

13 | TRAITEMENT DES LEADS

Prestations standard

- **Client** : Réactivité du distributeur par rapport à la demande du client. Qualité des réponses.
- **Distributeur** : Améliorer la qualité des contacts transmis à l'opérateur de réservation, au conseiller de service et au personnel des pièces. Augmenter les entrées après-vente à partir des demandes des clients.

Principales fonctions concernées : Responsable après-vente.

1 Attribuer un lead dès sa réception en fonction de sa nature

- Sous la responsabilité du responsable après-vente, affecter des leads via un outil de traitement des leads, ou manuellement à la/aux personne(s) déléguée(s) en mesure de répondre :
 - ✓ Une alternative est identifiée et désignée pour attribuer des leads en cas d'absence du responsable après-vente.
 - ✓ Une règle d'affectation des leads est définie par le responsable après-vente et communiquée à toutes les parties prenantes concernées.
- En cas d'utilisation d'un outil de traitement des leads, les adresses email du responsable après-vente, du suppléant et/ou de la/des personne(s) déléguée(s) sont saisies (alerte d'affectation d'un lead). L'outil est configuré et mis à jour.

2 Préparation du contact client par la personne responsable de répondre à un lead

- Tenir compte de :
 - ✓ La nature de la demande du Client
 - ✓ L'historique client avec Maserati (Fiche client dans la base de données)
 - ✓ Le client consent au traitement de ses données personnelles (conformément à la réglementation locale).
 - ✓ La présence d'un contrat de service pour le véhicule du client si le NIV est connu.
- Être en possession de :
 - ✓ Programmation des rendez-vous après-vente et calendrier de chargement de l'atelier
 - ✓ Éléments qui me permettent de répondre à la demande du client.

Documentation d'accompagnement : [Traitement des Leads : Exemple de script téléphonique](#)

3 Contact client le jour suivant la réception du lead par la personne chargée d'y répondre

Par ordre de priorité, le contact Client s'effectue :

- Par téléphone
 - ✓ Si le premier appel échoue, laisser un message vocal informant le client que la demande est prise en compte et que l'appel sera renouvelé.
- Par e-mail
 - ✓ Après 3 tentatives de contact infructueuses à différents moments au cours d'une période de travail de 48 heures, envoyer un email.
 - ✓ Si le numéro de téléphone du client n'est pas valide, envoyer un e-mail.

Documentation d'accompagnement : [Traitement des Leads: Exemple de texte - Message vocal / Traitement des Leads: Exemple de texte - Email](#)

13 | TRAITEMENT DES LEADS

4 Traçabilité des contacts client

Une traçabilité de tous les contacts Clients est mise en place. Pour chaque lead attribué, la personne en charge de la réponse fournira un tableau de suivi et d'analyse pour les contacts client avec :

- Date et heure des contacts
- Verbatim client et les solutions ou réponses fournies au client lors des contacts.

*Documentation d'accompagnement : **Traitement des leads: Tableau de suivi des contacts client** : uniquement pour les marchés où Salesforce (SFDC) n'est pas disponible*

5 Suivi et activité des leads par le responsable après-vente

Chaque jour, s'assurer que tous les leads sont traités ou en cours via :

- l'outil Salesforce
- Tableau récapitulatif disponible à partir de l'outil de traitement des leads si présent
- Rapport de suivi d'activité avec indicateurs « type de contact », « nombre de contacts », « taux de traitement dans un délai de 1 jour ouvré », « taux de rendez-vous fixé », ...

À l'appui du suivi, partage et facilitation des principaux indicateurs lors de réunions hebdomadaires et/ou mensuelles avec le conseiller de service ...