



NOUVEAU MANUEL AFTERSALES LEAD MANAGEMENT

Version novembre 2022

INTRODUCTION

Nous avons le plaisir de vous présenter le **nouveau manuel** de soutien opérationnel au processus de Gestion des Lead Aftersales dans Salesforce.

Pour faciliter la consultation de ce document, chaque thème peut être sélectionné à partir de la table des matières.

Il est possible de revenir à la table des matières à partir de n'importe quelle page en cliquant sur le symbole  en haut à droite.

Légende :  Information importante

 Information
supplémentaire


 Suggestion

Table des matières

PROCESSUS ASLM – INTRODUCTION

SALESFORCE – VUE D'ENSEMBLE DU PROCESSUS

Accéder à Salesforce

Page principale

View : Attribué au dealer to Dealer

Page principale du Lead

Lead : Section « Détails prospect après-vente »

Lead : Section « Demande de détails »

Lead : Section « Détails du véhicule »

Lead : Section « Détails Qualification AS »

SLA & KPI

SLA

SLA 1 - Temps de premier contact

SLA 2 - Temps de qualification/gestion

SLA 3 - Lead entièrement gérés

GESTION OPÉRATIONNELLE DU LEAD (HOW-TO)

Accès à Salesforce

Page principale

VUE D'ENSEMBLE du Processus ASLM

CONTACT DU LEAD

CONTACT DU LEAD = KO

CONTACT DU LEAD = OK

QUALIFICATION DU LEAD = KO

QUALIFICATION DU LEAD = OK

RENDEZ-VOUS = OK

RENDEZ-VOUS = KO

CONTACTER DE NOUVEAU

GLOSSAIRE

Salesforce

Processus de gestion du Lead

Classification du Lead



Processus ASLM – INTRODUCTION

Les objectifs du processus de gestion des Lead Aftersales, introduit par Maserati à partir de l'année 2020 sont les suivants :

- Améliorer la Customer Experience des clients Maserati grâce à l'utilisation d'outils numériques dédiés
- Augmenter la fréquentation de l'atelier et les opportunités d'affaire des Dealer
- Accroître la fidélisation à la marque et la satisfaction du client



Le client potentiel (Lead) constitue une **opportunité**
l'objectif du Dealer est de convertir cette opportunité en **vente**

L'outil présélectionné pour effectuer l'intégralité de la gestion et de la conversion des Lead Aftersales est Salesforce. Grâce à cet outil, les Dealer du réseau Maserati peuvent :

- Capturer des Lead signalés spontanément par le Client à l'aide des canaux disponibles (CUSTOMER DRIVEN)
- Recevoir les Lead indiqués à l'échelle centrale par Maserati en fonction du ciblage des campagnes en cours (HQ DRIVEN)

Ce manuel a été élaboré afin de donner une vue d'ensemble exhaustive du processus aux dealer et de les aider à gérer au quotidien les Lead Aftersales. Il est constitué de différentes sections consultables séparément :

VUE D'ENSEMBLE DU
PROCESSUS

GESTION OPÉRATIONNELLE
DU LEAD (HOW-TO)

SLA et KPI

GLOSSAIRE



Vue d'ensemble du processus

- Accès à Salesforce
- Affichage des Lead et utilisation de l'outil
- Vue d'ensemble des Lead



Accéder à Salesforce

Pour accéder à Salesforce, il faut passer par MODIS CS+ ; la première étape consiste donc à accéder à MODIS CS+ à l'aide des identifiants :

Dans le menu de gauche, sélectionner la rubrique CRM SALESFORCE pour accéder à la Page d'accueil de Salesforce.



Si l'utilisateur possède plusieurs profils, il doit sélectionner le profil relatif à l'AfterSales pour pouvoir poursuivre :

Modis Communication System

Enter your Username and Password

Username:

Password:

Login with Domain credential

Login Cancel

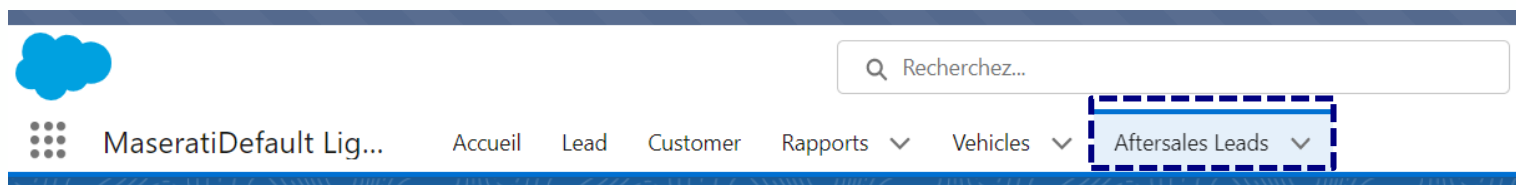
Forgot password? Reset it!



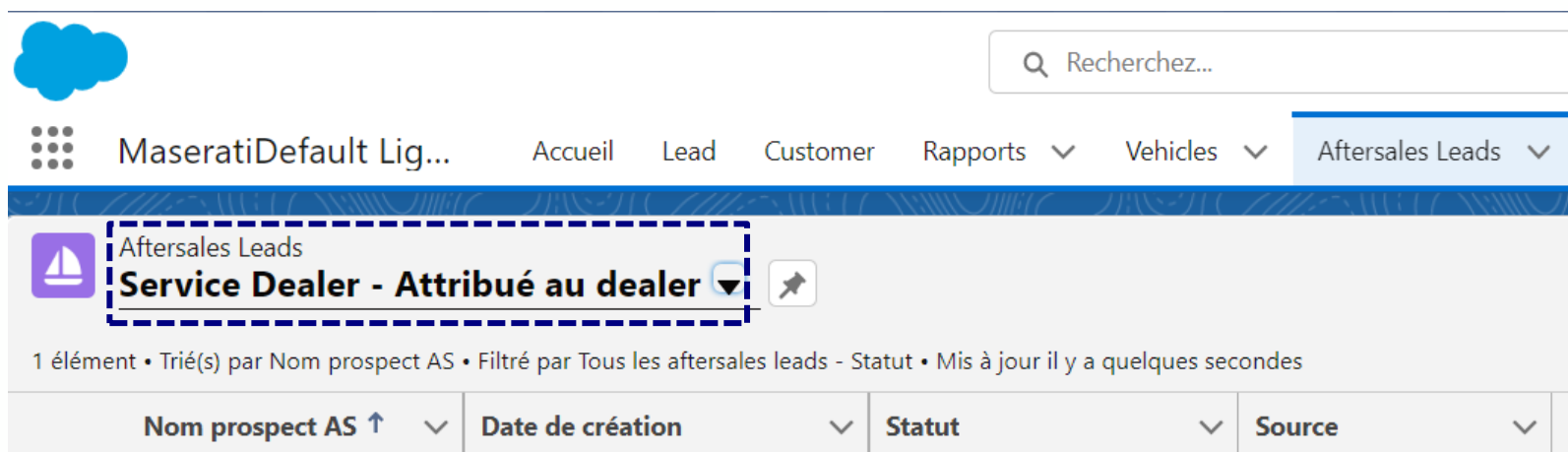


SALESFORCE – Page principale

À partir de la Page d'accueil de Salesforce, sélectionner la rubrique Aftersales Leads pour accéder à la page-écran initiale.



Une liste des Lead les plus récents s'affiche ; la seule information disponible est le nom du Lead AS.



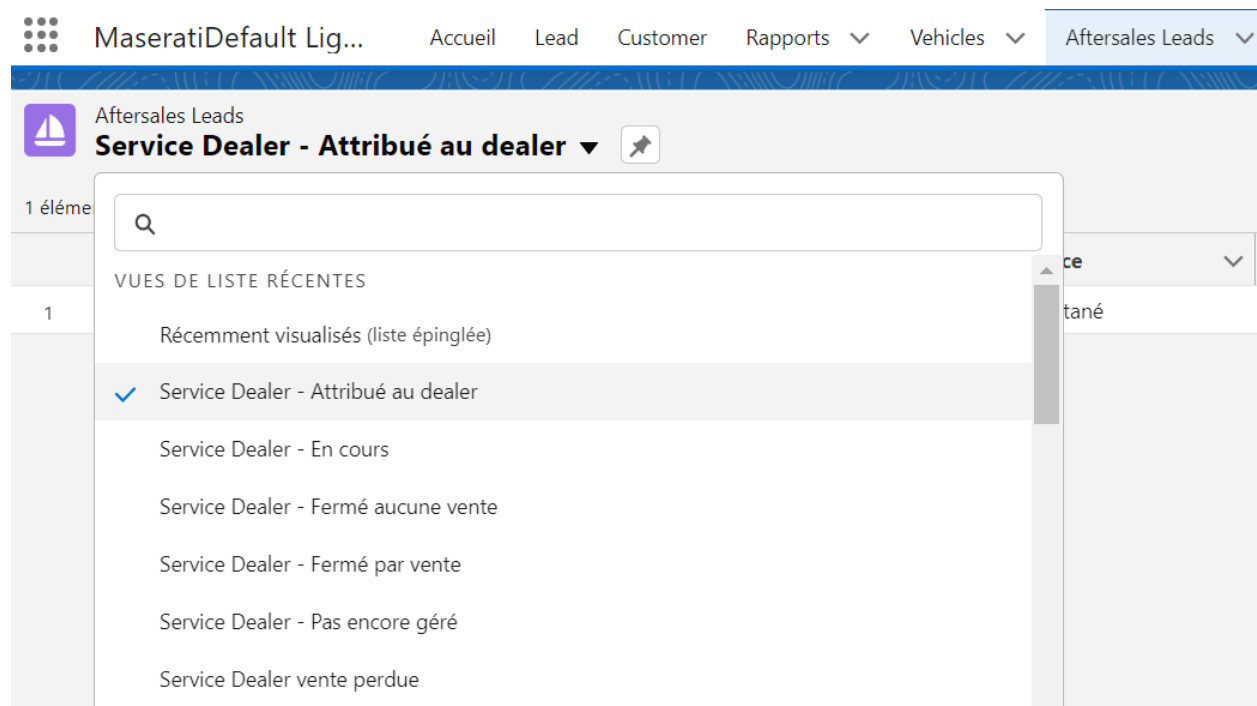
Pour accéder à la liste des Lead en attente d'être pris en charge et gérés, il faut procéder de la manière suivante :

- à partir du menu "**View**": sélectionner **Attribué au dealer**.



SALESFORCE – List view

Dans le menu d'affichage, en plus de la liste des prospects en statut " Attribué au dealer ", il y a les listes suivantes :



- **Fermé par vente** : la vue de liste affichera tous les prospects en statut " Conclu avec vente " et tous les prospects en statut "Rendez-vous pris "
- **Fermé aucune vente**: la vue de liste affichera tous les prospects avec le champ " Clos Aucun motif de vente " rempli
- **En cours**: la vue de liste affichera tous les prospects dans le statut " Attribué au dealer " avec au moins 1 "Tentative de contact"
- **Vente perdue**: la vue en liste affichera tous les prospects en statut " Conclu sans vente "
- **Pas encore géré**: la vue de la liste affichera tous les prospects dans "Attribué au dealer" sans aucune "Tentative de contact"



SALESFORCE – View : Attribué au dealer

La liste des Lead dont le statut correspond à "Attribué au dealer " contient les informations principales sur le Lead:

Aftersales Leads
Service Dealer - Attribué au dealer [dropdown] [share icon]

2 éléments • Trié(s) par Nom prospect AS • Filtré par Tous les aftersales leads - Statut • Mis à jour il y a quelques secondes

Recherchez dans cette liste...

	Nom prospect ... ↑	Date de création	Statut	Source	Campagne après-vente	Dealer Contact ...	Jours à partir de...	
1	[redacted]	08/07/2022 10:08	Attribué au concessionnaire	Spontané	Spontaneous Dealer	1	143	[dropdown arrow]

- **Nom prospect AS** : prénom et nom du Lead
- **Date de création** : Date de création
- **Statut** : dans cette « View », il s'agit toujours de " Attribué au dealer "
- **Source** : Indique l'origine du Lead, le canal par lequel il a été obtenu (Web, Owner App, etc.)
- **Campagne après-vente** : Indique la Campagne de référence (ex. : Rappel d'entretien/Promo saisonnière)
- **Dealer Contact Attempts Done** : Indique le nombre de tentatives de contact effectuées par le concessionnaire
- **Jours à partir de la création du Lead** : indique le nombre de jours écoulés depuis la création du prospect

Pour accéder à la page du Lead, il suffit de cliquer sur le nom dans la colonne Nom prospect AS



SALESFORCE – Page principale du Lead

La page-écran relative au Lead est subdivisée en 4 sections et présente des ACTION BUTTON grâce auxquels gérer le Lead

- Détails prospect après-vente
- Demande de détails
- Détails du véhicule
- Détails Qualification AS

The screenshot shows the Salesforce interface for an 'Aftersales Lead' named 'Test Test'. At the top right, there is a row of action buttons: 'Modifier', 'Prendre rendez-vous', 'Conclu avec vente', 'Conclu sans vente', and 'Contacter de nouveau'. Below this, the main content area is divided into two sections. The left section, titled 'Détails', contains a list of four items: 'Détails prospect après-vente', 'Demande de détails', 'Détails du véhicule', and 'Détails qualification AS'. The right section, titled 'Associé', shows a 'Historique du aftersales lead (3+)' with three entries. Each entry includes fields for Date, Champ, Utilisateur, Valeur d'origine, and Nouvelle valeur.

Date	Champ	Utilisateur	Valeur d'origine	Nouvelle valeur
02/08/2022 10:06	Créé.	AS CLG MOTORS MENTON - 70408		
02/08/2022 10:06	Campagne après-vente	AS CLG MOTORS MENTON - 70408		Spontaneous Dealer
02/08/2022 10:06	Date Assigned to Dealer	AS CLG MOTORS MENTON - 70408		



en bas de page, il y a la section "Historique du aftersales lead" contenant l'historique des principales modifications apportées au Lead au cours du processus de gestion.



SALESFORCE – Lead : Section « Détails prospect après-vente »

La Section "Détails prospect après-vente" contient des informations détaillées sur le Lead généré et assigné:

▼ Détails prospect après-vente			
Statut	Conclu avec vente	Marketing direct	Yes
Campagne après-vente	Spontaneous Dealer	Profilage	Yes
Notes campagne après-vente		par e-mail	Yes
Source	Spontané	par téléphone	Yes
Type de prospect après-vente	Customer Driven	par courrier	Yes
Recontacté	<input type="checkbox"/>	par SMS/MMS	Yes
Lead AS principal		par Fax	Yes
Jours à partir de la création du Lead	0	par réseaux sociaux	Yes
Client			
Personnes comme prospect			

- **Source** : informations sur la provenance du Lead :
- **Campagne après-vente**: informations sur le produit/service qui intéresse le Lead (ex. : Accessories Wheels and Tyres)
- **Type de prospect après-vente** : fournit des informations sur le type de source du prospect
- **Recontacté** : cette case, si cochée, rappelle au concessionnaire de contacter le Client et de lui proposer un nouveau rendez-vous.
- Informations sur le **profilage et le marketing** des clients



SALESFORCE – Lead : Section « Demande de détails »

Elle renferme toute une série d'informations de différentes natures :

Demande de détails	
Prénom	Test
Nom de famille	Test2
Adresse e-mail	abc@test.com
Numéro de contact	12345
Autre téléphone	
Langue préférée	French
Nom prospect AS	Test Test2
Pays	France
Pays	
Ville	
Code postal	
Date de préférence 1	
Date de préférence 2	
Date de préférence 3	
Remarques client	
Services complémentaires	
Demande de	
Demande de détails	
Date rendez-vous	28/07/2022 11:00
Date de reprise de contact	

- 1 Informations sur le Client et coordonnées pour le contacter
- 2 Préférences exprimées par le Client (Date de preference 1-2-3) en ce qui concerne le rendez-vous, en plus du champ **Date rendez-vous** dans lequel saisir la date de Rendez-vous fixée.

" Demande de" et " Demande de détails" sont des informations fournies par le client au moment de la demande.

Les "Remarques client" renseignent sur les notes laissées par le client au moment de la demande.



La saisie d'un rendez-vous entraîne l'envoi de 2 e-mails au Client : Le premier consiste en une confirmation (immédiate) et le second en un rappel (le jour précédent le rendez-vous). Ces 2 e-mails sont également envoyés au Dealer



SALESFORCE – Lead : Section « Détails du véhicule »

Cette Section collecte les informations sur le véhicule :

▼ Détails du véhicule	
VIN	[REDACTED]
Description modèle	LEVANTE DIESEL 250HP MY19
Date de début de garantie	02/05/2019
Date de fin de garantie	02/05/2022
KM moyens client	
Kilométrage actuel	
Lien véhicule	[REDACTED]
Description de la garantie actuelle	CPO 2 YEAR IN EU
Date de début de la garantie actuelle	03/05/2022
Date de fin de la garantie actuelle	02/05/2024
Fin de la propriété	



Seul le champ relatif au VIN peut être renseigné, les autres champs se remplissent automatiquement.



La saisie du VIN **est nécessaire** pour conclure la gestion des leads avec " Conclu avec vente "

Pour tous les Lead HQ DRIVEN (générés par Maserati), le châssis est déjà présent.

Dans le cas des Lead CUSTOMER DRIVEN, il se peut que le châssis ne soit pas présent étant donné que le Client n'est pas tenu de l'indiquer.



SALESFORCE – Lead : Section « Détails Qualification AS » 1/3

La Section « Demande de détails » permet de gérer les phases de CONTACT et QUALIFICATION du Lead.

Détails qualification AS			
Tentative de contact 1	<input checked="" type="checkbox"/>		Tentative date concessionnaire 1 28/07/2022 15:41
Tentative de contact 2	<input type="checkbox"/>		Tentative date concessionnaire 2
Tentative de contact 3	<input type="checkbox"/>		Tentative date concessionnaire 3
Tentative de contact 4	<input type="checkbox"/>		Tentative date concessionnaire 4
Tentative de contact 5	<input type="checkbox"/>		Tentative date concessionnaire 5
Tentative de premier contact SLA	<input checked="" type="checkbox"/>		Qualif. prospect/ Temps gestion SLA <input checked="" type="checkbox"/>
Date de la première tentative de contact	28/07/2022 15:41		Qualif. prospect/ Date gestion 28/07/2022 15:42
			Clos Aucun motif de vente
			Notes de gestion leads

1 Ces champs sont réservés à la saisie des informations relatives à la phase de CONTACT. Dans Salesforce, il est possible de saisir **jusqu'à 5 tentatives de contact**, mais il est **obligatoire d'enregistrer au moins 1 tentative de contact**.

2 Ce champ est dédié à la clôture des Leads pour lesquels aucun rendez-vous n'a pu être fixé. Le statut de clôture sans vente nécessite de spécifier le "Clos Aucun motif de vente" pour fermer le prospect.

3 Le champ "Lead Management Notes" peut contenir les notes gratuites du dealer. Le champ est obligatoire pour clôturer le lead " Avec vente" sans rendez-vous ou " Sans vente" avec Raison de clôture de non-vente - Autre.



Pour de plus amples informations, consulter la section GESTION OPÉRATIONNELLE DU LEAD (HOW-TO) de ce manuel.



SALESFORCE – Lead : Section « Détails Qualification AS » 2/3

1 Cette Section est dédiée à l'enregistrement des tentatives de CONTACT effectuées par le Dealer

▼ Détails qualification AS	
Tentative de contact 1 <input checked="" type="checkbox"/>	Tentative date concessionnaire 1 28/07/2022 15:41
Tentative de contact 2 <input type="checkbox"/>	Tentative date concessionnaire 2
Tentative de contact 3 <input type="checkbox"/>	Tentative date concessionnaire 3
Tentative de contact 4 <input type="checkbox"/>	Tentative date concessionnaire 4
Tentative de contact 5 <input type="checkbox"/>	Tentative date concessionnaire 5
Tentative de premier contact SLA <input checked="" type="checkbox"/>	Qualif. prospect/ Temps gestion SLA <input checked="" type="checkbox"/>
Date de la première tentative de contact 28/07/2022 15:41	Qualif. prospect/ Date gestion 28/07/2022 15:42
	Clos Aucun motif de vente
	Notes de gestion leads ⓘ

 Dans Salesforce, il est possible de saisir **jusqu'à 5** tentatives de contact, mais il est **obligatoire d'effectuer et d'enregistrer au moins le premier** (Tentative de contact 1).

Les champs "Tentative de premier contact SLA" et "Date de la première tentative de contact" seront automatiquement remplis lorsque " Tentative de contact 1 " est enregistré.

Pour enregistrer l'information du contact, il faut l'enregistrer à l'aide de la touche réservée à cet effet

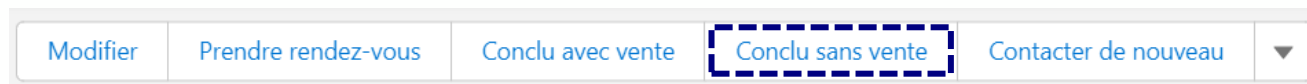


 Pour de plus amples informations, consulter la section GESTION OPÉRATIONNELLE DU LEAD (HOW-TO) de ce manuel.



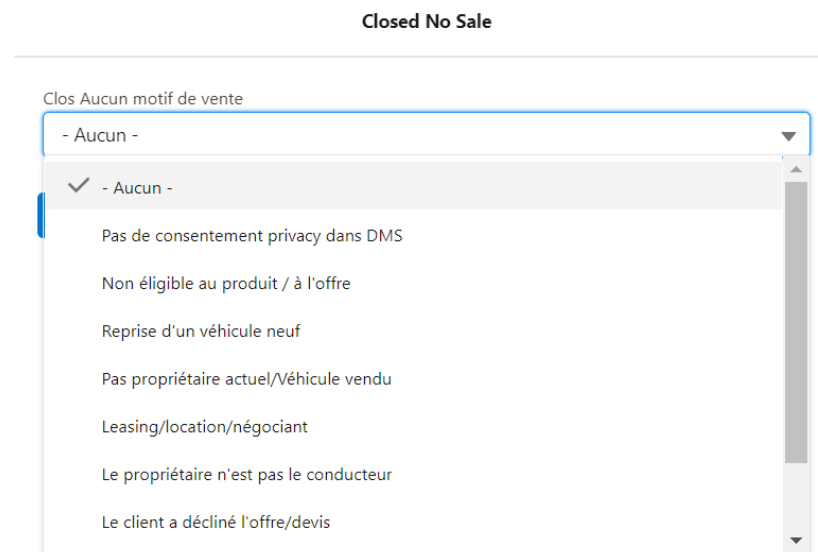
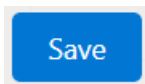
SALESFORCE – Lead : Section « Détails Qualification AS » 3/3

2 Cette Section est consacrée à l'enregistrement des informations sur le résultat de la gestion du Lead qui ne débouche pas sur un rendez-vous. La gestion de ces Leads peut être complétée en sélectionnant le ACTION BUTTON "Conclu sans vente "



En cliquant sur ce bouton, une popup apparaîtra. Spécifiez une "Clos Aucun motif de vente" pour fermer le prospect en sélectionnant l'un des éléments disponibles dans la liste.

Après avoir sélectionné une rubrique dans une liste, il est nécessaire de l'enregistrer :





GESTION OPÉRATIONNELLE DU LEAD (HOW-TO)





Accès à Salesforce

- Accéder à Salesforce par le biais de MODIS CS+ en saisissant les identifiants correspondants.
- Sélectionner la rubrique CRM SALESFORCE pour accéder à la page principale de Salesforce.

The screenshot shows the login interface for the Modis Communication System. On the left, there is a dark blue header with the Maserati logo and the word 'MASERATI' in white. Below the header, there is a vertical list of language options: ITALIANO, ENGLISH, FRANÇAIS, DEUTSCH, and 中文. On the right, there is a white login form with the title 'Modis Communication System'. The form contains the text 'Enter your Username and Password' and two input fields for 'Username:' and 'Password:'. Below the fields, there is a checkbox labeled 'Login with Domain credential' and two buttons: 'Login' and 'Cancel'. At the bottom of the form, there is a link that says 'Forgot password? Reset it!'.

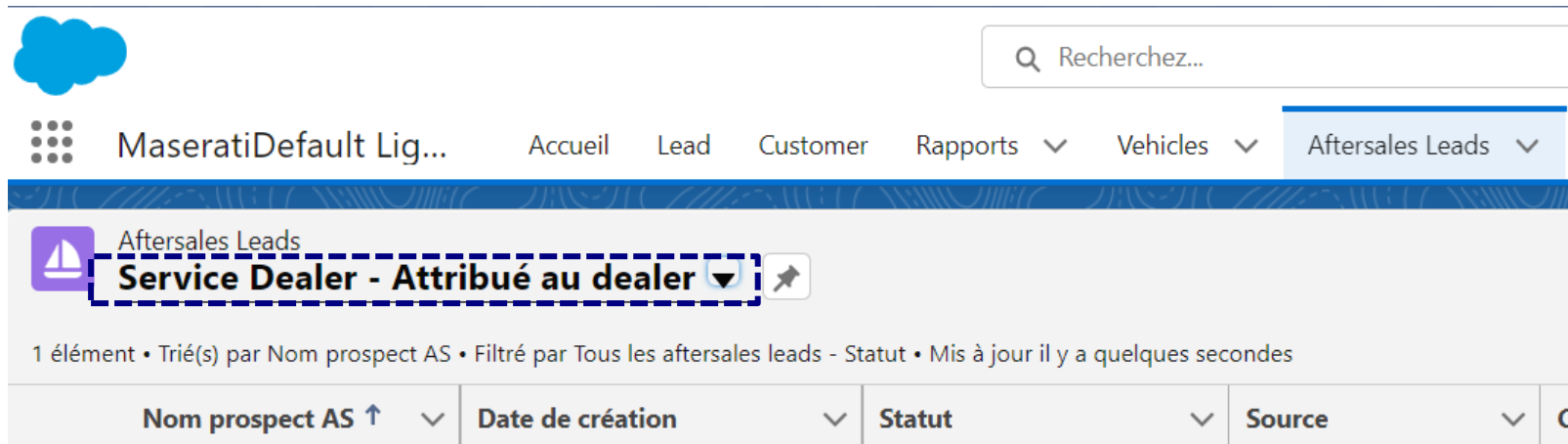


Si l'utilisateur possède plusieurs profils, il doit sélectionner le profil relatif à l'After-sales pour pouvoir poursuivre :



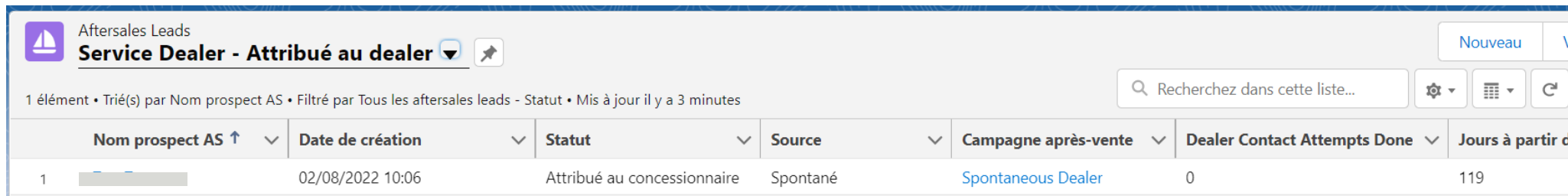
SALESFORCE – Page principale

- Sélectionnez Aftersales Leads dans la barre principale pour accéder à l'écran d'accueil.



Une liste des Lead les plus récents s'affiche ; la seule information disponible est le nom du Lead AS.

- Sélectionnez **Attribué au dealer** dans le menu **"View"** pour accéder à la liste des prospects en attente d'être récupérés
- cliquer sur le nom dans la colonne Nom prospect AS pour commencer à gérer le Lead

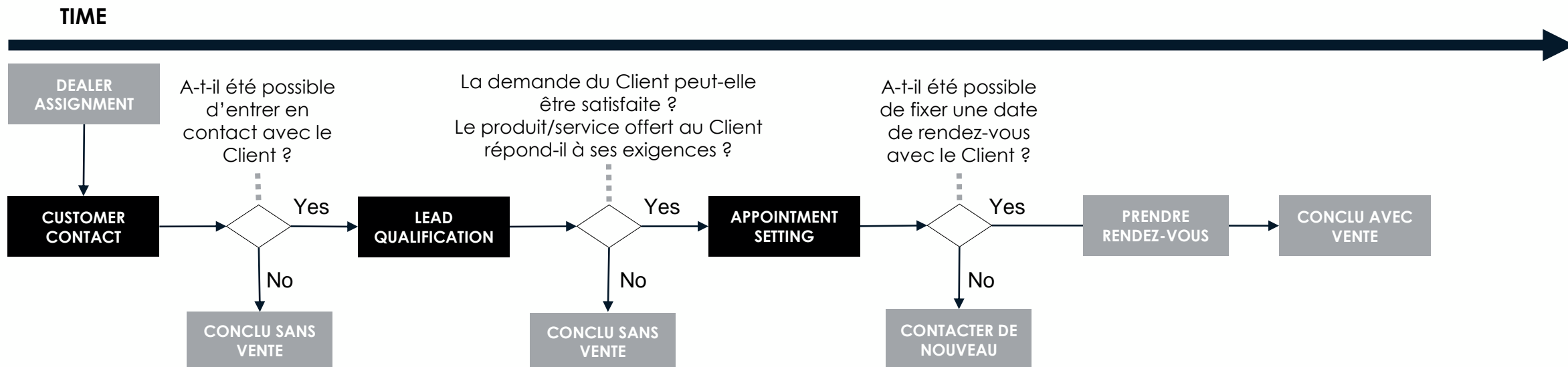




ASLM – VUE D'ENSEMBLE du Processus

Le processus de gestion des Lead se compose de différentes phases successives :

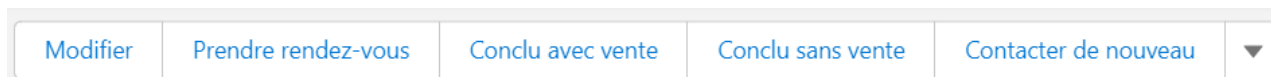
CONTACT DU LEAD – QUALIFICATION DU LEAD – RENDEZ-VOUS – VISITE DANS L'ATELIER



En ce qui concerne la gestion des Lead, l'objectif est de parvenir dans l'idéal à l'exécution de l'intervention dans l'atelier ou, dans tous les cas, à la vente d'un produit/service. Comme cela n'est pas toujours possible, le passage d'une phase à l'autre dépend de la réponse affirmative à chaque question (\diamond).

Chaque Lead doit être géré et clos (en fonction de l'état d'avancement atteint) à l'aide des

"ACTION BUTTON " réservés à cet effet :





Processus ASLM – CONTACT DU LEAD



Au moins 1 tentative de contact doit être effectuée et enregistrée (Tentative de contact 1) sous Salesforce dans la section Détails Qualification AS en cours de gestion.

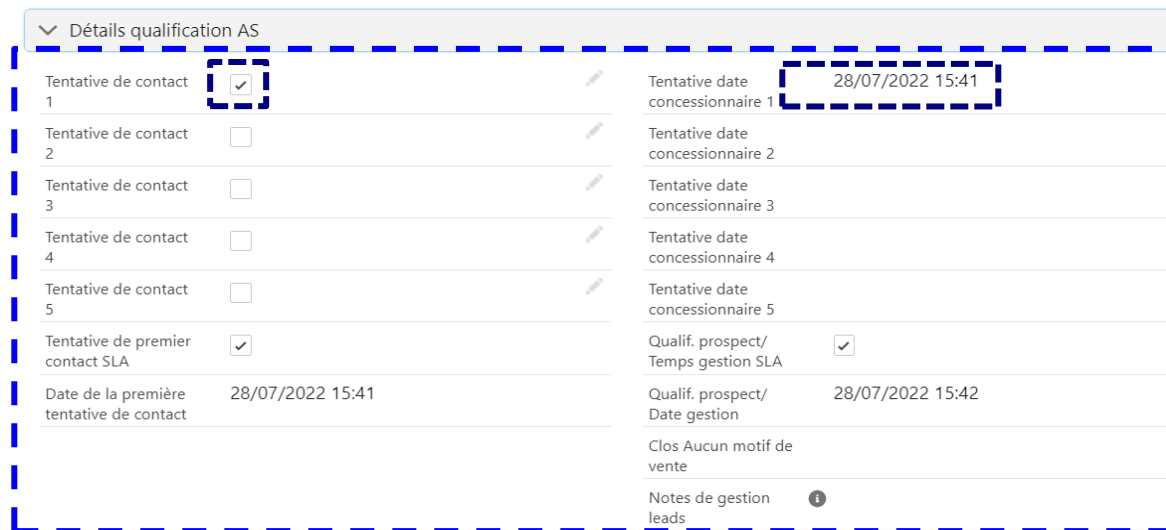
OPÉRATIONS :


1- Commencer par la première tentative de contact du Client par le biais des canaux disponibles (téléphone, e-mail, SMS ou autres systèmes de messagerie).

2- Enregistrer la tentative de contact en cliquant deux fois sur la case  et activer la coche

3- Enregistrer la tentative de contact 

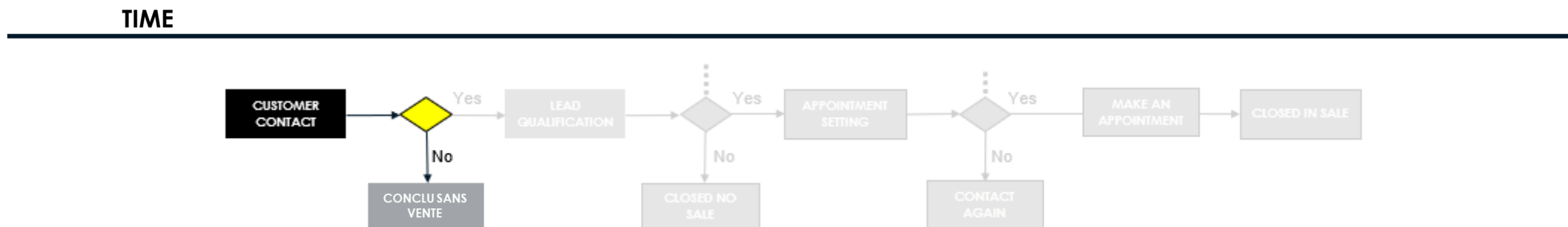
4- Après l'avoir enregistré, la date et l'heure du tentative sont reportées automatiquement dans le champ "Tentative date concessionnaire #" correspondant



Détails qualification AS	
Tentative de contact 1	<input checked="" type="checkbox"/>
Tentative de contact 2	<input type="checkbox"/>
Tentative de contact 3	<input type="checkbox"/>
Tentative de contact 4	<input type="checkbox"/>
Tentative de contact 5	<input type="checkbox"/>
Tentative de premier contact SLA	<input checked="" type="checkbox"/>
Date de la première tentative de contact	28/07/2022 15:41
Tentative date concessionnaire 1	28/07/2022 15:41
Tentative date concessionnaire 2	
Tentative date concessionnaire 3	
Tentative date concessionnaire 4	
Tentative date concessionnaire 5	
Qualif. prospect/ Temps gestion SLA	<input checked="" type="checkbox"/>
Qualif. prospect/ Date gestion	28/07/2022 15:42
Clos Aucun motif de vente	
Notes de gestion leads	



Processus ASLM – CONTACT DU LEAD = KO



Si après des tentatives répétées correctement réparties dans le temps (et enregistrées dans Salesforce), vous ne parvenez pas à prendre contact avec le client, mettre fin à la gestion des prospects avec "Conclu sans vente".

OPÉRATIONS :

1- Cliquez sur le bouton "Conclu sans vente" et sélectionnez une raison

Conclu sans vente

2- Enregistrez en appuyant sur

Save

Closed No Sale

Clos Aucun motif de vente

- Aucun -

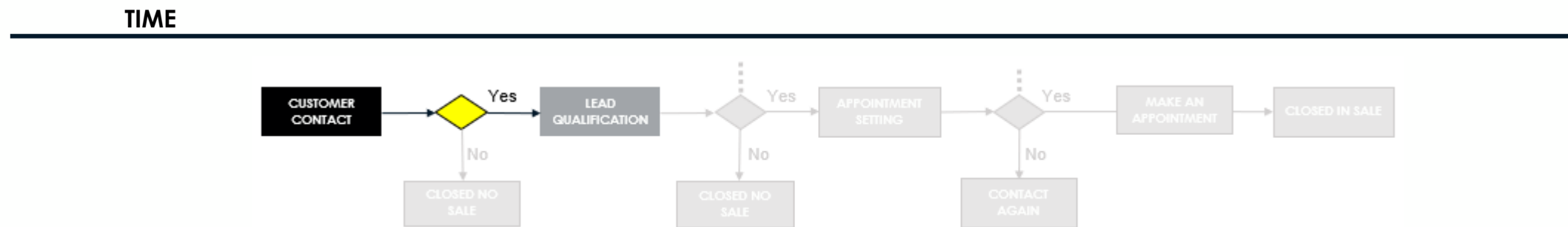
✓ - Aucun -

- Pas de consentement privacy dans DMS
- Non éligible au produit / à l'offre
- Reprise d'un véhicule neuf
- Pas propriétaire actuel/Véhicule vendu
- Leasing/location/négociant
- Le propriétaire n'est pas le conducteur
- Le client a décliné l'offre/devis

En sélectionnant le motif "Autre", il est obligatoire de renseigner le champ "Notes de gestion leads".



Processus ASLM – CONTACT DU LEAD = OK



Si le Client a été contacté, la phase suivante commence : **Qualification du Lead**.

Le processus de qualification est un **moment-clé** du processus de gestion du Lead et implique la participation active du Client pour :

- cerner l'intégralité des besoins et des exigences du Client
- vérifier que le Client est intéressé par l'offre qui lui est présentée
- s'assurer que le Client est prêt à fixer un rendez-vous avec le Dealer

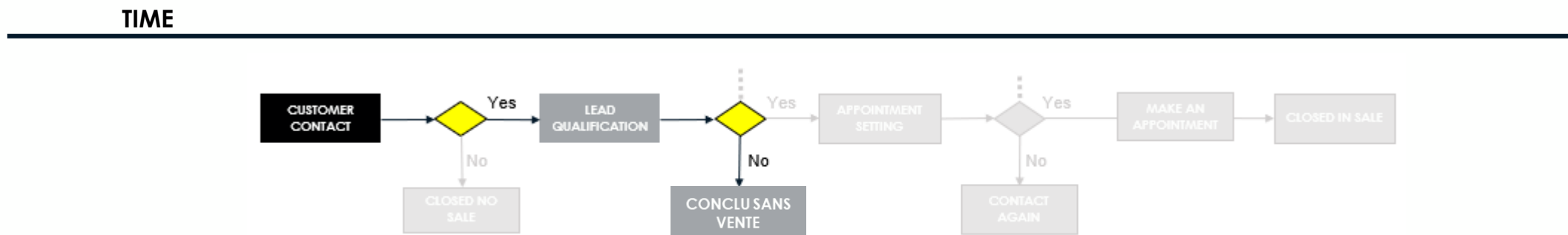
Le processus de qualification commence au moment où le contact est établi avec le Client et s'achève au moment où tous les éléments nécessaires ont été recueillis pour pouvoir proposer (ou non) un rendez-vous



En utilisant les informations disponibles sur le Client et la voiture dans les systèmes IT, le Dealer est en mesure de cerner au préalable le Client avant de le contacter afin d'augmenter ses probabilités de réussite.



Processus ASLM – QUALIFICATION DU LEAD = KO



Si l'étape de qualification se termine par un résultat négatif, terminez le prospect en tant que "Conclu sans vente".

OPÉRATIONS :

1- Cliquez sur le bouton " Conclu sans vente" et sélectionnez une raison

2- Enregistrez en appuyant sur 

Closed No Sale

Clos Aucun motif de vente

- Aucun -

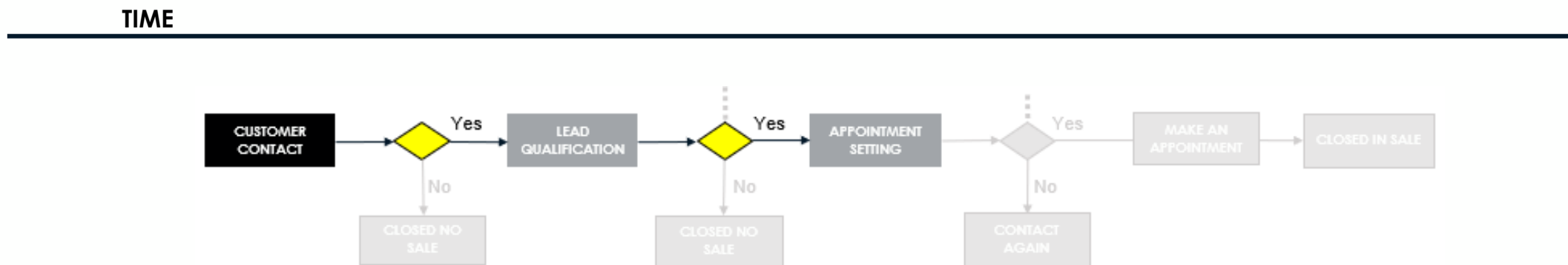
✓ - Aucun -

- Pas de consentement privacy dans DMS
- Non éligible au produit / à l'offre
- Reprise d'un véhicule neuf
- Pas propriétaire actuel/Véhicule vendu
- Leasing/location/négociant
- Le propriétaire n'est pas le conducteur
- Le client a décliné l'offre/devis

Si la raison « Pas propriétaire/Véhicule vendu" a été sélectionnée, afin de continuer et de sauvegarder le dossier, il sera nécessaire et obligatoire d'entrer la date de fin de propriété. Le statut du prospect passe à " Conclu sans vente " et la gestion des prospects est terminée



Processus ASLM – QUALIFICATION DU LEAD = OK



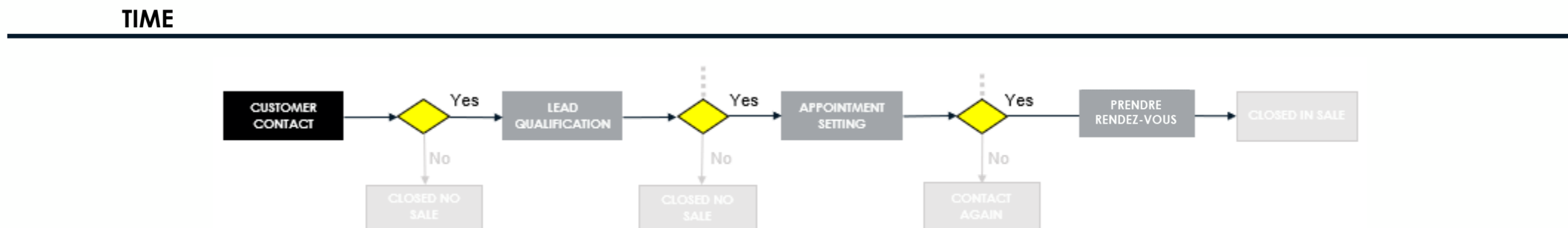
Par contre, si la Qualification du Lead s'achève par un résultat positif, toutes les conditions pour satisfaire le Client et s'occuper de son véhicule sont réunies :

- La voiture du Client rentre dans la Campagne / Service offert / requis
- Le Client possède actuellement le véhicule qui lui est associé
- Les délais relatifs à la demande / offre peuvent être respectés

Il est possible de poursuivre par la proposition d'un rendez-vous avec le Client.

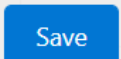


Processus ASLM – RENDEZ-VOUS = OK



Si le Client s'avère intéressé par un rendez-vous, après avoir été **contacté et qualifié avec succès**, procéder comme indiqué pour fixer le rendez-vous :

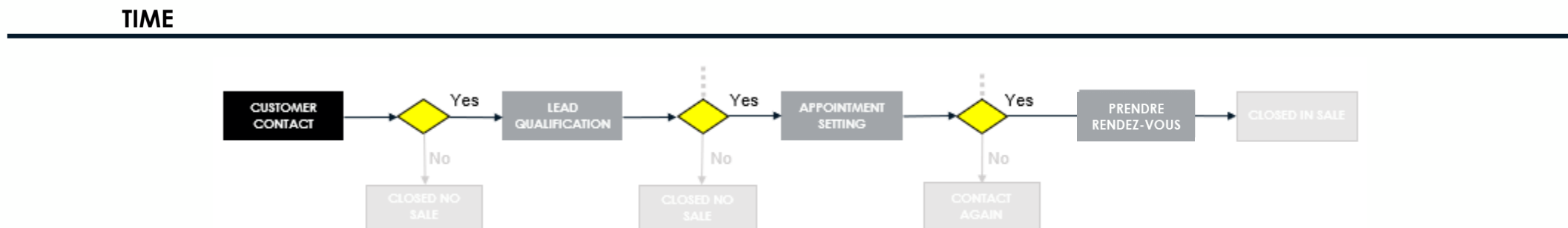
OPÉRATIONS :

- 1- Cliquez sur le bouton " Prendre rendez-vous "
- 2- Sélectionnez la date et l'heure convenues du rendez-vous ; cochez le drapeau pour envoyer un e-mail de rappel au client
- 3- Enregistrez en appuyant sur 

Le Statut change automatiquement et passe de "Attribué au Dealer " à "Rendez-vous pris "




Processus ASLM – RENDEZ-VOUS = OK



Une fois la demande du client satisfaite, le prospect peut être clôturé en tant que "Conclu avec vente " en saisissant obligatoirement un VIN correct.

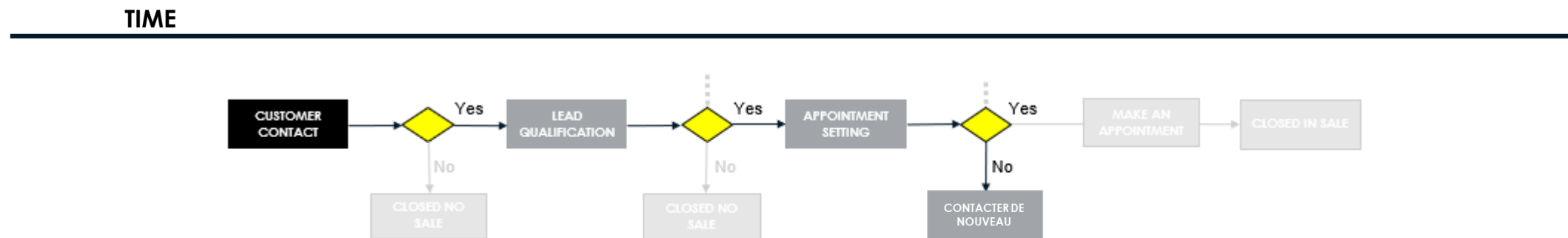


 Pour modifier un rendez-vous pris, cliquez à nouveau sur le bouton " Prendre rendez-vous" sélectionnant la date et l'heure du nouveau rendez-vous convenu.

 Lorsque le rendez-vous est planifié, en cochant le drapeau, Salesforce enverra un e-mail confirmant le rendez-vous au client. Un mail de rappel sera envoyé la veille du rendez-vous. Deux courriels équivalents seront également envoyés au Concessionnaire.



Processus ASLM – RENDEZ-VOUS = KO & CONTACTER DE NOUVEAU



Si les conditions de prise de rendez-vous ne sont pas remplies, terminez la gestion des leads en "Conclu sans vente" en sélectionnant le même bouton.

Dans tous les cas, il est possible de planifier une reprise de contact avec le client dans le futur, à un moment où l'offre pourrait être plus attractive à ses yeux (un Client non intéressé aujourd'hui pourrait l'être demain !).

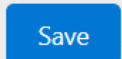
Il est possible de prévoir un contact de rappel avec le Client chaque fois que le Concessionnaire entrevoit la possibilité d'une future vente de produits/services.

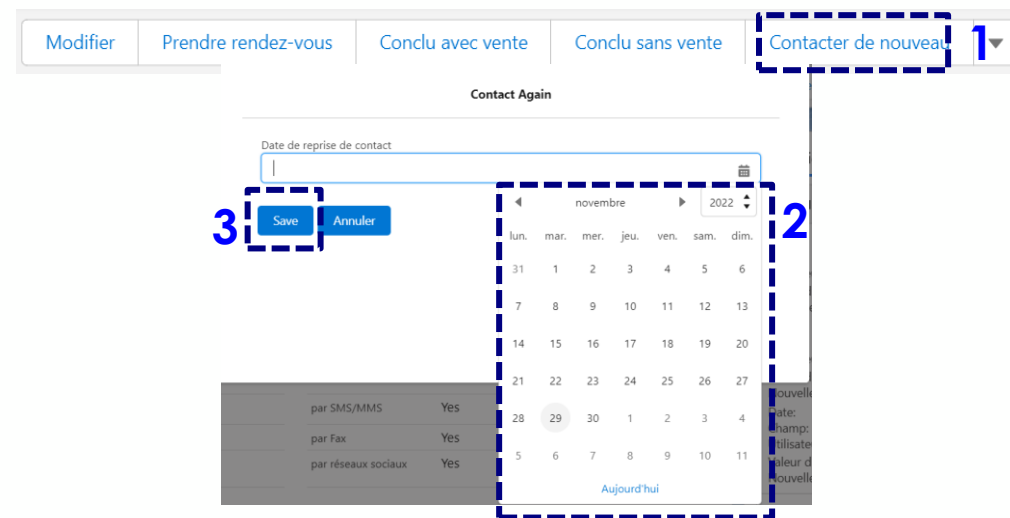




Processus ASLM – CONTACTER DE NOUVEAU

OPÉRATIONS :

- 1- Cliquez sur le bouton "Contacter de nouveau"
- 2- Sélectionnez la date du contact sur le calendrier
- 3- Enregistrez en appuyant sur 



par SMS/MMS	Yes
par Fax	Yes
par réseaux sociaux	Yes

Le statut du prospect passe à " Conclu sans vente " avec la catégorie de raison "Not Interested Now" et "Contacter de nouveau " comme motif de fermeture sans vente. La gestion des prospects est terminée.



Une fois la date de recontact atteinte, un nouveau prospect sera créé avec le statut " Attribué au Dealer " et avec un drapeau coché sur la case " Recontacté ". Vous pouvez trouver le nouveau prospect dans la vue de liste " Attribué au Dealer ", contacter le client et suggérer un nouveau rendez-vous.



Vous pouvez toujours modifier la date/l'heure manuellement après l'enregistrement.



Le nouveau lead portera le nom du lead précédent dans le champ Lead AS principal. Sélectionnez le nom pour afficher toutes les informations sur le prospect d'origine.



SLA & KPI



SLA – Service Level Agreement

L'un des éléments-clés de la gestion des Lead est certainement le facteur temps.

Un contact rapide prouve l'attention que réserve Maserati à ses Clients et maximise la Customer experience ainsi que la loyalty de nos Clients.

Les SLA suivants ont été mis en place à partir de 2022 pour garantir un niveau de service client conforme aux standards Maserati et pour contrôler les performances dans la gestion du lead après-vente.

**Temps de premier
contact**

**Temps de gestion
(clôture Lead)**

**% Lead gérés
(clôture Leads)**



SLA 1 - Temps de premier contact

Mesure la rapidité du Dealer à prendre en charge la gestion des Lead et indique l'intervalle de temps qui s'est écoulé entre l'assignation du Lead au Dealer et la première tentative de contact du Client.

OBJECTIF : 70 % ≤ 1j (SLA : **70 %** des Lead assignés doivent être contactés dans les 24 heures calendaires à compter de l'assignation)

Mesure des indicateurs clés de performance (KPI) : Date/heure de la première tentative de contact – Date/heure d'assignation du lead

La **date/heure d'assignation** est visible sur la page du Lead dans la section Historique du aftersales lead.

Historique du aftersales lead (3+)	
Date:	02/08/2022 10:06
Champ:	Créé.
Utilisateur:	[Redacted]
Valeur d'origine:	[Redacted]
Nouvelle valeur:	[Redacted]
Date:	02/08/2022 10:06
Champ:	Campagne après-vente
Utilisateur:	[Redacted]
Valeur d'origine:	[Redacted]
Nouvelle valeur:	Spontaneous Dealer
Date:	02/08/2022 10:06
Champ:	Date Assigned to Dealer
Utilisateur:	[Redacted]
Valeur d'origine:	[Redacted]
Nouvelle valeur:	02/08/2022 10:06

La **date/heure du premier contact** est visible sur la page du Lead dans la section Détail qualification AS.

Détails qualification AS			
Tentative de contact 1	<input checked="" type="checkbox"/>		Tentative date concessionnaire 1
Tentative de contact 2	<input type="checkbox"/>		Tentative date concessionnaire 2
Tentative de contact	<input type="checkbox"/>		Tentative date

Dans l'exemple illustré, le temps de premier contact est de 2 h et 18 m → SLA OK

Les données agrégées seront exprimées comme "valeur moyenne des temps de premier contact de chaque Lead"





SLA 2 - Temps de qualification/gestion

Mesure le temps de gestion des Lead et indique l'intervalle de temps qui s'est écoulé entre l'assignation du Lead au dealer et la clôture du Lead (qui se produit au moment de l'assignation d'un Statut final**).

OBJECTIF : 70 % ≤ 10j (SLA : 70 % des Lead assignés doivent être clos dans les 10 jours calendaires à compter de l'assignation)

Mesure des indicateurs clés de performance (KPI) : Date/heure de clôture du Lead* – Date/heure d'assignation du Lead

La date/heure d'assignation (1) et la date/heure de clôture (2) sont visibles sur la page du Lead

dans la section Historique du aftersales Lead :

Historique du aftersales lead (3+)	
Date:	02/08/2022 10:06
Champ:	Créé.
Utilisateur:	AS CLG MOTORS MENTON - 70408
Valeur d'origine:	
Nouvelle valeur:	
Date:	02/08/2022 10:06
Champ:	Campagne après-vente
Utilisateur:	AS CLG MOTORS MENTON - 70408
Valeur d'origine:	
Nouvelle valeur:	Spontaneous Dealer

2

1

Dans l'exemple illustré, le temps de qualification/gestion est inférieur à 4 jours → SLA OK

" Rendez-vous pris " dans les 60 jours, n'est pas un statut définitif et pour cette raison, le concessionnaire peut clôturer le prospect ([Conclu avec vente](#)) immédiatement après avoir fixé le rendez-vous afin de respecter le délai de 10 jours. Insérer un VIN correct est obligatoire pour fermer.

** Conclu sans vente / Conclu avec vente / Rendez-vous pris



SLA 3 – Lead entièrement gérés

Mesure le nombre de Lead entièrement gérés (dans un Statut final*) par rapport au nombre total de Lead assignés **au cours des 60 derniers jours**.

OBJECTIF : 90 % (90 % des Lead assignés au cours des 60 derniers jours doivent se trouver dans un Statut final* et, de ce fait, être entièrement gérés)

MESURE DES KPI : nombre de Lead qui se trouvent dans un Statut FINAL / nombre de Lead assignés

* Conclu sans vente / Conclu avec vente





GLOSSAIRE



GLOSSAIRE

ASLM After Sales Lead Management

LEAD Client qui possède une voiture Maserati susceptible d'être intéressé par un produit ou un service offert par votre atelier Maserati ou qui demande explicitement à être recontacté du fait qu'il est intéressé par un produit/service.

Un Lead constitue une opportunité d'affaire pour votre concession.

STATUT (du Lead) : indique l'état d'avancement du Lead dans le processus de gestion ; il peut être « initial », « intermédiaire » ou « final ». Les Lead associés au Statut final ont été entièrement gérés et ne requièrent pas d'actions ultérieures ; les Lead classés dans Statut initial et intermédiaire requièrent des actions ultérieures pour atteindre un Statut final.

Attribué au dealer (Statut initial) : tous les Lead, indépendamment des modalités de génération ou du type de campagne, sont assignés à chaque dealer sous Salesforce, l'outil grâce auquel ces Lead doivent être activement gérés par le Dealer. Au moment de la création, les Lead se trouvent dans l'état « Attribué au dealer », ce qui correspond à un nouveau Client potentiel à contacter.

Rendez-vous pris

- **(Statut intermédiaire)** : Ceci identifie le prospect pour lequel un rendez-vous a été pris, il ne peut être finalisé que comme " Conclu avec vente " ou " Conclu sans vente ", dans les 60 jours.

- **(Statut définitif)** : Si le lead n'est pas géré dans les 60 jours, "Rendez-vous pris " deviendra un statut définitif.

Conclu sans vente / Conclu avec vente (statut final) : les prospects identifiés par l'un de ces statuts sont considérés comme entièrement gérés et aucune autre modification n'est possible. Chacun de ces Statuts doit être attribué au Lead par le Concessionnaire à l'aide des ACTION BUTTONS.

ACTION BUTTON : il s'agit des touches de fonction qui doivent être utilisées pour modifier le Statut du Lead dans le processus de gestion.

CLÔTURE LEAD : aboutissement du processus de gestion du Lead. Pour clore la gestion, il faut assigner au Lead l'un des Statut finals (à l'aide des ACTION BUTTONS).



GLOSSAIRE

GESTION DU LEAD (processus de)

Le Statut de chaque Lead commence par être associé à " Attribué au dealer " ; les Lead qui se trouvent dans ce Statut doivent être gérés et requièrent par conséquent l'intervention du Dealer. Le processus de gestion du Lead est constitué des phases suivantes : contact du Lead, qualification du Lead, rendez-vous et/ou clôture

Pour que la gestion du Lead puisse être considérée comme close, il faut attribuer à celui-ci l'un des Statut FINALS sous Salesforce à l'aide des ACTION BUTTON.

Un Lead dans l'un des Statut finals NE peut PAS subir de modifications ultérieures étant donné que sa gestion est considérée comme close.

N.B. : Il n'est possible de déterminer le résultat FINAL à attribuer à chaque Lead géré qu'en aval des phases de contact et de qualification.

CONTACT DU LEAD

Il s'agit de la phase initiale la plus importante du processus de gestion du Lead. Celle-ci consiste à se mettre en contact avec le Client dans l'objectif ultime de transformer un intérêt potentiel en une opportunité d'affaire concrète. Elle peut se dérouler de différentes manières : entretien téléphonique, échange d'e-mails ou de messages mais, sauf si le Client exprime ses préférences, il faudrait qu'elle ait lieu par téléphone (si la première tentative se solde par un échec, il est déconseillé d'en faire d'autres dans un laps de temps trop court ; mieux vaut répartir les tentatives de contact sur 2 ou 3 jours en ayant la sagesse de sélectionner différentes tranches horaires) du fait qu'elle donne une image de professionnalisme et d'attention envers le Client et qu'elle permet d'instaurer un échange plus direct/efficace.

QUALIFICATION DU LEAD

La qualification du Lead est constituée du processus à travers lequel les exigences du Client sont cernées en termes d'exigences de service et la possibilité de réussir à les satisfaire est établie. Cela implique la nécessité pour le Dealer d'instaurer un contact avec le Client. En effet, ce n'est qu'en entrant en contact avec le Client qu'il est possible de cerner ses besoins, qu'ils soient évidents ou non, donc de déterminer l'avenir du Lead.

RENDEZ-VOUS AVEC LE LEAD

Tous les Lead avec lesquels un rendez-vous a été pris précédemment dans Salesforce changent automatiquement de Statut sous la rubrique " Rendez-vous pris ".

Le statut " Rendez-vous pris", dans les 60 jours, n'est pas un statut FINAL et nécessite donc une action supplémentaire de la part du concessionnaire.

Pour pouvoir clore la gestion de ces Lead, il faut leur attribuer le Statut FINAL " Conclu avec vente " ou " Conclu sans vente "





GLOSSAIRE – Classification du Lead

CUSTOMER Driven Lead

issus d'une demande de contact spécifique du Client. Les canaux numériques à travers lesquels le Client peut demander à être contacté vis-à-vis d'un produit/service qui l'intéresse sont principalement constitués des Web form présents sur les sites institutionnels de Maserati ou l'Owner App Maserati. Ces Lead doivent être gérés en priorité : le Client a transmis une demande et s'attend à être contacté le plus rapidement possible.

HQ Driven Lead

Maserati effectue régulièrement des analyses du parc de véhicules en circulation et, en s'appuyant sur toute une série de paramètres, identifie les clients susceptibles d'être intéressés par une offre particulière. Le Client n'a pas fait de demande effective mais il pourrait être intéressé par l'offre proposée par Maserati : les campagnes Service Reminder et Warranty End Reminder en sont un exemple.

Pas encore géré

Lead assignés au Dealer mais qui n'ont pas été pris en charge (aucune activité effectuée). Ils sont associés au Statut « Attribué au dealer ».

En cours

Lead partiellement gérés mais qui n'ont pas encore atteint un Statut Final. Sous Salesforce, ils se distinguent par l'un des deux Statut " Attribué au dealer " ou " Rendez-vous pris ".

Conclu avec vente

Tous les prospects qui ont atteint un statut FINAL de " Conclu avec vente " qui (à l'exception de Perdu) sont donc considérés comme entièrement gérés.

Conclu sans vente

Tous les prospects qui ont atteint un statut FINAL de " Conclu sans vente " qui (à l'exception de Perdu) sont donc considérés comme entièrement gérés.

Vente perdue

Sous-groupe des Lead Closed correspondant sous Salesforce au Statut « Vente perdue ». Ce Statut est attribué automatiquement par le système aux Lead qui n'ont pas atteint un Statut final dans les 60 jours suivant la date d'assignation ou la date de rendez-vous.

