

# 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.

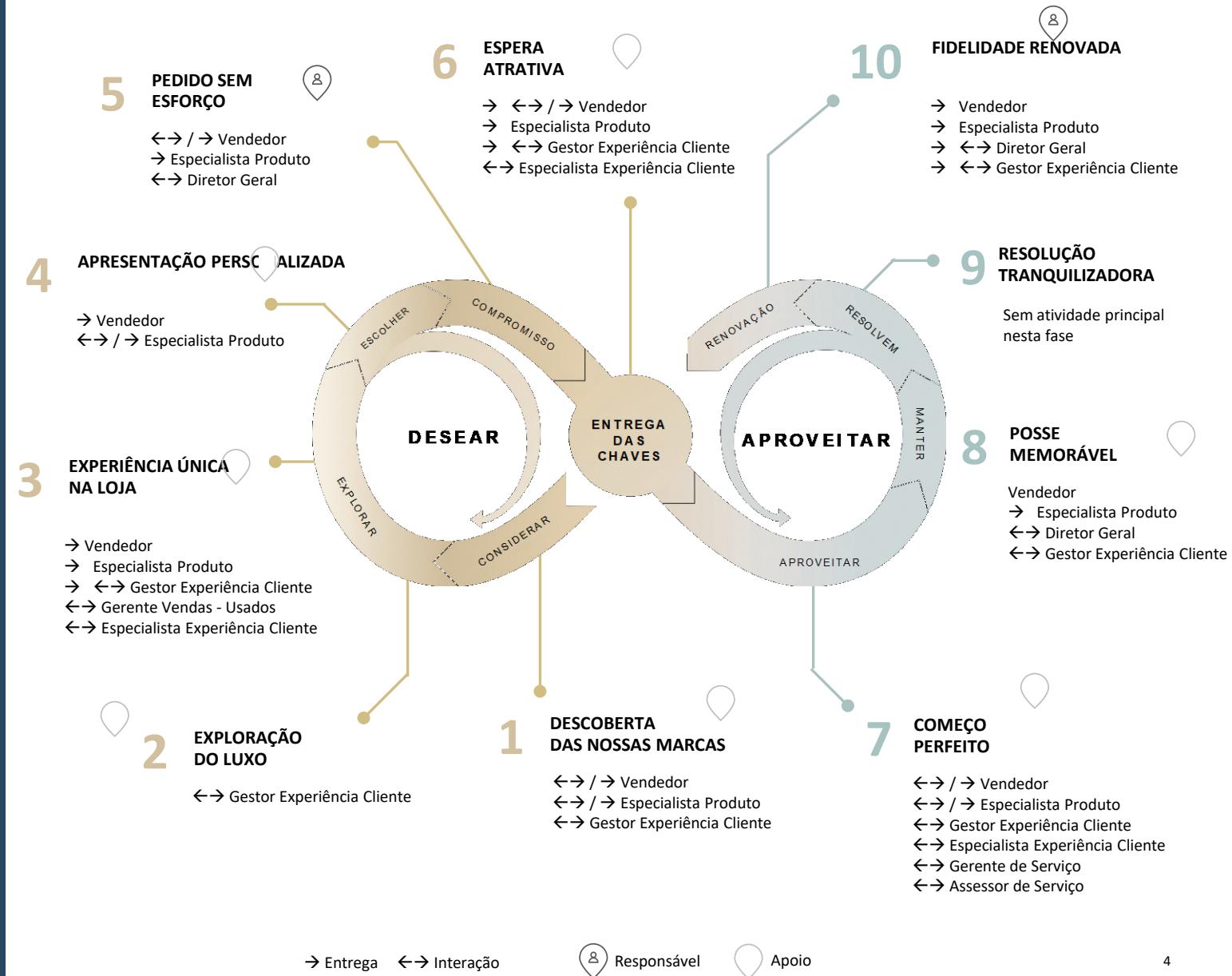
## MISSÃO

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

## JORNADA HALO PONTOS DE ENTREGA E INTERAÇÕES





## OBJETIVOS



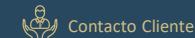
- Combinar objetivos de venda com a experiência de cliente de luxo moderno
- Construir deseabilidade e compromisso emocional nas marcas JLR

## PONTOS CRÍTICOS



- A primeira impressão é crucial porque define a percepção do prestígio e qualidade das marcas JLR

## ATIVIDADES PRINCIPAIS



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



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



Organizar a mostra da nova coleção durante eventos locais e ações de lançamento de novo produto



Frequentar eventos como salões automóveis, lançamentos ou eventos Clientes VIP para as marcas JLR e rede com potenciais clientes



## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA



→ Entrega



↔ Interação

- Alinhamento da estratégia de vendas para definir as iniciativas de marketing mais apropriadas:  
↔ Gestor de Experiência do Cliente
- Partilhar a informação recolhida com:  
↔ Gestor de Experiência do Cliente  
↔ Vendedor  
↔ Especialista de Produto
- Alinhamento constante para gestão de atividade:  
↔ Gestor de Experiência do Cliente
- Delegação de tarefas:  
→ Vendedor  
→ Especialista de Produto
- Partilhar a informação recolhida com:  
↔ Gestor de Experiência do Cliente  
↔ Vendedor  
↔ Especialista de Produto



## PONTOS DE CONTACTO



- Eventos Locais

- Eventos Locais



## OBJETIVOS

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

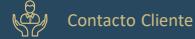


## PONTOS CRÍTICOS

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



## ATIVIDADES PRINCIPAIS



## 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

- Partilha dos resultados de atividades de marketing com:  
←→ Gestor de Experiência de Cliente

 Apoia e monitoriza os processos apropriados para gestão de potenciais clientes

- Alinhamento constante com:  
←→ Gestor de Experiência de Cliente

 Propõe correções necessárias ao marketing e Centro de Desenvolvimento de Negócio para atingir os objetivos de vendas

- Alinhamento constante com:  
←→ Gestor de Experiência de Cliente

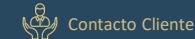


## OBJETIVOS



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

## ATIVIDADES PRINCIPAIS



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



Acolhe diretamente os clientes, ouvindo as suas necessidades e colocando-os à vontade (actividade que o Especialista da Experiência do Cliente pode conduzir mas no caso de VIP ou figuras públicas, o Gerente de Vendas pode efetuar esta actividade)



Assegura que a Equipa de Vendas proporciona ao cliente um acolhimento personalizado e atenção baseados nas suas preferências/ necessidades



Assegurar que a coleção é apresentada envolvendo o cliente através de storytelling sobre a marca, produtos e tecnologia



Partilha procedimentos e atribui responsabilidades internas à equipa de vendas para o tratamento agradável do cliente durante o processo de venda

## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA



- Alinhamento constante da coleção exposta com:
  - Gestor Experiência de Cliente
  - ↔ Gerente de Venda de Usados
- Delegação de tarefas:
  - Especialista de Produto

- Colaboração para gerir esta fase:
  - ↔ Especialista de Produto

- Apoio na gestão da atividade a:
  - ↔ Gestor Experiência de Cliente
- Providenciar orientação a:
  - Vendedor
  - Especialista de Produto

- Providenciar orientação a:
  - Especialista de Produto

- Providenciar orientação a:
  - Vendedor
  - Especialista de Produto

## PONTOS DE CONTACTO



- Loja

- Loja

- Loja



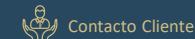


## OBJETIVOS



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

## ATIVIDADES PRINCIPAIS



Assegura que é efetuada um diagnóstico de necessidades exaustivo



Define vários modos de efetuar uma demonstração de produto customizada



Análise dos feedbacks recebidos dos clients após demonstração 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

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

## 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 experiencie a viatura física e emocionalmente.

## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA



→ Entrega



↔ Interação



## PONTOS DE CONTACTO



- Delegação de tarefas:
  - Vendedor
  - Especialista de Produto

• Loja

- Delegação de tarefas:
  - Especialista de Produto

• Loja

- Partilha dos feedbacks por:
  - ↔ Especialista de Produto

- Delegação de tarefas:
  - Vendedor
  - Especialista de Produto



## OBJETIVOS



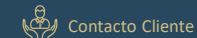
- Definir objetivos de vendas e desenvolver estratégias para os atingir
- Liderar e gerir a equipa de vendas
- Resolver qualquer questão que possa surgir com contratos de venda e financiamento

## PONTOS CRÍTICOS



- O cliente espera interações agradáveis e memoráveis durante o processo de pedido de viatura. A interação com os vendedores que guiam o cliente através das opções de customização, elaboração do pedido e sugestões, é essencial para uma experiência positiva

## ATIVIDADES PRINCIPAIS



 Assegura a correta execução dos procedimentos de venda de acordo com a experiência de luxo moderno

 Coordena o trabalho do vendedor e finaliza estratégias para aumentar a eficiência

 Forma e motiva a equipa de vendas. Monitoriza a performance quantitativa e qualitativa dos vendedores

 Monitoriza os KPIs de vendas, desenvolve análises no mercado alvo e prepara previsões de vendas

 Prepara, executa e monitoriza os pedidos da coleção atribuída. Controla e monitoriza os stocks de viaturas novas

 Verifica contrato e avaliações de usados propostas pelos vendedores

 Difunde a cultura de informação (dados) enfatizando a importância da recolha e registo de dados para personalizar a experiência do cliente



## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA



- Providenciar orientação a:
  - Vendedor
  - Especialista de Produto
- Providenciar orientação a:
  - Vendedor
- Providenciar orientação a:
  - Vendedor
  - Especialista de Produto
- Partilha de dados com:
  - ↔ Diretor Geral
  - ↔ Vendedor
- Coordenação com:
  - ↔ Vendedor
- Se necessário, consulta para fecho de negócio:
  - ↔ Vendedor
- Delegação de tarefas:
  - Vendedor
  - Especialista de Produto



## PONTOS DE CONTACTO





## 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

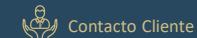


## PONTOS CRÍTICOS

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



## ATIVIDADES PRINCIPAIS



Monitoriza feedback recebido na experiência de compra (em particular inquéritos de satisfação) e apoia na identificação da melhor solução em caso de feedback negativo (actividade 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 mís 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



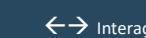
Assegura que o cliente tem uma entrega personalizada e memorável



## 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



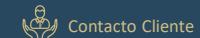


## O B J E T I V O S

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



## A T I V I D A D E S P R I N C I P A I S



C o n t a c t o C l i e n t e



A t i v i d a d e i n t e r n a



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)



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



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

01. D E S C O B E R T A N O S S A S M A R C A S

06. E S P E R A A T R A T I V A

02 E X P L O R A Ç Ã O D O L U X O

07. C O M E Ç O P E R F E I T O

03. E X P E R I Ê N C I A Ú N I C A N A L O J A

08. P O S S E M E M O R Á V E L

04. A P R E S E N T A Ç Ã O P E R S O N A L I Z A D A

09. R E S O L U Ç Ã O T R A N Q U I L I Z A D O R A

05. P E D I D O S E M E S F O R Ç O

10. F I D E L I D A D E R E N O V A D A

## P O N T O S C R Í T I C O S

- 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



## P R I N C I P A I S A T I V I D A D E S D O P E R F I L E P O N T O S D E E N T R E G A



→ Entrega



↔ Interacção

- Recebe e partilha informação com:  
↔ Especialista Experiência de Cliente

- Dependendo do problema emergente discutir com:  
↔ Gestor Experiência de Cliente  
↔ Vendedor  
↔ Especialista de Produto  
↔ Gerente de Serviço  
↔ Assessor de Serviço

- Delegação de tarefas:  
→ Vendedor  
→ Especialista de Produto

- Delegação de tarefas:  
→ Vendedor  
→ Especialista de Produto

## P O N T O S D E C O N T A C T O



P o n t o s d e c o n t a c t o

- E-mail
- Mensagem
- Telefone

- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- Loja





Apóio nesta fase

## 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



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



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



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



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



## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA



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

- Delegação de tarefas:
  - Vendedor
  - Especialista de Produto

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

- Delegação de tarefas:
  - Vendedor

- Delegação de tarefas:
  - Vendedor
  - Especialista de Produto



## PONTOS DE CONTACTO

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

- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- Loja

- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- Correio

## ⑧ Responsável desta fase

## 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

## ATIVIDADES PRINCIPAIS



Sugerir atividades de CRM a serem ativadas para propor recompra (ex: convites para eventos, apresentação de novos modelos)



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



Identificar e criar oportunidades de negócio aproveitando a base de dados de clientes e toda a informação disponível



Garantir que a equipa de vendas recolhe e regista sistematicamente nos sistemas JLR o máximo de informações possível sobre os clientes

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



## 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 attender a essas necessidades em constante mudança é crítica

## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA



→ Entrega

↔ Interação



## PONTOS DE CONTACTO



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

- Alinhando e partilhando a atividade com:
  - ↔ Diretor Geral
  - ↔ Gestor Experiência de Cliente
- Delegação de tarefas:
  - Vendedor

- Alinhando e partilhando a atividade com:
  - ↔ Gestor Experiência de Cliente
- Delegação de tarefas:
  - Vendedor

- Delegação de tarefas:
  - Vendedor
  - Especialista de Produto

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

- E-mail
- Mensagem
- Telefone

- E-mail
- Mensagem
- Telefone

NOVOS PERFIS CONCESSIONÁRIO

# VENDEDOR

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

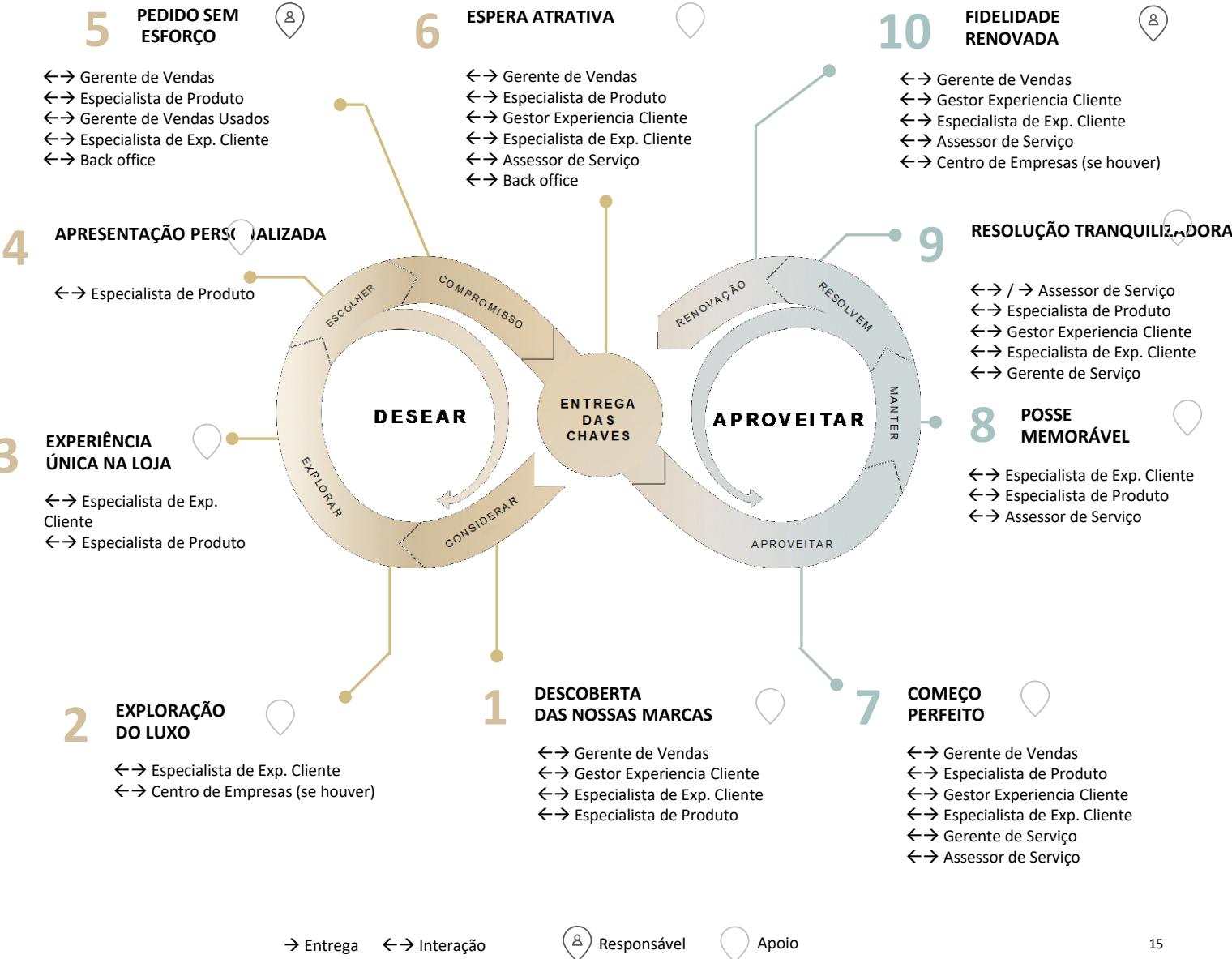
O VENDEDOR É A FIGURA CHAVE QUE ENTENDE AS NECESSIDADES DO CLIENTE, APRESENTA SOLUÇÕES DE LUXO ADEQUADAS E ASSEGURA UM PROCESSO DE VENDAS FLUÍDO.

## 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:
  - Telefemas
  - Mensagens
  - E-mails





## OBJETIVOS

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



## ATIVIDADES PRINCIPAIS



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

## 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

## 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



## 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



01. DESCOBERTA NOSSAS MARCAS

06. ESPERA ATRATIVA

02. LUXURY EXPLORATION

07. . COMEÇO PERFEITO

03. EXPERIÊNCIA ÚNICA NA LOJA

08. POSSE MEMORÁVEL

04. APRESENTAÇÃO PERSONALIZADA

09. RESOLUÇÃO TRANQUILIZADORA

05. PEDIDO SEM ESFORÇO

10. FIDELIDADE RENOVADA

**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**

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)



Atualizar dados e preferências do cliente nos sistemas JLR

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

→ Entrega



↔ Interação

- Supporting the activity of:

↔→ Especialista Experiência de Cliente  
↔→ Centro de Empresas (caso exista)

**PONTOS DE CONTACTO**

- Website
- Social Media
- E-mail
- Telefone

**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

**PONTOS CRÍTICOS**

- A primeira apresentação aos clientes é o ponto de contacto que estes vão considerar como referência a partir deste momento
- A satisfação das necessidades dos clientes é o ponto de viragem da sua experiência

**ATIVIDADES PRINCIPAIS**

 Em caso de marcação, antes da chegada do cliente, analise toda a informação disponível para se preparar para um acolhimento dedicado

 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)

 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)

 Receber o cliente do Especialista em Experiência do Cliente ou do Especialista de Produto e alinhar as informações recolhidas para garantir uma experiência tranquila

 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

 Atualizar dados e preferências do cliente nos sistemas JLR

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

- Colaboração na recolha de informação:
  - ↔ Especialista Experiência de Cliente
  - ↔ Especialista de Produto

- Colaboração para gerir esta fase:
  - ↔ Especialista Experiência de Cliente

**PONTOS DE CONTACTO**

- Loja

- Colaboração para identificar clients existentes:
  - ↔ Especialista de Produto

- Loja

- Partilha de informação recolhida por:
  - ↔ Especialista Experiência de Cliente
  - ↔ Especialista de Produto

- Loja

- Partilha de informação recolhida por:
  - ↔ Especialista Experiência de Cliente
  - ↔ Especialista de Produto

- Loja

**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

**ATIVIDADES PRINCIPAIS**

Contacto Cliente



Realizar a demonstração do produto se o Especialista de Produto não estiver disponível ou no caso de clientes existentes



Receber o cliente do Especialista de Produto, após a demonstração do produto, e alinhar as informações coletadas para garantir uma experiência fluída



Interaja com os clientes para entender suas necessidades e preferências. Faça perguntas e forneça consultas personalizadas



Atualizar dados e preferências do cliente em sistemas JLR

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

→ Entrega



↔ Interação

- Coordenado com:  
↔ Especialista de Produto

- Partilha de informação recolhida por:  
↔ Especialista de Produto

**PONTOS DE CONTACTO**

- Loja

- Loja

- Loja





## 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

## ATIVIDADES PRINCIPAIS



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



Propor conselhos ao cliente para incentivar qualquer up-selling e cross-selling



Se o cliente estiver interessado num veículo que já esteja disponível, apresente a coleção selecionada que se adapte ao seu desejo



Avaliar a viatura usada do cliente para a troca (se houver)



Explique claramente a oferta em pormenor. Negocie o preço e discuta opções financeiras removendo a complexidade



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



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



## PONTOS CRÍTICOS

- O cliente espera uma experiência de encomenda simples que satisfaça as suas necessidades individuais
- A descrição 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

## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA



- Apoio para detalhes técnicos e de produto por:  
↔ Especialista de Produto

• Loja

- Apoio para detalhes técnicos e de produto por:  
↔ Especialista de Produto

• Loja

- Apoio para detalhes técnicos e de produto por:  
↔ Especialista de Produto

• Loja

- Coordenação com:  
↔ Gerente de Vendas Usados

• Loja

- Se necessário, consulta para fecho de negócio:  
↔ Gerente de Vendas

• Loja

- Coordenação do follow-up com:  
↔ Especialista Experiência de Cliente

• Telefone  
• E-mail

- Coordenação para assegurar que todos os aspetos da venda são abordados:  
↔ Back office  
↔ Gerente de Vendas

• Loja  
• E-mail  
• Mensagem  
• Telefone



## PONTOS DE CONTACTO



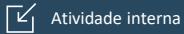


## OBJETIVOS

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



## ATIVIDADES PRINCIPAIS



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)



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



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



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



Reunir feedback e primeiras impressões e registrar informações nos sistemas JLR

## 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



## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA



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



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

- E-mail  
• Mensagem  
• Telefone

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

- E-mail  
• Mensagem  
• Telefone

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

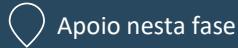
- Loja

- Partilhar informação com:  
↔ Especialista de Produto  
↔ Especialista Experiência de Cliente

- Loja



## PONTOS DE CONTACTO



## OBJETIVOS

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

## ATIVIDADES PRINCIPAIS



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



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)



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



Atualizar dados e preferências do cliente em sistemas JLR

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



## 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



## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA



- Coordenação com:  
↔ Especialista Experiência de Cliente
- 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

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



## PONTOS DE CONTACTO

- E-mail
- Mensagem
- Telefone

- E-mail
- Mensagem
- Telefone

- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- Loja



## 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



## ATIVIDADES PRINCIPAIS



Atividade interna



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

- |                              |                        |                               |                                |                         |
|------------------------------|------------------------|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------|
| 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 |

## 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



## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA

→ Entrega

↔ Interação



- 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



## 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



 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 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 negativo 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*

## ATIVIDADES PRINCIPAIS



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



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



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



Recolha de informações sobre possíveis desejos de recompra em todos os pontos de contacto com o cliente



Atualizar dados e preferências do cliente em sistemas JLR

## 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

## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA



→ Entrega



↔ Interaction

- Alignment and co-ordination:  
↔ Gerente de Vendas  
↔ Gestor Experiência de Cliente
- Collaboration in the implementation of activities:  
↔ Especialista Experiência de Cliente  
↔ Centro de Empresas (caso exista)

- Collaboration in the implementation of activities:  
↔ Especialista Experiência de Cliente  
↔ Centro de Empresas (caso exista)

- Collaboration in the implementation of activities:  
↔ Especialista Experiência de Cliente

- Collaboration to identify opportunities:  
↔ Especialista Experiência de Cliente  
↔ Assessor de Serviço

## PONTOS DE CONTACTO



- E-mail
- Mensagem
- Telefone

- E-mail
- Mensagem
- Telefone

- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- Loja

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 AS NECESSIDADES E EXPETATIVAS DE CADA CLIENTE SÃO NÃO APENAS ATINGIDAS COMO SUPERADAS.

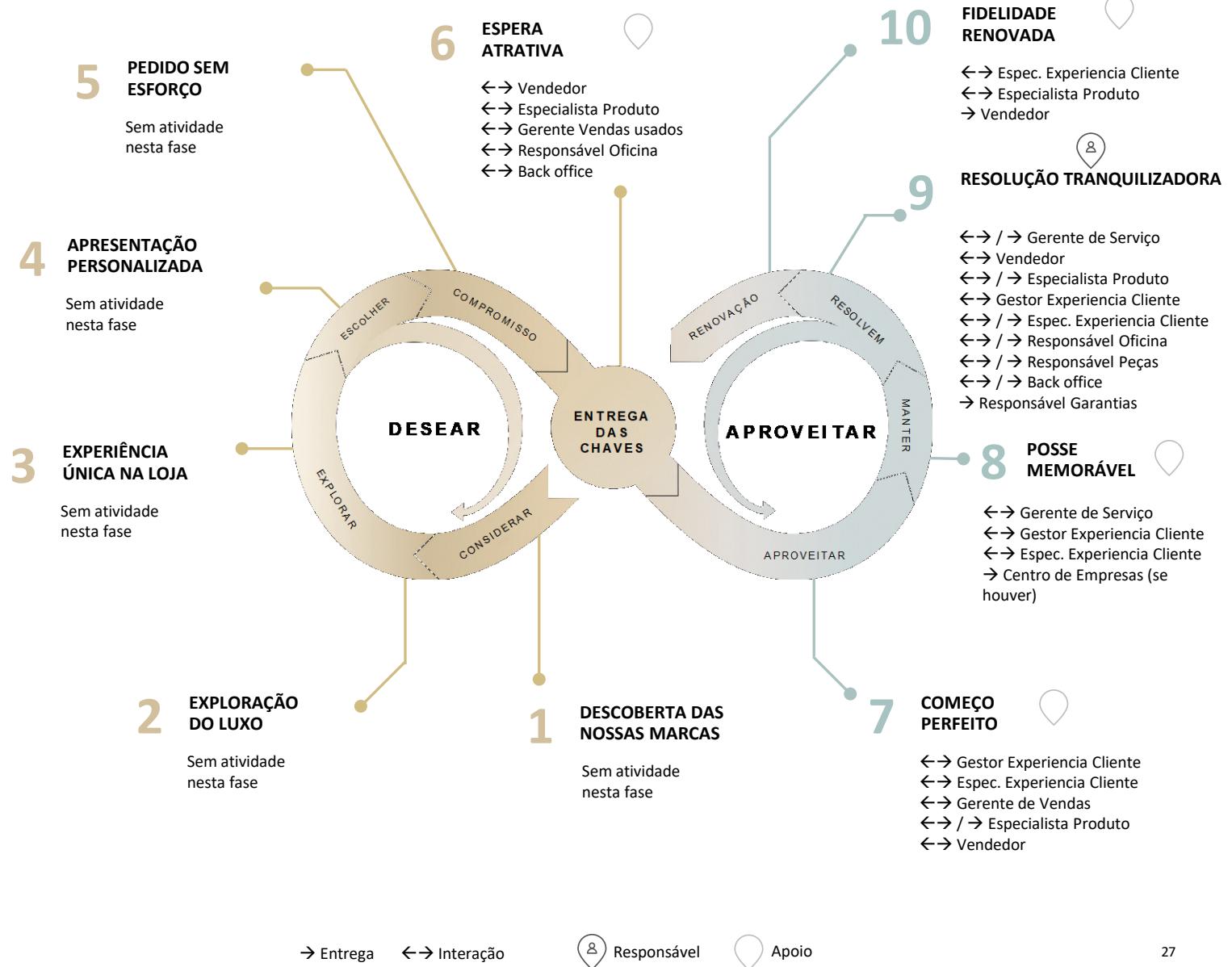
## MISSÃO

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

## JORNADA HALO PONTOS DE ENTREGA E INTERAÇÕES



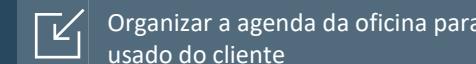


## OBJETIVOS

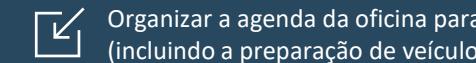
- Verificar que o veículo está pronto para a entrega
- Receber informações sobre o cliente da equipa de vendas para permitir que o Assessor de Serviço o conheça



## ATIVIDADES PRINCIPAIS



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

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

## 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



## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA



- 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



## OBJETIVOS



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

## ATIVIDADES PRINCIPAIS



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



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)



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")

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

## 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

## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA



- 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

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



## PONTOS DE CONTACTO

- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- Loja

- E-mail
- Mensagem
- Telefone

- E-mail
- Mensagem
- Telefone
- Loja



## 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
- Planejar os contactos com os clientes, identificando as prioridades



## ATIVIDADES PRINCIPAIS



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

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

## 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



## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA



- 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



8 Responsável pela fase

## 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



## ATIVIDADES PRINCIPAIS



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 histórico 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 planejar 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

## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA



- Se o cliente não contactar diretamente o serviço pós venda coordenar com:  
→ Especialista Experiência de Cliente

## PONTOS DE CONTACTO

- E-mail
- Mensagem
- Telefone

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

- E-mail
- Mensagem
- Telefone

- Constante alinhamento com:  
→ Responsável Peças

- E-mail
- Mensagem
- Telefone

- Entregar a:  
→ Responsável Oficina  
→ Responsável Peças

- E-mail
- Mensagem
- Telefone

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

- E-mail
- Mensagem
- Telefone

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

8 Responsável pela fase

## 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 apoio à 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



## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA



## 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


 8 Responsável pela fase

## 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

## ATIVIDADES PRINCIPAIS



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



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



Explicar os serviços realizados na fatura e assegurar que o cliente comprehende o valor do trabalho realizado no veículo



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



Receber o pagamento e acompanhar o cliente até ao seu veículo



Monitorizar feedback do follow up e tratar as reacções negativas de forma profissional, propondo uma solução atempada para o problema. Implementar ações de melhoria

## PONTOS CRÍTICOS

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



## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA



- Constante alinhamento e atualização sobre a OR com:  
↔ Responsável Oficina



## PONTOS DE CONTACTO



- E-mail
- Mensagem
- Telefone

- Constante alinhamento com:  
↔ Especialista Experiência de Cliente

- Loja

- Caso seja necessário explicar operações especiais ao cliente:  
↔ Responsável Oficina

- Loja

- Se o pagamento não for efetuado na receção, entregar a:  
→ Back office

- Loja

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

- E-mail
- Mensagem
- Telefone



## OBJETIVOS

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



## ATIVIDADES PRINCIPAIS



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

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 RENOVAR DA

## PONTOS CRÍTICOS

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



## PRINCIPAIS ATIVIDADES DO PERFIL E PONTOS DE ENTREGA



- 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



