

Microsoft Dynamics CRM 2015 Guide de la Release

couvrant :

- Microsoft Dynamics CRM 2015
- Microsoft Dynamics CRM Online (mise à jour 2015)
- Microsoft Dynamics Marketing (mise à jour 2015)
- Microsoft Social Listening (2014 R2)

REMARQUE :

Les conseils contenus dans ce document sont en phase avec les objectifs de la version en cours à compter de septembre 2014. Ce document n'est pas destiné à décrire les spécifications en détail. Nous serons peut-être amenés à ajouter et modifier des scénarios ou des fonctionnalités (ou en réduire la priorité) selon la dynamique du marché et la demande des clients. N'hésitez pas à contacter votre commercial pour plus d'informations sur les tarifs et les licences des fonctionnalités présentées dans ce guide.



SOMMAIRE

Guide de

Introduction 3

Présentation des principaux
investissements 4

la Release

Marketing..... 4

Ventes 9

Service client 13

Réseaux sociaux 15

Microsoft Social Listening 15

Plateforme 16

Conclusion 20

Septembre 2014

Microsoft Dynamics
Guide de la Release

CRM 2015

2

Introduction

Chez Microsoft Dynamics, nous avons de cesse de vous aider à offrir à vos clients des expériences attrayantes qui contribueront à votre réussite. Nous savons qu'il faut établir un pont entre les équipes marketing et ventes pour fournir des expériences personnalisées qui plaisent aux clients. Dans un monde où vendeurs et responsables marketing doivent collaborer plus étroitement pour instaurer le dialogue avec les clients et les convaincre, Microsoft propose des solutions qui les aideront à créer, **ensemble**, des expériences client remarquables. En permettant aux équipes commerciales de se concentrer sur l'essentiel, les entreprises pourront lier des relations durables avec leurs clients et avancer vers le succès.

Ce document présente les fonctionnalités de Microsoft Dynamics CRM 2015, Microsoft Dynamics CRM Online (mise à jour 2015), Microsoft Dynamics Marketing (mise à jour 2015) et Microsoft Social Listening (2014 R2) qui aideront à créer des expériences clients de grande qualité. Pour garantir une évolution constante des solutions, nous avons à l'heure actuelle plusieurs versions en cours de planification et de développement. Dynamics CRM 2015 est une version majeure qui sera diffusée à nos clients en ligne comme mise à jour, et à nos clients sur site sous forme de version 7.0. Microsoft Dynamics Marketing sera fournie à titre de mise à jour manuelle.

Présentation des principaux investissements

Pour aider nos clients à commercialiser leurs produits avec intelligence, à vendre efficacement et à assurer partout un service clientèle de qualité, nous investissons dans les domaines suivants :

Marketing

Contexte économique – Le monde est en pleine mutation et ces bouleversements influent sur la façon dont les entreprises s'adressent à leurs clients. Les clients ont déjà atteint 57 % du cycle d'achat avant de prendre contact avec vous. Les responsables marketing doivent, plus que jamais, accompagner le client à chaque étape pour que, lorsque celui se décide à vous rencontrer, le marketing, l'équipe commerciale et le client soient tous sur la même longueur d'onde. Les responsables marketing suivent les clients sur une grande partie du parcours. Il leur faut donc trouver des moyens innovants et de nouveaux canaux pour les séduire et leur offrir une expérience personnelle. En parallèle, ils doivent rendre compte des résultats de leurs investissements, mais ils manquent cruellement de moyens pour évaluer leurs campagnes et en comprendre l'impact en temps réel. Plus de 50 % des directeurs marketing ne se sentent pas correctement préparés à un nouvel environnement marketing.

Avec Microsoft Dynamics Marketing, les équipes marketing peuvent facilement planifier et exécuter leurs campagnes. Grâce à Excel et à Power BI, elles peuvent les mesurer du début jusqu'à la fin au travers des différents canaux et, ainsi, concrétiser leur vision marketing. Vous pouvez **approcher les clients** individuellement sur tous les canaux, **bâtir votre tunnel de vente** et **prouver l'impact** de vos investissements marketing en temps réel.

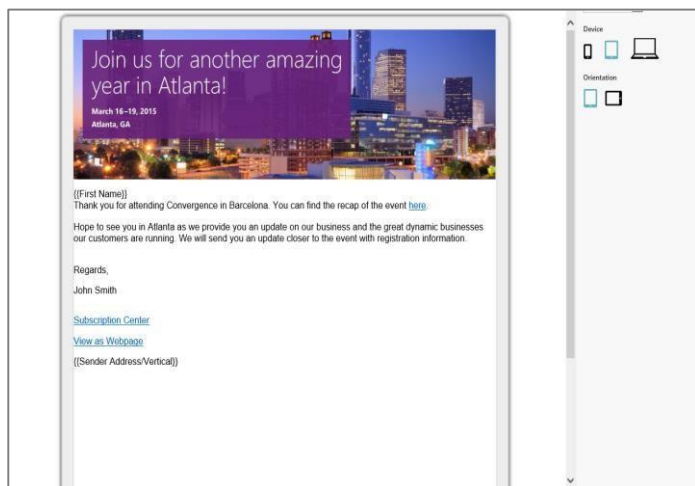
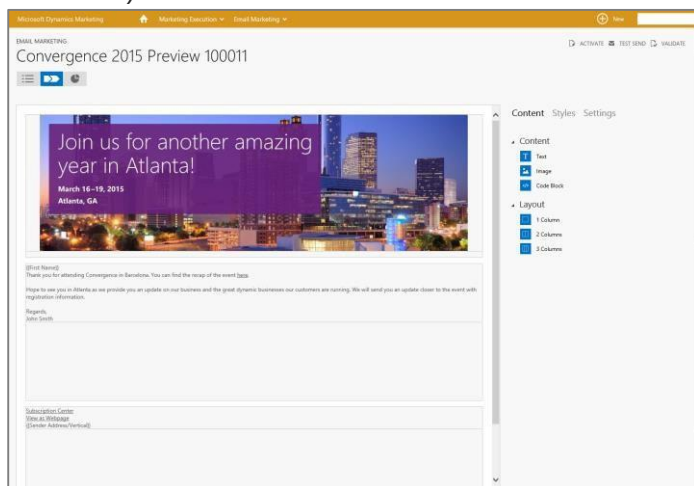
Marketing multicanal

Aujourd'hui, les acheteurs se montrent plus astucieux de jour en jour. Vous devez comprendre leurs principales motivations et les aider à atteindre la vérité qu'ils recherchent. Rapidement et de manière cohérente. La mise à jour 2015 de Dynamics

Marketing simplifie la création des campagnes et améliore la segmentation grâce à un éditeur d'e-mails graphique, de tests A/B et de fractionnement, d'offres intégrées et de circuits d'approbation.

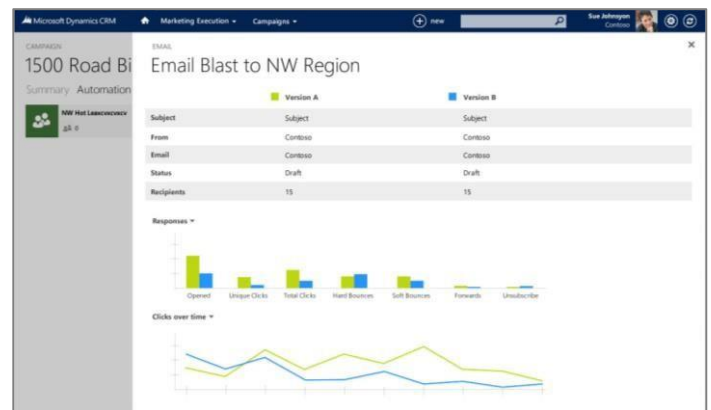
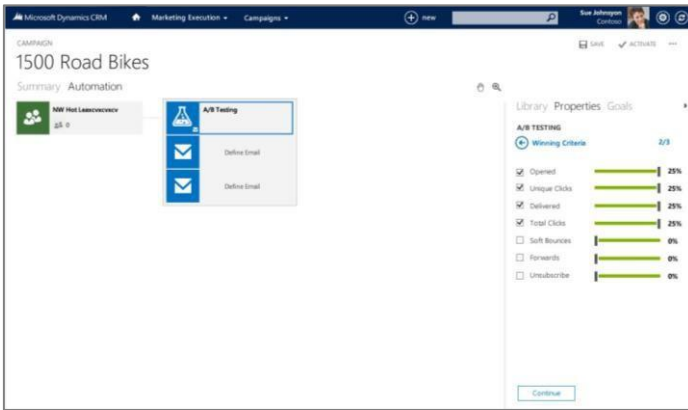
Éditeur de courrier électronique

Le nouvel éditeur de courrier électronique donne aux responsables marketing la possibilité de choisir parmi des modèles prédéfinis ou de créer un message à partir de zéro par simple glisser-déposer ou à l'aide d'un processus avancé (pour les experts en CSS et HTML).



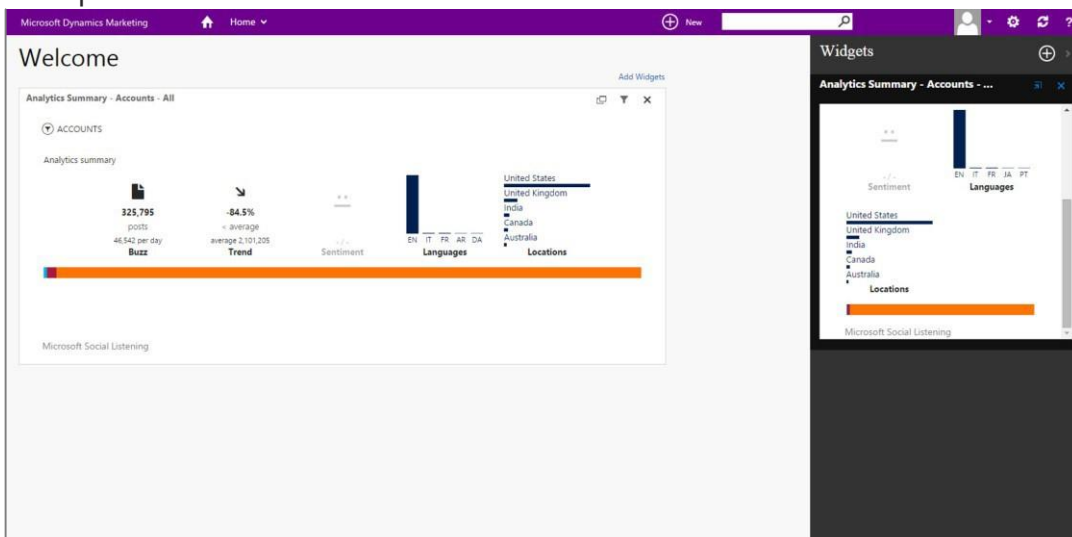
Console de gestion des campagnes

La console de gestion des campagnes a été repensée de façon à inclure des déclencheurs conditionnels complexes pour affiner les réponses, les offres intercampagnes intégrées et les tests A/B. Les tests A/B confirment aux responsables marketing que leur démarche donnera les résultats souhaités. Il suffit de définir et d'exécuter des tests A/B à plusieurs objectifs pour voir les résultats s'afficher via des analyses en temps réel.



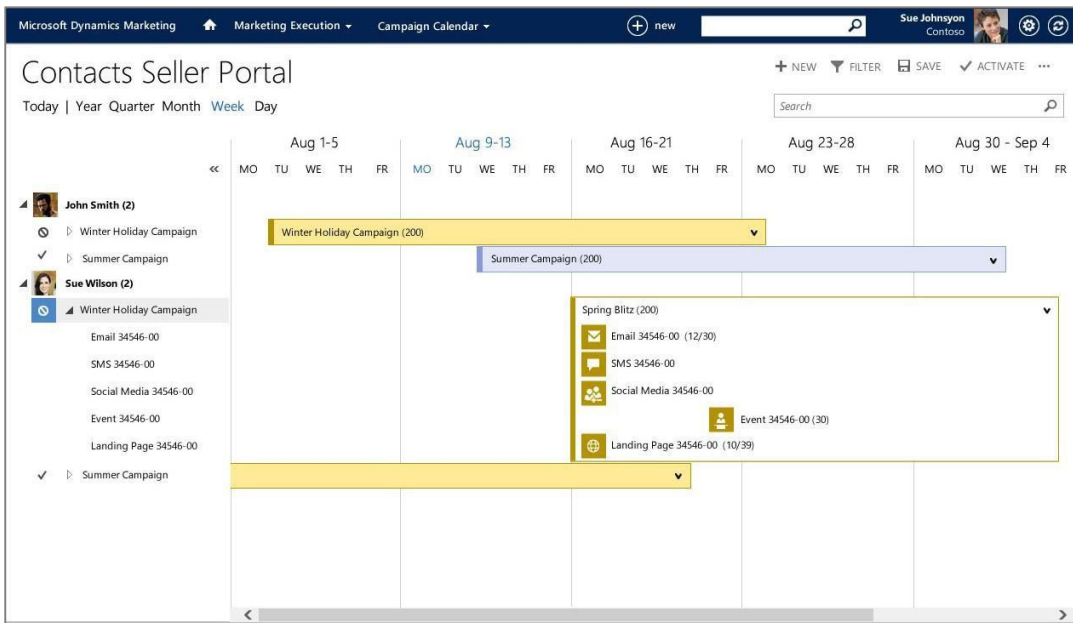
Écoute sociale intégrée

Mettez toutes les chances de votre côté en vous appuyant sur des analyses transactionnelles et sociales intégrées. Influencez positivement votre marque avec l'analyse des opinions.



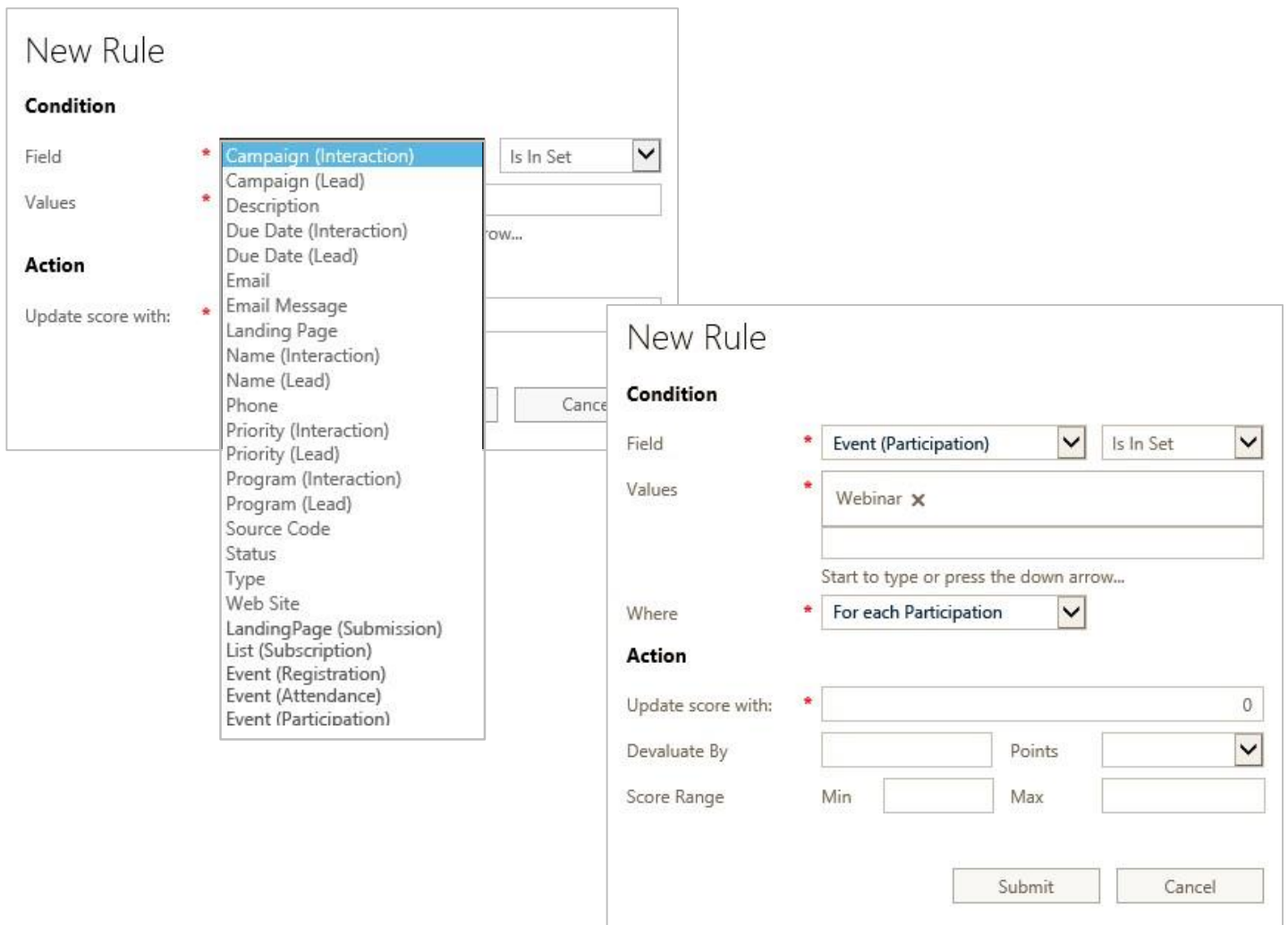
Collaboration commerciale

Renforcez les synergies entre les équipes marketing et commerciales avec le nouveau panneau de collaboration commerciale qui permet aux vendeurs de participer aux campagnes et au ciblage. Les vendeurs bénéficient d'une meilleure visibilité sur les activités des campagnes. Ils peuvent contrôler les communications à destination de leurs clients et définir ou recevoir des alertes en fonction de leurs interactions.



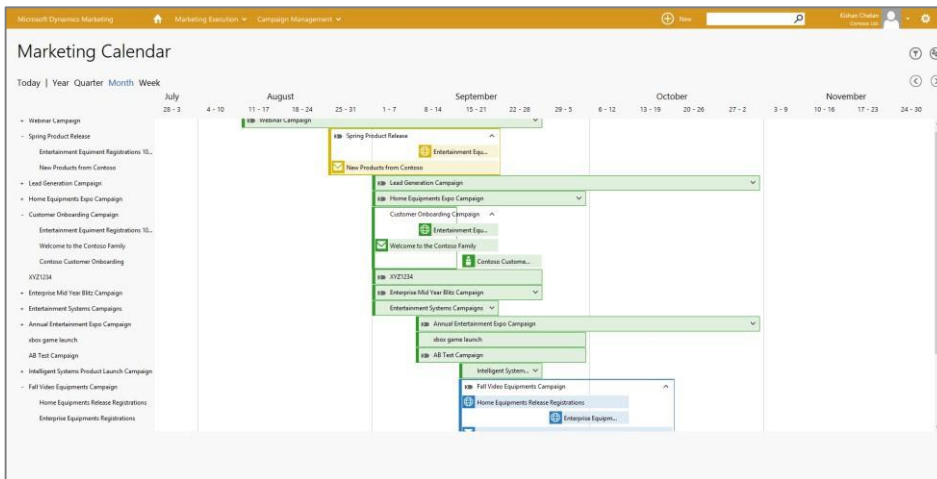
Marketing B2B

Consolidez la gestion des prospects grâce à l'intégration de webinaires et à une notation plus précise des prospects (possibilité d'avoir plusieurs modèles de notation des prospects).



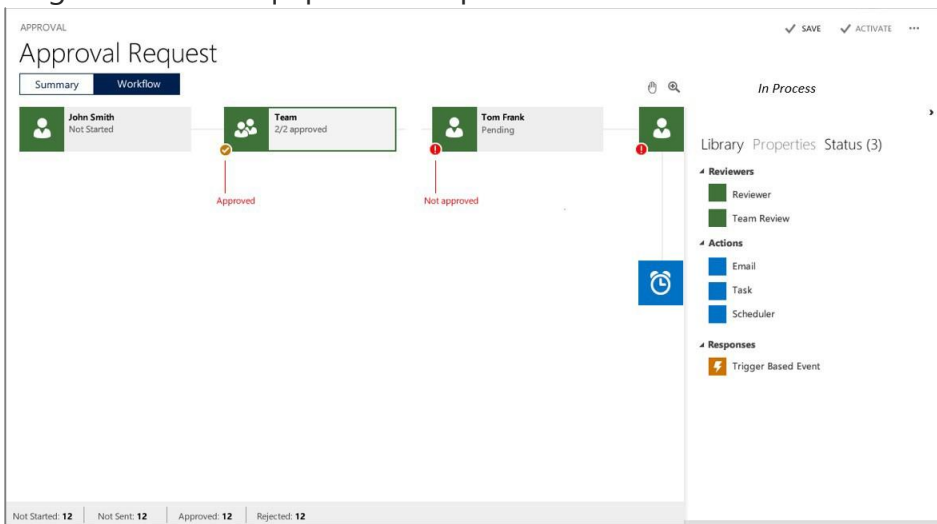
Gestion des ressources marketing

Disposez d'une visibilité sans égale sur votre plan marketing avec le nouveau Calendrier marketing. Améliorez le marketing collaboratif avec les fonctionnalités cliquer pour appeler de Lync.



Automatisation des processus internes

Concevez facilement des processus d'approbation et suivez les états pour assurer l'alignement de l'équipe et le respect des délais.



Expansion géographique

La disponibilité de Dynamics Marketing sera étendue pour englober le Japon et la Russie.

Ventes

Pour aider les vendeurs à vendre plus, à conclure les ventes plus vite et à améliorer les résultats, autrement dit à accroître leur efficacité commerciale, nous vous proposons les fonctionnalités suivantes :

Processus commerciaux guidés

Aidez les vendeurs à atteindre les résultats fixés en améliorant la logique arborescente. Automatisez les processus métier et l'application des règles métier sur tous les appareils pour accroître l'impact.

Avec cette version, les flux de processus métier introduits dans Microsoft Dynamics CRM 2013 s'enrichissent d'une fonction arborescente pour permettre aux entreprises de mettre en place des processus métier complexes. La sélection des branches se fait automatiquement et en temps réel, en fonction des règles établies au cours de la définition des processus. Par exemple, en cas de vente de produits ou de services, vous pouvez configurer un seul flux de processus métier qui, après un stade de qualification commun, se subdivise en deux branches : l'une pour les produits, l'autre pour les services.

BUSINESS PROCESS FLOW
Sales Process Details ▾

Stage Name *	Step Name	Value	Required
Qualification	Confirm Interest	Confirm Interest	<input type="checkbox"/>
	Budget	Budget	<input type="checkbox"/>
	Customer Need	Customer Need	<input type="checkbox"/>
	Timeline	Timeline	<input type="checkbox"/>

+ Insert stage after branch + Add branch

If **Timeline** equals "Immediate"

Stage Name *	Step Name	Value	Required
Propose	Est. Close Date	Est. Close Date	<input type="checkbox"/>
	Develop Proposal	Develop Proposal	<input type="checkbox"/>
	Present Final Proposal	Present Final Proposal	<input type="checkbox"/>

↑ ↓ MOVE

Status: Inactive

Familles de produits

Augmentez l'efficacité commerciale en proposant des offres groupées, en recommandant des produits connexes (vente croisée/montée en gamme) et en simplifiant la gestion des produits à l'aide des attributs.

Toutes les améliorations apportées aident les directeurs des ventes et les commerciaux à gérer et à vendre plus efficacement les produits de leur entreprise. Les responsables des ventes peuvent facilement configurer des offres groupées et fournir des tarifs adaptés pour donner aux vendeurs la possibilité de positionner les meilleurs produits au meilleur prix. Les commerciaux voient s'afficher des suggestions pour les ventes croisées, les montées en gamme, les accessoires et les articles de substitution directement dans le formulaire de l'opportunité pendant qu'ils travaillent sur leur proposition.

The screenshot displays the Microsoft Dynamics CRM 2015 interface for an opportunity titled "200 seats of Office Midsize Business". The opportunity is in the "Develop (Active)" stage. A "Suggestions" dialog box is open, showing a "CROSS SELL" section with one item: "Office 365 for Midsize Business (sample)" with a unit of "Standard User (...)" and a price of "\$120.00". The "ACCESSORY" section shows "No suggestions found." The background table lists product line items with columns for "Product Name", "Properties", and "Extended Amount". A green dashed circle highlights the "Suggestions" button in the table's header area.

Les propriétés des produits (attributs), telles que modifiable, lecture seule, obligatoire et caché, permettent aux directeurs des ventes d'indiquer au commercial la façon de les utiliser en cas d'ajout d'un produit à une opportunité, un devis, une commande ou une facture.

Hierarchies commerciales

Gérez vos chiffres de ventes et établissez vos rapports en phase avec vos activités. Des visualisations et cumuls hiérarchiques vous renseignent en permanence sur les données des territoires et sur les prévisions. Explorez et recoupez visuellement les hiérarchies à l'aide des informations affichées sur les vignettes, déclenchez des actions ou des communications à partir d'un nœud et interrogez les enregistrements des filtres à l'aide de l'opérateur Sous.

Avec cette version, les utilisateurs peuvent voir la façon dont les informations sont liées ou groupées en affichant les comptes, les produits ou les utilisateurs sous forme de tableaux hiérarchiques. Cliquez sur un bloc d'informations pour en afficher les détails et accéder à l'élément précis qui vous intéresse.

Par exemple, à partir de la vue hiérarchique des comptes, vous pouvez :

- voir la part que représente un compte dans le chiffre d'affaires total ;
- explorer les vignettes et accéder aux sous-comptes pour identifier l'origine des ventes
- identifier la personne chargée d'un compte et demander l'aide de collaborateurs en envoyant un courrier électronique ou en partageant le compte avec d'autres commerciaux ;
- afficher d'importants détails sur chacun des comptes (plafond de crédit et dernières activités enregistrées pour le compte, par exemple).

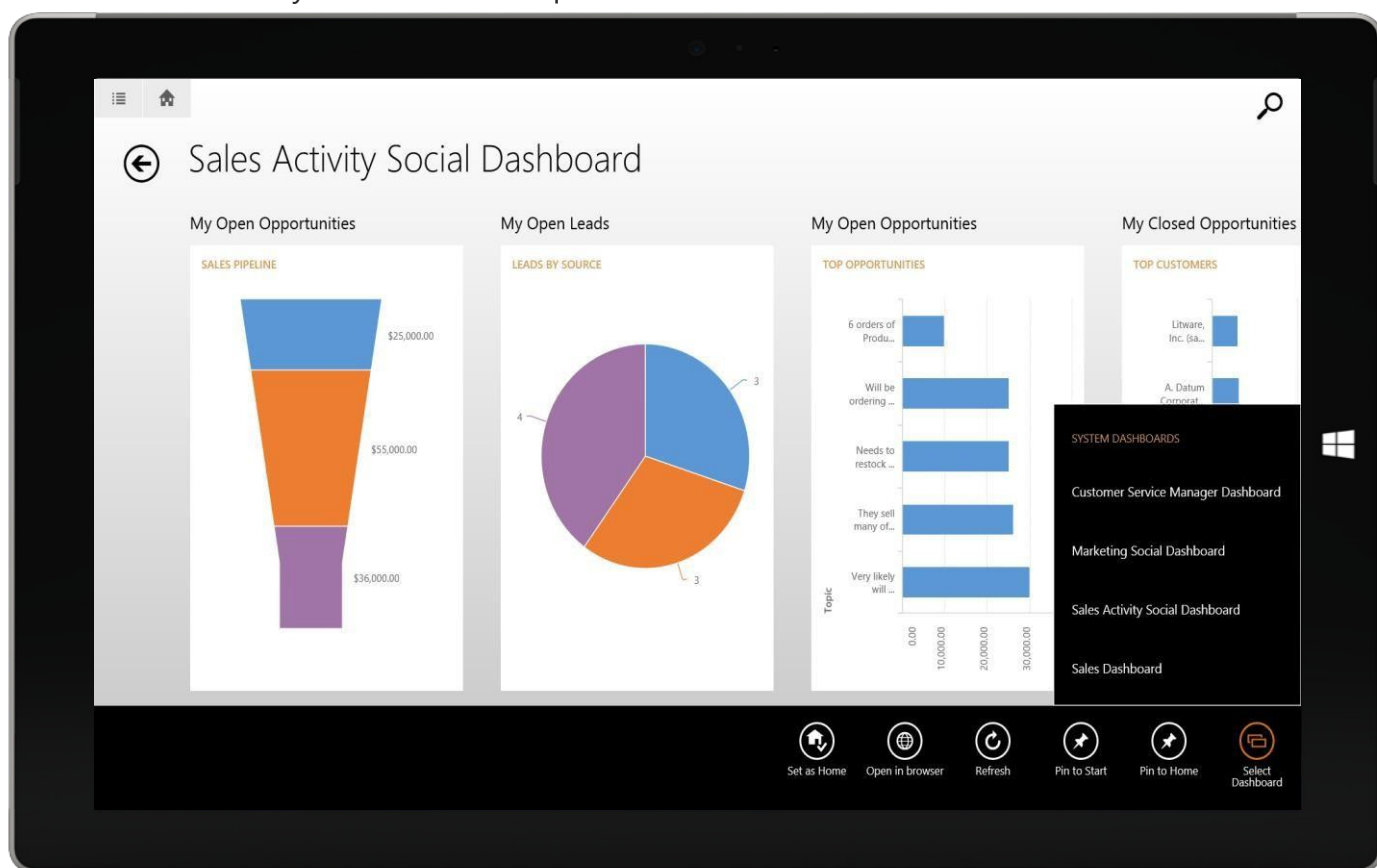
Les vues hiérarchiques sont également accessibles depuis un appareil mobile.

The screenshot displays the Microsoft Dynamics CRM 2015 interface. The top navigation bar shows 'Microsoft Dynamics CRM' and 'SALES Accounts'. The main content area is titled 'Contoso 3.1.2 Hierarchy'. On the left, a tree view shows the account structure: Contoso 3, Contoso 3.1, Contoso 3.1.1, Contoso 3.1.2, Contoso 3.1.2.1, Contoso 3.1.2.2, Contoso 3.1.3, Contoso 3.1.4, Contoso 3.1.5, and Contoso 3.2. The main area shows a hierarchy of account tiles. The top tile is 'Contoso 3.1' with Revenue \$340,000, Avg. opp. size \$30,000, Activities 20, and Primary Contact John. Below it are four tiles for 'Contoso 3.1.1' through '3.1.4'. 'Contoso 3.1.1' has Revenue \$200,000, Avg. opp. size \$20,000, Activities 20, and Primary Contact Mary. 'Contoso 3.1.2' has Revenue \$340,000, Avg. opp. size \$30,000, Activities 20, and Primary Contact John. 'Contoso 3.1.3' has Revenue \$340,000, Avg. opp. size \$30,000, Activities 20, and Primary Contact John. 'Contoso 3.1.4' has Revenue \$340,000, Avg. opp. size \$30,000, Activities 20, and Primary Contact John. Below these are two tiles for 'Contoso 3.1.2.1' and '3.1.2.2', both with Revenue \$340,000, Avg. opp. size \$30,000, Activities 20, and Primary Contact John. The interface also shows a 'Tree View | Tiles view | Both' toggle and a 'Reset' button.

Améliorations apportées à CRM pour tablettes

Microsoft Dynamics CRM pour tablettes vous permet de rester connectés et efficaces, où que vous soyez. Utilisez vos tablettes Windows 8, iPad ou Android pour suivre en permanence vos informations clients, même lors de vos déplacements. CRM pour tablettes a été amélioré de façon à accroître l'efficacité commerciale : tableaux de bord flexibles et adaptés aux rôles de chacun, pages d'accueil personnalisées, navigation arborescente, meilleure prise en charge des scénarios hors connexion. La nouvelle page d'accueil personnalisée permet aux employés nomades d'épingler les enregistrements clés et de suivre les analyses depuis n'importe quel tableau de bord dédié aux tablettes dans CRM. Ils conservent un accès à leurs principales données lors de leurs déplacements et peuvent continuer à les analyser.

Lors des déplacements, la connectivité n'est pas toujours au rendez-vous. Grâce à des brouillons hors connexion, il est possible de créer des enregistrements dont les modifications sont synchronisées dès que l'utilisateur se reconnecte.



Service client

Les réseaux sociaux et la mobilité ont changé à jamais les attentes des clients lors des demandes de services aux entreprises. 86 % des clients sont prêts à payer davantage pour obtenir une meilleure expérience client. Ils souhaitent obtenir un service de grande qualité et identique, quel que soit le canal utilisé : Web, réseaux sociaux ou téléphone.

Aujourd'hui, 67 % des clients utilisent le Web en libre-service pour trouver des réponses à leurs questions.

Le défi pour les services clients consiste à trouver un juste équilibre entre la qualité du service fourni et le coût de ce service. Le coût du service varie largement d'un canal à un autre. Les entreprises réfléchissent à différencier les niveaux de service tout en donnant les moyens à leurs agents d'être plus efficaces.

Microsoft Dynamics CRM permet aux entreprises de **mieux fidéliser leurs clients, donner des moyens aux agents et accélérer la résolution** en assurant un **service personnalisé, proactif et pertinent** sur tous les canaux. Les entreprises répondent aux demandes de service de leurs clients dans les meilleurs délais, de façon pertinente, via le canal qu'ils préfèrent comme le Web, les réseaux sociaux, le téléphone, les appareils mobiles, les discussions en ligne.

Gestion de cas

Aidez les agents à différencier les niveaux de service à l'aide d'accords de niveau de service (SLA) flexibles. Évaluez l'efficacité des services en suivant et en analysant les mesures clés comme Première réponse et Résolution.

Dans la version précédente, nous avons fait évoluer les fonctionnalités de la gestion des cas dans Microsoft Dynamics CRM :

- Mise à jour du formulaire de cas pour gérer les cas similaires et revoir les engagements, plus un minuteur pour veiller au respect de vos SLA.
- Définition et gestion des missions de service et des SLA.
- Création de règles de routage et de file d'attente pour vous aider à atteindre vos niveaux de service.
- Fusion des doublons ou création de relations parent/enfant entre les cas pour éviter toute redondance.

Avec cette version, nous poursuivons nos efforts dans ce sens. Les agents ont droit d'interrompre momentanément le SLA, puis de le reprendre et d'enregistrer la durée pendant laquelle ils ont suspendu le cas ou attendu une réponse du client, tout cela pour assurer le respect du SLA.

Microsoft Dynamics CRM | SERVICE | Cases | Average order ship... | Create | Enter Search Item | Chris Brown EnglishOrg

NEW | CREATE CHILD CASE | RESOLVE CASE | CANCEL CASE | APPLY ROUTING RULE | ADD TO QUEUE | QUEUE ITEM DETAILS

CASE | Average order shipment time (sample)

Priority: Normal | Created On: 7/1/2014 10:55 AM | Status: On Hold | Owner: Chris Brown

Identify (Active) | Research | Resolve | Next Stage

- Find Customer*
- Find Contact
- Find Case

Case Relationships

Enhanced SLA Details

First response in: **Succeeded**

Resolve in: **Paused**

Name ↑	Status	Failure Time	Warning Time	Succeeded On
First Response By KPI	Succeeded	7/2/2014 10:55 AM	7/1/2014 6:55 PM	7/1/2014 11:00 AM
Resolve By KPI	Paused	7/3/2014 10:55 AM	7/2/2014 10:55 PM	

View SLA KPI details on the case form

SLA time calculation pauses when the case is on-hold

Support for Success Actions with Enhanced SLAs

Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux ont radicalement changé la façon d'agir et de communiquer. Aujourd'hui, les clients sont mieux informés et obtiennent leurs informations via de nouvelles techniques, auprès de nouvelles sources. Les discussions en ligne et les avis des consommateurs influent sur les décisions d'achat. En fait, 75% des clients B2B sont influencés dans leurs décisions d'achat par les réseaux sociaux, et les clients sont déjà à 70%¹ dans leur cycle de vente quand ils vous contactent. Mais les outils de veille sur les réseaux locaux sont si complexes et chers qu'ils sont actuellement réservés à une élite ; peu

d'informations sont transmises aux personnes qui en ont réellement besoin. Chez Microsoft, nous pensons que ces informations devraient être accessibles à tous dans l'entreprise.

Microsoft Social Listening

Microsoft Social Listening est un service, nouveau et puissant, que votre entreprise peut utiliser pour surveiller des réseaux sociaux comme Twitter et Facebook. Utilisez Microsoft Social Listening pour suivre des produits, des marques, des concurrents et des campagnes dans le monde entier, en temps réel, afin d'avoir une parfaite compréhension de vos clients et de votre image sur le Web.

Analyse de ce qu'ils en pensent : Outre les sources existantes (Twitter, Facebook, blogs et vidéos), vous pouvez désormais ajouter des actualités à vos rubriques de recherche et analyser les opinions en italien.



Exploitation des informations des réseaux sociaux : Utilisez des filtres pour restreindre votre jeu de données et n'afficher que les publications concernant des pays ou des régions spécifiques. Créez et gérez des groupes d'emplacements pour permettre aux utilisateurs de filtrer les données de manière efficace.

Disponibilité géographique : Suivez les conversations sur les réseaux sociaux en 19 langues : allemand, anglais, arabe, chinois, danois, espagnol, finnois, français, grec, hébreu, italien, japonais, néerlandais, norvégien, polonais, portugais, russe, suédois et thaï et analysez les opinions en six langues : allemand, anglais, espagnol, français, italien et portugais (Portugal). L'interface utilisateur de Microsoft Social Listening existe dans les six langues disponibles pour l'analyse des opinions.

¹ <http://partnersinexcellenceblog.com/70-of-buying-process-completed-without-sales-involvement/>

Plateforme

Des outils puissants vous permettent d'adapter Microsoft Dynamics CRM aux besoins spécifiques de votre entreprise. Microsoft Dynamics CRM apporte rapidement une réelle valeur ajoutée grâce à un framework agile, facile à adapter et à configurer. La plateforme

Microsoft Dynamics CRM fournit une interface déclarative permettant de définir des modèles de données tout en offrant la persistance, la sécurité, un accès par API, une expérience utilisateur et des environnements de programmation basés sur une architecture ouverte moderne. Les investissements réalisés sur les diverses fonctions de la plateforme prouvent, s'il le fallait, notre engagement vis-à-vis d'un produit ouvert, personnalisable et extensible, et envers un service en ligne.

Recherche

Les améliorations apportées à la recherche rapide permettent d'accélérer et de faciliter la recherche des enregistrements clients. Avec les nouvelles fonctionnalités de recherche, les utilisateurs accèdent très vite aux enregistrements en saisissant des mots-clés dans la zone de recherche de la barre de navigation. La zone de recherche accepte l'astérisque (*) comme caractère générique et porte sur plusieurs types d'enregistrements. L'utilisateur obtient rapidement une liste complète de résultats.

Pour exécuter des recherches plus complexes, cliquez sur l'icône Recherche avancée qui se trouve désormais dans la barre de navigation. Si un seul type d'enregistrement vous intéresse, vous pouvez, dans la page des résultats de la recherche, sélectionner un filtre dans la liste déroulante. Cliquez sur un des résultats de la recherche pour l'ouvrir.

Synchronisation de plus de types d'informations entre CRM et Outlook ou Exchange

Les équipes utilisant Outlook/Exchange comme centre d'informations peuvent désormais synchroniser davantage de types d'informations, à savoir :

- Champs supplémentaires des contacts et des tâches
- Tâches affectées
- Pièces jointes des rendez-vous

Les utilisateurs accèdent facilement aux champs synchronisés, ce qui les rassure sur l'origine des données et le mode de partage.

Nouvel assistant de configuration de CRM pour Outlook

L'Assistant de configuration de CRM pour Outlook a été repensé pour faciliter la configuration de CRM pour Outlook. Il simplifie également l'ajout et l'administration d'entités CRM supplémentaires.

Règles métier

Les analystes métier créent facilement une logique métier poussée via une interface déclarative de type « pointer-cliquer » pour mener leurs actions depuis CRM. Les règles métier, introduites en automne 2013, ont été améliorées :

- Écrire une fois, exécuter plusieurs fois : la logique métier est plus facile à mettre en œuvre et à faire respecter.
 - L'exécution côté serveur permet d'exécuter les règles métier indépendamment des modifications apportées via le client ou sur le serveur à l'aide du SDK. Les règles peuvent s'exécuter lors de la création ou mise à jour de l'enregistrement, les actions spécifiques du formulaire (visibilité des champs, verrouillage/déverrouillage et champs obligatoires) étant alors ignorées.
- Exprimer une logique métier plus riche
 - Si... Sinon... La prise en charge de Sinon permet de définir facilement des structures plus complexes.
 - Combinez plusieurs expressions en utilisant une seule structure ou un groupe pour définir des conditions plus riches. Par exemple, si la note du prospect est élevée ou si le prospect est issu d'un compte existant, associez-lui la remarque « poursuite OK ».
- Prendre en charge les valeurs et les comportements par défaut
 - Définissez des valeurs par défaut lors de la création de l'enregistrement. Exprimez une logique métier sans condition pour les règles formées de Définir par défaut, Afficher/Masquer, Verrouiller/Déverrouiller, Définir comme obligatoire.

Flux de processus métier

L'introduction de l'API client pour les flux de processus métier permet un accès par programmation aux processus actifs et activés. Avec le code JavaScript, implémenté par l'un de vos développeurs, il est désormais possible de vérifier que l'utilisateur travaille sur la bonne étape du bon processus dans une situation donnée. Les événements (déplacement et sélection des étapes) ont été exposés pour permettre de prendre une mesure non seulement dans le contexte du processus, mais aussi dans le contexte de la phase où en est l'utilisateur et qu'il consulte.

Champs calculés

Souvent, les utilisateurs recherchent des données qui sont le résultat d'un calcul. Par exemple, un commercial veut connaître le chiffre d'affaires pondéré d'une opportunité selon la formule : revenu estimé pour une opportunité multiplié par la probabilité. Ils

souhaitent aussi appliquer automatiquement une remise si une commande dépasse un certain montant.

Pour obtenir des données, vous pouvez définir des champs calculés dans l'interface utilisateur CRM sans avoir à écrire une ligne de code. Les champs calculés contiennent une valeur basée sur des conditions et une formule définies dans ce champ. Les conditions et formules peuvent faire référence à des valeurs d'autres champs de la même entité ou aux valeurs des mêmes champs pour des entités associées. Vous pouvez définir un champ calculé de façon à ce qu'il contienne des valeurs résultant de calculs fréquents comme de simples opérateurs mathématiques et des opérations conditionnelles telles que supérieur à ou si-sinon.

Améliorations de l'éditeur de règles métier

Dans leur version initiale, les règles métier ne pouvaient être évaluées que si toutes les conditions d'une règle étaient vraies. Dans cette version, outre l'opérateur ET, vous pouvez utiliser Ou et Si-sinon pour construire sans effort une logique métier plus complexe et plus riche. Il est dès lors très facile de créer une logique arborescente. Les flux de processus arborescents reposent sur la nouvelle logique Si-Sinon.

Autre nouveauté : vous avez la possibilité d'évaluer les règles métier sur le serveur. Lorsque vous définissez la portée d'une règle métier au niveau entité, la règle est évaluée sur le serveur. Dans la version précédente, nous fournissions une simple interface déclarative qui vous permettait d'appliquer une logique de formulaire sans écrire de code JavaScript. Mais la règle n'était évaluée que sur les clients prenant en charge les règles métier, comme l'application Web CRM ou CRM pour tablettes. Si la logique métier devait être évaluée sur le serveur et appliquée à tous les clients, il fallait encore écrire du code et exécuter les plug-ins sur le serveur. Avec cette version, vous pouvez évaluer les règles métier sur le serveur et les appliquer à tous les clients sans écrire de code. Par exemple, vous pouvez déplacer la logique des scénarios les plus fréquents des plug-ins vers les règles métier du niveau d'entité que vous définissez dans l'interface utilisateur CRM. De plus, les règles métier prennent désormais en charge les valeurs par défaut. Par exemple, si Contoso travaille uniquement avec les États-Unis, une simple règle métier peut être créée pour que, lors de la création d'un prospect, le pays soit automatiquement défini sur États-Unis.

Capture des principales métriques avec les champs de cumul

Les champs de cumul servent à capturer les mesures clés au niveau de l'enregistrement à partir des entités liées par des relations 1:N (un à plusieurs). Ils donnent la possibilité d'agréger les données à partir de hiérarchies dans le cas de scénarios complexes. Vous

pouvez définir les champs de cumul de l'entité sous forme de nombre décimal ou entier, de devise et de date/heure. Par exemple, les utilisateurs aimeront peut-être connaître :

- le nombre d'opportunités en cours sur lesquels ils travaillent
- le revenu total que représentent les opportunités en cours liées au compte
- le nombre total de cas actifs urgents liés au compte

Les agrégats sont cumulés depuis les enregistrements enfants jusqu'à l'enregistrement parent. Un maximum de 100 champs de cumul peut être défini au sein d'une organisation et chaque entité ne peut pas en compter plus de 10. Les champs de cumul sont calculés par des travaux système asynchrones. La tâche Calculer les champs de cumul est un travail récurrent qui s'exécute selon une fréquence définie. La tâche Calculer en masse les champs de cumul s'exécute une seule fois en cas d'ajout ou de mise à jour d'un champ de cumul. Dans la mesure où les champs de cumul sont des composants de solution, ils peuvent être facilement transportés d'un service à l'autre et distribués dans les solutions.

Sécurité des champs prêts à l'emploi

Beaucoup d'entreprises ont des données confidentielles qui ne doivent être consultées ou modifiées que par certains utilisateurs. Le mécanisme de sécurité des champs permet de restreindre l'accès aux champs personnalisés, mais aussi à bien d'autres. Par exemple, les administrateurs peuvent décider de laisser le champ numéro de compte visible aux membres de l'équipe commerciale, mais empêcher ceux-ci de le modifier.

Compatibilité

Fidèle à notre engagement, nous souhaitons fournir la fonctionnalité CRM sur les technologies les plus récentes. C'est pourquoi nous avons mis à jour la [liste de compatibilité de Microsoft Dynamics CRM](#) pour vous donner une vue à jour des résultats des tests de compatibilité, récents et à venir.

Conclusion

Microsoft s'engage à créer une famille d'appareils et de services, pour particuliers et entreprises, qui fédèrent et donnent à tous les moyens d'exercer les activités qui comptent le plus, à domicile, au bureau et en déplacement. Les solutions Microsoft Dynamics CRM

jouent un rôle essentiel et unique dans cette stratégie. À l'heure où le monde tend à se concentrer et à se complexifier, la technologie occupe une place importante en permettant aux entreprises de comprendre et de convaincre leurs clients. Les produits Microsoft Dynamics CRM aident les entreprises à fédérer les équipes marketing, vente et service en mettant à leur disposition les analyses nécessaires pour fournir à tout moment des expériences client de qualité.

C'est vraiment passionnant de travailler avec Microsoft Dynamics CRM ! Microsoft se fera un plaisir de vous tenir informé des innovations et des fonctionnalités attrayantes que Microsoft Dynamics CRM vous apportera dans l'avenir pour accompagner votre entreprise vers la réussite !

L'Équipe Microsoft Dynamics CRM



Microsoft Dynamics est une gamme de solutions de gestion d'entreprise, intégrées et flexibles, qui permettent à vos employés de prendre des décisions importantes de façon plus sereine. Microsoft Dynamics s'intègre facilement et offre un fonctionnement similaire aux logiciels Microsoft les plus répandus. Ces solutions automatisent et rationalisent les processus de gestion financière, de la relation client et de la chaîne logistique pour contribuer au succès de votre entreprise.

Pour plus d'informations : International +1-701-281-6500 www.microsoft.com/fr-fr/dynamics

Certaines fonctionnalités et dates sont fournies à titre indicatif et peuvent être modifiées à tout moment sans préavis. Les informations contenues dans ce document sont fournies uniquement à titre indicatif. Elles représentent l'opinion actuelle de Microsoft Corporation sur les points cités à la date de ce document. Microsoft devant s'adapter aux conditions changeantes du marché, elles ne doivent pas être interprétées comme un engagement quelconque de la part de Microsoft.

Ce document est fourni uniquement à titre indicatif. MICROSOFT EXCLUT TOUTE GARANTIE, EXPRESSE, IMPLICITE OU STATUTAIRE, EN CE QUI CONCERNE CE DOCUMENT.

L'utilisateur est tenu d'observer la réglementation relative aux droits d'auteur applicable dans son pays. Aucune partie de ce document ne peut être reproduite, stockée ou introduite dans un système de restitution, ou transmise à quelque fin ou par quelque moyen que ce soit (électronique, mécanique, photocopie, enregistrement ou autre) sans la permission expresse et écrite de Microsoft Corporation. Microsoft peut détenir des brevets, avoir déposé des demandes d'enregistrement de brevets ou être titulaire de marques, droits d'auteur ou autres droits de propriété intellectuelle portant sur tout ou partie des éléments qui font l'objet de ce document. Sauf stipulation expresse contraire d'un contrat de licence écrit de Microsoft, la fourniture de ce document n'a pas pour effet de vous concéder une licence sur ces brevets, marques, droits d'auteur ou autres droits de propriété intellectuelle. © 2014 Microsoft Corporation. Tous droits réservés.