

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 lavorativi (* in base alle regole di business NPS specifica per Region)

- Contattare telefonicamente tutti i Clienti:
 - Entro 4* giorni lavorativi con indicazioni da parte del concessionario (fortemente raccomandato) o del fornitore esterno di servizi
 - Per i rientri in officina, esclusivamente a cura del Responsabile Aftersales 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 Riconcatto del Cliente a seguito di intervento](#)
[Tabella di tracciamento ricontatti del Cliente a seguito di 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'Aftersales 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'Aftersales 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 conversazione telefonica/mail di ricontatto 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.

Dealership name

Dealership Director

Aftersales Manager

Applied by

Name / Date / Signature