



Maserati

PERSONAL SERVICE LAB



アフターセールス業務基準

はじめに

ますます状況は困難を増し、競争も激化していく中で、マセラティネットワークのサービス品質は、顧客満足度の面から主要テーマです。

最高レベルのサービス品質は他に対する差別化となり、販売店の従業員は全員が日々の主役です。最高品質のサービスは、顧客に対する忠誠心、またアフターセールス業務推進という面で、重要な原動力となっています。それは、対象が顧客あるいはバックオフィスであるを問わず、技術と行動スキルを絶えず進化させているだけでなく、仕事にも反映させていく男女従業員の肩にかかっています。最終ゴールは、プロ意識に溢れたサービス、お客様に品質上の体験を提供することです。

マニュアル内容：

- **17項のアフターセールスサービス業務基準**は、業界で順守しているベストプラクティスを土台に作成したもので、運用にあたっての手順を示してくれます。したがって、ディーラー毎に合わせる形で組み入れ、日々運用していくものとします。ホワイトブックの補足という形をとります。
- 特定工具/ヒントの的確な導入のため参照用として作成し、業務基準の項ごと個別に言及した**補助文書**。

例：

補助文書: [車両外周チェックリスト](#) / [車両受入チェックリスト](#)
（います）。

ディーラーが業務基準を的確に運用しているかどうか、定期的にチェックしてください。

上述内容はディーラーによる定期的な自己評価と関係し、一方でブランド要件を満たす上でのマセラティ評価キャンペーンとも関係します。

スナップオンは、専用ツール（スマートフォンにインストールするアプリケーション）で、かかる検証を進めた上で、結果のすべてを報告します。

スナップオンで、ディーラー、市場/地域、マセラティ本社にアクセスできます。

00 | サマリー

- 00 [アフターセールス対象の主要部門](#)
- 00 [KPIおよび顧客満足度インデックス](#)
- 00 [用語集](#)
- 01 [ご予約を受ける](#)
- 02 [お迎えの準備](#)
- 03 [ワークショップでのパーツの事前準備](#)
- 04 [販売店でお客様をお迎えする](#)
- 05 [レセプションとカスタマーサービス同意確認](#)
- 06 [レセプションでの点検](#)
- 07 [ワークショップでの作業と追加作業に関するお客様の同意確認](#)
- 08 [車両返却前の品質管理](#)
- 09 [アフターセールスにおける品質維持のための予防的措置](#)
- 10 [作業の説明と返却](#)
- 11 [作業後のお客様フォローアップ連絡](#)
- 12 [ワークショップへの再入庫](#)
- 13 [リード（見込み客からのご連絡やご要望）の管理](#)
- 14 [アクセサリーのプロモーション](#)
- 15 [サービスマネージャーツアー](#)
- 16 [代車車両の編成と管理](#)
- 17 [Pick Up & Delivery（ピックアップ&デリバリー）サービス](#)

00 | アフターセールス対象の主要部門

アフターセールスサービス担当数名は、アフターセールス業務基準の影響を受けます。下表は各アフターセールス業務基準で対象となる部門です。

	アフターセールス部門							
	アフターセールスマネージャー	予約係	サービスアドバイザー	パーツ担当者	ワークショップ職長	品管担当者	ワークショップ整備士	Pick Up & Delivery (ピックアップ&デリバリー) 係
01 - ご予約を受ける		X						
02 - お迎えの準備		X						
03 - ワークショップでのパーツの事前準備				X				
04 - 販売店でお客様をお迎えする		X						
05 - レセプションとカスタマーサービス同意確認			X					
06 - レセプションでの点検			X					
07 - ワークショップでの作業と追加作業に関するお客様の同意確認	X		X		X		X	
08 - 車両返却前の品質管理	X				X	X		
09 - アフターセールスにおけるアフターセールスにおける品質維持のための予防的措置	X	X	X		X	X		
10 - 作業の説明と返却	X		X				X	
11 - 作業後のお客様フォローアップ連絡	X	X	X					
12 - ワークショップへの再入庫	X	X	X		X	X		
13 - リード（見込み客からのご連絡やご要望）の管理	X	X	X					
14 - アクセサリーのプロモーション	X		X					
15 - アフターセールスマネージャーツアー	X							
16 - 代車車両の編成と管理	X	X	X					
17 - Pick Up & Delivery（ピックアップ&デリバリー）サービス								X

アフターセールスステラメンテナンス業務基準

00 | KPIおよび顧客満足度インデックス

顧客満足度インデックス（CSI）で、製品、サービス、会社に対する顧客満足度を測定できます。満足されたお客様は気に入ったブランドに戻って来るし、好印象を他に伝えてくれます。

下表で業務基準に基づいた、主要KPIおよびCSI質問の関連性を知り、CSI結果に影響を及ぼした過程を突き止めることができます。

01	<p><u>ご予約を受ける</u> KPI：顧客フィードバック→NPS (ネットプロモータースコア). CSI: Q3 都合の良い時間にサービス予約を入れやすいという点、どう評価していますか？ CSI: Q7 お車を整備のためお預けしている間の代替移動手段について提案を受けましたか？（例：引取り・納車、送迎サービス、代車提供、レンタカー、タクシー等々、）</p>
02	<p><u>お迎えの準備</u> KPI：顧客フィードバック→NPS (ネットプロモータースコア).</p>
03	<p><u>ワークショップでのパーツの事前準備</u> KPI：顧客フィードバック→NPS (ネットプロモータースコア).</p>
04	<p><u>販売店でお客様をお迎えする</u> KPI：顧客フィードバック→NPS (ネットプロモータースコア).</p>
05	<p><u>レセプションとカスタマーサービス同意確認</u> KPI：顧客フィードバック→NPS (ネットプロモータースコア). CSI: Q4 ディーラーのワークショップに到着後の車両チェックにかかった時間について、どの程度ご満足いただけましたか？ CSI: Q5 お客様のサービスについてのご要望を理解しようとするサービスアドバイザーの対応について、どの程度ご満足いただけましたか？ CSI: Q6 お客様のMaseratiに対して行われる整備作業に関するサービスアドバイザーの事前の説明について、どの程度ご満足いただけましたか？</p>
06	<p><u>レセプションでの点検</u> KPI：顧客フィードバック→NPS (ネットプロモータースコア).</p>
07	<p><u>ワークショップでの作業と追加作業に関するお客様の同意確認</u> KPI：顧客フィードバック→NPS (ネットプロモータースコア). CSI: Q6 お客様のMaseratiに対して行われる整備作業に関するサービスアドバイザーの事前の説明について、どの程度ご満足いただけましたか？</p>
08	<p><u>車両返却前の品質管理</u> KPI：顧客フィードバック→NPS (ネットプロモータースコア). CSI: Q9 [BUSINESS_NAME]での直近のサービス体験についての質問です。今回のサービスのご来店で、ご依頼の作業がすべて適切に行われましたか？</p>
09	<p><u>アフターセールスにおける品質維持のための予防的措置</u> KPI：顧客フィードバック→NPS (ネットプロモータースコア). CSI: Q9 [BUSINESS_NAME]での直近のサービス体験についての質問です。今回のサービスのご来店で、ご依頼の作業がすべて適切に行われましたか？</p>

00 | KPIおよび顧客満足度インデックス

10	<p><u>作業の説明と返却</u></p> <p>KPI: 顧客フィードバック→NPS (ネットプロモータースコア). CSI: Q6 お客様のMaseratiに対して行われる整備作業に関するサービスアドバイザーの事前の説明について、どの程度ご満足いただけましたか？</p>
11	<p><u>作業後のお客様フォローアップ連絡</u></p> <p>KPI: 顧客フィードバック→NPS (ネットプロモータースコア). CSI: Q10 整備が完了し、納車された後にサービス部から受けたお客様へのフォローアップ連絡にどの程度ご満足いただけましたか？</p>
12	<p><u>ワークショップへの再入庫</u></p> <p>KPI: 顧客フィードバック→NPS (ネットプロモータースコア). CSI: Q9 [BUSINESS_NAME]での直近のサービス体験についての質問です。今回のサービスのご来店でご依頼の作業がすべて適切に行われましたか？</p>
13	<p><u>リード（見込み客からのご連絡やご要望）の管理</u></p> <p>KPI: 顧客フィードバック→NPS (ネットプロモータースコア).</p>
14	<p><u>アクセサリーのプロモーション</u></p> <p>KPI: 顧客フィードバック→NPS (ネットプロモータースコア).</p>
15	<p><u>サービスマネージャーツアー</u></p> <p>KPI: 顧客フィードバック→NPS (ネットプロモータースコア).</p>
16	<p><u>代車車両の編成と管理</u></p> <p>KPI: 顧客フィードバック→NPS (ネットプロモータースコア).</p>
17	<p><u>Pick Up & Delivery（ピックアップ&デリバリー）サービス</u></p> <p>KPI: 顧客フィードバック→NPS (ネットプロモータースコア). CSI: Q9 [BUSINESS_NAME]での直近のサービス体験についての質問です。今回のサービスのご来店でご依頼の作業がすべて適切に行われましたか？</p>

00 | 用語集

i. 主要アフターセールス部門

BO	予約係
SA	サービスアドバイザー
-	ワークショップ職長
-	ワークショップ整備士
-	スペアパーツ担当者
QC	品管担当者
AM	アフターセールスマネージャー

ii. その他頭字語および専門語

AS	アフターセールス
AR	正規修理担当者
IR	独立系修理担当者
B2B	BtoB
B2C	BtoC
CRM	顧客関係管理
RO	修理依頼書
DMS	ディーラー管理システム
IAM	独立系アフターマーケット
リード	見込み客からの連絡または要望
LEV	低公害車
ショールーム	販売エリア
NV	新車
UV	中古車
RV	代車
VRS	規格準拠の証明
SC	サービス契約

01 | 予約枠確保

一般的なメリット

- **お客様:** 各質問に回答して、高信頼性で迅速、リアリスティックな予約を素早く得てください。
- **販売代理店:** スケジュール的にベストの個客予約でワークショップの負荷を最適化。

対象となる主な部門: 予約オペレーター(BO)、サービスアドバイザー(SA)。

1 ディーラーが閲覧するマセラティウェブサイト、およびアフターセールス情報は最新版です。

2 予約の連絡はオンラインやオーナーアプリで可能です。

- 案内を受け取ってから24時間以内に予約を確定してください。

3 最新で共有している予約計画、ワークショップの負担、およびモビリティソリューション

- ワークショップでの点検終了後、15分間または30分間の受入予約をスケジュールに組みます。飛び込みの仕事もあるので、時間あたり3件の15分間予約、または2時間あたり3件の30分間予約のスケジュールを組むよう推奨します。
- お客様の便宜をはかため、予約に関しては最低でも2通りの異なる日と時間帯を提起してください。
- 必ずSAの判断で10~15分の再予約を設定してください。
- 受入または再予約期間は、作業内容（サービス、保守、診断、車体修理）、お客様の知識や代車の返車に応じて問題があるかどうかで判断します。
- 予約の一部を空いている時間帯に提案して、お客様が歓迎する品質に維持します。
- MC20のお客様は、ブランドが行った約束を尊重することを優先させるべきです（保証優先サービス予約 - 1日以内）。

4 3回までの呼び出し音で個客からの電話に応答

- 予約オペレーターの仕事は、電話に応答し、予約を組みます。
- 個客からの電話を転送したり保留にする場合、時間が30秒を超えてはなりません。

5 お客様からの電話は、マセラティペルソナ分類に合わせた形で、オリジナルなものにしてください。

- お客様が必要とし、期待している、ブランドバリューを満たした優れたAS体験となるようにします。
- CRMやBMSで、お客様が属するペルソナ（ユニークさ、パフォーマンス、外見、エクセレンス）をチェックします。
- お客様のことが分からない場合、通話中に質問を投げかける形で、ペルソナを判断することができます（ペルソナ識別ツール）。
- 現在の車オーナーを特定する、DMSおよびサービスエントリーをチェックします。無い場合、BOかSAが所有車変更手続きを行っている間、追加データを収集します。
- 必要に応じてデータを更新します。

01 | 予約枠確保

6 詳細を聞きたい個客

- 見解を入れることなく、お客様が決められた通りの要求を入力し、ファイル作成。
- 技術問題に関して、予約オペレーター/サービスアドバイザーは、予約前診断チェックで得た診断結果に関連して、お客様に質問をすることで、問題の実態を調べてください。
- 受入中の車両受入チェックリストで入力する必要性を、個客ファイルにメモします。
- サービスかりコールキャンペーンの有無を確認します。有る場合、お客様に伝え、個客ファイルにメモします。
- サービス契約のサブスクリプションを確認し、個客ファイルにメモします。
- 予約に関してワークショップ工場長または整備士に依頼できるかどうかメモします。

補助文書: [詳細電話スクリプトツールシート](#)

7 必ず個客にモビリティソリューションを提供

- お客様に提供できそうな代替モビリティオプションを確認します（例: 代車有償代車、ピックアップ&デリバリー、タクシー、ディーラー同伴サービス、レンタカー）。
- サービスや修理のMC20個客に対しては、マセラティ代車またはピックアップ&デリバリーの提案が不可欠です。
- 選択したモビリティソリューションに応じた予約

補助文書: [「モビリティ提供-お客様への初回連絡」メソッドシート](#)

8 お客様の便宜をはかため、予約に関しては最低でも2通りの異なる日と時間帯を提起してください。

9 お客様による予約項目見直し

- お客様が立ち去る前に、日時と予約内容を再度伝えます。
- 同意した日の受付担当者に個客名を伝えます。
- 予約した日に個客が持参してくるもの（登録証明書、整備手帳、運転免許証、盗難防止ナット、LEVの場合はケーブル・・・）、および現場に到着する車の駐車場所を伝えます。
- お客様が連絡やリマインダーを受けるかどうか、その方法（メール、SMS、電話）について尋ねます。
- お客様が同意したら、予約の24時間前に予約とモビリティソリューションを確認します（SMS、メール）。

10 個客ニーズの予測: サービスリマインダー連絡は、整備点検日前の少なくとも3~4週間前に行ってください。 **ベストプラクティス**

- メールかSMSでリマインダーを個客に送信するか、販売代理店/コールセンターの予約担当者が電話します。
- 専用文書で連絡を追跡できるようにします。

02 | 受入準備

一般的なメリット

- **お客様:** 車両保守についての賢明なアドバイスからメリットを得、ニーズを完全に把握するために耳を傾け、受入時間を確保してもらえます。
- **販売代理店:** 最適な作業提案にし、品質と取引を維持するため、お客様の車を受け入れる時間を確保することで、お客様と車両の履歴を把握していくことができます。

対象となる主な部門: 予約オペレーター、サービスアドバイザー。

1 最低48時間前に作成した個客ファイル

- 推定可能な作業の場合: 当てはまりそうな項目で個客ファイルを作します。
 - お客様の要求と感情を伴う修理依頼
 - スペアパーツの注文
 - 保守計画のチェックリスト
 - お客様が要求の見積書
 - 車両の保証状態およびサービス契約内容については、問題があるかどうか確認します。
 - 対象車両で実行するべきサービス/リコールキャンペーンの有無確認。
 - 車両の整備点検履歴
 - 事前に突き止めた作業 (マセラティポリシーに採用の提案)
- 診断作業に関して、予約決定時に実施する予約事前診断チェック。
- サービス契約をしている個客に関して、受入段階中に提供するものを含む、追加サービスのチェックおよびメモ。
- ファイルの分類は、SAまたは個客受入エリア到着時に行います。

2 最低48時間前に作成したモビリティソリューション

- モビリティソリューションを作成します。
 - 代車の場合、可用性、予約、清浄度、燃料/バッテリー充電レベル、および個客連絡情報で代車契約の事前履行をチェックします。
 - 代替モビリティ選択肢 (タクシー、ディーラー同伴サービス、その他.): 可用性の確認、ソリューションの予約、および利用情報をファイルに添付
 - お客様が選択した住所へのピックアップ&デリバリーの場合、サービス組織が情報に基づいて大丈夫かどうか確認します (住所、移動時間、同伴者...)

3 予期せぬ事態が発生した場合、お客様は再度連絡してください。

- 予期せぬ事態が発生次第、お客様に電話をして詫び、新しい予約に同意します。

4 お客様の同意を得たら、予約の24時間前に予約とモビリティソリューションを確認します (SMS、メール、電話)

02 | 受入準備

5 その他サービスと共有する予約

- 予約一覧は48時間前にプリントアウトして、新車両セールスマネージャーと共有することで、お客様にアフターセールスを体験していただくようにします。

03 | ワークショップ事前受取

一般的なメリット

- **お客様:** 予定時間内に車両を検索します。
- **販売代理店:** 整備士の生産性を高めます（作業あたり5~10分、部品デスクでの待機無し）。部品不足を避け、車両が使えない時間を短縮するため、予め部品を注文します。

対象となる主な部門: 部品担当者、整備士。

1 部品の可用性チェック

- ワークショップの予約に基づいて、ワークショップ入庫の2日前に部品担当者は以下を行います。
 - 作業に必要な部品の一覧を作成し、続いて個客ファイル（予約受付の時点で作成）に転記します。
 - 部品の有無をチェックし、必要に応じて注文します。
 - 部品一覧をフォルダに集め、部品在庫リストから削除します。
- 翌日の予約に関して、部品の可用性を確認したかどうか、部品担当者は新規予約をチェックします。

2 事前手配した部品

- 作業の24~48時間前、部品担当者は以下を行います。
 - ピッキング伝票と一緒に、注文番号を示したボックスに部品を入れます。
 - トレイ毎に作業日（日および週）を明示します。
- 翌日の予約に関して、同一原則に基づいて未照合の部品を準備します。

3 整備士が利用する部品トレイ

- 作業に応じて準備した、部品トレイは以下のようになります。
 - ワークショップのアクセス可能な専用棚を、整備士が利用できるようにします。または、
 - 整備士に運び、作業場の専用エリアを設けます。
- 予約がキャンセルになった場合、部品を在庫に戻し、ピッキング伝票をキャンセルします。

4 作業後、トレイを倉庫カウンターに戻し、使用しなかった部品は在庫に戻す

04 | 販売店でお客様をお迎えする

一般的なメリット

- **お客様:** お客様は歓迎されていると感じ取り、誰に話しかけるのか知っています。
- **販売店:** 販売店のやり方でお客様を持って成します。お客様に販売店の好印象を抱いていただきます。お客様が瞬時に見つけてくれます。

対象の主要部門: 接客係、予約係(BO)、サービスアドバイザー(SA)。

1 販売店を取り囲む環境

- 現行のマセラティCIガイドラインに準拠した上で、お客様にとって実に見やすい案内標識。
- きれいで手入れの行き届いた路面（駐車場、植生、歩道）
- お客様にとって見つけやすい、アフターセールス専用の駐車場は以下のようにします。
 - 移動手段が制限されているお客様にも見つけやすい、最低1箇所の案内標識 (現地規制をチェックのこと)
 - 路面標示

2 販売店の案内標識

- 標識は、店舗入口や電柱、または可能なら近傍に設置し、現地規制に準拠の上、以下の最低項目を表示するものとします。
 - 販売店名、住所、電話番号、および販売店のウェブサイト
 - 販売店の営業時間。
- 販売店ディスプレイ、ウェブサイト、およびスマートフォンアプリケーションの情報が、首尾一貫しています。

3 お客様が見えやすいように、周辺の清掃と整理をしておきます。

OS 15で述べたように、お客様が見えやすい周辺の一覧を参照してください。アフターセールスマネージャーツアー

4 お客様を迎える担当者

- お客様を迎える担当者を任命し、一目でそれとわかるようにしています。
 - 新車ショールーム: 接客係または販売員、
 - アフターセールスレセプション: BOまたはSA。
- 営業時間を通してお客様をお迎えできるように、お客様のスケジュールを全員に周知します。
- 必要に応じて、お客様がご所望の契約やサービスに付き添い、お客様との関係維持に心を配ります。万一応対できない場合、お客様を待合室へご案内します。待合室で利用できるものとして、ノートパソコン、プリンター、プラグ、Wi-Fi、日刊新聞などがあり、暖かい飲み物や冷たい飲み物も用意、室内はきれいで適温に空調を行っているため、快適性が確保されています。

5 瞬時に見分けられるスタッフ

- お客様に対応する全員の社章バッジは、以下のようになっています。
 - マセラティロゴ
 - 氏名
 - 職位

05 | レセプションとカスタマーサービスの同意確認

一般的なメリット

- **お客様:** SAの話に耳を傾け、販売店の透明性から受けるメリットを一考します。
- **販売店:** お客様に敬意を払い、忠誠心を示すと同時に、返却時のクレーム回避に努めます。

対象の主要部門: サービスアドバイザー (SA)、予約係 (BO)、ワークショップ職長

1 到着したお客様は歓迎され、対応を受けます。

- BOはお客様をお迎えし、名前を名乗り、お客様を担当するSAに引き合わせます。予約時。
- お客様はご芳名で呼ばれます。
- SAが応対し、予約で依頼していた場合、職長かアフターセールスマネージャーが顔を出します。
- 予期せぬことが起きた場合、BOはお客様が立腹しないよう、宥めるよう心がけます。
- 社内で大勢の聴衆が集うイベントがある場合、スタッフに応援を依頼します。
- 予約に現れなかったお客様に対しては、24時間以内に確認の電話をし、必要に応じて予約を組み直します。

2 SAは必要に応じて、お客様/車両データを更新

- お客様の個人情報（メールアドレス、ナンバープレート、必要に応じてマセラティ担当者）のチェックおよび更新を行います。
- 登録証明書の呈示に伴い、車両VINをチェックします。
- お客様の個人情報の処理にあたり同意を得ているかチェックし、必要に応じて更新します。
- サービスやリコールキャンペーンの有無をチェックします。
- 訪問の目的が何で、かつ対応が必要か判断します。
- 予約を入れたお客様に、新たな要望が無いのかどうか問い合わせます。

3 マセラティ車両受入チェックリストの使用、必要に応じての路上テスト走行で、お客様に固有のインシデントや失敗を指摘します。

- SAはマセラティ車両受入チェックリストに、車両の異常走行（異音、振動、路上での動き、インシデント、その他）で、お客様による対処方法を記入しておきます。
- 必要に応じて、路上テストをお客様とワークショップ職長が行い、判明した不具合の再生を試みます。

4 アフターセールス業務基準「レセプションでの点検」に従い、車両点検を実施します。

05 | レセプションとカスタマーサービスの同意確認

5 作業を実施する前に、お客様に説明しつつ、敬意を払います。

- お客様がご要望の追加作業があれば、修理依頼書に追記します。
- 割引提供、使用年数、および走行距離を考慮し、車両点検時に作成した作業見積書（保証&店内修理作業を除き、お客様支払いに対するサービスの検討）を送付します。お客様に敬意を払い、作業を説明します。
- 修理中、（お客様の同乗無しで）路上テスト実施許可を要請します。
- お客様の同意を得やすくするため、可能なら支払いが容易になる設定および約束を行います。
- デリバリー予約を確定します。

補助文書: [移動手段の提供: レセプションとデリバリー方法シート](#)

6 お客様に作業後に無料の洗車を行う旨を伝えます。

- 車体洗車および掃除機での車内清掃
- 修理依頼書に不同意事項すべてをメモします。

7 レセプション終了時、お客様に敬意を払います。

- お客様に署名入りの作業依頼書および付随プライバシー宣言書のコピーを手渡します。
- 現場で待機しているお客様を待合室に案内し、寛いでいただきます。カスタマイズサービス（たとえば、新車のテスト走行）をお客様の性格に応じて提案します。
- 移動手段ソリューションの場合、付随アドバイスをSAが提供します。代車の場合：
 - 運転免許証の呈示を求め、ファイルにコピーを添付します。
 - 代車の状態をチェックします（燃料残量やトラクションバッテリー充電および総走行距離）。
 - 代車契約の双方関係者の署名を入れ、車両を引き渡します。
- お客様に感謝の意を示し、挨拶をします。

06 | レセプションでの点検

一般的なメリット

- **お客様:** サービスアドバイザーの個人アドバイスのメリットは、サービスの明瞭で妥当な整備見積書を受け取ることです。
- **販売店:** 次の売上に繋げるため、車両返却時の苦情を回避します。

対象の主要部門: サービスアドバイザー (SA)。

1 「車両外周」場所の選定

- マセラティの指示に基づき、「車両外周」場所は以下の通りです。
 - 受入にあたり、シェルターがあつて明るく、静かで閉鎖的な空間
 - きれいで整理されていて、安全
 - 整頓されていて、車両周りで動いても妨げとなる物がない

2 車両の保護とID

- 保護用具:
 - 運転席シート
 - 運転席足回り
 - ハンドル
 - 心配な場合はギアレバーノブ
 - ハンドブレーキレバー (マニュアルハンドブレーキの場合)
- 車両ID:
 - 車内にあるID番号入り車両タグ。
 - お客様のキーに取り付けたID番号入りキータグ。
 - 車両ID番号を修理依頼書に記録します

3 サービスアドバイザーが受入時に車両を点検

- お客様立ち会いのもと、**車両外周チェックリスト**(または、タブレット、スマートフォン…といったデジタルによるチェックリスト) および**車両受入チェックリスト**(状況次第) で、車両点検を実施します。
- 車内から開始し、心配なら、走行距離を読み取り、燃料残量やバッテリー充電を確認しますが、車両点検は分解はせずに目視点検を主体とします。
 - 走行距離&燃料残量やトラクションバッテリー充電状態は、車両外周チェックリストや車両受入チェックリストに記入します (状況次第)。
 - お客様にチェックについて説明し、内容を明らかにします。
- 現行の割引提供を考慮して、修理依頼書に追加作業の特定・評価・承認を行います。
- 追加作業の費用は、修理依頼書に加算されます。
- アクセサリーのプロモーション、およびポイントプログラムが提供されます。

補助文書: [車両外周チェックリスト](#) / [車両受入チェックリスト](#)

07 | ワークショップでの作業と追加作業に関するお客様の同意確認

一般的なメリット

- **お客様:** 作業はマセラティ推奨に基づいて行い、完璧な透明性を維持の上、車両保守についてプロの観点でアドバイスを行うようにしてください。
- **販売店:** タイミングを見計らってお客様に追加作業を提案することで、お客様からのクレームを回避します。

対象の主要部門: アフターセールスマネージャー: サービスアドバイザー (SA)、ワークショップ職長、整備士。

1 お客様のご要望に基づいて実施した作業

- サービスアドバイザーは、「修理待ち車両」専用の駐車場に車両を駐めます。
- サービスアドバイザーは、必要項目すべてが入ったファイルをワークショップ職長に送り、お客様のご要望を正確に把握してもらうようにします。
- ワークショップ職長はパーツと作業量をチェックし、お客様のご要望に定める形で、サービスアドバイザーとの不一致を埋め、正常に作業を完了させるのに必要な項目を整備士に転送します。

2 作業開始にあたり、車両の詳細チェックを的確に実施します。

- 整備士による車両の点検ツアーが、作業の開始時に行われ、追加作業の有無を確認します。
- 専用アプリケーションがある場合、追加作業を説明し、ビデオや写真で確認したものをお客様に送ります。

3 ワークショップで特定した作業を実行するにあたり、お客様の同意書を得ます

- 整備士は、完全な点検チェックリストとして、整備または無保守作業、有る場合はビデオや写真を添える形で、チェック結果をワークショップ職長/サービスアドバイザーに報告します。
- サービスアドバイザーは、修理を見積もる他、部品の在庫有無、ワークショップにおけ作業量、初回デリバリー予約への影響などを確認します。
- サービスアドバイザーは、実施予定の追加作業（車両の使用年数と割引提供を考慮）、および返還を巡る次回予約などの確認で、お客様に連絡します。
- 用意している場合、連絡は専用アプリケーションで行うものとし、お客様にビデオ/写真を関連作業の見積書と一緒に送信します。
- SMS、メール、または専用アプリケーションなどで、お客様から書面による同意書を受信してください。
- 同意書を受信したら、ワークショップ職長と整備士は速やかに対応してください。
- お客様の同意を得られなかった場合、追加作業を完全な点検チェックリストに記載し、さらに予定の次回作業を詳しく記載します。

07 | ワークショップでの作業と追加作業に関するお客様の同意確認

4 マセラティ手順に従い、調査を実施します。

- 必要に応じて、ワークショップ職長が対応し、整備士に修理におけるマセラティメソッドを説明します。
- インフォエンターテインメント設定は、（作業に影響しない限り）作業時に変更しないでください。
- 心配な場合、整備士は補助文書およびメーカー警告書（インシデントレポート、安全警告）を作成します。
- 整備士は完全な点検チェックリスト文書を作成し、作業の完了をワークショップ職長に通知します。
- ワークショップ職長か担当整備士は、路上テスト、さらには必要に応じて品質管理を進めます。

5 業務基準「車両返却前の品質管理」に基づいて実施した品質管理

- 作業を終了し次第、速やかに実行してください。

補助文書: [業務基準3. 車両返却前の品質管理](#)

6 品質管理後の洗車

- お客様の不同意が修理依頼書にメモしてある場合を除き、品質管理を実施後は速やかに洗車します（車体洗車および車内清掃）。
- SAは、車両が完了し、同意した時間帯に返却する準備が整ったことを速やかに通知します。
- 車両は出口に向けてデリバリーゾーンに駐車しており、車体カバーが劣化していたら交換します。

08 | 納車前の品質コントロール

一般的なメリット

- **お客様:** 作業不良によるワークショップへの返車を避けます。目視点検により、的確に車両の修理を行い、かつ個客の要求に沿っているか確認します。
- **販売代理店:** 返車の前に、非品質の有無確認および修復を行います。返車を避けます。収益減になるものを少なくします。->初回修正率。

対象となる主な部門: アフターセールスマネージャー、整備士、品質管理士

1 自己管理および品質管理

1回目の品質管理:

- 修理依頼（ラベルに基づいて入力した作業行毎のチェック）、および点検チェックリスト一式の定型化に伴う作業を通じての整備士による自己管理。

2回目の品質管理:

- アフターセールスマネージャー（ワークショップ工場長）が、任命した担当者が実行した品質管理。
- 静的および動的の文書といった管理を取り扱う、修理依頼およびクイック車両点検チェックリスト文書を定型化した品質管理。
- 修理依頼、修理を行った車両以外の全車両、および受入で手渡しした文書をチェックする形で、品質管理を実行してください。個客に返車する際は完璧でなければなりません。

手直しの場合:

- 作業の過負荷、コンピテンシーを除き、品質管理担当者は車両作業の前半を担当する整備士に作業範囲を定めるよう依頼します
- 必要に応じて作業計画を設定するため、パッチ作業と根本原因についてシートに正式に入力します。

08 | 納車前の品質コントロール

2 各種作業に基づく品質管理

保守/保守

利用書類:

- 整備士 → 点検チェックリスト一式
- 品質管理担当者 → 修理以来および品質管理チェックリスト

品質管理の頻度:

- 100%の作業

診断/他の作業

利用書類:

- 品質管理担当者 → 車両受取チェックリスト + 診断バランス + 修理範囲 + 修理以来、および品質管理チェックリスト

品質管理の頻度:

- 100%の作業

ボディワーク

利用書類:

- 整備士 → 仕事継続管理フォーム
- 品質管理担当者 → 品質管理担当者 → 修理依頼および品質管理チェックリスト

品質管理の頻度:

- 100%の作業

ワークショップ工場長は、部下の仕事が修理車の品質5%アップになっているかどうかを確認する必要があります。

補助文書: [品質管理チェックリスト](#)

3 電気自動車の特殊性

バッテリーの充電率が70%以下の車両

リマインダー: 当該負担が個客と同意した返車時刻に影響が無いようにします

4 品質管理アニメーション

アフターセールスマネージャー作成。

毎日の品質指標を監視

品質管理作業が効果的に適用されているか、数ファイルをチェックします。車両修理100%が、品質管理に反映されなければならないことを思い出してください。

検査用の文書:

- 一杯になっているフォルダ

品質管理の頻度:

- すでにチェック済み車両に最低2週間

ワークショップ返車&手直しアニメーションを確実にするため、再発を減らせるように、フォローアップを伴う作業計画を設定します。

09 | 品質不良の予防措置

ブランドレベルにおいて、作業はネットワークで実行し、修理はFRFT（初回修正率）品質指標を目安に監視します。

一般的なメリット

- **お客様:** 拙い仕事のため、販売代理店に返車されるのを回避します。初回において、的確に車両の修理を行い、かつ個客の要求に沿っているか確認します。
- **販売代理店:** 手直しやワークショップへの返車となった、根本原因を突き止めることによって、非品質アフターセールスを防止し、作業計画を作成します。->初回修正率。

対象となる主な部門: アフターセールスマネージャーおよびチーム

1 FRFT指標のモニタリング続行

アフターセールスマネージャーとして以下を実施:

- 週間FRFT指標を目安に、自己設定した目標と販売代理店の目標とを照らし合わせる。
- 初回は未完作業に対する顧客の声に耳を傾ける。

補助文書: [アプローチグリッド- ワークショップ返車の主なリスク](#)

2 「手直し」や「ワークショップ返車」の場合、根本原因を突き止めて是正する

アフターセールスマネージャーとして以下を実施:

- 私は、アフターセールス、作業基準「ワークショップ返車」に基づいて、体系的にワークショップ返車を通知します。
- ワークショップ返車や手直しについて、私は一個人に依頼し、任命します（ワークショップ工場長または品質管理担当者）。
 - ワークショップ手直しおよび返車追跡シートを開きます。
 - 是正措置を導入する形で、ワークショップ手直しまたは返車の適切な優先処理を計画します。
- 私には、異常、ソリューション、根本原因を特定できる手があります。
 - ワークショップ手直しおよび返車追跡シートは、毎週ワークブックに一覧表示されます。
 - シートの点数で、基準に基づいた原因の優先順位を検討します。
 1. 周波数
 2. 深刻度
 - 問題を分析して、最も多い再発や深刻な手直し/返車の根本原因を見つけ、定型化します。

補助文書: [手直しおよび返車ワークショップの追跡シート](#)

[5つのホワイメソッド説明シート](#)

[5つのホワイメソッドアプリケーション: <https://www.youtube.com/watch?v=N7cR2gArCFE>](#)

09 | 品質不良の予防措置

3 予防措置計画の設定および導入

最低月に一回、アフターセールスマネージャーは以下を行います。

- ワークショップ手直しおよび返車追跡シートで、解析の深掘りをする
- 再発や個客に大きな影響を及ぼす原因に関する作業計画の設定
- 作業計画の進捗管理を以下のように行います。
 - 突き止めた問題が再発しないようにする
 - 品質結果の向上に向けたモニタリングの実施

補助文書: [予防措置計画&フォローアップ](#)

4 作業計画のアニメ化および結果の共有

アフターセールスマネージャーとして以下を実施:

- ワークショップのスタッフ全員と5~10分かけて、毎朝日々の品質ブリーフィングを行う。
- 毎週、ワークショップ工場長、または品質管理担当者、サービスアドバイザーは、作業計画についてのミーティングを一回
 - 新作業計画フォロー分析のプレゼンテーション
 - 終了まで作業計画の進捗具合をフォローアップ。
- 毎月、予約担当者、サービスアドバイザー、品質管理担当者、ワークショップ工場長と、品質結果について意見を交わすミーティング。
- 3ヶ月毎、アフターセールススタッフと結果総合ミーティング。

補助文書: [手直しおよび返車ワークショップ追跡表](#)

10 | 作業の説明と返却

一般的なメリット

- **お客様:** サービスアドバイザーが予定時間にお迎えさせていただくので、お客様は落ち着いて、作業の説明と保守のアドバイスを受けることができます。
- **販売店:** 良好な状態でお客様をお迎えし、お客様の満足とロイヤリティを確実にし、一方でお客様の次回訪問に備えます。

対象の主要部門: サービスアドバイザー (SA)。

1 サービスアドバイザーは、お客様が到着する前に、デリバリーファイルを準備します。

- 以下を準備します。
 - ✓ 作業と予想出費を裏付ける、修理依頼書および請求見積書
 - ✓ 完全な点検チェックリスト、通知と押印済みの保守記録（保守を行った場合）、および次回作業（他作業）アドバイス
 - ✓ 該当する場合、チェックおよび結果
 - ✓ 該当する場合、販売したアクセサリーのマニュアル
- 車両の使用年数および割引を考慮の上、予定作業の計算および顧客向け見積書のプリントアウトを行います。

2 お客様に返却予約の確認

- お客様に返却時間を確定し（電話、メール、SMS）、必要に応じてワークショップ職長が対応するようにします。

3 お客様のお迎え

- 予約時間にお客様が到着次第お迎えし、ワークショップ職長かアフターセールスマネージャーが必要に応じて対応します。
- 多忙な場合、社内手順に従ってスタッフを補強します。

4 心配な場合、代車のデリバリーと点検

- 移動手段がお客様の期待に添えているか確認するため、お客様と車両ツアーを行います。
- 燃料残量を補充するか、トラクションバッテリーを充電したら、走行距離を確認して代車契約書に署名し、お客様にも署名していただきます。
- スケジュールを更新するため、移動手段マネージャーにデリバリー情報を送ります。

補助文書: [移動手段の提供](#)、[お客様のお迎えとデリバリー](#)

10 | 作業の説明と返却

5 実施した作業の説明と費用設定

- 実用的な文書で実施した作業明細を説明します。
- 作業の保証、マセラティやディーラーへの支援作業（洗車含む）を確認します。
- 車両の作業、安全、および適性機能に関して実行したチェック内容を確認します。
- 必要に応じて、また心配な場合、お客様の不具合が解消したのを確認します。
- 請求見積書が修理依頼書と一致しているか、お客様とチェックします。
- お客様が承認しなかった修理を指摘し、請求書に追加します（特に、車両の安全に悪影響を及ぼす場合）。
- すべての内容または作業明細の最終請求書をプリントアウトします。

6 車両および推奨する追加整備をお客様に伝えます。

- 車両の予定作業と次回保守、および車両の使用年数と割引提供に基づいた、次回作業の見積もりをお客様に伝えます。
- マセラティ品質証明書をMC20のお客様に提供します。
- 延長保証や保守計画（該当する場合）を提案します。
- ホイール組、跳ね石、バッテリー充電器面テナーといった製品を提案します。
- マセラティアプリのダウンロードを勧めます。
- お客様にマセラティカスタマーケアの電話番号から伝え、並行して4日以内に販売店から電話連絡があり、さらに5日以内にマセラティからメールから満足度の確認の連絡がある旨伝えます。*

*地域による。

補助文書: [出口インタビュー方法シート](#) / [出口インタビューフォローアップ表](#)

7 お客様と一緒に車両の所まで行き、お礼を述べると同時に満足いただけたかどうかを確認します。

- お客様と車両に戻る間、販売店の訪問に感謝の意を示し、販売店がサービス改善できるものが無いか、将来的に友人や家族に推薦していただけるか尋ねます。
- お客様の前で、車体カバーを外します。
- お客様が帰られた後、日常検討シートに推奨レベルを記入、何か不満があった場合も記入し、アフターセールスマネージャーと情報を共有します。

11 | 整備後の顧客フォローアップコンタクト

一般的なメリット

- **お客様:** 配慮すべきことは、ディーラーと継続かつ恵まれた関係をもつことです。満足度を顧客に語ってもらうようにします。
- **販売代理店:** 不満足を示す顧客を特定します。顧客の不満にプロ意識を示す機会とします。再発する問題の解決方法を見つけます。

対象となる主な部門: サービスアドバイザー (SA)。

1 5営業日以内に個客に連絡 (* 地域NPSビジネスルールによる)

- 電話で個客全員に連絡します。
 - 5* 営業日以内に、販売代理店（強く推奨）またはサービスプロバイダーによる追跡
 - ワークショップ返車の場合、販売代理店のアフターセールスマネージャーが専心。
 - 一日の異なる時間帯に3回電話しても繋がらなかったら、ボイスメッセージを残したり、SMS/メールを送信する。
- 顧客連絡先:
 - ツールシート「作業後顧客連絡追跡表」は、以下を含みます。
 - 個客連絡先リスト（プロバイダーが保証している場合、ワークショップ返車から削除済み。情報には個人的に接近する全情報を含んでおり、例えば、作業の日時と内容、交換した部品、サービスアドバイザー氏名、代車条項、またはピックアップ&デリバリーサービス…）
 - 連絡の日時、個客の言葉、ソリューション、および個客に出した回答。
 - 行った作業内容を考慮しての電話の準備ができる個客ファイル（販売代理店が連絡する場合）。

補助文書: [仕事後の顧客フォローアップ連絡メソッドシート](#)
[作業後顧客フォローアップ連絡追跡表のツールシート](#)

2 不満足毎の作業D + 1個別処理

- メール、ソーシャルネットワーク、E-評判で定型化した個客不満足度、…
 - 個客フォルダを仕分け、最新作業を確認。
 - 必要に応じて電話する前に、単数または複数の回答/ソリューションをアフターセールスマネージャーが検討
 - ソーシャルネットワークやe-評判の場合、個客との電話によるやり取りを参照に、書面による回答を送信。回答は、礼儀正しく、敬意を示し、事実に基づいて行うものとし、一方で個客の忠誠心に感謝の意を示すこと。
- 開始日前に「作業後個客連絡追跡表」ツールシートで判明した不満足度に関して、アフターセールスマネージャーは以下を行うこと。
 - 個客ファイルおよびステークホルダー毎に確認
 - 単数または複数の回答/ソリューションを検討
 - 個客を再び満足させて、弊社を推奨してもらうため、個客に電話。
- 連絡追跡および分析表を更新。

補助文書: [ツールシート - 仕事後の顧客フォローアップ連絡の電話/メール原稿](#)

11 | 整備後の顧客フォローアップコンタクト

3 アフターセールスマネージャーによる、作業後個客連絡のフォローアップ

- 社内外作業後、定期的に連絡することで、連絡モニタリングおよび分析表をサポートするようにします。注意すべき代表的な指標は、次のとおりです：
 - 連絡実施件数
 - 連絡成功件数
 - 品質関連サーベイの意見逐語記録
- このフォローアップは、予約オペレーターやサービスプロバイダーと、少なくとも15日毎にミーティングで共有してください。
- 逸脱は調整してください。

12 | ワークショップへ再入庫

一般的なメリット

- **お客様:** 個客の信頼回復。
- **販売代理店:** 個客満足度を回復し、プロイメージを構築、ブランドを傷つけるのを回避し、収益減になるものを少なくします。

対象となる主な部門: サービスアドバイザー (SA)、アフタセールスマネージャー

1 予約の時点でワークショップ返車として特定

- 2営業日内を提案し、受入スケジュールでワークショップ返車として決定した予約
- アフタセールスマネージャーは、ワークショップ返車の都度、体系的に通知を受けるものとします。

2 受付とワークショップで「返車ワークショップ」ファイルと識別。

受付で「返車ワークショップ」ファイルと識別することは、最小限の仕事です。

- 修理依頼のビジュアルガイド (カラータブレット、ラベル、固有スタンプ…)
- ファイルに前品目を含む、ワークショップ固有カラーポーチ。
- 「ワークショップへの返車」ファイルは、ワークショップアジェンダのロードで視覚的に識別します。

3 返車ワークショップの車両識別

SAが車両点検時、車に専用マーカールを入れ、ワークショップ返車であることを強調します (ミラーハンガー、フラグ、その地)。

品質管理後に個客へ車を戻す際、このマーカールを剥がします。

4 慎重に進めたワークショップ返車関連の作業

ワークショップにおいて、解決策は以下の通りです。

- ワークショップ工場長または品質管理担当者が監督
- アフタセールスマネージャーが権限を付与した者から戻って来る前に、体系的な品質管理の対象となります。

アフタセールス返車前に置ける作業基準^{N°} 8品質管理

5 個客に約束した作業の返車および詳細説明

- サービスアドバイザーが実施し、アフタセールスマネージャーは機密ファイル担当。
- 必要に応じて、修理が行われたことを確認のため、個客と路上テストを実施します。

12 | ワークショップへ再入庫

6 | ワークショップへの返車アニメーションおよび作業計画の結果フォローアップ

品質管理担当者、ワークショップ工場長、およびサービスアドバイザーと共有するため、毎週のフォローアップ。

- 根本原因の特定および再発について、ワークショップ返車および毎週の更新
- 終了まで作業計画の進捗具合をフォローアップ
- 主な指標の分析（品質長沙、ワークショップ返車率、請求無しの時間…）

アニメーションは、[アフターセールスにおける非品質のOS N° 9 予防措置](#)に特別詳述しています。

13 | リードの管理

一般的なメリット

- **お客様:** お客様のご要望に対する販売店の対応。回答の質。
- **販売店:** 予約係、サービスアドバイザー、およびパーツスタッフに向けて、転送した連絡品質を改善します。お客様の回答に基づき、アフターセールス項目を増やします。

部門の主要問題: アフターセールスマネージャー

1 内容に基づき、受信し次第リードを割当てます。

- アフターセールスマネージャーの責任で、リード処理ツールでリードを割り当てるか、手作業で任命した担当者が回答できるようにします。
 - ✓ アフターセールスマネージャーが不在の場合、代行車として誰かにリードを割り当てるか任命します。
 - ✓ リード割当ルールはアフターセールスマネージャーが規定し、関係ステークホルダー全員に伝達します。
- リード処理ツールを利用する場合、アフターセールスマネージャーのメールアドレス、そして代行者または指名者を入力します（リード割当の代行）。ツールの設定と更新を行います。

2 リードへの回答を担当する者は、お客様への連絡を準備します。

- 以下のことに十分注意してください。
 - ✓ お客様のご要望内容
 - ✓ お客様のマセラティ履歴（データベースの顧客レコード）
 - ✓ 個人情報の処理に関するお客様の同意（現地規制に基づく）。
 - ✓ VINが判明している場合、お客様の車両を対象にしたサービス契約の有無。
- 準備するもの:
 - ✓ アフターセールス予約スケジュールおよび作業量スケジュール
 - ✓ お客様のご要望に回答できる項目。

補助文書: [リード（見込み客からのご連絡やご要望）の管理電話応答例](#)

3 回答を行う割当担当者は、リードを受け取ってから1日以内のお客様に連絡します。

優勢順位の点から、お客様の連絡は以下のようにします。

- 電話
 - ✓ 初めての電話で繋がらなかった場合、お客様のご要望を検討中であり、折り返し電話する旨をボイスメッセージで伝えておきます。
- メール
 - ✓ 48時間にわたり、異なる時間帯に3回電話しても繋がらなかった場合、メールを送ります
 - ✓ お客様の電話番号が使われていない場合、メールを送ります。

補助文書: [リード（見込み客からのご連絡やご要望）の管理のテキスト例: ボイスメッセージ/リードの管理とテキスト例-メール](#)

13 | リードの管理

4 お客様全員の連絡トレーサビリティ

お客様全員の連絡トレーサビリティが保存されています。割り当てられたリード毎に回答担当者には以下の内容で、顧客連絡先のトラッキングと分析表が提供されます。

- 連絡日時
- 連絡時にお客様に提供した、バーベイトカスタマーおよびソリューションまたは回答。

補助文書: [お客様連絡トラッキング表](#): セールスフォース (SFDC) が利用できない市場専用

5 アフターセールスマネージャーが、トラッキングとアニメーションをリードします。

以下を介して日常ベースで、リードすべてが処理済みまたは処理中です。

- タスクフォースツール
- 有る場合、リード処理で利用できるサマリー表
- インジケータ「連絡の死守類」、「連絡数」、「1営業日内の処理率」、「予約設定率」などを伴った、行動モニタリングレポート...

サービスアドバイザーとの毎週および毎月のミーティングで、主要インジケータのモニタリング、共有、および簡易化のサポート...

14 | アクセサリーのプロモーション

一般的なメリット

- **お客様:** マセラティアクセサリーを参照してください。車両の注文をしたり所有したりしている場合に、入手できるアクセサリーについてアドバイスし、また価格が変更になったら通知してください。納車する際、注文されたアクセサリーを装備しておきます。
- **販売店:** アクセサリーの売上を上げ、アフターセールス活動を高めます。

対象の主要部門: パーツ担当者、サービスアドバイザー。

1 パーツ担当者の任命

- パーツ担当者には職務説明があります。
- パーツ担当者はサービスアドバイザーと一緒に、本基準に明示している様々な作業を管理してもらいます。

2 販売促進のアクセサリー一覧

- 取付費とVATを含む、モデル車ごとのアクセサリー価格の一覧表を作成します。
- 一覧表のアクセサリー毎に、最低一部のコピーを確保しています。
- 選択したアクセサリー一覧表は、販売店、ハンドラー、CSで保管しています。

3 パーツ担当者が展示するアクセサリー一覧表

- ショールーム車両や販売店のウェブサイトの備品/ショーケース。
- 車両発売、シーズン限定（夏/冬）、実施中の割引の一覧表。

4 通信メディアの実現

- ショールームおよびアフターセールスレセプションにおける、多種多様なアクセサリーのビデオプレゼンテーション、およびスクリーンのウェブアニメーション（TV、デジタルフレーム、インターネット）。
- セルフサービスディスプレイケースの小冊

5 備品/ウィンドウ取付アクセサリー

- ショールーム
- アフターセールスレセプション
- 発送拠点（アクセサリー発送）
- きれいな備品（埃や指紋無し）および良好な保管

6 ショールームには、最低一台のアクセサリー車両を展示

- 四季折々のアクセサリー
- 備品/ショーケースの展示に色を添えるアクセサリー。

14 | アクセサリーのプロモーション

7 アクセサリー売上の月度トラッキング

- 特定KPIとして追加し、アフターセールス、営業、パーツ担当者、およびパーツマネージャーと確認する、社内月度グローバル活動のレポートやプレゼンテーションで明らかにするアクセサリー売上。
- 追従すべき指標: アクセサリー売上高や追加販売毎のアクセサリー売上高。

15 | サービスマネージャー ツアー

一般的なメリット

- **お客様:** きれいに整理され、安全で整頓された販売店で受け取ります。
- **販売店:** 販売店では、業務が理路整然とし（清浄、保管、整頓）、業務基準が適用されるようにします。健康対策の改善が適用されるようにします。誰の目にも留まらなくなったものの、お客様は瞬時に目につくものが残っています。

発生したら直ちに不具合に気づき、適切な方法で対処します。いつも目配りするべきエリアのスタッフ全員に、鋭敏になるように伝えます。チームで社内規定を作成し、それを日常化することで自主性を高め、互いに協力して変化に敏感になります。

対象の主要部門: アフターセールスマネージャー

1 お客様目線で最低週に一回は、アフターセールスマネージャーツアーを実施します。

- 改善した衛生対策のケースを含み、販売店のアフターセールスエリアを清浄、整理、安全、整頓を適度に行っていくようにします。
- アフターセールスマネージャーツアーは、最低でもお客様の手が届く、または目にすることができるエリア、またはアフターセールス業務基準を実践している場所を、体系的に含めるようにします。
 - 販売店でお客様のお迎え:
 - ✓ きれいで、見えやすい外の標識
 - ✓ 利用できるなら、サービス24/7ターミナルを含む、お客様用駐車場
 - ✓ 清浄で整理された、お客様の待合空間としてのアフターセールスレセプション
 - ✓ 小冊およびその他最新提供品
 - ✓ お客様と従業員の健康サービスのため、清浄かつ十全な装備
 - ✓ お客様に対応するスタッフ全員にバッジ。
 - レセプション時、お客様と車両外周ツアー
 - ✓ きれいで明るい試験エリア
 - ✓ 受入車両の標識および保護装備
 - ワークショップ:
 - ✓ きれいで整頓されたワークショップ
 - ✓ 作業者が適度な保護具を着用し、作業服が汚れていません。
 - ✓ 車両標識および保護
 - ✓ 対象車両は所定の場所で排ガス排出
 - ✓ 入場できて機能負担ターミナル
 - ✓ 廃棄物の回収および所定の場所にまとめて処分。
 - バックオフィス駐車場:
 - ✓ きれいでクリアなお客様の車両車両を配置して保護
 - ✓ 所定場所に駐めた、きれいな代車と対象車両。
- 販売店や他の指定警戒所で、アフターセールス業務基準すべてを順守しているか、確認する良い機会です。

補助文書: **アフターセールスマネージャーツアーマスク (PPT + EXCEL) 作業が進捗中**

15 | サービスマネージャー ツアー

2 アフターセールスマネージャーツアーで発見した、不具合の処理

- 写真や付箋で不具合毎に明確にします。
- ツアー (1) 完了日および「不具合」を写真と付箋で専用の表に示します。
- 不具合毎に分析および処理を行います。
 - 不具合の原因を突き止め、専用の表「不具合の原因」ボックスに保存します。
 - ボックスに是正措置を明示して保存します。
 - 専用の表「是正措置」。
- 原不具合が再発する原因を分析して、撲滅します。
- 週に1回、是正および予防措置の進捗/レビューを達成します。
- 以下の場合に、不具合の付箋や写真を剥がします。
 - 恒久的に基準状態に戻しました。
 - 注記の不具合を販売店の業務基準に組み入れるか、新たに業務基準を作成して監視していきます。

補助文書: マネージャーツアーマスク (PPT + EXCEL) 作業が進捗中の例

16 | 代車の編成と管理

一般的なメリット

- **お客様:** 予約を受け付け次第、代車を確保するため、お客様が車両を持ち運んでくる日に破棄します。販売店にとっては約束した「代車」の提供とともに、その費用を瞬時に可視化できるメリット。
- **販売店:** お客様の移動手段ニーズを満たします。代車管理を専門化します。他の代車をお客様と確認します。

対象の主要部門: アフターセールスマネージャー、新車販売マネージャー

1 セールスマネージャーによる代車の作成または更新

- マセラティ車の取引ポリシーおよび財務支援の考慮。
- アフターセールスマネージャーと意見交換を行い、販売店のアフターセールス顧客タイプに合わせた車両を見極めます（お客様、会社、職人・・・）。
- 管理（代車在庫、登録、保険に入力）、技術、および美観準備を実行します。
- 駐車場の管理および代車修理を構成します。

2 代車の業務管理

代車管理の担当者を特定します。担当者の任務は以下の通りです。

- サービスアドバイザーのツールにある代車の更新
- 駐車場状態および計画したローテーション（保守、走行距離、使用年数、修理・・・）、代車契約書の管理、レポートニング、および苦情と罰金の監視といった、フォローアップで日々の駐車場管理・・・

補助文書 [車両管理表の例](#)

3 駐車アニメーションおよび代車モニタリング

月度ダッシュボードで、代車マネージャーによるトラッキング

- 車両の出入庫に基づいて、車両一覧を更新
- 車両比率および期間（出勤日数/稼働日数）
- 請求料率（請求日数）/稼働日数）および駐車コスト効果
- 経費条項および所有コスト（償却費、燃料、洗車、修理・・・）

16 | 代車の編成と管理

4 容易にアクセスでき、いつでも出庫可能な代車

- 代車は専用エリアに駐車します。
- キーは安全な場所に保管します。
- 車両はきれい（外周および車内）で、私物はありません。
- 必要に応じて燃料の補給やバッテリー充電を行います。
- ユーザーガイド、現行登録、および保険証明書（またはコピー）、アシスタンスの電話番号、事故レポート、文書、現地規制に準拠すべき装置（安全キットなど）を含む、書類入れが車両毎に用意しています・・・低公害車の場合、トラクションバッテリー搭載用ケーブル。

5 代車での通信

- アフターセールスチームは、代車使用および状態について、お客様に通知することができます。

17 | 引取&納車

一般的なメリット

- **お客様:** 個客に提供する素晴らしいサービス。作成が容易、時間節約、および自由なアフターセールス体験。
- **販売代理店:** 新規顧客を囲い込み、正規修理業者としてのブランドイメージを植え付けます。

対象となる主な部門: ピックアップ&デリバリー担当者

1 予約決定の作業時、ピックアップ&デリバリーサービスは様々なレベルで提供し、その他モビリティソリューションも仕事として提案します。

個客がピックアップ&デリバリーサービスを選択したら、予約を受け付けた担当者は以下を確認してください。

- 車の作業では、故障診断あるいは個客と一緒にテスト走行する必要無しとする
- 個客の自宅がサービスで規定されている地理的エリアにあること（自宅やその他へのピックアップ&デリバリー）
- デリバリーの請求書に関して、支払方法は個客が要求した住所で可能です。
- 別レベルでのピックアップ&デリバリーサービス提供は、個客が選択した時点で可能です。

2 予約の48時間前、ピックアップ&デリバリーサービスのメリットが利用できます。

チェック担当者を一人特定します。

- サービスアドバイザーとの予約に関して、変更は無い
- 個客ファイルを入力済み（修理依頼、運転時に担当する住所、個客の携帯電話番号・・・）
- 個客が要求した場合、代車が指定時間に利用可能なこと。

3 ピックアップ&デリバリー担当者は、車の受け取りに個客が指定した場所へ行きます（ピックアップまたはピックアップ&デリバリー）

- ピックアップ&デリバリー担当者は事前に念入りに作成したファイル、および個客が代車を選択した場合のローン契約を持参します。
- ピックアップ&デリバリー担当者は出発の計画を立て、予約の5分前に個客が指定した住所で待ちます。
- ピックアップ&デリバリー担当者は、SMSで到着を伝えます。遅れる場合、担当者は個客に電話を入れ、新たな到着時刻を伝えます。

補助文書: [ピックアップ&デリバリーガイドライン](#)

17 | 引取&納車

4 予約を確定した時刻に、個客の車をピックアップ&デリバリー担当者が引き受けます。

- ピックアップ&デリバリー担当者は、個客、自身、そして車に安全な到着場所であることを確認します。
- ピックアップ&デリバリー担当者は、修理依頼の個客と車を点検（車内外の状態、燃料残量、キロメートル…）し、追加作業の有無および個客に修理依頼に署名してもらいます。
- ピックアップ&デリバリー担当者が、サービスアドバイザーの場合、車の点検は「受入時の車両点検」アフターセールス業務基準に基づいて行います。
- 個客が代車を選択していた場合、ピックアップ&デリバリー担当者は、この点検も提案し、ローン契約に署名してもらい、手渡すようにします。
- ピックアップ&デリバリー担当者は、返車時刻を個客と確認し、敬意を込めて別れます。

5 ピックアップ&デリバリー担当者は、車の引き渡しに個客が指定した場所へ行きます（ピックアップまたはピックアップ&デリバリー）

- ピックアップ&デリバリー担当者は、引き渡に向けて念入りに作成したファイル（請求書、推定の次回作業、その他…）を持参します。
- ピックアップ&デリバリー担当者は出発の計画を立て、予約の5分前に個客が指定した住所で待ちます。
- ピックアップ&デリバリー担当者は、SMSで到着を伝えます。遅れる場合、担当者は個客に電話を入れ、新たな到着時刻を伝えます。

6 予約を確定した時刻に、個客の車をピックアップ&デリバリー担当者が引き渡します。

- ピックアップ&デリバリー担当者は、個客、自身、そして車に安全な到着場所であることを確認します。
- ピックアップ&デリバリー担当者は、個客に請求書を提示して説明します。担当者は車両に行った作業を評価します（たとえば、個客と同意していた場合、車内外の清掃）。
- ピックアップ&デリバリー担当者は、必要に応じて、予め決めておいた支払い方法で支払いを受け取ります。
- 個客が代車を選択していた場合、ピックアップ&デリバリー担当者は、個客と一緒に車を点検します。
- ピックアップ&デリバリー担当者は、敬意を込めて個客と別れます。