



STANDARD OPERATIVI
AFTERSALES

INTRODUZIONE

In un panorama in continua evoluzione e in un quadro di forte competitività, la qualità del servizio offerto dalla Rete Maserati è un aspetto fondamentale per la soddisfazione e la fidelizzazione dei nostri Clienti.

La qualità del servizio ai massimi livelli fa la differenza e tutti i dipendenti della Concessionaria sono quotidianamente chiamati a svolgere un ruolo di primo piano. L'eccellente qualità del servizio è la principale risorsa per garantire la fidelizzazione dei nostri Clienti e per promuovere l'attività Aftersales.

Si avvale di uomini e donne che arricchiscono costantemente le proprie competenze tecniche e relazionali, ma si basa anche sull'applicazione di specifiche procedure, siano esse orientate al Cliente o al back office. L'obiettivo finale è fornire ai Clienti un servizio professionale e un'esperienza di qualità.

In questo manuale:

- **17 Standard Operativi Aftersales** forniscono procedure da applicare che si basano sulle best practice a livello mondiale verificate sul campo. È quindi opportuno che ogni concessionario li integri in modo da garantirne l'applicazione nell'attività quotidiana. Sono complementari al White Book.
- **Documenti di supporto** riferiti a ciascuna parte dello Standard Operativo dedicato, realizzati come riferimento a strumenti specifici/suggerimenti per consentirne la corretta e puntuale attuazione.

Esempio:

Documenti di supporto: [Checklist Walk-around](#) / [Checklist di accettazione veicolo](#)

- Sia gli Standard Operativi che i Documenti di supporto sono disponibili ed evidenziati nelle diverse sezioni del White Book Aftersales.

Si noti che la corretta applicazione di questi Standard Operativi da parte del concessionario deve essere verificata a intervalli regolari e prestabiliti:

Per il concessionario, queste verifiche prevedono sia regolari autovalutazioni, sia campagne di valutazione condotte da MASERATI per soddisfare i requisiti del Brand.

Snap-on sarà lo strumento dedicato (applicazione installata su smartphone) per procedere a tali verifiche e riportare i risultati.

Accessi Snap-on forniti a concessionari, mercati/regioni, sede centrale Maserati.

00 | INDICE

- 00 [Principali figure professionali Aftersales interessate](#)
- 00 [KPI e indice di soddisfazione del Cliente](#)
- 00 [Glossario](#)
- 01 [Prenotazione appuntamento](#)
- 02 [Preparazione dell'accoglienza](#)
- 03 [Pre-picking in officina](#)
- 04 [Accoglienza del Cliente in concessionaria](#)
- 05 [Accoglienza e accordo con il Cliente sui servizi](#)
- 06 [Controllo del veicolo in accettazione](#)
- 07 [Lavori in officina e consenso del Cliente per i lavori aggiuntivi](#)
- 08 [Controllo qualità prima della riconsegna del veicolo](#)
- 09 [Trattamento preventivo delle non conformità alla qualità in Aftersales](#)
- 10 [Spiegazione dei lavori e riconsegna](#)
- 11 [Ricontatto del Cliente a seguito di intervento](#)
- 12 [Rientri in officina](#)
- 13 [Gestione Lead](#)
- 14 [Promuovere la gamma di accessori](#)
- 15 [Tour dell'Aftersales Manager](#)
- 16 [Creare e gestire il parco dei veicoli sostitutivi](#)
- 17 [Servizio Pickup & Delivery](#)

00 | PRINCIPALI FIGURE PROFESSIONALI AFTERSALES INTERESSATE

Uno Standard Operativo Aftersales può interessare diversi soggetti del Servizio Aftersales. Nella tabella riportata di seguito sono indicate le figure professionali interessate per ogni Standard Operativo Aftersales.

		Figure professionali Aftersales							
		AFTERSALES MANAGER	OPERATORE PRENOTAZIONI	ACCETTATORE	PERSONALE DEL REPARTO RICAMBI	CAPO OFFICINA	ADDETTO AL CONTROLLO QUALITÀ	TECNICO D'OFFICINA	OPERATORE PICK-UP & DELIVERY
Standard Operativi Aftersales Stellantis	01 - Prenotazione appuntamento		X						
	02 - Preparazione dell'accoglienza		X						
	03 - Pre-picking in officina				X				
	04 - Accoglienza del Cliente in concessionaria		X						
	05 - Accoglienza e accordo con il Cliente sui servizi			X					
	06 - Controllo del veicolo in accettazione			X					
	07 - Lavori in officina e consenso del Cliente per i lavori aggiuntivi	X		X		X		X	
	08 - Controllo qualità prima della riconsegna del veicolo	X				X	X		
	09 - Trattamento preventivo delle non conformità alla qualità in Aftersales	X	X	X		X	X		
	10 - Spiegazione dei lavori e riconsegna	X		X				X	
	11 - Ricontatto del Cliente a seguito di intervento	X	X	X					
	12 – Rientri in officina	X	X	X		X	X		
	13 - Gestione Lead	X	X	X					
	14 - Promozione della gamma di accessori	X		X					
	15 - Tour dell'Aftersales Manager	X							
	16 - Creare e gestire il parco dei veicoli sostitutivi	X	X	X					
	17 - Servizio Pick Up & Delivery								X

00 | KPI E INDICE DI SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

L'indice di soddisfazione del Cliente (CSI) consente di misurare la soddisfazione del Cliente nei confronti di un prodotto, di un servizio o di un'azienda. È infatti noto che solo i Clienti soddisfatti tornano a rivolgersi al loro Brand preferito e condividono le loro esperienze positive con gli altri.

La tabella seguente riporta il collegamento tra i principali KPI e le domande CSI con i relativi Standard Operativi che consentono di identificare le procedure che influiscono sui risultati CSI.

01	<u>Prenotazione appuntamento</u> KPI: Feedback del Cliente → NPS (Net Promoter Score). CSI: Q3 Come valuterebbe la facilità di ottenere un appuntamento per il servizio di assistenza in un orario adatto alle sue esigenze? CSI: Q7 Ti è stata offerta una soluzione di mobilità alternativa durante il lavoro svolto? (Ad esempio ritiro e consegna, servizio navetta, auto sostitutiva, noleggio, taxi, biglietto mezzi pubblici ecc.)
02	<u>Preparazione dell'accoglienza</u> KPI: Feedback del Cliente → NPS (Net Promoter Score).
03	<u>Pre-picking in officina</u> KPI: Feedback del Cliente → NPS (Net Promoter Score).
04	<u>Accoglienza del Cliente in concessionaria</u> KPI: Feedback del Cliente → NPS (Net Promoter Score).
05	<u>Accoglienza e accordo con il Cliente sui servizi</u> KPI: Feedback del Cliente → NPS (Net Promoter Score). CSI: Q4 Quanto giudichi soddisfacente il tempo impiegato per controllare il tuo veicolo all'arrivo? Q5 Quanto sei soddisfatto della disponibilità dell'accettatore nel comprendere le tue esigenze? CSI: Q6 Quanto giudichi soddisfacente la spiegazione fornita dall'accettatore in merito all'intervento eseguito sulla tua Maserati?
06	<u>Controllo del veicolo in accettazione</u> KPI: Feedback del Cliente → NPS (Net Promoter Score).
07	<u>Lavori in officina e consenso del Cliente per i lavori aggiuntivi</u> KPI: Feedback del Cliente → NPS (Net Promoter Score). CSI: Q5 Quanto sei soddisfatto della disponibilità dell'accettatore nel comprendere le tue esigenze? Q6 Quanto giudichi soddisfacente la spiegazione fornita dall'accettatore in merito all'intervento eseguito sulla tua Maserati?
08	<u>Controllo qualità prima della riconsegna del veicolo</u> KPI: Feedback del Cliente → NPS (Net Promoter Score). CSI: Q9 Pensando alla più recente esperienza di assistenza presso [BUSINESS_NAME], tutti gli interventi richiesti sono stati completati correttamente durante la visita?
09	<u>Trattamento preventivo delle non conformità alla qualità in Aftersales</u> KPI: Feedback del Cliente → NPS (Net Promoter Score). CSI: Q9 Pensando alla più recente esperienza di assistenza presso [BUSINESS_NAME], tutti gli interventi richiesti sono stati completati correttamente durante la visita?

00 | KPI E INDICE DI SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

10	<u>Spiegazione dei lavori e riconsegna</u> KPI: Feedback del Cliente → NPS (Net Promoter Score). CSI: Q6 Quanto giudichi soddisfacente la spiegazione fornita dall'accettatore in merito all'intervento eseguito sulla tua Maserati?
11	<u>Ricontatto del Cliente a seguito di intervento</u> KPI: Feedback del Cliente → NPS (Net Promoter Score). CSI: Q10 Quanto giudichi soddisfacente il contatto personalizzato di follow-up ricevuto dal reparto di assistenza dopo la tua visita?
12	<u>Rientri in officina</u> KPI: Feedback del Cliente → NPS (Net Promoter Score). CSI: Q9 Pensando alla più recente esperienza di assistenza presso [BUSINESS_NAME], tutti gli interventi richiesti sono stati completati correttamente durante la visita?
13	<u>Gestione Lead</u> KPI: Feedback del Cliente → NPS (Net Promoter Score).
14	<u>Promuovere la gamma di accessori</u> KPI: Feedback del Cliente → NPS (Net Promoter Score).
15	<u>Tour dell'After-sales Manager</u> KPI: Feedback del Cliente → NPS (Net Promoter Score).
16	<u>Creare e gestire il parco dei veicoli sostitutivi</u> KPI: Feedback del Cliente → NPS (Net Promoter Score).
17	<u>Servizio Pickup & Delivery</u> KPI: Feedback del Cliente → NPS (Net Promoter Score). CSI: Q9 Ti è stata offerta una soluzione di mobilità alternativa durante il lavoro svolto? (Ad esempio ritiro e consegna, servizio navetta, auto sostitutiva, noleggio, taxi, biglietto mezzi pubblici ecc.)

00 | GLOSSARIO

i. Principali figure professionali Aftersales	
BO	Operatore prenotazioni
SA	Accettatore
-	Capo Officina
-	Tecnico d'officina
-	Personale del reparto ricambi
QC	Addetto al controllo qualità
AM	Aftersales Manager

ii. Altri acronimi e termini	
AS	Aftersales
AR	Officina autorizzata
IR	Officina indipendente
B2B	Business to Business
B2C	Business to Customer
CRM	Gestione dei rapporti con i Clienti
RO	Ordine di lavoro/riparazione
DMS	Sistema gestionale del concessionario
IAM	Aftermarket indipendente
Lead	Contatti o richieste da parte di potenziali Clienti
LEV	Veicolo a basse emissioni
Showroom	Area di vendita
NV	Veicolo nuovo
UV	Veicolo usato
RV	Veicolo di cortesia
VRS	Verifica di conformità allo standard
SC	Contratto di assistenza

01 | PRENOTAZIONE APPUNTAMENTO

Vantaggi standard

- **Cliente:** ottenere prontamente appuntamenti affidabili, rapidi e reattivi con risposte a ogni domanda.
- **Concessionaria:** pianificare al meglio gli appuntamenti con i Clienti ottimizzando il carico di lavoro dell'officina.

Principali funzioni interessate: Operatore addetto alle Prenotazioni, Accettatore.

1

Visibilità del Concessionario sul sito web Maserati e informazioni Aftersales aggiornate

2

Reperibilità del modulo di contatto per la prenotazione degli appuntamenti online e sull'App proprietario

- Confermare l'appuntamento entro 24 ore dalla ricezione del lead.

3

Pianificazione degli appuntamenti, carico di lavoro dell'officina e soluzioni di mobilità aggiornate e condivise

- Fissare appuntamenti di accettazione di 15 o 30 minuti, previo controllo della disponibilità dell'officina. Si consiglia di pianificare 3 appuntamenti di 15 minuti ogni ora o 3 appuntamenti di 30 minuti ogni 2 ore, per poter gestire al meglio eventuali imprevisti.
- Proposta per l'appuntamento in almeno 2 giorni diversi e fasce orarie alternative, compatibilmente con le esigenze del Cliente
- Pianificare appuntamenti di riconsegna di 10 -15 minuti a discrezione dell'Accettatore.
- La durata degli appuntamenti di accettazione o riconsegna sarà valutata in base al tipo di intervento (servizi, manutenzione, diagnosi, carrozzeria, ...), alla conoscenza del Cliente e alla restituzione del veicolo sostitutivo, se pertinente.
- Proporre parte degli appuntamenti in fasce orarie non di punta, per non pregiudicare la qualità dell'accoglienza del Cliente.
- I Clienti MC20 devono ricevere un servizio prioritario per rispettare la promessa fatta dal Brand (Appuntamento prioritario garantito - entro 1 giorno)

4

Chiamata telefonica del Cliente con risposta entro il 3° squillo

- L'Operatore Prenotazioni è incaricato di rispondere alle telefonate e di fissare gli appuntamenti.
- In caso di trasferimento di chiamata o di messa in attesa del Cliente, la durata non deve superare i 30 secondi.

5

Personalizzazione di ogni contatto con il Cliente, in base alla classificazione in Personas Maserati

- Garantire al Cliente un'esperienza Aftersales d'eccellenza, in linea con i valori del Brand, le esigenze e le aspettative del Cliente.
- Verificare nel CRM o nel DMS il tipo di Persona a cui appartiene il Cliente.
- Se il Cliente non è conosciuto, è possibile individuare il tipo di Persona, attraverso domande poste nel corso della telefonata (Strumento di identificazione delle Personas Maserati).
- Verificare nel DMS e nella Service Entry se l'attuale proprietario della vettura sia quello riportato a sistema. In caso contrario, l'operatore addetto alle prenotazioni o l'accettatore acquisiscono ulteriori dati per espletare le procedure di trasferimento di proprietà.
- Aggiornare i dati secondo necessità.

01 | PRENOTAZIONE APPUNTAMENTO

6

Attenzione alle richieste dei Clienti.

- Creazione di un file con l'inserimento della richiesta senza alcuna interpretazione, così come formulata dal Cliente.
- In caso di problemi tecnici, l'Operatore addetto alle Prenotazioni / Accettatore è tenuto a verificarne la natura, ponendo al Cliente domande attraverso la checklist per il controllo pre-diagnosi.
- La necessità di compilare la Checklist di accettazione durante l'accoglienza è annotata nella scheda Cliente
- Verificare se è in corso una campagna di servizio o di richiamo. In caso affermativo, informare il Cliente e annotare il dato nella scheda Cliente.
- Verificare l'eventuale sottoscrizione di un contratto di assistenza e annotare il dato nella scheda Cliente.
- L'eventuale compresenza del Capo Officina o del Tecnico è segnalata nell'oggetto dell'appuntamento.

Documenti di supporto: [Script telefonico dettagliato](#)

7

Offerta al Cliente di una soluzione di mobilità

- Verificare le opzioni di mobilità alternative (per esempio, Loaner Car, vettura a noleggio, Pick-up & Delivery, servizio taxi, servizio di accompagnamento a cura del concessionario,...) che possono essere proposte al Cliente.
- Per i Clienti MC20 è obbligatorio prevedere una Loaner Car Maserati o un servizio Pick-up & Delivery per gli interventi di manutenzione o riparazione

Documenti di supporto: [Scheda metodologica Offerta di mobilità - 1° contatto con il Cliente"](#)

8

Proposta per l'appuntamento in almeno 2 giorni diversi e fasce orarie alternative, compatibilmente con le esigenze del Cliente

9

Riformulazione dei punti salienti dell'appuntamento concordati con il Cliente

- Prima di congedarsi, ricordare al Cliente la data, l'ora e il motivo dell'appuntamento.
- Informare il Cliente del nome dell'addetto che lo/la riceverà nel giorno concordato.
- Informare il Cliente della documentazione che dovrà presentare il giorno dell'appuntamento (libretto di circolazione, registro degli interventi di manutenzione, patente di guida, dado antifurto, cavo se LEV, ...), menzionando anche l'ubicazione del parcheggio riservato ai Clienti per il loro arrivo in loco.
- Chiedere al Cliente se desidera essere contattato e ricevere un promemoria e con quali modalità (e-mail, SMS, telefonata).
- Se concordato con il Cliente, l'appuntamento e la soluzione di mobilità gli/le saranno confermati 24 ore prima dell'appuntamento (SMS, e-mail).

10

Anticipazione delle esigenze del Cliente: il contatto di promemoria del servizio deve essere effettuato almeno 3 o 4 settimane prima della data di scadenza della manutenzione **BEST PRACTICE**

- Al Cliente può essere inviato un promemoria via e-mail o SMS, oppure può essere effettuata una chiamata a cura dell'addetto alle prenotazioni della concessionaria/il call center.
- Assicurare la tracciabilità dei contatti in un documento dedicato.

02 | PREPARAZIONE DELL'ACCOGLIENZA

Vantaggi standard

- **Cliente:** beneficiare di una consulenza oculata per la manutenzione del proprio veicolo e della massima disponibilità all'ascolto delle proprie esigenze, con un orario di ricevimento adeguato.
- **Concessionaria:** conoscere la storia del Cliente e della sua vettura, per poter formulare le proposte commerciali più adeguate e disporre di un tempo di accoglienza del Cliente che consenta di operare all'insegna della qualità e della proposta commerciale.

Principali funzioni interessate: Operatore Prenotazioni, Accettatore.

1 Preparazione della scheda Cliente con almeno 48 ore di anticipo

- Per gli interventi prevedibili, approntare la scheda Cliente, a partire dagli elementi disponibili:
 - Ordine di Lavoro con le richieste e le impressioni del Cliente
 - Ordine dei ricambi
 - Elenco di controllo del piano di manutenzione
 - Stime o preventivi richiesti dal Cliente
 - Verifica dello stato di garanzia del veicolo e del tipo di contratto di assistenza in corso, se pertinente
 - Verifica di eventuali campagne di servizio/riciamo da effettuare sul veicolo.
 - Storico della manutenzione del veicolo
 - Interventi precedentemente individuati (per una proposta conforme alla policy di Maserati).
- Per gli interventi che prevedono una diagnosi, accertarsi che sia stata utilizzata la checklist di controllo pre-diagnosi in fase di prenotazione dell'appuntamento.
- Per i Clienti con contratto di manutenzione attivo, verificare e annotare i servizi extra inclusi per poterli proporre in fase di accoglienza.
- I file sono raggruppati per Accettatore o per orario di arrivo, nell'area di accoglienza Clienti.

2 Preparazione della soluzione di mobilità con almeno 48 ore di anticipo

- Preparare la soluzione di mobilità scelta dal Cliente:
 - Per un veicolo sostitutivo, verificare la disponibilità, la prenotazione, la pulizia, il livello di carburante/carica della batteria e pre-compilare il contratto di noleggio con le informazioni di contatto del Cliente
 - Per soluzioni di mobilità alternative (servizio taxi, servizio di accompagnamento a cura del concessionario, ecc.), verificare la disponibilità, prenotare la soluzione e allegarla al file con le informazioni di utilizzo
 - In caso di servizio Pick-up & Delivery, assicurarsi che le informazioni necessarie a consentire l'organizzazione del servizio (indirizzo, tempi di percorrenza, Operatore, ...).

3 Ricontatto del Cliente in caso di eventi imprevisti

- In caso di imprevisto, chiamare il Cliente per scusarsi e concordare un nuovo appuntamento.

4 Conferma dell'appuntamento e della soluzione di mobilità concordata 24 ore prima dell'appuntamento (SMS, e-mail), se concordato con il Cliente

5 Condivisione della lista degli appuntamenti con altri servizi

- L'elenco degli appuntamenti viene stampato con 48 ore di anticipo e condiviso con i Responsabili vendite di veicoli nuovi, per informarli dei Clienti che visiteranno il reparto Aftersales.

03 | PREPARAZIONE ANTICIPATA DEI RICAMBI IN OFFICINA

Vantaggi standard

- **Cliente:** ritiro del veicolo nei tempi concordati.
 - **Concessionaria:** aumento della produttività dei tecnici (da 5 a 10 minuti per intervento, senza attese al banco ricambi). Pre-ordine dei ricambi per evitare di incorrere in mancanze e ridurre i tempi di immobilizzazione del veicolo.
- Principali funzioni interessate:** Personale addetto ai ricambi, Tecnico.

1	Verifica della disponibilità dei ricambi	• In base agli appuntamenti fissati, 2 giorni prima di ogni ingresso in officina, il personale addetto ai ricambi: • Redige l'elenco dei pezzi necessari per l'intervento e lo inserisce nella scheda Cliente (creata al momento della prenotazione) • Verifica la disponibilità dei ricambi e li ordina, secondo necessità • Alloca l'elenco dei ricambi alla cartella per rimuoverli dall'elenco della scorte a magazzino. • Per gli appuntamenti del giorno successivo, il personale addetto ai ricambi accerta la presenza di nuovi appuntamenti, verificando in tal caso la disponibilità dei ricambi.
2	Preparazione anticipata dei ricambi	• Da 24 a 48 ore prima dell'intervento, il personale addetto ai ricambi: • Dispone i pezzi in casse identificate con il numero d'ordine e corredate dal tagliando di prelievo. • La data dell'intervento (giorno e settimana) è riportata su ogni contenitore. • Per gli appuntamenti del giorno successivo non precedentemente concordati, la preparazione dei ricambi si svolge secondo la stessa procedura.
3	Contenitori ricambi a disposizione dei tecnici	• A seconda dell'organizzazione adottata, i contenitori dei ricambi sono: • Disponibili per i tecnici su uno scaffale dedicato e accessibile in officina, - oppure • Consegnati ai tecnici e disposti in un'area dedicata della postazione di lavoro. • In caso di cancellazione dell'appuntamento, i ricambi vengono reinserti nelle scorte di magazzino e i tagliandi di prelievo annullati.
4	Al termine dell'intervento, riconsegna dei contenitori al banco del magazzino e reinserimento delle parti non utilizzate nelle disponibilità di magazzino	

04 | ACCOGLIENZA DEL CLIENTE IN CONCESSIONARIA

Vantaggi Standard

- **Cliente:** i Clienti si sentono ben accolti e sanno sempre a chi rivolgersi.
- **Concessionaria:** accogliere tutti gli ospiti in modo organizzato. Offrire al Cliente una buona prima impressione della Concessionaria. Essere immediatamente identificabili dai Clienti.

Principali figure professionali interessate: Assistente, Operatore prenotazioni (BO), Accettatore (SA).

1	Spazi della Concessionaria • Segnaletica direzionale chiara e visibile per il Cliente, in conformità con le attuali linee guida Maserati CI. • Aree pulite e curate (parcheggio, area verde, marciapiedi). • Parcheggio visitatori Aftersales dedicato esclusivamente ai Clienti, identificato con: - almeno 1 spazio adeguatamente segnalato e riservato alle persone con mobilità ridotta (verificare la legislazione locale) - segnaletica orizzontale.
2	Display descrittivo della Concessionaria • Collocato all'ingresso del sito e sulla griglia esterna o nelle immediate vicinanze, un display, se disponibile, deve riportare i seguenti dati minimi in conformità con la legislazione locale: - ragione sociale, indirizzo, numero di telefono e sito internet del punto vendita - orari di apertura della Concessionaria per ogni servizio. • Le informazioni riportate sui display dei punti vendita, sul sito web e sulle applicazioni per smartphone devono essere coerenti.
3	Aree visibili al Cliente pulite e ordinate Si rimanda all'elenco delle aree visibili al Cliente descritte nello Standard Operativo (OS) 15. TOUR DELL'AFTERSALES MANAGER
4	Personale addetto all'accoglienza dei Clienti • Viene nominato un addetto all'accoglienza dei Clienti, immediatamente visibile: • nello showroom dei veicoli nuovi: Assistente(i) o Venditore, • all'accoglienza Aftersales: BO o SA. • Un programma di presenza per garantire l'accoglienza dei Clienti per l'intero orario di apertura è aggiornato, condiviso e noto a tutti. • Se necessario, il Cliente viene accompagnato dal referente o presso il servizio desiderato, che provvederà quindi a gestire con la massima attenzione il contatto. In caso di indisponibilità temporanea, il Cliente viene accompagnato in sala d'attesa. Vengono illustrati i servizi a disposizione (laptop, stampante, connessione, Wi-Fi, un quotidiano,...), viene offerta una bevanda calda o fredda, la sala d'attesa è pulita e il riscaldamento è alla giusta temperatura per garantire il massimo comfort.
5	Personale immediatamente identificabile • Badge obbligatorio per tutti coloro che sono a contatto con i Clienti, su cui sono riportate le seguenti indicazioni: • logo Maserati, • cognome e nome, • mansione.

05 | ACCOGLIENZA E ACCORDO CON IL CLIENTE SUI SERVIZI

Vantaggi standard

- **Cliente:** sentirsi considerato grazie alla capacità di ascolto dell'SA e trarre vantaggio da un rapporto di assoluta trasparenza con la Concessionaria.
- **Concessionaria:** rispettare il Cliente e fidelizzarlo evitando ogni tipo di reclamo al momento della riconsegna.

Principali figure professionali interessate: Accettatore (SA), Operatore prenotazioni (BO), Capo Officina.

1	Accoglienza e presa in carico del Cliente al suo arrivo • L'Operatore prenotazioni (BO) dà il benvenuto al Cliente, lo identifica e lo indirizza verso l'Accettatore (SA) che si occupa della sua richiesta. Al momento dell'appuntamento. • Il Cliente viene chiamato per nome • L'Accettatore (SA) è disponibile, e sono presenti il Capo Officina o l'Aftersales Manager, se specificato nell'appuntamento. • In caso di imprevisti, l'Operatore prenotazioni (BO) prende in carico il Cliente e si preoccupa di metterlo a proprio agio. • Predisposizione di una procedura interna di potenziamento del personale in caso di elevata affluenza. • Il Cliente che non si presenti ad un appuntamento sarà ricontattato telefonicamente entro 24 ore per fissare un nuovo appuntamento, se necessario.
2	Aggiornamento dei dati del Cliente/veicolo secondo necessità da parte dell'Accettatore (SA) • Controllare e aggiornare i dati del Cliente (indirizzo e-mail, numero di cellulare, profilo Maserati, se necessario). • Verificare il VIN del veicolo al momento della presentazione del libretto di circolazione. • Verificare il consenso del Cliente al trattamento dei suoi dati personali e aggiornarli secondo necessità • Verificare se è in corso una campagna di servizio/riciamo. • Confermare il motivo della visita e l'intervento richiesto. • Chiedere al Cliente se dopo aver fissato l'appuntamento siano emerse nuove esigenze.
3	Verifica inconveniente o guasto segnalato dal Cliente mediante utilizzo della Checklist di accettazione veicolo Maserati o, se necessario, mediante prova su strada • L'Accettatore (SA) compila la checklist di accettazione del veicolo Maserati riportando la segnalazione del Cliente in caso di funzionamento anomalo del veicolo (rumore, vibrazioni, comportamento su strada, incidente, ecc.). • Se necessario, al Cliente viene proposto di effettuare una prova su strada con il Capo Officina per riprodurre il difetto o il guasto.
4	Ispezione del veicolo eseguita in conformità allo Standard Operativo Aftersales "Controllo del veicolo in accettazione"

05 | ACCOGLIENZA E ACCORDO CON IL CLIENTE SUI SERVIZI

5 Spiegazione al Cliente e preventivo degli interventi da eseguire prima del consenso a procedere

- Integrare l'ordine di riparazione con eventuali lavori aggiuntivi richiesti dal Cliente.
- Fornire un preventivo (considerando i servizi a pagamento a carico del Cliente, esclusi gli interventi di riparazione in garanzia e interni) degli interventi concordati durante l'ispezione, tenendo conto delle offerte promozionali, degli anni e del chilometraggio del veicolo. Il lavoro viene spiegato e analizzato con il Cliente.
- Richiedere l'autorizzazione a eseguire la prova su strada (senza il Cliente) durante la riparazione.
- Definire e proporre, se disponibili, facilitazioni di pagamento per favorire il consenso del Cliente.
- Confermare l'appuntamento per la riconsegna.

Documenti di supporto: [Offerta di mobilità: Scheda metodologica di accoglienza e riconsegna](#)

6 Informare il Cliente che al termine del lavoro sarà eseguito il lavaggio gratuito della vettura

- Lavaggio esterno e pulitura degli interni con aspirapolvere.
- Eventuali obiezioni vengono annotate sull'ordine di lavoro.

7 Attività da svolgere con il Cliente al termine dell'accettazione

- Fornire al Cliente copia dell'ordine di intervento firmato e della relativa informativa sulla privacy.
- Il Cliente in attesa in loco deve essere accompagnato in sala d'attesa assicurandosi che sia a proprio agio. Per ogni tipo di profilo Cliente devono essere proposti servizi personalizzati (per esempio, eseguire la prova di nuovi modelli)
- L'eventuale soluzione di mobilità sarà presentata dall'Accettatore (SA) unitamente alle relative indicazioni associate. Se si tratta di un veicolo di cortesia:
 - Richiedere la patente di guida e allegarne copia al fascicolo.
 - Verificare le condizioni del veicolo sul contratto di noleggio (livello del carburante e/o carica della batteria di trazione e chilometraggio).
 - Consegna del veicolo con firma di entrambe le parti sul contratto di noleggio.
- A questo punto si ringrazia il Cliente e si prende commiato.

06 | CONTROLLO DEL VEICOLO IN ACCETTAZIONE

Vantaggi standard

- **Cliente:** usufruire di una consulenza personalizzata da parte dell'Accettatore, ricevere un preventivo chiaro e dettagliato del servizio.
- **Concessionaria:** realizzare maggiori vendite, evitare reclami al momento della riconsegna del veicolo.

Principali figure professionali interessate: Accettatore (SA).

1	Identificazione dell'area di "Walk-around"	• In accordo con le direttive Maserati, l'area di "Walk around" deve essere: • Protetta, luminosa, tranquilla e vicina all'accettazione • Pulita, ordinata e sicura • Sgombra, per consentire di muoversi senza ostacoli attorno al veicolo.
2	Protezione e identificazione del veicolo	• Elementi da proteggere: • sedile lato guida • vano gambe lato guida • volante • pomello della leva cambio, se necessario • leva del freno di stazionamento (in caso di freno di stazionamento manuale) • Identificazione del veicolo: • Targhetta con numero di identificazione del veicolo posta all'interno del veicolo. • Targhetta con numero di identificazione applicata alle chiavi del Cliente. • Il numero di identificazione del veicolo viene registrato e aggiunto all'ordine di riparazione
3	Ispezione del veicolo all'accettazione da parte dell'Accettatore	• In presenza del Cliente, l'ispezione del veicolo viene eseguita con il supporto della Checklist Walk around (o della checklist digitale per tablet, smartphone,...) e della Checklist di accettazione veicolo (secondo la situazione). • Partendo dall'interno del veicolo e dalla lettura del chilometraggio, nonché dal rilevamento del livello di carburante o dello stato di carica della batteria, l'ispezione del veicolo si basa su controlli visivi senza smontaggio di componenti. • I dati relativi al chilometraggio e al livello del carburante o alla carica della batteria di trazione sono riportati nella Checklist Walk Around o nella Checklist di accettazione veicolo (secondo la situazione). • I controlli sono spiegati ed evidenziati al Cliente. • Gli eventuali interventi aggiuntivi vengono identificati, valutati e formalizzati sull'ordine di riparazione, tenendo conto delle offerte promozionali in corso. • L'importo degli interventi aggiuntivi viene riportato sull'ordine di riparazione. • Vengono pubblicizzati accessori e offerti programmi per i Clienti.

Documenti di supporto: [Checklist Walk-around](#) / [Checklist di accettazione veicolo](#)

07 | LAVORI IN OFFICINA E CONSENSO DEL CLIENTE PER I LAVORI AGGIUNTIVI

Vantaggi standard

- **Cliente:** garanzia che l'intervento sarà eseguito secondo le raccomandazioni di Maserati e consulenza professionale sulla manutenzione del veicolo in totale trasparenza.
- **Concessionaria:** capacità di offrire al Cliente un intervento aggiuntivo al momento giusto, evitando eventuali reclami da parte del Cliente.

Principali figure professionali interessate: Aftersales Manager, Accettatore (SA), Capo Officina, Tecnico.

1	Intervento eseguito in conformità alle richieste del Cliente • L'Accettatore parcheggia il veicolo nell'area dedicata ai "veicoli in attesa di intervento". • L'Accettatore trasmette la documentazione al Capo Officina con tutti gli elementi necessari a garantire la corretta comprensione della richiesta del Cliente. • Il Capo Officina verifica i pezzi di ricambio e la manodopera per soddisfare la richiesta del Cliente e corregge eventuali discordanze in collaborazione con l'Accettatore, quindi trasmette al Tecnico gli elementi necessari per il corretto svolgimento del lavoro.
2	Esecuzione di controlli dettagliati del veicolo a inizio lavoro • All'inizio dell'intervento, il Tecnico esegue un giro di ispezione del veicolo per individuare eventuali interventi aggiuntivi. • Ove si disponga dell'applicazione dedicata, il lavoro aggiuntivo viene spiegato e preventivato con un video o una foto da inviare al Cliente.
3	Richiesta del consenso del Cliente prima di eseguire gli interventi aggiuntivi individuati in officina • Il Tecnico comunica i risultati dei controlli al Capo Officina/Acceptatore mediante la Checklist di ispezione completa relativa agli interventi di manutenzione o non di manutenzione e il supporto video o fotografico, se disponibile. • L'Accettatore valuta tali interventi, verifica la disponibilità dei ricambi, il carico di lavoro dell'officina e l'eventuale impatto sulla data di consegna prevista. • L'Accettatore contatta il Cliente per informarlo sugli interventi aggiuntivi da eseguire (tenendo conto degli anni del veicolo e delle offerte promozionali) e su una eventuale nuova data di riconsegna. • Se disponibile, il contatto avviene tramite l'applicazione dedicata con invio al Cliente del video/delle foto e del preventivo per l'intervento. • La conferma scritta del Cliente deve tassativamente essere ricevuta via SMS, e-mail o tramite applicazione dedicata. • Dopo aver ricevuto il consenso, il Capo Officina e il Tecnico ne sono informati tempestivamente. • In caso di disaccordo da parte del Cliente, l'intervento aggiuntivo viene menzionato nella Checklist di ispezione completa e dettagliato nei lavori futuri da pianificare.

07 | LAVORI IN OFFICINA E CONSENSO DEL CLIENTE PER I LAVORI AGGIUNTIVI

4 Interventi eseguiti in conformità alle procedure Maserati

- Se necessario, il Capo Officina mette a disposizione del Tecnico e gli illustra le procedure di intervento Maserati.
- Le impostazioni dei sistemi infotainment non devono essere modificate durante l'intervento (a meno che tali sistemi non ne siano interessati).
- Se necessario, il Tecnico deve compilare il documento di supporto e gli avvisi del Costruttore (Rapporto di incidente, Avviso di sicurezza).
- Il Tecnico compila il documento Checklist di ispezione completa e informa il Capo Officina del termine dell'intervento.
- Il Capo Officina o il Tecnico dedicato effettuano la prova su strada, se necessario, e il controllo qualità.

5 Controllo qualità effettuato secondo lo Standard Operativo "Controllo qualità prima della riconsegna del veicolo"

- Deve essere eseguito al termine dell'intervento.

Documenti di supporto: [Standard Operativi 8. CONTROLLO QUALITÀ PRIMA DELLA RICONSEGNA DEL VEICOLO](#)

6 Lavaggio del veicolo dopo il controllo qualità

- Tranne nel caso in cui il Cliente abbia espresso il proprio disaccordo sull'ordine di riparazione, subito dopo l'esecuzione del controllo qualità il veicolo viene lavato (lavaggio esterno e pulizia degli interni).
- L'Accettatore (SA) viene informato non appena il veicolo è pronto per essere riconsegnato nei tempi concordati
- Il veicolo viene parcheggiato nell'area di consegna nel senso di marcia e, se i teli copriauto sono deteriorati, vengono sostituiti.

08 | CONTROLLO QUALITÀ PRIMA DELLA RICONSEGNA DEL VEICOLO

Vantaggi standard

- **Cliente:** evitare ritorni in officina per difetti di esecuzione. Ottenere la riparazione del veicolo in modo corretto e conforme alla richiesta di primo ingresso.
- **Concessionaria:** identificare e correggere eventuali non-qualità prima della riconsegna. Evitare rientri in officina. Ridurre le perdite in termini di margini di guadagno. -> FRFT (Risoluzione dell'inconveniente al primo ingresso).

Principali funzioni interessate: Aftersales Manager, Tecnico, Addetto al controllo qualità.

1 Auto-valutazione e controllo qualità

1° livello di controllo qualità:

- Auto-valutazione da parte del tecnico durante gli interventi, con formalizzazione sull'Ordine di lavoro (controllo di ogni riga di lavoro in base all'etichetta) e sulla Checklist di controllo completo della vettura.

2° livello di controllo qualità:

- Controllo qualità effettuato da un addetto incaricato dall'Aftersales Manager (es: il Capo officina...).
- Controllo qualità formalizzato sull'Ordine di lavoro e sulla checklist di controllo rapido della del veicolo, che illustra in dettaglio i controlli: documentali, statici e dinamici.
- Il controllo qualità deve essere eseguito verificando l'ordine di lavoro, l'intero veicolo e non solo la riparazione effettuata, la documentazione consegnata al ricevimento. Al momento della riconsegna al Cliente, la vettura deve essere in perfetto stato.

In caso di rilavorazione:

- L'Addetto al controllo qualità richiede al tecnico che ha operato in precedenza sul veicolo di eseguire la correzione, tranne in caso di sovraccarico di lavoro o di livello di competenza non adeguato di quest'ultimo
- la soluzione (patch) e la causa principale sono formalizzate in una scheda per definire un piano d'azione, secondo necessità.

08 | CONTROLLO QUALITÀ PRIMA DELLA RICONSEGNA DEL VEICOLO

2 Controllo qualità per ogni tipo di intervento		
Manutenzione/manutenzione		
	Documenti da utilizzare: • Tecnico → Elenco di controllo completo per l'ispezione • Addetto al controllo qualità → Ordine di lavoro e Checklist Controllo Qualità	Frequenza dei controlli qualità: • 100% degli interventi
Diagnosi/Altri interventi		
	Documenti da utilizzare: • Addetto al controllo qualità → Elenco di controllo al ricevimento del veicolo + bilancio di diagnosi + ambito della riparazione + Ordine di lavoro e Checklist Controllo Qualità	Frequenza dei controlli qualità: • 100% degli interventi
Carrozzeria		
	Documenti da utilizzare: • Tecnico → Modulo di controllo costante degli interventi • Addetto al controllo qualità -> Ordine di lavoro e Checklist Controllo Qualità	Frequenza dei controlli qualità: • 100% degli interventi
Il Capo officina deve verificare l'operato del proprio personale eseguendo un controllo qualità supplementare sul 5% delle vetture riparate.		

Documenti di supporto: [Checklist Controllo Qualità](#)

3 Monitoraggio dei controlli qualità		
A cura dell'Aftersales Manager. Monitorare giornalmente gli indicatori di qualità Verificare alcuni file per assicurarsi che il processo di controllo qualità sia attuato ed efficace. Ricordare che il 100% delle riparazioni del veicolo deve essere sottoposto al controllo qualità.		
	Documenti da utilizzare per le verifiche: • Cartelle complete	Frequenza dei controlli qualità: • Minimo 2/settimana su veicoli già sottoposti a controllo
Garantire il monitoraggio dei rientri in officina e delle rilavorazioni definendo piani d'azione con follow-up, che consentano di eliminare la ricorsività.		

09 | TRATTAMENTO PREVENTIVO DELLE NON-QUALITÀ IN AFTERSALES

A livello di Brand, gli interventi effettuati nella rete e presso i centri di riparazione sono monitorati attraverso l'indicatore di qualità FRFT (Fix Right First Time - Risoluzione dell'inconveniente al primo ingresso).

Vantaggi standard

- **Cliente:** evitare ritorni in concessionaria per un intervento eseguito in modo non ottimale. Ottenere la riparazione del veicolo in modo corretto e conforme alla propria richiesta al primo ingresso.
- **Concessionaria:** evitare situazioni di non conformità alla qualità in Aftersales, identificando le cause principali in caso di rilavorazione o di rientro in officina e definendo opportuni piani d'azione. -> Risoluzione dell'inconveniente al primo ingresso (Fix Right First Time).

Principali funzioni interessate: Aftersales Manager e il suo team.

1

Monitoraggio costante dell'indicatore FRFT

- In qualità di responsabile Aftersales:
- Valuto il mio indicatore FRFT settimanale e analizzo il posizionamento della concessionaria rispetto agli obiettivi che mi sono stati assegnati
 - Prendo visione dei commenti dei Clienti per gli interventi non completati con esito positivo al primo ingresso.

Documenti di supporto: [Rischi principali dei rientri in officina nel Customer Journey Aftersales](#)

2

Identificazione e correzione della causa principale in caso di "rilavorazione" o "rientro in officina"

- In qualità di responsabile Aftersales:
- Vengo sistematicamente informato di un rientro in officina in conformità con lo Standard Operativo Aftersales "Rientro in officina".
 - Per ogni rientro in officina o rilavorazione, provvedo personalmente o chiedo a un responsabile designato (Capo officina o Addetto al controllo qualità) di:
 - Aprire una scheda di tracciamento delle attività di rilavorazione e dei rientri in officina.
 - Impostare le priorità di gestione delle rilavorazioni o dei rientri in officina attuando azioni correttive.
 - Dispongo degli elementi che mi consentono di identificare le anomalie, le loro soluzioni e le cause che le hanno determinate.
 - Le schede di tracciamento delle attività di rilavorazione e dei rientri in officina sono raccolte settimanalmente in una cartella di lavoro.
 - La classificazione delle schede tiene conto della priorità delle cause in base ai criteri di:
 1. Frequenza
 2. Gravità.
 - Analizzo il problema per individuare la causa principale delle rilavorazioni/rientri in officina più ricorrenti e/o di maggiore gravità e la formalizzo.

Documenti di supporto: [Scheda di tracciamento delle attività di Rilavorazione e dei Rientri in officina](#)
[Scheda illustrativa del metodo dei 5 Perché](#)
[Applicazione del metodo dei 5 Perché:](#)
<https://www.youtube.com/watch?v=N7cR2gArCFE>

09 | TRATTAMENTO PREVENTIVO DELLE NON-QUALITÀ IN AFTERSALES

3 Definizione e attuazione di piani d'azione preventivi

- Almeno una volta al mese, in qualità di Responsabile Aftersales:
- Approfondisco l'analisi attraverso le schede di tracciamento delle attività di rilavorazione e dei rientri in officina
 - Definisco piani d'azione per le cause ricorrenti o ad alto impatto sul Cliente
 - Verifico l'efficacia dei piani d'azione:
 - Mi assicuro che i problemi individuati non si ripresentino
 - Monitorando il miglioramento dei risultati conseguiti in termini di qualità.

Documenti di supporto: [Follow-up dei Piani d'azione FRFT](#)

4 Monitoraggio dei piani d'azione e condivisione dei risultati

- In qualità di responsabile Aftersales organizzo:
- Un briefing quotidiano relativi alla qualità nella prima mattinata, della durata di 5-10 minuti, con il personale d'officina al completo.
 - Una riunione settimanale dedicata ai piani d'azione con il Capo Officina o l'Addetto al controllo qualità e l'Accettatore ,in cui condividere:
 - nuovi piani d'azione
 - Il follow-up dei piani d'azione in corso, fino alla loro chiusura.
 - Una riunione mensile per commentare i risultati relativi alla qualità con l'Operatore addetto alle Prenotazioni, l'Accettatore, l'Addetto al controllo qualità e il Capo officina.
 - Ogni 3 mesi, una riunione di sintesi sui risultati con il personale Aftersales al completo.

Documenti di supporto: [Tabella di tracciamento dei rientri e delle rilavorazioni](#)

10 | SPIEGAZIONE DEI LAVORI E RICONSEGNA

Vantaggi standard

- **Cliente:** accoglienza e ricevimento all'orario previsto da parte dell'Accettatore in totale serenità, ricevendo spiegazioni sull'intervento e consigli sulla manutenzione.
- **Concessionaria:** accoglienza dei Clienti in condizioni ottimali, garanzia di soddisfazione e fidelizzazione, e programmazione della successiva visita del Cliente.

Principali figure professionali interessate: Accettatore (SA).

1 Preparazione della documentazione di riconsegna prima dell'arrivo del Cliente da parte dell'Accettatore

- Preparare la documentazione comprensiva di:
 - ✓ Ordine di lavoro e fattura pro-forma a supporto della spiegazione dell'intervento e dei costi
 - ✓ Checklist di ispezione completa, registro degli interventi di manutenzione aggiornato e timbrato (se si tratta di manutenzione), consigli per lavori futuri (per altri interventi)
 - ✓ Controlli e risultati richiesti, se pertinente
 - ✓ Manuali di istruzioni per gli accessori venduti, se pertinente
- Calcolo degli interventi da pianificare e stampa del preventivo per il Cliente, tenendo conto degli anni e del chilometraggio del veicolo, per un'offerta adeguata.

2 Conferma dell'appuntamento per la riconsegna al Cliente

- Confermare al Cliente l'ora di riconsegna (telefono, e-mail, SMS) e garantire la presenza del Capo Officina, se necessario.

3 Accoglienza del Cliente

- Accogliere il Cliente all'ora prevista per l'appuntamento, al suo arrivo, in presenza del Capo Officina o dell'Aftersales Manager, secondo necessità.
- In caso di periodi di intensa attività, potenziare il personale attraverso procedure interne.

4 Consegna e ispezione del veicolo di cortesia, se necessario

- Effettuare un giro d'ispezione del veicolo insieme al Cliente (risolutivo di eventuali questioni) assicurandosi che la soluzione di mobilità soddisfi le sue aspettative.
- Rilevare il livello del carburante e/o il livello di carica della batteria di trazione e il chilometraggio, quindi apporre la propria firma e far firmare al Cliente il contratto di noleggio.
- Inoltare le informazioni sulla consegna al responsabile delle soluzioni di mobilità per l'aggiornamento dell'agenda.

Documenti di supporto: [Offerta di mobilità: Accoglienza del Cliente e riconsegna](#)

10 | SPIEGAZIONE DEI LAVORI E RICONSEGNA

5 | Spiegazione e valutazione del lavoro svolto

- Spiegare in dettaglio i lavori eseguiti utilizzando i documenti pertinenti.
- Convalidare la garanzia dell'intervento, il lavoro eseguito da Maserati e/o dal Concessionario (compreso il lavaggio).
- Convalidare i controlli effettuati in relazione all'intervento, alla sicurezza e al corretto funzionamento del veicolo.
- Se necessario e opportuno, convalidare l'eliminazione del difetto con il Cliente.
- Verificare con il Cliente la conformità della fattura pro-forma rispetto all'ordine di lavoro.
- Evidenziare le riparazioni che il Cliente non ha accettato e inserirle in fattura (in particolare se hanno un impatto sulla sicurezza del veicolo).
- Stampare quindi la fattura finale con tutti i contenuti o la distinta d'intervento.

6 | Consulenza al Cliente sul veicolo e suggerimenti in merito a servizi aggiuntivi

- Fornire al Cliente consulenza sugli interventi da pianificare e sulla futura manutenzione del suo veicolo, nonché una valutazione per eventuali interventi futuri in base agli anni del veicolo e alle offerte promozionali.
- Fornire il Certificato di Qualità Maserati ai Clienti MC20.
- Proporre la garanzia estesa e/o i programmi di manutenzione (se applicabile)
- Promuovere prodotti come ruote complete, protezione antisceggiatura, mantenitori di carica della batteria.
- Proporre il download dell'App Maserati
- Informare il Cliente della disponibilità del numero di telefono del Servizio di Assistenza Clienti Maserati, e del fatto che sarà contattato telefonicamente da parte della Concessionaria entro 4 giorni, e successivamente via e-mail da Maserati entro 5 giorni, per assicurarsi del suo livello di soddisfazione.*

*a seconda della Regione.

Documenti di supporto: [Scheda metodologica della Exit Interview](#) / [Tabella Exit Interview Follow up](#)

7 | Accompagnare il Cliente al suo veicolo, ringraziandolo e assicurandosi che sia soddisfatto

- Mentre si accompagnano i Clienti verso il proprio veicolo, ringraziarli per aver visitato la Concessionaria e chiedere loro se hanno qualche suggerimento da offrire per aiutare la Concessionaria a migliorare in futuro i servizi forniti ai Clienti stessi o ai loro amici e familiari.
- Rimuovere i teli copri-auto davanti al Cliente.
- Dopo la partenza del Cliente, indicare il suo livello di raccomandazione su un foglio di consolidamento giornaliero e indicare la causa dell'eventuale insoddisfazione per condividerla con l'Aftersales Manager.

11 | RICONCATTO DEL CLIENTE A SEGUITO DI INTERVENTO

Vantaggi standard

- **Cliente:** sentirsi considerato e godere di un rapporto continuativo e privilegiato con il concessionario. Avere l'opportunità di esprimere il proprio livello di soddisfazione.
- **Concessionaria:** individuare i Clienti insoddisfatti. Trasformare l'insoddisfazione in un'opportunità per dimostrare la propria professionalità. Individuare le cause ricorrenti per migliorare il servizio.

Principali funzioni interessate: Accettatore

1

Contatto con il Cliente entro 4* giorni (* in base alle regola di business NPS specifica per la Regione)

- Contattare telefonicamente tutti i Clienti:
 - Entro 4* giorni con indicazioni da parte del concessionario (fortemente raccomandato) o del fornitore esterno di servizi
 - Per i rientri in officina, esclusivamente a cura dell'After-sales Manager della concessionaria.
 - Dopo 3 contatti telefonici infruttuosi in momenti diversi della giornata, registrare un messaggio vocale o inviare un SMS/mail.
- Contatto con il Cliente utilizzando:
 - La "Tabella di tracciamento ricontatti del Cliente a seguito di intervento", che include:
 - Elenco dei Clienti da contattare (se effettuato da fornitore esterno, dall'elenco devono essere rimossi i rientri in officina e deve contenere tutte le informazioni che consentono un approccio personalizzato - data e tipologia dell'intervento, parti sostituite, nome dell'Accettatore, fornitura di un veicolo sostitutivo o del servizio di Pick-up & Delivery,...),
 - Data e ora dei contatti, commenti del Cliente, soluzioni e risposte fornite al Cliente.
 - Scheda Cliente, che consente di preparare al meglio la telefonata tenendo conto del tipo di intervento effettuato (se il contatto è avvenuto da parte della concessionaria).

Documenti di supporto: [Scheda metodologica per il Ricontatto dopo l'intervento](#)
[Tool di monitoraggio dei ricontatti dopo l'intervento](#)

2

Trattamento personalizzato entro un giorno lavorativo (D+ 1) per ogni insoddisfazione

- In caso di insoddisfazione del Cliente formalizzata via e-mail, social network, etc,...:
 - Viene identificata la cartella del Cliente ed esaminati gli ultimi interventi;
 - Prima di effettuare la telefonata, con l'After-sales Manager vengono analizzate una o più risposte/soluzioni, se necessario;
 - In caso di reclami via social network, per preservare l'e-reputation, viene fornita una risposta scritta con riferimento allo scambio telefonico con il Cliente. La risposta deve essere cortese, rispettosa e concreta, ringraziando il Cliente per la sua fiducia.
- Per l'insoddisfazione identificata nella scheda strumento "Tabella di tracciamento ricontatti del Cliente a seguito di intervento" il giorno precedente, l'After-sales Manager:
 - Consulta le schede Clienti e gli interventi interessati
 - Considera una o più risposte/soluzioni
 - Contatta telefonicamente il Cliente con l'obiettivo di ristabilire il suo livello di soddisfazione, in modo che ci raccomandi
- Viene aggiornata la «tabella di tracciamento e analisi dei contatti».

Documenti di supporto: [Script per il Ricontatto telefonico del cliente a seguito di Intervento](#)

11 | RICONCATTO DEL CLIENTE A SEGUITO DI INTERVENTO

3 Ricontatto del Cliente a seguito di intervento da parte dell'Aftersales Manager

- Assicurarsi che i contatti si svolgano regolarmente a seguito di interventi interni o esterni e che siano debitamente registrati nella Tabella di monitoraggio e analisi dei contatti. I principali indicatori da seguire sono:
 - Numero di contatti effettuati
 - Numero di contatti andati a buon fine
 - Commenti dei Clienti desunti dai sondaggi sulla qualità
- Questo follow-up deve essere condiviso almeno ogni 15 giorni durante le riunioni con l'Operatore addetto alle Prenotazioni e/o l'Accettatore.
- Eventuali scostamenti dovranno essere corretti.

12 | RIENTRI IN OFFICINA

Vantaggi standard

- **Cliente:** ripristinare la fiducia del Cliente.
- **Concessionaria:** recuperare la soddisfazione del Cliente, costruire un'immagine professionale, evitare il degrado del Brand, ridurre le perdite in termini di margini di guadagno.

Principali funzioni interessate: Accettatore, Aftersales Manager.

1 Identificazione dei rientri in officina in fase di prenotazione dell'appuntamento

- Appuntamento proposto entro 2 giorni lavorativi e identificato come rientro in officina nel programma di accettazione.
- Il Responsabile Aftersales viene sistematicamente informato di ogni rientro in officina.

2 Identificazione delle schede "Rientro in officina" in accoglienza e in officina

L'identificazione delle schede "rientro in officina" in accettazione consiste almeno in:

- Un'indicazione visiva sull'ordine di lavoro (scheda colorata, etichetta, timbro specifico, ...)
- Una cartellina di colore specifico per l'officina contenente la documentazione completa.
- Le schede di "rientro in officina" sono identificate visivamente nell'agenda d'officina.

3 Identificazione dei veicoli di rientro in officina

Durante l'ispezione del veicolo da parte dell'Accettatore, viene apposto un contrassegno specifico sul veicolo per evidenziare il rientro in officina (cartellino su specchio retrovisore, flag, ecc.).

Questo contrassegno deve essere rimosso dopo il controllo qualità prima della riconsegna del veicolo al Cliente.

4 Esecuzione accurata dell'intervento sul veicolo di rientro in officina

In officina, la risoluzione è:

- Supervisionata dal Capo officina o dall'Addetto al controllo qualità
- Soggetta a controllo qualità sistematico prima della riconsegna a cura di un responsabile autorizzato dall'Aftersales Manager.

Prima della riconsegna del veicolo, fare riferimento allo [Standard Operativo Aftersales n. 8 Controllo qualità](#)

5 Riconsegna e spiegazione dettagliata al Cliente del lavoro eseguito

- A cura dell'Accettatore e, per i casi critici, dell'Aftersales Manager.
- Effettuare una prova su strada con il Cliente, secondo necessità, per la convalida della risoluzione adottata.

12 | RIENTRI IN OFFICINA

6	Monitoraggio e follow-up dei rientri in officina rispetto ai piani d'azione elaborati
	Follow-up settimanale con Addetto al controllo qualità, Capo officina e Accettatore per condividere: • Rientri in officina e aggiornamenti settimanali con identificazione delle cause principali e delle ricorsività • Follow-up dei piani d'azione in corso fino a conclusione • Analisi degli indicatori chiave (indagine qualitativa, percentuale di rientri in officina, ore non fatturate, ...).

Questo monitoraggio è particolarmente dettagliato nello [Standard Operativo n. 9 Trattamento preventivo delle non conformità alla qualità in Aftersales](#).

13 | GESTIONE LEAD

Vantaggi standard

- **Cliente:** reattività della Concessionaria in relazione alla richiesta del Cliente. Qualità delle risposte.
- **Concessionaria:** migliorare la qualità dei contatti trasmessi all'Operatore prenotazioni, all'Accettatore e al personale addetto ai ricambi. Aumentare gli inserimenti Aftersales a seguito delle richieste dei Clienti.

Principali figure professionali interessate: Aftersales Manager.

1	Assegnazione di un Lead appena ricevuto in base alla categoria
	• Sotto la sua diretta responsabilità, l'Aftersales Manager assegna i Lead mediante uno strumento di elaborazione dedicato o manualmente ai delegati in grado di fornire una risposta: ✓ Viene individuato e nominato un sostituto per l'assegnazione dei Lead in caso di assenza dell'Aftersales Manager. ✓ L'Aftersales Manager definisce una regola per l'assegnazione dei Lead e la comunica a tutte le parti interessate. • In caso di utilizzo dello strumento di elaborazione dei Lead, vengono inseriti gli indirizzi e-mail dell'Aftersales Manager, del sostituto e/o dei delegati (avviso per l'assegnazione di un Lead). Lo strumento viene debitamente configurato e aggiornato.
2	Preparazione del contatto con il Cliente da parte del responsabile incaricato di rispondere alla richiesta di un Lead
	• Rispettare le seguenti condizioni: ✓ Tipologia della richiesta del Cliente ✓ Storia del Cliente con Maserati (record del Cliente nel database), ✓ Consenso del Cliente al trattamento dei propri dati personali (secondo le normative vigenti a livello locale). ✓ Presenza di un contratto di assistenza per il veicolo del Cliente, se è noto il VIN. • Disporre di: ✓ Calendario degli appuntamenti Aftersales e pianificazione del carico di lavoro dell'officina, ✓ Tutti gli elementi che consentono di rispondere alla richiesta del Cliente.

Documenti di supporto: [Gestione Lead: Esempio di Script telefonico](#)

3	Contatto del Cliente entro 1 giorno dopo il ricevimento del Lead da parte dell'incaricato alla risposta.
	In ordine di priorità, il contatto con il Cliente sarà: • Telefonico ✓ Se la prima chiamata non va a buon fine, lasciare un messaggio vocale per informare il Cliente che la richiesta è in fase di valutazione e che sarà nuovamente ricontattato telefonicamente. • Per e-mail ✓ Dopo 3 tentativi di contatto infruttuosi in momenti diversi entro un periodo di 48 ore lavorative, inviare una email ✓ Se il numero di telefono del Cliente non è disponibile, inviare una e-mail.

Documenti di supporto: [Esempio di testo di Messaggio vocale / Esempio di testo di Email](#)

13 | GESTIONE LEAD

4

Tracciabilità di tutti i contatti con i Clienti

Esiste un sistema di tracciabilità di tutti i contatti con i Clienti. Per ciascun Lead assegnato, l'incaricato alla risposta fornirà una tabella di tracciamento e analisi dei contatti del Cliente contenente:

- Data e ora dei contatti
- Commenti del Cliente e soluzioni o risposte fornite al Cliente nel corso dei contatti.

Documenti di supporto: **Tabella di tracciamento ricontatti del Cliente**: solo per i mercati in cui non è disponibile Salesforce (SFDC)

5

Tracciamento e monitoraggio dei Lead da parte dell'Aftersales Manager

Verificare su base giornaliera che tutti i Lead siano elaborati o in corso di elaborazione utilizzando:

- Lo strumento Salesforce
- Tabella riepilogativa accessibile dallo strumento di elaborazione Lead, se presente
- Report di monitoraggio delle attività con indicatori "tipo di contatto", "numero di contatti", "velocità di elaborazione entro 1 giorno lavorativo", "percentuale di appuntamenti fissati", etc. a supporto del monitoraggio, della condivisione e della gestione dei principali indicatori, in occasione di incontri settimanali e/o mensili con l'Accettatore.

14 | PROMOZIONE DELLA GAMMA DI ACCESSORI

Vantaggi standard

- **Cliente:** prendere visione degli accessori Maserati. Essere informato sugli accessori disponibili per il veicolo ordinato o posseduto e sui prezzi applicati. Ricevere il veicolo alla consegna/riconsegna completo di tutti gli accessori ordinati e installati.
- **Concessionaria:** aumentare la vendita di accessori, promuovere l'attività Aftersales.

Principali figure professionali interessate: Personale del reparto ricambi, Accettatore.

1	Designazione del Personale del reparto ricambi	• Il personale del reparto ricambi dispone di una descrizione della mansione. • Il personale del reparto ricambi gestisce le varie azioni descritte in questo standard, in collaborazione con l'Accettatore
2	Elenco degli accessori da promuovere	• Elencare gli accessori per ogni modello della gamma, con il prezzo comprensivo di installazione e IVA • In magazzino è presente almeno un esemplare di ciascun accessorio riportato nell'elenco. • Ogni venditore, responsabile e CS è in possesso dell'elenco degli accessori selezionati.
3	Elenco degli accessori da esporre da parte del Personale del Reparto Ricambi	• In arredi/vetrine, su veicoli da esposizione e sul sito web della Concessionaria. • Elenco per veicoli in lancio, stagionalità (estate/inverno) e promozioni in corso.
4	Implementazione dei mezzi di comunicazione	• Presentazione video della gamma di accessori e animazioni web su schermi (TV, cornice digitale, internet) nello showroom e all'accoglienza Aftersales. • Brochure su espositori self-service.
5	Accessori da esporre in fixture/ vetrine (secondo le indicazioni CI Maserati)	• Nello showroom. • Presso l'accettazione Aftersales. • Nell'area di riconsegna dei veicoli • Arredi puliti (senza polvere o impronte) e ben riforniti.
6	Esposizione di almeno un veicolo accessoriatato nello showroom	• Accessori adatti alla stagione. • Accessori complementari a quelli esposti nelle fixture/ vetrine.

14 | PROMOZIONE DELLA GAMMA DI ACCESSORI

7	Monitoraggio mensile delle vendite di accessori
---	--

- Le vendite di accessori devono essere aggiunte come KPI specifico ed evidenziate nei report o nelle presentazioni di ogni revisione mensile interna dell'attività con Responsabili Aftersales, Vendite, personale del Reparto ricambi e Responsabile Ricambi.
- Indicatori da seguire: fatturato degli accessori e/o fatturato degli accessori per nuove vendite.

15 | TOUR DELL'AFTERSALES MANAGER

Vantaggi standard

- **Cliente:** essere ricevuto in un punto vendita pulito, ordinato, sicuro e organizzato.
- **Concessionaria:** verificare che la Concessionaria sia in ordine funzionale (pulizia, stoccaggio, organizzazione) e che vengano applicati gli Standard Operativi. Garantire l'applicazione di eventuali misure sanitarie rafforzate. Non perdere di vista gli oggetti di uso quotidiano da tempo non più considerati, ma immediatamente visibili dai Clienti.

Rilevare eventuali difformità non appena si verificano e intervenire adeguatamente. Informare e sensibilizzare tutto il personale presente sulle aree che devono essere tenute sotto costante controllo. Creare una disciplina interna ai team che, attraverso la ripetitività, generi autonomia nella gestione delle differenze da parte dei collaboratori.

Principali figure professionali interessate: Aftersales Manager.

1

Tour dell'Aftersales Manager svolto almeno una volta alla settimana dalla prospettiva del Cliente

- Garantire la pulizia, l'ordine, la sicurezza e la corretta organizzazione dell'area Aftersales della Concessionaria, anche in caso di misure sanitarie rafforzate.
- Il tour dell'Aftersales Manager include sistematicamente, come minimo, il controllo delle aree accessibili o visibili ai Clienti o interessate da uno Standard Operativo Aftersales.
 - Accoglienza del Cliente presso la Concessionaria:
 - ✓ Segnaletica esterna chiara e visibile
 - ✓ Parcheggio per gli ospiti, compreso il Terminal Service 24/7, se disponibile
 - ✓ Accoglienza Aftersales con area d'attesa per i Clienti pulita e ordinata
 - ✓ Opuscoli e altre offerte aggiornate
 - ✓ Servizi sanitari per Clienti e dipendenti puliti e perfettamente efficienti
 - ✓ Badge per tutto il personale a contatto con i Clienti.
 - Walk around con il Cliente durante l'accoglienza:
 - ✓ Area esaminata pulita e sgombra
 - ✓ Veicoli ricevuti identificati e protetti da teli copriauto.
 - In officina:
 - ✓ Stazioni di lavoro pulite e modulari
 - ✓ Il personale indossa i dispositivi di protezione individuale appropriati e abbigliamento da lavoro pulito
 - ✓ Veicoli identificati e protetti da teli copriauto
 - ✓ Impianti di aspirazione dei gas di scarico in uso per i veicoli interessati
 - ✓ Terminali di carico accessibili e funzionali
 - ✓ Raccolta e smaltimento dei rifiuti organizzati e operativi.
 - Parcheggi per le vetture di back-office:
 - ✓ Parco veicoli dei Clienti pulito e ordinato. Veicoli identificati e protetti
 - ✓ Veicoli di cortesia puliti e veicoli interessati al loro posto.
- Possibilità di verificare la conformità a tutti gli Standard Operativi Aftersales presso la Concessionaria e qualsiasi altro punto di vigilanza identificato.

Documenti di supporto: **Maschera per il tour dell'Aftersales Manager (PPT + EXCEL) / LAVORI IN CORSO**

15 | TOUR DELL'AFTERSALES MANAGER

2 Gestione delle non conformità riscontrate durante il tour dell'Aftersales Manager

- Identificare ogni difformità rilevata mediante foto e/o post-it.
- Indicare la data di completamento del tour (1) e le "difformità" in una tabella dedicata corredata da foto e/o post-it.
- Analizzare ed esaminare ogni singola difformità:
 - Individuare le cause alla base dell'anomalia e registrarle nella casella "cause della difformità" in una tabella dedicata
 - Identificare e registrare le azioni correttive nella casella "Azioni correttive" in una tabella dedicata.
- Analizzare le problematiche ricorrenti per eliminarne le cause.
- Determinare un punto di avanzamento/revisione per le azioni correttive e preventive 1 volta/settimana.
- Cancellare il post-it e/o la foto della difformità rilevata se:
 - la situazione di riferimento è permanentemente ripristinata
 - la difformità rilevata viene monitorata attraverso la sua integrazione nello Standard Operativo esistente della Concessionaria o attraverso la creazione di un nuovo Standard Operativo.

Documenti di supporto: [Esempio di maschera \(PPT + EXCEL\) per il tour dell'Aftersales Manager / LAVORI IN CORSO](#)

16 | CREARE E GESTIRE IL PARCO VEICOLI SOSTITUTIVI

Vantaggi standard

- **Cliente:** possibilità di riservare un veicolo di cortesia al momento della prenotazione di un appuntamento, per poterne disporre il giorno stesso della consegna del veicolo. Beneficiare di una visibilità immediata sull'offerta e sui prezzi dei "Veicoli di cortesia" proposti dalla Concessionaria.
- **Concessionaria:** soddisfare le esigenze di mobilità dei Clienti. Gestire in modo professionale il parco dei veicoli di cortesia. Convalidare l'offerta dei veicoli di cortesia con i Clienti.

Principali figure professionali interessate: Aftersales Manager, Responsabile vendite veicoli nuovi.

1	Creazione o rinnovo del parco veicoli sostitutivi da parte del Responsabile Vendite • Tenendo conto della policy commerciale e finanziaria di Maserati. • Attraverso lo scambio con l'Aftersales Manager per definire i veicoli adatti al tipo di clientela Aftersales della Concessionaria (Clienti privati, aziende, artigiani, ...) • Predisposizione amministrativa (inserimento nel parco veicoli di cortesia, immatricolazione, assicurazione, ...), tecnica ed estetica • Organizzazione della gestione del parco e dell'eventuale riparazione dei veicoli di cortesia.
2	Gestione operativa del parco dei veicoli sostitutivi Individuazione di un responsabile per la gestione del parco veicoli di cortesia. Le sue mansioni principali sono: • Aggiornamento del parco veicoli di cortesia negli strumenti degli Accettatori • Gestione quotidiana del parco con follow-up dello stato del parco e della sua rotazione programmata (manutenzione, chilometraggio, età, riparazione, ...), gestione dei contratti di noleggio/leasing, segnalazione e monitoraggio di eventuali reclami e multe,...
Documenti di supporto Esempio di tabella di gestione parco veicoli sostitutivi	
3	Monitoraggio del parco veicoli sostitutivi Utilizzando un dashboard mensile, il responsabile del parco veicoli di cortesia tiene traccia di: • Aggiornamento dell'elenco dei veicoli in base alle entrate e alle uscite • Frequenza e durata di utilizzo per ogni veicolo (numero di giorni di uscita/numero di giorni lavorativi) • Fatturazione (giorni fatturati/giorni lavorativi) e rapporto costi/benefici • Fondi di accantonamento per le spese e costi di proprietà (ammortamento, carburante, lavaggio, riparazioni...).

16 | CREARE E GESTIRE IL PARCO VEICOLI SOSTITUTIVI

4 Veicoli sostitutivi facilmente accessibili e pronti all'uso

- I veicoli di cortesia sono parcheggiati in un'area dedicata.
- Le chiavi sono opportunamente identificate e conservate in un luogo sicuro.
- I veicoli sono puliti (esterni e interni) e non contengono effetti personali.
- Il rifornimento di carburante e/o la carica della batteria sono ripristinati secondo necessità.
- Ogni veicolo è dotato di un raccoglitore contenente: il libretto d'uso e manutenzione, i certificati di immatricolazione e di assicurazione in corso di validità (o copie), il numero di telefono dell'assistenza, il verbale di incidente (constatazione amichevole), i documenti e i dispositivi di sicurezza richiesti dalla legislazione locale (per esempio, il kit di sicurezza),... Nel caso di veicoli a basse emissioni, un cavo per la ricarica della batteria di trazione.

5 Comunicazione sui veicoli sostitutivi in servizio

- Il team Aftersales è in grado di promuovere la disponibilità o informare il Cliente sull'utilizzo e sulle condizioni dei veicoli di cortesia.

17 | SERVIZIO PICK UP & DELIVERY

Vantaggi standard

- **Cliente:** offerta di servizi esclusivi per i Clienti. Facilità di organizzazione, risparmio di tempo e esperienza Aftersales serena e senza vincoli.
- **Concessionaria:** acquisire nuovi Clienti e contribuire a costruire la sua immagine come centro di riparazione autorizzato Maserati.

Principali funzioni interessate: Operatore Pick-up & Delivery

1 Offerta obbligatoria del servizio Pick-up & Delivery nelle sue diverse forme e di altre soluzioni di mobilità in fase di prenotazione dell'appuntamento

Se il Cliente opta per il servizio di Pick-up & Delivery, l'operatore incaricato di fissare l'appuntamento si assicura che:

- Gli interventi sul veicolo non necessitano di diagnosi o di eseguire il test drive con il Cliente
- L'indirizzo fornito dal Cliente si collochi nell'area geografica definita per il servizio (indirizzo di ritiro o di riconsegna: domicilio o altra sede)
- Per la riconsegna, in caso di fattura, la modalità di pagamento sia disponibile all'indirizzo richiesto dal Cliente
- I diversi livelli dell'offerta del servizio Pick-up & Delivery siano disponibili negli orari scelti dal Cliente.

2 Preparazione del servizio di Pick-up & Delivery 48 ore prima dell'appuntamento

Viene individuato un responsabile per verificare che:

- Non vi siano modifiche relative all'appuntamento con l'Accettatore.
- La scheda Cliente sia completa (ordine di lavoro, indirizzo e tempi di percorrenza, numero di telefono cellulare del Cliente, ...)
- Il veicolo di cortesia, se richiesto dal Cliente, sia disponibile negli orari stabiliti.

3 Arrivo dell'operatore Pick-up & Delivery nel luogo concordato con il Cliente per la presa in carico il veicolo (Pick-up o Pick-up & Delivery)

- L'operatore Pick-up & Delivery prepara in anticipo il file completo e il contratto di noleggio, se il Cliente ha scelto un veicolo di cortesia.
- L'operatore Pick-up & Delivery avrà cura di anticipare la propria partenza per arrivare 5 minuti prima dell'appuntamento all'indirizzo stabilito con il Cliente.
- L'operatore Pick-up & Delivery informa il Cliente del suo arrivo tramite SMS. In caso di ritardo, chiama il Cliente per definire con lui/lei il nuovo orario di arrivo.

Documenti di supporto: [Linee guida per il servizio Pick-up & Delivery](#)

17 | SERVIZIO PICK UP & DELIVERY

4 Presa in carico del veicolo del Cliente da parte dell'operatore Pick-up & Delivery all'ora prevista nella prenotazione

- L'operatore Pick-up & Delivery si assicura che il luogo di arrivo sia sicuro per il Cliente, per se stesso e per il veicolo.
- L'operatore Pick-up & Delivery esegue l'ispezione del veicolo insieme al Cliente, con l'ausilio dell'ordine di lavoro (condizioni esterne e interne, livello del carburante, chilometri, ...), si informa se debbano essere eseguiti interventi aggiuntivi e fa firmare l'ordine di lavoro al Cliente.
- Se l'operatore Pick-up & Delivery è l'Accettatore, l'ispezione del veicolo viene effettuata secondo lo Standard Operativo Aftersales "Ispezione del veicolo in accettazione".
- Se il Cliente ha scelto un veicolo di cortesia, l'operatore Pick-up & Delivery propone anche un'ispezione di quest'ultimo, fa firmare il contratto di noleggio e assicura la consegna.
- L'operatore Pick-up & Delivery conferma al Cliente l'orario di riconsegna e si congeda cordialmente.

5 Arrivo dell'operatore Pick-up & Delivery nel luogo concordato con il Cliente per la riconsegna del veicolo (Delivery o Pick-up & Delivery).

- L'operatore Pick-up & Delivery è in possesso del fascicolo documentale completo per la riconsegna (fattura, preventivi per interventi futuri, ecc...).
- L'operatore Pick-up & Delivery avrà cura di anticipare la propria partenza per arrivare 5 minuti prima dell'appuntamento all'indirizzo stabilito con il Cliente.
- L'operatore Pick-up & Delivery informa il Cliente del suo arrivo tramite SMS. In caso di ritardo, chiama il Cliente per definire con lui/lei il nuovo orario di arrivo.

6 Riconsegna del veicolo al Cliente da parte dell'operatore Pick-up & Delivery all'ora prevista nella prenotazione

- L'operatore Pick-up & Delivery si assicura che il luogo di arrivo sia sicuro per il Cliente, per se stesso e per il veicolo.
- L'operatore Pick-up & Delivery presenta e illustra la fattura al Cliente. Il Cliente valuta con attenzione il lavoro svolto sul proprio veicolo (es. pulizia interna/esterna, se concordata con il Cliente).
- L'operatore Pick-up & Delivery incassa il pagamento, se necessario, secondo la modalità precedentemente stabilita.
- Se il Cliente ha optato per un veicolo di cortesia, l'operatore Pick-up & Delivery ne effettua l'ispezione insieme al Cliente.
- L'operatore Pick-up & Delivery prende rispettosamente congedo dal Cliente.