

## Sehr geehrte Kunden und Interessenten!

Es ist mir eine Freude, Ihnen den CRMCoach Newsletter Juni 2008 ankündigen zu können, diesmal mit dem Thema **Workflows** im Fokus!

Durch den Einsatz von **Workflows** innerhalb von CRM können Unternehmen jeder Größe zusätzlichen Mehrwert generieren und Nutzen realisieren, die bisher nur großen und finanzstarken Unternehmen vorbehalten waren. Lesen Sie in diesem Beitrag Wissenswertes über Ansätze, strategische Planung und Einsatzmöglichkeiten von Workflows in einer CRM Lösung, sowie die **wichtigsten Vorteile**, die sich daraus ergeben.

Passend dazu, möchte ich Ihnen den CRMCoach Workshop **Verkaufsprozess - mit Struktur und Aktivität zu mehr Verkaufsabschlüssen** vorstellen. Ziel dieses Workshops ist es, einen Verkaufsprozess mit einem Workflow im CRM zu hinterlegen, um dadurch strukturiertes Vorgehen zu ermöglichen.



Bei den Tipps & Tricks erfahren Sie, wie Sie durch Einsatz von Workflows ein **Protokoll über Datensatzänderungen (Audit Trail)** innerhalb von CRM etablieren. Abschließend der gewohnte Hinweis auf eine **Schulung für CRM Workflows** aus dem CRMCoach Schulungsangebot.

Viel Spaß beim Lesen!  
Ihr CRMCoach Christian Pusch

**PS: Für KMU's gibt es wieder ein tolles "Angebot des Monats". Unbedingt hineinschauen!**

INHALT	
Im Fokus	W wie Workflows - CRM ohne Workflows ist kein CRM!
Workshops	Verkaufsprozess - mit Struktur und Aktivität zu mehr Verkaufsabschlüssen
Tipps und Tricks	Audit Trail: Vertrauen ist gut - Protokoll ist besser
Schulungen	Workflows - sparen Sie Zeit und Geld für zufriedene Kunden
KMU Angebot Juli	Web - Web - Ich will eine eigene Homepage ...

### **W wie Workflows - CRM ohne Workflows ist kein CRM!**

I  
m  
F  
o  
k  
u  
s

Wieder einmal sind Sie mit der Beschwerde eines wichtigen Kunden konfrontiert. Es sind Fehler passiert, die nicht hätten sein müssen. Ja wenn man nur im Vorfeld einige Regeln aufgestellt hätte und die Mitarbeiter sich auch an diese Regeln gehalten hätten, wäre es nicht so weit gekommen. Dies alles muss nicht sein. Durch den **Einsatz von Workflows im CRM** kann man Prozesse klar definieren und nach diesen Aktivitäten abarbeiten.

Die Verwendung von Workflows bietet eine Reihe von Vorteilen, die sich primär in folgende Nutzen-Kategorien einteilen lassen:

Geringere Kosten	Erhöhte Produktivität	Schnellere Durchlaufzeiten durch Automatisierung
------------------	-----------------------	--

Beispielsweise können im Kundenservice Workflows einen wahren Wettbewerbsvorteil bringen. Sie sorgen für standardisierte Antworten zu Anfragen, sie sorgen für die richtige Abhandlung von Problemen nach verschiedenen Service-Levels, sie bieten Möglichkeiten für differenzierte Behandlung und unterstützen oft Selbstbedienungs-Einheiten. All dies erfolgt durch zeitgerechtes Routen von Anfragen nach festgelegten Serviceregeln.

Aber wie viele solcher Workflows braucht man insgesamt, um den besten Service zu bieten? Wer profitiert eigentlich von der Workflows?  
[Lesen Sie den gesamten Beitrag auf Seite 4](#)

#### Impressum

CRMCoach Christian Pusch | Döllachgasse 28 | 2483 Ebreichsdorf | Tel: +43 (664) 92 12 729 | [www.crmcoach.at](http://www.crmcoach.at)

#### Gewährleistungs- und Haftungsausschlussklausel

Die im Newsletter enthaltenen Nachrichten dienen ausschließlich Ihrer Information. Der CRMCoach übernimmt keine Gewährleistung und keine Haftung für Schäden, die aus der Nutzung dieser Informationen entstehen. Die Informationen geben lediglich den Kenntnisstand von CRMCoach zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Newsletters wieder.

Workshop

### Verkaufsprozess - mit Struktur und Aktivität zu mehr Verkaufsabschlüssen

„Wenn man einen Mann drei Tage lang nicht gesehen hat, sollten seine Freunde gut darauf achten, welche Veränderungen an ihm vorgegangen sind.“ sagt ein altes japanisches Sprichwort. Dies kann man (vielleicht abgesehen von den 3 Tagen) 1:1 auf einen Verkaufsprozess umlegen. Hatten Sie mit einem potentiellen Kunden im Rahmen eines Verkaufsprojektes schon längere Zeit keinen Kontakt, so kann sich die Situation sehr wohl verändert haben. Vielleicht hat der Kunde keinen Bedarf oder Interesse mehr, vielleicht verhandelt er mit dem Mitbewerber oder stockt seine Entscheidungsfindung? Daher ist es wichtig im Rahmen eines Prozesses dies zu berücksichtigen und die nächsten Schritte entsprechend zu planen.

Verkaufen ist ein klar definierter Prozess, der unternehmensspezifisch ausgearbeitet werden muss. Ein verkaufsorientiertes Unternehmen ohne definierten Verkaufsprozess lebt gefährlich - entweder werden Chancen auf Geschäft verpasst oder unnötig Ressourcen vergeudet. Mit einem in Phasen definierten Verkaufsprozess und hinterlegtem Workflow wird es Ihnen gelingen - auf strukturierte Art und Weise - nichts dem Zufall zu überlassen und daher mehr Verkaufsabschlüsse positiv zu erledigen.

Aber auch ein etablierter Workflow für einen Verkaufsprozess sollte immer wieder getestet werden. Wie schon Kaizen beschreibt liegt die Kunst darin, aus einem guten Prozess einen hervorragenden zu machen. Eine gute Möglichkeit dazu bietet der hier beschriebene CRMCoach Workshop.

➤➤ [Details zu diesem Workshop finden Sie auf www.crmcoach.at](http://www.crmcoach.at)

➤➤ [Das gesamte Workshop Angebot finden Sie auf www.crmcoach.at](http://www.crmcoach.at)

TIPPS

### Audit Trail: Vertrauen ist gut - Protokoll ist besser

In der Standardversion bietet Microsoft Dynamics CRM kein wirkliches Protokoll über Datensatzänderungen (Audit Trail) - so kann nur angezeigt werden, wer einen Datensatz wann angelegt hat und wer ihn wann zuletzt verändert hat. Sehr oft kommt speziell aus der Finanzwelt die Anforderung nach einem detaillierten Protokoll von Änderungen.

In der Version 3.0 von Microsoft Dynamics CRM lässt sich so ein Protokoll nur über eine aufwendige Zusatzprogrammierung lösen. Durch Verwendung neuer Features rund um Workflows geht dies in der Version 4.0 wesentlich einfacher - keine Programmierung mehr notwendig!

	Gesch. Abschluss...	Gesch. Umsatz	Wahrscheinlichkeit	Geändert von	Geändert am
20 Coachingeinheiten für die Firma Rainbow	24.07.2008	2.500,00 €	30	Administrator, Adm	04.06.2008
20 Coachingeinheiten für die Firma R...	24.07.2008	2.500,00 €	50	Administrator, Adm	04.06.2008
20 Coachingeinheiten für die Firma R...	30.06.2008	2.500,00 €	20	Administrator, Adm	04.06.2008
20 Coachingeinheiten für die Firma R...	07.07.2008	2.500,00 €	30	Administrator, Adm	04.06.2008
20 Coachingeinheiten für die Firma R...	31.07.2008	2.500,00 €	50	Administrator, Adm	04.06.2008
20 Coachingeinheiten für die Firma R...	07.07.2008	2.500,00 €	20	Administrator, Adm	04.06.2008
20 Coachingeinheiten für die Firma R...	30.06.2008	2.500,00 €	10	Administrator, Adm	04.06.2008

Abb.: Screenshot - Audit Liste für eine Verkaufschance

Bevor die CRM-Benutzer diese neue Audit Liste verwenden können, muss der CRM-Administrator noch einige Anpassungen vornehmen. So müssen in der Regel benutzerdefinierte Felder, Formulare und letztendlich der neue Workflow angelegt werden.

Folgen Sie als CRM-Administrator den gewohnten Schritt-für-Schritt Anweisungen, um eine Audit Liste für eine Entität zu erstellen.

[Wie es genau funktioniert, finden Sie auf Seite 7](#)



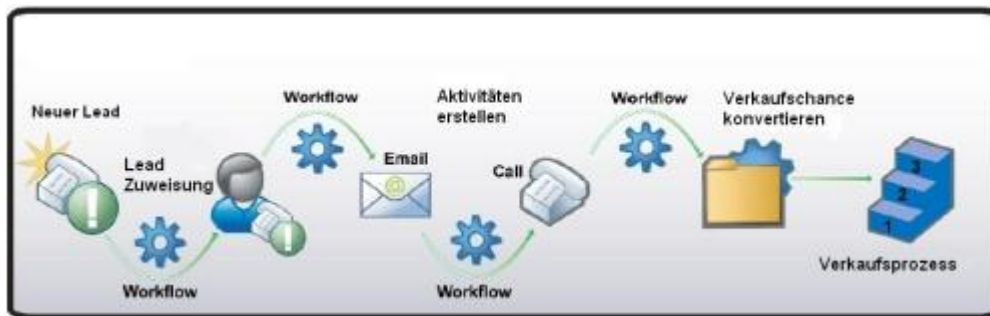
### Workflows - sparen Sie Zeit und Geld für zufriedene Kunden

Workflows sind Wege des Geschäfts. Je kürzer und schneller, umso besser und profitabler ist das Geschäft. Überall dort, wo Geschwindigkeit, Qualität und Wirtschaftlichkeit in den Geschäftsprozessen entscheiden, sind Workflows alternativlos.

Wenn Kunden Produktinformationen oder Dienstleistungen von Ihrem Unternehmen anfordern, so darf die Antwort nicht lange auf sich warten lassen. Entsprechende Workflows müssen sofort angestoßen werden. Schnell muss die Anforderung an die verantwortlichen Personen zur Erledigung weitergeleitet werden, um den Kunden zufrieden zu stellen.

Das CRMCoach Schulungsmodul „**Microsoft CRM Workflow-Manager**“ liefert Ihnen Anregungen, Tipps und Tricks, wie sich Reaktions-, Bearbeitungs- und Durchlaufzeiten durch den Einsatz des Microsoft CRM Workflow-Managers deutlich senken lassen.

Der Workflow-Manager ermöglicht das Automatisieren der Geschäftsrichtlinien, indem Workflow Regeln erstellt werden. Warnungen und Regeln, die automatisch und/oder manuell auf ausgewählte Objekte oder Aktivitäten angewandt werden, vereinfachen Routinetätigkeiten und sorgen für effiziente Geschäftsabläufe. Mit dem Workflow-Manager können auch Vertriebsprozesse unkompliziert und ohne aufwendige Programmierung abgebildet werden.



Im Rahmen dieser Schulung erhalten Sie eine kompakte Einführung in die Einsatzmöglichkeiten des Microsoft CRM Workflow-Managers mit praxisorientierten Übungen oder kundenspezifischen Aufgabenstellungen.

➤➤ [Das aktuelle Schulungsangebot finden Sie auf www.crmcoach.at](http://www.crmcoach.at)



### KMU Angebot Juli 2008: Web - Web - Ich will eine eigene Homepage ...



Geht es Ihnen aus so, immer mehr Kunden sprechen Sie darauf an, dass Sie keine Homepage im Internet haben. Kunden und Interessenten möchten sich vermehrt über diesen Weg ein Bild über neue Produkte oder Dienstleistungen machen. Eine Homepage ist heutzutage fast wichtiger als eine Visitenkarte. Kein Problem - der CRMCoach hilft Ihnen mit dem Angebot des Monats Juli 2008.

#### Das spezielle Angebot ...

- persönliche Beratung
- Webdesign und Programmierung mit 5 Seiten mit einheitlichem Erscheinungsbild
- individuelles Design, kein Standard-Layout
- einfache Navigation
- Einbau digital gelieferter Texte und Bilder



#### Zum sagenhaften Preis ab Euro 599,— zuzüglich MwSt.

Angebot gültig bei Auftragserteilung vor dem 31.7.2008

➤➤ [Details zu diesem Angebot finden Sie auf www.crmcoach.at](http://www.crmcoach.at)

## W wie Workflow - CRM ohne Workflows ist kein CRM!

Durch den Einsatz von Workflows innerhalb von CRM können Unternehmen jeder Größe zusätzlichen Mehrwert generieren und Nutzen realisieren, die bisher nur großen und finanzstarken Unternehmen vorbehalten waren. Die bekanntesten und gängigsten CRM Applikationen im mittleren Preissegment stellen bereits eine Workflow-Engine standardmäßig zur Verfügung, die den großen CRM-Lösungen keinesfalls nachsteht.

### Nutzen von Workflows

Die Verwendung von Workflows bietet eine Reihe von Vorteilen, die sich primär in folgende Nutzen-Kategorien einteilen lassen:

- Geringere Kosten
- Erhöhte Produktivität
- Schnellere Durchlaufzeiten durch Automatisierung von Geschäftsprozessen

### Was ist ein Workflow und was nicht?

Ein **Workflow** ist die Automatisierung Ihrer Geschäftsprozesse, durch welche Dokumente, Informationen oder Aktivitäten von einem CRM-Anwender an andere verteilt oder weitergegeben werden. Die Verteilung und Weitergabe erfolgt nach vordefinierten Regeln. Gängige CRM-Applikationen sind rund um Workflows aufgebaut und für spezielle Prozesse optimiert. Im praktischen Einsatz können Workflows innerhalb der CRM-Lösung die Effizienz und Produktivität steigern und so neue Möglichkeiten im Vertriebs-, Service- und Marketingprozess bringen. Obwohl Workflows meist von Software gemanagt werden, kommt der strategischen Anwendung mehr Bedeutung zu als der Technologie.

Im Allgemeinen spricht man **nicht von Workflows** bei:

- Weiterleitung von E-Mails
- Einfacher Integration mit einem E-Mail Klienten
- Kontaktmanagement
- Informationsaustausch zwischen Anwendern

Die genannten Möglichkeiten mögen in manchen Fällen sinnvoll sein - sie sind aber nicht ausreichend, um Prozesse richtig abzubilden oder tägliche Routinen zu automatisieren. Workflows in CRM sollten von Grund auf implementiert werden und nicht erst zu einem späteren Zeitpunkt hinzugefügt werden.

### Ein einfaches Beispiel für einen Workflow

Wie bereits erwähnt, erhöhen Workflows die Produktivität durch Automatisierung von Vertriebs-, Service- und Marketingprozessen gemäß vordefinierten Regeln. Das nachfolgende Beispiel soll dies praxisnah veranschaulichen.

Im ersten Schritt eines Verkaufsprozesses muss der Vertriebsmitarbeiter in der Regel Informationen über den Interessenten oder Lead in das CRM-System einpflegen. Ein hinterlegter Workflow lässt die Verkaufschance erst in die nächste Vertriebsphase hochstufen, wenn alle notwendigen Informationen vorhanden sind. Erst bei vollständiger Eingabe gemäß Regeln, markiert der Workflow die Aktivitäten dieser Phase als abgeschlossen und die Verkaufschance wird automatisch in die nächste Phase geroutet.

Im zweiten Schritt berichtet der Vertriebsmitarbeiter den potenziellen Umsatz mit dem neuen Interessenten an das Management und aktualisiert den Forecast entsprechend. Workflows automatisieren diese zwei Aktivitäten und liefern gleichzeitig die entsprechende Information automatisch und strukturiert an die entsprechenden Stellen im Unternehmen. Dadurch werden zusätzliche E-Mails oder Meetings überflüssig, es kann Zeit gespart werden.

Durch den zweiten Schritt werden weitere Aktivitäten ausgelöst, wie zum Beispiel die Überprüfung der Verkaufschance, Freigeben eines Angebots oder das Starten von Produktionen. Workflows können all diese Aktivitäten durch einen einfachen Tastendruck automatisieren - inklusiver verschiedener Szenarien, wenn Produkte nicht auf Lager sind etc. Dadurch kann sich der Vertriebsmitarbeiter und das Management voll und ganz auf den Geschäftsabschluss konzentrieren und wird von administrativen Tätigkeiten verschont.

Ohne im CRM-System hinterlegte Workflows muss der Vertriebsmitarbeiter die Einzelheiten des Vertriebsprozesses ständig im Kopf haben und wissen wann und wie er potenzielle Umsätze berichtet. Dies erhöht die Wahrscheinlichkeit von Fehlern und unstrukturiertem Vorgehen. Sehr oft benötigt dies auch unnötig Ressourcen von Management. Die folgenden Diagramme veranschaulichen, was ein gut strukturierter Workflow leisten kann.

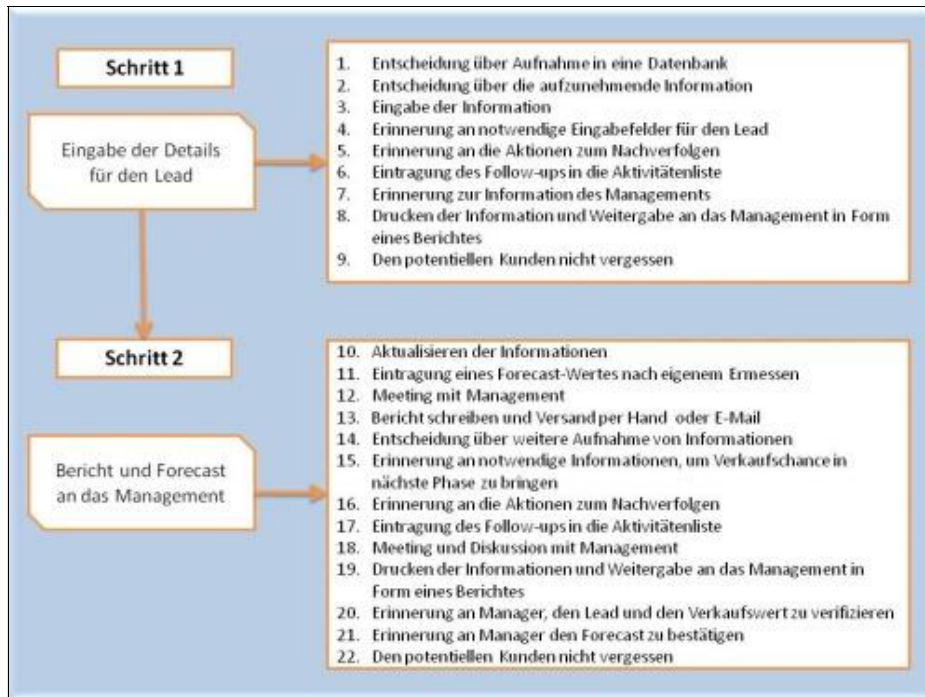


Abb. 1: Diagramm ohne Workflow



Abb. 2: Diagramm mit Workflow

Auch wenn es sich nur um vereinfachtes Beispiel handelt, zeigt es doch recht deutlich, welche großen Vorteile Workflows innerhalb von CRM bringen können.

Auch im Kundenservice Bereich können Workflows einen wahren Wettbewerbsvorteil bringen. Sie sorgen für standardisierte Antworten zu Kundenanfragen, sie sorgen für die richtige Abhandlung von Problemen nach verschiedenen Service-Levels, sie bieten Möglichkeiten für angepasste Behandlung und unterstützen sehr oft Selbstbedingungs-Einheiten. Als diese erfolgt durch zeitgerechtes Routen der Anfragen nach vorher festgelegten Serviceregeln.

## Vorteile für Ihr Unternehmen

Auch wenn Workflows von Szenario zu Szenario recht unterschiedlich sein können, lassen sich im Allgemeinen folgende Vorteile für Ihr Unternehmen erkennen:

### 1. Geringere Kosten in der Abwicklung

Viele Unternehmen, die Workflows einsetzen, berichten von geringeren Kosten in der Abwicklung. Warum? Wie aus den beiden obigen Diagrammen veranschaulicht, werden manuelle Aktionen beim der Abwicklung von Anfragen oder Aktivitäten durch wahre Automatismen ersetzt. Aktivitäten und Anfragen werden zeitnah in die richtige Warteschlange gesandt, während automatische Prozesse für entsprechende Benachrichtigungen sorgen. Problemfälle werden frühzeitig erkannt, was in der Regel zu einer schnelleren Problemlösung führt.

### 2. Erhöhte Produktivität

Routine und immer wiederkehrende Aktivitäten werden automatisiert und sind rund um die Uhr einsetzbar. Dadurch können Durchgangszeiten erheblich reduziert werden. Daraus folgend können sich Mitarbeiter und Management auf Ihre eigentlichen Tätigkeiten konzentrieren und verschwenden keine Zeit für unnötige Aufbereitung von Berichten und Konsolidierung von unstrukturiertem Datenmaterial.

### 3. Schnellere Durchlaufzeiten bei der Abwicklung

Workflows unterstützen Parallelverarbeitung. Somit können mehrere Aktivitäten gleichzeitig abgewickelt werden. Durch die Kombination von Automatisierung und Parallelverarbeitung können Engpässe komplett eliminiert werden.

Weniger greifbar, aber trotzdem nennenswert sind folgende Vorteile:

1. Höhere Mitarbeiterzufriedenheit. Nur einige wenige Mitarbeiter haben Gefallen an immer wiederkehrenden Arbeiten, wo sehr oft Fehler passieren. Durch die Automatisierung von langweiligen Prozeduren, füllen sich Mitarbeiter befreit und können zu mehr Unternehmenserfolg beitragen.
2. Verbessertes Change-Management. Durch den Einsatz von Workflows können Unternehmen stets ihre Prozesse anpassen, um maximale Effektivität zu erreichen. So können sie zum Beispiel den Kundenservice-Prozess dahingehend verbessern, dass die Mitarbeiter so schnell wie möglich antworten.
3. Qualität. Weniger Fehler in der Automatisierung bedeuten eine große Qualitätsverbesserung für bestehende und potenzielle Kunden.
4. Verbesserte Kommunikation. Aktuelle, korrekte Daten aus Verkauf, Marketing und Service verbessern die Kommunikation innerhalb und zwischen den Teams oder Niederlassungen eines Unternehmens sowie die Kommunikation mit Kunden oder Partnern.
5. Entscheidungsgrundlage. Vollständige und korrekte Informationen über Anfragen und Verkaufschancen bilden eine wertvolle Grundlage für erfolgreiche und effektive Entscheidungen. Dies ist speziell dann der Fall, wenn die Daten dem optimalen Verfahrensregeln und Erfahrungen aus der Vergangenheit gerecht werden.
6. Leichtere Planung. Mit korrekten und vertrauenswürdigen Daten kann besser und schneller geplant werden.

## Vorteile für Kunden und Mitarbeiter

1. **Verbesserter Kundenservice**. Bewaffnet mit korrekten und zeitnahen Daten über vergangene Kundeninteraktionen, offenen Serviceanfragen oder Probleme können Mitarbeiter kundennaher Abteilungen wesentlich einfacher und besser entscheiden, wenn sie aktuell eine Kundenanfrage zu lösen haben.
2. **Höhere Kundenzufriedenheit**. Schaffen Sie einen guten Ruf durch außerordentlichen Kundenservice, in dem Sie Service und Unterstützung bereits geben noch bevor der Kunde diesen anfordert.
3. **Mehr Qualität im Service**. Weil auch Supervisor oder Manager entlastet werden, können Sie ebenfalls besseren Service an Kunden liefern. Die Zeit für Routinearbeiten ist reduziert, es werden weniger Fehler gemacht und Informationen über Anfragen und Probleme stehen zeitnah zur Verfügung. Damit bleibt mehr Zeit, sich auf jene Dinge zu konzentrieren, die die Qualität des Service wirklich verbessern.
4. **Erhöhte Verkaufseffektivität**. Verkaufsmitarbeiter werden von einem Prozess geleitet, der als der einfachste und beste Weg zum Verkaufserfolg definiert wurde. Auf diese Art und Weise lassen sich Best-practices Beispiele immer wieder einsetzen.
5. **Schnellerer Geschäftsabschluss**. Durch das konsequente Anwenden der Prozessregeln, können Sie sicher stellen, dass Mitarbeiter keine Zeit mit Geschäften vergeuden, die nicht zu gewinnen sind, sondern sich auf jene konzentrieren, die höhere Erfolgchancen haben.
6. **Präzisere Forecast**. Vertriebsmitarbeiter forecasten nicht mehr im "Vakuum" oder aus dem Bauch heraus, sondern nach klar definierten Regeln, die sich in der Vergangenheit als optimal für Ihr Unternehmen herausgestellt haben.

### Der CRMCoach kann Ihnen behilflich sein!

Wenn auch Sie wissen möchten, wie Sie durch den Einsatz von Workflows im CRM Vorteile für Unternehmen, Ihre Mitarbeiter und Ihren Kundenstock erarbeiten können, dann kontaktieren Sie einfach den [CRMCoach Christian Pusch](mailto:christian.pusch@crmcoach.at).

## Audit Trail: Vertrauen ist gut - Protokoll ist besser

In der Standardversion bietet Microsoft Dynamics CRM kein wirkliches Protokoll über Datensatzänderungen (Audit Trail) - so kann nur angezeigt werden, wer einen Datensatz wann angelegt hat und wer ihn wann zuletzt verändert hat.

Sehr oft kommt speziell aus der Finanzwelt die Anforderung nach einem detaillierten Protokoll von Änderungen. Wenn die Verkaufspipeline und der Forecast über die Verkaufschancen im CRM gepflegt werden, müssen Änderungen in diversen Feldern nachvollzogen werden können.

In der Version 3.0 von Microsoft Dynamics CRM lässt sich so ein Protokoll nur über eine aufwendige Zusatzprogrammierung lösen. Durch Verwendung neuer Features rund um Workflows geht dies in der Version 4.0 wesentlich einfacher - keine Programmierung mehr notwendig!

### Schritt 1: Hinzufügen einer neuen Entität für den Audit Trail

In unserem Beispiel wollen wir immer dann einen Protokolleintrag in einer neuen Entität *Audit* machen, wenn ein Benutzer bei einer Verkaufschance eine Änderung vornimmt. Im ersten Schritt, fügen wir die neue Entität hinzu:

1. Klicken Sie im Navigationsbereich auf **Einstellungen**, klicken Sie auf **Anpassung** und dann auf **Entitäten anpassen**.
2. Klicken Sie auf **Neu**.
3. Definieren Sie die allgemein im CRM verwendeten Namen für **Anzeigenamen** und **Pluralname** wie folgt:  
Anzeigename: *Audit*; Pluralname: *Audits*; Besitz: Organisation  
Geben Sie eine Beschreibung ein und entfernen Sie die Häkchen bei all den anderen Feldern.
4. Klicken Sie auf die Registerkarte **Primäres Attribut** und ändern Sie den **Anzeigenamen** auf *Verkaufschance* und **Maximale Länge** auf *300*.
5. Klicken Sie auf **Speichern**.

### Hinzufügen von Attributen

Durch das Speichern der neuen Entität werden automatisch einige Systemattribute angelegt. In der weiteren Folge müssen noch jene Attribute hinzugefügt werden, bei welchen Änderungen protokolliert werden sollen. In unserem Beispiel sind dies die Attribute *Gesch. Abschlussdatum*, *Gesch. Umsatz* und *Wahrscheinlichkeit*.

1. Zum Hinzufügen eines neuen Attributs klicken Sie im Bereich **Details** auf **Attribute**.
2. Klicken Sie auf der Aktionssymbolleiste auf **Neu** und bestimmen Sie die Attribute wie folgt:
  - Geben Sie in das Feld **Anzeigename** einen eindeutigen Namen für das Attribut (z. B. *Gesch. Abschlussdatum*) ein.
  - Bestimmen Sie **Typ** (z.B. *datetime*), **Format** (z. B. *Nur Datum*) und sonstige Parameter und tragen Sie eine Beschreibung Ihrer Wahl ein.
3. Klicken Sie zum Erstellen des Attributs **Speichern und Schließen**.
4. Wiederholen Sie die Schritte 1-3, um weitere Attribute hinzuzufügen.

### Hinzufügen von Beziehungen

Beziehungen werden zwischen Entitäten definiert. Die Entität, die die untergeordneten Datensätze darstellt, wird als verknüpfte Entität (im Gegensatz zur primären Entität) bezeichnet. Für die verknüpfte Entität wird ein Beziehungsattribut erstellt, damit die Datensätze einen Verweis auf einen übergeordneten Datensatz speichern können.

Durch Zuordnungen wird die Dateneingabe beim Erstellen neuer Datensätze optimiert, die einem anderen Datensatz zugeordnet sind, d.h. Werte zugeordneter Felder werden automatisch kopiert.

1. Zum Hinzufügen einer neuen Beziehung öffnen Sie die Entität und klicken Sie im Bereich **Details** auf **n:1 Beziehungen**.
2. Klicken Sie auf der Aktionssymbolleiste auf **Neue n:1 Beziehung** und bestimmen Sie die Werte wie folgt:
  - Wählen Sie als **Primäre Entität** die Entität **Verkaufschance**.
  - Bestimmen Sie **Anzeigename** (z.B. *Verkaufschance*) und ändern Sie den **Verhaltenstyp** auf **Übergeordnet**.
3. Klicken Sie zum Erstellen der Beziehung **Speichern**.

4. Klicken Sie anschließend im Bereich **Details** auf **Zuordnungen**.
5. Klicken Sie auf **Neu** und ordnen Sie Zielentitätsattribute der neuen Entität den Quellenentitätsattributen entsprechend zu.
6. Klicken Sie **Speichern und Schließen**.

### Ändern des Hauptanwendungsformulars und Ansichten

1. Zum Ändern des Hauptanwendungsformulars klicken Sie im Bereich **Details** auf **Formulare und Ansichten**.
2. In der Liste selektieren Sie **Formular** und bestimmen dort welche Felder in welcher Form angezeigt werden sollen.
3. Klicken Sie nach getaner Arbeit auf **Speichern und Schließen**.

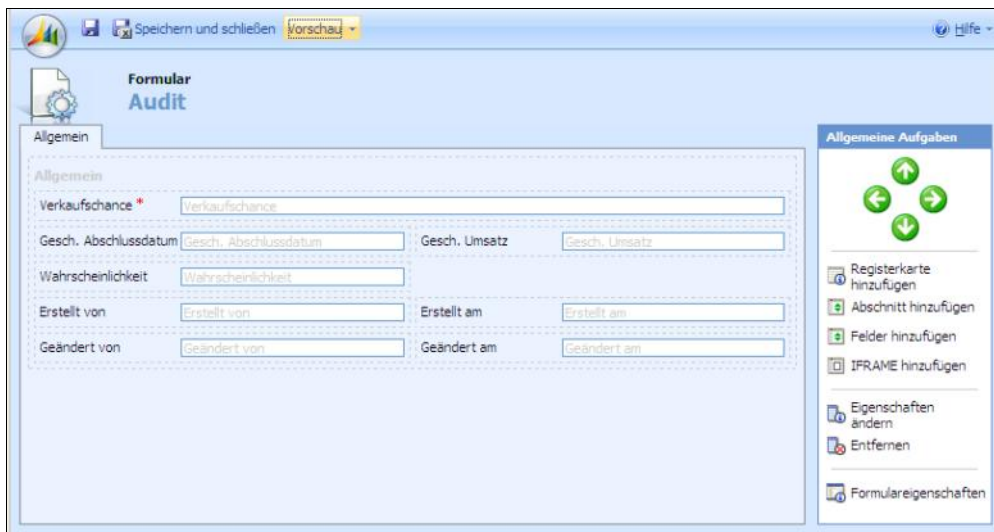


Abb 1: Screenshot - Ändern des Hauptanwendungsformulars

Analog dazu können Sie auch die Hauptansicht der neuen Entität auf Ihre Bedürfnisse anpassen.

### Veröffentlichen der neuen Entität

1. Veröffentlichen Sie Ihre Anpassungen der neuen Entität, wenn Sie damit fertig sind:
  - Klicken Sie zum Veröffentlichen von Anpassungen für die Entität, die Sie gerade bearbeiten, im Menü **Aktionen** auf **Veröffentlichen**.
  - Öffnen Sie zum gleichzeitigen Veröffentlichen von Anpassungen für alle Entitäten die Liste **Entitäten anpassen**. Klicken Sie im Menü **Weitere Aktionen** auf **Alle Anpassungen veröffentlichen**.
  - Öffnen Sie zum Veröffentlichen von Anpassungen für bestimmte Entitäten die Liste **Entitäten anpassen**, und wählen Sie die Entitäten aus, die Sie veröffentlichen möchten. Klicken Sie auf der Aktionssymbolleiste auf **Veröffentlichen**.

### Schritt 2: Erstellen einer Workflowregel

In diesem Schritt erstellen wir eine Workflow-Regel, welche die Datensätze für die neue Entität immer dann erstellt, wenn ein Benutzer eine Verkaufschance ändert:

1. Klicken Sie im Navigationsbereich auf **Einstellungen** und dann auf **Workflows**.
2. Klicken Sie auf **Neu**.
3. Bestimmen Sie den **Workflownamen** *Verkaufschancen-Audit*. Selektieren Sie anschließend die **Entität** Verkaufschance. Als **Typ** bestimmen Sie **Neuer leerer Workflow** und drücken Sie **OK**.
4. Im nächsten Dialogfenster selektieren Sie unter **Bereich** den Wert **Organisation**. Unter **Starten bei** aktivieren Sie die Auswahlmöglichkeiten **Datensatz wird erstellt** und **Attributänderungen aufzeichnen**.



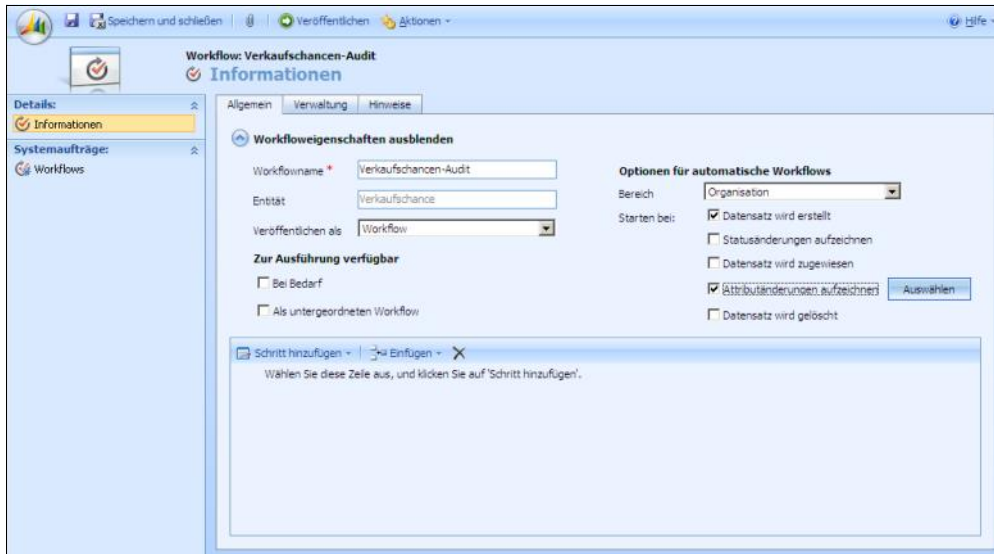


Abb 2: Screenshot - Erstellen des Workflows

5. Klicken Sie auf die Schaltfläche **Auswählen** neben **Attributänderungen aufzeichnen** und selektieren Sie jene Felder, bei dessen Änderungen ein Datensatz für die Entität *Audits* erstellt werden soll (z.B. *Gesch. Abschlussdatum*, *Gesch. Umsatz*, *Wahrscheinlichkeit*).

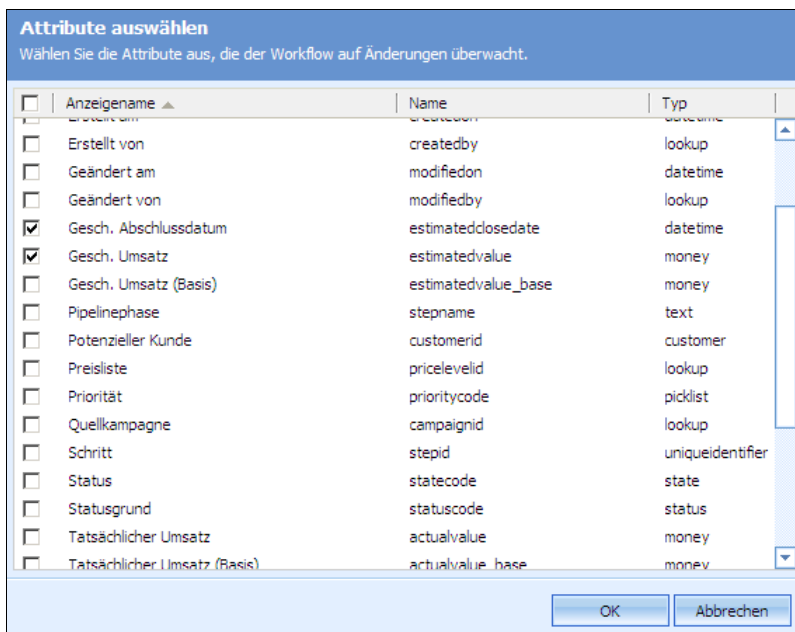


Abb 3: Screenshot - Felder auswählen

### Hinzufügen der Bedingung für den Workflow

Fügen Sie die auszuführende Aktion für den Workflow hinzu:

1. Klicken Sie im unteren Bereich des Dialogfensters auf **Schritt hinzufügen** und selektieren Sie **Datensatz erstellen**.
2. Wählen Sie bei **Erstellen:** die Entität **Audit**.
3. Klicken Sie auf die Schaltfläche **Eigenschaften festlegen** und selektieren Sie aus dem Formularassistenten Dynamische Werte für die entsprechenden Felder und drücken Sie **OK**.

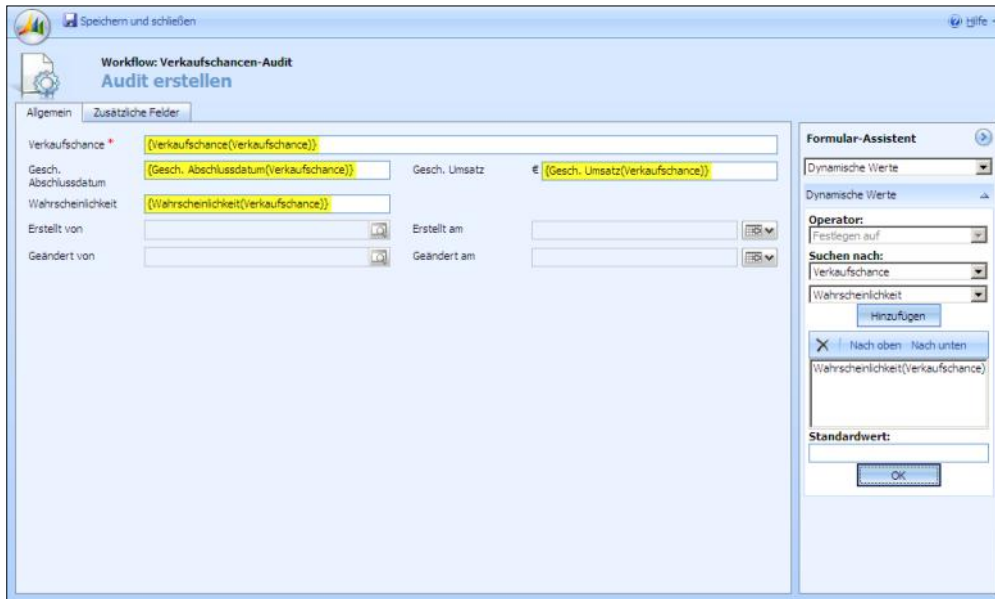


Abb 4: Screenshot - Dynamische Felder bestimmen

4. Wiederholen Sie diesen Schritt auch für die Registerkarte **Zusätzliche Felder**.
5. Klicken Sie zweimal auf **Speichern und Schließen**.

### Schritt 3: Veröffentlichen und Testen des neuen Workflows

Jetzt müssen Sie nur noch den Workflow veröffentlichen und entsprechende Tests durchführen. In der Entität *Audit* sehen Sie dann alle Änderungen zu einer Verkaufschance.

Verkaufschance	Gesch. Abschluss...	Gesch. Umsatz	Wahrscheinlichkeit	Geändert von	Geändert am
20 Coachingeinheiten für die Firma R...	24.07.2008	2.500,00 €	30	Administrator, Adm	04.06.2008
20 Coachingeinheiten für die Firma R...	24.07.2008	2.500,00 €	50	Administrator, Adm	04.06.2008
20 Coachingeinheiten für die Firma R...	30.06.2008	2.500,00 €	20	Administrator, Adm	04.06.2008
20 Coachingeinheiten für die Firma R...	07.07.2008	2.500,00 €	30	Administrator, Adm	04.06.2008
20 Coachingeinheiten für die Firma R...	31.07.2008	2.500,00 €	50	Administrator, Adm	04.06.2008
20 Coachingeinheiten für die Firma R...	07.07.2008	2.500,00 €	20	Administrator, Adm	04.06.2008
20 Coachingeinheiten für die Firma R...	30.06.2008	2.500,00 €	10	Administrator, Adm	04.06.2008

Abb 5: Audit Liste für eine Verkaufschance

Viel Spaß beim Ausprobieren.  
Für Fragen stehe ich Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung. Ihr [CRMCoach Christian Pusch](#)