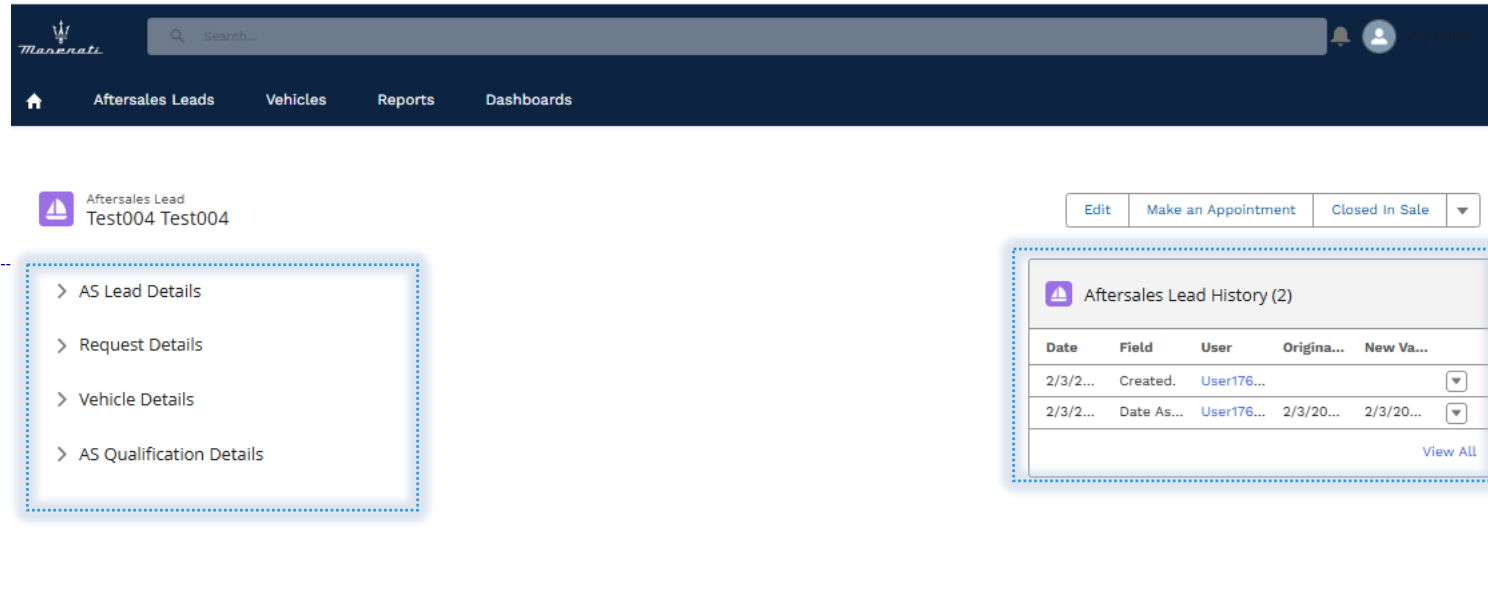
	AS Lead Name	Created Date	Status	Source	AS Campaign	Dealer Contact Attemp...	Days from Lead creation
1	Test004 Test004	2/3/2026 5:25 PM	Assigned to Dealer	Spontaneous	Spontaneous Dealer	0	5
2	Test003 Test003	2/3/2026 5:25 PM	Assigned to Dealer	Spontaneous	Spontaneous Dealer	0	5



Pagina principale del Lead

La pagina principale del Lead è suddivisa in 4 sezioni:

- **AS Lead Details**
- **Request Details**
- **Vehicle Details**
- **AS Qualification Details**



La sezione "**Aftersales Lead History**" che mostra la cronologia delle principali modifiche apportate al Lead durante il processo di gestione è mostrata sul lato destro della pagina.

Per gestire il Lead è possibile utilizzare i **pulsanti di azione**:

- Edit (Modifica)
- Make an Appointment (Prenota un appuntamento)
- Closed in Sale (Chiuso con vendita)
- Closed No Sale (Chiuso senza vendita)
- Contact Again (Ricontatta)
- Printable view (Visualizzazione per stampa)



Pagina principale Lead – “AS Lead Details”

La sezione "AS Lead Details" contiene informazioni dettagliate sul Lead generato e assegnato:

- **AS Campaign:** fornisce il nome della campagna
- **Source:** fornisce informazioni sulla fonte del Lead (es. web/canale digitale, edm)
- **AS Lead Type:** fornisce informazioni sul tipo di fonte del Lead
- **Recontacted:** questa casella, se spuntata, ricorda al Concessionario di contattare il Cliente e proporre un nuovo appuntamento.
- **Customer Profiling & Marketing consents** (Profilazione del Cliente e informazioni sui consensi di marketing)

Aftersales Lead
notifica AS Lead 6 notifica AS Lead 6

Edit Make an Appointment Closed In Sale

AS Lead Details

Status	Direct Marketing
Assigned to Dealer	Yes
AS Campaign	Profiling
Service Booking - WEB	Yes
AS Campaign Notes	by Email
	Yes
Source	by Phone
Web	Yes
AS Lead Type	by Post
Customer Driven	Yes
Recontacted	by SMS/MMS
	Yes
Master AS Lead	by Fax
	Yes
Days from Lead creation	by Social
13	Yes
Customer	

Request Details

First Name	AS Lead Name
notifica AS Lead 6	notifica AS Lead 6 notifica AS Lead 6
Last Name	Country
notifica AS Lead 6	Spain
Email Address	State

Aftersales Lead History (6+)

Date	Field	User	Original	New Value
2/21/20...	Dealer ...	internal...		2/21/20...
2/21/20...	Dealer ...	internal...		2/21/20...
2/18/20...	Created.	internal...		
2/18/20...	Owner	internal...	Internal...	AS CAR...
2/18/20...	AS Lea...	internal...		notifica...
2/18/20...	Record ...	internal...		Service...

[View All](#)



Pagina principale Lead – "Request Details"

La sezione "**Request Details**" contiene una serie di informazioni di varia natura:

1. **Informazioni sul Cliente e dettagli di contatto**
2. **Preferenze espresse dal Cliente** (orario preferito 1-2-3) **in merito all'appuntamento** e campo Data dell'appuntamento in cui visualizzare la data dell'appuntamento concordata:
 - "**Request for**" e "**Request details**" sono informazioni fornite dal Cliente al momento della richiesta.
 - La sezione "**Customer notes**" contiene eventuali note lasciate dal Cliente al momento della richiesta.

Aftersales Lead
Test004 Test004

Edit Make an Appointment Closed In Sale

> AS Lead Details

> Request Details

First Name Test004	AS Lead Name Test004 Test004
Last Name Test004	Country Spain
Email Address test004@test.invalid	State Melilla
Contact Number 32432423	City Madrid
Other Phone	ZIP
Preferred Language Spanish	Preferred Datetime 1
Request For Maintenance	Preferred Datetime 2
Request Details	Preferred Datetime 3
Appointment Date	Customer Notes
Recontacted Date	Additional Services Courtesy Car; Pick Up & Delivery

> Vehicle Details

> AS Qualification Details

Aftersales Lead History (2)

Date	Field	User	Original	New Value
2/3/20...	Created	User176...		
2/3/20...	Date As...	User176...	2/3/20...	2/3/20...

View All

Inserendo un appuntamento verranno inviate **2 email al Cliente**: La prima è la conferma dell'appuntamento (che il Cliente riceve subito dopo averlo programmato) e la seconda è un promemoria (che il Cliente riceve il giorno prima dell'appuntamento). Le stesse **2 email** vengono inviate anche **al Concessionario**.



Pagina principale Lead – "Vehicle Details"

La sezione "**Vehicle Details**" contiene informazioni sulla vettura.

Nota: **Solo il campo VIN (numero di telaio) può essere compilato**, gli altri campi vengono compilati automaticamente. È obbligatorio inserire il VIN **per concludere la gestione dei Lead** con "Closed In Sale".

Aftersales Lead
Test004 Test004

Edit Make an Appointment Closed In Sale

> AS Lead Details

> Request Details

Vehicle Details

VIN
ZAMAS57B001373042

Model Description

Warranty Start Date
5/28/2021

Warranty End Date
5/28/2024

Avg KM Customer

Current Mileage

Vehicle Link
ZAMAS57B001373042

Current Warranty Description

Current Warranty Start Date

Current Warranty End Date

End of Ownership

Aftersales Lead History (2)

Date	Field	User	Original	New Value
2/3/2...	Created	User176...		
2/3/2...	Date As...	User176...	2/3/20...	2/3/20...

View All

> AS Qualification Details

Il **VIN** è già presente per tutti i **Lead HQ-DRIVEN** (generati da Maserati).

Per i **Lead CUSTOMER-DRIVEN** il **VIN** può non essere presente presente perché il Cliente non è obbligato a fornirlo.



Pagina principale Lead – "Qualification Details"

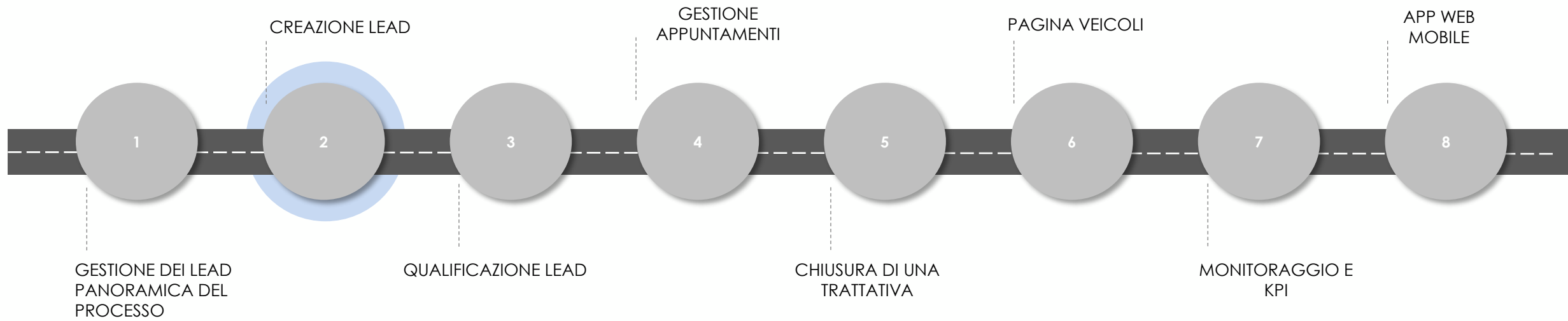
La sezione "**Qualification Details**" può essere utilizzata per gestire le fasi di contatto e qualificazione del Lead:

1. Questi campi sono dedicati all'inserimento **delle informazioni relative alla fase di contatto**. Puoi inserire fino a 5 tentativi di contatto in Salesforce, ma devi registrare almeno 1 tentativo di contatto per modificare lo stato del Lead.
2. La sezione "**Close No Sales Reason**" (motivo della chiusura senza vendita) è dedicata alla chiusura dei Lead per i quali non è stato possibile fissare alcun appuntamento. Lo stato Close No Sale richiede di specificare il motivo della chiusura senza vendita (Close No Sale Reason) per poter chiudere il Lead.
3. Il campo "**Lead Management Notes**" contiene eventuali note del Concessionario. Il campo è **obbligatorio per chiudere il Lead "In Sale"** senza appuntamento o "No Sale" con Close No Sale Reason – Other (Motivo della chiusura senza vendita – Altro).

The screenshot displays the 'Qualification Details' page for a lead named 'Test004 Test004'. The page includes a navigation bar with 'Aftersales Leads', 'Vehicles', 'Reports', and 'Dashboards'. The main content area shows a list of tabs: 'AS Lead Details', 'Request Details', and 'Vehicle Details'. The 'AS Qualification Details' section is highlighted with a blue dashed box and a red circle '1'. It contains fields for 'Dealer Contact Attempt 1' through '5' and 'Dealer Date Attempt 1' through '5'. Below these are 'First Contact Attempt' and 'Lead Qualif. / Management Date'. A 'Close No Sale Reason' field is highlighted with a red circle '2'. A 'Lead Management notes' field is highlighted with a red circle '3'. On the right, there is a table titled 'Aftersales Lead History (2)' with columns 'Date', 'Field', 'User', 'Origina...', and 'New Va...'. The table shows two entries for '2/3/20...' with 'Created' and 'Date As...' fields. A 'View All' link is at the bottom right of the table.



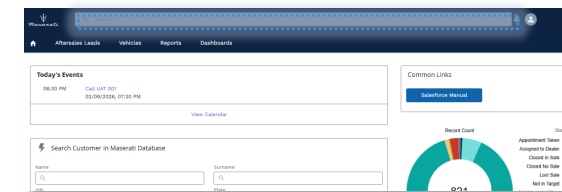
Creazione Lead



Creazione Lead



Prima di creare un nuovo Lead, controllare sempre se è **già presente** in Salesforce attraverso la **scheda di ricerca globale** intelligente dedicata in home page. È possibile ricercare tutti i **dati principali del profilo** (ad es. nome, cognome, indirizzo e-mail, cellulare ecc.)



1. Per creare un nuovo Lead, fare clic sulla scheda "Lead Aftersales", quindi fare clic sul pulsante **"New"** (Nuovo) nella pagina visualizzata.

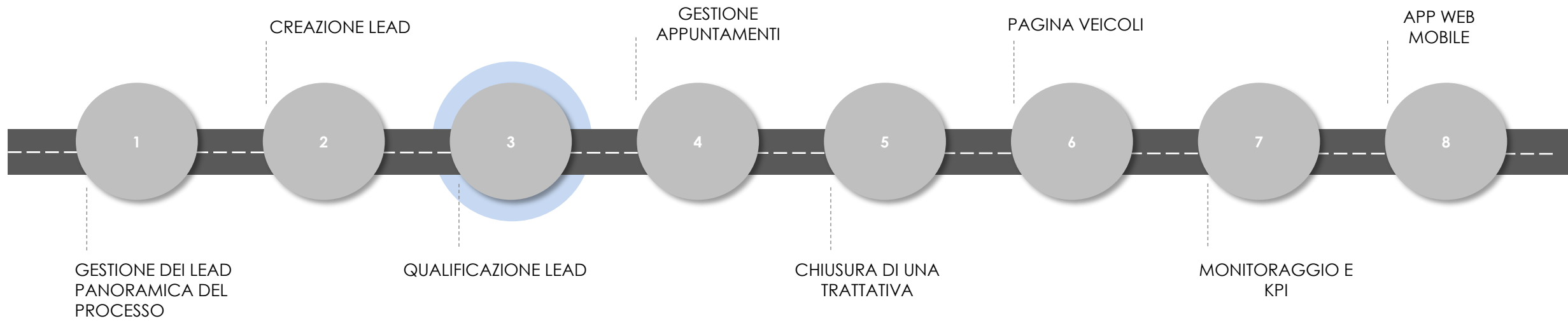
2. Quando appare il pop-up, compilare i **campi obbligatori**, contrassegnati con un asterisco (*). Una volta compilati, questi campi diventeranno gialli.

3. Fai clic su **"Save"** (Salva) per completare la prima fase del processo.

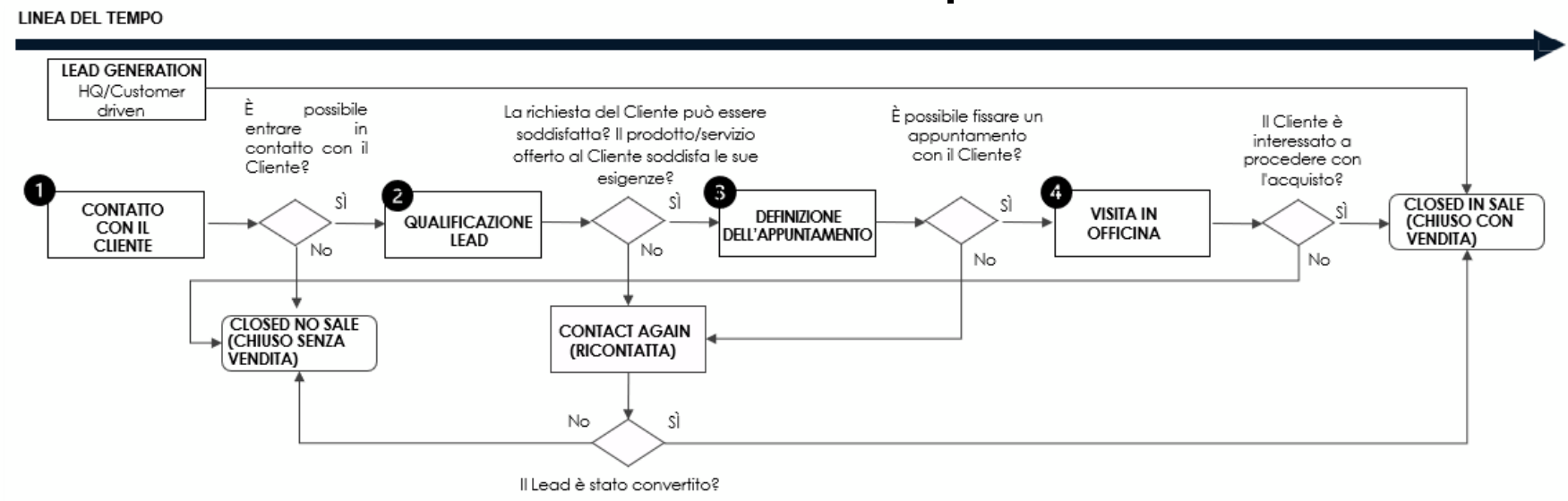
The screenshot shows the 'New Aftersales Lead' form in the Marcati system. The form is divided into two main sections: 'AS Lead Details' and 'Request Details'. The 'AS Lead Details' section includes fields for Status, AS Campaign, AS Campaign Notes, Source, Recontacted, Master AS Lead, and Customer. The 'Request Details' section includes fields for First Name, Last Name, Email Address, Contact Number, AS Lead Name, Country, State, and City. A 'New' button is highlighted with a red circle and the number 1. A 'Save' button is highlighted with a red circle and the number 3. A red box highlights the 'Direct Marketing' dropdown menu with the number 2.



Qualificazione Lead



Qualificazione Lead | Panoramica



Il processo di qualificazione è un **momento chiave del processo di gestione dei Lead** e richiede il coinvolgimento attivo del Cliente per:

- completare la definizione delle esigenze e delle richieste del Cliente;
- verificare l'interesse del Cliente per l'offerta presentata;
- verificare la disponibilità del Cliente a fissare un appuntamento con il Concessionario.

Il processo di qualificazione inizia al momento del contatto con il Cliente e termina quando si avranno a disposizione tutti gli elementi necessari per poter offrire (o non offrire) un appuntamento.

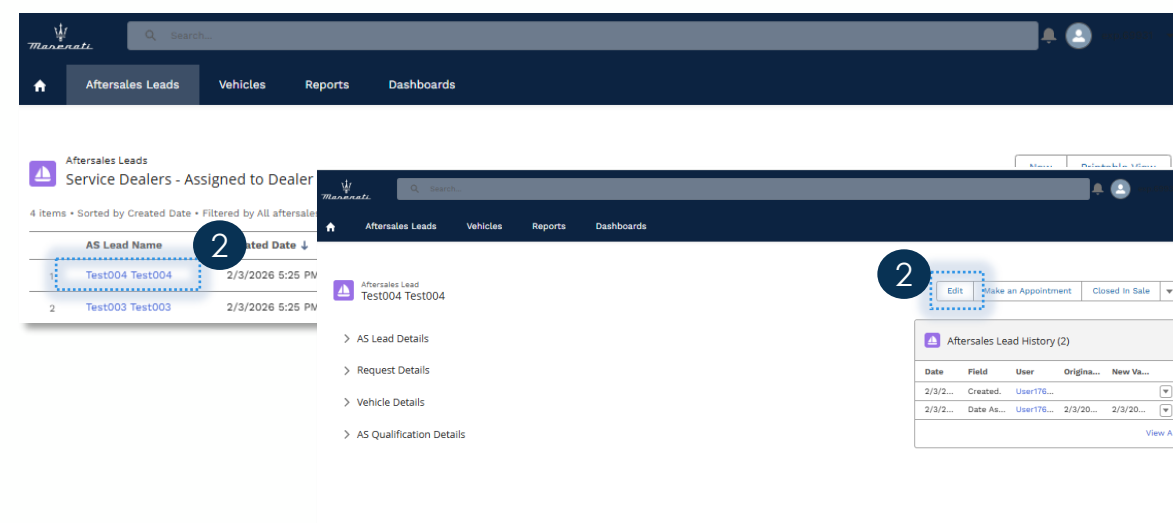
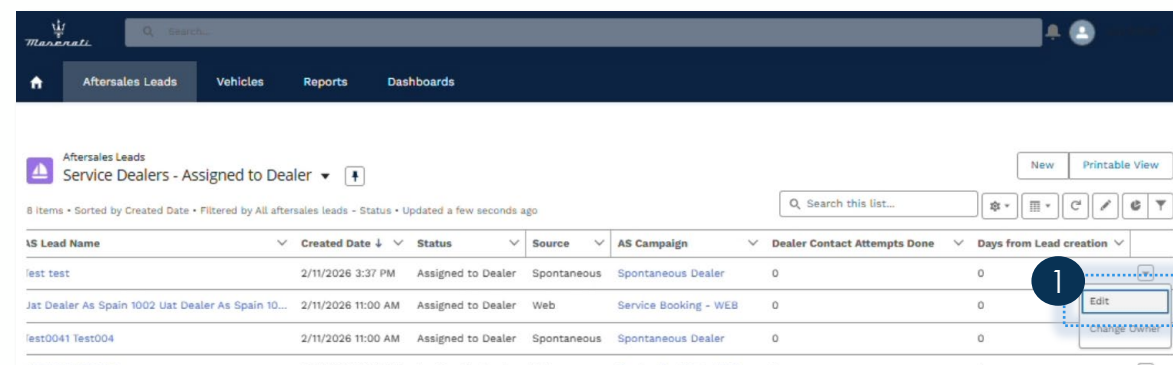
Utilizzando le informazioni sul Cliente e sul veicolo disponibili su Modis, il Concessionario può pre-qualificare il Cliente prima di contattarlo per aumentare le probabilità di successo.



Qualificazione Lead | Modifica un Lead esistente

Un Lead esistente può essere modificato in due modi diversi:

1. È possibile modificare un Lead direttamente dalla **visualizzazione Elenco Lead Aftersales** individuando la scheda desiderata e selezionandola dall'elenco.
2. In alternativa, puoi modificare un Lead facendo clic su **nome del Lead** nella visualizzazione elenco per aprire la pagina di registrazione e quindi facendo clic sul pulsante **"Edit"** (Modifica).
3. Aggiornare i campi obbligatori.
4. Fare clic su **"Save"** (Salva) per confermare le modifiche.



Edit Test test

AS Lead Details

Status: Assigned to Dealer

AS Campaign: Spontaneous Dealer

AS Campaign Notes: Yes

Source: Spontaneous

AS Lead Type: Customer Driven

Recontacted: No

Master AS Lead: No

Days from Lead creation: 0

Request Details

First Name: Test

Last Name: Test

Email Address: test@test.com

Contact Number: 4345

Save



Qualificazione Lead | Tentativo di contatto

Deve essere effettuato e registrato almeno 1 tentativo di contatto (Dealer Contact Attempt 1) in Salesforce nella sezione Qualification Details del Lead gestito.



1. Verifica quali **canali disponibili** sono stati selezionati durante la creazione del Lead. Se sono necessarie modifiche, fare clic sull'**icona a forma di matita (icona Modifica)** accanto al campo per aggiornare i canali selezionati.

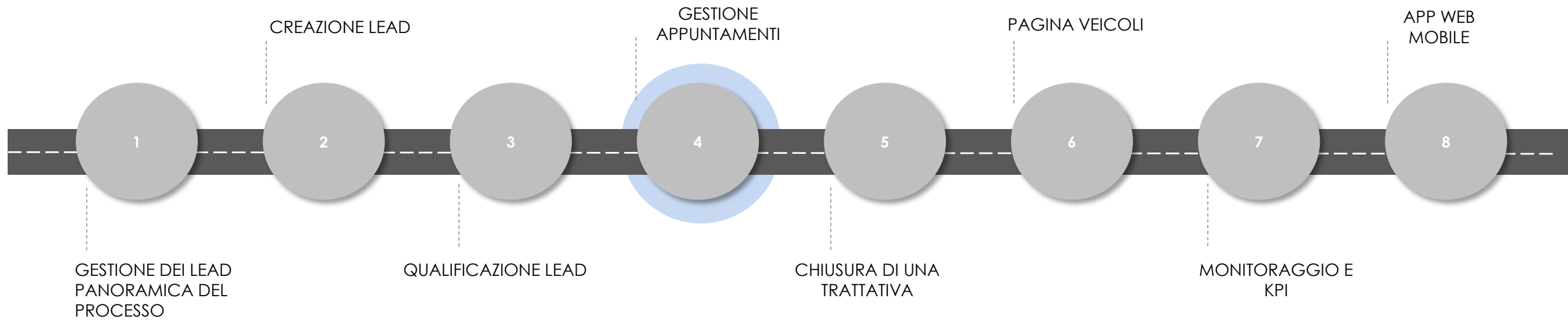
Una volta completato il tentativo di contatto, passare alla **sezione AS Qualification Details** all'interno della pagina Record Lead > Fare clic sull'icona a forma di **matita** (Icona Modifica) accanto al campo della casella del relativo tentativo di contatto.

2. Spuntare la casella per registrare che il tentativo di contatto è stato eseguito.
3. Fare clic su **"Save"** (Salva) per confermare le modifiche.
4. Dopo il salvataggio, Salesforce popola automaticamente il corrispondente campo **"Dealer Date Attempt #"** con la data e l'ora del tentativo registrato.

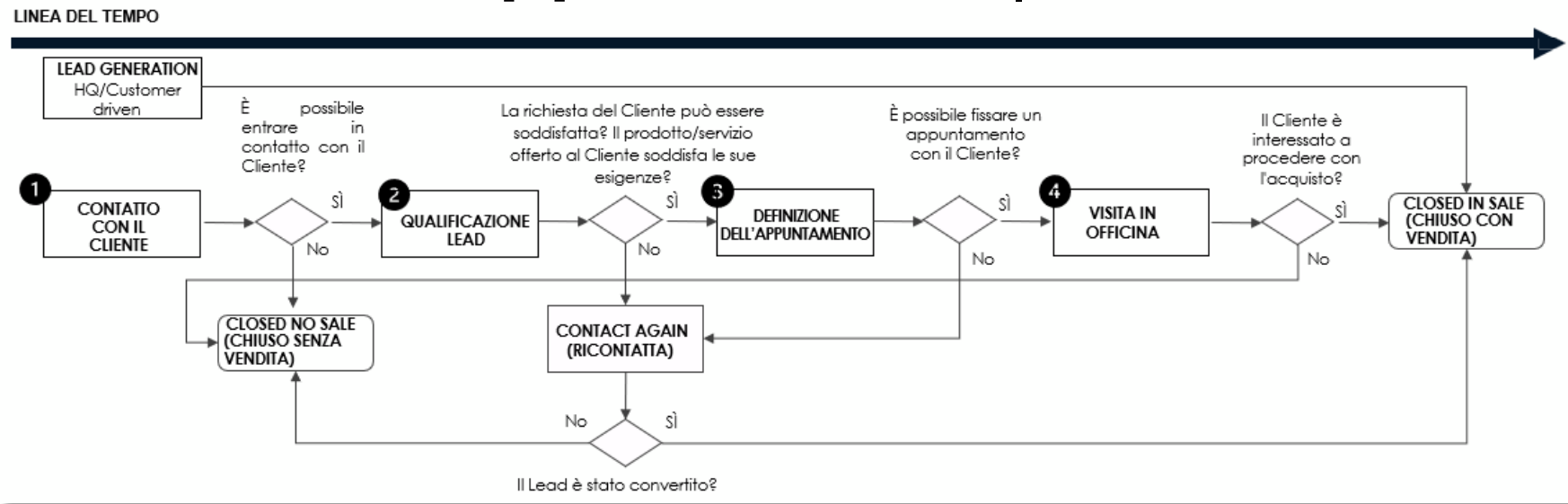
Nota: Se dopo ripetuti tentativi opportunamente distribuiti nel tempo (e registrati in Salesforce) non si riesce ad entrare in contatto con il Cliente, terminare la gestione dei Lead con **"Closed No Sale"** (Vedi sezione Manuale: "Chiusura di una Trattativa").



Gestione appuntamenti



Gestione appuntamenti | Panoramica



Se la **Qualificazione del Lead viene eseguita con successo**, cioè sono soddisfatte tutte le condizioni per servire il Cliente e l'auto:

- la vettura del Cliente rientra nella Campagna/Servizio offerto/richiesto;
- il Cliente è attualmente il proprietario della vettura a lui associata;
- le tempistiche relative alla richiesta/offerta possono essere rispettate;

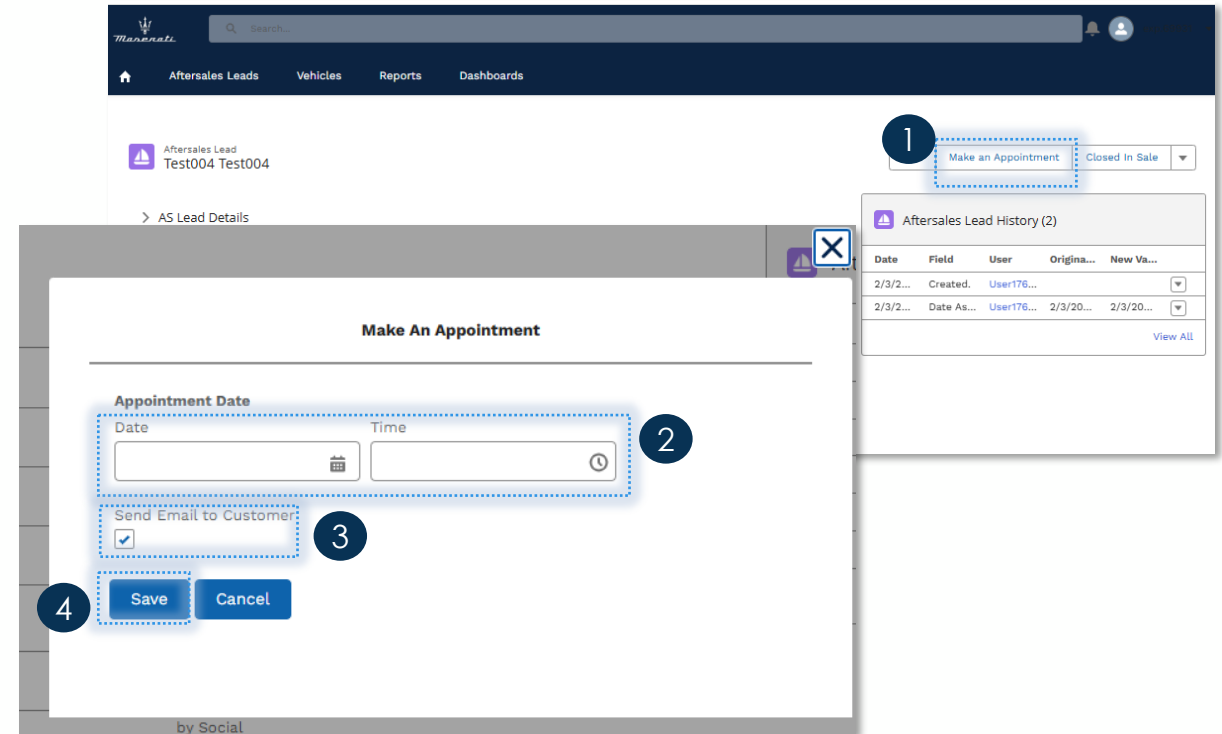
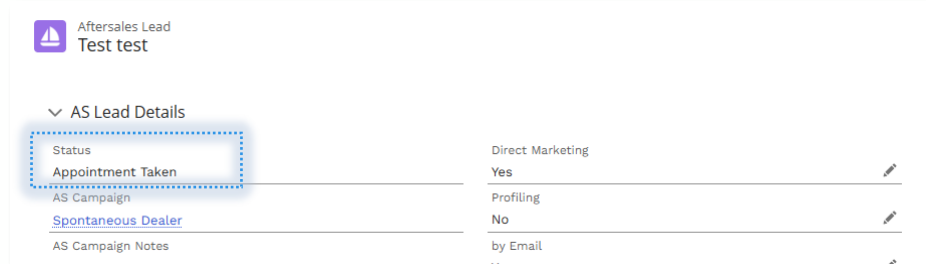
è possibile procedere con l'offerta di un appuntamento concordato con il Cliente.



Gestione appuntamenti

1. Per fissare un appuntamento, apri la relativa pagina di registrazione del Lead e fai clic sul pulsante **"Make An Appointment"**.
2. **Selezionare** la **data dell'appuntamento** e l'**orario** concordati.
3. Verificare la casella sia spuntata per **inviare un'e-mail di promemoria** al Cliente.
4. Clicca su **Save** (Salva) per confermare e programmare l'appuntamento.

Lo stato cambierà automaticamente da "Assigned to Dealer" (assegnato al Concessionario) a **"Appointment Taken"** (appuntamento preso).

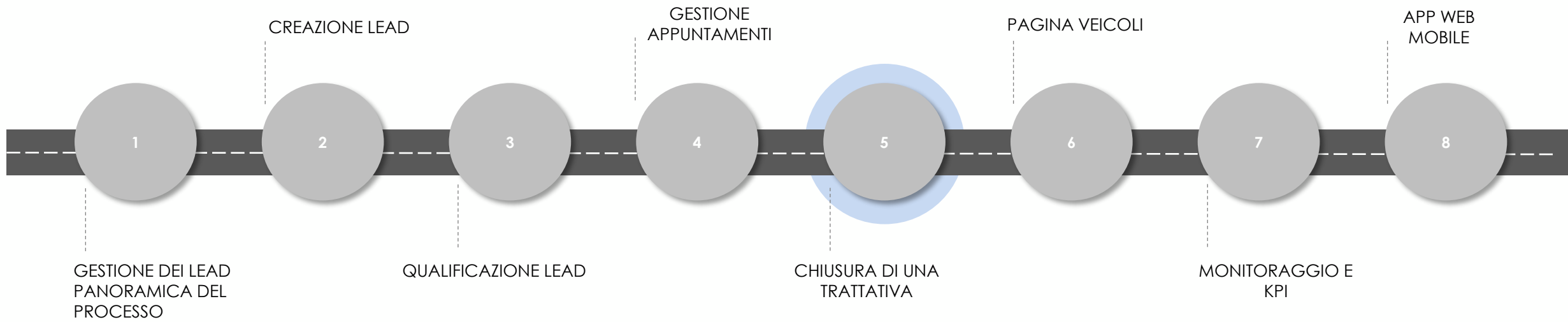


Dopo aver programmato l'appuntamento e aver spuntato la casella di controllo, **Salesforce invierà una e-mail di conferma dell'appuntamento al Cliente**. Il giorno prima dell'appuntamento verrà inviata una e-mail di promemoria. Due e-mail analoghe saranno inviate **anche al Concessionario**. 

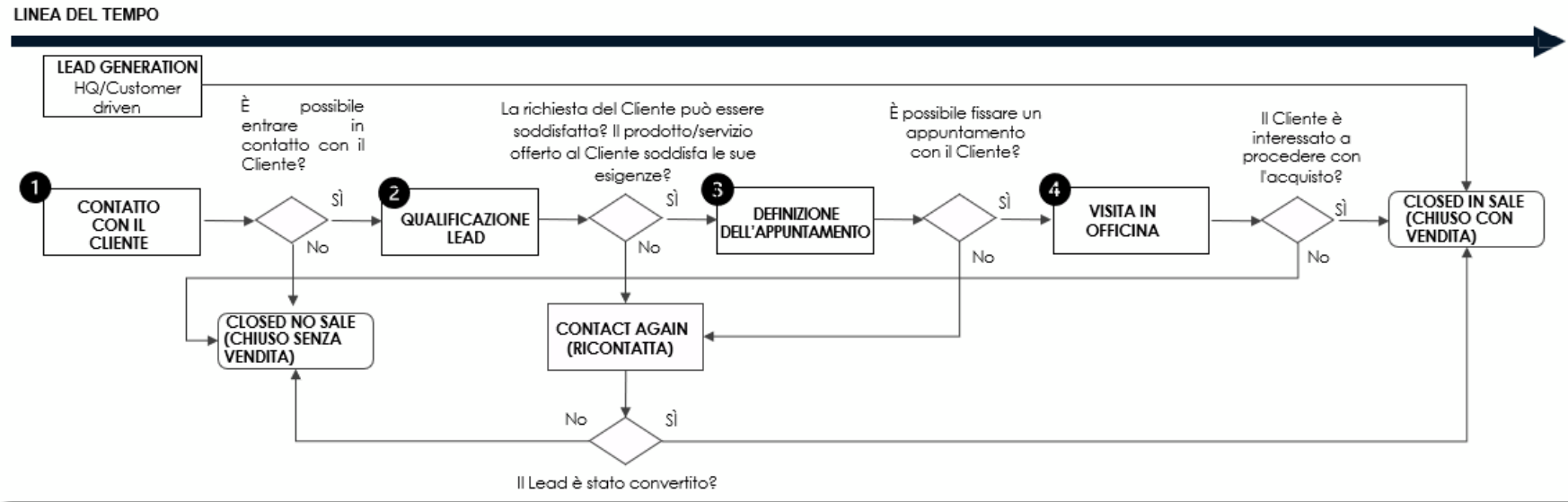
Nota: Se la sezione "Appointment Taken" non viene aggiornata entro 60 giorni, lo stato del Lead passa automaticamente a **"Lost Sale"**.



Chiusura di una trattativa

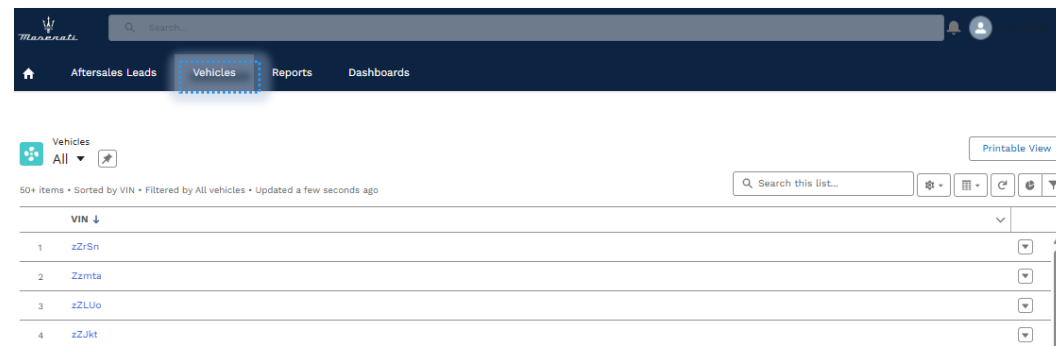


Chiusura di una trattativa | Close in sale



Una volta **soddisfatta la richiesta del Cliente**, il Lead può essere chiuso come “Closed In Sale” **purché venga inserito un VIN corretto**.

Se necessario, è possibile consultare i VIN associati ai veicoli accedendo alla pagina "Vehicles" dalla barra di navigazione.



Chiusura di una trattativa | Close in sale

1. Passare alla sezione "**Vehicle Details**" all'interno della pagina Record Lead e fare clic sull'**icona a forma di matita** (icona Modifica) accanto a **VIN field** (campo VIN) per inserire il VIN corretto. Quindi fare clic su **Save** (Salva).
2. Fai clic sul pulsante "**Close in Sale**" in alto a destra nella pagina.

Dopo aver completato questa azione, lo **stato del Lead** viene aggiornato in "**Closed in Sale**".

AS Lead Details

Status	Appointment Taken	Direct Marketing	Yes
AS Campaign	Profiling		
AS Campaign Notes	by Email		
Source	by Phone		
Spontaneous	No		
AS Lead Type	by Post		
Customer Driven	Yes		
Recontacted	by SMS/WhatsApp		
Master AS Lead	by Fax		
Days from Lead creation	by Social		
Customer	Yes		

Request Details

First Name	AS Lead Name
Last	Test test
Country	Italy
Email Address	test@test.com
Contact Number	City
Other Phone	ZIP
Preferred Language	Preferred Date-time 1
Request For	Preferred Date-time 2
Request Details	Preferred Date-time 3
Appointment Date	Customer Notes
Recontacted Date	Additional Services

Vehicle Details

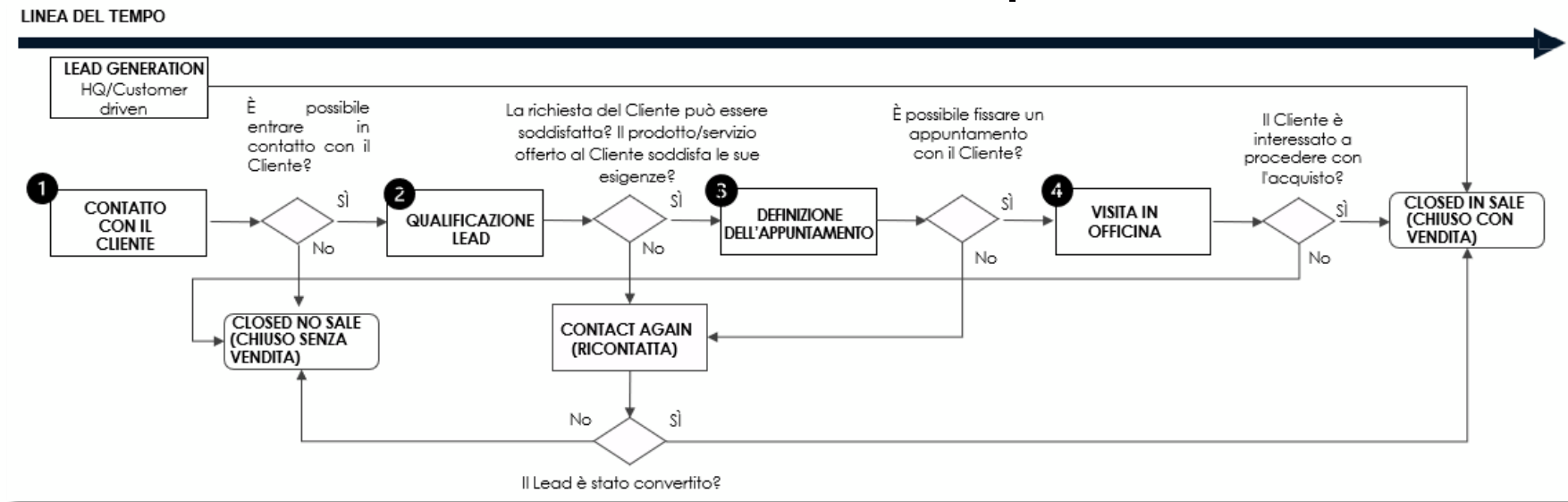
VIN	Vehicle Link
Model Description	Current Warranty Description

Aftersales Lead History (6)

Date	Field	User	Origin	New Val.
2/15/2026	Appointment	AS CAM...		2/15/2026
2/15/2026	Customer	AS CAM...		2/15/2026
2/15/2026	Status	AS CAM...	Assign...	2/15/2026
2/15/2026	Send E...	AS CAM...		2/15/2026
2/15/2026	Dealer	AS CAM...		2/15/2026
2/15/2026	Appointment	AS CAM...	2026-G...	2/15/2026



Chiusura di una trattativa | Close no sale



Un Lead deve essere chiuso come "**Closed No Sale**" nei seguenti scenari:

1. Se, dopo ripetuti tentativi di contatto opportunamente distribuiti nel tempo (e correttamente registrati in Salesforce), non si riesce a raggiungere il Cliente;
2. se la fase di qualificazione ha esito negativo;
3. se le condizioni richieste per fissare un appuntamento non sono soddisfatte.

In tutti i casi di cui sopra, il processo di gestione dei Lead deve essere terminato selezionando "**Closed No Sale**".



Chiusura di una trattativa | Close no sale

1. Aprire la relativa pagina di registrazione del Lead e fare clic sul pulsante **"Close No Sale"** (nella parte superiore della pagina).
2. Seleziona il **Motivo appropriato** tra le opzioni disponibili:
 - No privacy consent in DMS (Nessun consenso al trattamento dei dati personali in DMS)
 - Not eligible for product / offer (Non idoneo per prodotto / offerta)
 - Trade in new vehicle (Permuta con nuovo veicolo)
 - Not Current Owner / Vehicle Sold (Non attuale proprietario / Veicolo venduto)
 - Leasing / noleggio / trader
 - Owner is not driver (Il proprietario non è il conducente della vettura)
 - Customer declined the offer / quote (Il Cliente ha rifiutato l'offerta/il preventivo)
 - Wrong number / phone off / busy (Numero sbagliato/telefono spento/occupato)
 - Other (Altro)
3. Fare clic su **Save** (Salva) per confermare.

Dopo il salvataggio, lo stato del Lead viene automaticamente aggiornato a **"Closed No Sale"** e il processo di gestione del Lead viene terminato.

Aftersales Lead
Test003 Test003

AS Lead Details

Status
Closed No Sale

AS Campaign

Direct Marketing
Yes

Profiling

Aftersales Lead
Test0061 Test0061

AS Lead Details

Status
Assigned to Dealer

AS Campaign

Direct Marketing
Yes

Profiling

Closed No Sale

Close No Sale Reason
--None--

Save Cancel

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

88

89

90

91

92

93

94

95

96

97

98

99

100

Note:

- Se viene selezionato il motivo **"Other"** (Altro), è obbligatorio compilare il campo **"Lead Management Notes"** prima di salvare.
- Se viene selezionato il motivo **"Not Current Owner / Vehicle Sold"** (non attuale proprietario/veicolo venduto) è obbligatorio **inserire la data di fine proprietà** per procedere e salvare la scheda.

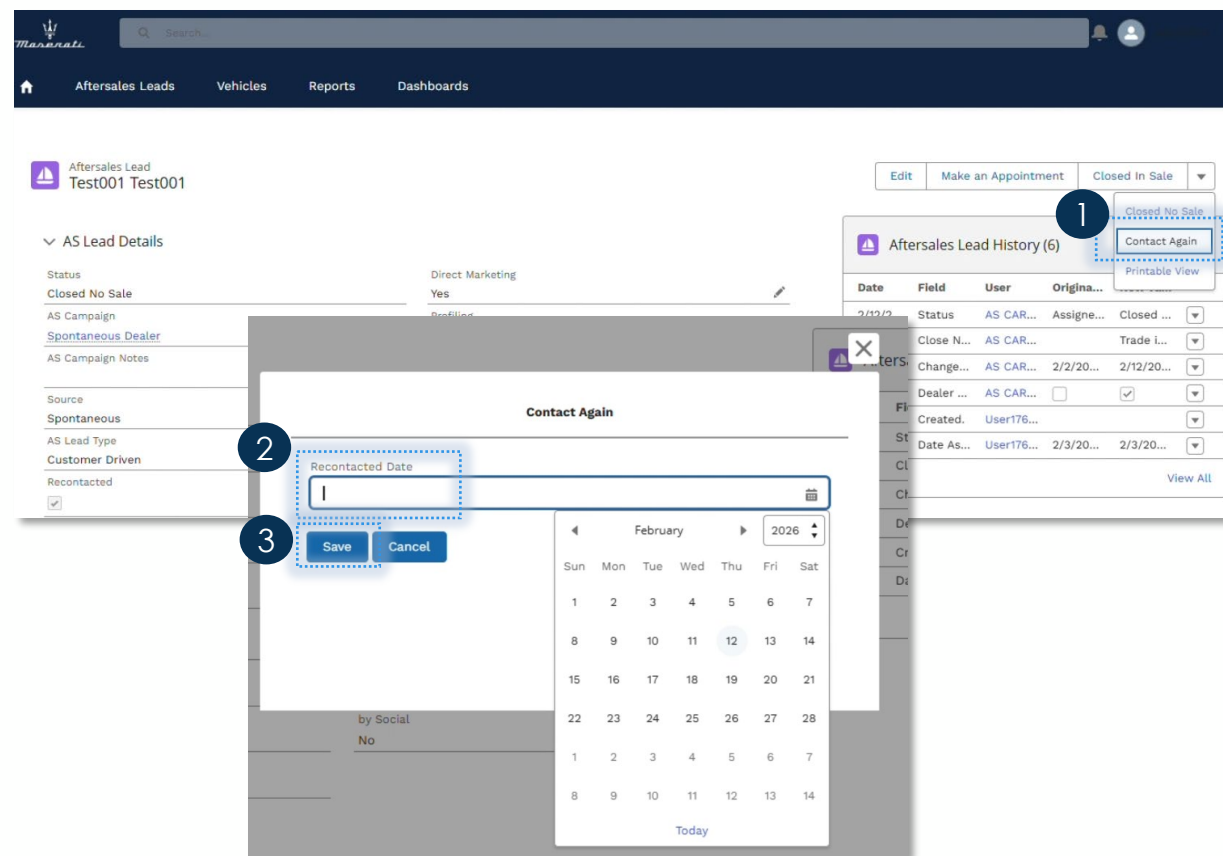


Chiusura di una trattativa | Contact again 1/2

Anche se un Lead è stato chiuso come "**Closed No Sale**", è comunque possibile pianificare un contatto futuro con il Cliente.

Un Cliente che non è interessato oggi potrebbe diventarlo in una fase successiva, soprattutto se cambiano le condizioni o le offerte. Il Concessionario può **richiamare il Cliente o programmare un follow up** ogni volta che esiste una potenziale opportunità per una futura vendita di prodotti o servizi.

1. Apri la scheda del Lead classificato come "**Closed No Sale**" e fare clic sul pulsante "**Contact Again**" (Ricontatta) nella parte superiore della pagina del Lead.
2. Scegli la data in cui vuoi ricontattare il Cliente utilizzando il calendario.
3. Fare clic su **Save** (Salva) per confermare.



Chiusura di una trattativa | Contact again 2/2

Cosa succede dopo il salvataggio:

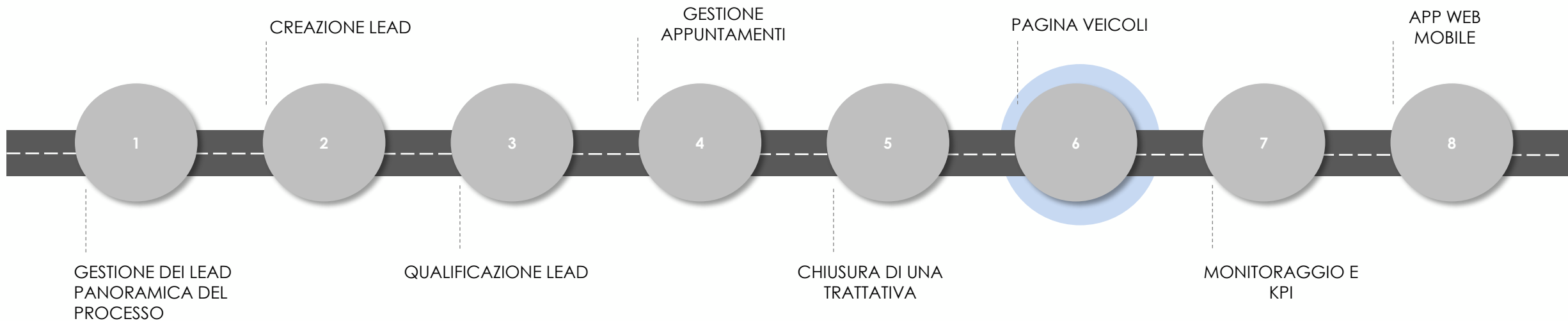
- lo stato del Lead rimane "Closed No Sale" con:
 - Categoria motivazione: "**Not Interested Now**" (Al momento non interessato)
 - Motivo della chiusura senza vendita: "**Contact Again**" (Ricontatta)
- L'attuale processo di gestione del Lead è terminato.
- Una volta inserita la data di ricontatto del Cliente, **Salesforce crea automaticamente un nuovo Lead** con:
 - Stato: "Assigned to Dealer" (Assegnato al Concessionario)
 - La casella "Recontacted" (Ricontattato) è spuntata
- Il nuovo Lead può essere trovato nella visualizzazione Elenco "Assigned to Dealer".
- A questo punto potrai ricontattare il Cliente e proporre un nuovo appuntamento.

The screenshot displays the Marshall CRM interface. The top navigation bar includes 'Aftersales Leads', 'Vehicles', 'Reports', and 'Dashboards'. The main content area is titled 'AS Qualification Details'. It contains several input fields: 'Model Description', 'Warranty Start Date', 'Warranty End Date', 'Avg KM Customer', and 'Current Mileage'. Below these is a table for 'Dealer Contact Attempts' with columns for attempt number, status (checkbox), and date. The 'First Contact Attempt Date' is set to '2/12/2026 10:11 AM'. A dropdown menu for 'Close No Sale Reason' is open, showing 'Contact Again' as the selected option. Other options visible are 'Lead Qualif. / Management Time' and 'Lead Qualif. / Management Date'.

Nota: Il Lead appena creato **conterrà il nome del Lead precedente nel campo "Master AS Lead"**.
Selezionando questo nome, puoi accedere e rivedere tutte le informazioni relative al Lead originale.



Pagina veicoli



Pagina veicoli – Panoramica

La Pagina Veicoli consente agli utenti di consultare informazioni dettagliate relative ai veicoli associati a Lead e Clienti.

1. Vai alla barra di navigazione e fai clic su **"Vehicles"**.
Accedendo alla sezione Vehicles, la landing page visualizza una **lista** contenente i **VIN** (Vehicle Identification Number).

2. Dalla vista elenco, fare clic su un **VIN** specifico e si verrà reindirizzati alla **scheda del veicolo**.

3. In questa pagina è possibile visualizzare:

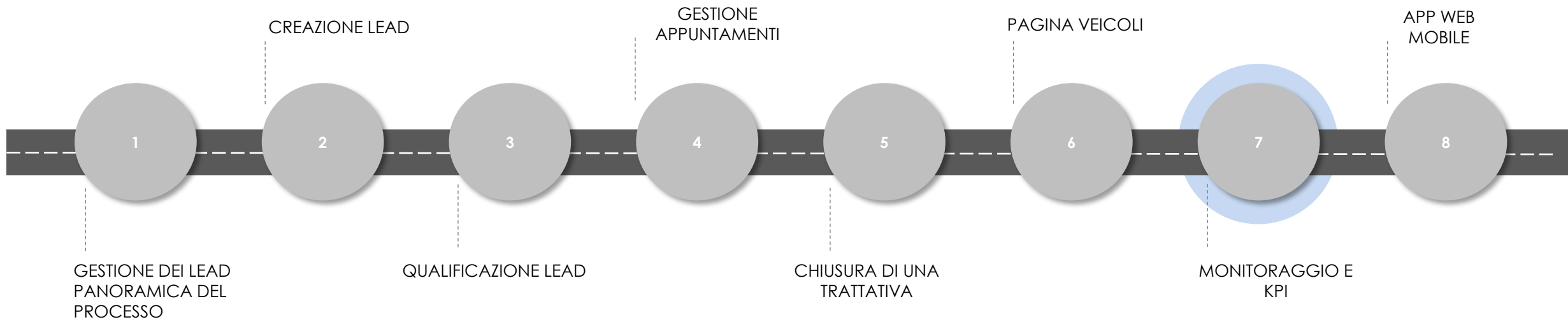
- Informazioni specifiche del veicolo
- Informazioni correlate visualizzate sul lato destro, tra cui:
 - Ownership
 - Opportunità
 - Garanzie
 - Storia del veicolo

The screenshot displays the Massari Vehicles page. The top navigation bar includes 'Aftersales Leads', 'Vehicles', 'Reports', and 'Dashboards'. The 'Vehicles' tab is selected. Below the navigation bar, there is a search bar and a 'Printable View' button. The main content area shows a list of vehicles with columns for VIN, Model, and Year. A specific vehicle with VIN 'zZrSn' is highlighted. To the right of the list, a detailed view of the selected vehicle is shown, including sections for 'Ownership', 'Opportunities', 'Warranties', and 'Vehicle History'. The detailed view includes fields for 'Delivery Date', 'Vehicle Description', 'Model', 'Year', 'Status', 'Tech Info', 'Production Info', and 'Financial Info'.

Nota: La pagina del veicolo può solo **essere consultata**. **Non è possibile modificare** alcuna informazione o elemento all'interno della scheda del veicolo.



Monitoraggio e KPI



Monitoraggio & KPI | Gestione report 1/3

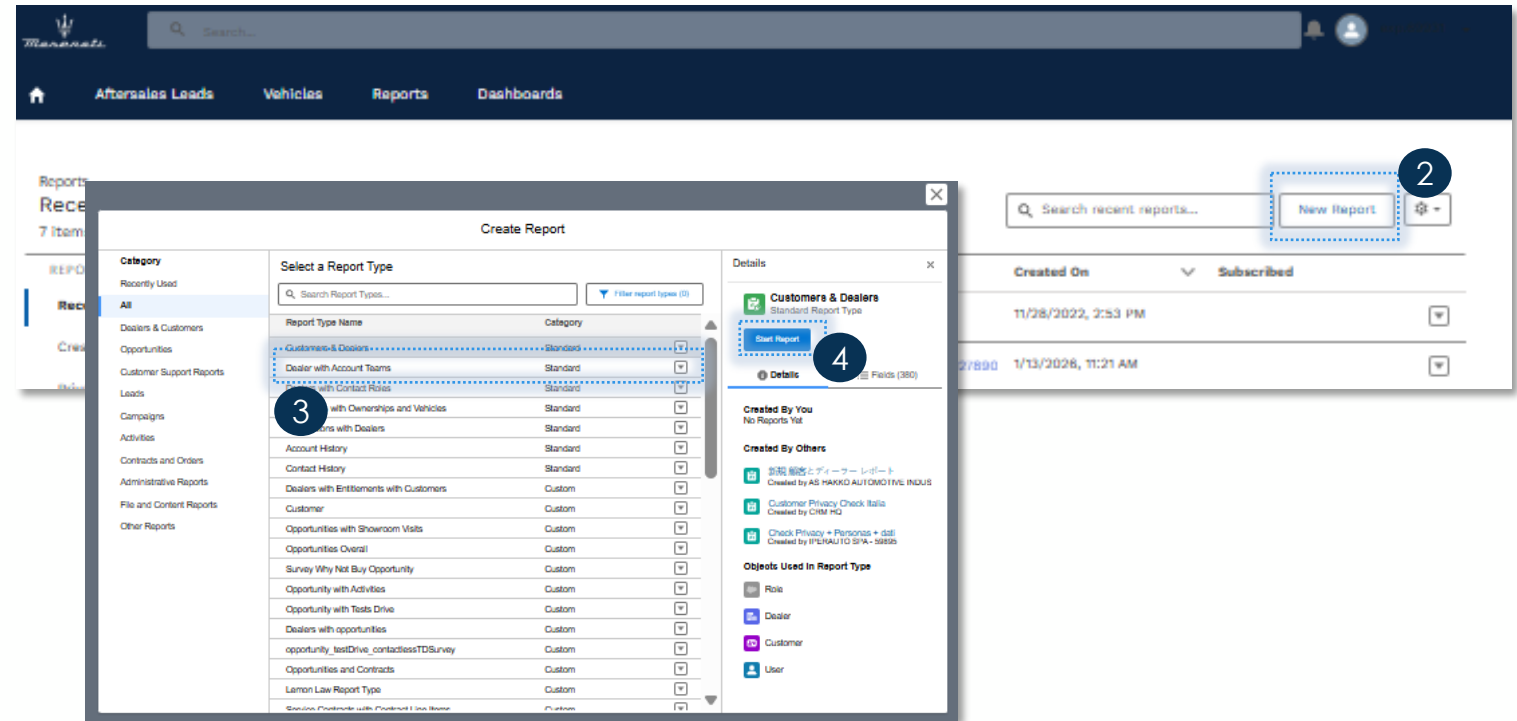
1. Dalla home page di Salesforce, nella barra di navigazione fare clic su **Report** per aprire la home page Report.



2. Nella pagina Report, fare clic su **New Report** (Nuovo report).

3. Selezionare **Report Type** (Tipo di report) in base all'analisi che si desidera eseguire (ad es. Lead) e **fare clic su quello desiderato**.

4. Fai clic su **Start report** (Avvia report).



Monitoraggio & KPI | Gestione report 2/3

5. **Selezionare i campi** da includere nelle colonne del report. Se necessario, creare gruppi di righe/colonne.

6. Selezionare i filtri per includere/escludere valori specifici (ad es. data, tipo di attività, ecc.) facendo clic sul **pulsante del filtro**.

7. Dopo avere apportato le modifiche, fare clic sul pulsante **"run"** (esegui) per aggiornare il report o sul pulsante **"save and run"** (salva ed esegui) per aggiornare e salvare la nuova versione.

The screenshot shows the Marshall Aftersales Leads Report interface. The top navigation bar includes 'Aftersales Leads', 'Vehicles', 'Reports', and 'Dashboards'. The main content area is titled 'New Aftersales Leads Report' and includes a 'Filters' button (callout 6) and a 'Columns' button (callout 5). The 'Columns' button is highlighted with a blue dashed box, and the 'Filters' button is also highlighted. The 'Columns' button is located in the top right corner of the report area. The 'Filters' button is located in the top left corner of the report area. The report table displays columns: Aftersales Lead: AS Lead Name, Dealer Date Attempt 1, AS Campaign, Email Address, First Name, and Last Name. The table contains 18 rows of data. The 'Run' button is located in the top right corner of the report area (callout 7).

	Aftersales Lead: AS Lead Name	Dealer Date Attempt 1	AS Campaign	Email Address	First Name	Last Name
1	TestINT TestINT001	2/2/2026 9:00 AM	Spontaneous Dealer	test@test001.invalid	TestINT	TestINT001
2	TRVLAs2x2o000000JZ#	11/25/2020 4:59 PM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000JZ#	Zydyi	Fgryfi
3	luAKGa2x2o000000JZgY	11/25/2020 12:47 PM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000JZgY	Tuvqtp	Dntfmd
4	SqBFa2x2o000000JZhC	11/24/2020 12:43 PM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000JZhC	Anugmh	Memkox
5	VNjIqa2x2o000000JZhq	11/16/2020 5:20 PM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000JZhq	Cdebgv	Rpqivr
6	sBGE0a2x2o000000JZjS	11/16/2020 5:22 PM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000JZjS	Bcqbca	Vdnwxe
7	pMyka2x2o000000JZnU	11/26/2020 12:09 PM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000JZnU	Oghgta	Mungmf
8	hjsrha2x2o000000JZnZ	11/25/2020 5:06 PM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000JZnZ	Livgzn	Phlfbn
9	LeLpwa2x2o000000JZnt	11/24/2020 12:50 PM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000JZnt	Noxapc	Anugmh
10	GGPeoa2x2o000000JZeN	11/25/2020 5:08 PM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000JZeN	Sldth	Dntfmd
11	xJcwSa2x2o000000JZom	11/26/2020 12:19 PM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000JZom	Olwqew	Thbdsd
12	lzf0P42x2o000000JZp6	11/26/2020 10:32 AM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000JZp6	Gvkrdq	Exensd
13	kfYKga2x2o000000Ja46	11/24/2020 12:59 PM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000Ja46	Hsrnjp	Utlloc
14	dOrmvra2x2o000000Ja4Q	11/27/2020 12:34 PM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000Ja4Q	Zpgyfq	Bmrvaax
15	BDGua2x2o000000Ja6W	11/24/2020 12:39 PM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000Ja6W	Hfkidg	Fgryfi
16	VndkLa2x2o000000Ja6b	11/26/2020 10:19 AM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000Ja6b	Exensd	Xlugid
17	pZYmwa2x2o000000Ja6g	11/25/2020 12:16 PM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000Ja6g	Noxapc	Ldnliw
18	hRaCSa2x2o000000Ja6i	11/25/2020 5:04 PM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000Ja6i	Gdykmk	Ldnliw



Monitoraggio & KPI | Gestione report 3/3

8. Il report viene creato e l'utente può anche **modificare l'ordine delle colonne** trascinandole all'interno del report.

9. È possibile esportare il report facendo clic sulla freccia accanto a Edit (Modifica) e selezionando **"Export"** (Esporta).

10. Si aprirà una finestra pop-up in cui sarà possibile scegliere la visualizzazione di esportazione (si consiglia il report formattato) e fare nuovamente clic su **"Export"**.

The screenshot displays the Maranello Aftersales Leads Report interface. At the top, there's a search bar and navigation tabs: Home, Aftersales Leads, Vehicles, Reports, and Dashboards. The main section is titled "Report: Aftersales Leads" and "New Aftersales Leads Report". It shows "Total Records: 830". A table lists lead data with columns: Aftersales Lead: AS Lead Name, Dealer Date Attempt 1, AS Campaign, Email Address, First Name, and Last Name. A pop-up window titled "Export" is open, showing "Export View" with a "Details Only" option. Below this, there are dropdowns for "Format" (Excel Format .xls) and "Encoding" (ISO-8859-1 (General US & Western Eur)). At the bottom of the pop-up are "Cancel" and "Export" buttons. Numbered callouts 8, 9, and 10 highlight the column headers, the export button in the top right, and the export pop-up respectively.

	Aftersales Lead: AS Lead Name	Dealer Date Attempt 1	AS Campaign	Email Address	First Name	Last Name
1	TestMNT1 TestMNTU01	2/2/2020 9:00 AM	SpanishH6008 Dealer	test@test.coma2x2o000000JZf	TestMNT	TestMNTU01
2	TRvLAa2x2o00000JZf	11/25/2020 4:59 PM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000JZf	Zyzyl	Fgryff
3	IuAKGa2x2o00000JZgY	11/25/2020 12:47 PM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000JZgY	Tuvqtp	Dntfmd
4	SqIBFa2x2o00000JZhC	11/24/2020 12:43 PM	AS Winter Promo	test@test.coma2x2o000000JZhC	Anugmh	Memkox
					Jebvg	Rpqjvr
					qbca	Vdrvxe
					ghgt	Msnmf
					rgzn	Phlbn
					oxapc	Anugmh
					ldth	Dntfmd
					wqew	Thbdk
					krdq	Exensd
					rmjn	Ulnoc
					gytq	Bmruax
					ikdg	Fgryff
					ensd	Xlugjd
					oxapc	Ldnlw



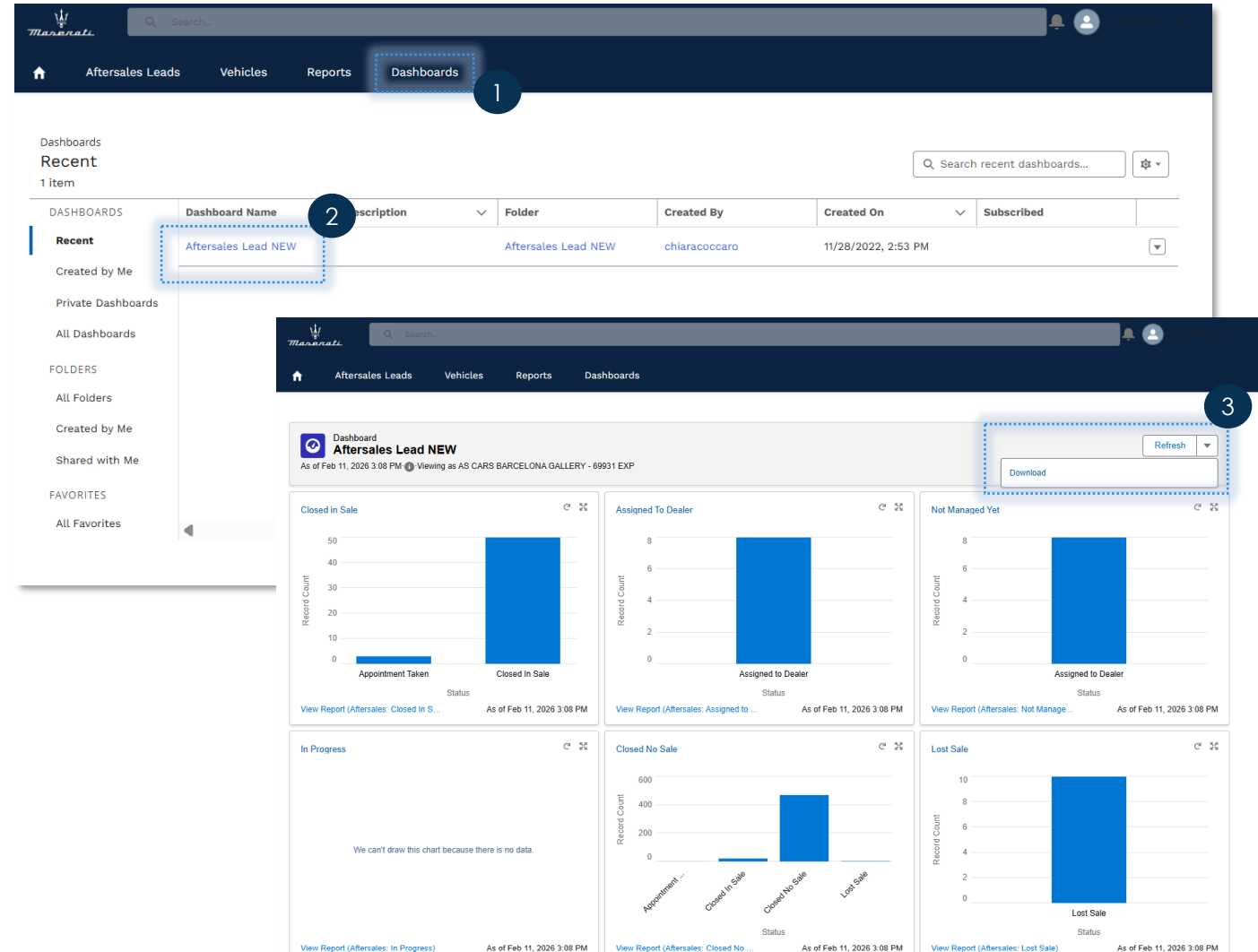
Monitoraggio e KPI | Dashboard

La sezione **Dashboard** fornisce una panoramica visiva degli indicatori chiave di performance e dei dati di gestione dei Lead.

1. Per accedere alla dashboard, vai alla barra di navigazione e fai clic su **"Dashboard"**.
2. Per aprire una dashboard specifica, **fai clic sul nome** della dashboard che desideri visualizzare.

3. Una volta nella pagina Dashboard selezionata, sono disponibili due pulsanti di azione:

- **Refresh** (Aggiorna)
Utilizzare questo pulsante per aggiornare manualmente i dati visualizzati per assicurarsi che vengano visualizzati i dati più recenti.
- **Download** (Scarica)
Usa questo pulsante per scaricare la dashboard.



Monitoraggio e KPI | SLA: Service Level Agreement

Uno degli elementi chiave della gestione dei Lead è il fattore tempo.

Il contatto tempestivo dimostra l'attenzione che Maserati presta ai propri Clienti e massimizza l'esperienza e la fedeltà del Cliente.

A partire dal 2022 sono stati implementati i seguenti SLA per garantire un livello di servizio al Cliente in linea con gli standard Maserati e per monitorare le performance nella gestione dei Lead Aftersales.



Monitoraggio e KPI | SLA 1: Tempistica di primo contatto

Misura la tempestività del Concessionario nel prendere in carico la gestione dei Lead e indica il tempo trascorso tra l'**assegnazione di un Lead al Concessionario e il primo tentativo di contatto del Cliente**.

TARGET: 70% <= 1g (SLA: Il 70% dei Lead assegnati deve essere concluso entro 24 ore dall'assegnazione)

Misurazione KPI: Data/tempistica di tentativo di primo contatto - Data/ora di assegnazione del Lead

1. La **data/ora dell'assegnazione** è visibile nella pagina Lead nella sezione **Aftersales Lead History**.

2. La **data/ora del primo contatto** è visibile sulla pagina Lead nella sezione **Qualification Details**.

The screenshot displays the Maserati Aftersales Leads system interface. The top navigation bar includes the Maserati logo, a search bar, and tabs for Aftersales Leads, Vehicles, Reports, and Dashboards. The main content area is divided into two sections: 'Aftersales Lead History' and 'AS Qualification Details'.

Aftersales Lead History: This section shows a table of lead history. A blue dashed box highlights the first two rows of the table, which are labeled with a circled '1'. The table has columns for Date, Field, User, Original Value, and New Value. The first row shows a lead created on 2/11/2026 at 11:00 AM. The second row shows the lead assigned to a dealer on the same date and time.

	Date	Field	User	Original Value	New Value
1	2/11/2026 11:00 AM	Created.	User1767799302269027890		
2	2/11/2026 11:00 AM	Date Assigned to Dealer	User1767799302269027890	2/11/2026 11:00 AM	2/11/2026 11:00 AM

AS Qualification Details: This section shows the qualification details for the lead. A blue dashed box highlights the 'First Contact Attempt Date' field, which is labeled with a circled '2'. The date and time shown are 2/12/2026 10:51 AM.

Dealer Contact Attempt 1: ☒ 2/12/2026 10:51 AM

Dealer Contact Attempt 2: ☐

Dealer Contact Attempt 3: ☐

Dealer Contact Attempt 4: ☐

Dealer Contact Attempt 5: ☐

First Contact Attempt: ☐

First Contact Attempt Date: 2/12/2026 10:51 AM

Lead Qualif. / Management Time:

Lead Qualif. / Management Date:

Close No Sale Reason:

Lead Management notes:



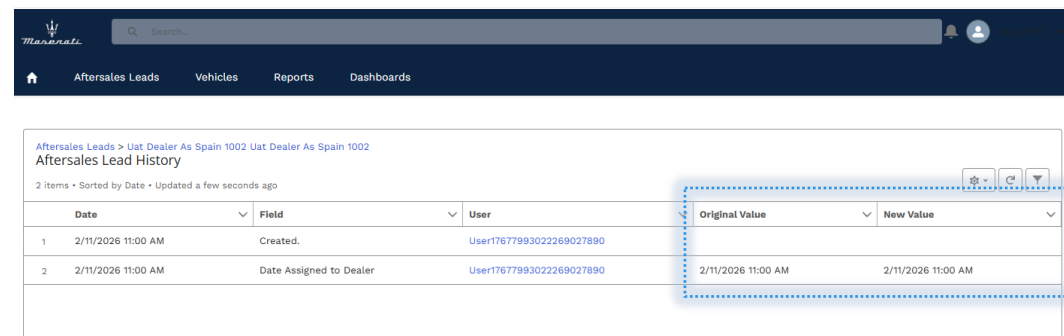
Monitoraggio e KPI | SLA 2: Tempo di qualificazione/gestione

Misura il tempo di gestione del Lead ed esprime il tempo che intercorre tra l'**assegnazione di un Lead al Concessionario e la sua chiusura** (che si verifica con l'assegnazione di uno Stato finale*).

TARGET: 70% <= 10g (SLA: Il 70% dei Lead assegnati deve essere concluso entro 10 giorni dall'assegnazione)

Misurazione KPI: Data/ora di chiusura del Lead** - Data/ora di assegnazione del Lead

La data/ora di assegnazione e la data/ora di chiusura sono visibili nella pagina Lead nella sezione Aftersales Lead History



Date	Field	User	Original Value	New Value
2/11/2026 11:00 AM	Created.	User17677993022269027890		
2/11/2026 11:00 AM	Date Assigned to Dealer	User17677993022269027890	2/11/2026 11:00 AM	2/11/2026 11:00 AM

* Closed No Sale / Closed In Sale / Lost sale

** "Appointment Taken" (Appuntamento preso) non è uno Stato finale. Per questo motivo il Concessionario non può chiudere il Lead subito dopo aver programmato l'appuntamento e deve rispettare la scadenza di 10 giorni. Si prega di notare che se la sezione "Appointment Taken" non viene aggiornata entro 60 giorni, lo stato del Lead passa automaticamente a "Lost Sale". È obbligatorio inserire un VIN corretto per chiudere il Lead.



Monitoraggio e KPI | SLA 3: Lead completamente gestiti

Questa sezione misura il numero di **Lead completamente gestiti** (classificati come tali nello Stato finale*) in relazione al numero totale di Lead assegnati nei 60 giorni precedenti.

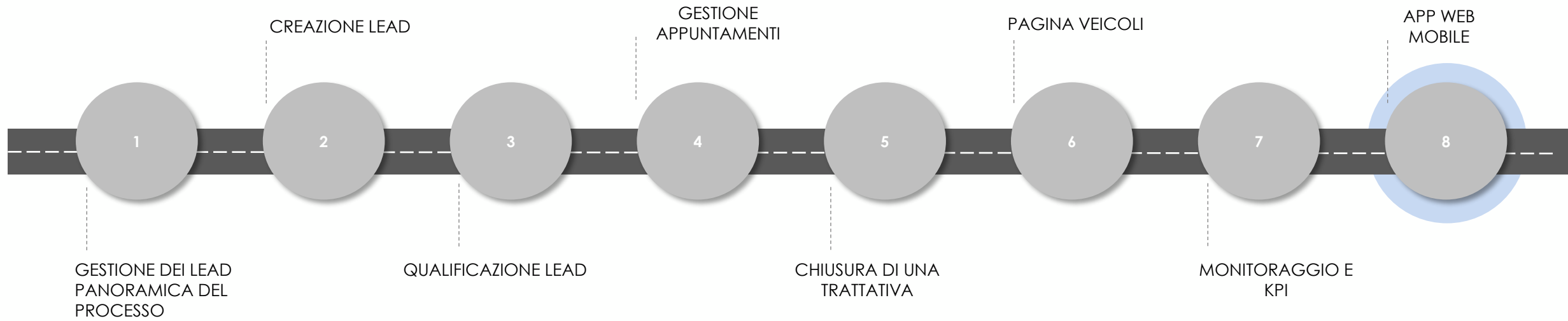
TARGET: 90% (il 90% dei Lead assegnati nei 60 giorni precedenti deve trovarsi nello Stato finale* a conferma della loro completa gestione)

MISURAZIONE KPI: numero di Lead in stato FINALE / numero di Lead assegnati

* Closed No Sale / Closed In Sale



App web mobile



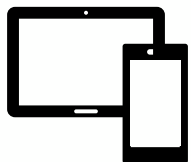
App web mobile Salesforce | Introduzione



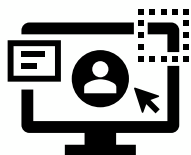
L'app web mobile Salesforce è un'**applicazione basata sul web** e **non richiede download**. È possibile accedervi direttamente da un browser mobile **effettuando l'accesso a MODIS CS+**.
*Per la migliore esperienza utente e prestazioni ottimali, si raccomanda di utilizzare il browser **Google Chrome**.*



L'accesso è supportato sia sui dispositivi **iOS** che **Android**.



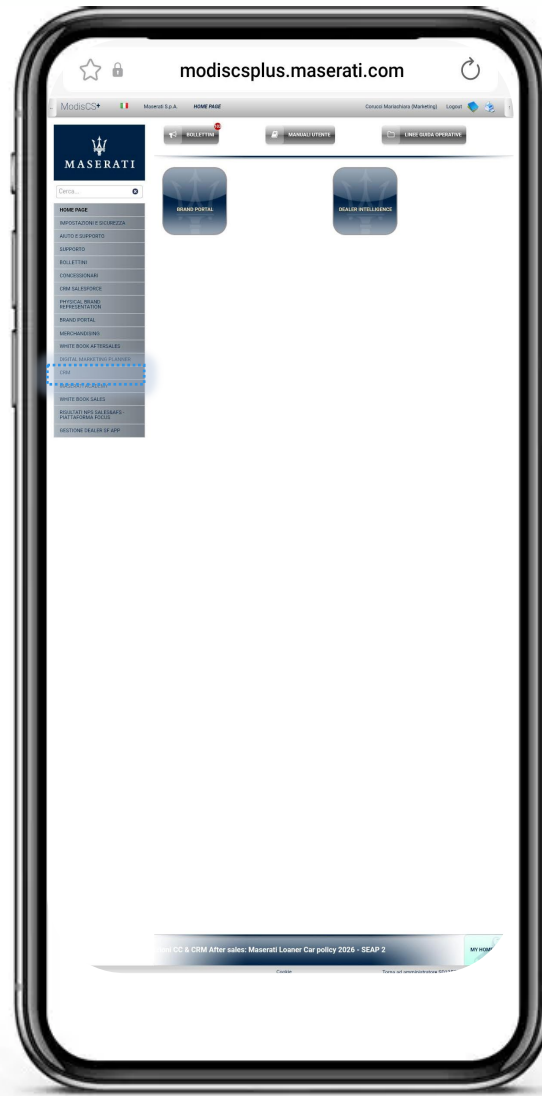
L'app web mobile è **disponibile per smartphone e tablet**, con lievi differenze di layout a seconda del dispositivo.



L'utilizzo dell'app web mobile è **consigliato per gli utenti che hanno già familiarità con le funzionalità CRM di Salesforce**. Per i nuovi membri, si consiglia di iniziare a utilizzare Salesforce in versione desktop, seguendo le linee guida CRM disponibili in MODIS CS+.



App web mobile Salesforce | Come accedere

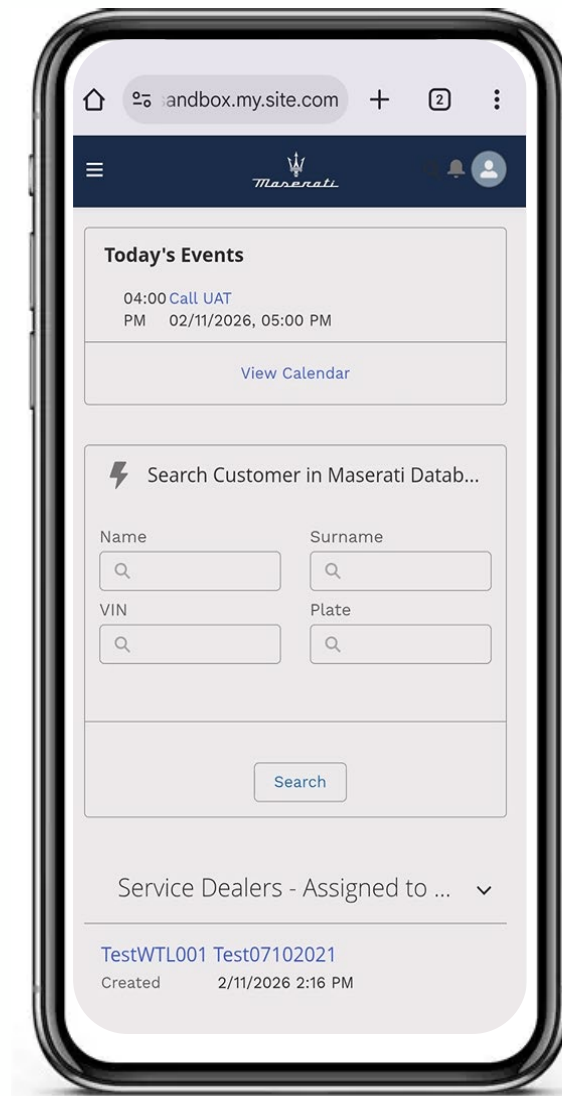


MODIS CS+

- Per accedere all'**app web mobile Salesforce**, gli utenti devono:
- aprire un **browser** sul proprio dispositivo e accedere a **MODIS CS+**;
 - accedere a **MODIS CS+**;
 - fare clic sulla scheda **CRM**.

Il sistema **reindirizza automaticamente** l'utente all'app web mobile **Salesforce Experience Cloud**.

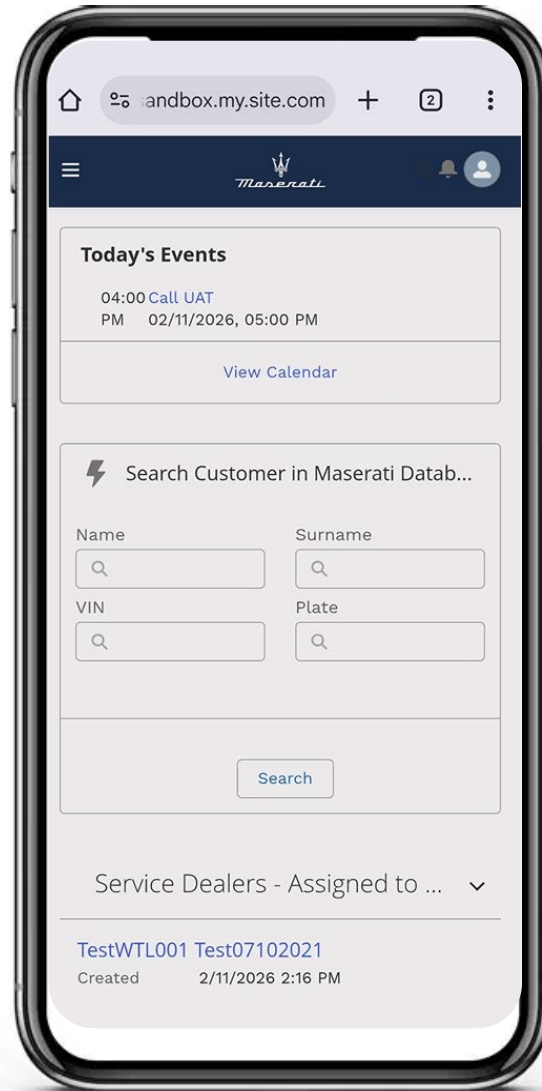
Se si possiede più di un profilo, selezionare il profilo Aftersales per proseguire



HOME PAGE



App web mobile Salesforce | Panoramica delle funzionalità 1/2



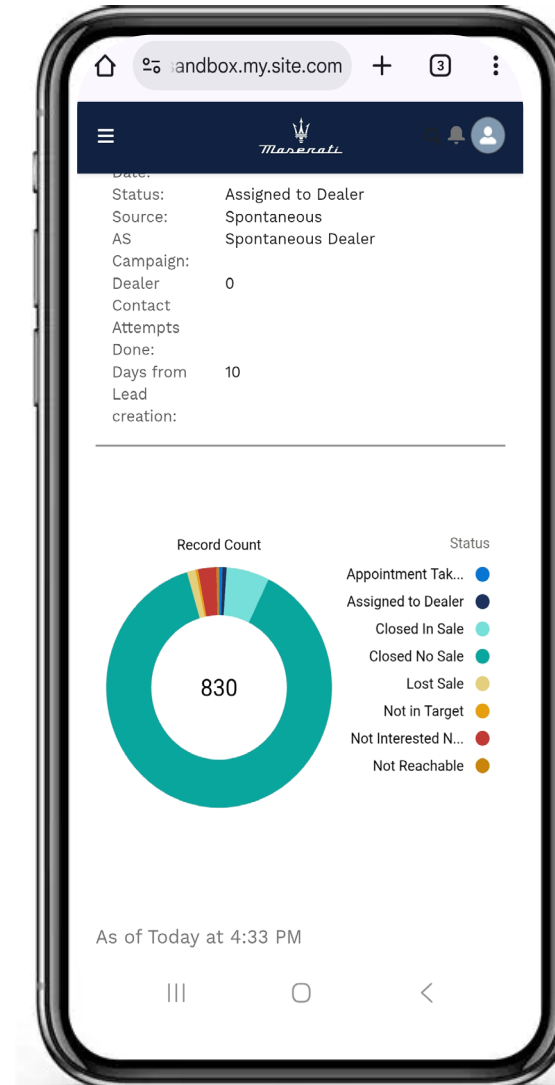
HOME PAGE 1/2

► Barra di navigazione e ricerca

► Eventi odierni

► Cerca Clienti

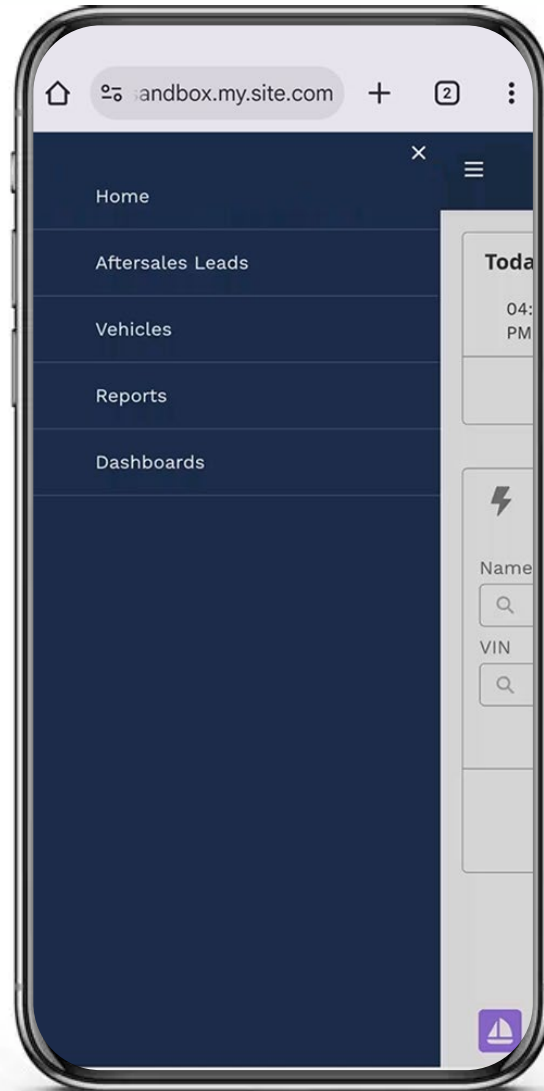
► Visualizzazione elenco dei Lead



HOME PAGE 2/2

► Totale contatti

App web mobile Salesforce | Panoramica delle funzionalità 2/2



HAMBURGER MENU

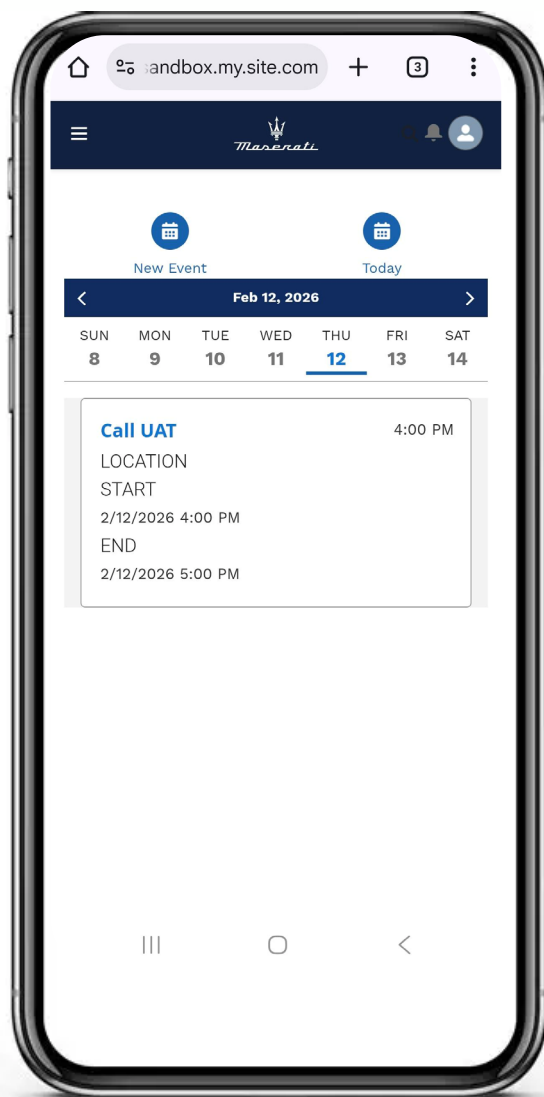
La **navigazione** nell'app web mobile può essere effettuata tramite l'**hamburger menu sul lato sinistro dello schermo**. Aprendo l'hamburger menu, gli utenti possono accedere **alle stesse schede principali disponibili nella versione desktop**:

- Home
- Leads Aftersales
- Vehicles
- Report
- Dashboard

Ciò garantisce coerenza tra la navigazione desktop e mobile.



App web mobile Salesforce | Calendar

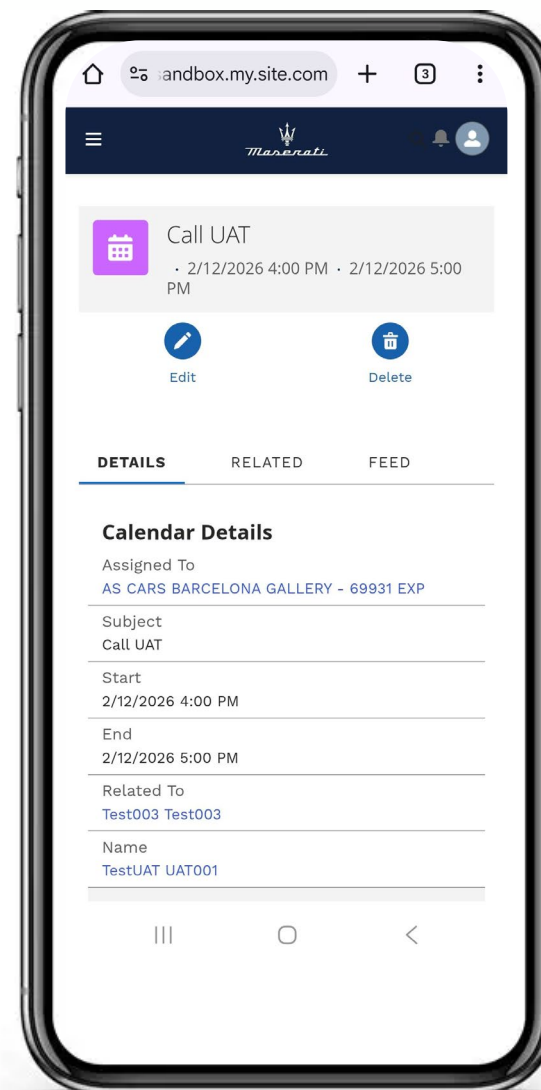


Nuovo evento

Il **Calendario** consente agli utenti di gestire appuntamenti e attività.

Dalla pagina Calendario è possibile:

► **Creare un nuovo evento** selezionando la data e l'ora desiderate e inserendo i relativi dettagli.

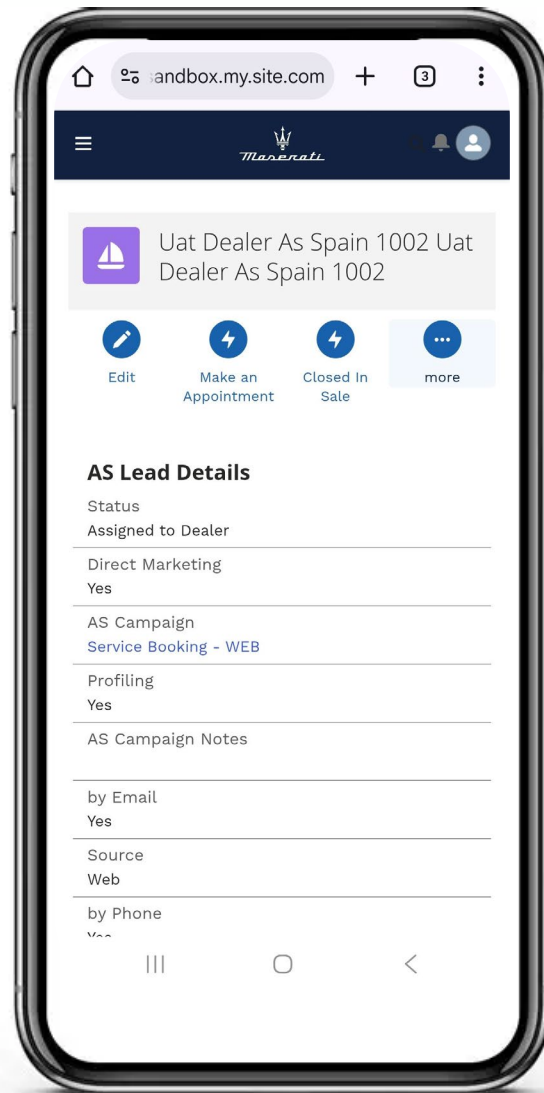


Evento esistente

► **Modificare / Eliminare un evento esistente** cliccando sull'attività programmata e aggiornando le informazioni necessarie.



App web mobile Salesforce | Visualizzazione Lead



Visualizzazione elenco dei Lead



Quando si apre un oggetto specifico:

- Gli utenti possono visualizzare le **visualizzazioni elenchi**, in modo simile all'esperienza desktop.
- Selezionando una scheda dall'elenco, possono accedere a una **visualizzazione dettagliata** delle informazioni della scheda.

Dalla visualizzazione scheda, gli utenti possono:

- **consultare** tutte le informazioni rilevanti
- **modificare record esistenti**
- **aggiornare i campi** e gestire le attività in corso

Nota: L'app web mobile non supporta la **creazione di nuovi record**. Per creare nuovi Lead gli utenti devono accedere a Salesforce dalla **versione desktop**.



Glossario

Spiegazione della terminologia relativa alla gestione del Lead Aftersales



Glossario – Panoramica della procedura

LEAD: Cliente proprietario di un'auto Maserati che potrebbe essere interessato a utilizzare un prodotto o servizio offerto dalla tua Officina Maserati o chi fa esplicita richiesta di essere contattato perché interessato ad un prodotto/servizio. Un Lead è un'opportunità commerciale per la tua concessionaria.

Processo di LEAD GENERATION: l'attività di raccolta, attraverso molteplici canali e fonti, dei dati rilevanti di un Cliente esistente che manifesta interesse per i prodotti e i servizi Aftersales.

Lead HQ driven: Maserati rivede periodicamente la propria flotta per identificare i Clienti che potrebbero beneficiare di offerte mirate, anche senza una richiesta attiva, ad esempio campagne di promemoria tagliando o promemoria di fine garanzia.

Lead Customer driven: Lead creati quando un Cliente invia una richiesta tramite moduli del sito Web o l'app per i proprietari Maserati. Questi Lead hanno la priorità.

Processo di GESTIONE DEI LEAD AFTERSALES (ASLM): ogni Lead è classificato inizialmente come "Assigned to Dealer" (Assegnato al Concessionario) e richiede una gestione attiva: contatto, qualificazione, appuntamento e/o chiusura. Gli stati finali devono essere assegnati tramite i pulsanti di azione e non possono essere modificati.

CONTATTO LEAD: il primo passaggio fondamentale. L'obiettivo è trasformare l'interesse in un'opportunità. Il contatto dovrebbe preferibilmente essere telefonico, a meno che il Cliente non richieda diversamente. I tentativi dovrebbero essere distanziati di 2-3 giorni e in momenti diversi.

QUALIFICAZIONE LEAD: il processo volto a identificare le esigenze del Cliente e a verificarne la fattibilità. Ciò richiede un contatto diretto per comprendere esigenze esplicite o implicite.

APPUNTAMENTO LEAD: quando un appuntamento precedentemente concordato viene registrato in Salesforce, lo stato del Lead si aggiorna automaticamente in "Appointment Taken" (Appuntamento preso). Questo stato non è definitivo e scade dopo 60 giorni, trascorsi i quali il Concessionario deve assegnare al Lead uno stato finale: "Closed In Sale" o "Closed No Sale".



Glossario – Stato del Lead

STATO (del Lead): fornisce un'indicazione dello stato di avanzamento del Lead nel processo di gestione. Può essere iniziale, intermedio o finale. I Lead nello stato finale sono stati completamente gestiti e non richiedono ulteriori azioni. I Lead nello stato iniziale e intermedio richiedono ulteriori azioni per essere portati allo stato finale.

Assigned to Dealer” (Assegnato al Concessionario): tutti i Lead, indipendentemente da come vengono generati o dal tipo di campagna, vengono assegnati a ciascun Concessionario in Salesforce. Questo rappresenta lo stato principale attraverso il quale vengono gestiti i Lead.

Not Managed Yet (Non ancora gestito): Si tratta di Lead con lo stato "Assigned to Dealer" (Assegnato al Concessionario) per i quali non è stato registrato alcun "Dealer Contact Attempt" (Tentativo di contatto del Concessionario). Non è stata ancora svolta alcuna attività.

In Progress (In corso): Si tratta di Lead con lo stato "Assigned to Dealer" che hanno registrato almeno un "Dealer Contact Attempt" o sono nello stato "Appointment Taken". Il processo di gestione è iniziato ma non ha ancora raggiunto lo stato finale.

Appointment taken (Appuntamento preso): identifica un Lead per il quale è stato programmato un appuntamento. Deve essere finalizzato come "Closed in sale" o "Closed No Sale" entro 60 giorni. In caso contrario, se il Lead non viene gestito entro 60 giorni, lo stato passa automaticamente a "Lost Sale".

Closed In Sale (Chiuso con vendita) : tutti i Lead con stato "Closed In Sale" segnalano un esito positivo del processo di gestione del Lead. Qui il Concessionario deve utilizzare attivamente i PULSANTI DI AZIONE

Closed No Sale (Chiuso senza vendita): tutti i Lead per i quali il campo "Closed No Sale Reason" è stato compilato segnalando una mancanza di accordo nel procedere con il processo di vendita. Qui il Concessionario deve utilizzare attivamente i PULSANTI DI AZIONE

Lost Sale (Vendita persa): sottogruppo di Lead chiusi assegnati automaticamente dal sistema ai Lead per i quali non viene raggiunto uno stato finale entro 60 giorni dalla data di assegnazione.



Conclusione



Troverai **questo manuale** nella **home page di Salesforce**, nella sezione "Common Links"



In caso di dubbi, vi invitiamo a scrivere a crm@maserati.com



Per eventuali **domande** dopo la formazione o per qualsiasi **problema** riscontrato durante l'utilizzo del tool non risolvibile con il supporto dei manuali **aprire un ticket** al **supporto in ModisCS+**.



GRAZIE

