

14 | PROMOZIONE DELLA GAMMA DI ACCESSORI

Vantaggi standard

- **Cliente:** prendere visione degli accessori Maserati. Essere informato sugli accessori disponibili per il veicolo ordinato o posseduto e sui prezzi applicati. Ricevere il veicolo alla consegna/riconsegna completo di tutti gli accessori ordinati e installati.
- **Concessionaria:** aumentare la vendita di accessori, promuovere l'attività Aftersales.

Principali figure professionali interessate: Personale del reparto ricambi, Accettatore.

1 Designazione del Personale del reparto ricambi

- Il personale del reparto ricambi dispone di una descrizione della mansione.
- Il personale del reparto ricambi gestisce le varie azioni descritte in questo standard, in collaborazione con l'Accettatore

2 Elenco degli accessori da promuovere

- Elencare gli accessori per ogni modello della gamma, con il prezzo comprensivo di installazione e IVA
- In magazzino è presente almeno un esemplare di ciascun accessorio riportato nell'elenco.
- Ogni venditore, responsabile e CS è in possesso dell'elenco degli accessori selezionati.

3 Elenco degli accessori da esporre da parte del Personale del Reparto Ricambi

- In arredi/vetrine, su veicoli da esposizione e sul sito web della Concessionaria.
- Elenco per veicoli in lancio, stagionalità (estate/inverno) e promozioni in corso.

4 Implementazione dei mezzi di comunicazione

- Presentazione video della gamma di accessori e animazioni web su schermi (TV, cornice digitale, internet) nello showroom e all'accoglienza Aftersales.
- Brochure su espositori self-service.

5 Accessori da esporre in fixture/ vetrine (secondo le indicazioni CI Maserati)

- Nello showroom.
- Presso l'accettazione Aftersales.
- Nell'area di riconsegna dei veicoli
- Arredi puliti (senza polvere o impronte) e ben riforniti.

6 Esposizione di almeno un veicolo accessoriatato nello showroom

- Accessori adatti alla stagione.
- Accessori complementari a quelli esposti nelle fixture/ vetrine.

14 | PROMOZIONE DELLA GAMMA DI ACCESSORI

7**Monitoraggio mensile delle vendite di accessori**

- Le vendite di accessori devono essere aggiunte come KPI specifico ed evidenziate nei report o nelle presentazioni di ogni revisione mensile interna dell'attività con Responsabili Aftersales, Vendite, personale del Reparto ricambi e Responsabile Ricambi.
- Indicatori da seguire: fatturato degli accessori e/o fatturato degli accessori per nuove vendite.