

# 13 | LEAD-BEARBEITUNG

## Allgemeine Vorteile

- **Kunde:** Reaktivität des Vertragshändlers in Bezug auf die Anfrage des Kunden. Qualität der Antworten.
- **Vertragshändler:** Verbesserung der Qualität der Kontakte, die an den Mitarbeiter der Anmeldung/Terminvereinbarung, den Serviceberater und das Ersatzteilpersonal übermittelt werden. Erhöhung der Aftersales-Einträge durch Kundenanfragen.

**Die wichtigsten Funktionen:** Aftersales Manager.

## 1 Zuweisung eines Leads, sobald er empfangen wurde, entsprechend der Art

- Weisen Sie unter der Verantwortung des Aftersales Managers Leads über ein Bearbeitungstool für Leads oder manuell an die beauftragte(n) Person(en) zu, die antworten können:
  - ✓ Für den Fall der Abwesenheit des Aftersales Managers wird eine Alternative für die Zuweisung zu einem Lead ermittelt und benannt.
  - ✓ Der Aftersales Manager legt eine Zuweisungsregel für Leads fest und teilt sie allen Beteiligten mit.
- Bei der Verwendung eines Tools zur Bearbeitung von Leads werden die E-Mail-Adressen des Aftersales Managers, des Stellvertreters und/oder der beauftragten Personen eingegeben (Alarm für die Zuweisung eines Leads). Das Tool ist eingerichtet und auf dem neuesten Stand.

## 2 Vorbereitung des Kundenkontakts durch die für die Beantwortung eines Leads zuständige Person

- Achten Sie auf:
  - ✓ Die Art der Anfrage des Kunden
  - ✓ Kundenhistorie bei Maserati (Kundendaten in der Datenbank),
  - ✓ Der Kunde stimmt der Verarbeitung seiner personenbezogenen Daten zu (gemäß den örtlichen Vorschriften).
  - ✓ Vorhandensein eines Servicevertrags für das Fahrzeug des Kunden, sofern die VIN bekannt ist.
- Haben Sie Folgendes zur Hand:
  - ✓ Terminplan für Aftersales und Werkstattauslastung,
  - ✓ Die nötigen Elemente, um auf die Anfrage des Kunden reagieren zu können.

Begleitendes Dokument: [Lead-Bearbeitung: Beispiel für Phone\\_Script](#)

## 3 Kontaktaufnahme mit dem Kunden innerhalb eines Tages nach dem Treffen mit dem Lead durch die zugewiesene Person.

In der Reihenfolge ihrer Priorität ist der Kundenkontakt:

- Telefonisch
  - ✓ Wenn der erste Anruf erfolglos bleibt, hinterlassen Sie eine Sprachnachricht, in der Sie den Kunden darüber informieren, dass die Anfrage geprüft wird und dass er erneut angerufen wird.
- Per E-Mail
  - ✓ Senden Sie nach 3 erfolglosen Kontaktversuchen zu verschiedenen Zeiten innerhalb von 48 Stunden eine E-Mail
  - ✓ Wenn die Telefonnummer des Kunden ungültig ist, senden Sie eine E-Mail.

Begleitende Dokumente: [Lead-Bearbeitung, Textbeispiel: Sprachnachricht / Umgang mit Leads\\_Textbeispiel – E-Mail](#)

# 13 | LEAD-BEARBEITUNG

## 4 Rückverfolgbarkeit aller Kundenkontakte

Eine Rückverfolgbarkeit aller Kundenkontakte ist vorhanden. Für jeden zugewiesenen Lead stellt die für die Reaktion zuständige Person eine Tabelle zur Verfolgung und Analyse der Kundenkontakte zur Verfügung:

- Datum und Uhrzeit der Kontaktaufnahme
- Eine wörtliche Niederschrift des Kundenkontakts und der Lösungen oder Antworten, die dem Kunden bei einem Kontakt angeboten werden.

Begleitendes Dokument: **Tabellen Kundenkontakt-Nachverfolgung** : nur für Märkte, in denen Salesforce (SFDC) nicht verfügbar ist

## 5 Aftersales Manager Nachverfolgung und Animierung von Leads

Stellen Sie täglich sicher, dass alle Leads mit einer der folgenden Methoden bearbeitet werden oder in Bearbeitung sind:

- Das Salesforce-Werkzeug
- Übersichtstabelle, falls vorhanden, aus dem Lead Processing Tool
- Bericht zur Aktivitätsüberwachung mit den Merkmalen „Art des Kontakts“, „Anzahl der Kontakte“, „Arbeitsfortschritt innerhalb von 1 Arbeitstag“, ob der Termin eingehalten wird usw.

Als Unterstützung der Überwachung, des Austauschs und der Erleichterung der wichtigsten Merkmale bei wöchentlichen und/oder monatlichen Sitzungen mit dem Serviceberater