

# 14 | アクセサリーのプロモーション

## 一般的なメリット

- **お客様:** マセラティアクセサリーを参照してください。車両の注文をしたり所有したりしている場合に、入手できるアクセサリーについてアドバイスし、また価格が変更になったら通知してください。納車する際、注文されたアクセサリーを装備しておきます。
- **販売店:** アクセサリーの売上を上げ、アフターセールス活動を高めます。

**対象の主要部門:** パーツ担当者、サービスアドバイザー。

### 1 パーツ担当者の任命

- パーツ担当者には職務説明があります。
- パーツ担当者はサービスアドバイザーと一緒に、本基準に明示している様々な作業を管理してもらいます。

### 2 販売促進のアクセサリー一覧

- 取付費とVATを含む、モデル車ごとのアクセサリー価格の一覧表を作成します。
- 一覧表のアクセサリー毎に、最低一部のコピーを確保しています。
- 選択したアクセサリー一覧表は、販売店、ハンドラー、CSで保管しています。

### 3 パーツ担当者が展示するアクセサリー一覧表

- ショールーム車両や販売店のウェブサイトの備品/ショーケース。
- 車両発売、シーズン限定（夏/冬）、実施中の割引の一覧表。

### 4 通信メディアの実現

- ショールームおよびアフターセールスレセプションにおける、多種多様なアクセサリーのビデオプレゼンテーション、およびスクリーンのウェブアニメーション（TV、デジタルフレーム、インターネット）。
- セルフサービスディスプレイケースの小冊

### 5 備品/ウィンドウ取付アクセサリー

- ショールーム
- アフターセールスレセプション
- 発送拠点（アクセサリー発送）
- きれいな備品（埃や指紋無し）および良好な保管

### 6 ショールームには、最低一台のアクセサリー車両を展示

- 四季折々のアクセサリー
- 備品/ショーケースの展示に色を添えるアクセサリー。

## 14 | アクセサリーのプロモーション

### 7 アクセサリー売上の月度トラッキング

- 特定KPIとして追加し、アフターセールス、営業、パーツ担当者、およびパーツマネージャーと確認する、社内月度グローバル活動のレポートやプレゼンテーションで明らかにするアクセサリー売上。
- 追従すべき指標: アクセサリー売上高や追加販売毎のアクセサリー売上高。