

Kundenbeziehungsmanagement am Beispiel von Microsoft Dynamics CRM

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

14. Oktober 2008

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 Benutzeroberflächen
 - 4.4 Entities
 - 4.5 Customization
 - 4.6 Zusammenfassung
5. Fazit und Zukunftsaussichten
6. Glossar
7. 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 den steigenden Zahlen von Kunden ihrer Produkte hinterherhinken. Die veraltete Infrastruktur, die zur Kundenkommunikation und Pflege benutzt wird, ist nicht auf eine große Masse von Kunden ausgelegt. Dadurch wird in diesen Unternehmen uneffizienter gearbeitet, als in anderen. Es stellt sich die Frage wie man die 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 abermals an mehrere verschiedene Mitarbeiter weitergeleitet, denen man immer das gleiche erzählen musste, weil man immer dieselben Fragen gestellt bekam. Oder hat das Kreditkartenunternehmen einen Antrag auf ein neues Konto zugeschickt, wobei 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 beschrieben. Danach wird näher auf MS Dynamics CRM eingegangen und im darauf folgenden Kapitel die Technik, auf der MS Dynamics basiert und arbeitet, erläutert. [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, da es immer mehr ähnelnde Angebote gibt, müssen Unternehmen nun handeln. Eine Lösung zur Hervorhebung von anderen Mitbewerbern ist CRM. Kundenbindung, Kundenzufriedenheit und Kundennähe sind wichtige Schlagwörter, die heutzutage umso wichtiger werden. Deshalb ist es von großer Wichtigkeit für ein Unternehmen sich um ihre Angebots- und Servicepolitik zu kümmern und zwar so schnell wie möglich.

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

- CRM kann den Verkaufverlauf 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. So kann es für einen Techniker, durch die Sicht auf den Dienstverlauf, von großer Hilfe sein ein neues Problem eines Kunden 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, die er zu spüren scheint, denn jeder Kunde wird gezielt auf seine Bedürfnisse und Wünsche hin angesprochen. All diese Aspekte führen zu einer Steigerung der Servicequalität, diese beinhaltet bessere Kundenzufriedenheit und langfristige Beziehungen. [3]

2.2 Nachteile durch CRM

- 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 in Teilprojekten in einzelnen Unternehmensbereichen. Die Meinung, dass die Integration eines CRM mit hohen Kosten und aufwendigen 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.

Es dürfte klar geworden sein, dass eine erfolgreiche CRM-Implementierung sowohl kurz- als auch langfristige Vorteile für jedes Unternehmen bieten wird. [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, um sie als Technologieplattform für Implementierungen von CRM-Strategien, für Firmen aller Größen, verwenden zu können. [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 jeder gern und produktiv mit der CRM-Software arbeitet.

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 Ihre 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

Einer der erschwerenden Faktoren, um ein neues CRM-System einzuführen, sind sich schnell ändernde Geschäftsprozesse. Dieses fordert Mitarbeiter heraus, 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. Des Weiteren können mehrkanalige Kundeninteraktionen von Nöten sein, wenn diese ein Kunde fordert, dies könnte z.B.: Telefon, Fax, Websites, Email und Instant Messaging umfassen. Diese Technologien müssten alle vom CRM-System beherrscht werden, wenn eine Firma all diese Interaktionen eines 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 erschwert ein CRM-System einzuführen, ist wenn man schon mehrere Kundenverwaltungssysteme in 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. Dieses 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.

Diesen Problemen 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. Diesen Lösungen werden in den späteren Kapiteln genauer beschrieben [1]

3.3 Die Vorteile von MS Dynamics CRM

Microsoft hat sich um diesen Problemen, die im letzten Kapitel genannt wurden, zu begegnen, den drei wichtigen Softwarethemen gewidmet und zwar wären das:

- Abstimmung auf Ihre 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 sich diesem Problem mit Dynamics CRM angenommen. MS Dynamics CRM ist in Programmen wie Outlook, Word und Anderen integriert. Damit können Benutzer ihre üblichen Aufgaben verfolgen und zusätzlich haben sie die Sicht auf die Daten aus MS Dynamics CRM.

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 in folgende Produktivtools MS Dynamics CRM integriert werden:

MS Outlook, MS Excel, MS Word, MS Exchange Server, MS SharPoint, MS Office Communication Server.

- Abstimmung auf Ihr 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 Geschäftsabläufe automatisieren.
- **Robustes Sicherheitsmodell:** Ein rollenbasiertes Sicherheitsmodell, dass 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, sodass man fast jede Integrationstechnologie oder Plattform verwenden kann. Externe Anwendungen sind beispielsweise die Firmenwebsite, Firmen-Intranet oder ein Finanzbuchungssystem.

- **Globale Bereitstellungen:** Für jeden Benutzer auf der Welt, werden entsprechend seiner Region Sprache, Datumsformat und Währungsformat angepasst. All diese Daten sind in ein und derselben Datenbank gespeichert, sodass alle Benutzer die gleiche Bereitstellung benutzen.

- Abstimmung auf Ihre IT-Anforderungen

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

- **Branchenstandardtechnologien:** Es werden branchenübliche Netzwerkverwaltungstechniken unterstützt, z.B.: Active Directory, 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 Kapitel 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.

Und zwar:

- Ständige Softwarelizenzen kaufen und die Software lokal bereitstellen
- Auf gehosteter Basis über Microsoft Dynamics CRM Live bezahlen
- Auf gehosteter Basis über Hosting-Partner von Microsoft bezahlen

Obwohl alle drei Optionen die gleiche Kernfunktionalität von Microsoft Dynamics CRM bieten, gibt es einige Unterschiede zwischen den Bereitstellungsmöglichkeiten, die man berücksichtigen sollte, wenn man sich für das am besten geeignete Bereitstellungsmodell entscheidet. In der folgenden Tabelle werden diese drei Modelle und die jeweils beinhaltenden Funktionalitäten aufgezeigt. [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

1. Bereitstellungsmöglichkeiten von Dynamics CRM [1]

3.5 Kaufen oder Mieten?

Jedes Unternehmen, das in MS Dynamics CRM investieren möchte, muss sich entscheiden welches der Möglichkeiten zur Bereitstellung es nutzen möchte. Hierbei muss man sich genau überlegen welche Funktionalitäten 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 Programmierungs- oder Integrationsanforderungen haben.

MS Dynamics CRM Live ist allerdings 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 im nichts nachsteht oder auch schlechter im Funktionsumfang, als MS Dynamics CRM Live ist.

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 gut ankommt und für alle Geschäftsprozesse ausreichend ist, kann man es damit 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 als erschwerend geltende Faktoren um CRM-Systeme einzuführen beseitigt. Die drei Bereitstellungsoptionen sind sehr komfortabel und können ohne Probleme gewechselt werden. Dieses bringt eine hohe Sicherheit mit sich, da vorhandene Kundendaten immens sicher sind, da man immer die Möglichkeit besitzt, die gesamten Daten auf ein Live-System zu migrieren.

4 Technik

4.1 Einführung

MS Dynamics CRM ist ein Erfolgsmodell für Kundenbeziehungsmanagement. Aber wieso eigentlich? Die Technik auf der MS Dynamics CRM basiert und 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 Benutzeroberflächen mit denen auf die verschiedenen Sichten (Marketing, Vertrieb, Service) zugegriffen werden kann. Diese Bereiche wiederum nutzen die gleiche Serverstruktur mit derselben Datenbank. So kann jede Sicht auf die Daten der jeweils anderen zugreifen.

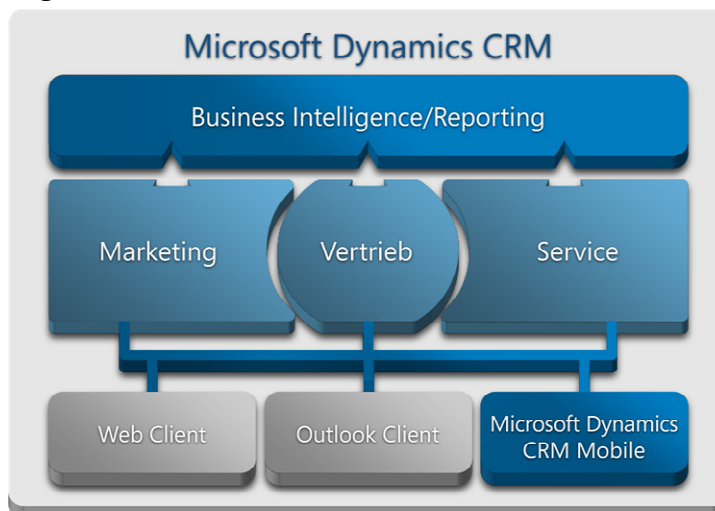


Abb. 2 Technologie – MS Dynamics CRM [4]

4.2 Technische Infrastruktur

MS Dynamics CRM kann mit branchenüblichen Technologien zusammenarbeiten. Dies wären beispielsweise Active Directory, Windows Server und SQL Server.

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 all diese Variablen bedacht werden, um 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 geeignetste 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 XP SP2 und ein Internet Explorer 6 SP1. MS Dynamics für Outlook erfordert MS Office 2004 SP3 oder MS Office 2007 SP1. [1]

4.3 Benutzeroberflächen

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.

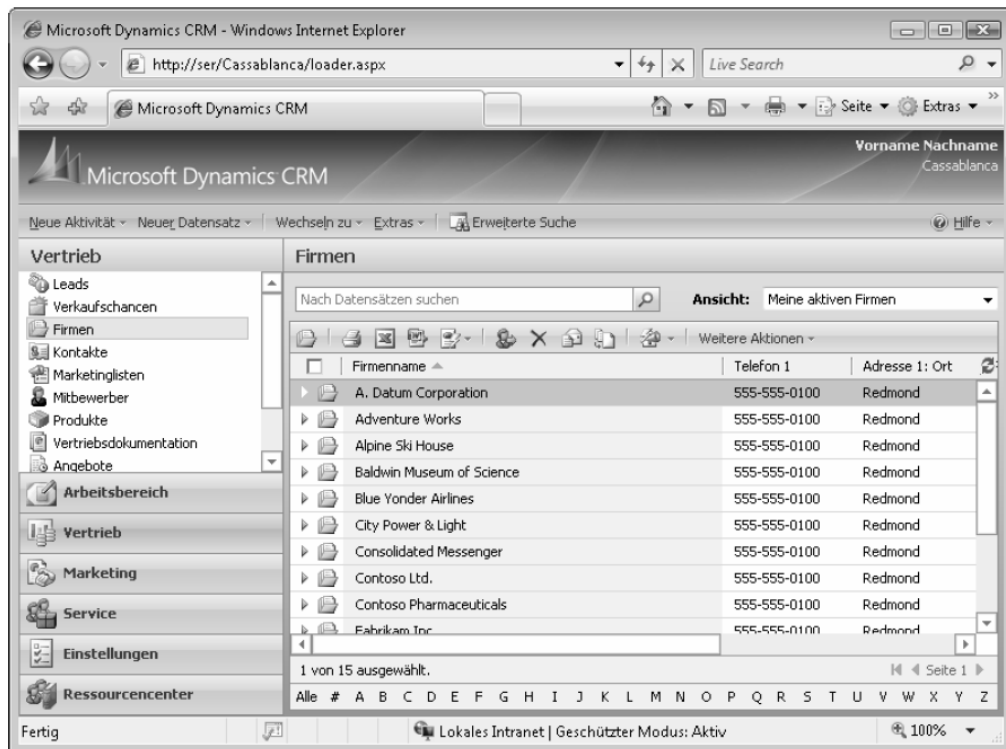


Abb. 2. Weboberfläche für Zugang zu MS Dynamics CRM [1]

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

Hierbei unterscheidet sich der Online- vom Offline-Betrieb davon, 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 jeder Zeit im Internet sein können. In der Abbildung 3 sieht man wie sich Outlook nachdem man MS Dynamics CRM für Outlook installiert verändert hat.

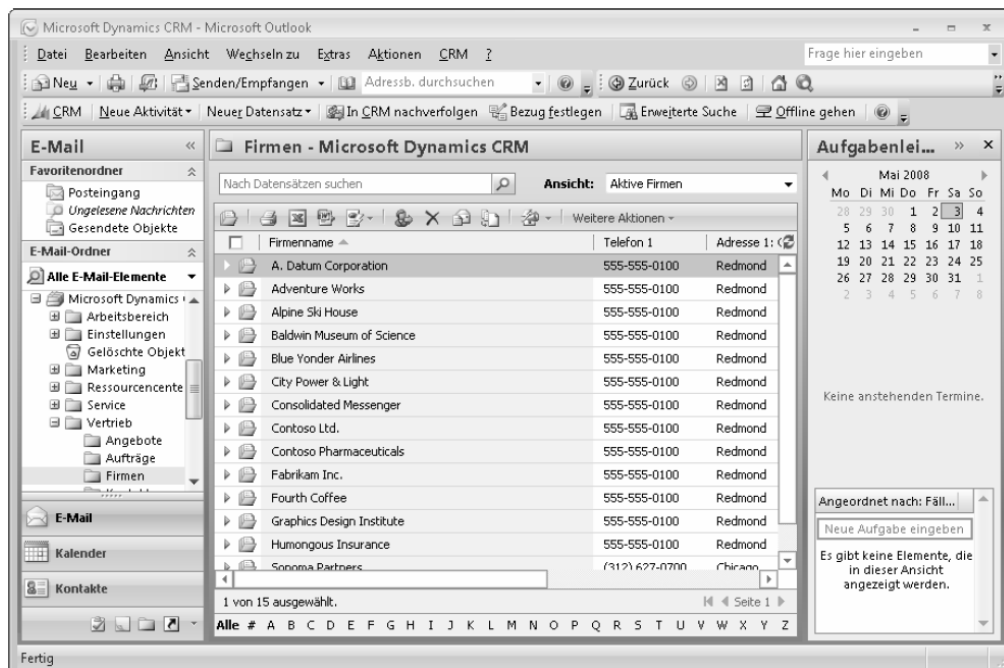


Abb. 3. Outlook-Oberfläche nach Installation vom MS Dynamics CRM für Outlook [1]

Es ist eine zusätzliche Leiste mit Dynamics CRM Funktionalitäten, sowie eine MS Dynamics CRM Orderstruktur, hinzugekommen. [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:** Ein potenzieller Kunde für den MS Dynamics CRM automatisch einen Firmen-, Kontakt- und Verkaufschancendatensatz erstellen kann, wenn vom Benutzer dieses gewollt ist.
- **Kontakt:** Das können Kunden sein, aber auch Lieferanten, Partner, Anbieter, usw.
- **Firma:** Ein anderes Unternehmen, das mit ihren 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, dass bis zum Abschluss sichtbar ist. Eine Anfrage kann beispielsweise als geschlossen, weitergegeben, geöffnet, usw. markiert werden.
- **Aktivität:** Eine Aktion 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 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 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 können Sie die Standardsystementitäten anpassen, einschließlich deren Formulare und Ansichten modifizieren. Außerdem können Sie vollkommen neue Entitäten erstellen, um Daten über neue Datensatztypen, die für Ihr Unternehmen einzigartig sind, zu erfassen. 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 in einander 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.

Microsofts Dynamics CRM ist so konzipiert, um Beschwerden des Benutzers und der IT in Bezug auf frühere CRM-Systeme Rechnung zu tragen.

Es stützt sich insbesondere auf die allbekannten 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 mit der Zukunft fährt und keine Produktivitätsverluste erleiden muss.

Literatur

[1] Mike Snyder, Jim Steger: 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
Zugriff: Oktober 2008

[3] CRM-Manager, Katrin Knörrich,
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