



AFTERSALES LEAD MANAGEMENT プロセス&セールスフォース新マニュアル (Process & Salesforce NEW MANUAL)

バージョン
2022



序文

セールスフォースのアフターセールス リード管理をサポートするための**新マニュアル**へようこそ。
各トピックは、目次から選択して、ドキュメントを簡単に構成することができます。
ページの右側上部にあるアイコンをクリックすると、いつでも目次に戻ることができます。

重要
事項：
項：



重要な情報



追加情報



アドバイス

目次

ASLM プロセス - 序文

セールスフォース - プロセス概要

セールスフォースへのアクセス方法

メインページ

ビュー:ディーラーへの割り当て リードメインページ

リード:「リードの詳細」セクション リード:「リクエストの詳細」セクション リード:「車両詳細」セクション リード:「見込み評価詳細」セクション

SLA & KPI

SLA

SLA 1 - 最初のコンタクトの時間

SLA 2 - 見込み評価/管理時間 SLA 3 - 完全管理リード

運営リード管理 (HOW-TO)

セールスフォースへのアクセス

メインページ

ASLM プロセスの概要 リードコンタクト

リードコンタクト = KO

リードコンタクト = OK

リード見込み評価 = KO

リード見込み評価 = OK 予

約 = OK 予約 = KO 再コン

タクト

用語集

セールスフォース

リードマネージメント プロ

セス リード分類



ASLM プロセス - 序文

2020年にマセラティに導入されたアフターセールス リード管理プロセスは、以下のために使用します。

- 専用のデジタルツールを使用して、マセラティカスタマーエクスペリエンスを向上する
- ワークショップトラフィックを上昇させ、ディーラーへのビジネス機会を増やす
- ブランドロイヤリティと顧客満足度を強化する



リードとは、**チャンス**です
ディーラーの目標は、リードを**セールス**に変換することです。

セールスフォースとは、完全管理とアフターセールス リード変換を行うために選択されるツールです。マセラティネットワーク
ディーラー
は以下を行うことができます:

- 使用可能なチャンネルから自発的にお客様から行われたリードを捉える (カスタマードリブンリード)
- 現在のキャンペーンターゲットをベースにマセラティ本社によって生成されたリードを捉える (HQドリブンリード)

本マニュアルは、日常業務におけるアフターセールス リードシステム管理でディーラーをサポートするために、プロセスの包括的概要が記載されています。さまざまなセクションで構成されており、参照することができます。

プロセスの概要	運営リード管理 (HOW-TO)	SLA & KPI	用語集
---------	---------------------	-----------	-----



プロセス概要

- セールスフォースへのアクセス
- リードニューとツールのナビゲーション
- リード概要



セールスフォースへのアクセス方法

MODIS CS+からセールスフォースへのアクセスの際、ご自身の認証情報を使用して、MODIS CS+へログインしてください。

左のメニューで、CRM セールスフォースを選択して、セールスフォースホームページへアクセスします。



複数のプロフィールをお持ちの場合は、アフターセールスプロフィールを選択して続行します。





セールスフォース - メイン ページ

セールスフォースホームページで、アフターセールス リードを選択してホーム画面に移動します。



ここには、最新のリードのリストが表示されます。リード名としてだけが使用可能な情報です。



取得および管理を待機しているリードのリストにアクセスするには、次の手順に従います。

- ビューメニューでディーラーに割り当て済みを選択します。



セールスフォース - リスト

ビューメニューには、「ディーラーに割り当て済み」ステータスのリードのリストに加えて、次のリストがあります。



- **セールスで終了:** リスト ビューには、「セールスで終了」ステータスのすべての見込み客と、「予約済み」ステータスのすべての見込み客が表示されます。
- **販売なしで終了:** リスト ビューには、「販売なしで終了理由」フィールドが入力されたすべての見込み客が表示されます。
- **進行中:** リスト ビューには、少なくとも1つの「ディーラーへの連絡試行」がある「ディーラーに割り当て済み」ステータスのすべてのリードが表示されます。
- **セールス喪失:** リスト ビューには、「セールス喪失」ステータスのリードがすべて表示されます。
- **未管理:** リスト ビューには、「ディーラーへの連絡試行」なしで「ディーラーに割り当て済み」のすべてのリードが表示されます。



セールスフォース - ビュー: デイラーに 割り当て済み

「デイラーに割り当て済み」ステータスのリードのリストには、リードに関する主な情報が表示されます。

Aftersales Lead								
サービスディーラー - デイラーに割り当て済み								
3 個の項目 • 並び替え基準: アフターセールス リード名 • 検索条件: すべてのAftersales Lead - ステータス • 数秒前 に更新されました								
アフターセール...	作成日	ステータス	ソース	アフターセールス キャン...	ディーラーの...	リード作成か...		
1	2021/12/02 20:54	デイラーに割り当て	自発的	Service Reminder	2	362		

- リード名として: リードの氏名
- 作成日: 作成された日付
- ステータス: これは、このビューでは常に「デイラーに割り当て」です。
- ソース: これは、リードのソース、つまりリードが生成されたチャンネルを示します
- キャンペーンとして: それぞれのキャンペーンを示します (例: サービスのリマインダー / 季節限定プロモーション)
- デイラーが連絡した回数: デイラーがコンタクトを試みた回数を示します
- リード作成からの日数: リードが作成されてから経過した日数を示します

リードページにアクセスするには、リード名として:列の名前をクリックします



セールスフォース - リードメイ ンページ

リード画面は**4**つのセクションに分割されており、リードを管理するためのアクション ボタンが表示されます。

- アフターセールス リードの詳細
- 依頼内容
- 車両詳細
- アフターセールス見込み評価の詳細

AfterSales Lead
Test Test

編集 予約を取る 販売ありで終了 販売なしで終了 再度連絡する

詳細 Video Session

- > アフターセールス リードの詳細
- > 依頼内容
- > 車両詳細
- > アフターセールス資格の詳細

関連

AfterSales Leadの履歴 (3+)

日付:	2022/07/28 23:02
項目:	作成
ユーザ:	
元の値:	
新しい値:	
日付:	2022/07/28 23:02
項目:	アフターセールス キャンペーン
ユーザ:	
元の値:	
新しい値:	Spontaneous Dealer
日付:	2022/07/28 23:02
項目:	担当ディーラー設定日
ユーザ:	
元の値:	
新しい値:	2022/7/28 23:02

すべて表示



リードに加えられた主な変更の履歴を示す「アフターセールス リード履歴」セクション
管理プロセス中は、ページの右側に表示されます。 .



セールスフォース - リード: 「リードの詳細」セクション

「リードの詳細」セクションには、生成および割り当てられたリードに関する詳細情報が含まれています。:

▼ アフターセールス リードの詳細			
ステータス	ディーラーに割り当て	ダイレクト マーケティング	Yes
アフターセールス キャンペーン	Spontaneous Dealer	プロファイリング	Yes
アフターセールス キャンペーン ノート		電子メール	Yes
ソース	自発的	電話	Yes
アフターセールス リードタイプ	Customer Driven	郵便	Yes
再連絡	<input type="checkbox"/>	テキストメッセージ	Yes
マスター アフターセールス リード		ファックス	Yes
リード作成からの日数	124	ソーシャルメディア	Yes
お客様			
Personas	Customer		

- **ソース:** リードのソースに関する情報を表示します
- **キャンペーン:** リードが関心を持っている製品/サービスに関する情報を提供します (例: 保証終了のリマインダー)
- **リードタイプ:** リードのソースのタイプに関する情報を表示します。
- **再連絡済み:** このチェックボックスにフラグが設定されている場合、ディーラーは顧客に連絡して新しい予約を提案するよう通知されます。
- **顧客プロファイリングとマーケティングの同意情報**



セールスフォース - リード: 「リクエストの詳細」 セクション

さまざまな性質の一連の情報が含まれています。

▼ 依頼内容

ファーストネーム	Test	✎	アフターセールスリード名	Test Test	✎	1
苗字	Test	✎	国名	Japan	✎	
Eメールアドレス	test@test.com	✎	州名		✎	2
連絡先番号	12345	✎	都市名		✎	
その他の電話番号		✎	郵便番号		✎	
選択言語	Japanese	✎	希望の日時 1			
お問い合わせ		✎	希望の日時 2			
依頼内容		✎	希望の日時 3			
予約日			お客様備考			
再連絡日			追加サービス		✎	

1 顧客情報と連絡先の詳細

2 お客様のご希望（ご希望日時1-2-3）

予約日 合意された予定日を表示するフィールド。

「依頼内容」および「リクエスト詳細」は、依頼時にお客様からご提供いただいた情報です。

「顧客メモ」は、リクエスト時に顧客が残したメモに関する情報を提供します。



予約を入力すると、2通のメールがお客様に送信されます。1回目の確認（即時）、2回目のリマインダー（予約の前日）。同じ2通のメールがディーラーにも送信されます



セールスフォース - リード: 「車両詳細」 セクション

このセクションでは、車両に関する次の情報を収集します。

▼ 車両詳細	
VIN	車両リンク
モデル説明	現在の保証内容
保証開始日	現在保証開始日
保証終了日	現在保証終了日
平均キロメートル: 顧客	所有権の終了
現在の走行距離	



入力できるのは VIN フィールドのみで、他のフィールドは自動的に入力されます。



VIN の入力は、リード管理を「セールスで終了」で完了するために **必要です**。

車台番号は、すべての HQ ドリブンリード (マセラティによって生成) に既に存在します。

カスタマードリブンリードの場合、顧客には義務がないため、車台番号が存在しない場合があります。



セールスフォース - リード: 「見込み評価詳細」 セクション 1/4

「見込み評価詳細」セクションは、リードのコンタクトおよび見込み評価フェーズを管理するために使用できます。

▼ アフターセールス資格の詳細

ディーラーへの連絡の試み 1	<input checked="" type="checkbox"/>		ディーラーの日付けの試み 1	2022/07/28 23:02	1
ディーラーへの連絡の試み 2	<input type="checkbox"/>		ディーラーの日付けの試み 2		
ディーラーへの連絡の試み 3	<input type="checkbox"/>		ディーラーの日付けの試み 3		
ディーラーへの連絡の試み 4	<input type="checkbox"/>		ディーラーの日付けの試み 4		
ディーラーへの連絡の試み 5	<input type="checkbox"/>		ディーラーの日付けの試み 5		
連絡の初回の試み SLA	<input checked="" type="checkbox"/>		リードクオリフィケーション/管理時間 SLA	<input type="checkbox"/>	
連絡の初回の試み 日付け	2022/07/28 23:02		リードクオリフィケーション/管理日付け		
			「販売中止理由」を閉じる		2
			リード管理ノート		3

- 1 これらのフィールドは、CONTACT フェーズに関連する情報を入力するためのものです。最大5回 コンタクト試行を入力できます。ただし、セールスフォースでは、リードステータスを変更するには、少なくとも1回のコンタクト試行を記録する必要があります。
- 2 このフィールドは、アポイントメントを確定できなかったリードをクローズするためのものです。販売なしで終了ステータスはリードをクローズするための「セールスなし終了の理由」を指定します。
- 3 フィールド「リード管理メモ」には、ディーラーの自由メモを含めることができます。このフィールドは、見込み客をアポイントメントなしで「販売中」または「販売なし」で販売中止理由 - その他. でクローズする場合に必須です。



詳細については、このマニュアルの「運営リード管理 (HOW-TO)」セクションを参照してください。



セールスフォース - リード: 「資格詳細」 セクション 2/4

1 このセクションは、ディーラーによる連絡試行の記録のために専用で使用します。

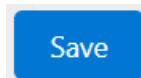
▼ アフターセールス資格の詳細

ディーラーへの 連絡の試み 1	<input checked="" type="checkbox"/>		ディーラーの日 付けの試み 1	2022/07/28 23:02
ディーラーへの 連絡の試み 2	<input type="checkbox"/>		ディーラーの日 付けの試み 2	
ディーラーへの 連絡の試み 3	<input type="checkbox"/>		ディーラーの日 付けの試み 3	
ディーラーへの 連絡の試み 4	<input type="checkbox"/>		ディーラーの日 付けの試み 4	
ディーラーへの 連絡の試み 5	<input type="checkbox"/>		ディーラーの日 付けの試み 5	
連絡の初回の試 み SLA	<input checked="" type="checkbox"/>		リードクオリフ ィケーション / 管 理時間 SLA	<input type="checkbox"/>

セールスフォースでは最大 5 回の連絡試行を入力できますが、少なくとも最初の 1 回 (ディーラー連絡試行 1) を作成して記録する必要があります。

フィールド «初回連絡試行» および «初回連絡試行日» は、«ディーラーの連絡試行 1» が記録されると自動的に入力されます。

対応するボタンを使用して、連絡先情報を保存します



詳細については、このマニュアルの「運営リード管理 (HOW-TO)」セクションを参照してください。



セールスフォース - リード: 「見込み評価詳細」 セクション 3/4

- 2 このセクションは、予約に至らなかったリード管理の結果に関する情報の記録について記載します。これらの見込み客の管理は、アクション ボタン**「販売なしで終了」**を選択することで完了できます。



このボタンをクリックすると、ポップアップが表示されます。リストから使用可能な項目の1つを選択して、潜在顧客を終了するための**「販売中止理由」**を指定します。

リスト内のアイテムを選択した後
保存する必要があります



詳細については、このマニュアルの「運営リード管理 (HOW-TO)」セクションを参照してください。



運営リード管理 (HOW-TO)

セールスフォースでリード管理プロセスを完了する



セールスフォースへのアクセス

- 認証情報を使用して、MODIS CS+ から Salesforce にアクセスします。
- CRM セールスフォースアイテムを選択して、セールスフォースメインページにアクセスします。



複数のプロフィールをお持ちの場合は、アフターセールスプロフィールを選択して続行します。

Modis Communication System

Enter your Username and Password

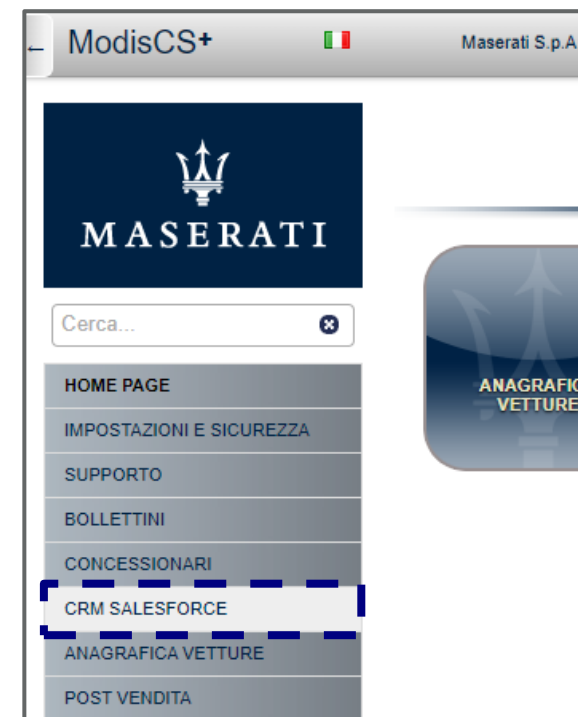
Username:

Password:

Login with Domain credential

Login Cancel

Forgot password? Reset it!





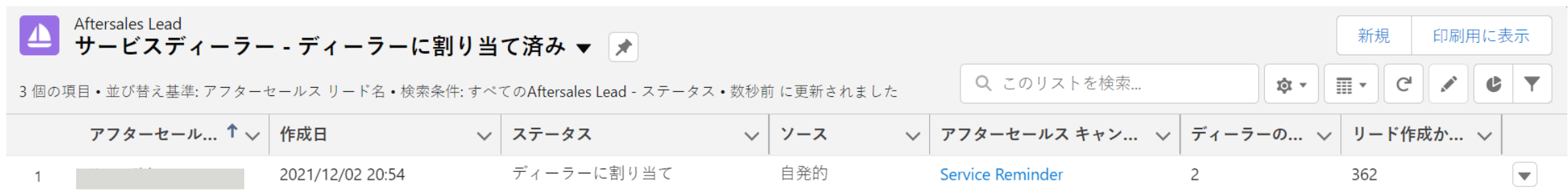
セールスフォース - メインページ

- メインバーからアフターセールス リードを選択して、ホーム画面にアクセスします。



最新のリードのリストがここに表示されます。リードの名前のみを使用できます。 .

- ディーラーに割り当て済み を「ビュー」メニューから選択し、ピックアップ待ちのリードのリストにアクセスします。
- リード名列の名前をクリックして、リード管理を開始します

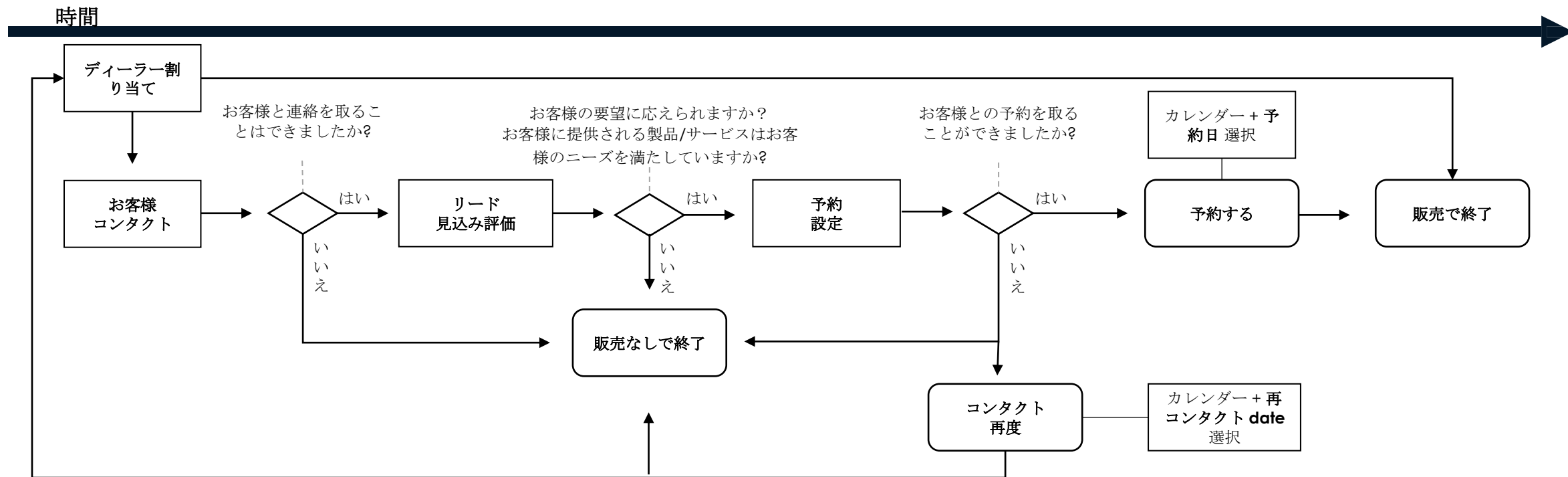




ASLM - プロセス概要

リード管理プロセスは、いくつかの連続したステップで構成されています：

リードコンタクト - リード見込み評価 - 予約 - ワークショップ訪問



リードを管理する際は、ワークショップを通じて行う、または製品/サービスを販売することが最適です。各質問への回答が肯定的 () である場合にのみ、あるステップから次のステップに進むことができるため、これが常に可能であるとは限りません。

各リードは、適切な「アクションボタン」を押して、(達成された進捗状況に応じて) 管理およびクローズする必要があります。







ASLM プロセス - リードコンタ







少なくとも1回の連絡試行を行い、記録する必要があります (ディーラー連絡試行 1) 管理されているリードの見込み評価の詳細セクション。 .

運用:

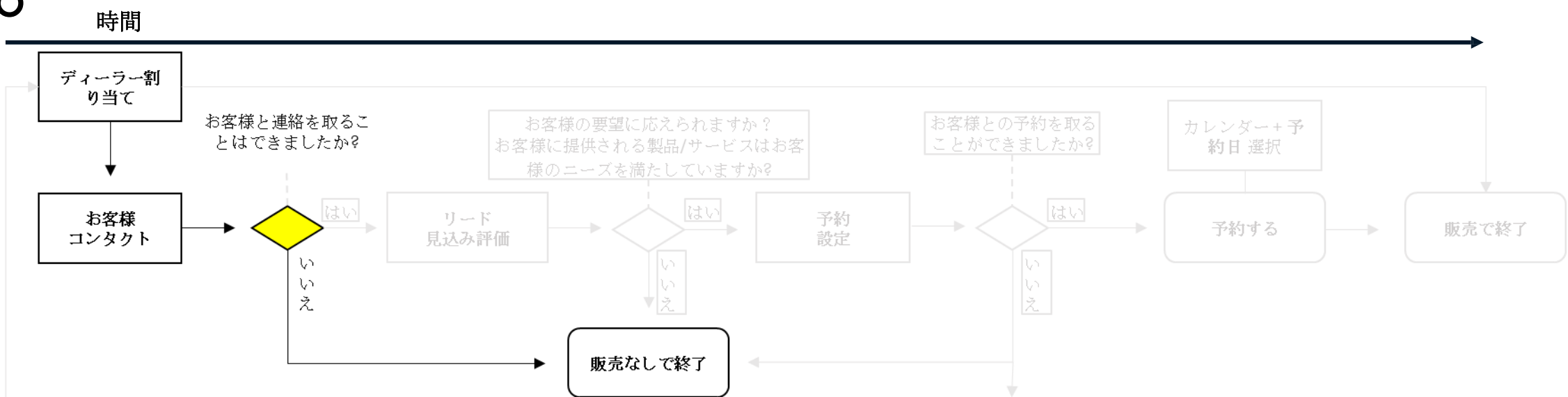
- 1.利用可能なチャネルを通じて顧客に連絡する最初の試みから始めます (電話、電子メール、テキストメッセージまたは他のメッセージング システム)
- 2.ボックスをダブルクリックしてボックスにチェックを入れて、接触の試みを記録します 
- 3.コンタクト試行を保存します 
- 4.保存後、試行の日時が対応する「ディーラー日付」に自動的に入力されます。

試行 #” フィールド

▼ アフターセールス資格の詳細			
ディーラーへの 連絡の試み 1	<input checked="" type="checkbox"/>		ディーラーの日 付けの試み 1 2022/07/28 23:02
ディーラーへの 連絡の試み 2	<input type="checkbox"/>		ディーラーの日 付けの試み 2
ディーラーへの 連絡の試み 3	<input type="checkbox"/>		ディーラーの日 付けの試み 3
ディーラーへの 連絡の試み 4	<input type="checkbox"/>		ディーラーの日 付けの試み 4



ASLM プロセス - リードコンタクト = KO



時間をかけて適切に試行を繰り返した（そしてセールスフォースに記録された）後も顧客と連絡を取ることができない場合は、

リード管理を「販売なしで終了」.します。

運用:

1. 「販売なしで終了」 ボタンをクリックして、理由を選択します。



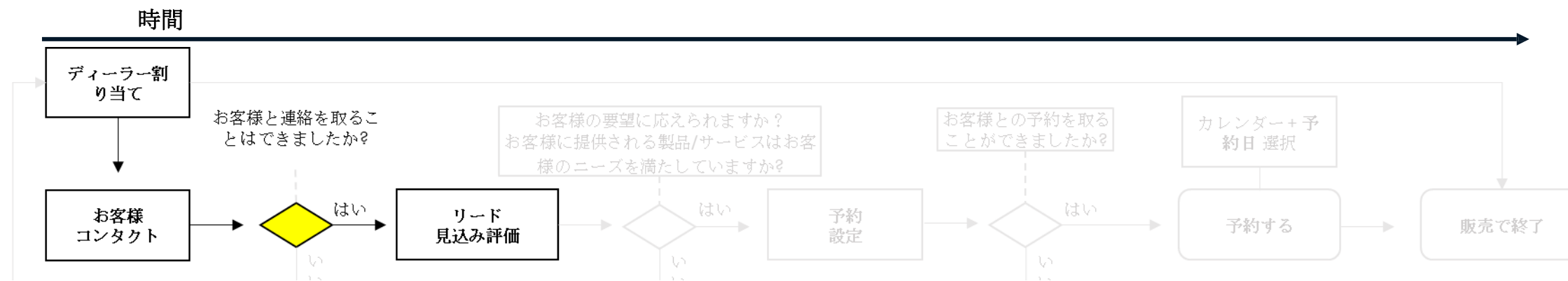
2. 押して保存します



理由 «その他»を選択した場合、「リード管理ノート」を入力する必要があります。



ASLM プロセス - リードコンタクト = OK




お客様と連絡が取れた場合、次のステップが始まります。リード見込み評価。

見込み評価プロセスは、リード管理プロセスの**重要な瞬間**であり、お客様が積極的に関与して次のことを行う必要があります。

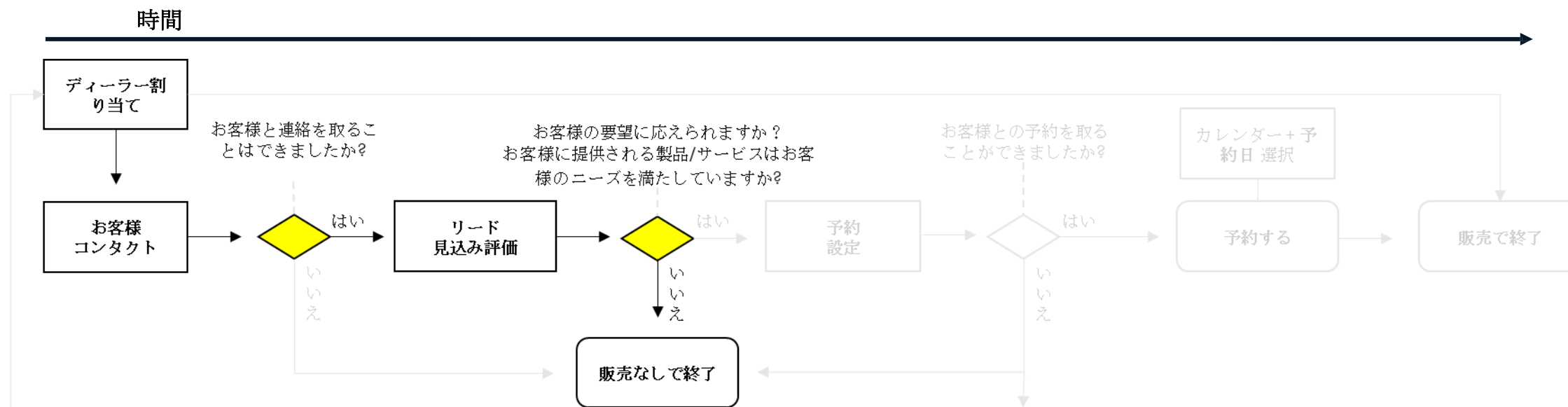
- お客様のニーズと要件の定義を完了する
- 提示されたオファーに対するお客様の関心を確認する
- デイラーとの予約をするお客様の意思を確認する

見込み評価プロセスは、お客様との接触時に開始され、予約を提供する (または提供しない) ために必要なすべての要素が収集されたときに終了します。

 IT システムで利用可能な顧客と車両の情報を使用して、ディーラーはお客様に連絡する前にお客様を事前に評価して、成功の可能性を高めることができます。



ASLM プロセス - 見込み評価リード = KO



評価ステップが否定的な結果で終了した場合、リードを「販売なしで終了」として終了します。

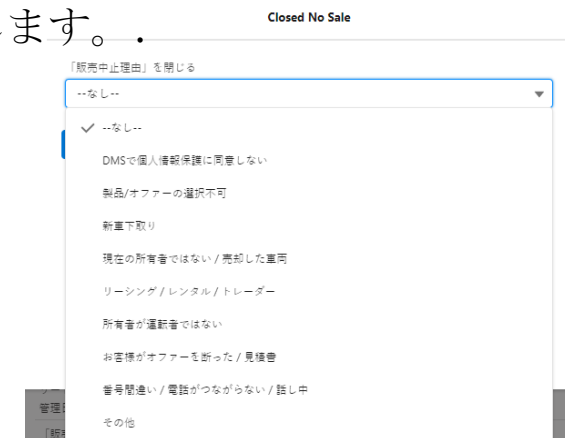
運用:

1. 「販売なしで終了」 ボタンをクリックして、理由を選択します。

販売なしで終了

2. 押して保存します

Save

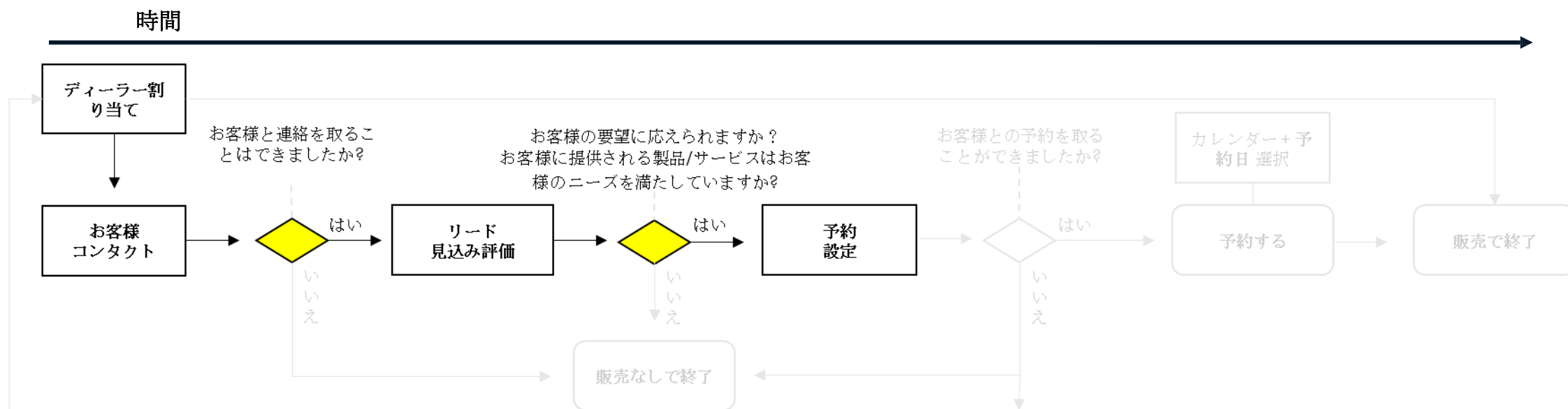


「現在の所有者ではない/車両が売却された」理由が選択された場合、続行して記録を保存するには、所有権の終了日を入力する必要があります。

リードステータスが「販売なしで終了」に変わり、リード管理が終了します。



ASLM プロセス - リード見込み評価 = OK



代わりに、リード資格が正常に渡された場合、つまり、顧客と車にサービスを提供するためのすべての条件が満たされている

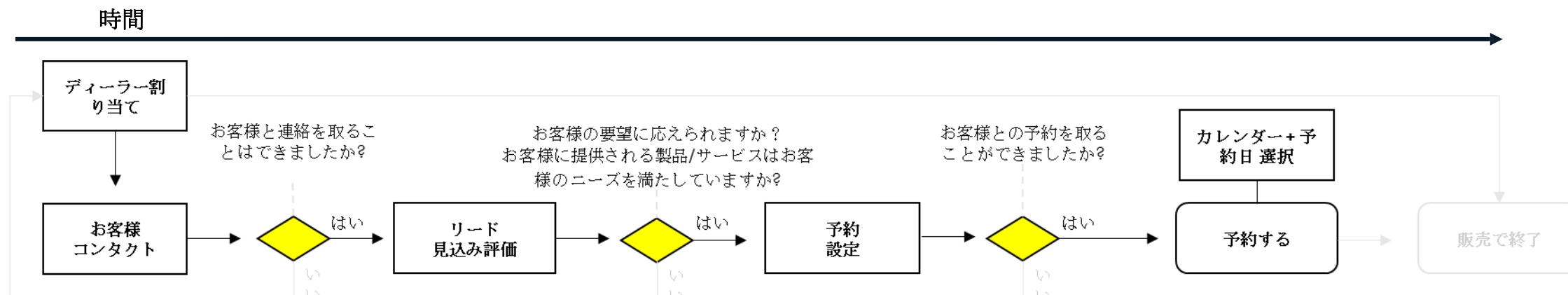
場合: :

- お客様の車は、提供/要求されたキャンペーン/サービスに含まれています
- お客様は現在、関連付けられている車の所有者です
- リクエスト/オファーの時間枠を尊重することができます

お客様と合意したアポイントメントの申し出を進めることができます。 .

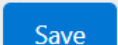


ASLM プロセス - 予約 = OK



お客様が **コンタクト** した後、十分な資格がある場合、予約をする意思がある場合、指示に従って予約を取り決めます。

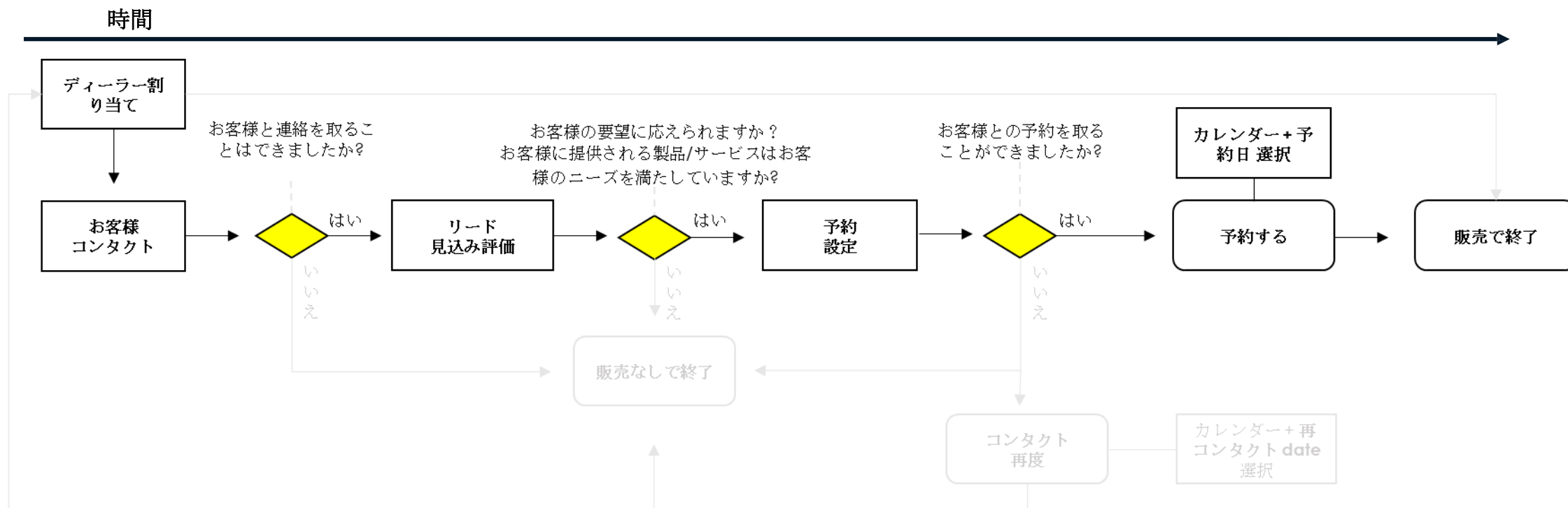
運用:

1. 「予約する」 ボタンをクリックします。
2. 合意された予定の日時を選択します。
フラグをチェックして、リマインダーメールを顧客に送信します
3. 押して確定します 

ステータスは自動的に「ディーラーに割り当て済み」から「予約済み」に変わります。



ASLM プロセス - 予約 = OK



お客様の要求が満たされると、正しいVINを必須として入力することで、リードを「販売終了」として閉じることができます。



予約を変更するには、「予約する」ボタンを再度クリックし、新しく同意した予約の日時を選択します。

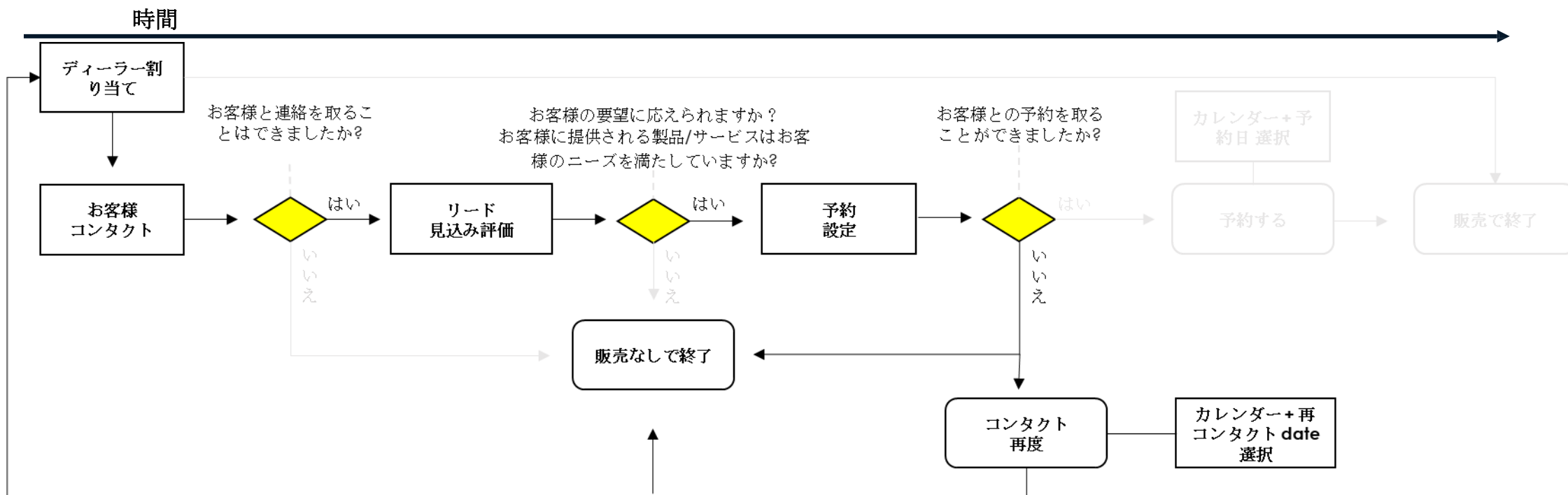
予約がスケジュールされると、フラグを確認して、セールスフォースは予約を確認する電子メールを顧客に送信します。予約日の前日にリマインダーメールが送信されます。



2つの同等の電子メールもディーラーに送信されます。



ASLM プロセス - 予約 = KO & 再コンタクト



予約の条件が満たされない場合は、同じボタンを選択して、《販売なしで終了》としてリード管理を終了します。

オファーがより魅力的である場合、将来においてコンタクトを計画することができます(今は関心がなくても、その後に関心がわくかもしれません)。

ディーラーが製品/サービスの将来の販売の可能性を見出した場合は、お客様へのコールバックを計画することができます。

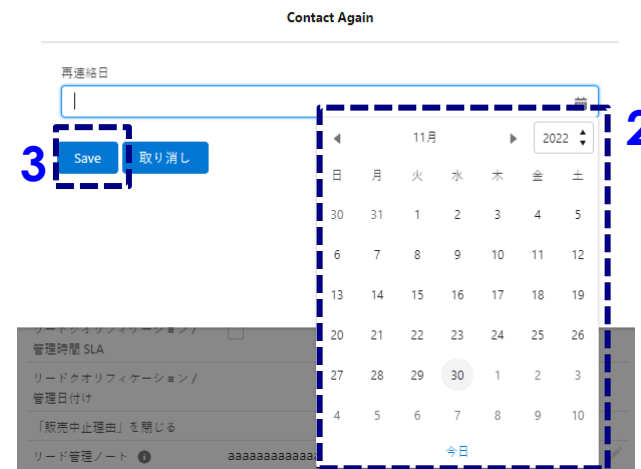
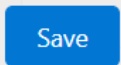


ASLM プロセス - 再コンタクト



運用:

1. 「再コンタクト」 ボタンをクリックします
2. カレンダーでコンタクトの日付を選択します。
3. 押して確定します



リードのステータスが「販売なしで終了」に変わり、理由のカテゴリは「今は興味がない」、「販売なしの終了の理由」が「再コンタクト」に変わります。リード管理が終了しました。



再連絡の日付に達すると、「ディーラーに割り当て済み」ステータスで新しいリードが作成され、チェックボックスの「再連絡済み」フラグがオンになります。

「ディーラーに割り当て済み」リストビューで新しいリードを見つけ、顧客に連絡して新しい予約を提案できます。



保存した後でも、日付/時刻を手動で変更できます。



新しいリードの **マスターのリード** リードフィールドには、以前のリードの名前が表示されます。

名前を選択して、元のリードに関するすべての情報を表示します。



SLA & KPI

アフターセールス リード管理における望ましいサービス レベルの図



SLA - サービス レベル アグリーメント

リード管理の重要な要素の1つは、時間的要素です。

タイムリーな連絡は、マセラティが顧客に注意を払っていることを示し、顧客体験と忠誠心を最大化します。

以下の SLA は、マセラティに沿ったカスタマー サービスのレベルを保証するために 2022 年から実施されています。基準を満たし、アフターセールス リードの管理におけるパフォーマンスを監視します。

初回コンタクト時間

管理時間
(リードクロー
ジャ)

% 管理した
リード
(リード閉鎖)





SLA 1 - 最初のコンタクトの時間

これは、ディーラーがリード管理を開始するまでの迅速さを測定し、リードがディーラーに割り当てられてから顧客に最初に連絡を

試みるまでの経過時間を示します。

目標: **70% <= 1g** (SLA: 割り当てられたリードの**70%**は、割り当てられてから **24 時間**以内に連絡する必要があります)

KPI 測定: 最初の連絡試行の日時 - リード割り当ての日時

日付/割り当て日は表示させることができます。
アフターセールスリード履歴セクションのリード。

Aftersales Leadの履歴 (3+)	
日付:	2022/07/28 23:02
項目:	作成
ユーザ:	
元の値:	
新しい値:	
日付:	2022/07/28 23:02
項目:	アフターセールス キャンペーン
ユーザ:	
元の値:	
新しい値:	Spontaneous Dealer
日付:	2022/07/28 23:02
項目:	担当ディーラー設定日
ユーザ:	
元の値:	
新しい値:	2022/7/28 23:02

最初のコンタクトの日付/時刻は、リードページの見込み評価詳細で確認できます。

▼ アフターセールス資格の詳細	
ディーラーへの連絡の試み 1	<input checked="" type="checkbox"/> ディーラーの日付けの試み 1 2022/07/28 23:02
ディーラーへの連絡の試み 2	<input type="checkbox"/> ディーラーの日付けの試み 2
ディーラーへの連絡の試み 3	<input type="checkbox"/> ディーラーの日付けの試み 3
ディーラーへの連絡の試み 4	<input type="checkbox"/> ディーラーの日付けの試み 4



SLA 2 – 見込み評価/管理時間

これは、リード管理時間を測定し、リードがディーラーに割り当てられてからリードがクローズされるまでの経過時間を表します

(これは、最終的なステータスが割り当てられたときに発生します**)。

目標: 70% <= 10g (SLA: 割り当てられたリードの**70%**は、割り当てられてから 10 日以内に連絡する必要があります)

KPI 測定: リードクロージャ* の日付/時刻- リード割りての日付/時刻

割り当て日時 (1) と完了日時 (2) は、

アフターセールス リード履歴 セク

ション:のリード ページに表示されま

す。

Aftersales Leadの履歴 (3+)	
日付:	2022/07/28 23:02
項目:	作成
ユーザ:	
元の値:	
新しい値:	
日付:	2022/07/28 23:02
項目:	アフターセールス キャンペーン
ユーザ:	
元の値:	
新しい値:	Spontaneous Dealer
日付:	2022/07/28 23:02
項目:	担当ディーラー設定日
ユーザ:	
元の値:	
新しい値:	2022/7/28 23:02

* 60 日以内の「予約済み」は最終ステータスではないため、ディーラーは予約を確定した直後にリード () をクローズして、10 日間の期限を守ることができます。閉じるには正しい VIN を挿入する必要があります。

販売ありで終了

** 販売なしで終了 / セールスで終了 / 予約済み



SLA 3 - 完全管理したリード

これは、過去 **60** 日間に割り当てられたリードの総数に対する、完全に管理された (最終ステータス* の) リードの数を表しています。

目標: 90% (過去 60 日間に割り当てられた潜在顧客の 90% は最終ステータス*である必要があり、完全に管理されている必要が
あります)

KPI 測定: 最終ステータスのリード数 / 割り当てられたリード数

* 販売なしで終了 / セールスで終了





用語集

アフターセールスリード管理に関する用語解説

用語集 - セールスフォース

ASLM アフターセールスリード管理

リードマセラティ車の所有者であり、マセラティが提供する製品またはサービスの使用に関心がある可能性のあるお客様マセラティのワークショップ、または製品/サービスに興味があるという理由で連絡を取ることを明示的に要求する人。リードは、ディーラーにとってビジネスチャンスです。

ステータス (リードの): これにより、管理プロセスにおけるリードの進捗状況が示されます。初期、中間、または最終があります。最終ステータスのリードは完全に管理されており、これ以上のアクションは必要ありません。初期および中間ステータスのリードは、最終ステータスに移行するためにさらにアクションが必要です。

ディーラーに割り当て済み (初期ステータス): すべてのリードは、生成方法やキャンペーンの種類に関係なく、セールスフォースの各ディーラーに割り当てられます。セールスフォースは、ディーラーがリードを積極的に管理するためのツールです。リードが作成されると、リードは「ディーラーに割り当て済み」ステータスになり、新しいリードに連絡する必要があることを示します。

予約済み

- **(i 中間ステータス):** これは、予約が行われたリードを識別し、60日以内に「販売終了」または「販売終了」としてのみ確定できます。
- **(終了ステータス):** 60日以内にリードが管理されない場合、「予約済み」という最終ステータスになります。

販売なしで終了 / セールスで終了 (f 最終ステータス): これらのステータスのいずれかによって識別されるリードは、完全に管理されていると見なされ、それ以上の変更はできません。これらの各ステータスは、アクション ボタンを使用して、ディーラーがリードに割り当てる必要があります。

アクションボタン: 管理プロセスでリードステータスを変更するために使用する機能ボタン。

リードクロージャは、リード管理プロセスの到達点です。管理を終了するには、最終ステータスの1つをリードに割り当てる必要があります (アクション ボタンを使用)。



用語集 - リード管理プロセス

リード管理プロセス

各リードは「ディーラーに割り当て済み」ステータスから始まります。このステータスのリードは管理する必要があるため、ディーラーの介入が必要です。リード管理プロセスは、次の要素で構成されています。リードコンタクト、リード見込み評価、予約および/またはクロージャ

リード管理が完了したと見なすには、アクションボタンを使用して、セールスフォースでリードに最終ステータスの1つを割り当てる必要があります。

管理が完了したと見なされるため、最終ステータスのリードをさらに変更することはできません。注記: 連絡先と評価のステップの後、管理されている各リードに起因する最終ステータスを決定することのみが可能です。

リードコンタクト

これは、リード管理プロセスの最初の最も重要なステップです。それは、顧客と連絡を取ることで構成されています。

潜在的な関心を具体的なビジネスチャンスに変える究極の目的。さまざまな方法で行うことができます (例: 電話でのインタビュー、電子メールまたはメッセージの交換) が、お客様が希望を示さない限り、電話で行う必要があります。最初の試行が失敗した場合、時間内に近い試行を行うことはお勧めできません。異なる時間枠を選択するように注意しながら、2～3日間にわたって接触試行を分散することをお勧めします。電話は、プロのイメージと注意をお客様に伝え、より直接的で効果的なやり取りを可能にします。

リード見込み評価

リード見込み評価とは、サービス要件に関する顧客のニーズを判断し、それらを満たす実際の可能性を確立するプロセスを意味します。これは、ディーラーから顧客への連絡の必要性を意味します。顧客と接触することによってのみ、顧客のニーズを明確にするかどうかを判断し、リードのその後の行動を決定することができます。

リード予約

以前に合意した予定がセールスフォースに記録されると、すべてのリードのステータスが自動的に「予約済み」に変わります。

60日以内の「予約済み」ステータスは最終ステータスではないため、ディーラーによるさらなる措置が必要です。

これらのリードの管理を完了するには、最終の「販売で終了」または「販売なしで終了」ステータスを割り当てる必要があります。



用語集 - リード分類

カスタマードリブンリードは、顧客による特定の連絡要求からはじまります。お客様が興味のある製品/サービスについての連絡を要求できるデジタルチャネルは、基本的に、マセラティ機関のウェブサイトおよびマセラティ オーナー アプリのウェブ フォームです。これらのリードは、お客様が要求を行い、できるだけ早く連絡を受けることを期待しているため、優先的に処理する必要があります。.

HQ ドリブンリードマセラティは、現在の車両群を定期的に分析し、一連のパラメーターに基づいて、特定のオファーの受け取りに関心がある可能性のあるお客様を特定します。

お客様は積極的に要求を表明していませんが、マセラティからのオファーに興味を持っている可能性があります。例えば サービスリマインダーおよび保証終了リマインダーキャンペーン

未管理

ディーラーに割り当てられているが引き継がれていない (アクティビティが実行されていない) リード。「ディーラーに割り当て済み」によって区別されます。
ステータス、

進行中

部分的に管理されているが、まだ最終ステータスに達していないリード。それらは、セールスフォースで「ディーラーに割り当て済み」または「予約済み」ステータスでマークされます。

販売で終了

販売終了の最終ステータスに達したすべてのリードは、(紛失を除いて) 完全に管理されていると見なされます。

販売なしで終了

(紛失を除いて) 販売なしで終了の最終ステータスに達したすべてのリードは、完全に管理されていると見なされます。

喪失

クローズド リードのサブグループで、セールスフォースで「販売喪失」でマークされています。このステータスは、割り当て日から 60 日以内に最終ステータスに達しないリードに対して、システムによって自動的に割り当てられます。