

# Kundenbeziehungsmanagement am Beispiel von Microsoft Dynamics CRM

Robert Rapczynski  
HfT Stuttgart – University of Applied Sciences, Stuttgart, Germany

15. Januar 2009

# **Inhaltsverzeichnis**

1. Einleitung
  2. Einführung in CRM
    - 2.1 Vorteile durch CRM
    - 2.2 Nachteile durch CRM
    - 2.3 Zusammenfassung
  3. Einführung in MS Dynamics CRM
    - 3.1 Überblick
    - 3.2 Erschwerende Faktoren
    - 3.3 Die Vorteile von MS Dynamics CRM
    - 3.4 Bereitstellungsmöglichkeiten
    - 3.5 Kaufen oder Mieten?
    - 3.6 Zusammenfassung
  4. Technik
    - 4.1 Einführung
    - 4.2 Technische Infrastruktur
    - 4.3 Benutzungsoberflächen
    - 4.4 Entitäten
    - 4.5 Anpassung
    - 4.6 Zusammenfassung
  5. Fazit und Zukunftsaussichten
- Glossar
- Literatur

# 1 Einleitung

*Durch Optimierung und Automatisierung der Prozesse im Vertrieb und Schaffung einer konkreten Rundumsicht auf die Kunden werden die Vertriebszyklen kürzer, die Abschlussraten höher und die Kundenloyalität besser.*

*Microsoft 2008*

Heutzutage haben viele Unternehmen das Problem, dass sie mit den steigenden Zahlen von Kunden ihrer Produkte nicht Schritt halten können. Die veraltete Infrastruktur, die zur Kundenkommunikation und Pflege benutzt wird, ist nicht auf eine große Masse von Kunden ausgelegt. Dadurch wird in diesen Unternehmen ineffizienter gearbeitet als in anderen. Es stellt sich die Frage, wie man Kunden für lange Zeit an ein Unternehmen und deren Produkte binden kann, damit beide Seiten zufrieden sind und sich die Produktivität eines Unternehmens steigern lässt. Die Lösung des Problems bietet das Kundenbeziehungsmanagement, kurz CRM (Customer Relationship Management).

Sicherlich hat man schon mehrere schlechte Erfahrungen im Kundenservicebereich gemacht. Vielleicht hat man die Service-Hotline angerufen und wurde mehrmals an verschiedene andere Mitarbeiter weitergeleitet, denen man immer das gleiche erzählen musste, weil man immer dieselben Fragen gestellt bekam. Oder das Kreditkartenunternehmen hat einen Antrag auf ein neues Konto zugeschickt, obwohl man seit mehreren Jahren ein Konto dort besitzt. Diese und andere Unannehmlichkeiten für Kunden können in einem Unternehmen auftreten, wenn es kein CRM-System einsetzt.

Die Aufgabe eines CRM-Systems besteht darin, die Interaktion zwischen Kunden und Unternehmen zu unterstützen. Das beinhaltet die Dokumentation und Verwaltung von Kundenbeziehungen, indem alle kundenspezifischen Unternehmensaktivitäten aufgezeichnet werden. Dadurch ergibt sich eine Fülle von Möglichkeiten, die in dieser wissenschaftlichen Arbeit am Beispiel von Microsoft Dynamics CRM und der Technik, die diese Plattform bietet, aufgezeigt werden.

Zuerst wird auf CRM allgemein eingegangen und die Vor- und Nachteile werden beschrieben. Danach wird näher auf MS Dynamics CRM eingegangen und im darauf folgenden Kapitel die Technik erläutert, auf der MS Dynamics basiert und arbeitet [1], [2].

## 2 Einführung in CRM

CRM bietet eine Chance für Unternehmen, insbesondere für mittelständische Unternehmen. Da der Wettbewerb auf den Märkten immer schwieriger und härter wird, da es immer mehr ähnelnde Angebote gibt, müssen Unternehmen nun handeln. Eine Lösung, gegenüber den Mitbewerbern hervorstechen, besteht darin, CRM zur besseren Kundenbindung einzusetzen. Es ist von großer Bedeutung für ein Unternehmen sich um ihre Angebots- und Servicepolitik zu kümmern und zwar so schnell wie möglich, da Kundenbindung, Kundenzufriedenheit und Kundennähe Schlagwörter sind, die heutzutage immer wichtiger werden.

Wenn man bedenkt, dass die Neugewinnung eines Kunden viermal so viel kostet, wie einen bestehenden zu behalten, sollten die Maßnahmen eines Unternehmens innerhalb der Angebots- und Servicepolitik überarbeitet und den heutigen gestiegenen Bedürfnissen der Kunden angepasst werden. Dabei kann das Kundenbeziehungsmanagement helfen [3].

### 2.1 Vorteile durch CRM

Hier werden einige Vorteile von CRM aufgezählt, die einen Einblick geben werden was man mit Kundenbeziehungsmanagement bewerkstelligen kann

- CRM kann den Verkaufsverlauf und Kundeninteressen über die Zeit hinweg verfolgen und aus diesen Daten neue Marketinginitiativen für den jeweiligen Kunden aus seiner Historie generieren.
- CRM kann alle Dienstanfragen protokollieren. Die Sicht auf den Dienstverlauf kann einem Techniker helfen ein neues Problem eines Kunden schneller zu lösen.
- CRM bietet eine Sicht auf das Gesamtbild eines Kunden über alle Funktionsbereiche wie z.B. Vertrieb, Marketing und Kundenservice hinweg. So könnte ein Manager alle Interaktionen mit einem Kunden beobachten.
- CRM bietet einem Marketingmanager Funktionen um die Effektivität seiner Marketinglisten und Kampagnen zu analysieren. Er kann dann zukünftige Marketinginvestitionen besser zuteilen.
- CRM bietet Business Intelligence-Tools, mit denen ein Analytiker Kunden und Interessenten aufgliedern könnte um Trends zu beobachten und daraus Vorhersagemodelle für den Vertrieb und die Kundenserviceplanung zu entwickeln [1].

Allgemein kann man sagen, dass CRM erhebliche Kosteneinsparungen bringt, die durch die Strukturierung und Vereinfachung administrativer Tätigkeiten und die unmittelbare Bündelung aller Informationen entstehen. Jedem Kunden wird eine Individualität geboten, denn jeder Kunde wird gezielt auf seine Bedürfnisse und Wünsche hin angesprochen. Alle diese Aspekte führen zu

einer Steigerung der Servicequalität. Dieses beinhaltet bessere Kundenzufriedenheit und langfristige Beziehungen [3].

## 2.2 Nachteile durch CRM

Hier werden nun einige Nachteile oder auch Voraussetzungen von CRM aufgezeigt, die beachtet werden müssen.

- Voraussetzung für den Erfolg eines CRM-Systems ist, dass es als Unternehmensphilosophie verstanden und als solche von jedem Mitarbeiter entsprechend behandelt und gelebt wird.
- Nur wenn die Mitarbeiter mit dem CRM-System zufrieden sind, sind sie in der Lage auf die Wünsche der Kunden mit hundertprozentigem Engagement einzugehen. Deshalb ist es wichtig alle Mitarbeiter aus allen Bereichen richtig zu schulen und einzuarbeiten. Sie müssen verstehen, welche Vorteile sie in Zukunft daraus für ihre Tätigkeit ziehen können.

Allgemein kann man sagen, dass durch CRM keine Nachteile entstehen können, wenn man CRM als Unternehmensphilosophie versteht und danach arbeitet. CRM ist auf keinen Fall teuer in der Anschaffung. Es muss nur richtig und bedacht eingeführt werden, das heißt, dass es nicht auf einmal im ganzen Unternehmen eingeführt werden sollte, sondern nur schrittweise in Teilprojekten in einzelnen Unternehmensbereichen. Das Problem, dass die Integration eines CRM mit hohen Kosten und aufwändigen Umstrukturierungen verbunden ist, kann durch eine sorgfältige Planung und die Auswahl der richtigen Partner vermieden werden [3].

## 2.3 Zusammenfassung

Zusammenfassend ist festzustellen, dass CRM eine sinnvolle Methode ist, die es erlaubt alle kundenspezifischen Informationen zu strukturieren und effektiv einzusetzen. Hieraus werden aus anonymen Datenmassen individuelle Kontakte generiert, die man pflegen muss. Für mittelständische Unternehmen gilt es die Vorteile des CRM durch den integrativen Einsatz aller Instrumente zu nutzen. Sie erhöhen damit entscheidend ihre Konkurrenzfähigkeit und nutzen die Chance sich langfristig am Markt zu platzieren.

Eine erfolgreiche CRM-Implementierung wird daher sowohl kurz- als auch langfristige Vorteile für jedes Unternehmen bieten.

Bis jetzt wurde nur allgemein auf CRM geschaut. Ab dem nächsten Kapitel wird näher auf die spezielle Lösung „MS Dynamics CRM“ eingegangen [1], [3].

## 3 Einführung in MS Dynamics CRM

Microsoft hat erkannt, dass ein Bedarf für eine bessere CRM-Softwareplattform besteht und damit MS Dynamics CRM entwickelt. Diese Software ist so ausgelegt, dass sie als Technologieplattform für

Implementierungen von CRM-Strategien für Firmen aller Größen verwendet werden kann [1].

### 3.1 Überblick

Mit Microsoft Dynamics CRM optimiert man alle kundenorientierten Geschäftsprozesse. Man profitiert beim Marketing, Vertrieb und Service von einer durchgängigen Lösung, die schnell einsetzbar, flexibel anzupassen und einfach in der Pflege ist. Die Integration in die vertraute Arbeitsumgebung von Microsoft Office Outlook sorgt für hohe Akzeptanz bei den Mitarbeitern. Dies bietet eine optimale Basis, damit produktiv mit dem CRM-System gearbeitet werden kann.

In Microsoft Dynamics CRM werden alle Daten zu Kunden, Interessenten, Verkaufschancen, Servicefällen usw. an einer zentralen Stelle erfasst. Flexible Zugriffsmöglichkeiten direkt in Microsoft Office Outlook, über einen Webbrowser oder über ein mobiles Endgerät gewährleisten, dass diese Daten jederzeit und an jedem beliebigen Ort für die Mitarbeiter zur Verfügung stehen. Ein weiterer Vorteil der vollständig integrierten CRM-Software sind die umfassenden Berichte und Auswertungsmöglichkeiten: Man erhält maximale Transparenz in allen kundenorientierten Prozessen [4].

### 3.2 Erschwerende Faktoren

Es gibt einige erschwerende Faktoren die bei der Einführung von einem CRM-System eine Rolle spielen.

Dieser Probleme hat sich Microsoft mit Dynamics CRM angenommen. So gibt es für all diese erschwerenden Faktoren eine entsprechende Lösung, die in der Softwareplattform Dynamics CRM beinhaltet ist. Die darunter folgenden Faktoren machten es schwer ein CRM-System einzuführen.

Einer der erschwerenden Faktoren bei der Einführung eines neuen CRM-Systems sind sich schnell ändernde Geschäftsprozesse. Dies erfordert von den Mitarbeitern sich schnell anzupassen. Doch CRM-Systeme können nicht adäquat folgen und sind meistens nicht so schnell anzupassen, wie es nötig wäre.

Ein weiterer Faktor der erschwerende Folgen hat, sind externe Mitarbeiter, die auf ein CRM-System von extern zugreifen möchten. Wenn dieses unbedingt erforderlich ist, müsste man auf ein Live-System setzen. Dieser Fall wird in Abschnitt 3.4 näher erläutert.

Des Weiteren können mehrkanalige Kundeninteraktionen von Nöten sein, wenn diese ein Kunde fordert. Das wären z.B. Telefon, Fax, Websites, Email und Instant Messaging. Diese Technologien müssten alle vom CRM-System beherrscht werden, wenn eine Firma all diese Interaktionen mit einem Kunden verfolgen möchte.

Als Nächstes sind schwierige und starre Systeme zu nennen. Frühere Systeme hatten den Ruf, dass sie schwierig zu installieren und zu betreiben waren.

Schlechter war aber noch, dass Unternehmen nur mit viel Geld und Aufwand ihr Kundenservicesystem an neue Geschäftsprozesse anpassen konnten.

Der zuletzt zu nennende wichtige Faktor, der es erschwerte ein CRM-System einzuführen, ist, wenn man schon mehrere Kundenverwaltungssysteme im Einsatz hat. Zum Beispiel eines für die Vertriebsverwaltung, ein weiteres für die Lagerbestandsverwaltung und noch ein anderes für die Finanzbuchhaltung. Diese Systeme können möglicherweise nicht ohne weiteres miteinander kommunizieren. Dies kann zu Kommunikationsproblemen führen. So kann es passieren, dass ein Kunde ein Problem beim Kundenservice anmeldet, ohne dass das Vertriebsverfolgungssystem davon sofort in Kenntnis gesetzt wird.

Die Lösungen wie MS Dynamics CRM diese Probleme angeht werden in den späteren Kapiteln genauer beschrieben [1].

### 3.3 Die Vorteile von MS Dynamics CRM

Microsoft hat sich zur Lösung der im letzten Abschnitt genannten Probleme, den folgenden drei wichtigen Softwarethemen gewidmet:

- Abstimmung auf die Arbeitsweise

In älteren CRM-Systemen mussten Benutzer auf mehrere Produktivtools zurückgreifen, da im CRM-System nicht alle Funktionalitäten implementiert waren. Zum Beispiel musste man für E-Mail, Kalender, Aufgabenverwaltung und Tabellenkalkulationen verschiedene Programme benutzen. Benutzer mussten dann Kundendaten in ihr CRM-System kopieren. Dieser zusätzliche Schritt bremste die Benutzer in ihrer Arbeit und verlangte, dass man sich mit einem vollkommen neuen Tool befassen musste.

Microsoft hat dieses Problem dadurch gelöst, dass MS Dynamics CRM in Programme wie Outlook, Word und Anderen integriert ist. Damit können Benutzer ihre üblichen Aufgaben verfolgen und zusätzlich die Sicht auf die Daten aus MS Dynamics CRM haben.

Benutzer senden wichtige Daten an den Server, auf dem Dynamics CRM installiert ist. Das können z.B. Emails, Kontakte, Aufgaben oder Kalenderelemente sein, die von Outlook aus ins CRM übernommen werden. Um dieses so nutzen zu können, muss die Client-Software für Outlook installiert sein.

Insgesamt kann MS Dynamics CRM in folgende Produktivtools integriert werden: MS Outlook, MS Excel, MS Word, MS Exchange Server, MS SharePoint, MS Office Communication Server. Die hier genannten Tools werden im Glossar näher beschrieben.

- Abstimmung auf das Unternehmen

MS Dynamics CRM ist darauf konzipiert der Arbeitsweise eines Unternehmens zu entsprechen, damit die Benutzer es so einfach wie nur möglich haben. Es bietet die folgenden Vorteile:

- **Geschäftsprozessautomatisierung:** In einem Workflow-Modul, das man über die Weboberfläche steuert, kann man alle Geschäftsabläufe automatisieren.

- **Robustes Sicherheitsmodell:** Ein rollenbasiertes Sicherheitsmodell, das sehr umfangreiche Einstellungsmöglichkeiten bietet, aber dennoch flexibel genug bleibt um zum Beispiel Ad-hoc-Teams zu erstellen.
- **Webbasierte Konfiguration:** MS Dynamics CRM kann schnell in einer Weboberfläche an Geschäftsprozesse angepasst werden. Man kann Formulare konfigurieren, Felder hinzufügen sowie neue Datentypen erstellen, die sich ohne Programmieraufwand verfolgen und verwalten lassen.
- **Offene Programmierschnittstellen:** Man kann mit nahezu jedem Typ von externer Anwendung eine Verbindung über die MS Dynamics CRM Programmierschnittstelle herstellen. Sie stützt sich auf Webdienste, so dass man fast jede Integrationstechnologie oder Plattform verwenden kann. Externe Anwendungen sind beispielsweise die Firmenwebsite, Firmen-Intranet oder ein Finanzbuchungssystem.
- **Globale Bereitstellungen:** Für jeden Benutzer weltweit werden entsprechend seiner Region die Sprache sowie das Format von Datum und Währung aus der Datenbank geladen und in der Benutzeroberfläche angepasst. Das bedeutet, dass alle diese Daten in ein und derselben Datenbank gespeichert sind, so dass alle Benutzer die gleiche Bereitstellung als Basis benutzen.

- Abstimmung auf die IT-Anforderungen

Microsoft Dynamics CRM bietet Vorteile für die IT Infrastruktur und zwar:

- **Branchenstandardtechnologien:** Es werden branchenübliche Netzwerkverwaltungstechniken unterstützt, z. B. Active Directory und integrierte Windows-Authentifizierung. Benutzer brauchen also keine separate Anmeldung für MS Dynamics CRM.
- **Assistenten:** MS Dynamics CRM kann ohne schwierige Konfigurationseinstellungen über Assistenten installiert werden.
- **Notfallwiederherstellung:** Da MS Dynamics CRM Clustering für Web-, Datenbank- und Email-Serverumgebungen unterstützt, sind die Daten eines Unternehmens immer schnell wiederherstellbar.
- **Zero-Footpoint Clients:** Per Webbrowser können sich externe Mitarbeiter weltweit anmelden und auf Kundendaten zugreifen.
- **Mehrere Bereitstellungsoptionen:** Es gibt, wie im folgendem Abschnitt genauer beschrieben, mehrere Möglichkeiten MS Dynamics CRM zu beziehen. Man kann jederzeit auf eine andere Option wechseln.
- **Serverrollenbereitstellung:** Serverdienste können auf mehrere Computer aufgeteilt werden um bei großen Systemen die Systemlast zu verteilen.
- **Verschiedene Typen von Email:** Es werden neben dem Arbeiten mit dem MS Exchange Server auch jedes POP3- und SMTP-Email-System unterstützt.
- **Mehrinstanzfähige Architektur:** Es können Kopien von MS Dynamics CRM auf derselben Hardware betrieben werden. Das ermöglicht eine bessere Aufspaltung in bestimmte Bereiche eines Unternehmens [1].

### 3.4 Bereitstellungsmöglichkeiten

Microsoft bietet den Kunden drei verschiedene Auswahlmöglichkeiten in Bezug auf das Erwerben und Bereitstellen der Software.

Man kann,

- die Software lokal bereitgestellt bekommen und ständige Softwarelizenzen erwerben.
- die Software auf gehosteter Basis über Microsoft Dynamics CRM Live bereitgestellt bekommen und Benutzerlizenzen erwerben.
- die Software auf gehosteter Basis über Hosting-Partner von Microsoft bereitgestellt bekommen und Benutzerlizenzen erwerben.

Obwohl alle drei Optionen die gleiche Kernfunktionalität von Microsoft Dynamics CRM bieten, gibt es einige Unterschiede zwischen den Bereitstellungsmöglichkeiten, die man berücksichtigen sollte, bevor man sich für das am besten geeignete Bereitstellungsmodell entscheidet. In der folgenden Tabelle werden diese drei Modelle und die jeweils darin enthaltenen Funktionalitäten aufgezeigt. Eine Diskussion darüber was nun für wen geeigneter ist erfolgt im nächsten Abschnitt [1].

	Lokal	Microsoft Dynamics CRM Live	Durch Partner gehostet
Unterstützt integrierte Windows-Authentifizierung	Ja	Nein	Ja
Unterstützt Formularauthentifizierung	Ja	Nein	Ja
Verwendet Windows Live ID-Authentifizierung	Nein	Ja	Nein
Unterstützt Erstellung von benutzerdefinierten Attributen und Entitäten	Ja	Ja	Ja
Unterstützt Konfiguration von Sicherheitsrollen, Unternehmenseinheiten	Ja	Ja	Ja
Unterstützt Modifikation der Sitemap und <i>ISV.config</i>	Ja	Ja	Ja
Unterstützt Datenimport und -export	Ja	Ja	Ja
Erlaubt programmgesteuerten Zugriff auf die Microsoft Dynamics CRM-Webdienste	Ja	Ja	Ja
Unterstützt die Verwendung von IFRAME.	Ja	Ja	Ja
Unterstützt das Hosten von benutzerdefinierten Seiten auf Microsoft Dynamics CRM-Server	Ja	Nein	Partnerspezifisch
Unterstützt die Verwendung von Programmier-Plug-Ins	Ja	Nein	Partnerspezifisch
Unterstützt Workflow	Ja	Ja	Ja
Unterstützt benutzerdefinierte Workflowassemblies	Ja	Nein	Partnerspezifisch

Abb. 1 Bereitstellungsmöglichkeiten von Dynamics CRM [1]

### 3.5 Kaufen oder Mieten?

Jedes Unternehmen, das in MS Dynamics CRM investieren möchte, muss sich Gedanken darüber machen, welche der Möglichkeiten zur Bereitstellung es nutzen möchte. Hierbei muss man sich genau überlegen welche Funktionalitäten zwingend benötigt werden könnten und welche weniger. Auf dieser Basis kann man sich für eine der Bereitstellungsmöglichkeiten entscheiden.

Die Lokale Variante beinhaltet alle Funktionalitäten von MS Dynamics CRM. Diese werden nur Unternehmen benötigen, die komplexe Programmier- oder Integrationsanforderungen haben.

MS Dynamics CRM Live ist allerdings dagegen besser für Firmen geeignet, die nur einen geringen Anpassungs- und Konfigurationsbedarf haben.

Die zur Verfügung gestellten Funktionalitäten bei der durch Partner gehosteten Variante sind vom Partner abhängig und deshalb variieren sie im Funktionsumfang. Es kann sein, dass diese Variante einem lokalen System in nichts nachsteht oder auch weniger Funktionen, als MS Dynamics CRM Live bietet.

Man sollte sich also genau überlegen, welche Variante in der Bereitstellung die Beste ist. Man muss wissen, dass immer die Möglichkeit gegeben ist zu wechseln. Es ist also kein Problem vorerst mit einer gehosteten Variante zu beginnen, um die CRM-Lösung von den Mitarbeitern ausprobieren zu lassen. Wenn diese akzeptiert wird und für alle Geschäftsprozesse ausreichend ist, kann man es dabei schon belassen. Wenn aber mehr Funktionalität benötigt wird um komplexere Geschäftsprozesse besser in die CRM-Lösung implementieren zu können, kann man sich überlegen, ob man auf eine lokale Variante umsteigen sollte.

### 3.7 Zusammenfassung

Zusammenfassend kann man sagen, dass MS Dynamics CRM alle in der Vergangenheit bei der Einführung von CRM-Systemen als erschwerend geltende Faktoren beseitigt. Die drei Bereitstellungsoptionen sind sehr komfortabel und können ohne Probleme gewechselt werden. Dieses bringt eine hohe Sicherheit mit sich, da man immer die Möglichkeit besitzt, die gesammelten Daten auf ein Live-System zu migrieren. Live-Systeme versprechen höchste Sicherheit, denn sonst hätten Beitreiberrfirmen keine Chance auf dem Markt zu überleben.

## 4 Technik

### 4.1 Einführung

MS Dynamics CRM ist ein umfangreiches und akzeptiertes Kundenbeziehungsmanagement-System. Die Technik, auf der MS Dynamics

CRM basiert und die es so erfolgreich macht, wird in diesem Kapitel näher erläutert und mit Beispielen behaftet.

In der unteren Abbildung kann man die MS Dynamics CRM-Technologie genauer betrachten. Ganz unten stehen die Benutzungsoberflächen mit denen auf die verschiedenen Sichten (Marketing, Vertrieb, Service) zugegriffen werden kann. Diese Bereiche wiederum nutzen gemeinsam die gleiche Serverstruktur mit derselben Datenbank. So kann über jede Sicht auf die Daten der jeweils anderen zugegriffen werden. Die Datenbank beinhaltet die Business-Logik und Report-Informationen sowie alle gespeicherten Daten durch den Benutzer, wie z. B. Kundendaten.

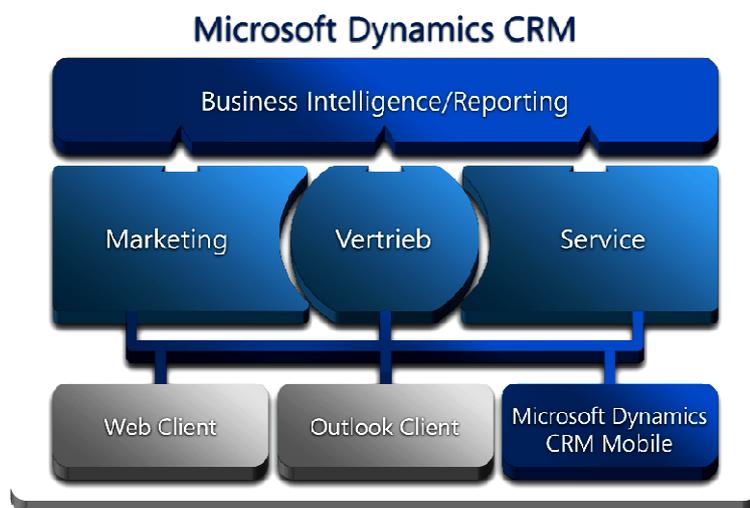


Abb. 2 Technologie – MS Dynamics CRM [4]

## 4.2 Technische Infrastruktur

MS Dynamics CRM kann mit branchenüblichen Technologien zusammenarbeiten. Dies sind beispielsweise Active Directory, Windows Server und SQL Server. Diese Technologien werden im Glossar näher beschrieben.

Die endgültige Konfiguration von MS Dynamics CRM hängt von folgenden Variablen ab:

- Anzahl zur Verfügung stehender Server
- Anzahl der Benutzer
- Hardwarespezifikationen der Server
- Leistung des lokalen Netzwerks
- Vorhandene Netzwerkstruktur
- Sicherheitskonfigurationen (VPN (Virtual Private Network), Firewalls)
- Umfang der Notfallwiederherstellungssysteme

Wenn MS Dynamics CRM neu aufgesetzt wird, müssen alle diese Variablen berücksichtigt werden um anschließend eine sichere und stabile MS Dynamics CRM Konfiguration im Einsatz zu haben. Im Implementierungshandbuch sind viele Konfigurationsmöglichkeiten von Dynamics CRM basierend auf den

oben genannten Variablen aufgelistet, sodass man die am besten geeignete Installation nur auszusuchen und durchzuführen braucht.

Von der Serverumgebung werden diese Komponenten verlangt:

- Windows Server (2003 oder 2000) oder Small Business Server 2003 Premium Edition
- SQL Server 2005 mit SQL Server Reporting Services

Hardware- und Softwareanforderungen für die Client-Software ändern sich stetig, deswegen sollte man sich immer vorerst auf der MS Dynamics CRM Website oder im Implementierungshandbuch informieren. Mit der aktuellen Version 4.0 der MS Dynamics Technologie-Plattform sind die Minimalanforderungen ein Windows-Betriebssystem XP SP2 und ein Internet Explorer 6 SP1. MS Dynamics CRM für Outlook erfordert MS Office mit der Version 2004 SP3 oder 2007 SP1 [1].

### 4.3 Benutzungsoberflächen

Auf MS Dynamics CRM kann man über den Webbrowser zugreifen, da es eine webbasierte Anwendung ist, die auf dem .NET-Framework aufbaut. Die unten stehende Abbildung zeigt die Weboberfläche von MS Dynamics CRM.

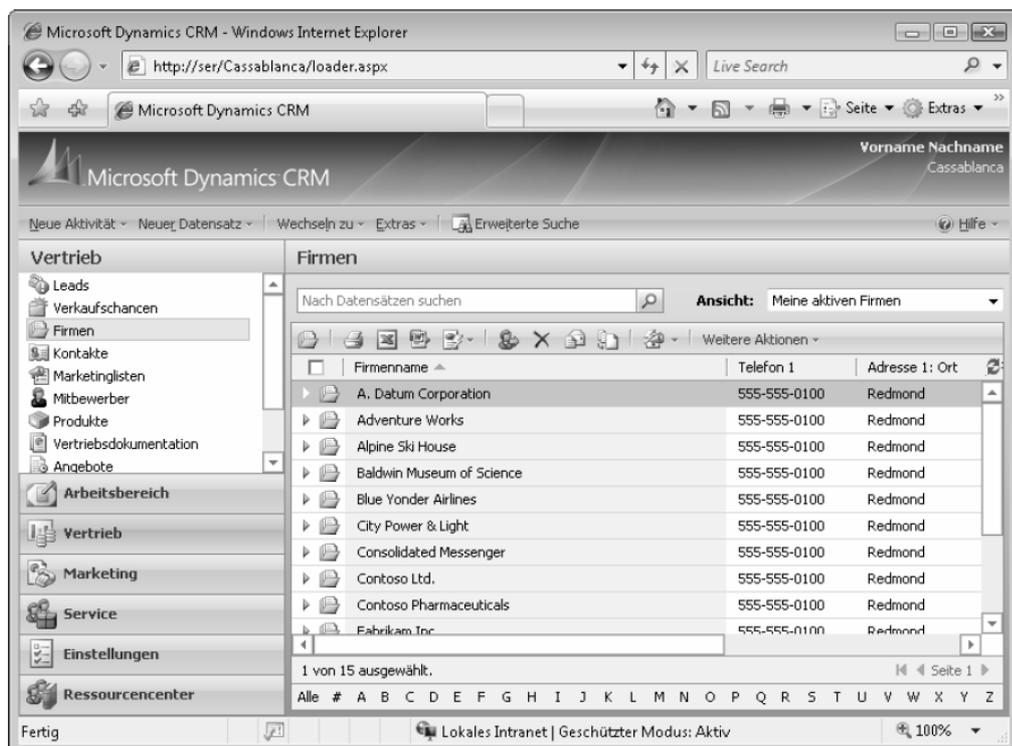


Abb. 3 Weboberfläche für Zugang zu MS Dynamics CRM [1]

Neben der Weboberfläche kann man auch von MS Outlook auf die Dienste von MS Dynamics CRM zugreifen. Dieses geschieht entweder im Online- oder Offline-Betrieb.

Hierbei unterscheidet sich der Online- vom Offline-Betrieb darin, dass man im Online-Betrieb direkt mit dem Server kommunizieren und Daten austauschen kann. Im Offline-Betrieb hingegen arbeitet man völlig abgeschottet von MS Dynamics CRM Server und synchronisiert die veränderten Daten mit dem Server wenn man wieder Online sein kann. Um dieses zu gewährleisten kopiert MS Dynamics CRM die Daten vom MS Dynamics CRM Server auf eine lokal liegenden MS SQL Server 2005 Datenbank. Diese Zugriffsart ist besonders für Laptop-Benutzer interessant, die nicht jederzeit im Internet sein können. In der Abbildung 3 ist zu sehen wie sich Outlook mit installiertem MS Dynamics CRM für Outlook verändert hat.

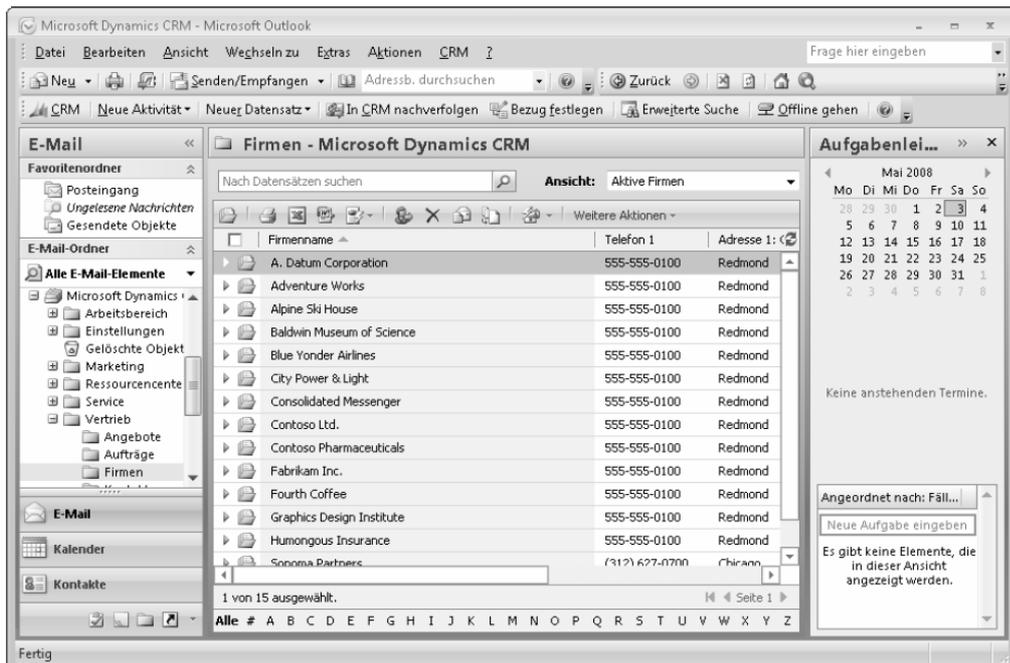


Abb. 4 Outlook-Oberfläche nach Installation vom MS Dynamics CRM für Outlook [1]

Es ist eine zusätzliche Leiste mit Dynamics CRM Funktionalitäten sowie eine MS Dynamics CRM Ordnerstruktur hinzugekommen. Über die Ordnerstruktur kann man auf die selben Inhalte zugreifen wie auch über die Weboberfläche auch.

Eine weitere Variante um auf MS Dynamics CRM zuzugreifen ist von einem mobilen Gerät, diese Technologie ist aber noch nicht ausgereift genug um sie als wirtschaftlich nutzbar zu sehen [1].

#### 4.4 Entitäten

Entitäten sind Datensatztypen, die im gesamten CRM-System ihre Verwendung finden. Dieses Konzept der Entitäten ist in MS Dynamics CRM sehr stark integriert. Nur wenn dieses verstanden ist, kann man sich an schwierigere Anpassungen wagen.

Die Standardinstallation umfasst über 150 verschiedene Entitäten. Die wichtigsten und die am häufigsten benutzten sind die folgenden:

- **Lead (potenzieller Kunde):** Ein potenzieller Kunde für den MS Dynamics CRM automatisch einen Firmen-, Kontakt- und Verkaufschancendatensatz erstellen kann, wenn dieses vom Benutzer gewollt ist.
- **Kontakt:** Das können Kunden sein, aber auch Lieferanten, Partner, Anbieter, usw.
- **Firma:** Ein anderes Unternehmen, das mit dem eigenen interagiert. Es können über- und untergeordnete Beziehungen dargestellt werden um Geschäftsabteilungen besser hervorzuheben.
- **Verkaufschance:** Diese Entität markiert ob ein potenzieller Kunde einen Kauf abgeschlossen hat oder nicht.
- **Anfrage:** Ein Kundenserviceproblem, das bis zum Abschluss sichtbar ist. Eine Anfrage kann beispielsweise als geschlossen, weitergegeben, geöffnet, usw. markiert werden.
- **Aktivität:** Eine Aktivität ist eine Aktion. Dieses ist etwas was noch getan werden muss, beispielsweise Aufgaben, Telefonanrufe, Briefe oder E-Mail-Nachrichten. Aktivitäten können mit anderen Entitäten verknüpft werden.
- **Hinweis:** Eine Textanmerkung, die man mit verschiedenen Entitäten verknüpfen kann [1].

## 4.5 Anpassung (Customization)

MS Dynamics CRM bietet die folgenden Mechanismen zur Anpassung des Systems:

- Erstellung bzw. Anpassung von Entitäten
- Sitemap und ISV.config
- Benutzerberichte
- Workflowregeln
- Integration von Geschäftslogik
- Plug-Ins
- Skripting
- Clienterweiterungen

[1]

## 4.6 Zusammenfassung

Bei der Konfiguration und Installation von MS Dynamics CRM müssen alle Variablen die vorkommen genau gelesen werden, damit das System richtig konfiguriert werden kann.

Es gibt drei verschiedene Benutzeroberflächen mit denen auf MS Dynamics CRM zugegriffen werden kann. Diese können miteinander in Kombination eingesetzt werden oder auch nur eine einzelne Variante genutzt werden.

Microsoft Dynamics CRM verwendet Entitäten als Datenspeichermechanismus für die Datensatztypen in der Software. Dabei kann man die Standardsystementitäten einschließlich deren Formulare anpassen sowie Ansichten modifizieren. Außerdem kann man vollkommen neue Entitäten

erstellen um Daten über neue Datensatztypen zu erfassen, die für das Unternehmen einzigartig sind. Neben der Anpassung von Entitäten bietet Microsoft Dynamics CRM ein breites Spektrum von Anpassungs- und Integrationsoptionen [1].

## 5 Fazit und Zukunftsaussichten

CRM wird als eine Unternehmensstrategie angesehen, die alle Kundeninteraktionen ineinander vereint und verwaltet. Bei Einführung einer CRM-Strategie überwiegen meistens die Vorteile. Das Unternehmen steigert die Qualität der Arbeitsweise und die Produktivität wird erhöht. Bei sehr kleinen Unternehmen lohnt sich allerdings ein CRM-System nur, wenn es viele Kunden besitzt, sonst wäre es ohne besonderen Nutzen, da ein solches Unternehmen sich mehr auf die eigentliche Arbeit konzentrieren muss.

Microsofts Dynamics CRM ist so konzipiert, dass Beschwerden der Benutzer und der IT in Bezug auf frühere CRM-Systeme Rechnung getragen werden kann.

Es stützt sich insbesondere auf die allgemein bekannten Tools wie zum Beispiel Outlook, Word, Excel und den Internet Explorer.

Außerdem greift es auf Standard-Technologien wie Active Directory, Exchange Server und SQL Server zurück, damit Administratoren in kurzer Zeit die Software bereitstellen können.

Es sind mit MS Dynamics CRM sehr gute Möglichkeiten gegeben um die Software nach den Ansprüchen des Unternehmens anzupassen.

Im Großen und Ganzen ist Microsoft Dynamics CRM eine gute Wahl als Technologieplattform für die Implementierung von CRM-Strategien. Dieses ist aber nur dann gegeben, wenn dies als Unternehmensphilosophie verstanden und gelebt wird. Weiterhin muss es richtig und bedacht eingeführt werden, etwa in Teilprojekten in einzelnen Unternehmensbereichen, damit man es genau testen kann. Wenn all dieses befolgt wird, kann nicht mehr viel fehlschlagen und man kann sich als Unternehmen darüber freuen, dass man für die Zukunft gewappnet ist und keine Produktivitätsverluste erleiden muss.

## Glossar

### **CRM**

Customer Relationship Management (dt. Kundenbeziehungsmanagement) oder Kundenpflege bezeichnet die Dokumentation und Verwaltung von Kundenbeziehungen und ist ein wichtiger Baustein für Beziehungsmarketing.

### **VPN (Virtual Private Network)**

(dt. *virtuelles privates Netz*) dient der Einbindung von Geräten eines benachbarten Netzes an das eigene Netz, ohne dass die Netzwerke zueinander kompatibel sein müssen.

### **Firewall**

Eine externe (*Netzwerk-* oder *Hardware-*) Firewall (von engl. *firewall* „die Brandmauer“; auch: *der* Firewall) stellt eine kontrollierte Verbindung zwischen zwei logischen Netzen her.

### **.NET-Framework**

.NET (sprich dotnet) ist eine von Microsoft entwickelte Softwareplattform. Diese umfasst eine Laufzeitumgebung, eine für Programmierer bestimmte Sammlung von Klassenbibliotheken (API), und angeschlossene Dienstprogramme (*Services*).

### **MS Outlook**

Microsoft Outlook (OL) (*für Windows*) ist ein verbreitetes Personal Information Manager der Firma Microsoft.

### **MS Excel**

Microsoft Excel ist ein Tabellenkalkulationsprogramm der Firma Microsoft.

### **MS Word**

Microsoft Word ist ein Textverarbeitungsprogramm der Firma Microsoft

### **MS Exchange Server**

Der Exchange Server ist ein Groupware- und Nachrichtensystem der Firma Microsoft. Er kann für umfangreiche und vielfältige Aufgaben in von Microsoft-Produkten geprägten Infrastrukturen eingesetzt werden und eignet sich für alle Größen von Netzwerken.

### **MS Windows SharePoint Services**

(kurz: *WSS*) bezeichnet ein Produkt der Firma Microsoft. Ziel der Windows SharePoint Services ist die Optimierung der Zusammenarbeit von Benutzern unter einer Weboberfläche. Der grundlegende Aufbau der Windows

SharePoint Services sorgt für eine integrative und themenorientierte Form der Zusammenarbeit zwischen den beteiligten Personen.

### **MS Office Communication Server**

Der Microsoft Office Communications Server (OCS) ist eine Echtzeit-Serveranwendung für die Unternehmenskommunikation. Er stellt eine Infrastruktur für Instant Messaging, Präsenzinformation und IP-Telefonie bzw. Video- und Web-Konferenzen zur Verfügung. Auf den Mitarbeiter-Rechnern wird zusätzlich der Office Communicator von Microsoft benötigt.

### **Active Directory**

Der Verzeichnisdienst von Microsoft Windows 2000/Windows Server 2003 heißt **Active Directory** (AD). Ab der aktuellen Version Windows Server 2008 wird die Kernkomponente als **Active Directory Domain Services** (ADDS) bezeichnet. Bei einem Verzeichnis (englisch: *directory*) handelt es sich um eine Zuordnungsliste wie zum Beispiel bei einem Telefonbuch, das Telefonnummern den jeweiligen Anschlüssen (Besitzern) zuordnet.

### **SQL Server**

SQL Server sind relationale Datenbanksysteme, deren Daten über die Abfragesprache SQL abgefragt und manipuliert werden können.

### **SQL Server Reporting Services**

SQL Server Reporting Services (SSRS) ist ein Server-basiertes Berichtgenerierungssystem von Microsoft. Es kann zur Vorbereitung und produktiven Erzeugung verschiedener Arten interaktiver oder vorgefertigter Berichte verwendet werden. Die Administration erfolgt über ein Webinterface. Reporting Services bietet eine Webservice-basierte Schnittstelle an, die die Entwicklung eigener Berichts Anwendungen unterstützt.

### **Windows Server (2003 oder 2000)**

Microsoft Windows Server 2003 ist ein Betriebssystem und wurde im Jahr 2003 von Microsoft als Nachfolger für die Windows 2000-Serverprodukte veröffentlicht.

### **MS Windows Small Business Server 2003**

Microsoft Windows Small Business Server 2003 ist ein Netzwerkbetriebssystem des Softwareherstellers Microsoft.

## Literatur

[1] Jim Steger, Mike Snyder: Arbeiten mit Microsoft Dynamics CRM 4.0. Microsoft Press 2008 (ISBN 978-3-86645-427-9)

[2] Wikipedia(Autor unbekannt), Microsoft Dynamics CRM  
[http://de.wikipedia.org/wiki/Microsoft\\_Dynamics\\_CRM](http://de.wikipedia.org/wiki/Microsoft_Dynamics_CRM)  
Zugriff: Oktober 2008

[3] CRM-Manager, Katrin Knörrich,  
[http://www.crmmanager.de/magazin/artikel\\_181\\_crm\\_chance\\_mittelstand.html](http://www.crmmanager.de/magazin/artikel_181_crm_chance_mittelstand.html)  
Zugriff: November 2008

[4] Microsoft, Microsoft Dynamics CRM  
<http://www.microsoft.com/germany/dynamics/produkte/crm/ueberblick/default.aspx>  
Zugriff: November 2008