

# NOVOS PERFIS CONCESSIONÁRIO

Principais Atividades e Interações

Por Quintegia

Tradução e adaptação PRISMA Especialistas en Automoción

2024





GERENTE DE VENDAS 03



VENDEDOR 14



ASSESSOR DE SERVIÇO 26

NOVOS PERFIS CONCESSIONÁRIO

# GERENTE DE VENDAS

NA ENVOLVENTE DE LUXO MODERNO, A EFICIÊNCIA DA ABORDAGEM DE VENDAS É DETERMINANTE PARA ATINGIR E ULTRAPASSAR AS EXPECTATIVAS DO CLIENTE.

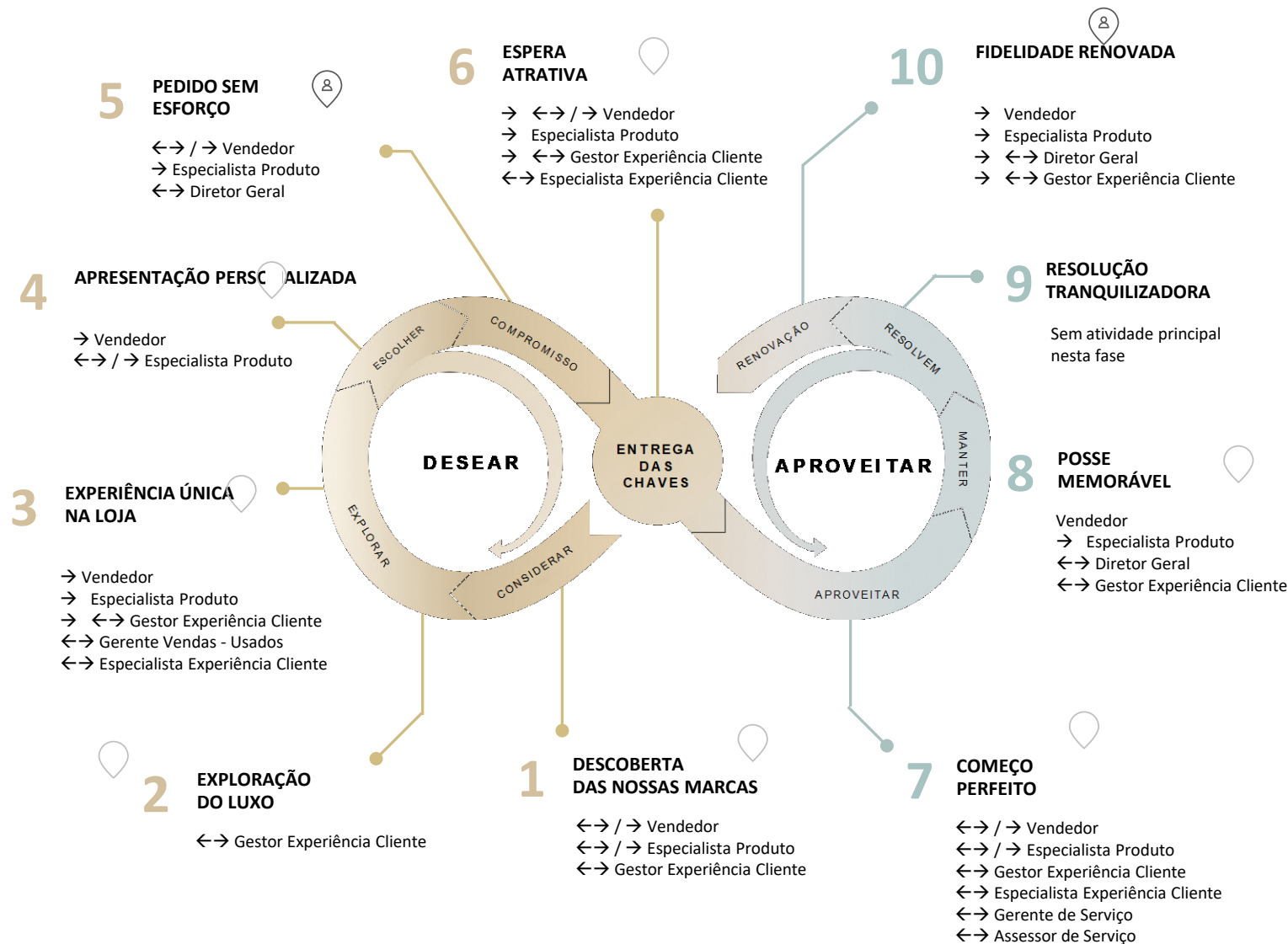
O GERENTE DE VENDAS PERSONIFICA A FUSÃO DA ESTRATÉGIA E SOFISTICAÇÃO, A SUA VISÃO ESTRATÉGICA E PERCEPÇÃO DA DINÂMICA DO MERCADO DE LUXO SÃO PRIMORDIAIS PARA GERIR A QUALIDADE E A PERFORMANCE.

## MISSÃO

O Gerente de Vendas conduz o sucesso das vendas, lidera e desenvolve uma equipa de alta performance, garantindo um relacionamento com clientes de exceção defendendo a imagem de luxo das marcas. Assegura a excelência operacional do Concessionário de acordo com os princípios do luxo moderno.

## PRINCIPAIS PONTOS DE CONTACTO

- **Showroom**
- **Actividades Experienciais**
  - Eventos
- **Digital:**
  - Website
  - Social Media
  - Publicidade
- **CRM - Client Relationship Management**
  - Telefonemas
  - Mensagens
  - E-mails



Apoio nesta fase

OBJETIVOS

- Combinar objetivos de venda com a experiência de cliente de luxo moderno
- Construir desejabilidade e compromisso emocional nas marcas JLR

ATIVIDADES PRINCIPAIS

Contacto Cliente      Atividade interna

	Define os objetivos de venda e trabalha de perto com o departamento de experiência de cliente para alinhar a estratégia de vendas com as campanhas marketing	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alinhamento da estratégia de vendas para definir as iniciativas de marketing mais apropriadas: ↔ Gestor de Experiência do Cliente</li></ul>	
	Acompanhar o mercado e a concorrência. Perceber o que faz a concorrência e ficar a par de novos desenvolvimentos no mercado de veículos de luxo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Partilhar a informação recolhida com: ↔ Gestor de Experiência do Cliente ↔ Vendedor ↔ Especialista de Produto</li></ul>	
	Organizar a mostra da nova coleção durante eventos locais e ações de lançamento de novo produtos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alinhamento constante para gestão de atividade: ↔ Gestor de Experiência do Cliente</li><li>• Delegação de tarefas: → Vendedor → Especialista de Produto</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Eventos Locais</li></ul>
	Frequentar eventos como salões automóveis, lançamentos ou eventos Clientes VIP para as marcas JLR e rede com potenciais clientes	<ul style="list-style-type: none"><li>• Partilhar a informação recolhida com: ↔ Gestor de Experiência do Cliente ↔ Vendedor ↔ Especialista de produto</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Eventos Locais</li></ul>



Apoio nesta fase

OBJETIVOS

- Assegurando a ligação entre o marketing e atividades de vendas
- Percecionando o comportamento do cliente e preferências



PONTOS CRÍTICOS

- Os Clientes esperam receber as respostas para as questões em tempo real através dos vários canais de comunicação



ATIVIDADES PRINCIPAIS

Contacto Cliente

Atividade interna



PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA

→ Entrega      ←→ Interação



PONTOS DE CONTACTO



	Analisa relatórios e KPIs de marketing e Desenvolvimento do Negócio Centra as actividades em dados concretos de leads recebidas e marcação de visitas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Partilha dos resultados de atividades de marketing com:     ↔ Gestor de Experiência de Cliente</li></ul>	
	Apoia e monitoriza os processos apropriados para gestão de potenciais clientes	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alinhamento constante com:     ↔ Gestor de Experiência de Cliente</li></ul>	
	Propõe correções necessárias ao marketing e Centro de Desenvolvimento de Negócio para atingir os objetivos de vendas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alinhamento constante com:     ↔ Gestor de Experiência de Cliente</li></ul>	

## GERENTE DE VENDAS

### EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA

📍 Apoio nesta fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS

02. EXPLORAÇÃO DO LUXO

03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA

04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA

05. PEDIDO SEM ESFORÇO

06. ESPERA ATRATIVA

07. COMEÇO PERFEITO

08. POSSE MEMORÁVEL

09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA

10. FIDELIDADE RENOVADA

JLR

#### OBJETIVOS

- Assegurando que o processo de vendas reflete a experiência de cliente de Luxo Moderno
- Assegurando uma experiência de cliente imersiva e customizada

#### PONTOS CRÍTICOS

- A primeira impressão é a que conta. A apresentação da loja e das pessoas é um dos aspetos memoráveis para o cliente

#### ATIVIDADES PRINCIPAIS

👤 Contacto Cliente

📝 Atividade interna

📝	Assegura que as viaturas estão expostas de acordo com as diretrizes da JLR e garante a disponibilidade de viaturas de demonstração de acordo com as necessidades de mercado	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alinhamento constante da coleção exposta com:<ul style="list-style-type: none"><li>↔ Gestor Experiência de Cliente</li><li>↔ Gerente de Venda de Usados</li></ul></li><li>• Delegação de tarefas:<ul style="list-style-type: none"><li>→ Especialista de Produto</li></ul></li></ul>		
👤	Acolhe diretamente os clientes, ouvindo as suas necessidades e colocando-os à vontade (atividade que o Especialista da Experiência do Cliente pode conduzir mas no caso de VIP ou figuras públicas, o Gerente de Vendas pode efetuar esta atividade)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Colaboração para gerir esta fase:<ul style="list-style-type: none"><li>↔ Especialista de Produto</li></ul></li></ul>	• Loja	
👤	Assegura que a Equipa de Vendas proporciona ao cliente um acolhimento personalizado e atenção baseados nas suas preferências/ necessidades	<ul style="list-style-type: none"><li>• Apoio na gestão da atividade a:<ul style="list-style-type: none"><li>↔ Gestor Experiência de Cliente</li></ul></li><li>• Providenciar orientação a:<ul style="list-style-type: none"><li>→ Vendedor</li><li>→ Especialista de Produto</li></ul></li></ul>	• Loja	
👤	Assegurar que a coleção é apresentada envolvendo o cliente através de storytelling sobre a marca, produtos e tecnologia	<ul style="list-style-type: none"><li>• Providenciar orientação a:<ul style="list-style-type: none"><li>→ Especialista de Produto</li></ul></li></ul>	• Loja	
📝	Partilha procedimentos e atribui responsabilidades internas à equipa de vendas para o tratamento agradável do cliente durante o processo de venda	<ul style="list-style-type: none"><li>• Providenciar orientação a:<ul style="list-style-type: none"><li>→ Vendedor</li><li>→ Especialista de Produto</li></ul></li></ul>		

## GERENTE DE VENDAS

### APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA

📍 Apoio nesta fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS | 02. EXPLORAÇÃO DO LUXO | 03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA | 04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA | 05. PEDIDO SEM ESFORÇO  
06. ESPERA ATRATIVA | 07. . COMEÇO PERFEITO | 08. POSSE MEMORÁVEL | 09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA | 10. FIDELIDADE RENOVADA

JLR

#### OBJETIVOS

- Aumento de demonstrações de produto e conversões
- Envolvendo o cliente com o produto destacando os detalhes mais pertinentes e aspetos emocionais



#### PONTOS CRÍTICOS

- As marcas JLR possuem uma história, herança e valores únicos. A conexão emocional, do cliente, com a história das marcas pode ser um fator decisivo.
- O momento chave acontece na demonstração de produto quando o cliente experiencia a viatura física e emocionalmente.



#### ATIVIDADES PRINCIPAIS



Contacto Cliente



Atividade interna



#### PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA

→ Entrega

↔ Interação



#### PONTOS DE CONTACTO



Assegura que é efetuada um diagnóstico de necessidades exaustivo

- Delegação de tarefas:
  - Vendedor
  - Especialista de Produto

• Loja



Define vários modos de efetuar uma demonstração de produto customizada

- Delegação de tarefas:
  - Especialista de Produto

• Loja



Análise dos feedbacks recebidos dos clients após demonstração de produto

- Partilha dos feedbacks por:
  - ↔ Especialista de Produto



Assegura que a equipa de vendas, de forma sistemática, recolhe e regista nos sistemas JLR toda a informação possível sobre os clients, não só sobre a viatura, mas também as suas paixões, lifestyle e valores

- Delegação de tarefas:
  - Vendedor
  - Especialista de Produto










 Responsável desta fase

OBJETIVOS

- Definir objetivos de vendas e desenvolver estratégias para os atingir
- Liderar e gerir a equipa de vendas
- Resolver qualquer questão que possa surgir com contratos de venda e financiamento


ATIVIDADES PRINCIPAIS

 Contacto Cliente    Atividade interna

	Assegura a correta execução dos procedimentos de venda de acordo com a experiência de luxo moderno	<ul style="list-style-type: none"><li>Providenciar orientação a:<ul style="list-style-type: none"><li>→ Vendedor</li><li>→ Especialista de Produto</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Loja</li></ul>
	Coordena o trabalho do vendedor e finaliza estratégias para aumentar a eficiência	<ul style="list-style-type: none"><li>Providenciar orientação a:<ul style="list-style-type: none"><li>→ Vendedor</li></ul></li></ul>	
	Forma e motiva a equipa de vendas. Monitoriza a performance quantitative e qualitative dos vendedores	<ul style="list-style-type: none"><li>Providenciar orientação a:<ul style="list-style-type: none"><li>→ Vendedor</li><li>→ Especialista de Produto</li></ul></li></ul>	
	Monitoriza os KPIs de vendas, desenvolve análises no mercado alvo e prepara previsões de vendas	<ul style="list-style-type: none"><li>Partilha de dados com:<ul style="list-style-type: none"><li>↔ Diretor Geral</li><li>↔ Vendedor</li></ul></li></ul>	
	Prepara, executa e monitoriza os pedidos da coleção atribuída. Controla e monitoriza os stocks de viaturas novas	<ul style="list-style-type: none"><li>Coordenação com:<ul style="list-style-type: none"><li>↔ Vendedor</li></ul></li></ul>	
	Verifica contrato e avaliações de usados propostas pelos vendedores	<ul style="list-style-type: none"><li>Se necessário, consulta para fecho de negócio:<ul style="list-style-type: none"><li>↔ Vendedor</li></ul></li></ul>	
	Difunde a cultura de informação (dados) enfatizando a importância da recolha e registo de dados para personalizar a experiência do cliente	<ul style="list-style-type: none"><li>Delegação de tarefas:<ul style="list-style-type: none"><li>→ Vendedor</li><li>→ Especialista de Produto</li></ul></li></ul>	

## GERENTE DE VENDAS

### ESPERA ATRATIVA

 Apoio nesta fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS

02. EXPLORAÇÃO DO LUXO

03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA

04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA

05. PEDIDO SEM ESFORÇO

06. ESPERA ATRATIVA

07. . COMEÇO PERFEITO

08. POSSE MEMORÁVEL

09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA

10. FIDELIDADE RENOVADA

JLR

### OBJETIVOS


- Gerir qualquer feedback negativo de cliente durante o processo de venda
- Encontrar uma solução para situações de atraso na entrega da nova viatura
- Conceber uma entrega personalizada de forma a tornar-se um momento memorável para o cliente

### PONTOS CRÍTICOS

- Definir prazos realistas e gerindo as expectativas de início pode mitigar a frustração devido à espera. Prazos de espera irrealistas podem levar à insatisfação

### ATIVIDADES PRINCIPAIS

 Contacto Cliente

 Atividade interna



Monitoriza feedback recebido na experiência de compra (em particular inquéritos de satisfação) e apoia na identificação da melhor solução em caso de feedback negativo (atividade que o Gestor de Experiência de Cliente deve fazer, mas devido à importância do evento, vários perfis/ funções estão envolvidos)



Em situações em que o prazo de entrega seja mais logo que o esperado, apoia na identificação das soluções mais adequadas para manter o cliente comprometido e minimizar o possível cancelamento de reservas



Assegura um processo de entrega fluído e eficiente, no preenchimento de qualquer documentação necessária



Assegura que o cliente tem uma entrega personalizada e memorável

### PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA

→ Entrega      ↔ Interação

- Recebe e partilha informação com:
  - ↔ Especialista Experiência de Cliente
- Dependendo do problema emergente discutir com:
  - ↔ Gestor Experiência de Cliente
  - ↔ Vendedor
- Alinhamento constante com:
  - ↔ Gestor Experiência de Cliente
  - ↔ Especialista Experiência de Cliente
  - ↔ Vendedor
- Delegação de tarefas:
  - Vendedor
  - Especialista de Produto
- Delegação de tarefas:
  - Vendedor
  - Especialista de Produto

### PONTOS DE CONTACTO

- E-mail
- Mensagem
- Telefone

- E-mail
- Mensagem
- Telefone

- Loja

- Loja

## GERENTE DE VENDAS

### COMEÇO PERFEITO

 Apoio nesta fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS

02. EXPLORAÇÃO DO LUXO

03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA

04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA

05. PEDIDO SEM ESFORÇO

06. ESPERA ATRATIVA

07. COMEÇO PERFEITO

08. POSSE MEMORÁVEL

09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA

10. FIDELIDADE RENOVADA

JLR

### OBJETIVOS


- Gere rapidamente qualquer insatisfação relativamente à experiência com a nova viatura
- Aumenta o volume de negócio de up-selling e cross-selling

### PONTOS CRÍTICOS

- Nos primeiros 12 meses após a compra, é essencial estar em contacto com o cliente, antecipando qualquer pedido de apoio
- Providencie uma experiência que continue a ir de encontro às necessidades do cliente, após a entrega, através do uso de informação

### ATIVIDADES PRINCIPAIS

 Contacto Cliente




 Atividade interna

### PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA

→ Entrega

↔ Interação

### PONTOS DE CONTACTO

	Monitorizar feedbacks relativos à experiência com o novo veículo (nomeadamente inquéritos de satisfação) e apoiar na identificação da solução mais adequada em caso de feedbacks negativos (atividade que o Gestor da Experiências de Cliente deve realizar, mas devido à importância do evento, diversas funções são envolvidas)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Recebe e partilha informação com: ↔ Especialista Experiência de Cliente</li><li>• Dependendo do problema emergente discutir com: ↔ Gestor Experiência de Cliente ↔ Vendedor ↔ Especialista de Produto ↔ Gerente de Serviço ↔ Assessor de Serviço</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• E-mail</li><li>• Mensagem</li><li>• Telefone</li></ul>
	Garantir que oportunidades de up-selling e cross-selling adaptadas às necessidades dos clientes sejam propostas em cada oportunidade de contato	<ul style="list-style-type: none"><li>• Delegação de tarefas: → Vendedor → Especialista de Produto</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• E-mail</li><li>• Mensagem</li><li>• Telefone</li><li>• Loja</li></ul>
	Garantir que a equipa de vendas recolhe e regista sistematicamente nos sistemas JLR o máximo de informação possível sobre os clientes, não apenas sobre o veículo, mas também sobre as suas paixões, estilo de vida e valores	<ul style="list-style-type: none"><li>• Delegação de tarefas: → Vendedor → Especialista de Produto</li></ul>	



## GERENTE DE VENDAS

### POSSE MEMORÁVEL

📍 Apoio nesta fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS

02. EXPLORAÇÃO DO LUXO

03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA

04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA

05. PEDIDO SEM ESFORÇO

06. ESPERA ATRATIVA

07. COMEÇO PERFEITO

08. POSSE MEMORÁVEL

09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA

10. FIDELIDADE RENOVADA

JLR

### OBJETIVOS

- Proporcionar aos clientes experiências associadas à marca, personalizadas de acordo com as suas características
- Providenciando benefícios exclusivos para valorizar a experiência de posse
- Manter vivo o relacionamento com o cliente e ouvir o seu feedback



### PONTOS CRÍTICOS

- Percecionar e sentir-se membro da comunidade da marca e lifestyle pode ser um ponto de viragem. Esta situação pode envolver eventos exclusivos, clubes ou fazer parte de um pequeno grupo de proprietários



### ATIVIDADES PRINCIPAIS

👤 Contacto Cliente

📁 Atividade interna



### PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA

→ Entrega

↔ Interação



### PONTOS DE CONTACTO



Sugerir atividades de CRM a serem ativadas para construir e manter relacionamentos com clientes por meio de experiências de marca customizadas

- Alinhamento sobre atividades CRM a ser ativado:
  - ↔ Diretor Geral
  - ↔ Gestor Experiência de Cliente

- Website
- Social Media
- Publicidade
- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- Correio



Garantir que oportunidades de up-selling e cross-selling adaptadas às necessidades dos clientes sejam propostas em cada oportunidade de contato

- Delegação de tarefas:
  - Vendedor
  - Especialista de Produto

- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- Loja



Garantir um relacionamento de longo prazo através de um contacto proativo regular utilizando o canal preferido do cliente

- Alinhamento constante para a gestão de atividades:
  - ↔ Gestor Experiência de Cliente
- Delegação de tarefas:
  - Vendedor

- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- Correio



Garantir que a equipa de vendas recolhe e regista sistematicamente nos sistemas JLR o máximo de informação possível sobre os clientes, não apenas sobre o veículo, mas também sobre as suas paixões, estilo de vida e valores

- Delegação de tarefas:
  - Vendedor
  - Especialista de Produto

## GERENTE DE VENDAS

### FIDELIDADE RENOVADA

 Responsável desta fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS

02. EXPLORAÇÃO DO LUXO

03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA

04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA

05. PEDIDO SEM ESFORÇO

06. ESPERA ATRATIVA

07. . . . COMEÇO PERFEITO

08. POSSE MEMORÁVEL

09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA

10. FIDELIDADE RENOVADA

JLR

#### OBJETIVOS

- Fazendo o cliente sentir-se importante através de atividades locais exclusivas
- Estar atento às crescentes necessidades dos clientes
- Melhorando a recompra e evitando o abandono de clientes



#### PONTOS CRÍTICOS

- A evolução das necessidades e preferências dos clients, tais como mudanças no estilo de vida, tamanho da família ou gosto pessoal, podem influenciar a sua decisão de recompra. A capacidade de atender a essas necessidades em constante mudança é crítica



#### ATIVIDADES PRINCIPAIS

 Contacto Cliente

 Atividade interna



#### PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA





→ Entrega

↔ Interação



#### PONTOS DE CONTACTO



	Sugerir atividades de CRM a serem ativadas para propor recompra (ex: convites para eventos, apresentação de novos modelos)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alinhamento sobre atividades CRM a ser ativado:<ul style="list-style-type: none"><li>↔ Diretor Geral</li><li>↔ Gestor Experiência de Cliente</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Website</li><li>• Social Media</li><li>• Publicidade</li><li>• E-mail</li><li>• Mensagem</li><li>• Telefone</li><li>• Correio</li></ul>
	Apoiar atividades proativas de contacto com o cliente, tentando compreender potenciais necessidades e atitudes face à compra de um veículo novo, utilizando a informação disponível para personalizar a oferta	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alinhando e partilhando a atividade com:<ul style="list-style-type: none"><li>↔ Diretor Geral</li><li>↔ Gestor Experiência de Cliente</li></ul></li><li>• Delegação de tarefas:<ul style="list-style-type: none"><li>→ Vendedor</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• E-mail</li><li>• Mensagem</li><li>• Telefone</li></ul>
	Identificar e criar oportunidades de negócio aproveitando a base de dados de clientes e toda a informação disponível	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alinhando e partilhando a atividade com:<ul style="list-style-type: none"><li>↔ Gestor Experiência de Cliente</li></ul></li><li>• Delegação de tarefas:<ul style="list-style-type: none"><li>→ Vendedor</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• E-mail</li><li>• Mensagem</li><li>• Telefone</li></ul>
	Garantir que a equipe de vendas recolhe e regista sistematicamente nos sistemas JLR o máximo de informações possível sobre os clientes	<ul style="list-style-type: none"><li>• Delegação de tarefas:<ul style="list-style-type: none"><li>→ Vendedor</li><li>→ Especialista de Produto</li></ul></li></ul>	

NOVOS PERFIS CONCESSIONÁRIO

# VENDEDOR

NO PANORAMA ATUAL DO LUXO MODERNO, PERMITINDO RELAÇÕES DE CLIENTS DURADOURAS E FOCO NA QUALIDADE DA EXPERIÊNCIA DE CLIENTE TÃO IMPORTANTE COMO ALCANÇAR OS OBJETIVOS DE MERCADO.

O VENDEDOR É A FIGURA CHAVE QUE ENTENDE AS NECESSIDADES DO CLIENTE, APRESENTA SOLUÇÕES DE LUXO ADEQUADAS E ASSEGURA UM PROCESSO DE VENDAS FLUÍDO.

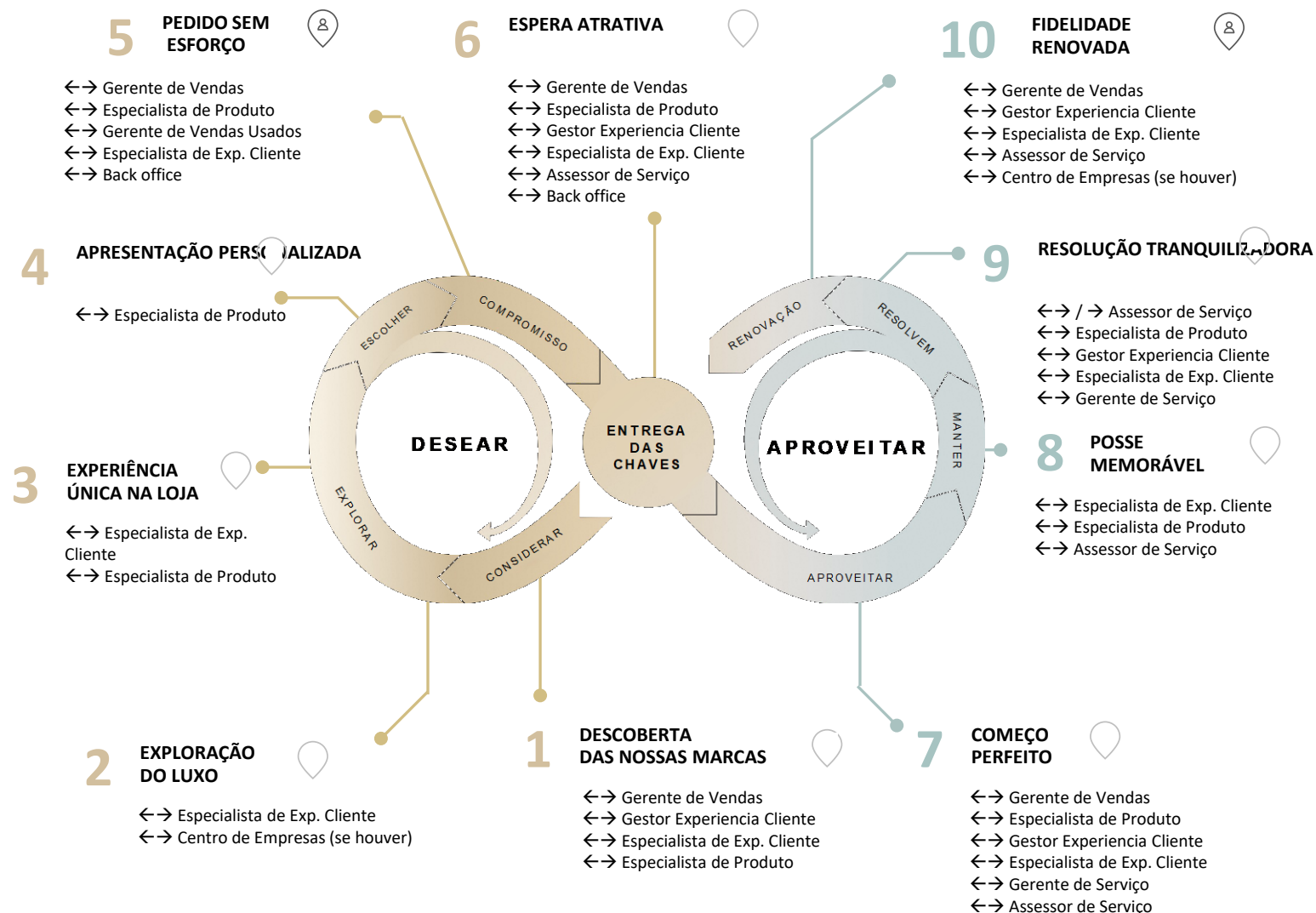


## MISSÃO

O Vendedor assegura uma experiência de encomenda excepcional e personalizada, tornando os produtos e serviços acessíveis aos clientes. Deverá perceber as necessidades e expectativas do cliente e proporcionar uma oferta customizada, removendo a complexidade e tornando a experiência de compra de luxo uma experiência única e sem complexidades.

## PRINCIPAIS PONTOS DE CONTACTO

- Loja
- Atividades Experienciais BTL:
  - Eventos
- Digital:
  - Website
  - Social Media
- CRM - Client Relationship Management:
  - Telefonemas
  - Mensagens
  - E-mails



## VENDEDOR

### DESCOBERTA DAS NOSSAS MARCAS

 Apoio nesta fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS

06. ESPERA ATRATIVA

02. EXPLORAÇÃO DO LUXO

07. . COMEÇO PERFEITO

03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA

08. POSSE MEMORÁVEL

04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA

09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA

05. PEDIDO SEM ESFORÇO

10. FIDELIDADE RENOVADA

JLR

### OBJETIVOS

- Provocar a desejabilidade e envolvimento emocional com as marcas JLR
- Providenciar informação e conteúdos em linha com os interesses do cliente


### PONTOS CRÍTICOS


- A apresentação deve também comunicar os valores, herança e compromisso com a excelência das marcas JLR. Esta situação aumenta a ligação emocional entre o cliente e a marca

### ATIVIDADES PRINCIPAIS

 Contacto Cliente

 Atividade interna

 Apresentação da coleção em eventos locais e lançamento de novos produtos

 Acompanhar o mercado e a concorrência. Perceber o que faz a concorrência e ficar a par de novos desenvolvimentos no mercado de veículos de luxo

 Atualizar dados de cliente e preferências nos sistemas JLR

### PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA

→ Entrega      ←→ Interação

- Constant alignment for activity management:
  - ←→ Gestor Experiência de Cliente
  - ←→ Especialista Experiência de Cliente
  - ←→ Gerente de Vendas
  - ←→ Especialista de Produto
- Sharing the information collected with:
  - ←→ Gerente de Vendas
  - ←→ Gestor Experiência de Cliente
  - ←→ Especialista de Produto

### PONTOS DE CONTACTO

- Eventos Locais

## VENDEDOR

### EXPLORAÇÃO DO LUXO

 Apoio nesta fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS

02. LUXURY EXPLORATION

03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA

04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA

05. PEDIDO SEM ESFORÇO

06. ESPERA ATRATIVA

07. . COMEÇO PERFEITO

08. POSSE MEMORÁVEL

09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA

10. FIDELIDADE RENOVADA

JLR

#### OBJETIVOS

- Providenciar aos clientes respostas específicas às suas necessidades através dos diferentes canais geridos pelo concessionário




#### PONTOS CRÍTICOS

- Lida com os pedidos chegados dentro dos timings definidos pela standards da JLR



#### ATIVIDADES PRINCIPAIS

 Contacto Cliente

 Atividade interna



#### PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA

→ Entrega

↔ Interação



#### PONTOS DE CONTACTO



Responder remotamente a solicitações específicas do cliente antes da visita à loja (em particular, necessidades específicas que o Especialista em Experiência do Cliente ou o Centro de Empresas não podem responder)

- Supporting the activity of:
  - ↔ Especialista Experiência de Cliente
  - ↔ Centro de Empresasa (caso exista)

- Website
- Social Media
- E-mail
- Telefone



Atualizar dados e preferências do cliente nos sistemas JLR



Apoio nesta fase

OBJETIVOS

- Criar a melhor ‘primeira boa impressão’ proporcionando desde início confiança, fiabilidade e reconforto.
- Suportar colegas para assegurar uma experiência de cliente única e imersiva, na loja.
- Recolher a maior informação possível sobre os clientes

ATIVIDADES PRINCIPAIS

Contacto Cliente

Atividade interna

	Em caso de marcação, antes da chegada do cliente, analise toda a informação disponível para se preparar para um acolhimento dedicado	<ul style="list-style-type: none"><li>• Colaboração na recolha de informação:<ul style="list-style-type: none"><li>↔ Especialista Experiência de Cliente</li><li>↔ Especialista de Produto</li></ul></li></ul>	
	Receber diretamente os clientes, ouvindo as suas necessidades e deixando-os à vontade (atividade que o Especialista em Experiência do Cliente deve fazer, mas no caso de mais clientes para gerir ao mesmo tempo, o Executivo de Vendas pode lidar com esta fase)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Colaboração para gerir esta fase:<ul style="list-style-type: none"><li>↔ Especialista Experiência de Cliente</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Loja</li></ul>
	Gerir diretamente clientes conhecidos, orientando-os pela loja e apresentando a coleção (atividade que o Especialista de Produto deve fazer, mas no caso de clientes existentes, o Vendedor pode lidar com esta fase)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Colaboração para identificar clients existentes:<ul style="list-style-type: none"><li>↔ Especialista de Produto</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Loja</li></ul>
	Receber o cliente do Especialista em Experiência do Cliente ou do Especialista de Produto e alinhar as informações recolhidas para garantir uma experiência tranquila	<ul style="list-style-type: none"><li>• Partilha de informação recolhida por:<ul style="list-style-type: none"><li>↔ Especialista Experiência de Cliente</li><li>↔ Especialista de Produto</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Loja</li></ul>
	Crie empatia ouvindo ativamente e fazendo perguntas diretas para entender e reunir as solicitações dos clientes, necessidades latentes, estilo de vida e preferências antes de passar para os próximos passos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Partilha de informação recolhida por:<ul style="list-style-type: none"><li>↔ Especialista Experiência de Cliente</li><li>↔ Especialista de Produto</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Loja</li></ul>
	Atualizar dados e preferências do cliente nos sistemas JLR		

Apoio nesta fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS
02. EXPLORAÇÃO DO LUXO
03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA
04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA
05. PEDIDO SEM ESFORÇO
06. ESPERA ATRATIVA
07. COMEÇO PERFEITO
08. POSSE MEMORÁVEL
09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA
10. FIDELIDADE RENOVADA

OBJETIVOS

- Apresentar a coleção guiando o cliente de forma simples e intuitiva removendo toda a complexidade
- Efetuar a demonstração de produto customizada às necessidades do cliente
- Identificar a melhor solução para o cliente



PONTOS CRÍTICOS

- A apresentação do produto é um momento decisivo para a decisão final devido ao profundo envolvimento do cliente e ao forte impacto emocional
- O cliente nunca deve sentir-se apressado. Deve ter o tempo que quiser para inspecionar o veículo e fazer perguntas



ATIVIDADES PRINCIPAIS

Contacto Cliente    Atividade interna



PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA

→ Entrega    ↔ Interação



PONTOS DE CONTACTO



	Realizar a demonstração do produto se o Especialista de Produto não estiver disponível ou no caso de clientes existentes	• Coordenado com: ↔ Especialista de Produto	• Loja	
	Receber o cliente do Especialista de Produto, após a demonstração do produto, e alinhar as informações coletadas para garantir uma experiência fluída	• Partilha de informação recolhida por: ↔ Especialista de Produto	• Loja	
	Interaja com os clientes para entender suas necessidades e preferências. Faça perguntas e forneça consultas personalizadas		• Loja	
	Atualizar dados e preferências do cliente em sistemas JLR			

## VENDEDOR

### PEDIDO SEM ESFORÇO

 Responsável desta fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS

02. EXPLORAÇÃO DO LUXO

03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA

04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA

05. PEDIDO SEM ESFORÇO

06. ESPERA ATRATIVA

07. COMEÇO PERFEITO

08. POSSE MEMORÁVEL

09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA

10. FIDELIDADE RENOVADA

JLR

### OBJETIVOS








- Envolver os clientes, fazendo-os entender o valor do que estão comprando (por exemplo, qualidade dos materiais, herança da marca, desempenho)
- Personalizar o veículo de acordo com as necessidades do cliente, de forma cuidada, para que se sinta exclusivo
- Atingir os volumes de pedidos e as metas de rentabilidade

### PONTOS CRÍTICOS

- O cliente espera uma experiência de encomenda simples que satisfaça as suas necessidades individuais
- A discrição é um componente-chave no processo de vendas, uma vez que os clientes muitas vezes valorizam a privacidade, a exclusividade e a atenção personalizada
- A transparência é crucial para construir confiança e credibilidade junto ao cliente

### ATIVIDADES PRINCIPAIS

 Contacto Cliente  Atividade interna

PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA		PONTOS DE CONTACTO	
→ Entrega ← → Interação			
	Apresente o veículo e discuta as opções disponíveis, como cores, interiores, acessórios e recursos adicionais ou pacotes que podem ser adaptados às preferências do cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoio para detalhes técnicos e de produto por:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>↔ Especialista de Produto</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Loja</li> </ul>
	Propor conselhos ao cliente para incentivar qualquer up-selling e cross-selling	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoio para detalhes técnicos e de produto por:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>↔ Especialista de Produto</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Loja</li> </ul>
	Se o cliente estiver interessado num veículo que já esteja disponível, apresente a coleção selecionada que se adapte ao seu desejo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoio para detalhes técnicos e de produto por:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>↔ Especialista de Produto</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Loja</li> </ul>
	Avaliar a viatura usada do cliente para a troca (se houver)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordenação com:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>↔ Gerente de Vendas Usados</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Loja</li> </ul>
	Explique claramente a oferta em pormenor. Negocie o preço e discuta opções financeiras removendo a complexidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se necessário, consulta para fecho de negócio:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>↔ Gerente de Vendas</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Loja</li> </ul>
	Programar e realizar um follow-up após a oferta, coordenando com o Especialista em Experiência do Cliente para entrar em contato com o cliente através das formas, horários e canais mais adequados. Atualizar dados e preferências do cliente em sistemas JLR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordenação do follow-up com:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>↔ Especialista Experiência de Cliente</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Telefone</li> <li>• E-mail</li> </ul>
	Se o cliente concordar com a oferta final, feche o negócio, gira a aprovação de serviços financeiros, prepare o contrato de venda e trate de toda a documentação necessária para o processamento do pedido do veículo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordenação para assegurar que todos os aspetos da venda são abordados:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>↔ Back office</li> <li>↔ Gerente de Vendas</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Loja</li> <li>• E-mail</li> <li>• Mensagem</li> <li>• Telefone</li> </ul>



## VENDEDOR

### ESPERA ATRATIVA

 Apoio nesta fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS

02. EXPLORAÇÃO DO LUXO

03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA

04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA

05. PEDIDO SEM ESFORÇO

06. ESPERA ATRATIVA

07. COMEÇO PERFEITO

08. POSSE MEMORÁVEL

09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA

10. FIDELIDADE RENOVADA

JLR

### OBJETIVOS

- Atualizar constantemente o cliente sobre a data de entrega
- Retirar a complexidade do processo documental, simplificando-o o mais possível




### PONTOS CRÍTICOS

- O tempo de espera para o novo veículo pode ser um problema para o cliente, deve ser preenchido com comunicação constante e atualizações frequentes sobre o status do pedido



### ATIVIDADES PRINCIPAIS

 Contacto Cliente

 Atividade interna



### PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA

→ Entrega      ← → Interação



### PONTOS DE CONTACTO



Rever feedbacks recebidos sobre a experiência de compra (em particular inquéritos de satisfação) e apoio na identificação da solução mais adequada em caso de feedbacks negativos (atividade que o Client Experience Manager deve fazer, mas devido à importância do evento, várias funções estão envolvidas)

- Receber e partilhar informação com:  
← → Especialista Experiência de Cliente
- Dependendo do problema emergente discutir com:  
← → Gestor Experiência de Cliente  
← → Gerente de Vendas

- E-mail
- Mensagem
- Telefone



Contactar regularmente o cliente para o informar sobre o estado da reserva através do canal de contacto preferido

- Colaboração e alinhamento para estar em contacto com o cliente:  
← → Especialista Experiência de Cliente

- E-mail
- Mensagem
- Telefone



Certifique-se de que o veículo foi preparado, todos os acessórios correspondem aos encomendados e toda a documentação está pronta

- Colaboração e partilha de informação com:  
← → Especialista de Produto  
← → Assessor de Serviço  
← → Back office

- Loja



Cumprimentar o cliente no dia da entrega, auxiliar o Especialista de Produto e garantir que todos os documentos necessários estão assinados

- Colaboração na realização da entrega:  
← → Especialista de Produto  
← → Especialista Experiência de Cliente

- Loja



Reunir feedback e primeiras impressões e registar informações nos sistemas JLR

- Partilhar informação com:  
← → Especialista de Produto  
← → Especialista Experiência de Cliente

## VENDEDOR

### COMEÇO PERFEITO

 Apoio nesta fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS | 02. EXPLORAÇÃO DO LUXO | 03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA | 04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA | 05. PEDIDO SEM ESFORÇO  
06. ESPERA ATRATIVA | 07. COMEÇO PERFEITO | 08. POSSE MEMORÁVEL | 09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA | 10. FIDELIDADE RENOVARDA

JLR

#### OBJETIVOS

- Garantir que o cliente tira o máximo partido da experiência com o novo veículo
- Alcançar os objetivos de up-selling e cross-selling



#### PONTOS CRÍTICOS

- Pedir feedback aos clientes sobre o novo veículo faz com que se sintam ouvidos e importantes
- Saber como os clientes gostam de passar o seu tempo e oferecer serviços e acessórios que os ajudem a tirar o máximo partido dele



#### ATIVIDADES PRINCIPAIS

 Contacto Cliente  Atividade interna



#### PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA

→ Entrega    ← → Interação



#### PONTOS DE CONTACTO



Entre em contato com o cliente para coletar as primeiras impressões após a entrega e registrar informações nos sistemas JLR. Coordenação com o Especialista em Experiência do Cliente para contactar o cliente através da forma, horário e canal mais adequado

- Coordenação com:  
← → Especialista Experiência de Cliente

- E-mail
- Mensagem
- Telefone



Apoio na identificação da solução mais adequada em caso de feedback negativo nos primeiros meses de propriedade (atividade que o Gestor de Experiência de Cliente deve fazer, mas devido à importância do evento, várias funções estão envolvidas)

- Receber e partilhar informação com:  
← → Especialista Experiência de Cliente

- Dependendo do problema emergente discutir com:  
← → Gestor Experiência de Cliente  
← → Gerente de Vendas  
← → Especialista de Produto  
← → Gerente de Serviço  
← → Assessor de Serviço

- E-mail
- Mensagem
- Telefone



Proponha qualquer up-selling e cross-selling com base em informações pessoais do cliente

- Colaboração para identificar oportunidades:  
← → Especialista Experiência de Cliente  
← → Especialista de Produto  
← → Assessor de Serviço

- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- Loja



Atualizar dados e preferências do cliente em sistemas JLR

## VENDEDOR

### POSSE MEMORÁVEL

📍 Apoio nesta fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS | 02. EXPLORAÇÃO DO LUXO | 03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA | 04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA | 05. PEDIDO SEM ESFORÇO  
06. ESPERA ATRATIVA | 07. COMEÇO PERFEITO | 08. POSSE MEMORÁVEL | 09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA | 10. FIDELIDADE RENOVADA

JLR

#### OBJETIVOS

- Manter contacto contínuo com o cliente para recolha de feedbacks
- Oferecendo benefícios exclusivos para melhorar a experiência de posse
- Criar uma experiência memorável que vai para além de apenas vender um veículo, mas sim vender uma relação duradoura com a marca



#### PONTOS CRÍTICOS

- O cliente espera receber convites e ofertas exclusivas o mais próximo possível das suas especificidades, garantindo uma verdadeira experiência de luxo moderna. A utilização dos dados do cliente é crucial neste sentido



#### ATIVIDADES PRINCIPAIS

 Contacto Cliente  Atividade interna




#### PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA


→ Entrega    ↔ Interação




#### PONTOS DE CONTACTO



 Apoio na identificação de clientes-alvo para atividades locais específicas com base nos seus interesses e preferências

 Crie uma relação duradoura através de um contato proativo regular. Coordenação com o Especialista em Experiência do Cliente para contactar o cliente através da forma, horário e canal mais adequado

 Proponha qualquer up-selling e cross-selling com base em informações pessoais do cliente

 Atualizar dados e preferências do cliente em sistemas JLR

• Colaboração na implementação de atividades:  
↔ Especialista Experiência de Cliente

• Colaboração na implementação de atividades:  
↔ Especialista Experiência de Cliente

• Colaboração para identificar oportunidades:  
↔ Especialista Experiência de Cliente  
↔ Especialista de Produto  
↔ Assessor de Serviço

- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- Correio

- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- Loja

## VENDEDOR

### RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA

📍 Apoio nesta fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS

02. EXPLORAÇÃO DO LUXO

03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA

04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA

05. PEDIDO SEM ESFORÇO

06. ESPERA ATRATIVA

07. COMEÇO PERFEITO

08. POSSE MEMORÁVEL

09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA

10. FIDELIDADE RENOVADA

JLR

### OBJETIVOS

- Aproveitar a marcação de serviço para manter o relacionamento com o cliente

### PONTOS CRÍTICOS

- A capacidade de antecipar necessidades no serviço tem um impacto significativo na satisfação porque dá ao cliente a sensação de ser conhecido e estimado

### ATIVIDADES PRINCIPAIS



Contacto Cliente



Atividade interna



Ao receber uma solicitação de serviço de um cliente, lide com o problema da forma mais tranquila possível



Verifique diariamente as marcações de oficina para identificar possíveis oportunidades de serviço para vendas



Proponha qualquer up-selling e cross-selling com base em informações pessoais do cliente



Mantenha-se sempre informado em caso de problemas graves com o veículo de um cliente e coordene com os colegas para identificar a solução



Atualizar dados e preferências do cliente em sistemas JLR



### PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA

→ Entrega

↔ Interação

- Entrega a:  
→ Assessor de Serviço

- Colaboração para identificar oportunidades:  
↔ Assessor de Serviço

- Colaboração para identificar oportunidades:  
↔ Especialista Experiência de Cliente  
↔ Especialista de Produto  
↔ Assessor de Serviço

- Gerir feedback negative e identificar soluções:  
↔ Gestor Experiência de Cliente  
↔ Especialista Experiência de Cliente  
↔ Gerente de Serviço  
↔ Assessor de Serviço



### PONTOS DE CONTACTO

- E-mail
- Mensagem
- Telefone

- Loja

- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- Loja

- E-mail
- Mensagem
- Telefone

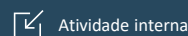
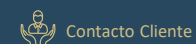
## OBJETIVOS

- Manter a relação com o cliente
- Fazer com que o cliente se sinta importante através de eventos exclusivos e desenvolver um sentimento de pertença à comunidade das marcas JLR
- Atingir os objetivos de *buy-back*

## PONTOS CRÍTICOS

- Fazer com que os clientes se sintam apoiados e compreendidos aumenta a probabilidade de se tornarem clientes leais e embaixadores da marca
- A capacidade de antecipar as necessidades de recompra tem um impacto significativo na satisfação, porque dá ao cliente a sensação de ser conhecido e estimado

## ATIVIDADES PRINCIPAIS



## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA

→ Entrega

↔ Interaction



## PONTOS DE CONTACTO



	<p>Identificar e criar oportunidades de negócio, tirando partido da base de dados de clientes e de toda a informação disponível. Coordenar com o especialista em experiência do cliente ou com o centro de empresas o contacto com o cliente através das forma, horário e canal mais adequado</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alignment and co-ordination:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>↔ Gerente de Vendas</li> <li>↔ Gestor Experiência de Cliente</li> </ul> </li> <li>• Collaboration in the implementation of activities:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>↔ Especialista Experiência de Cliente</li> <li>↔ Centro de Empresas (caso exista)</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E-mail</li> <li>• Mensagem</li> <li>• Telefone</li> </ul>
	<p>Contactar proactivamente os clientes de uma forma atenciosa e personalizada, tentando compreender as suas potenciais necessidades e atitudes em relação à compra de um veículo novo. Coordenar com o especialista em experiência do cliente ou com o centro de desenvolvimento comercial o contacto com o cliente através da forma, horário e canal mais adequado</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Collaboration in the implementation of activities:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>↔ Especialista Experiência de Cliente</li> <li>↔ Centro de Empresas (caso exista)</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E-mail</li> <li>• Mensagem</li> <li>• Telefone</li> </ul>
	<p>Apoio na identificação de clientes-alvo para atividades locais específicas (por exemplo, convites para eventos, apresentação de novos modelos) com base nos seus interesses e preferências</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Collaboration in the implementation of activities:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>↔ Especialista Experiência de Cliente</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>Recolha de informações sobre possíveis desejos de recompra em todos os pontos de contacto com o cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Collaboration to identify opportunities:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>↔ Especialista Experiência de Cliente</li> <li>↔ Assessor de Serviço</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E-mail</li> <li>• Mensagem</li> <li>• Telefone</li> <li>• Loja</li> </ul>
	<p>Atualizar dados e preferências do cliente em sistemas JLR</p>		



NOVOS PERFIS CONCESSIONÁRIO

# ASSESSOR DE SERVIÇO

PARA O LUXO MODERNO, O SERVIÇO DE EXCELÊNCIA É ESSENCIAL PARA ASSEGURAR UMA EXPERIÊNCIA DE POSSE MEMORÁVEL.

O ASSESSOR DE SERVIÇO TEM O PAPEL DE PIVOT. VERIFICA E MELHORA A EXPERIÊNCIA DE SERVIÇO, ASSEGURANDO QUE QUE AS NECESSIDADES E EXPETATIVAS DE CADA CLIENTE SÃO NÃO APENAS ATINGIDAS COMO SUPERADAS.

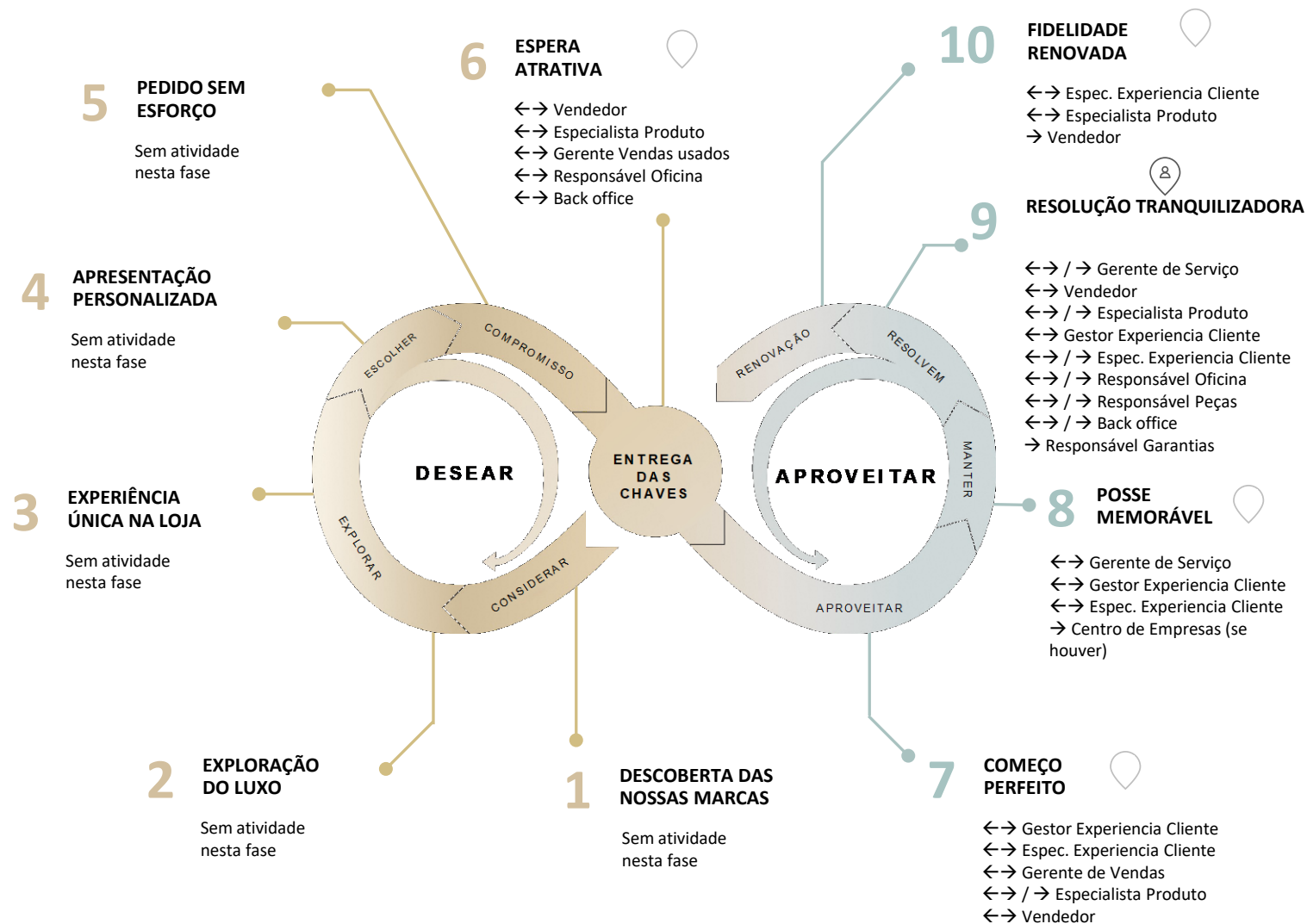


## MISSÃO

O Assessor de Serviço serve o cliente através de toda a experiência de serviço. Ajuda o cliente na manutenção, reparação e avarias. Constrói uma relação forte com o cliente para criar uma relação forte de forma a assegurar satisfação e fidelização.

## PRINCIPAIS PONTOS DE CONTACTO

- Loja
- CRM - Client Relationship Management:
  - Telefonemas
  - Mensagens
  - E-mails



## ASSESSOR DE SERVIÇO

### ESPERA ATRATIVA

 Apoio nesta fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS

02. EXPLORAÇÃO DO LUXO

03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA

04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA

05. PEDIDO SEM ESFORÇO

06. ESPERA ATRATIVA

07. COMEÇO PERFEITO

08. POSSE MEMORÁVEL

09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA

10. FIDELIDADE RENOVADA

JLR

### OBJETIVOS

- Verificar que o veículo está pronto para a entrega
- Receber informações sobre o cliente da equipa de vendas para permitir que o Assessor de Serviço o conheça

### PONTOS CRÍTICOS

- O primeiro passo para uma assistência pós-venda eficaz consiste em apresentar ao cliente a pessoa que o assistirá em caso de manutenção, reparações e avarias futuras

### ATIVIDADES PRINCIPAIS

 Contacto Cliente

 Atividade interna



Organizar a agenda da oficina para finalizar a avaliação do veículo usado do cliente



Organizar a agenda da oficina para preparar o veículo novo do cliente (incluindo a preparação de veículos Approved e usados )



Conhecer o cliente e partilhar os dados de contacto para eventuais necessidades futuras



Atualizar dados e preferências do cliente em sistemas JLR

### PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA

→ Entrega

↔ Interação

- Partilhar informação com:
  - ↔ Vendedor
  - ↔ Gerente de Vendas Usados
  - ↔ Responsável Oficina
- Partilhar informação com:
  - ↔ Especialista de Produto
  - ↔ Vendedor
  - ↔ Responsável Oficina
  - ↔ Gerente de Vendas Usados
  - ↔ Back office

- Ser apresentado ao cliente por:
  - ↔ Especialista de Produto

### PONTOS DE CONTACTO

- Loja

## ASSESSOR DE SERVIÇO COMEÇO PERFEITO

📍 Apoio nesta fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS

02. EXPLORAÇÃO DO LUXO

03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA

04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA

05. PEDIDO SEM ESFORÇO

06. ESPERA ATRATIVA

07. COMEÇO PERFEITO

08. POSSE MEMORÁVEL

09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA

10. FIDELIDADE RENOVADA



### OBJETIVOS

- Facilitar a experiência do cliente com o novo veículo
- Resolução de dúvidas e problemas através de um suporte dedicado



### PONTOS CRÍTICOS

- A resolução de eventuais problemas nos primeiros meses de utilização é importante para inspirar confiança e criar fidelização
- Saber como os clientes gostam de passar o seu tempo e oferecer serviços e acessórios para os ajudar a tirar o máximo partido do mesmo



### ATIVIDADES PRINCIPAIS



Contacto Cliente



Atividade interna



### PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA

→ Entrega

↔ Interação



### PONTOS DE CONTACTO



Responder a quaisquer problemas que o cliente possa ter no primeiro período de utilização do veículo

- Se o cliente não contactar diretamente o após venda coordenar com:

↔ Especialista Experiência de Cliente

↔ Vendedor

- Se a situação for sobre infotainment ou sistemas de carregamento entregar a:

→ Especialista de Produto

- Receber e partilhar informação com:

↔ Especialista Experiência de Cliente

- Dependendo do problema emergente discutir com:

↔ Gestor Experiência de Cliente

↔ Gerente de Serviço

↔ Gerente de Vendas

↔ Especialista de Produto

↔ Vendedor

- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- Loja



Apoio na identificação da solução mais adequada em caso de feedback negativo nos primeiros meses de posse (atividade que o Gestor da Experiência do Cliente deve realizar, mas devido à importância do evento, estão envolvidas várias funções)

- Colaboração para identificar oportunidades:

↔ Especialista de Produto

↔ Vendedor

↔ Especialista Experiência de Cliente

- E-mail
- Mensagem
- Telefone



Propor ao cliente qualquer up-selling e cross-selling adaptada às suas necessidades (especialmente acessórios) em qualquer oportunidade de contacto (em especial em caso de "segunda entrega")

- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- Loja

## ASSESSOR DE SERVIÇO

POSSE MEMORÁVEL

 Apoio nesta fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS

02. EXPLORAÇÃO DO LUXO

03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA

04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA

05. PEDIDO SEM ESFORÇO

06. ESPERA ATRATIVA

07. COMEÇO PERFEITO

08. POSSE MEMORÁVEL

09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA

10. FIDELIDADE RENOVADA

JLR

### OBJETIVOS


- Proporcionar experiências de cuidados da viatura adaptadas às necessidades individuais do cliente
- Ajudar os clientes a cuidar do seu veículo sem se preocuparem com prazos
- Planear os contactos com os clientes, identificando as prioridades

### PONTOS CRÍTICOS

- Antecipar as necessidades dos clientes tem um impacto significativo sobre eles, pois dá-lhes a sensação de serem conhecidos e estimados
- Os clientes esperam receber recomendações personalizadas sobre a sua experiência e o seu veículo

### ATIVIDADES PRINCIPAIS

 Contacto Cliente

 Atividade interna



Criar uma relação a longo prazo com o cliente através de um contacto proactivo para antecipar os prazos de serviço. Coordenar com o especialista em experiência do cliente ou com o centro de empresas o contacto com o cliente através da forma, horário e canal mais adequado



Propor actividades de CRM adaptadas às necessidades dos clientes para garantir a fidelização, equilibrar o volume de trabalho da oficina e criar oportunidades de negócio no serviço. Coordenar com o especialista em experiência do cliente ou com o centro de empresas o contacto com o cliente através da forma, horário e canal mais adequado



Verificar as campanhas de serviço (recall) e agendar visita à oficina. Coordenar com o especialista em experiência do cliente ou com o centro de empresas o contacto com o cliente através das forma, horário e canal mais adequado



Atualizar dados e preferências do cliente em sistemas JLR

### PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA

→ Entrega      ←→ Interação

- Alinhar e coordenar:
  - ←→ Gerente de Serviço
  - ←→ Gestor Experiência de Cliente
- Colaboração na implementação de atividades:
  - ←→ Especialista Experiência de Cliente
  - ←→ Centro de Empresas (caso exista)
- Alinhar e coordenar:
  - ←→ Gerente de Serviço
  - ←→ Gestor Experiência de Cliente
- Colaboração na implementação de atividades:
  - ←→ Especialista Experiência de Cliente
  - ←→ Centro de Empresas (caso exista)
- Colaboração na implementação de atividades:
  - ←→ Especialista Experiência de Cliente
  - ←→ Centro de Empresas (caso exista)

### PONTOS DE CONTACTO

- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- Correio

- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- Correio

- E-mail
- Mensagem
- Telefone



## ASSESSOR DE SERVIÇO

### RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA: MARCAÇÃO

 Responsável pela fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS

02. EXPLORAÇÃO DO LUXO

03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA

04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA

05. PEDIDO SEM ESFORÇO

06. ESPERA ATRATIVA

07. COMEÇO PERFEITO

08. POSSE MEMORÁVEL

09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA

10. FIDELIDADE RENOVADA



#### OBJETIVOS

- Encontrar uma solução para qualquer tipo de problema relacionado com o veículo do cliente
- Oferecer apoio especializado imediato, trabalhando em parceria na concessão, usando o digital e os canais de contacto
- Marcar uma hora específica para o check-in



#### PONTOS CRÍTICOS

- O cliente espera receber uma resposta rápida e precisa aos seus pedidos e serviços flexíveis que maximizem o seu tempo
- O cliente procura uma continuidade perfeita da experiência em todos os departamentos do concessionário, especialmente no serviço (pós venda)



#### ATIVIDADES PRINCIPAIS

 Contacto Cliente

 Atividade interna



#### PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA








→ Entrega

↔ Interação



#### PONTOS DE CONTACTO



-  Identificar as preocupações do cliente e responder prontamente a todos os pedidos de serviço recebidos através do canal de contacto preferido do cliente
-  Com base no problema e no pedido do cliente, oferecer um serviço personalizado (incluindo a verificação do historial do veículo e o programa de manutenção)
-  Gerir a agenda da oficina, marcar a reunião respondendo às necessidades do cliente com utilidade e flexibilidade e oferecer soluções de mobilidade (por exemplo, cortesia, táxi, recolha e entrega)
-  Promover uma campanha de serviço contínua. Verificar a disponibilidade de peças e contactar o cliente em caso de atraso na entrega das peças
-  Abrir uma OR ordem de reparação, organizar a pré-seleção de peças sobressalentes e planear os recursos da oficina
-  Preparar a opção de mobilidade acordada e, se necessário, antecipar os documentos a assinar pelo cliente
-  Rever as informações do cliente para preparar e personalizar a interação. Enviar ao cliente um lembrete sobre a marcação do serviço

- Se o cliente não contactar diretamente o serviço pós venda coordenar com:  
↔ Especialista Experiência de Cliente
- Se a situação for sobre infotainment ou sistemas de carregamento entregar a:  
→ Especialista de Produto
- Constante alinhamento com:  
↔ Responsável Peças

- Entregar a:  
→ Responsável Oficina  
→ Responsável Peças

- Verificar disponibilidade e estado da viatura cortesia, entregar a:  
→ Especialista de Produto

- Share the agenda for service-to-sales opportunities with:  
↔ Vendedor

- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- E-mail
- Mensagem
- Telefone

## ASSESSOR DE SERVIÇO

### RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA: CHECK-IN

 Responsável pela fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS

02. EXPLORAÇÃO DO LUXO

03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA

04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA

05. PEDIDO SEM ESFORÇO

06. ESPERA ATRATIVA

07. COMEÇO PERFEITO

08. POSSE MEMORÁVEL

09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA

10. FIDELIDADE RENOVADA



#### OBJETIVOS

- Assegurar que, quando o cliente chega ao retalhista, se sente valorizado e acolhido
- Dedicar o tempo necessário para ouvir ativamente os problemas dos clientes
- Explicar em pormenor as intervenções de assistência, fornecendo um orçamento transparente



#### PONTOS CRÍTICOS

- Conhecer os clientes e os seus veículos é essencial para garantir um bom serviço de após venda
- O tempo do cliente é precioso: o check-in deve ser efectuado pontualmente à hora acordada e é importante antecipar todas as actividades que podem ser realizadas antes da chegada do cliente



#### ATIVIDADES PRINCIPAIS

 Contacto Cliente  Atividade interna









#### PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA

→ Entrega ↔ Interação



#### PONTOS DE CONTACTO



	Fazer com que o cliente se sinta acolhido de uma forma exclusiva e personalizada	• Colaborar com: ↔ Especialista Experiência de Cliente	• Loja
	Realizar a inspeção e validar as preocupações do cliente. Efetuar um teste de condução em caso de problemas de ruído e vibração (NVH - Noise Vibration Harshness) ou outras questões específicas	• No caso de problemas específicos, entregar a: → Responsável Oficina → Especialista de Produto → Gerente de Serviço	• Loja
	Oferecer serviços e produtos relevantes de valor acrescentado, promovendo quaisquer campanhas em curso. Identificar oportunidades de up selling e cross selling adaptadas às necessidades dos clientes	• Colaboração para identificar oportunidades: ↔ Especialista Experiência de Cliente ↔ Especialista de Produto ↔ Vendedor	• Loja
	Fornecer e explicar a estimativa de custos e obter autorização		• Loja
	Fornecer ao cliente o serviço de mobilidade acordado ou acompanhá-lo à sala de espera específica e assegurar uma espera confortável	• Para a explicação da Viatura de cortesia, entregar a: → Especialista de Produto • Caso permaneça na loja, entregar a: → Especialista Experiência de Cliente	• Loja
	Preparar toda a documentação para gerir quaisquer pedidos de garantia e de boa política (goodwill)	• Entregar a: → Responsável Garantias → Back office	

## ASSESSOR DE SERVIÇO

### RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA: CHECK - OUT

 Responsável pela fase

01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS

02. EXPLORAÇÃO DO LUXO

03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA

04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA

05. PEDIDO SEM ESFORÇO

06. ESPERA ATRATIVA

07. COMEÇO PERFEITO

08. POSSE MEMORÁVEL

09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA

10. FIDELIDADE RENOVADA



#### OBJETIVOS

- Devolver o veículo ao cliente, certificando-se de que as suas expectativas foram superadas
- Assegurar que o cliente está satisfeito e convencido de que recebeu o mais alto nível de especialização e profissionalismo



#### PONTOS CRÍTICOS

- O cliente espera uma experiência de serviço de luxo e que as suas expectativas sejam superadas
- Tornar perceptível o valor e a qualidade do trabalho e incutir um sentido de transparência
- Pedir o feedback dos clientes faz com que se sintam importantes



#### ATIVIDADES PRINCIPAIS

 Contacto Cliente

 Atividade interna



#### PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA








→ Entrega

↔ Interação



#### PONTOS DE CONTACTO



	Informar o cliente sobre o estado do veículo através do canal de contacto preferido. Em caso de trabalhos adicionais a realizar, atualizar o cliente, incluindo os custos específicos e o timing	<ul style="list-style-type: none"><li>• Constante alinhamento e atualização sobre a OR com: ↔ Responsável Oficina</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• E-mail</li><li>• Mensagem</li><li>• Telefone</li></ul>
	Finalizar a fatura e preparar os documentos de modo a perder o mínimo de tempo possível com os aspetos burocráticos quando o cliente chegar		
	Fazer com que o cliente se sinta acolhido de uma forma exclusiva e personalizada. Em caso de carro de cortesia, fazer a receção do veículo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Constante alinhamento com: ↔ Especialista Experiência de Cliente</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Loja</li></ul>
	Explicar os serviços realizados na fatura e assegurar que o cliente compreende o valor do trabalho realizado no veículo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Caso seja necessário explicar operações especiais ao cliente: ↔ Responsável Oficina</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Loja</li></ul>
	Assegurar que os serviços prestados correspondem às expectativas do cliente, informar o cliente sobre as datas de vencimento futuras e sobre o follow-up dos serviços efetuados		<ul style="list-style-type: none"><li>• Loja</li></ul>
	Receber o pagamento e acompanhar o cliente até ao seu veículo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se o pagamento não for efetuado na receção, entregar a: → Back office</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Loja</li></ul>
	Monitorizar feedback do follow up e tratar as reacções negativas de forma profissional, propondo uma solução atempada para o problema. Implementar ações de melhoria	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gerir feedback negativo e identificar soluções: ↔ Gestor Experiência de Cliente ↔ Especialista Experiência de Cliente ↔ Gerente de Serviço ↔ Vendedor</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• E-mail</li><li>• Mensagem</li><li>• Telefone</li></ul>

## OBJETIVOS

- Investir em Clientes existentes
- Alargar a relação para além da resolução do problema
- Manter relações com os clientes

## PONTOS CRÍTICOS

- A equipa de serviço tem a oportunidade de criar confiança e segurança, elementos-chave para a fidelização do cliente

## ATIVIDADES PRINCIPAIS

👤 Contacto Cliente    📁 Atividade interna



Recolha de informações sobre possíveis desejos de recompra em todas as ocasiões de contacto com o cliente



Criar oportunidades de recompra durante a experiência de serviço (por exemplo, oferecer uma demonstração do produto enquanto se espera por um serviço)



Atualizar dados e preferências do cliente em sistemas JLR

## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA

→ Entrega    ↔ Interação

- Colaboração para identificar oportunidades:
  - ↔ Especialista de Produto
  - ↔ Especialista Experiência de Cliente
- Se o cliente manifestar interesse em trocar de viatura (recompra) entregar a:
  - Vendedor
- Se o cliente manifestar interesse em trocar de viatura (recompra) entregar a:
  - Vendedor

## PONTOS DE CONTACTO

- Loja
- E-mail
- Mensagem
- Telefone

- Loja



