Application Autoveille

[**1. Contexte 1**](#_Toc61471308)

[**2. Objectif du projet 1**](#_Toc61471309)

[**3. Périmètre (les clients ciblés) 2**](#_Toc61471310)

[**4. Description fonctionnelle des besoins (la description du programme). 2**](#_Toc61471311)

[**4.1. Segmentation et centralisation des données : 2**](#_Toc61471312)

[**4.2. Outil pour les appels en concession et la gestion des résultats : 4**](#_Toc61471313)

[**4.3. Outil les statistiques, les résultats et les listes : 5**](#_Toc61471314)

[**5. Enveloppe budgétaire 6**](#_Toc61471315)

[**6. Délais 7**](#_Toc61471316)

1. Contexte

Afin d’augmenter le nombre des ventes de véhicules pour nos clients, les appels faits par le centre d’appel doivent être accompagnés par une spécialiste qui va être présente en concession pendant l’évènement. Le directeur d’évènement doit avoir accès à plusieurs sources des opportunités.

1. Objectif du projet

Création d’un outil informatique qui va permettre appeler les meilleurs clients qui sont à changer leur véhicule. En fonction du type, l’appel est fait par le centre d’appel ou par le directeur d’évènement qui va être sur place en concession.

Le programme a trois modules :

1. **Segmentation et centralisation** des opportunités de ventes (équité, location, leads, walk-out, etc).
2. **Gestion appels et résultats ventes**: outil web base avec les clients à appeler, les rdv pris et permettre de gérer les résultats des appels et des ventes (renouvèlements, Walk-in, le no-show, etc).
3. **Statistiques, rapports et listes** : outil web base avec les résultats des appels et ventes regroupées par ventes, concession et manufacturier
4. Périmètre (les clients ciblés)

Concessionnaires automobiles, département de ventes (Québec et Ontario)

1. Description fonctionnelle des besoins (la description du programme).

4.1. Segmentation et centralisation des données :

***Les provenances des données :***

- Autoveille (données générées par l’application utilisée par l’ancien programme Autoveille)

- clients propices à l’achat financement (sauf équité) et clients de service (données générées par Taktic)

- Walk-out (clients inscrits manuellement par le spécialiste d'opportunités)

- Leads qualifiés par le BDC (provenance – conquête numérique)

- RDV service (clients inscrits manuellement).

Note : pour Serti, PBS c’est possible d’automatisés les transferts des données. Même chose pour les CDK certifiés

***Les types des données :***

1. **Clients en équité financement** (Autoveille – appels directeur d’événement):

Calcul de l’équité du véhicule en utilisant la valeur moyenne de véhicule (CBB). On tient compte de Km et le la province. On ne tient pas compte des options du véhicule. On prend la plus petite valeur si on a plusieurs options (valeurs).

Les clients en équité vont recevoir une communication écrite (dépliant préparez-vous).

Ces clients seront appels par le directeur d’évènement à la prochaine vente (1 mois ou plus en fonction des ventes).

1. **Clients qui ont acheté argent comptant** (Autoveille – appels directeur d’événement)

On considère que ces clients sont en équités à 60% du terme fictif de 60 mois. Donc ils sont considérés en équité a 36 mois.

Ces clients à vont recevoir une communication écrite (dépliant préparez-vous).

Ces clients seront appels par le directeur d’évènement à la prochaine vente (1 mois ou plus en fonction des ventes).

1. **Clients en location** qui sont à un certain nombre de mois (ce nombre est configurable) ou client en location équité avant leur fin de terme (Autoveille – appels centre d’appel).

Les clients en équité ne seront pas appelés s’il va se qualifier dans les prochains 2 mois pour l’appel de fin de terme (à valider).

Il n’y a pas d’autre communication écrite pour ces clients.

d) **Clients financement** qui ne sont **pas en équité,** mais se qualifient pour une vente (propice à l’achat) ou service. (Taktic – appels centre d’appel)

e) **Clients financement** qui ne sont **pas en équité,** mais se qualifient pour une vente (propice à l’achat) ou service – avec inscription via **landing page** (Taktic – appels centre d’appel)

?? à valider

f) **Walk-out** (manuellement – appels directeur d’évènements)

g) **RDV service** (clients inscrits manuellement – appels directeur d’évènements)

***Application (3 modules)***

Un module Desktop pour la gestion des données et ventes (date).

Un module web pour les enregistrements de landing page et/ou leads BDC

Un module « Service Windows » pour certains automatismes nécessaires

Le module qui va centraliser les données générées par Autoveille, Taktic en fonction de la date de la prochaine vente (exécution manuelle). Ce module va créer les listes d’appels pour le centre d’appel (exécution manuelle). Certains paramètres doivent être inscrits par le(la) chargé(e) de projet : dates (début et fin) de la prochaine vente, nombre des clients à appeler par le centre d’appel.

À valider si la liste Taktic va être traitée manuellement avant d’être injectée.

*Note. Après l’implémentation du programme, ce module va être développé afin d’inclure Taktic et Autoveille*

***Fréquence des appels***

Les clients en locations seront appelés à chaque vente. On arrête les appels approximativement un mois avant la fin du terme.

Les clients en financement (sauf l’équité) ou les clients de service seront appelés à 6 mois (configurable par concession).

Les clients en équité seront appelés à 6 mois, ou en fonction de la prochaine date inscrite par le directeur d’évènement. On arrête approximativement à la fin du terme. Les clients en équités seront appelés approximativement 1 mois après le dépliant, même s’ils ont dit « non-merci » à une vente récente.

On n’appelle pas un client s’il est désactivé

4.2. Outil pour les appels en concession et la gestion des résultats :

**Application Web (la même que le point 4.3.)**

**Accès**.: via un mot de passe.

**La fonctionnalité du programme**:

* + Visualisation des listes des clients avec les résultats des appels (les appels du directeur d’évènement). La vente en cours va être la vente par default, mais la sélection d’une autre vente c’est possible.

Les listes seront affichées en ordre des priorités :

* + - Financement équité
    - Landing page (?à valider) – service en première
    - Leads qualifiés par le bdc
    - RDV service
    - Walk-out

Autres listes disponibles :

* + - RDV pris par le centre d’appel et le directeur d’évènement
    - Clients non-rejoint centre d’appels (service en première)
  + Écran qui permet de marquer un résultat et/ou un commentaire pour un appel en particulier (les appels du directeur d’évènement) ou pour en client en particulaire. Le même écran va permettre de marque : walk-in, walk-out, no-show, renouveler, etc (à valider)
  + Écran qui permettre de rechercher un client par nom, téléphone ou email, véhicule
  + à valider : calendrier des RDV

**Utilisateurs** :

* les directeurs d’évènement qui vont avoir accès à tous les concessions.

Rôles :

* + visualisation des listes avec les résultats des appels (appel directeur d’évènement et centre d’appel)
  + inscrire un résultat d’appel (appels directeur d’évènement)
  + faire une recherche des clients
  + Inscrire un Walk-out., walk-in, RDV de service, Marquer des résultats “no-show” ou “Walk-out”
* Personnel de la concession (à valider) : accède à sa concession uniquement

Rôles :

* + visualisation des listes avec les résultats des appels (appel directeur d’évènement et centre d’appel)
  + inscrire un résultat d’appel (appels directeur d’événements)
  + faire une recherche des clients,
  + inscrire un Walk-out., walk-in, RDV de service, marquer des résultats “no-show” ou “Walk-out”
* les représentantes et le(la) chargé(e) des projets de Suly (à valider)

Rôles :

* + visualisation des listes avec les résultats des appels (appel directeur d’évènement et centre d’appel)
  + inscrire un résultat d’appel (appels directeur d’évènement)
  + faire une recherche des clients
  + Inscrire un Walk-out., walk-in, RDV de service, marquer des résultats “no-show” ou “Walk-out”

4.3. Outil avec les statistiques, les résultats et les listes :

**Application Web (la même que le point 4.2.)**

**Filtres :**

*Pour le concessionnaire:*

* Vente en cours ou dernières ventes finalisées avec la possibilité de choisir une vente antérieure ou une période.

*Pour le manufacturier:*

* les ventes en cours : total + par concession
* S’il n’y a aucune vente en cours les dernières ventes finalisées : cumul+ par concession
* Possibilité de voir les résultats les ventes antérieures pour une période choisie : total + par concession
* Possibilité de voir un concessionnaire en particulaire

**Dashboard  avec le sommaire des évènements:**

* Nbre appels (total, directeur d’évènement, centre d’appel)
* Nombre rejoints (total, directeur d’évènement, centre d’appel)
* Nbre RDV total (total, directeur d’évènement, centre d’appel)
* Nbre walk-in avec type (total, vip, naturel, provenance)
* Ventes génères (total, neuf,usager)

Possibilités de voir des détails :

* Pour nombre des appels, rejoints, rdv possibilité de détailler le nombre par équité, location, langing page, walk out, leads conquête, etc
* Pour Walk-in : par type de walk in (vip, naturel, conquête)
* pour les ventes : RDV (équité, location, autre opportunité, landing page, walk out, leads conquest), walk in (vip, naturel, conquête)

**Dashboard avec résultats des appels :**

* rdv
* désactivés
* relance potentiel,
* mauvaise numéro tél, plainte

**Listes :**

* Liste avec RDV
* Liste avec Walk-in
* Désactivés
* Relance potentielle
* plainte

1. Enveloppe budgétaire

Les ressources utilisées :

Suly : programmeur, analyste fonctionnel, analyste QA, graphiste

Raid : intégrateur web

Logiciels :

* + Payants (déjà achetés pour les autres projets) : Visual Studio, SQL Server, IIS,) certificat SSL, domaine (à valider si l’ancien domaine peut être utilisé)
  + Gratuites : bootstrap, google chart, autres (à valider)

1. Délais

à valider (en fonction des besoins et des autres priorités, les nombres des heurs et des ressources peuvent changes, aussi les délais).

**6. 1. Back-end** du programme avec l’intégration du visuel (les 3 modules) version démo : **22 février**

**6.2**. **Front-end** du programme (les 2 modules Web)  à valider avec l’intégrateur si possible avant **22 février**

**6.3. QA, tests et implémentation : 15 mars**