



Proceso de GESTIÓN DE LEAD DE AFTERSALES y NUEVO MANUAL de Salesforce

Versión de noviembre de 2022

INTRODUCCIÓN

Bienvenido al **nuevo Manual** para el soporte operativo del proceso de gestión de Lead de Aftersales en Salesforce.

Para facilitar la consulta del documento, cada tema se puede seleccionar en el índice.

Desde cualquier página puede volver al índice de contenidos pulsando el símbolo  de la esquina superior derecha.



Información importante

Leyenda:



Información adicional



Consejo

Índice de contenidos

PROCESO ASLM – INTRODUCCIÓN

SALESFORCE – RESUMEN DEL PROCESO

Acceso a Salesforce

Página principal

Vistas: Asignado a concesionario

Página principal del Lead

Lead: Sección 'Detalles de contacto potencial posventa'

Lead: Sección 'Detalles de la solicitud'

Lead: Sección 'Detalles del vehículo'

Lead: Sección 'Detalles de la calificación posventa'

SLA y KPI

SLA

SLA 1 - Tiempo de primer contacto

SLA 2 - Tiempo de cualificación/gestión

SLA 3 - Lead totalmente gestionados

GESTIÓN OPERATIVA DE LOS LEAD (CÓMO HACERLO)

Acceso a Salesforce

Página principal

RESUMEN del proceso ASLM

CONTACTO CON EL LEAD

CONTACTO CON EL LEAD = KO

CONTACTO CON EL LEAD = OK

CUALIFICACIÓN DEL LEAD = KO

CUALIFICACIÓN DEL LEAD = OK

CITA = OK

CITA = KO

CONTACTAR DE NUEVO

GLOSARIO

Salesforce

Proceso de gestión de Lead

Clasificación del Lead



Proceso ASLM – INTRODUCCIÓN

El proceso de gestión de Lead Aftersales, introducido por Maserati a partir de 2020, está diseñado para:

- Mejorar la Customer Experience de los clientes de Maserati mediante el uso de herramientas digitales específicas
- Aumentar el tráfico del taller y las oportunidades de negocio para los Dealer
- Aumentar la fidelidad a la marca y la satisfacción de los Clientes



El Lead representa una **oportunidad**

El objetivo del Dealer es convertir esta oportunidad en una **venta**

La herramienta elegida para la gestión completa y la conversión de los Lead Aftersales es Salesforce, a través de la cual los Dealer de la red Maserati pueden:

- Interceptar Lead generados espontáneamente por el Cliente a través de los canales disponibles (CUSTOMER DRIVEN)
- Recibir los Lead generados centralmente por Maserati según la orientación de las campañas actuales (HQ DRIVEN)

Este manual está diseñado para proporcionar una visión general del proceso y para ayudar a los Dealers en la gestión diaria del sistema de Lead Aftersales. Consta de varias secciones que pueden consultarse por separado:

RESUMEN DEL PROCESO

GESTIÓN OPERATIVA DE LOS
LEAD (CÓMO HACERLO)

SLA y KPI

GLOSARIO



Resumen del proceso

- Acceso a Salesforce
- Vistas de Lead y navegación de herramientas
- Resumen de Lead



Acceso a Salesforce

El acceso a Salesforce debe realizarse a través de MODIS CS+, por lo que el primer paso es iniciar sesión en MODIS CS+ con sus propias credenciales:

En el menú de la izquierda, seleccione CRM SALESFORCE para acceder a la página de inicio de Salesforce.



Si tiene más de un perfil, debe seleccionar el perfil de Aftersales para continuar:

Modis Communication System

Enter your Username and Password

Username:

Password:

Login with Domain credential

Login Cancel

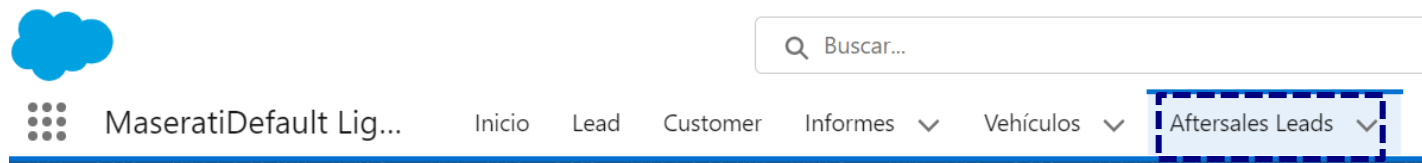
Forgot password? Reset it!



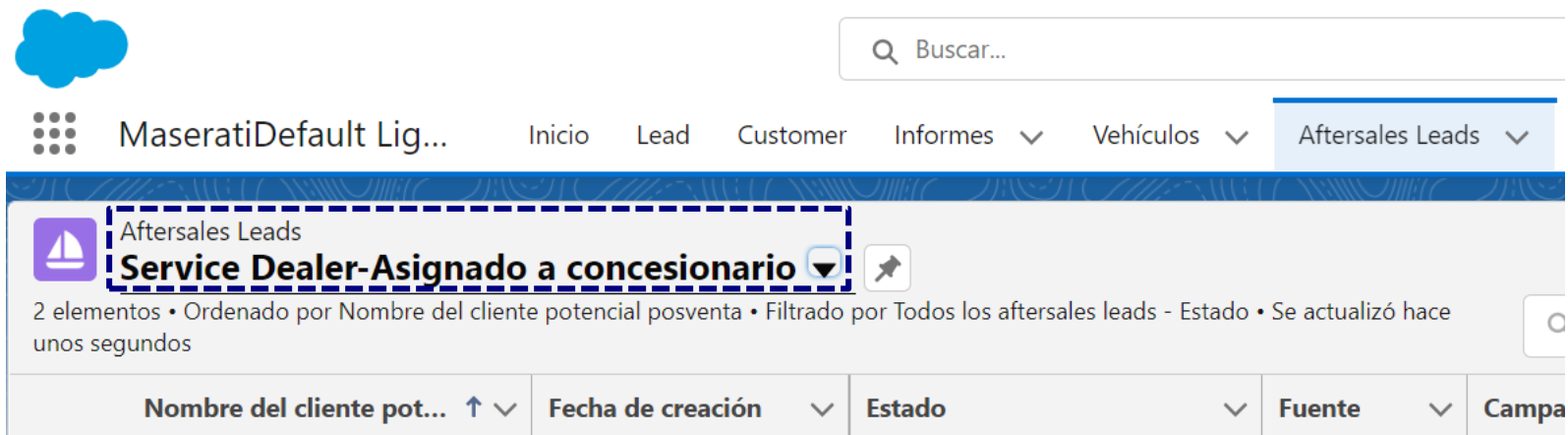


SALESFORCE – Página principal

Desde la página de inicio de Salesforce, al seleccionar Aftersales Leads se accede a la pantalla de inicio.



Aquí tiene una lista de los Lead más recientes, la única información disponible es el nombre del cliente potencial.



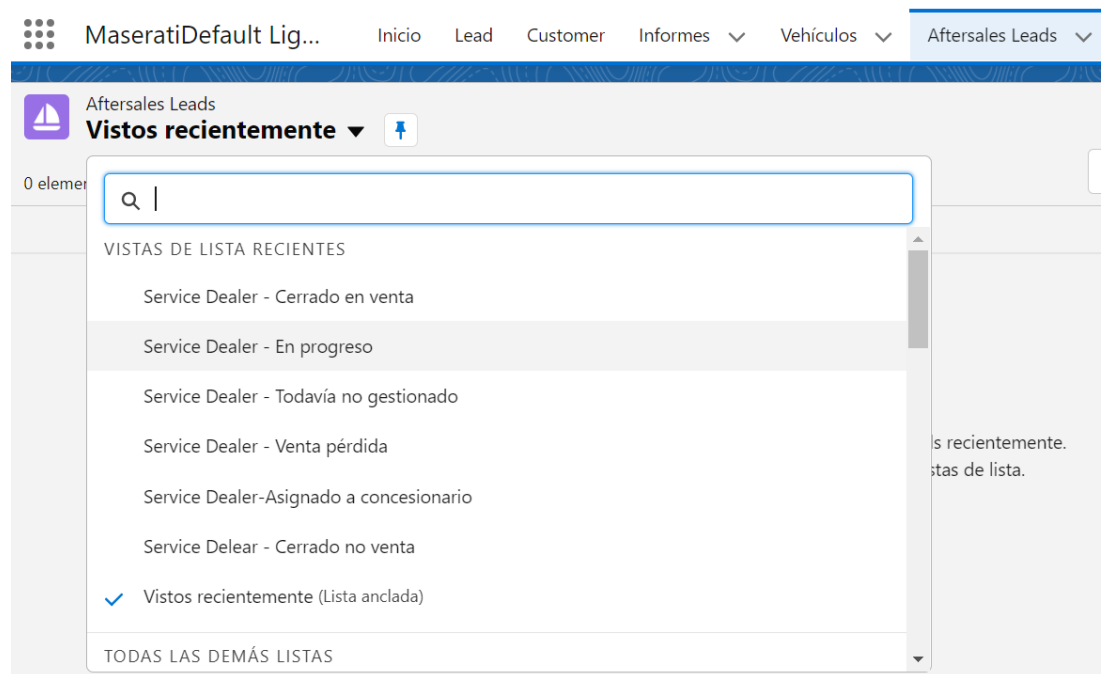
Para acceder a la lista de Lead en espera de ser asumidos y gestionados, proceda como sigue:

- en el menú '**Vistas**': seleccione **Asignado a concesionario**.



SALESFORCE – Vistas

En el menú de visualización, además de la lista de clientes potenciales en el estado “Asignado a concesionario”, existen las siguientes listas



- **Cerrado en venta:** la Vista de lista mostrará todos los clientes potenciales en estado “Cerrado en venta” y todos los clientes potenciales en estado “Cita Concertada”;
- **Cerrado no venta:** la vista de lista mostrará todos los clientes potenciales con el campo “Cerrar No hay motivo de venta” lleno;
- **En progreso:** la vista de lista mostrará todos los clientes potenciales en el estado “Asignado a concesionario” con al menos 1 “Intento de contacto del concesionario”;
- **Venta pérdida:** la Vista de lista mostrará todos los clientes potenciales en el estado “Venta pérdida”;
- **Todavía no gestionado:** la Vista de lista mostrará todos los clientes potenciales en “Asignado a concesionario” sin ningún “Intento de contacto del concesionario”;



SALESFORCE – Vistas: Asignado a concesionario

La lista de los Lead en Status 'Asignado a concesionario' proporciona la información principal sobre el Lead:

The screenshot shows the Salesforce interface for the 'Service Dealer-Asignado a concesionario' view. It includes a search bar, a table with columns for 'Nombre del cliente pot...', 'Fecha de creación', 'Estado', 'Fuente', 'Campaña posventa', 'Dealer C...', and 'Días des...', and a row of data for a lead created on 11/10/2022 at 15:18, assigned to a dealer, with 0 contact attempts and 48 days since creation.

	Nombre del cliente pot... ↑	Fecha de creación	Estado	Fuente	Campaña posventa	Dealer C...	Días des...	
1	[Redacted]	11/10/2022 15:18	Asignado a Concesionario	Web	AS Scheduled Maintenance - WEB	0	48	▼

- **Nombre del cliente potencial posventa:** nombre y apellidos del Lead
- **Fecha de creación:** Fecha de creación
- **Estado:** en esta 'Vista' siempre es 'Asignado a concesionario'
- **Fuente:** Indica el origen del Lead, el canal desde el que se generó (Web, Owner App, etc.)
- **Campaña posventa:** Indica la campaña correspondiente (por ejemplo: Recordatorio de servicio / Promoción de temporada)
- **Intento de contacto del concesionario :** indica el número de intentos de contacto realizados por el distribuidor
- **Días desde la creación del candidato:** Indica el número de días que han pasado desde que se creó el Lead

Para acceder a la página de Lead, simplemente haga clic en el nombre de la columna Nombre del cliente potencial posventa



SALESFORCE – Página principal del Lead

La pantalla Lead está dividida en 4 secciones además de mostrar los ACTION BUTTON a través de los cuales se gestiona el Lead

- Detalles de contacto potencial posventa
- Detalles de la solicitud
- Detalles del vehículo
- Detalles de la calificación posventa

The screenshot shows the Salesforce interface for a Lead record titled 'Test Test'. At the top, there are action buttons: 'Modificar', 'Concertar una Cita', 'Cerrado con Venta', 'Cerrado sin Venta', and 'Contactar de Nuevo'. Below this, the 'Detalles' section is active, showing a list of four items: 'Detalles de contacto potencial posventa', 'Detalles de la solicitud', 'Detalles del vehículo', and 'Detalles de la calificación posventa'. The 'Historial de aftersales leads (3+)' section is also visible, showing a table of changes with columns for 'Fecha', 'Campo', and 'Valor nuevo'. The table contains three entries of changes.

Fecha	Campo	Valor nuevo
25/07/2022 9:13	Estado	Asignado a Concesionario
25/07/2022 9:07	Creado	Cerrado con Venta
25/07/2022 9:07	Campaña posventa	Spontaneous Dealer



en la página se encuentra la sección 'Historial de aftersales leads', que contiene el historial de los principales cambios realizados en el Lead durante el proceso de gestión.



SALESFORCE – Lead: Sección ‘Detalles de contacto potencial posventa’

La sección ‘Detalles de contacto potencial posventa’ contiene información detallada sobre el Lead generado y asignado:

▼ Detalles de contacto potencial posventa			
Estado	Asignado a Concesionario	Marketing Directo	No
Campaña posventa	AS Scheduled Maintenance - WEB	Elaboración de perfil	No
Notas de la campaña posventa		por Correo Electrónico	No
Fuente	Web	por Teléfono	No
Tipo de cliente potencial posventa	Customer Driven	por Correo Postal	No
Recontactado	<input type="checkbox"/>	por SMS/MMS	No
Lead PV Master		por Fax	No
Días desde la creación del candidato	48	por Redes Sociales	No
Cliente			
Cliente Personas			

- **Fuente:** informa sobre el origen del Lead:
- **Campaña posventa:** informa sobre el producto/servicio de interés para el Lead (por ejemplo, Accessories and Tyres)
- **Tipo de cliente potencial posventa:** proporciona información sobre el tipo de fuente del lead
- **Recontactado:** esta casilla de verificación, si está marcada, le recuerda al distribuidor que se comuniquen con el Cliente y le sugiera una nueva cita.
- **Información de consentimientos de marketing y creación de perfiles de clientes**



SALESFORCE – Lead: Sección ‘Detalles de la solicitud’

Contiene una gran variedad de información:

▼ Detalles de la solicitud

Nombre	Nombre del cliente potencial	dfgh fghj
Apellidos	País	Spain
Dirección de Correo Electrónico	Estado	
Número de contacto	Ciudad	
Otro teléfono	Código postal	08001
Idioma preferido	Idioma preferido	Spanish
Solicitud de	Fecha preferida 1	
Detalles de la solicitud	Fecha preferida 2	
Fecha de la cita	Fecha preferida 3	
Fecha de recontacto	Notas Cliente	
	Servicios adicionales	

1

2

1 Información del Cliente y datos de contacto

2 Preferencias expresadas por el Cliente (Fecha preferida 1-2-3) respecto a la cita, así como el campo

Fecha de la cita donde introducir la fecha acordada. “Solicitud de” y “Detalles de la solicitud” son información proporcionada por el cliente en el momento de la solicitud. Las “Notas cliente” brindan información sobre las notas dejadas por el cliente en el momento de la solicitud.



La introducción de una cita implica el envío de 2 correos electrónicos al Cliente: El primero de confirmación (inmediatamente), el segundo remind (el día antes de la cita). Los mismos 2 correos electrónicos se envían también al Dealer.



SALESFORCE – Lead: Sección ‘Detalles del vehículo’

Esta sección recoge información sobre el vehículo:

▼ Detalles del vehículo	
VIN	Enlace Vehículo
Descripción Modelo	Descripción de la Garantía Actual
Fecha de Inicio de la Garantía	Fecha de Inicio de la Garantía Actual
Fecha de Venci- miento de la Garantía	Fecha de Venci- miento Garantía Actual
Cliente de KM medio	Fin de la propiedad
Kilometraje actual	



Solo se puede rellenar el campo VIN, los demás campos se rellenan automáticamente.



Ingresar el VIN es necesario para concluir la gestión de Leads con “Cerrado en venta”

Para todos los Lead HQ DRIVEN (generados por Maserati) el chasis ya está presente.

En el caso de Lead CUSTOMER DRIVEN, el chasis puede no estar presente, ya que el Cliente no está obligado a proporcionarlo.



SALESFORCE – Lead: Sección ‘Detalles de la calificación posventa’ 1/3

La sección ‘Detalles de la calificación posventa’ le permite gestionar las fases de CONTACTO y CALIFICACIÓN del Lead.

▼ Detalles de la calificación posventa				
Intento de contacto del concesionario 1	<input type="checkbox"/>		Fecha de intento del concesionario 1	1
Intento de contacto del concesionario 2	<input type="checkbox"/>		Fecha de intento del concesionario 2	
Intento de contacto del concesionario 3	<input type="checkbox"/>		Fecha de intento del concesionario 3	
Intento de contacto del concesionario 4	<input type="checkbox"/>		Fecha de intento del concesionario 4	
Intento de contacto del concesionario 5	<input type="checkbox"/>		Fecha de intento del concesionario 5	
SLA del primer intento de contacto	<input type="checkbox"/>		Cualif. Candidato /Tiempo de gestión SLA	<input type="checkbox"/>
Fecha del primer intento de contacto			Cualif. Candidato /Fecha de gestión	2
			Cerrar No hay motivo de venta	
			Notas gestión del candidato	3

1 Estos campos están dedicados a introducir información relativa a la fase de CONTACTO. En Salesforce puede introducir **hasta 5** intentos de contacto, pero es **obligatorio registrar al menos 1 intento de contacto**.

2 Este campo está dedicado a cerrar Leads para los que no se pudo fijar ninguna cita. El estado de **Cerrado sin venta** requiere especificar el "Cerrar No hay motivo de venta" para cerrar el cliente potencial.

3 El campo "Notas gestión del candidato" puede contener las notas gratuitas del distribuidor. El campo es obligatorio para cerrar el lead "Con Venta" sin cita previa o "Sin Venta" con **Cerrar No hay motivo de venta – Otros**.

Para más detalles, consulte la sección GESTIÓN OPERATIVA DE LOS LEAD (CÓMO HACERLO) de este manual.



SALESFORCE – Lead: Sección ‘Detalles de la calificación posventa’ 2/3

1 Esta sección está dedicada al registro de los intentos de CONTACTO realizados por el Dealer

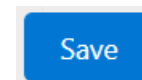
▼ Detalles de la calificación posventa

Intento de contacto del concesionario 1	<input checked="" type="checkbox"/>		Fecha de intento del concesionario 1	25/07/2022 9:12
Intento de contacto del concesionario 2	<input type="checkbox"/>		Fecha de intento del concesionario 2	
Intento de contacto del concesionario 3	<input type="checkbox"/>		Fecha de intento del concesionario 3	
Intento de contacto del concesionario 4	<input type="checkbox"/>		Fecha de intento del concesionario 4	
Intento de contacto del concesionario 5	<input type="checkbox"/>		Fecha de intento del concesionario 5	
SLA del primer intento de contacto	<input checked="" type="checkbox"/>		Cualif. Candidato /Tiempo de gestión SLA	<input checked="" type="checkbox"/>
Fecha del primer intento de contacto	25/07/2022 9:12		Cualif. Candidato /Fecha de gestión	25/07/2022 9:13
			Cerrar No hay motivo de venta	
			Notas gestión del candidato	



Puede ingresar hasta 5 intentos de contacto en Salesforce, pero debe realizar y registrar al menos el primero (Intento de contacto del concesionario 1). Los campos "Fecha de intento del concesionario 1" y "Fecha del primer intento de contacto" se rellenarán automáticamente cuando se registre "Intento de contacto del concesionario 1".

Use el botón apropiado para guardar la información de contacto

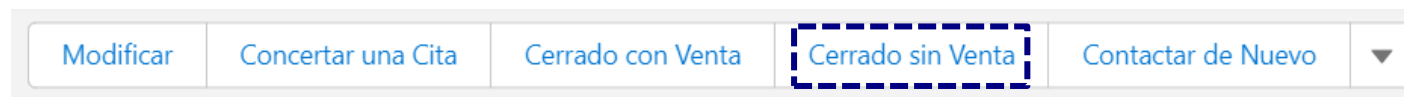


Para más detalles, consulte la sección GESTIÓN OPERATIVA DE LOS LEAD (CÓMO HACERLO) de este manual.



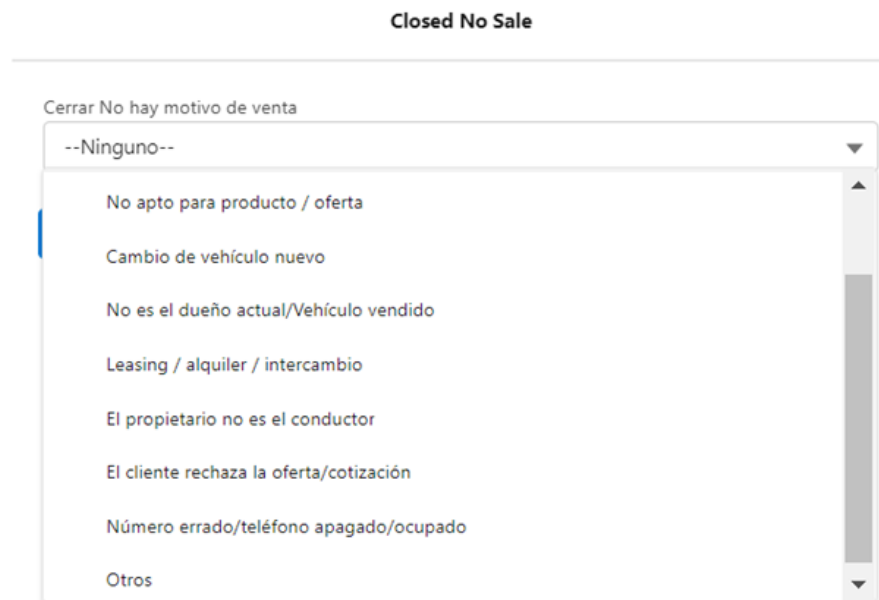
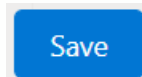
SALESFORCE – Lead: Sección ‘Detalles de la calificación posventa’ 3/3

2 Esta sección está dedicada al registro de información sobre los resultados de la gestión de Lead que no dan lugar a una cita. La gestión de estos Leads se puede completar seleccionando el ACTION BUTTON "Cerrado sin venta"



Al hacer clic en este botón, aparecerá una ventana emergente. Especifique un "Cerrar No hay motivo de venta" para cerrar el cliente potencial seleccionando uno de los elementos disponibles de la lista.

Después de seleccionar un elemento en una lista es necesario guardar:



Para más detalles, consulte la sección GESTIÓN OPERATIVA DE LOS LEAD (CÓMO HACERLO) de este manual.



GESTIÓN OPERATIVA DE LOS LEAD (CÓMO HACERLO)





Acceso a Salesforce

- Acceda a Salesforce a través de MODIS CS+ utilizando sus credenciales.
- Seleccione el elemento CRM SALESFORCE para acceder a la página principal de Salesforce.



Si tiene más de un perfil, debe seleccionar el perfil de Aftersales para continuar:

Modis Communication System

Enter your Username and Password

Username:

Password:

Login with Domain credential

Login Cancel

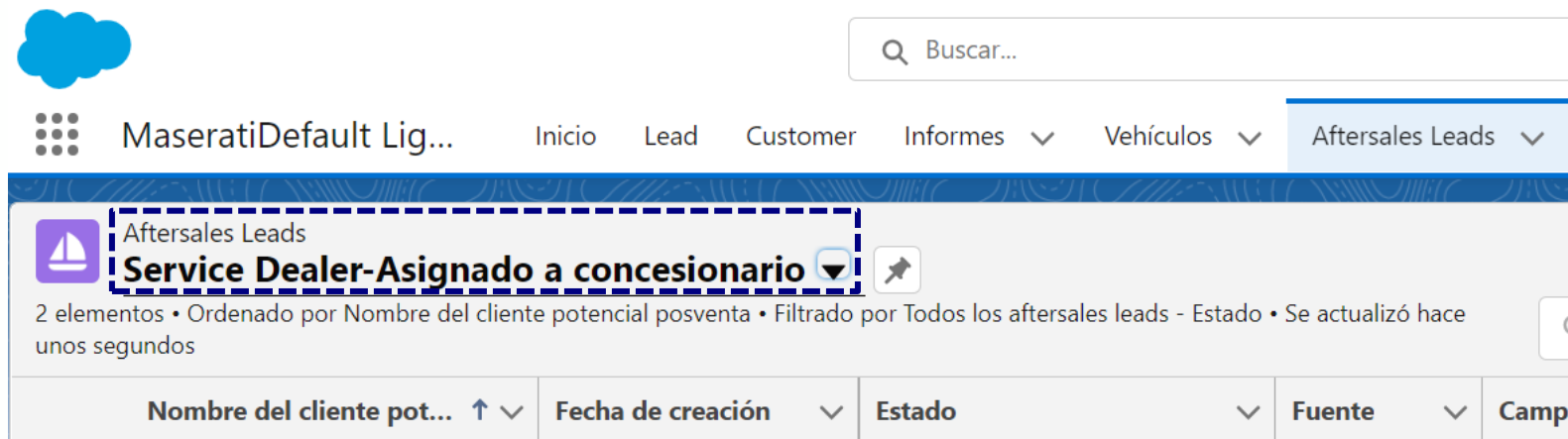
Forgot password? Reset it!





SALESFORCE – Página principal

- Seleccione Aftersales Leads en la barra principal para acceder a la pantalla de inicio.



Aquí tiene una lista de los Leads más recientes, la única información disponible es el nombre del Lead AS.

- Seleccione **Asignado a concesionario** en el menú "Vistas" para acceder a la lista de Clientes potenciales que esperan ser recogidos
- haga clic en el nombre de la columna Nombre del cliente potencial posventa para iniciar la gestión de Lead

The screenshot shows the following table:

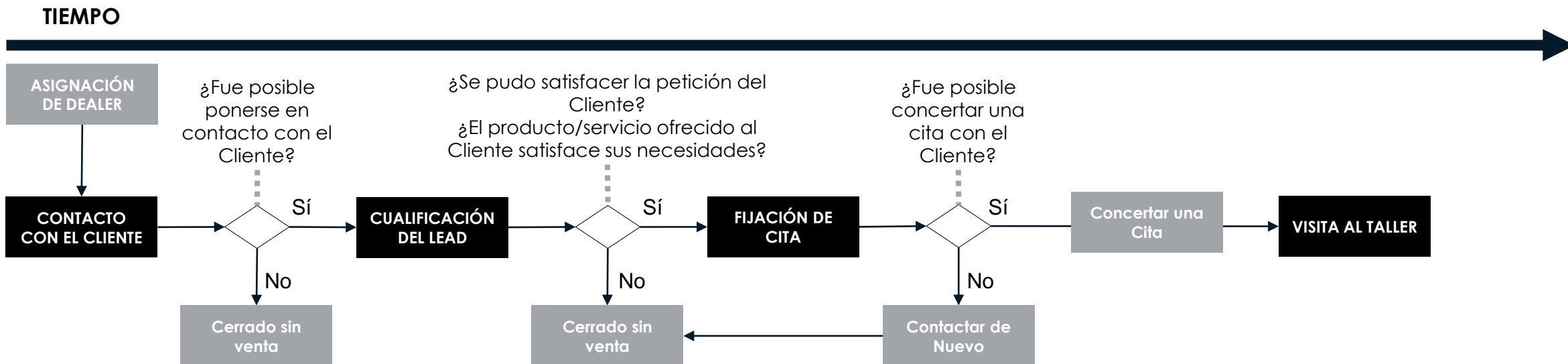
Nombre del cliente pot...	Fecha de creación	Estado	Fuente	Campaña posventa	Dealer C...	Días des...
1	11/10/2022 15:18	Asignado a Concesionario	Web	AS Scheduled Maintenance - WEB	0	48



ASLM – RESUMEN del proceso

El proceso de gestión de Lead consta de varios pasos sucesivos:

CONTACTO CON EL LEAD – CUALIFICACIÓN DEL LEAD – CITA – VISITA AL TALLER



Cuando se gestionan Lead, lo ideal es sumarse a la ejecución de una intervención del taller o la venta de un producto/servicio. Esto no siempre es posible, por lo que el paso de una etapa a la siguiente está condicionado a la respuesta afirmativa a cada pregunta ().

Cada Lead tiene que gestionarse y cerrarse (en función de los avances conseguidos) a través del correspondiente

‘ACTION BUTTON’:

Modificar	Concertar una Cita	Cerrado con Venta	Cerrado sin Venta	Contactar de Nuevo	▼
-----------	--------------------	-------------------	-------------------	--------------------	---



Proceso de ASLM – CONTACTO CON EL LEAD

Se debe realizar al menos un intento de contacto y registrarlo (Intento de contacto del concesionario



1) en Salesforce, en la sección Detalles de la calificación posventa del Lead gestionado.

OPERACIONES:

1- Comience con el primer intento de contacto con el Cliente a través de los canales disponibles (teléfono, correo electrónico, SMS u otros sistemas de mensajería).

2- Registre el intento de contacto haciendo doble clic en la casilla  y marcando la casilla

3- Guardar el intento de contacto 

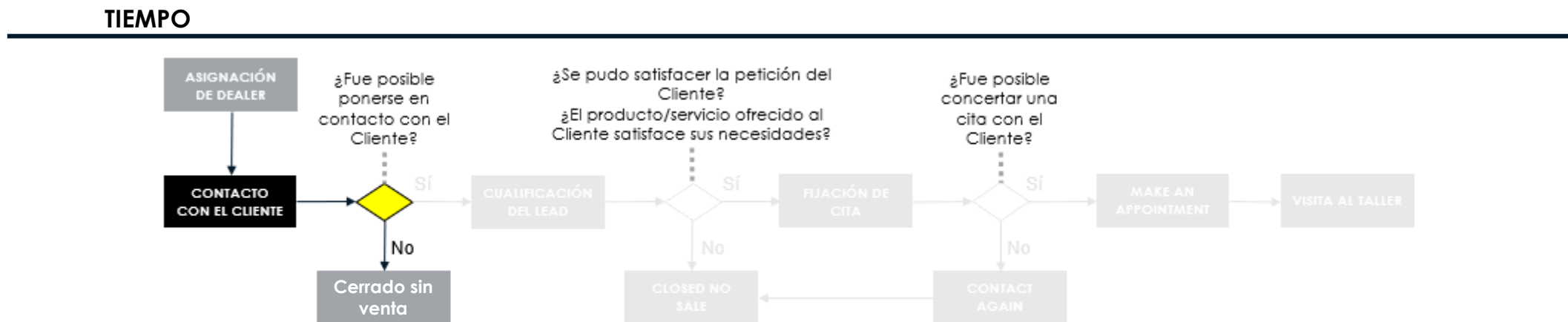
4- Después de guardar, la fecha y la hora del intento se introducen automáticamente en el campo correspondiente 'Fecha de intento del concesionario #'

▼ Detalles de la calificación posventa

Intento de contacto del concesionario 1	<input checked="" type="checkbox"/>		Fecha de intento del concesionario 1	25/07/2022 9:12
Intento de contacto del concesionario 2	<input type="checkbox"/>		Fecha de intento del concesionario 2	
Intento de contacto del concesionario 3	<input type="checkbox"/>		Fecha de intento del concesionario 3	
Intento de contacto del concesionario 4	<input type="checkbox"/>		Fecha de intento del concesionario 4	
Intento de contacto del concesionario 5	<input type="checkbox"/>		Fecha de intento del concesionario 5	



Proceso de ASLM – CONTACTO CON EL LEAD = KO

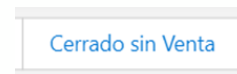
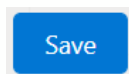


Si después de repetidos intentos adecuadamente distribuidos en el tiempo (y registrados en Salesforce) no puede ponerse en contacto con el cliente, finalizar la gestión de clientes potenciales con “Cerrado sin venta”.

OPERACIONES:

1-- Haga clic en el botón “Cerrado sin venta” y seleccione un motivo

2-- Guardar presionando



Closed No Sale

Cerrar No hay motivo de venta

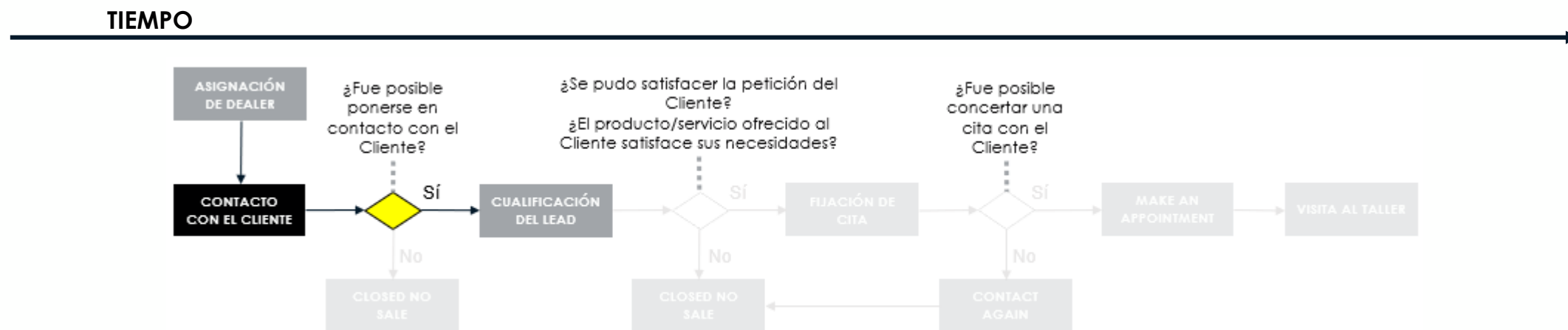
--Ninguno--

- No apto para producto / oferta
- Cambio de vehículo nuevo
- No es el dueño actual/Vehículo vendido
- Leasing / alquiler / intercambio
- El propietario no es el conductor
- El cliente rechaza la oferta/cotización
- Número errado/teléfono apagado/ocupado
- Otros

Al seleccionar el motivo "Other", es obligatorio rellenar el campo "Notas gestión del candidato”.



Proceso de ASLM – CONTACTO CON EL LEAD = OK



Si consigue ponerse en contacto con el Cliente, comienza la siguiente etapa: **Cualificación del Lead**.

El proceso de cualificación es un **momento clave** dentro del proceso de gestión de Lead e implica la participación activa del Cliente para:

- la definición completa de las necesidades y requisitos del Cliente
- la verificación del interés del Cliente en la oferta que se le presenta
- la voluntad del Cliente de concertar una cita con el Dealer

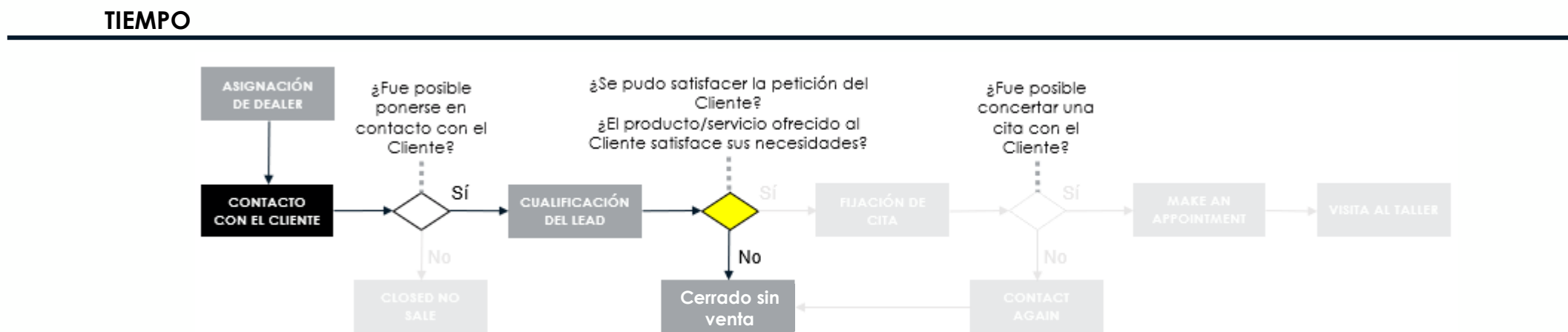
El proceso de cualificación comienza cuando se establece el contacto con el Cliente y termina cuando se han recogido todos los elementos necesarios para poder ofrecer (o no) una cita



Utilizando la información sobre el Cliente y el vehículo disponible en sus sistemas informáticos, el Dealer puede precualificar al Cliente antes de ponerse en contacto con él, aumentando así las probabilidades de éxito.



Proceso de ASLM – CUALIFICACIÓN LEAD = KO

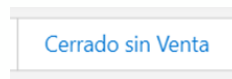


Si el paso de calificación termina con un resultado negativo, finalice el prospecto como “Cerrado sin venta”.

OPERACIONES:

1- Haga clic en el botón “Cerrado sin venta” y seleccione el motivo

2-- Guardar presionando



Closed No Sale

Cerrar No hay motivo de venta

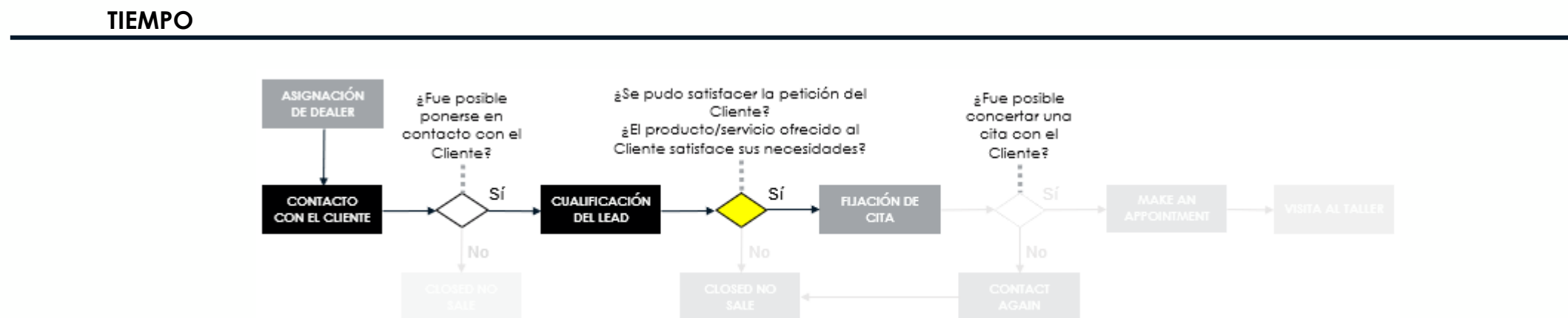
--Ninguno--

- No apto para producto / oferta
- Cambio de vehículo nuevo
- No es el dueño actual/Vehículo vendido
- Leasing / alquiler / intercambio
- El propietario no es el conductor
- El cliente rechaza la oferta/cotización
- Número errado/teléfono apagado/ocupado
- Otros

Si se ha seleccionado el motivo “No es el dueño actual/Vehículo vendido”, para proceder y guardar el registro, será necesario y obligatorio ingresar la fecha de finalización de la titularidad. El estado del cliente potencial cambia a “Cerrado sin venta” y la administración de clientes potenciales finaliza.



Proceso de ASLM – CALIFICACIÓN DEL LEAD = OK



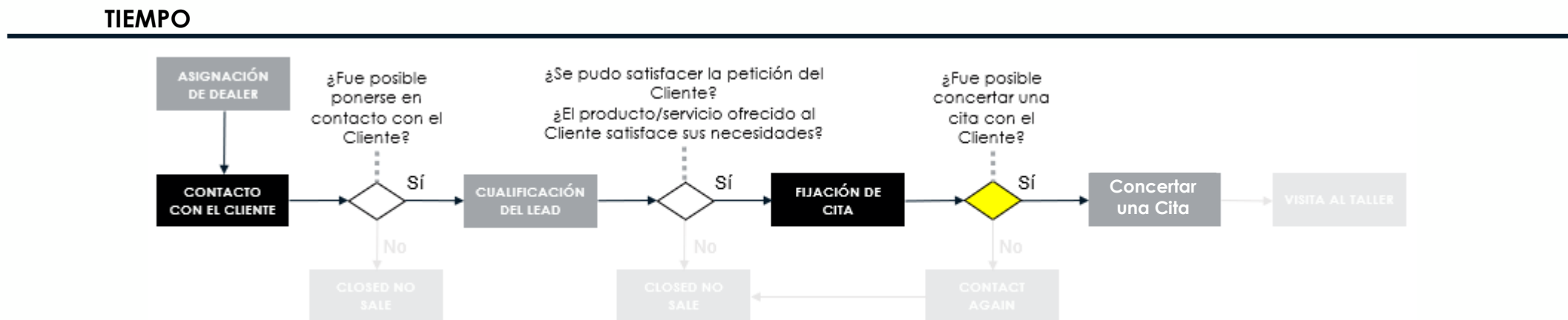
Si, por el contrario, se supera con éxito la cualificación de los Lead, es decir, se cumplen todas las condiciones para servir al Cliente y a su vehículo:

- El vehículo del Cliente forma parte de la Campaña / Servicio ofrecido / solicitado
- El Cliente es actualmente el propietario del coche asociado a él
- El plazo de la solicitud / oferta puede ser respetado

Es posible proceder con la oferta de una cita acordada con el Cliente.

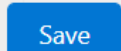


Proceso de ASLM – CITA = OK



Si el Cliente, tras ser **contactado y cualificado satisfactoriamente**, está interesado en una cita, proceda como se indica para concertar la cita:

OPERACIONES:

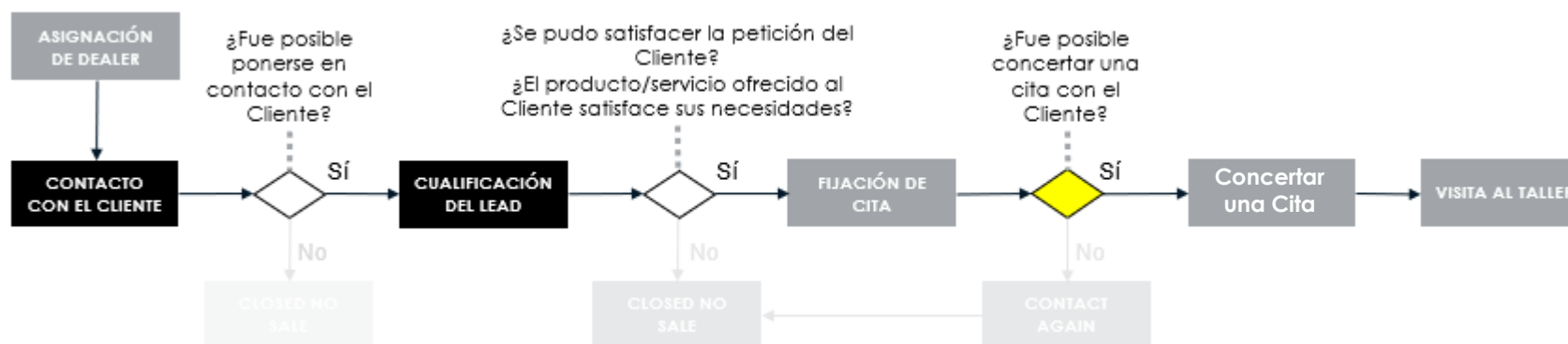
- 1- Haga clic en el botón “Concertar una Cita”
- 2- Seleccione la fecha y hora de la cita acordada; marque la bandera para enviar un correo electrónico de recordatorio al cliente
- 3- Confirme presionando 

El Status cambiará automáticamente de "Asignado a concesionario" a "Cita Concertada".



Proceso de ASLM – CITA = OK

TIEMPO



Una vez que se satisface la solicitud del cliente, el cliente potencial se puede cerrar como "Cerrado en venta" ingresando un VIN correcto como obligatorio.



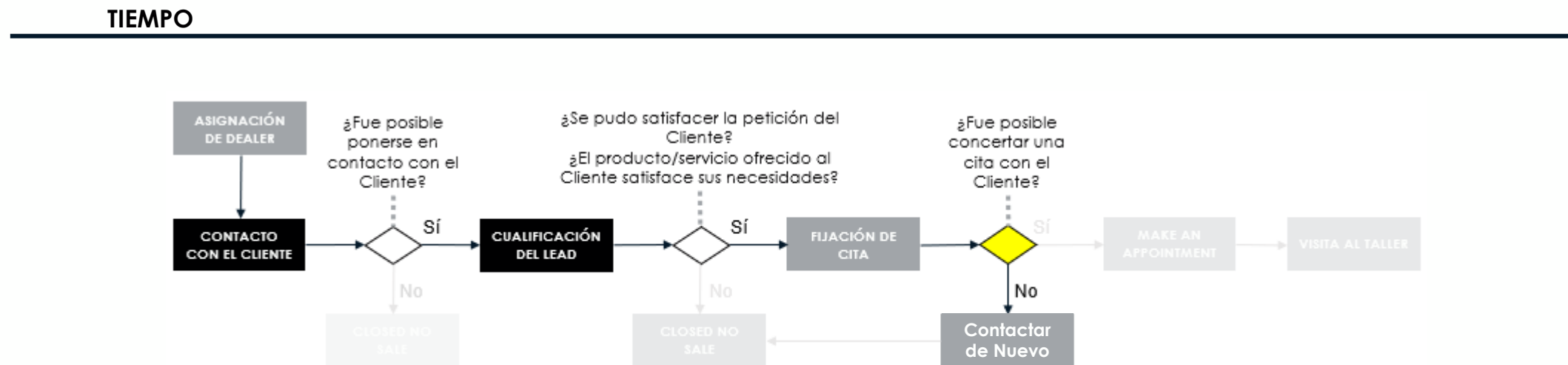
Para modificar una Cita Concertada, haga clic nuevamente en el botón "Concertar una Cita", seleccionando la fecha y la hora de la nueva cita acordada.



Cuando se programe la cita, al marcar la bandera, Salesforce enviará un correo electrónico confirmando la cita al Cliente. Se enviará un correo electrónico de recordatorio el día antes de la cita. También se enviarán dos correos electrónicos equivalentes al Concesionario.



Proceso de ASLM – CITA = KO & Contactar de Nuevo



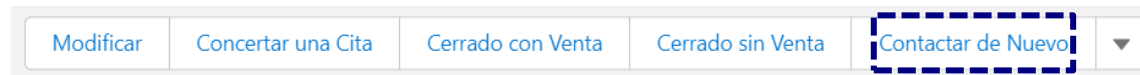
Si no se cumplen las condiciones para concertar una cita, finalizar la gestión de Leads como "Cerrado sin venta" seleccionando el mismo botón.

Sin embargo, se puede planificar un contacto en el futuro con el Cliente en un momento en que la oferta pueda ser más atractiva (¡un Cliente que no esté interesado hoy podría estarlo mañana!).

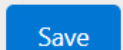
Es posible planificar un contacto de devolución de llamada con el Cliente **siempre que el Distribuidor vea la posibilidad de una futura venta de productos/servicios.**

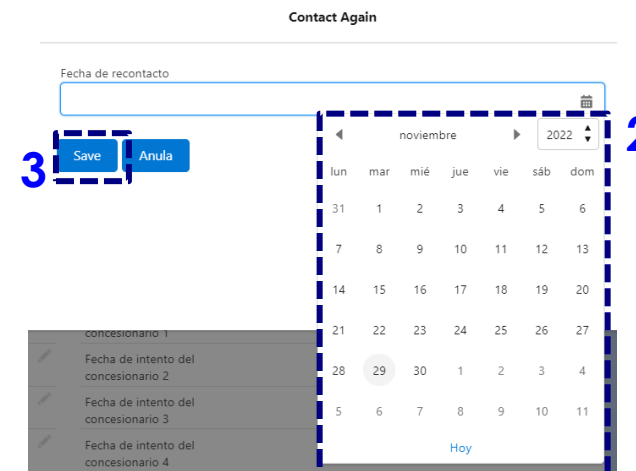


Proceso de ASLM – Contactar de Nuevo



OPERACIONES:

- 1- Haga clic en el botón “Contactar de Nuevo”
- 2- Seleccione la fecha de contacto en el calendario
- 3- Confirme presionando 



El estado del cliente potencial cambia a “Cerrado sin venta” con la categoría de motivo “Not Interested Now” y “Contactar de Nuevo” como Cerrar No hay motivo de venta. La gestión de Leads finaliza.



Una vez que se alcance la fecha de recontacto, se creará un nuevo cliente potencial con el estado “Asignado a concesionario” y con una marca marcada en la casilla de verificación “Recontactado”. Puede encontrar el nuevo cliente potencial en la vista de lista “Asignado a concesionario”, ponerse en contacto con el cliente y sugerir una nueva cita.



Todavía puede cambiar la fecha/hora manualmente después de guardar.



El nuevo Lead tendrá el nombre del Lead anterior en el campo **Lead PV Master**.
Seleccione el nombre para mostrar toda la información sobre el cliente potencial original.



SLA y KPI



SLA – Acuerdo de nivel de servicio

Uno de los elementos clave en la gestión de Lead es sin duda el factor tiempo.

El contacto oportuno demuestra la atención que Maserati presta a sus clientes y maximiza la Customer Experience y la loyalty de nuestros clientes.

Los siguientes SLA se han implementado a partir de 2022 para garantizar un nivel de servicio al Cliente en línea con los estándares de Maserati y para monitorear el desempeño en la gestión del Aftersales Lead.

Tiempo de primer contacto

**Tiempo de gestión
(cierre de Lead)**

**% de Lead gestionados
(cierre de Lead)**



SLA 1 - Tiempo de primer contacto

Mide la disposición del Dealer a hacerse cargo de la gestión de Lead e indica el tiempo transcurrido entre la asignación del Lead al Dealer y el primer intento de contacto con el Cliente.

OBJETIVO: 70% <= 1 d (SLA: el **70%** de los Lead asignados deben ser contactados en las 24 horas naturales siguientes a su asignación)

Medición de KPI: Fecha/hora del primer intento de contacto – Fecha/hora de la asignación del Lead

Historial de aftersales leads (3+)	
Fecha:	25/07/2022 9:13
Campo:	Estado
Usuario:	
Valor original:	Asignado a Concesionario
Valor nuevo:	Cerrado con Venta
Fecha:	25/07/2022 9:07
Campo:	Creado.
Usuario:	
Valor original:	
Valor nuevo:	
Fecha:	25/07/2022 9:07
Campo:	Campaña posventa
Usuario:	
Valor original:	
Valor nuevo:	Spontaneous Dealer

La **fecha/hora de la asignación** es visible en la página del Lead de la sección Historial de aftersales leads.

Detalles de la calificación posventa	
Intento de contacto del concesionario 1 <input checked="" type="checkbox"/>	Fecha de intento del concesionario 1 25/07/2022 9:12
Intento de contacto del concesionario 2 <input type="checkbox"/>	Fecha de intento del concesionario 2
Intento de contacto del concesionario 3 <input type="checkbox"/>	Fecha de intento del concesionario 3

La **fecha/hora del primer contacto** es visible en la página del Lead de la sección Detalles de la calificación posventa.

En el ejemplo mostrado el primer tiempo de contacto es de 2h 18m → SLA OK

Los datos agregados se expresarán como 'valor medio del tiempo de primer contacto de cada Lead'





SLA 2 - Tiempo de cualificación/gestión

Mide el tiempo de gestión de los Lead, y abarca el tiempo transcurrido entre la asignación del Lead al dealer y el cierre del Lead (que se produce cuando se asigna un Status final**).

OBJETIVO: 70% <= 10 d (SLA: **el 70%** de los Leads asignados deben concluirse en los 10 días naturales siguientes a la asignación)

Medición de KPI: Fecha/hora del cierre del Lead* – Fecha/hora de la asignación del Lead

La fecha/hora de la asignación (1) y la fecha/hora de cierre (2) son visibles dentro de la página del Lead en la sección Historial de aftersales leads:

Historial de aftersales leads (3+)

Fecha:	25/07/2022 9:13	2
Campo:	Estado	
Usuario:	[Redacted]	
Valor original:	Asignado a Concesionario	
Valor nuevo:	Cerrado con Venta	
Fecha:	25/07/2022 9:07	
Campo:	Creado.	
Historia:	Asignado a Concesionario - 70167	
Valor original:	Campaña posventa	1
Valor nuevo:	Spontaneous Dealer	
Fecha:	25/07/2022 9:07	
Campo:	Campaña posventa	
Usuario:	[Redacted]	
Valor original:	[Redacted]	
Valor nuevo:	Spontaneous Dealer	

*"Cita Concertada", dentro de los 60 días, no es un Estado definitivo y por esta razón el Concesionario puede cerrar el Lead (**Cerrado con Venta**) inmediatamente después de haber fijado la cita para respetar el plazo de 10 días. Insertar un VIN correcto es obligatorio para cerrar.

**Cerrado sin venta / Cerrado en venta / Cita Concertada



SLA 3 – Lead totalmente gestionados

Mide el número de Lead totalmente gestionados (en Status final*) en relación con el número total de Lead asignados **en los 60 días anteriores**.

OBJETIVO: 90% (El 90% de las Lead asignadas en los 60 días anteriores deben estar en Status final* y, por tanto, totalmente gestionadas)

MEDICIÓN DE KPI: número de Lead en Status FINAL / número de Lead asignadas

* Cerrado sin venta / Cerrado en venta





GLOSARIO



GLOSARIO – Salesforce

ASLM After Sales Lead Management

LEAD/Ciente potencial de posventa Cliente propietario de un vehículo Maserati que pueda estar interesado en utilizar un producto o servicio ofrecido por su taller Maserati o que solicite explícitamente que se le contacte porque está interesado en un producto/servicio.

Un Lead representa una oportunidad de negocio para su concesionario.

STATUS (del Lead): ofrece una indicación del progreso del Lead en el proceso de gestión, puede ser inicial, intermedio o final. Los Lead en Status final se han gestionado completamente y no requieren ninguna otra acción, los Lead en Status inicial e intermedio requieren más acciones para ser llevadas al Status final.

Asignado a concesionario (Status inicial): todos los Lead, independientemente de cómo se generen o del tipo de campaña, se asignan a cada Dealer en Salesforce, la herramienta a través de la cual estos Lead deben ser gestionados activamente por el Dealer. En el momento de la creación, los Leads se encuentran en el estado 'Asignado a concesionario', indicando así un nuevo Lead con el que contactar.

Cita Concertada (Estado intermedio): Esto identifica al Prospecto para el cual se ha hecho una cita, solo se puede finalizar como "Cerrado en venta" o "Cerrado sin venta", dentro de los 60 días.

(Estado final): Si el lead no es gestionado en 60 días, "Cita Concertada" pasará a estado final.

Cerrado en venta/ Cerrado sin venta (Estado final): Los clientes potenciales identificados por uno de estos estados se consideran completamente administrados y no es posible realizar más cambios. Cada uno de estos estados debe ser asignado al líder por el distribuidor mediante los ACTION BUTTONS.

Los ACTION BUTTON son las teclas de función que se utilizan para cambiar el Status del Lead en el proceso de gestión.

CIERRE LEAD punto de llegada del proceso de gestión del Lead. Para concluir la gestión, se debe asignar uno de los Status finales al Lead(a través de los ACTION BUTTONS).



GLOSARIO – Proceso de gestión de Lead

GESTIÓN DEL LEAD (proceso de)

Cada Lead comienza con el Status "Asignado a concesionario", los Lead en este Status deben gestionarse y, por lo tanto, requieren la intervención del Dealer. El proceso de gestión de Lead consiste en: contacto con los Lead, cualificación de los Lead, cita y/o cierre. Para considerar que la gestión de Lead está completa, se debe asignar al Lead uno de los Status FINALES en Salesforce mediante los ACTION BUTTONS.

Un Lead en uno de los Status finales NO PUEDE sufrir más variaciones, ya que la gestión se considera completada.

NOTA: Solo es posible determinar el resultado FINAL que se atribuirá a cada Lead gestionado después de las fases de contacto y cualificación.

CONTACTO CON EL LEAD

Representa la primera y más importante fase del proceso de gestión del Lead. Consiste en ponerse en contacto con el Cliente, con el objetivo final de transformar un interés potencial en una oportunidad de negocio concreta. Puede hacerse de diferentes maneras: entrevista telefónica, intercambio de correos electrónicos o mensajes, pero, a menos que el Cliente exprese su preferencia, debe hacerse por teléfono (en el caso de que el primer intento no tenga éxito, no es aconsejable hacer intentos muy seguidos en el tiempo, es preferible distribuir los intentos de contacto a lo largo de 2 o 3 días, cuidando de seleccionar diferentes franjas horarias), ya que transmite una imagen y atención profesional al Cliente y permite un intercambio más directo y efectivo.

CUALIFICACIÓN DE LEAD

Por cualificación de Lead entendemos el proceso por el que se determinan las necesidades del Cliente en términos de requisitos de servicio y se establece la posibilidad real de satisfacerlos. Esto implica la necesidad de contacto del Dealer con el Cliente. Solo entrando en contacto con el Cliente es posible determinar sus necesidades, manifiestas o no, y determinar así el destino posterior de la Lead.

CITA DE LEAD

Todos los Lead para los que se haya registrado una cita previamente acordada en Salesforce cambiarán automáticamente el Status a 'Cita Concertada'. El estado de "Cita Concertada", dentro de los 60 días, no es un estado FINAL y, por lo tanto, requiere una acción adicional por parte del Concesionario.

Para concluir la gestión de estos Lead, es necesario asignar el Status FINAL 'Cerrado en venta' o 'Cerrado sin venta'





GLOSARIO – Clasificación del Lead

CUSTOMER Driven Lead originados a partir de una solicitud de contacto específica del Cliente. Los canales digitales a través de los cuales el Cliente puede solicitar que se le contacte sobre un producto/servicio de su interés son básicamente los Web form de las páginas institucionales de Maserati o la Owner App Maserati. Estos Lead deben tratarse de forma prioritaria: el Cliente ha hecho una petición y espera que se le contacte lo antes posible.

HQ Driven Lead Maserati realiza análisis periódicos de la flota actual de vehículos y, basándose en una serie de parámetros, identifica a los clientes que podrían estar interesados en recibir una oferta concreta. El Cliente no ha expresado activamente ninguna solicitud, pero puede estar interesado en la oferta de Maserati: ejemplos son las campañas de Service Reminder y Warranty End Reminder.

Todavía no gestionado

Lead asignados al Dealer, pero no asumidos (no se ha realizado ninguna actividad). Se distinguen por el Status 'Asignado a concesionario'.

En progreso

Los Lead que están parcialmente gestionados, pero que aún no han alcanzado el Status final. En Salesforce se marcan con uno de los dos Status 'Asignado al Dealer' o 'Cita Concertada'.

Cerrado en venta

Todos los Clientes potenciales que han alcanzado un estado FINAL de Venta cerrada que (a excepción de Perdidos) se consideran, por lo tanto, totalmente gestionados.

Cerrado sin venta

Todos los clientes potenciales que han alcanzado un estado FINAL de Cerrado sin venta que (con la excepción de Perdido) se consideran, por lo tanto, totalmente administrados.

Venta pérdida

Subgrupo de los Lead **Cerrado** marcados en Salesforce con el Status "Venta pérdida". Este Status es asignado automáticamente por el sistema a los Lead que no alcanzan un Status final en los 60 días siguientes a la fecha de asignación o a la fecha de cita.

