

## 13 | リードの管理

### 一般的なメリット

- **お客様:** お客様のご要望に対する販売店の対応。回答の質。
- **販売店:** 予約係、サービスアドバイザー、およびパーツスタッフに向けて、転送した連絡品質を改善します。お客様の回答に基づき、アフターセールス項目を増やします。

部門の主要問題: アフターセールスマネージャー

### 1 内容に基づき、受信し次第リードを割当てます。

- アフターセールスマネージャーの責任で、リード処理ツールでリードを割り当てるか、手作業で任命した担当者が回答できるようにします。
  - ✓ アフターセールスマネージャーが不在の場合、代行車として誰かにリードを割り当てるか任命します。
  - ✓ リード割当ルールはアフターセールスマネージャーが規定し、関係ステークホルダー全員に伝達します。
- リード処理ツールを利用する場合、アフターセールスマネージャーのメールアドレス、そして代行者または指名者を入力します（リード割当の代行）。ツールの設定と更新を行います。

### 2 リードへの回答を担当する者は、お客様への連絡を準備します。

- 以下のことに十分注意してください。
  - ✓ お客様のご要望内容
  - ✓ お客様のマセラティ履歴（データベースの顧客レコード）
  - ✓ 個人情報の処理に関するお客様の同意（現地規制に基づく）。
  - ✓ VINが判明している場合、お客様の車両を対象にしたサービス契約の有無。
- 準備するもの:
  - ✓ アフターセールス予約スケジュールおよび作業量スケジュール
  - ✓ お客様のご要望に回答できる項目。

補助文書: [リード（見込み客からのご連絡やご要望）の管理電話応答例](#)

### 3 回答を行う割当担当者は、リードを受け取ってから1日以内のお客様に連絡します。

優勢順位の点から、お客様の連絡は以下のようにします。

- 電話
  - ✓ 初めての電話で繋がらなかった場合、お客様のご要望を検討中であり、折り返し電話する旨をボイスメッセージで伝えておきます。
- メール
  - ✓ 48時間にわたり、異なる時間帯に3回電話しても繋がらなかった場合、メールを送ります
  - ✓ お客様の電話番号が使われていない場合、メールを送ります。

補助文書: [リード（見込み客からのご連絡やご要望）の管理のテキスト例](#) [ボイスメッセージ/リードの管理\\_とテキスト例](#)  
- メール

## 13 | リードの管理

### 4 お客様全員の連絡トレーサビリティ

お客様全員の連絡トレーサビリティが保存されています。割りリード毎に回答担当者には以下の内容で、顧客連絡先のトラッキングと分析表が提供されます。

- 連絡日時
- 連絡時にお客様に提供した、バーベイトムカスタマーおよびソリューションまたは回答。

補助文書: [お客様連絡トラッキング表](#): セールスフォース (SFDC) が利用できない市場専用

### 5 アフターセールスマネージャーが、トラッキングとアニメーションをリードします。

以下を介して日常ベースで、リードすべてが処理済みまたは処理中です。

- タスクフォースツール
- 有る場合、リード処理で利用できるサマリー表
- インジケーター「連絡の死守類」、「連絡数」、「1営業日内の処理率」、「予約設定率」などを伴った、行動モニタリングレポート...

サービスアドバイザーとの毎週および毎月のミーティングで、主要インジケーターのモニタリング、共有、および簡易化のサポート...