



# VON MICROSOFT OFFICE 365 ZU DYNAMICS 365: DIE PERFEKTE ERGÄNZUNG FÜR IHR KUNDENMANAGEMENT

Von Office in die Dynamics Welt mit dem Kunden  
im Mittelpunkt Ihres Handelns



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung: Wie Sie Ihre Kundenpotentiale auf ein neues Level bringen können	3
Wichtig ist das Wissen um die Potentiale nicht nur bei Neukunden, sondern auch im Kundenbestand	4
Zusammenfassung der wesentlichen Vorteile der Gesamtlösung – ein starkes Duo für Ihren Erfolg	5
CRM als Startpunkt zu mehr Chancen für Ihr Geschäft	8



**EINLEITUNG:**

# **WIE SIE IHRE KUNDEN- POTENTIALE AUF EIN NEUES LEVEL BRINGEN KÖNNEN**

In etlichen Unternehmen wird mit Microsoft Office gearbeitet und es ist so selbstverständlich wie die PCs am Arbeitsplatz und die intelligenten Telefone und Tablets für das mobile arbeiten.

Nichts ist also einfacher als die vertraute Umgebung mit Erweiterungen für Ihre tägliche Arbeit auszustatten. Diesen Weg geht Microsoft mit seinen Partnern und der Telekom. Mit den Lösungsangeboten von Dynamics 365 ist es unkompliziert das Unternehmen mit den entsprechenden Tools auszustatten, die ein rasches Einarbeiten und das Heben von Kundenpotentialen ermöglichen.

Der Startpunkt ist hierbei sehr oft der Wunsch nach einer besseren Kundenbetreuung der bestehenden Kunden durch den Vertrieb und den Service. Der Innendienst, die Vertriebsmitarbeiter und auch die Marketingspezialisten erschließen sich so ein großes Feld an Optimierung, um rascher agieren zu können und den Kunden ein besseres Erlebnis auf ihrer Kundenreise zu vermitteln.

Der Wunsch der Fachabteilungen in Ihrem Unternehmen kommt nicht von ungefähr. Agile Veränderungen bei Kunden und deren Bedürfnissen (Adressdaten, neue Verhaltensmuster in der Suche, Ad Hoc Wünsche, anpassen an neue Marktanforderungen in anspruchsvollen Zeiten) sind hier massive Treiber.

## Einige typische Herausforderungen aus dem Alltag

Viele Unternehmen haben noch kein CRM, nutzen verteilte Datenbestände und haben auch bei den Adressen Aktualitätsprobleme. Der klassische Ausspruch, „dass die linke Hand nicht weiß, was die rechte unternommen hat“, ist noch in vielen Organisationen die Realität.

Unternehmen wissen hierdurch bedingt zu wenig über ihre „Kundenpotentiale“, über mögliche Kundenverhalten oder wie sie verteilt vorhandenes Wissen miteinander in Echtzeit auf allen technisch zur Verfügung stehenden Geräten teilen können.

Nur sehr wenige Unternehmen haben eine visuelle Darstellung der Kundenreise oder messen die Kundenerlebnisse durch Befragungen. Das Bild des realen Kundenerlebnis ist diffus und kann auch nur schwierig vorhergesehen werden. Oft fehlen auch klare Zuständigkeiten, zum Beispiel wer für die einzelnen Kundengruppen verantwortlich ist. Die alten Silos an Wissen und Verantwortung führen zu Ineffizienzen.

Die Zeit ist reif mit einer neuen, kundenorientierteren Einstellung neue Potentiale zu erschließen.

### HERAUSFORDERUNGEN BEI DER KUNDENVERWALTUNG:

- 23 %** der Kundendaten sind veraltet oder falsch.
- 17 %** der Unternehmen verfolgen Interaktionen mit Kunden.  
Das Versenden von Marketing-Materialien ist aufwendig.
- 12 %** der Unternehmen haben Schwierigkeiten beim Verfolgen von Leads.

Quelle: Capterra-Nutzerstudie Jan 2020

### ZUM MARKT IM MITTELSTANDBEREICH:

- 32 %** der Unternehmen nutzen Kundenmanagement-Software.
- 22 %** sind mit ihrem CRM-System zufrieden.
- 58 %** der Unternehmen wollen in ein CRM-System investieren.

Quelle: Trovarit Kundenzufriedenheits-Studie 2019/2020



## WICHTIG IST DAS WISSEN UM DIE POTENTIALE – NICHT NUR BEI NEUKUNDEN, SONDERN AUCH IM KUNDENBESTAND

- **Was will der Kunde?** (aktuell)
- **Was wird der Kunde wollen?** (zukünftig)
- **Was zeichnet diesen Kunden aus?** (Segmentierung)
- **Wie kann man den Kunden anleiten?** (Hilfestellungen)
- **Was kann man zur Verbesserung der eigenen Leistungen lernen?**  
(die nächste optimale Aktivität oder Aktion)

### Einfache Wege zur besseren Potentialnutzung durch intelligente Prozessverzahnung auf der Microsoft Lösungsplattform.

Der Prozess startet in der Regel mit einem Anruf – ein Business Kontakt via LinkedIn oder eine eingehende Mail löst die erste Aktivität aus. Es wird geprüft, ob bereits ein Kontakt zum Unternehmen besteht und welche Informationen vorliegen. Möglicherweise wird festgestellt, dass es bereits einen früheren Kontakt gegeben hat. Der anfragende Kontakt hat sich bereits für ein anderes Produkt interessiert und ist bereits im System erfasst. Durch eine Online Recherche in LinkedIn, auch einem Microsoft Produkt, können weitere Informationen zum Kunden abgerufen werden, die beim Kaufabschluss helfen können. Durch das Dokumentenmanagement System (DMS) Sharepoint, was mit der Plattform verbunden ist, sind die Kerninformationen zur Anfrage rasch in ein formales Angebot in Word übertragen bzw. kann man es mit wenigen Klicks automatisiert erstellen lassen.



Smarte Vorlagen helfen hier Zeit einzusparen. Das Angebot wird dann als PDF via Outlook an den Interessenten versendet. Dieser meldet sich per Mail zurück und bestätigt den Bestellwunsch. Mit drei Klicks kann das vorherige Produktangebot in einen Auftrag verwandelt werden und mit DocuSign dafür genutzt werden, dass der Kunden sicher und rechtlich verbindlich den Auftrag zeitnah erteilen kann. Die rechtlich verbindlichen Signaturen helfen bei der schnellen Abwicklung in den internen und externen Prozessen. Als Zwischenschritt wurde im SAP oder Business Central (WWS / ERP) geprüft, ob das Produkt verfügbar ist und so kann der Rechnungserstellungsprozess, als auch der Versand angestoßen werden. Die Rechnungsstellung erfolgt über das Business Central (Fibu). Hand in Hand fließen nicht nur die Informationen, die Ware und das Geld, sondern auch die Information zu diesem Abschluss in den Sales Forecast. Diesen Forecast kann man in jeder zeitlichen Ausprägung via der Power-BI Schnittstelle auch visuell aufbereiten (Dashboards, Reports). Der gesamte Prozess, der früher mehrere Tage in Anspruch nahm, läuft nun binnen weniger Stunden ab und bringt dem Kunden und dem Unternehmen die Möglichkeit schneller zu handeln. Ein positives Kundenerlebnis führt zu einer höheren Kundenbindung und langfristig zu einer umsatzträchtigen Kundenentwicklung.





Gutes Kundenbeziehungsmanagement rechnet sich.

5 Aspekte, die positive Kundenerlebnisse zu einer wichtigen Kernaufgabe gestalten – Ein gutes Kundenerlebnis unterstützt an mehreren Stellen und zahlt sich für die gesamte Organisation aus.

Die Chance auf **zukünftigen Umsatz** entsteht durch begeisterte Kunden. Begeisterte Kunden kaufen mehr und empfehlen gerne weiter.

**Kosteneinsparungen** können realisiert werden. Doppelte Ansprachen des Kunden entfallen, da die Daten einheitlich gehalten werden. Kurze Wege in den vernetzten Plattformen mit einfach zu handhabender, tiefer Integration zwischen den Teilprogrammen. Die Auflösung von Informations-Silos tragen zur Transparenz in der Gesamtkommunikation bei. Die bekannte Nutzerführung sorgt für rasches Erlernen und hohe Benutzerakzeptanz.

Die integrative, breite und agile Unterstützung von **Marketing, Vertrieb und Services** sorgt für eine bestmögliche Kundenkontaktstrategie und nutzerorientierten Kommunikation. Es entstehen effiziente, transparente Verkaufsprozesse, die eine Neukundengewinnung erleichtern. In der Kundenbetreuung werden Upsell Potentiale und Kundenbedürfnisse besser erkannt und ermöglichen eine fortlaufende Kundenbindung. Durch die verschiedenen Module gestalten sich umfangreiche Möglichkeiten im Bereich Call Center, Helpdesk und Technischer Außendienst, die vorher so nicht zur Verfügung standen. Endlich wissen alle, wo der Kunde steht und was beim Kunden geschieht.

Wertvolles **Wissen** schafft die 360-Grad-Kundensicht durch die Vernetzung von Systemen/Personen. Durch die Insights Analysen werden Wünsche in Richtung Bedarf, Produktverbesserungen und wo man am besten mit ihm als Kunden kommunizieren kann, klarer identifizierbar. Die Ausgestaltung kundenindividueller „Customer Journeys“ wird ermöglicht und es wird einfacher ihn wunschgemäß mit dem richtigen Kommunikationskanal zu erreichen.

**Intuitive Bedienung** ermöglicht unabhängig vom Endgerät und Zeitpunkt, eine umfangreiche Betreuung und Analyse des Kunden und der Nutzerakzeptanz.

## **Wesentliche Vorteile – ein starkes Duo für Ihren Erfolg**

### **Warum Microsoft?**

- Weltweit führende, durchgängige Plattformlösung für die tägliche Arbeit
- Vertraute Oberfläche und gute Anwendererfahrung. Hohe Anwender-Akzeptanz
- Agile Weiterentwicklung

### **Warum Telekom?**

- Beratung, Verkauf und Systemintegration aus einer Hand
- Telekom Cloud Support
- Microsoft Cloud Partner #1 / Gewinner Cloud Partner Award 2020
- Europäisches Rechenzentrum



## Warum Microsoft?

Eine der weltweit führenden, durchgängigen Plattformlösungen für die tägliche Arbeit mit vertrauter Oberfläche und guter Anwendererfahrung und einer hohen Anwender Akzeptanz.

## Warum die Deutsche Telekom?

### **1. BERATUNG UND SYSTEMINTEGRATION**

Business Analytics, Health Check, Experten Beratung und System-Konfiguration

### **2. TELEKOMCLOUD SUPPORT**

Microsoft Zertifizierter und Deutscher Profi-Support – kompetente Beratung zu allen Fragen

### **3. MICROSOFT CLOUD PARTNER #1**

Größter Reseller von Microsoft Cloud Produkten in Europa – alles aus einer Hand, mit deutschem Vertrag

### **4. EUROPÄISCHES RECHENZENTRUM**

Dynamics wird nach der europäischen Datenschutzgrundverordnung in europäischen Rechenzentren zur Verfügung gestellt



## CRM ALS STARTPUNKT ZU MEHR CHANCEN FÜR IHR GESCHÄFT

Viele erlernte Funktionen aus der Office Welt werden genutzt und weiterverwendet. Bekannte und vertraute Optik wird mit dem CRM und eine **zentrale Datenhaltung** über Outlook hinaus ergänzt, erweitert und komplettiert.

Eine bessere **Datenverfügbarkeit** schafft Geschwindigkeit und Transparenz.

Die **Vertiefung des Kundenwissens**, wo er gerne erreicht werden möchte, was er benötigen könnte und die cleversten nächsten Aktivitäten in Marketing, Verkauf und Service lassen sich so gut koordinieren und planen.

Durch dieses Wissen kann auch die **Beratungs- und Betreuungskompetenz** gesteigert werden, unabhängig vom Endgerät.

**Einfachste Bedienung, Zeitersparnis** und **Effizienz** lassen sich so durch die vertraute **Microsoft Oberfläche** erzielen. Die enge Integration hilft hier ebenfalls, da die Produkte nahtlos untereinander verbunden sind.

So können die **Standardisierung** von Abläufen auch zur **Qualitätssteigerung** genutzt werden. Die Flexibilität der CRM-Lösung ermöglicht aber auch eine rasche Individualisierung durch **hohe Anpassbarkeit** an unternehmensspezifische Vorgänge, ganz ohne Programmierung. **Kurze Einführungszeiten** mit geringem Schulungsaufwand werden durch spezielle Einführungsmethoden agil unterstützt. Dies trägt nicht nur zur hohen Benutzerakzeptanz bei, sondern auch zur **Investitionssicherung**.



# MAL MEHR MÖGLICHKEITEN FÜR IHR BUSINESS

X mal mehr zufriedene Kunden.

Wer den Anschluss nicht verlieren will, muss sich jetzt um den nächsten Schritt in die Digitalisierung seiner Kundenbeziehungen kümmern.

Die Telekom Deutschland und ihre erfahrenen Partnerunternehmen unterstützen Sie gerne in allen Belangen, um auch Ihr Kundenmanagement auf die nächste Entwicklungsstufe zu bringen, egal ob es sich um Infrastruktur, Software oder Strategie handelt. Denn: Wir machen Digitalisierung einfach.



Weitere Informationen zu Dynamics 365 und dem  
Expertensupport der Telekom finden Sie hier:

[Mehr erfahren](#)