

Microsoft Dynamics CRM 2015

Release Preview Guide

Im Detail:

- Microsoft Dynamics CRM 2015
- Microsoft Dynamics CRM Online (2015 Update)
- Microsoft Dynamics Marketing (2015 Update)
- Microsoft Social Listening (2014 R2)

HINWEIS: Die Informationen in diesem Dokument spiegeln den derzeitigen Planungsstand von September 2014 wider. Dieses Dokument ist nicht als detaillierte Spezifikation konzipiert worden. Einzelne Szenarien oder Funktionen können je nach Marktentwicklung und Kundenbedarf ergänzt, korrigiert oder umpriorisiert werden. Informationen zu Lizenzierung und Preisen der hier beschriebenen Funktionen erhalten Sie bei Ihrem Vertriebspartner.



INHALT

Einführung	3
Zentrale Investitionen im Überblick	4
Marketing	4
Vertrieb	9
Service	13
Social CRM	15
Plattform	16
Zusammenfassung	20

Release Preview Guide

September 2014

Einführung

Gemäß der Vision für Microsoft Dynamics möchten wir unsere Kunden darin unterstützen, ihren eigenen Kunden überzeugende Erlebnisse zu bieten, um so ihren Geschäftserfolg zu fördern. Die traditionelle Kluft zwischen Marketing und Vertrieb, wie sie in vielen Unternehmen zu beobachten ist, muss überbrückt werden, damit die Mitarbeiter persönliche, konsistente und überzeugende Kundenerlebnisse liefern können. Das neue Zeitalter des Kunden erfordert den engen Schulterschluss zwischen Marketing und Vertrieb – und Microsoft bietet Lösungen, mit denen Ihre Mitarbeiter in die Lage versetzt werden, Kunden **gemeinsam** professionell anzusprechen und zu betreuen. Indem Sie Ihr Unternehmen an die neuen Realitäten im Markt anpassen, können Sie Ihren Kunden einen noch besseren Service bieten und so Ihren Erfolg insgesamt steigern.

In diesem Dokument werden die neuen und verbesserten Funktionen beschrieben, die Sie mit Microsoft Dynamics CRM 2015, Microsoft Dynamics CRM Online (2015 Update), Microsoft Dynamics Marketing (2015 Update) und Microsoft Social Listening (2014 R2) erhalten und die Sie dabei unterstützen, überzeugende Kundenerlebnisse zu realisieren. Aufgrund unseres Commitments zu einem agilen Freigabezyklus befinden sich derzeit mehrere Releases in Planung und Entwicklung. Microsoft Dynamics CRM 2015 ist ein Major Release, das für unsere Online-Kunden als so genanntes Customer-driven Update und für unsere On-Premise-Kunden als Version 7.0 bereitgestellt wird. Microsoft Dynamics Marketing wird als manuelles Update bereitgestellt.

Zentrale Investitionen im Überblick

Um unsere Kunden dabei zu unterstützen, intelligentere Marketingaktivitäten zu entwickeln, effektiver zu verkaufen und überall einen professionellen Service zu bieten, wurde in mehrere Bereiche investiert, die im Folgenden vorgestellt werden.

Marketing

Die Welt dreht sich immer schneller, und das neue Zeitalter des Kunden bedingt Veränderungen in der Art und Weise, wie Unternehmen ihre Käufer ansprechen und betreuen. Kunden haben bereits 57 Prozent des Kaufzyklus durchlaufen, bevor sie sich an Sie wenden. Mitarbeiter im Marketing müssen daher jeden Schritt des Kunden begleiten und sicherstellen, dass Marketing und Vertrieb dem Kunden bei seiner Kontaktaufnahme professionell begegnen können. Das Marketing hat heute einen viel größeren Anteil an der Customer Journey, weshalb es Kunden auf neue Arten und in neuen Channels ansprechen muss – persönlich und relevant. Gleichzeitig nimmt auch intern der Druck auf das Marketing zu, da die Rentabilität von Marketingmaßnahmen bzw. der Return on Marketing Investment, kurz ROMI, lückenlos belegt werden müssen. Angesichts fehlender Transparenz, einer mangelnden End-to-End-Verfolgbarkeit von Kampagnen und unzureichender Auswertungen in Echtzeit keine leichte Aufgabe. Über 50 Prozent der CMOs fühlen sich nicht gut genug auf das neue Marketingumfeld vorbereitet.

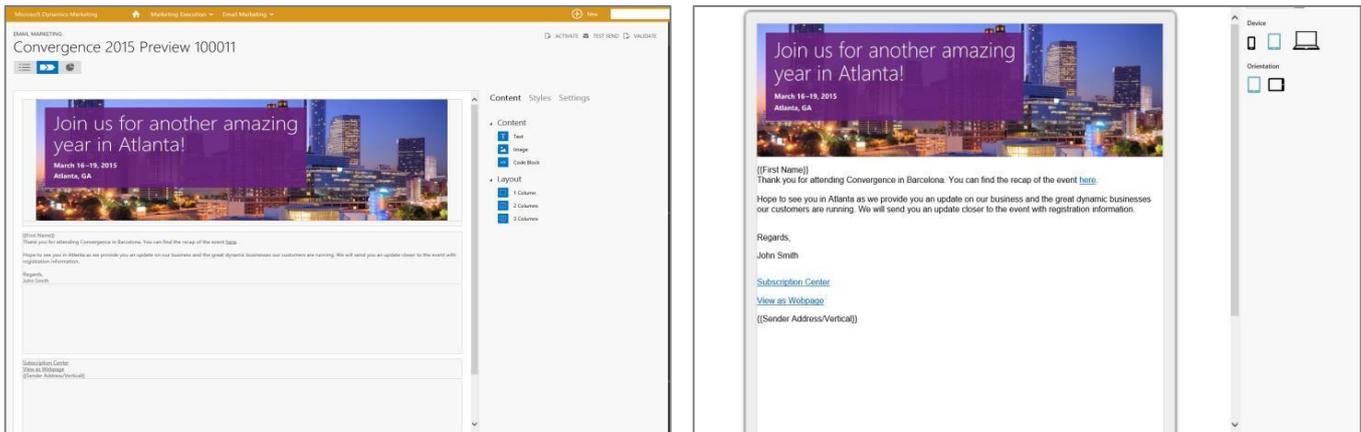
Microsoft Dynamics Marketing ermöglicht Ihrem Marketingteam, Aktivitäten von der Planung über die Umsetzung bis zur Auswertung durchgängig zu steuern. Indem von Anfang bis Ende leistungsstarke Werkzeuge wie Excel und Power BI zur Messung von Kampagnenergebnissen herangezogen werden, können Sie Ihre Marketingvision leichter zum Leben erwecken. So können Sie Kunden in jedem Channel **professionell und individuell ansprechen, Ihre Vertriebspipeline aufbauen** und **den ROMI** Ihrer Maßnahmen in Echtzeit **belegen**.

Multi-Channel-Marketing

Der Kunde von heute ist stets bestens informiert. Sie müssen seine Wünsche verstehen und ihn darin unterstützen, genau die Angebote zu finden, die er benötigt. Schnell und konsistent. Das 2015 Update für Dynamics Marketing hilft Unternehmen dabei, die Kampagnenerstellung und Segmentierung zu optimieren. Beispiele für neue Werkzeuge sind die grafische E-Mail-Bearbeitung, A/B-Tests, integrierte Angebote und Freigabeworkflows.

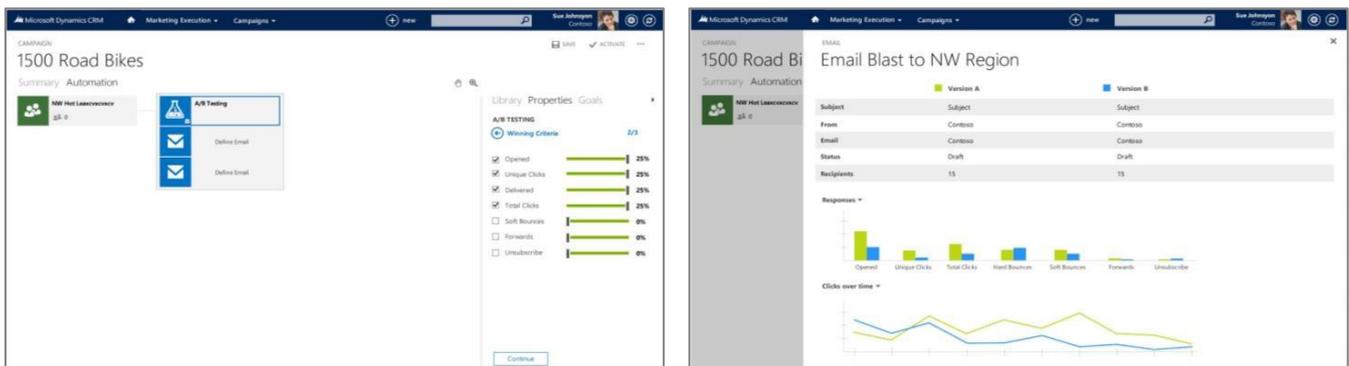
E-Mail-Editor

Der neue E-Mail-Editor ermöglicht Ihren Marketingmitarbeitern, E-Mails anhand vordefinierter Vorlagen zu erstellen. Eine weitere Option ist, E-Mails mithilfe eines interaktiven Drag-and-Drop-Designers oder bei weiter reichenden Anforderungen mit einem Editor, der CSS und HTML unterstützt, von Grund auf neu zu erstellen.



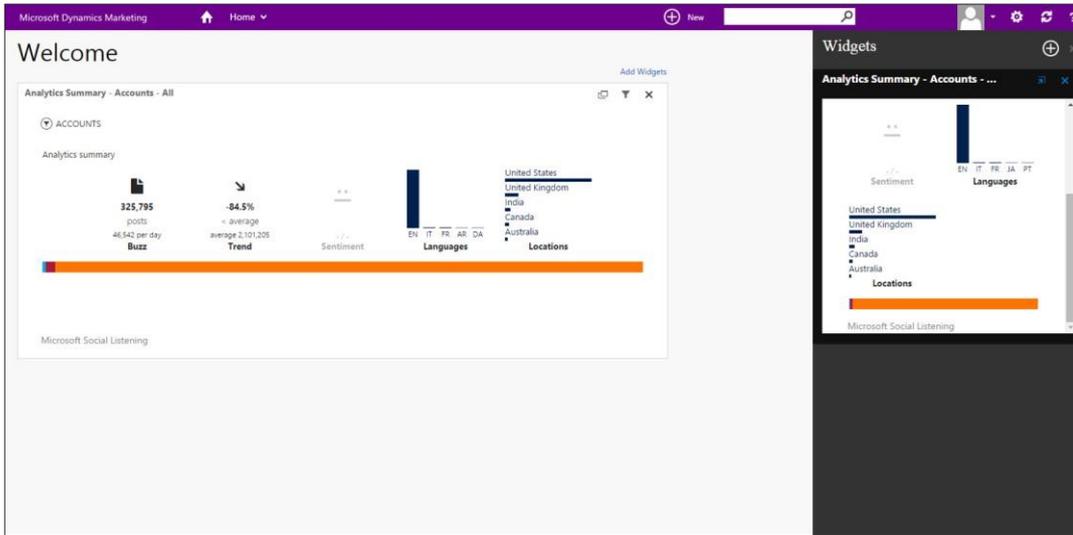
Erweiterte Konsole für die Kampagnensteuerung

Die Campaign Management Console wurde erweitert, um künftig auch komplexe Trigger, die von mehreren Bedingungen abhängen, zu unterstützen. So lassen sich Antworten noch individueller gestalten, kampagnenübergreifende Angebote einbetten sowie A/B-Tests unterstützen. Mit diesen einfach einzurichtenden Tests erhalten Marketingmitarbeiter mehr Sicherheit darüber, dass ihre Maßnahmen zu den gewünschten Ergebnissen führen. Die Testergebnisse werden in Echtzeit in ihren vertrauten Analysewerkzeugen angezeigt.



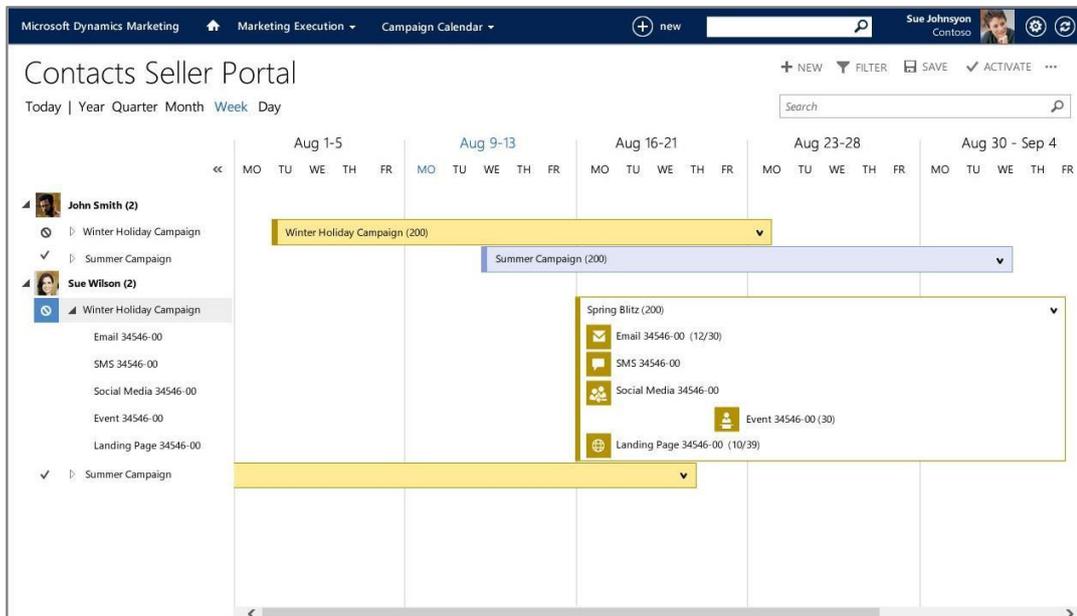
Integration von Social Listening

Sichern Sie Ihren Erfolg, indem Sie transaktionale Informationen und Erkenntnisse aus sozialen Netzwerken verknüpfen und die Wahrnehmung Ihrer Marke durch Stimmungsanalysen gezielt steuern.



Zusammenarbeit mit dem Vertrieb

Stärken Sie die Synergien zwischen Marketing und Vertrieb. Unterstützung erhalten Sie durch das neue Sales Collaboration Panel, über das Vertriebsmitarbeiter selbst Input zu Kampagnen und zur Zielgruppenansprache geben können. Zugleich erhält der Vertrieb mehr Einblicke in die laufenden Kampagnenaktivitäten und kann Einfluss auf die Kommunikation mit den Kunden nehmen. Auch das Einrichten von Benachrichtigungen für bestimmte Interaktionen ist möglich.



B2B-Marketing

Verbessern Sie Ihr Leadmanagement durch die Integration von Webinars und eine erweiterte Leadbewertung, für die verschiedene Evaluierungsmodelle genutzt werden können.

New Rule

Condition

Field * Campaign (Interaction) Is In Set ▼

Values * Description

Action

Update score with: * Email Message

Cancel

New Rule

Condition

Field * Event (Participation) Is In Set ▼

Values * Webinar ✕

Start to type or press the down arrow...

Where * For each Participation ▼

Action

Update score with: * 0

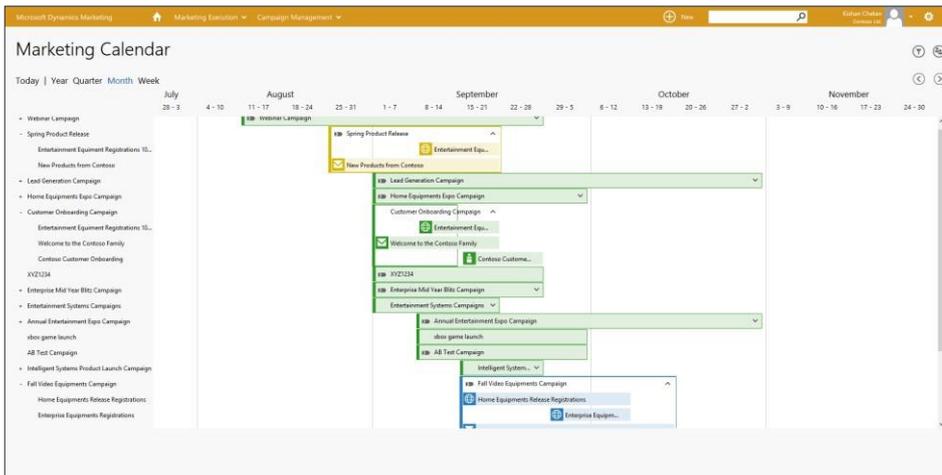
Devalue By Points ▼

Score Range Min Max

Submit Cancel

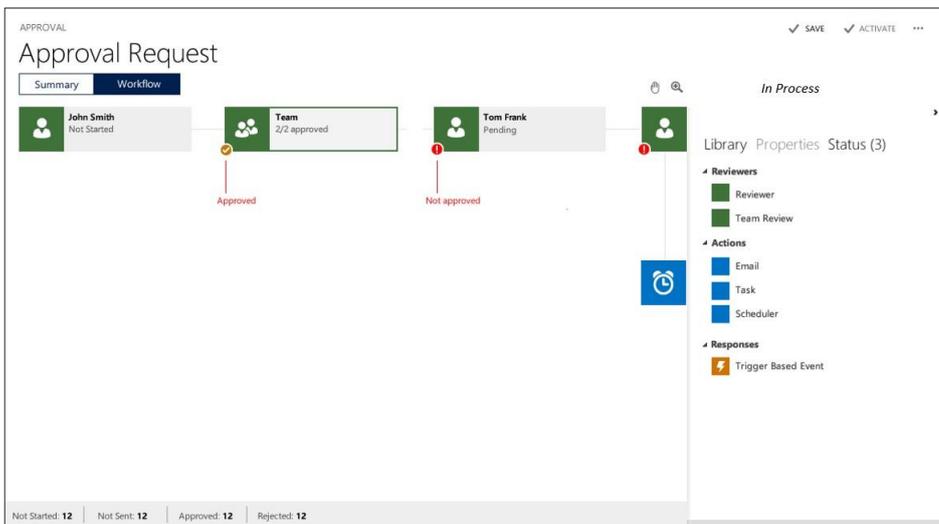
Marketingressourcenmanagement

Nutzen Sie den neuen Marketingkalender, um sich eine umfassende Transparenz über Ihren Marketingplan zu verschaffen. Mit den Click-to-Call-Funktionen aus Lync können Sie zudem die interne Zusammenarbeit verbessern.



Interne Prozessautomatisierung

Richten Sie einfach neue Freigabeprozesse ein und verfolgen Sie deren Status, um sicherzustellen, dass alle Teammitglieder auf dem Laufenden bleiben und Deadlines eingehalten werden.



Geografische Expansion

Die Länderverfügbarkeit von Dynamics Marketing wird auf Japan und Russland ausgedehnt.

Vertrieb

Um Ihre Vertriebsmitarbeiter noch besser beim effektiven Verkaufen zu unterstützen, werden einige neue Funktionen eingeführt:

Geführte Vertriebsprozesse

Leiten Sie Ihre Vertriebsmitarbeiter mit der verbesserten Prozesslogik zu den gewünschten Zielen. Die durchgängige Automatisierung von Geschäftsprozessen und die Durchsetzung von Geschäftsregeln auf jedem Endgerät sorgen für wirkungsvollere Aktivitäten.

Mit diesem Release werden die Geschäftsprozessflüsse, die mit Microsoft Dynamics CRM 2013 eingeführt worden sind, weiter verbessert. Die neue Verzweigungsfunktion ermöglicht die Abbildung komplexerer Geschäftsprozesse. Die Auswahl eines neuen Prozesszweigs erfolgt automatisch in Echtzeit – anhand der Regeln, die bei der Prozessdefinition hinterlegt worden sind. So können Sie beispielsweise für den Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen einen zentralen Geschäftsprozessfluss konfigurieren, der sich nach einer gemeinsamen Qualifizierungsstufe in zwei Zweige aufteilt – in einen für Produkte und einen für Dienstleistungen.

BUSINESS PROCESS FLOW
Sales Process

Details ▾

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

+ Insert stage after branch ⚙ Add branch

If **Timeline** equals **"Immediate"**

+ Insert stage

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

↑ ↓ MOVE

Status: Inactive

Produktfamilien

Sorgen Sie für mehr Vertriebs effektivität, indem Sie Produkte im Bündel anbieten und Empfehlungen für Up- und Cross-Selling-Aktivitäten innerhalb von Produktfamilien aussprechen. Zudem lässt sich der Aufwand im Produktmanagement mit der Zuweisung von Produkteigenschaften verringern.

Mit diesen Verbesserungen für Verkaufsszenarien können Vertriebsleiter und -mitarbeiter die Produkte des Unternehmens effektiver verwalten und verkaufen. Vertriebsleiter können einfach Produktangebote definieren, in denen verwandte Produkte gebündelt werden, und entsprechende Preislisten anlegen, sodass die Verkäufer die besten Produkte zum besten Preis anbieten können. Die Vertriebsmitarbeiter sehen zudem in jedem Datensatz einer Verkaufschance auf einen Blick alle relevanten Up- und Cross-Selling-Vorschläge und Empfehlungen für Zusatzprodukte oder Alternativen.

The screenshot displays the Microsoft Dynamics CRM 2015 interface for an opportunity record titled "200 seats of Office Midsize Business". The record is in the "Develop (Active)" stage. A "Suggestions" dialog box is open, showing a "CROSS SELL" section with a table of suggestions. The first suggestion is "CRM Online: Profession..." with a unit of "Standard User (...)" and a "Pick" button. Below this, there is an "ACCESSORY" section with a "No suggestions found." message. The dialog also has an "UP SELL" section and "Add to List" and "Close" buttons. In the background, the "Product Line Items" section is visible, showing a table with columns for "Product Name" and "Properties". A table with "Extended Amount" and "Suggestions" columns is also visible, with a "Suggestions" button circled in green and a dashed green arrow pointing to it.

Mithilfe von Produkteigenschaften (Attributen) wie *aktualisierbar*, *schreibgeschützt*, *erforderlich* und *verborgen* können die Vertriebsleiter festlegen, wie ein Mitarbeiter das entsprechende Produkt zur Laufzeit einsetzen kann, das heißt, beim Hinzufügen eines verwandten Produkts zu einer Verkaufschance, einem Angebot, einem Auftrag oder einer Rechnung.

Verkaufshierarchien

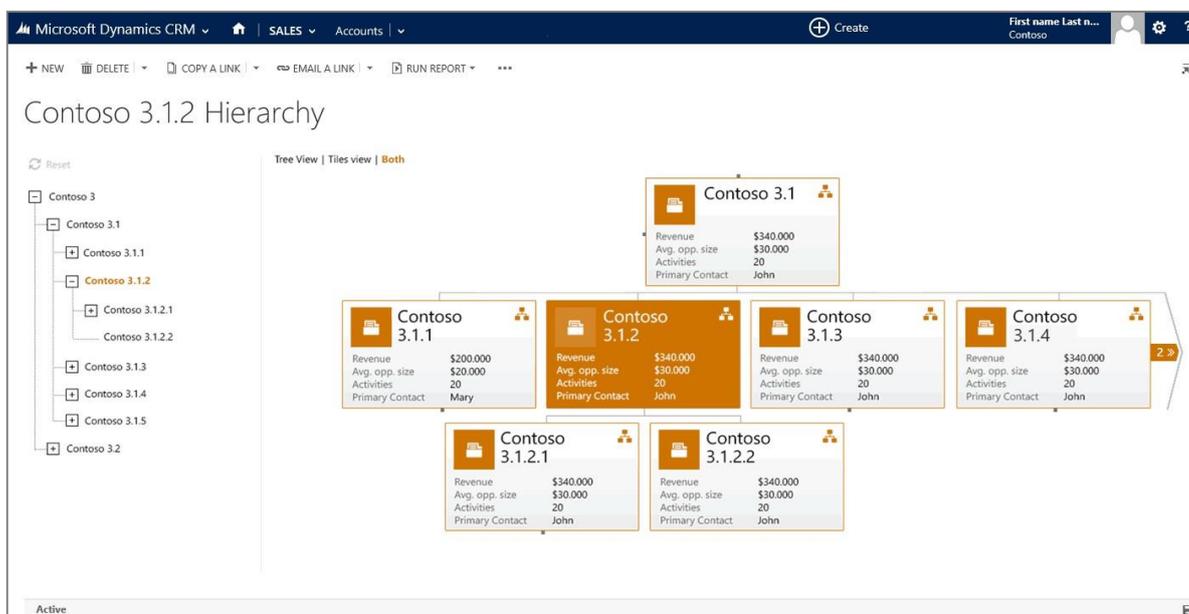
Bearbeiten, verwalten und nutzen Sie Ihre Verkaufsdaten für Berichte exakt so, wie es Ihre Geschäftstätigkeit erfordert. Neue hierarchische Visualisierungen und Roll-ups liefern Ihnen Gebiets- und Forecast-Daten in Echtzeit direkt auf Ihren Schreibtisch oder Ihr mobiles Endgerät. Wichtige Informationen werden auf Kacheln dargestellt, sodass Sie Hierarchien und Abhängigkeiten optisch auswerten können. An jedem Gabelpunkt können Sie zugehörige Aktionen ausführen oder in die Kommunikation mit Kollegen einsteigen sowie in die zugrunde liegenden Datensätze verzweigen, um dort weitere Filterungen vorzunehmen.

Mit diesem Release werden hierarchische Diagramme für Kunden, Produkte und Nutzer eingeführt, die anzeigen, wie Informationen zusammenhängen oder gruppiert sind. Klicken Sie einfach auf einen Informationsblock, um weitere Detailangaben zu erhalten, und navigieren Sie durch genau die Informationen, die Sie interessieren.

In einer hierarchischen Ansicht für Kunden können Sie beispielsweise ...

- sehen, welchen Anteil ein Kunde am Gesamtumsatz hat,
- in Kacheln für untergeordnete Kunden verzweigen, um sich anzeigen zu lassen, woher die einzelnen Aufträge stammen,
- herausfinden, wer an diesem Kunden arbeitet, und Kollegen um Hilfe bitten, indem Sie eine E-Mail versenden oder den Kundendatensatz mit anderen Vertriebsmitarbeitern teilen, oder
- wichtige Detailinformationen aufrufen, wie Kreditlimits oder die neuesten Aktivitätsmeldungen.

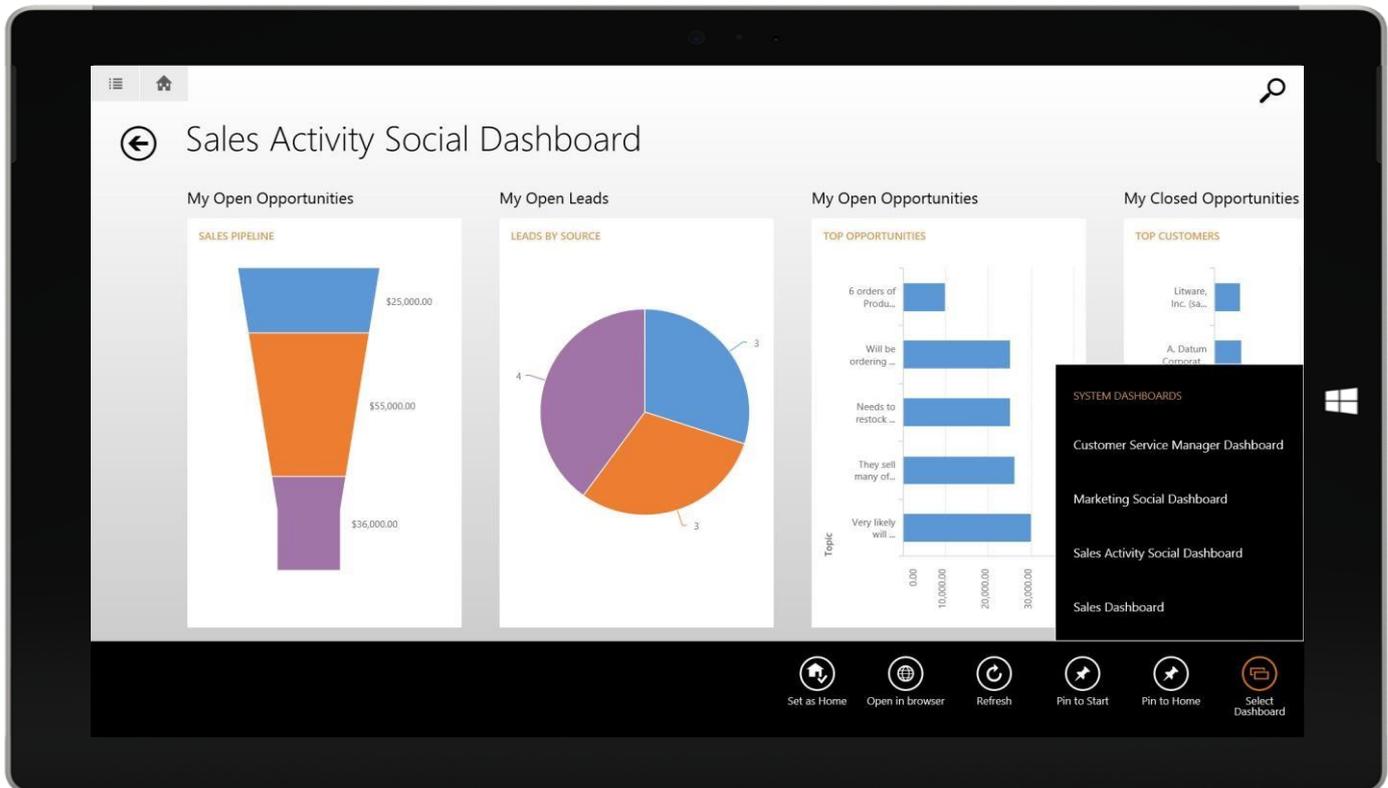
Hierarchische Ansichten stehen auch auf mobilen Endgeräten zur Verfügung.



Erweiterungen der CRM Tablet-Apps

Mit Microsoft Dynamics CRM für Tablets sind Sie stets produktiv und vernetzt. Nutzen Sie Ihr Windows 8-Tablet, Ihr iPad oder ein Android-Tablet, um bei allen Kundeninformationen auch von unterwegs auf dem Laufenden zu bleiben. Die CRM Tablet-Apps wurden erweitert, um die Vertriebsproduktivität noch weiter zu erhöhen. Zu den Neuerungen zählen flexible, rollenbasierte Dashboards und Analysen, personalisierte Home-Screens und eine neue Navigation nach Hierarchien sowie eine verbesserte Offlinefunktionalität. Der neue personalisierbare Startbildschirm ermöglicht Anwendern, wichtige Datensätze anzuheften, Analysen aus jedem Tablet-fähigen Dashboard in CRM durchzuführen sowie von unterwegs einfach jederzeit ihre wichtigsten Daten auszuwerten.

Auf Reisen steht häufig keine durchgängige Internetverbindung zur Verfügung. Mit den Offline-Entwürfen lassen sich einfach neue Datensätze erstellen, und die Änderungen werden synchronisiert, sobald die Verbindung wieder vorhanden ist.



Service

Durch Trends wie Social und Mobile haben sich die Erwartungen von Kunden, wie sie mit Unternehmen bei Servicefällen interagieren, von Grund auf verändert. 86 Prozent der Kunden sind bereit, mehr zu bezahlen, wenn sie im Gegenzug einen besseren Service erhalten. Sie erwarten im Channel ihrer Wahl einen qualitativ hochwertigen und stets konsistenten Service – ob im Web, in sozialen Netzwerken oder am Telefon. Heute nutzen bereits 67 Prozent der Verbraucher Self-Service-Funktionen im Web, um Antworten auf ihre Fragen zu finden.

Die Herausforderung für Serviceorganisationen besteht darin, die richtige Balance zwischen persönlichen, professionellen Kundenerlebnissen und den Servicekosten zu finden und dauerhaft zu halten. Die Servicekosten variieren zwischen den einzelnen Channels sehr stark, weshalb Unternehmen nach neuen Wegen suchen, wie sie differenzierte Supportstufen bieten und zugleich ihre Mitarbeiter optimal unterstützen können, um für mehr Effizienz und Effektivität zu sorgen.

Microsoft Dynamics CRM hilft Unternehmen dabei, die **Kundenbindung zu stärken, Mitarbeiter besser vorzubereiten und professionelle Problemlösungen zu bieten** – für einen relevanten, proaktiven und personalisierten Service in allen Channels. So können Unternehmen ihren Kunden auf Serviceanfragen die richtigen Antworten zum richtigen Zeitpunkt liefern, und dies im Web, in sozialen Netzwerken, per Chat, auf mobilen Endgeräten oder am Telefon.

Case Management

Unterstützen Sie Ihre Mitarbeiter durch flexible Service Level Agreements (SLAs), differenzierten Support für Ihre Kunden zu erbringen. Werten Sie mithilfe von Kennzahlen wie First Response oder Case Resolution die Serviceeffektivität aus.

Im vorherigen Release sind unter anderem folgende Case-Management-Funktionen eingeführt worden:

- Überarbeitetes Case-Formular für die Verwaltung von verknüpften Cases, Überprüfung von Ansprüchen und Timer, um sicherzustellen, dass Sie Ihre SLAs (über-) erfüllen
- Definition und Verwaltung von Serviceansprüchen und SLAs
- Erstellung dynamischer Weiterleitungs- und Warteschlangenregeln
- Zusammenführung von Dubletten oder Erstellung von über- und untergeordneten Cases

Die Case-Management-Funktionen werden mit dieser Version weiter verbessert, sodass beispielsweise SLAs zurückgesetzt oder ausgesetzt werden können oder sich die Bearbeitungszeit von Cases und die Wartezeit von Kunden messen lassen.

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: Litware, Inc. (sample)
- Find Contact: Susanna Stubberod (sam)
- Find Case: Average order ship

Case Relationships
Enhanced SLA Details

First response in: **Succeeded**

Resolve in: **Paused**

Angehaltener SLA-Timer, wenn ein Case „on hold“ gesetzt wird

Anzeige von KPI-Details für SLAs im Case-Formular

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	

Unterstützung für Abschlussaktionen bei erweiterten SLAs

Active

Social CRM

Soziale Netzwerke haben die Kommunikation und Interaktion zwischen Personen, Gruppen und Unternehmen revolutioniert. Kunden wissen heute mehr als je zuvor, und nicht zuletzt werden Kaufentscheidungen erheblich durch Diskussionen und Berichte im World Wide Web beeinflusst. So setzen 75 Prozent der B2B-Kunden bei neuen Käufen auf Informationen aus Social-Channels, und Kunden haben generell schon mehr als 70 Prozent¹ ihres Kaufprozesses durchlaufen, bevor sie das erste Mal mit Ihnen als Anbieter Kontakt aufnehmen. Deshalb müssen Sie stets die Augen und Ohren in sozialen Netzwerken offen halten. Jedoch sind die meisten Social-Listening-Werkzeuge heute noch so komplex und teuer, dass nur eine „Elite“ von Anwendern Zugang zu ihnen hat und relevante Informationen bei Mitarbeitern mit Kundenkontakt häufig gar nicht ankommen. Bei Microsoft verfolgen wir einen anderen Ansatz: Diese Informationen sollen für jeden im Unternehmen zur Verfügung stehen.

Microsoft Social Listening

Microsoft Social Listening ist ein leistungsstarker neuer Dienst, mit dem Sie Social-Channels wie Facebook und Twitter beobachten und Aussagen zu Ihren Produkten, Marken, Mitbewerbern und Kampagnen auswerten können – in Echtzeit und rund um den Globus.

Auswertung von Aussagen und Meinungen:

Ergänzend zu den bisherigen Quellen (Twitter, Facebook, Blog und Videos) können Sie jetzt auch Nachrichten in Ihre Suchthemen aufnehmen und die Stimmungsanalyse auf die italienische Sprache ausweiten.

Länderspezifische Social-Erkenntnisse: Nutzen Sie Ortsfilter, um Ihr Datenset einzugrenzen und Posts aus bestimmten Ländern oder Regionen anzeigen zu lassen. Erstellen und verwalten Sie Gruppen von Orten, um die Daten noch effizienter zu filtern.



Geografische Verfügbarkeit: Social Listening unterstützt das „Zuhören“ in 19 Sprachen: Arabisch, Chinesisch, Dänisch, Deutsch, Englisch, Finnisch, Französisch, Griechisch, Hebräisch, Italienisch, Japanisch, Niederländisch, Norwegisch, Polnisch, Portugiesisch, Russisch, Schwedisch, Spanisch und Thai. Die Stimmungsanalyse wird in sechs Sprachen unterstützt: Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch, Portugiesisch (Portugal) und Spanisch. Lokalisierte Oberflächen von Microsoft Social Listening stehen ebenfalls in diesen sechs Sprachen zur Verfügung.

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

Plattform

Leistungsstarke Werkzeuge erlauben Ihnen die Anpassung von Microsoft Dynamics CRM an Ihre einzigartigen Geschäftsanforderungen. Mit Microsoft Dynamics CRM realisieren Sie einen raschen Geschäftsnutzen, da es ein agiles Lösungsframework umfasst, das einfach zugeschnitten und konfiguriert werden kann. Die Microsoft Dynamics CRM-Plattform bietet ein deklaratives Paradigma, das von der Definition des Datenmodells bis zur Bereitstellung von integrierter Persistence, Sicherheit, API-Zugriff, Benutzerumgebungen und Programmierparadigmen auf Basis einer modernen offenen Architektur reicht. Die folgenden Investitionen für unsere Plattformfunktionen untermauern unser Commitment für eine offene, anpassbare und erweiterbare Unternehmenslösung – sowohl On-Premise als auch in der Cloud.

Suche

Die Verbesserungen an der Schnellsuche sorgen für ein beschleunigtes und leichteres Auffinden von Kundendatensätzen. Die Nutzer brauchen nur Schlagworte in das Suchfeld der Navigationsleiste einzugeben und können anhand der Ergebnisse schnell auf die gewünschten Datensätze zugreifen und in ihnen navigieren. Das Suchfeld unterstützt auch die Eingabe eines Sternsymbols (*) als Platzhalter und ermöglicht die Suche über verschiedene Datensatztypen.

Für umfassendere Suchabfragen kann der Anwender einfach auf die neue „Advanced Find“-Schaltfläche klicken, die sich nun in der Navigationsleiste befindet. Um nur passende Ergebnisse für einen bestimmten Datensatztyp anzuzeigen, können Sie auf der Seite mit den Suchergebnissen einen entsprechenden Filter aus der Drop-down-Liste auswählen. Mit einem Klick auf ein Suchergebnis öffnen Sie den zugehörigen Datensatz.

Synchronisierung für weitere Informationstypen zwischen Dynamics CRM und Outlook oder Exchange

Teams, die Outlook/Exchange als zentralen Informationshub nutzen, können künftig weitere Elemente synchronisieren:

- Zusätzliche Kontakte und Aufgabenfelder
- Zugewiesene Aufgaben
- Anhänge aus Kalendereinträgen

Die Nutzer können einfach die Felder, die synchronisiert werden, einsehen und behalten so jederzeit den Überblick, woher die Daten stammen und wie sie geteilt werden.

Neuer Konfigurationsassistent für die Einrichtung von Dynamics CRM für Outlook

Der CRM for Outlook Configuration Wizard wurde überarbeitet, um die Konfiguration von Dynamics CRM für Outlook zu erleichtern. Der neue Konfigurationsassistent erleichtert auch das Hinzufügen und Verwalten weiterer CRM-Organisationen.

Geschäftsregeln

Business Analysten können mithilfe einer deklarativen „Point-and-Click“-Oberfläche selbst einfach eine umfassendere Geschäftslogik erstellen, um Aktionen im CRM-System auszuführen. Die Geschäftsregeln sind mit den Freigaben im Herbst 2013 eingeführt worden und jetzt um folgende Funktionen erweitert worden:

- Einmal schreiben, überall ausführen: Die Geschäftslogik ist jetzt noch leichter zu implementieren und umzusetzen.
 - Durch die serverseitige Ausführung werden Geschäftsregeln unabhängig davon ausgeführt, ob Änderungen über den Client oder per SDK am Server vorgenommen worden sind. Die Regeln können bei der Bearbeitung oder Aktualisierung eines Datensatzes ausgeführt werden, und formularspezifische Aktionen (Sichtbarkeit von Feldern, Setzen/Aufheben von Sperren und Feldanforderungen) werden ignoriert.
- Komplexere Gestaltungsmöglichkeiten für die Geschäftslogik
 - Die Unterstützung für „If.. Else if.. Else“ ermöglicht eine einfachere Definition komplexerer Strukturen.
 - Durch die Kombination/Gruppierung mehrerer Ausdrücke können umfassendere Bedingungen definiert werden. Wenn beispielsweise die Bewertung eines Leads hoch ist oder er mit einem Bestandskunden verknüpft ist, kann der Lead direkt als „zur Weiterverfolgung“ markiert werden.
- Unterstützung für Standardwerte und Verhalten
 - Richten Sie jeden Datensatz so ein, dass Ihre Vertriebsmitarbeiter optimal unterstützt werden. Vorab ausgefüllte Informationen bei der Anlage neuer Datensätze erleichtern das Arbeiten. Nutzen Sie bedingungslose Geschäftslogik für Regeln, die aus Vorgaben wie „Set Default“, „Show/Hide“, „Lock/Unlock“, „Set Required“ bestehen.

Geschäftsprozessflüsse

Die Einführung der Client-API für Geschäftsprozessflüsse bietet vollständigen programmatischen Zugang zu aktiven und aktivierten Prozessen. Mit JavaScript-Code, implementiert durch einen Ihrer Entwickler, kann jetzt sichergestellt werden, dass der Nutzer in jeder Situation stets an der richtigen Stufe im richtigen Prozess arbeitet. Ereignisse wie das Verschieben und

Auswählen von Stufen können jetzt direkt angesprochen werden, um Aktionen nicht nur im Kontext des Prozesses, sondern auch im Kontext der Prozessstufe, an der der Nutzer gerade arbeitet, auszuführen.

Berechnete Felder

Häufig suchen Nutzer nach Daten, die das Ergebnis von Rechenoperationen sind. Ein Mitarbeiter im Vertrieb möchte beispielsweise den gewichteten Umsatz für eine Verkaufschance wissen, der auf dem geschätzten Umsatz der Verkaufschance multipliziert mit der Wahrscheinlichkeit beruht. Oder es soll automatisch ein Rabatt bei einem Auftrag berechnet werden, wenn die Bestellsumme einen gewissen Betrag übersteigt. Um diese Daten bereitzustellen, können Sie auf der Dynamics CRM-Oberfläche einfach berechnete Felder definieren – ganz ohne Programmieraufwand. Die berechneten Felder enthalten einen Wert, der anhand der Bedingungen und einer Formel errechnet wird, die je Feld definiert werden. Die Bedingungen und Formeln können sich auf die Werte in anderen Feldern in derselben Entität oder auf Werte in Feldern verknüpfter Entitäten beziehen. Sie können auch ein berechnetes Feld so definieren, dass es Werte aus mehreren typischen Kalkulationen enthält, beispielsweise einfache mathematische Operatoren oder auch konditionelle Rechenoperationen wie „größer als“, „wenn-dann“ und andere.

Verbesserungen am Editor für Geschäftsregeln

Mit der ersten Freigabe der Geschäftsregeln konnte nur evaluiert werden, ob alle Bedingungen in einer Regel erfüllt sind („true“). Mit diesem Release können neben dem AND-Operator nun auch OR und If-Else verwendet werden, um mit minimalem Aufwand komplexere und umfassendere Logik für Ihre Geschäftsregeln zu erstellen. Auch die Einrichtung von Verzweigungslogik („Branching“) wird nun erleichtert, da sie auf der neuen If-Else-Logik basiert.

Ebenfalls neu ist die Möglichkeit, Geschäftsregeln auf dem Server zu evaluieren. Wenn Sie den Umfang einer Geschäftsregel auf Entitätenebene definieren, wird die Regel auf dem Server evaluiert. Im vorherigen Release wurde eine einfache deklarative Oberfläche bereitgestellt, auf der Sie Formularlogik ohne das Schreiben von JavaScript-Code anwenden konnten. Jedoch wurde dabei die Regellogik nur in den Clients evaluiert, die Geschäftsregeln unterstützen, beispielsweise die CRM Web-Anwendung oder CRM für Tablets. Für Geschäftsregellogik, die auf dem Server evaluiert und dann für alle Clients angewendet werden sollte, war stattdessen die Programmierung und Ausführung von Plug-ins auf dem Server erforderlich. Mit der neuen Version können Sie die Geschäftsregeln ohne Programmieraufwand auf dem Server evaluieren und auf die Clients anwenden lassen. Beispielsweise können Sie den Code für typische Szenarien von Plug-ins auf Geschäftsregeln auf Entitätenebene verlagern, die Sie auf der CRM-Benutzeroberfläche einrichten. Zudem wird künftig das Setzen von Standardwerten in den Geschäftsregeln unterstützt. Wenn zum Beispiel ein Unternehmen nur Geschäfte in den USA tätigt, lässt sich mithilfe einer Geschäftsregel einrichten, dass bei neuen eingehenden Leads der Ländercode automatisch auf USA gesetzt wird.

Erfassung von Kennzahlen mit Roll-up-Feldern

Roll-up-Felder werden verwendet, um Kennzahlen auf Datensatzebene von verknüpften Entitäten mit 1:n-Beziehungen zu erfassen. Die Roll-up-Felder unterstützen auch komplexere Szenarien, indem Summen über mehrere Hierarchien gebildet werden. Sie können die Roll-up-Felder einer Entität mit Dezimalstellen oder als ganze Zahlen, als Währungsangaben oder als Datum/Zeit definieren. Dies unterstützt Nutzerabfragen wie:

- Anzahl der offenen Verkaufschancen, an denen sie arbeiten
- Gesamtumsatzpotenzial aller offenen Verkaufschancen eines Kunden
- Gesamtanzahl aller hoch priorisierten aktiven Cases eines Kunden

Die Summen werden aus den untergeordneten Datensätzen (Childs) zum übergeordneten Datensatz (Parent) aggregiert. Je Organisation lassen sich maximal 100 Roll-up-Felder definieren, wobei es für jede Entität maximal zehn Roll-up-Felder geben kann. Die Roll-up-Felder werden durch asynchrone Systemverarbeitungen berechnet. „Calculate Rollup Fields“ ist eine wiederkehrende Verarbeitung, die anhand des hinterlegten Wiederholmusters ausgeführt wird. Die Verarbeitung „Mass Calculate Rollup Fields“ wird einmalig ausgeführt, sobald ein Roll-up-Feld hinzugefügt oder bearbeitet wird. Da es sich bei Roll-up-Feldern um Lösungskomponenten handelt, können sie einfach zwischen Organisationen übertragen und in Solutions bereitgestellt werden.

Field Level Security für vordefinierte Felder („out of the box“)

Viele Unternehmen verfügen über vertrauliche Daten, die nur von bestimmten Nutzern eingesehen oder bearbeitet werden dürfen. Mit der Sicherheit auf Datensatzebene (Field-Level Security) können Sie den Zugriff auf benutzerdefinierte Felder und künftig auch auf weitere Felder beschränken. So können Administratoren beispielsweise festlegen, dass das Feld mit der Kundennummer durch das Vertriebsteam zwar angezeigt, aber nicht geändert werden darf.

Kompatibilität

Wir führen unser Commitment, CRM-Funktionalität für die neuesten Technologien bereitzustellen, fort und haben daher die [Microsoft Dynamics CRM-Kompatibilitätsübersicht \(Englisch\)](#) aktualisiert. Dort finden Sie eine aktuelle Aufstellung über neue und in Kürze zu erwartende Ergebnisse aus unseren Kompatibilitätstests.

Zusammenfassung

Microsoft hat eine starke Vision für die Entwicklung einer breiten Palette von Endgeräten und Diensten für einzelne Anwender und Unternehmen, mit denen sich alle Beteiligten effizient vernetzen und jederzeit produktiv an ihren zentralen Aktivitäten arbeiten können – ob im Büro oder von unterwegs. Die Microsoft Dynamics CRM-Lösungen spielen für diese Strategie eine so wichtige wie einzigartige Rolle. Die heutige Welt wird immer komplexer, sodass Technologie verstärkt dafür benötigt wird, dass Unternehmen ihre Kunden besser verstehen und sie gewinnbringend ansprechen und betreuen können. Microsoft Dynamics CRM hilft Unternehmen dabei, ihre Marketing-, Vertriebs- und Serviceteams mit allen benötigten Erkenntnissen zusammenzubringen, um ihre Kunden zu begeistern.

Sie dürfen auf die weiteren Entwicklungen für Microsoft Dynamics CRM gespannt sein! Wir freuen uns darauf, Sie kontinuierlich über die Innovationen und Funktionen zu informieren, die Sie in den kommenden Monaten und Jahren mit Microsoft Dynamics CRM erhalten, um Ihr Unternehmen auf Erfolgskurs zu halten.

Das Microsoft Dynamics CRM-Team



Microsoft Dynamics steht für integrierte, flexible Unternehmenssoftware, die zur langfristigen Sicherung Ihres Erfolgs beiträgt und es Ihnen ermöglicht, schnell fundierte Geschäftsentscheidungen zu treffen. Microsoft Dynamics folgt in Design und Funktion den bekannten Microsoft-Standards, was die Produkte intuitiv und einfach bedienbar macht. Die enge Verzahnung mit anderen Microsoft-Produkten ermöglicht ein nahtloses Zusammenspiel mit bereits vorhandenen Systemen. Microsoft Dynamics automatisiert und optimiert Abläufe aus den Bereichen Finanzmanagement, Customer Relationship Management und Supply Chain Management. Da Ihre Mitarbeiter direkten Zugriff auf alle benötigten Daten und Prozesse erhalten, die sie für ihre tägliche Arbeit benötigen, steigt die Produktivität und somit auch die Effizienz im gesamten Unternehmen.

www.microsoft.de/dynamics

Ihr direkter Draht zum Microsoft Dynamics CRM-Team in Deutschland: +49 221 8010 1065 (Mo.–Fr., 09–17 Uhr)

Microsoft Deutschland GmbH

Geschäftskundenbetreuung

Konrad-Zuse-Straße 1

85716 Unterschleißheim

Deutschland

Tel.: +49 180 5 672330*

Fax: +49 180 5 229554*

E-Mail: askmsdynamics@microsoft.com

* 0,14 Euro pro Minute, deutschlandweit. Mobilfunktarif kann abweichen. Die Kosten für Anrufe aus dem Mobilfunknetz betragen maximal 0,42 Euro pro Minute.

Microsoft Österreich GmbH

Am Europlatz 3

1120 Wien

Österreich

Tel.: 08000 123345**

Fax: +43 1 610 64200

E-Mail: dyn-at@microsoft.com

** Nur aus Österreich erreichbar.

Microsoft Schweiz GmbH

Richtistrasse 3

8304 Wallisellen

Schweiz

Tel.: +41 848 224488

Fax: +41 43 4564444

E-Mail: custserv@microsoft.com

Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen stellen die behandelten Themen aus der Sicht der Microsoft Corporation zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dar. Da Microsoft auf sich ändernde Marktanforderungen reagieren muss, stellt dieses Dokument keine Verpflichtung seitens Microsoft dar, und Microsoft kann die Richtigkeit der hier dargelegten Informationen nach dem Zeitpunkt der Veröffentlichung nicht garantieren.

Dieses Dokument dient nur zu Informationszwecken. MICROSOFT SCHLIESST FÜR DIESES DOKUMENT JEDE GEWÄHRLEISTUNG AUS, SEI SIE AUSDRÜCKLICH ODER KONKLUDENT.

Die Benutzer/innen sind verpflichtet, sich an alle anwendbaren Urheberrechtsgesetze zu halten. Unabhängig von der Anwendbarkeit der entsprechenden Urheberrechtsgesetze darf ohne ausdrückliche schriftliche Erlaubnis der Microsoft Corporation kein Teil dieses Dokuments für irgendwelche Zwecke vervielfältigt oder in einem Datenempfangssystem gespeichert oder darin eingelesen bzw. übertragen werden, unabhängig davon, auf welche Art und Weise oder mit welchen Mitteln (elektronisch, mechanisch, durch Fotokopieren, Aufzeichnen usw.) dies geschieht.

Es ist möglich, dass Microsoft Rechte an Patenten bzw. patentierten Anwendungen, Marken, Urheberrechten oder sonstigem geistigen Eigentum besitzt, die sich auf den Inhalt dieses Dokuments beziehen. Das Bereitstellen dieses Dokuments gibt Ihnen jedoch keinen Anspruch auf diese Patente, Marken, Urheberrechte oder auf sonstiges geistiges Eigentum, es sei denn, dies wird ausdrücklich in den schriftlichen Lizenzverträgen von Microsoft eingeräumt.

Microsoft, Microsoft Dynamics, das Microsoft Dynamics-Logo, BizTalk, Outlook, SharePoint, SQL Server, Visual Studio, Windows, Windows Mobile und Windows Server sind Markenzeichen der Microsoft-Unternehmensgruppe. Alle anderen in diesem Dokument genannten Firmennamen und Produktnamen sind möglicherweise Markenzeichen der jeweiligen Rechtsinhaber.

© 2014 Microsoft Corporation. Alle Rechte vorbehalten.