



Add cover

Paramétrage du Back Office

Il est difficile d'imaginer précisément à quoi ressemblera le back office donc il ne faut pas tenir compte de l'ordre des pages que j'ai indiqué. La présentation peut être tout à fait différente si vous avez des idées pour l'imaginer de façon plus intuitive et visuelle.

1. La page d'accueil

La page principale du Back office doit fournir les infos clés du DRT : la liste de chaque DRT en concession, le rappel des dates ou le nombre de jour avant la date de leur DRT, le nombre de créneaux ouverts pour chaque, le nombre de créneaux réservés à l'instant-t et le pourcentage que ça représente, je ne sais pas si on aurait la possibilité de voir si les réservations proviennent ou non de nos campagnes de pub META mais si c'est le cas, on pourrait l'indiquer ici aussi car c'est une donnée importante. Ça peut prendre la forme d'un calendrier si on veut mais il faudrait que chaque week-end de DRT soit mis en avant avec le nom de la concession, le pourcentage d'essais réservés. En cliquant dessus, on découvrirait tous les créneaux réservés avec le nom et les coordonnées des clients (email + tel), le modèle qu'ils ont réservé, groupe 1 ou 2, à quelle heure, le statut de la réservation (réservée, modifiée, annulée, no show). Il faut qu'on puisse modifier ces éléments si besoin et qu'on puisse filtrer pour voir apparaître par exemple que les réservations d'un seul modèle si jamais celui-ci n'est plus disponible et qu'on doit annuler les essais sur ce modèle. Dans ce cas, il faudra prévoir un emailing dédié pour suggérer de changer de modèle s'ils le souhaitent.

Une fois la date passée, les informations de l'inscription seront complétées par les infos sur l'essai et le formulaire de satisfaction des clients.

Il faudra prévoir alors un bouton pour exporter deux fichiers une fois chaque date terminée : un pour extraire tous les leads afin que Baptiste (notre webmaster en charge de Salesforce) puisse les importer dans Salesforce (Demander à Baptiste le format de ce fichier). Et un pour extraire toutes les informations liées aux essayeurs dont leurs réponses au formulaire de satisfaction combinées à leur profil avant l'essai afin de le fournir aux commerciaux de chaque concession.  Il faudrait que chaque concessionnaire ait accès à ce document sur son back office une fois la date passée. Ils doivent aussi pouvoir consulter les infos concernant leur date uniquement sans pouvoir modifier ou annuler mais ils peuvent faire une demande de mofids ou d'annulation que je recevrai sur mon espace afin de m'en occuper directement.

2. La page statistique du site DRT

Il nous faudrait une page qui donne des informations sur le site DRT : le nombre de visiteurs (global et unique), le temps moyen de visite, le taux de rebond, type d'appareil utilisé, la source d'arrivée sur le site (recherche google avec mots clés autour du DRT, provient du site d'un concessionnaire, du site de Yamaha, d'un QR code sur une page de pub ou des réseaux sociaux).

3. Une page statistique liée aux e-mailings et sms automatiques

On aurait accès aux templates des emailings que l'on pourrait modifier, au nombre envoyé, aux erreurs d'adressage potentiel, aux taux d'ouverture, clics etc

4. Une page concernant les formulaires de satisfaction

Nous avons besoin de 3 formulaires :

- Le premier concerne évidemment les clients (je vous transmettrai les questions à part)

- Le second concerne les concessionnaires : leur satisfaction de l'organisation, des équipes du DRT et une auto-déclaration des activités qu'ils ont proposées, des promos et surtout des ventes qu'ils ont réalisées. Pourquoi pas leur envoyer un mail automatique qui leur demande de compléter le formulaire pour pouvoir accéder/télécharger ensuite la liste recap des leads et retour complet des clients de leur événement ?
- Le dernier concerne l'équipe du DRT : cette année encore, nous allons évaluer l'investissement des concessionnaires dans leur DRT au travers de 5 critères (**Traitements des leads** : 100 % des leads traités sous 7 jours après injection dans Salesforce, **Animation** : transformation de l'événement en véritables portes ouvertes (food truck, promotions, ateliers, présence de pilotes...), **Engagement des équipes / activité commerciale** : mobilisation des équipes et performance des ventes, **Communication** : visibilité avant, pendant et après l'événement (magasin, ville, partenaires, réseaux sociaux, radio...), **Satisfaction client** : évaluations via formulaire de satisfaction post essai.) Pour cette raison, le mieux serait d'établir un barème de notation le plus juste possible et de poser les questions en conséquence à la personne référence de l'équipe DRT qui devra remplir ce rapport. L'ensemble de ces réponses donneront une note. Et ce, pour chaque concessionnaire. Indiquer en rouge quand la date est passé et que le formulaire n'a pas été complété. En fin d'année, pouvoir exporter un rapport récapitulatif avec le classement des concessions. Attention, il est bon de se servir des infos auto-déclarées des concessionnaires pour venir à bout d'une notation juste. À voir comment cela est possible dans la réalisation.

Il faudrait qu'on puisse accéder à ces formulaires, voir les réponses et pouvoir télécharger les réponses.

5. Un dashboard évolutif

Je ne sais pas sous quelle forme mais on pourrait avoir un dashbord qui fasse le recap de quelques données importantes pour un bon suivi du DRT,

de tête, je pense à :

- Le nombre global d'essais potentiel sur la saison
- Le nombre d'essais réservés à l'instant-t
- Le nombre d'essais réalisés à l'instant-t / le pourcentage
- Le nombre d'essais annulés ou No show
- La liste des modèles et le nombre de fois où ils ont été essayés
- Le nombre de chutes
- Le nombre d'essayeurs avec un permis A ou A1, ou A2
- La part d'essayeurs était propriétaire d'une moto/scooter d'une marque concurrente
- Le nombre d'essayeurs de modèles Y-AMT
- La note moyenne donnée par les essayeurs
- La note moyenne donnée par les concessionnaires / le nombre de concessionnaires qui signeraient à nouveau l'année prochaine
- Le nombre de clients qui envisagent un achat après leur(s) essai(s)
- Le nombre de ventes en moyenne par week-end

6. Une page back office concret du site web et des tablettes

C'est la page sur laquelle on retrouve tous les modèles du DRT, classés par groupe avec une photo pour chaque, la plaque d'immat, son numéro donné sur les essais, le nombre de réservations ou clients ayant réservés chaque modèle, les dates sur lesquelles le modèle est disponible à la réservation etc. Il faut bien entendu que ces données soient modifiables. Il faut qu'on puisse voir si les essais ont été pris en ligne ou sur place (via tablette).