

**Sehr geehrte Kunden und Interessenten!**

Es ist mir eine Freude, Ihnen noch vor der Urlaubszeit eine weitere Ausgabe des CRMCoach Newsletters ankündigen zu können, diesmal mit dem Thema **CRM Euphorie** im Fokus!

Bei jedem CRM Projekt gilt es mit den 3 Säulen - Menschen, Technologie und Prozesse - eine solide Basis zu schaffen, auf der sich erfolgreiche CRM Initiativen und Maßnahmen aufbauen lassen. Der Beitrag im Fokus beleuchtet, welche Rolle Menschen in einem CRM Projekt spielen und gibt Tipps und Anregungen für mehr CRM **Euphorie**.

Passend dazu, möchte ich Ihnen den CRMCoach Workshop **Chancen und Nutzen einer CRM Lösung** vorstellen. Dieser Strategie-Workshop ist für Unternehmen gedacht, die CRM umsetzen wollen, oder das bestehende Kundenbeziehungsmanagement einem "Fitness-Check" unterziehen wollen.



Bei den Tipps & Tricks erfahren Sie, wie Sie persönliche **E-Mail Vorlagen** im Microsoft CRM Webclient erstellen, um so Ihre ausgehenden **Nachrichten mit einer Signatur** zu versehen. Abschließend der gewohnte Hinweis auf eine **Schulung für CRM Anwender** 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	E wie Euphorie - CRM beginnt in der Chefetage
Workshops	CRM in aller Munde - Wie fit ist Ihr Kundenbeziehungsmanagement?
Tipps und Tricks	E-Mail Vorlagen: Persönliche Note durch Signatur und Logo
Schulungen	Für Anwender: Berichte zur automatischen Auswertung von CRM Informationen
KMU Angebot Juli	Ihre Kunden jederzeit im Griff - Business Contact Manager

**E wie Euphorie - CRM beginnt in der Chefetage**



Bei der Formulierung einer CRM Vision eines Unternehmens sollten die Begriffe Kunden, Kundenorientierung oder Kundenfokussierung auf keinen Fall fehlen. Die so vehement geforderte Kundenfokussierung kann allerdings nicht durch standardisierte Prozesse, dicke Handbücher und Betriebsanweisungen entstehen. Führungskräfte haben Rahmenbedingungen zu schaffen, die es den Mitarbeitern ermöglichen, für die Kunden ihr Bestes geben zu können und vor allem zu wollen.

Für den Anwender ist CRM nicht nur Software, sondern das, was es ursprünglich einmal sein sollte, nämlich Kundenbeziehungsmanagement, das den Kunden in all seinen Phasen achtsam begleitet. Bei der Anwendung der CRM Lösung spielen für den Endanwender "seine Vorteile" und "sein Nutzen" sehr bedeutende Rollen.

Aus langjährigen Tätigkeiten im CRM, den interessanten Erfahrungen aus vielen Kundenprojekten sowie den Workshops und Gesprächen mit vielen Endanwender, lassen sich einige Themen ableiten, die für CRM-Euphorie oder eben Nicht-Euphorie sorgen.

Finden Sie in diesem Beitrag, welche Themen rund um die CRM-Euphorie wirklich bewegen, sowie Tipps und Anregungen, wie Sie in Ihrem eigenen Unternehmen neue Impulse zur Steigerung der CRM-Euphorie setzen.

[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

### CRM ist in aller Munde - Wie fit ist Ihr Kundenbeziehungsmanagement?

- ... Was erwartet sich der Kunde?
- ... Welche Chancen und Nutzen entstehen durch den Einsatz von CRM?
- ... Welche Fähigkeiten muss Ihr Unternehmen aufbauen, um "CRM erfolgreich" zu sein?

Das sind einige zentrale Fragen des CRMCoach Workshops **"Chancen und Nutzen einer CRM Lösung?"**. Nach einem bewährten Modell zeichnen wir das "Big Picture" Ihres aktuellen Kundenmanagements, analysieren Stärken und identifizieren mögliche Schwachstellen. Danach erläutern wir Potenziale moderner Lösungen und geben konkrete Hinweise, wie Sie Ihr Kundenbeziehungsmanagement effektiver und effizienter gestalten können.

Nach diesem Workshop wissen Sie, ob und in welcher Form CRM zu mehr Erfolg in Ihrem Unternehmen beitragen kann. Nutzen Sie diesen Workshop für einen "CRM-Fitness Check" Ihres Unternehmens!

- [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)

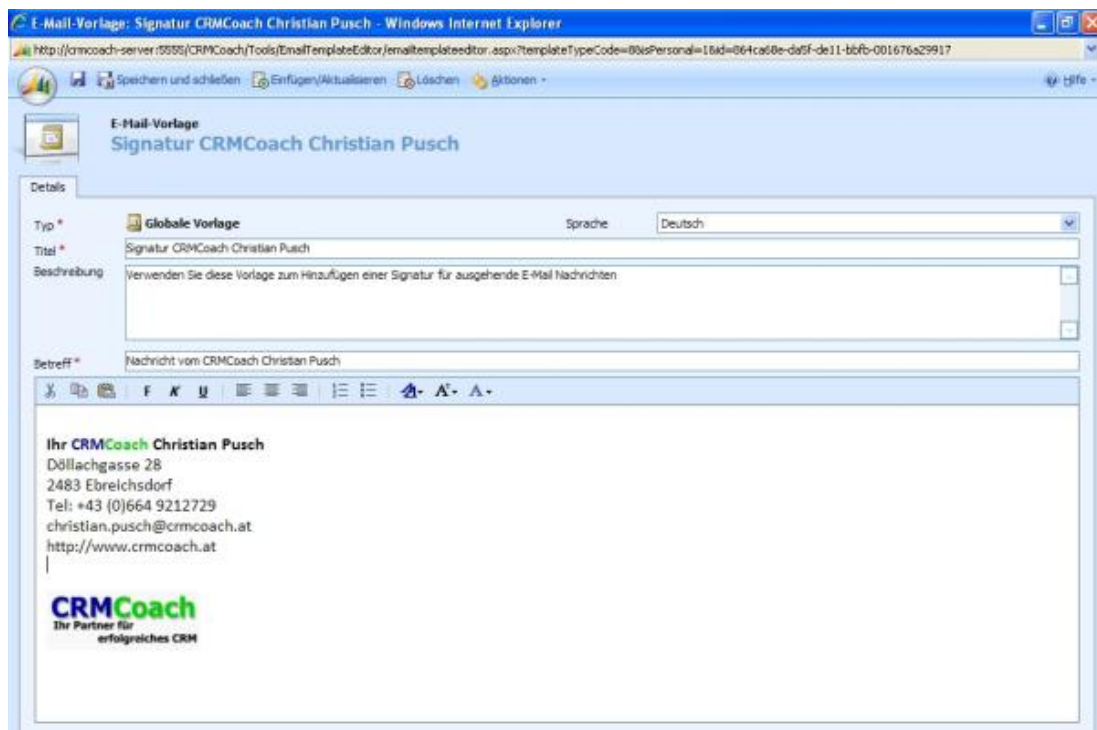


Tipps

### E-Mail Vorlagen: Persönliche Note durch Signatur und Logo

E-Mail ist in der heutigen Zeit als Medium zur Kommunikation mit Kunden und Partner zu einem der wichtigsten Instrumente geworden. Ihre Kunden müssen wissen von wem sie Nachrichten bekommen und wie sie mit Ihnen Kontakt aufnehmen können. Dabei spielen E-Mail Signaturen eine entscheidende Rolle. Sie unterstreichen die Relevanz der Nachricht und transportieren das Image Ihres Unternehmens.

In Microsoft Dynamics CRM für Outlook können Sie die Standard Option "Signaturen" von Outlook zum Hinzufügen der E-Mail Signatur verwenden. Um im Microsoft CRM Webclient die selbe Funktionalität zu haben, können Sie persönliche oder globale E-Mail Vorlagen verwenden, um eine E-Mail Signatur an ausgehende Nachrichten anzufügen.



Screenshot.: E-Mail Vorlage

Folgen Sie als CRM-Anwender den gewohnten Schritt-für-Schritt Anweisungen, um eine Vorlage für eine E-Mail Signatur zu erstellen.

[Wie es genau funktioniert, finden Sie auf Seite 6](#)

Schulung

**Für Anwender: Berichte zur automatischen Auswertung von CRM Informationen**

Moderne und erfolgreiche Unternehmen legen großen Wert auf relevante Informationen aus dem CRM System mittels eigens definierten Berichtsvorlagen. Auf diese Weise können sehr einfach und schnell beispielsweise interne, externe oder gesetzliche Anforderungen erfüllt werden.

In diesem Kompakttraining lernen die CRM Anwender die Möglichkeiten zur Definition von eigenen Berichten innerhalb des Microsoft Dynamics CRM Berichte Moduls kennen. Ein Themenschwerpunkt dabei ist die richtige Handhabung des Berichtsassistenten. Es sind keine speziellen Vor- oder Programmierkenntnisse notwendig, um schnell und maßgeschneidert zu den gewünschten Informationen zu kommen.

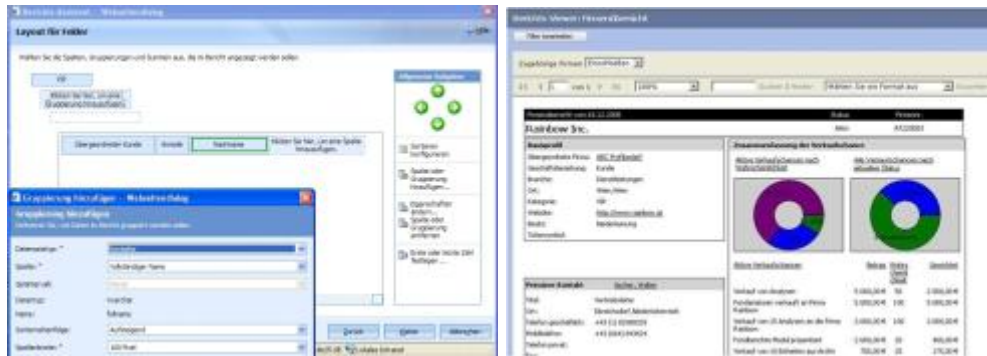


Abb. 1 und 2: Berichtsassistent und Berichte auf Knopfdruck

Im Rahmen dieser Schulung erhalten Sie eine kompakte Einführung in die verschiedenen Berichtsmöglichkeiten von Microsoft Dynamics CRM mit praxisorientierten Übungen, Tipps & Tricks oder kundenspezifischen Aufgabenstellungen.

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

Angebot

**KMU Angebot Juli 2009: Ihre Kunden jederzeit im Griff - Business Contact Manager!**



Können Sie es noch rechtfertigen keine Software Lösung zur Unterstützung des Kontaktmanagements (CRM) einzusetzen? Jedes Unternehmen lebt von seinen Kunden und Kontakten, daher müssen die Beziehungen zu diesen gepflegt werden. Inzwischen kann CRM dank neuer Technologien und Software-Entwicklungen leichter denn je umgesetzt werden. Es gibt Lösungen für alle Unternehmensgrößen und in jeder Preislage. Wussten Sie, dass Sie mit dem Business Contact Manager für Microsoft Outlook sogar eine CRM Lösung kostenlos erhalten?

Mit dem Business Contact Manager gewinnen Sie nicht nur ein vollständiges Bild der Informationen Ihrer Firma zu Kunden, Entwicklungen und Chancen, sondern benutzerdefinierte Listen können einfach integriert werden, um personalisierte Dokumente und Marketingmaterialien zu erstellen. Aussendungen oder Direktmarketing werden zum Kinderspiel!



**Der CRMCoach leistet rund um den Business Contact Manager ...**

- Workshop „Kundenmanagement - Chancen und Nutzen“ für Ihr Unternehmen
- Installation und Anpassung der Software auf Ihre Bedürfnisse
- Import von vorhandenen Firmen- und Kontaktdaten
- Vorlagen für Massensendungen via E-Mail oder Brief
- Training zur richtigen Handhabung der Software

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

## E wie Euphorie - CRM beginnt in der Chefetage

Bei jedem CRM Projekt gibt es eine Reihe von Faktoren, die letztendlich darüber entscheiden, ob das Projekt erfolgreich ist oder einem Ballon gleicht, dem schnell die Luft ausgeht. So gilt es mit den 3 Säulen – Menschen, Technologien und Prozesse – eine solide Basis zu schaffen, auf der sich CRM Initiativen und Maßnahmen aufbauen lassen. Der ergiebigste Erfolgsmacher eines solchen Projektes ist wohlweislich das virtuose Ausschöpfen der Mitarbeiter- und Kundenpotenziale. Deshalb will ich mich in diesem Beitrag dem wohl sensibelsten Thema – den Menschen - zuwenden. Ich möchte beleuchten, welche Rolle Menschen in einem CRM Projekt spielen und Tipps und Anregungen für mehr CRM Euphorie geben.

### CRM ist Chefsache

Bei der Formulierung der CRM Vision eines Unternehmens sollten die Begriffe Kunden, Kundenorientierung oder Kundenfokussierung auf keinen Fall fehlen! In diesem Zusammenhang bedeutet Kundenfokussierung alle Ressourcen des Unternehmens auf das zu konzentrieren, was für dessen Fortbestand am wichtigsten ist: die Kunden.

Die knappste Ressource im Unternehmen ist meist nicht das Kapital, sondern es sind die Führungskräfte, die kundenfokussiert denken und handeln. Die in der CRM Vision so vehement geforderte Kundenfokussierung kann allerdings nicht durch standardisierte Prozesse, dicke Handbücher und Betriebsanweisungen entstehen. Und auch nicht durch teure CRM-Software. Sie findet freiwillig in den Köpfen und Herzen der Mitarbeiter statt. Das hört sich banal an, ist es aber nicht. Welche Rolle spielt die Chefetage in einem kundenfokussierten CRM Projekt?

Kunden - um die dreht sich ja alles in einem Unternehmen - lassen sich nicht länger an die Abteilungen Vertrieb, Marketing und Service wegdelegieren. Sie gehen jeden im Unternehmen an. Einer der wichtigsten Faktoren in einem erfolgreichen CRM Projekt ist also kundennahes Management und sehr oft auch ein neuer Führungsstil: die kundenfokussierte Mitarbeiterführung. Führungskräfte haben die Aufgabe, solche Rahmenbedingungen zu schaffen, die es den Mitarbeitern ermöglichen, für die Kunden ihr Bestes geben zu können und vor allem zu wollen.

Daher ist für die Chefetage sehr wichtig, die Perspektive zu wechseln und aus der Sicht des Kunden zu denken. Kundenfokussierung muss, von oben beginnend, Abteilungsgrenzen und Hierarchieebenen überspringen und alle Unternehmensbereiche durchdringen.

**Conclusio: Die Kunst für die Chefetage liegt darin, die durch eigene Kundennähe gewonnenen Erkenntnisse zu nutzen und im eigenen Unternehmen für eine kundenfokussierte Einstellung und kundenfokussiertes Verhalten zu sorgen und diese auch für jeden Mitarbeiter deutlich sichtbar vorleben. Kundenfokussiertes Verhalten wird über Kompetenz und Effizienz, also über Wissen und Können sichtbar, die Einstellung hingegen über das Wollen.**

### Der Anwender entscheidet

„Erkläre es mir und ich werde es vergessen. Zeige es mir und ich werde mich erinnern. Lasse mich daran teilhaben und ich werde es verstehen.“ So lautet eine Weisheit des chinesischen Philosophen Konfuzius aus dem fünften Jahrhundert vor Christus. Ich glaube zwar nicht, dass der gute alte Konfuzius schon CRM in der heutigen Form kannte, dennoch lässt sich seine Weisheit auch bei Entwicklung von CRM Strategien gut veranschaulichen.

Für den Anwender ist CRM nicht nur Software, sondern das, was es ursprünglich einmal sein sollte, nämlich ein Customer Relationship Management, das den Kunden in allen Phasen achtsam begleitet: von der Neuakquise über die Kundenbetreuung und Loyalisierung bis hin zu Kundenrückgewinnung. Innerhalb dieses Customer Relationship Management muss er genügend Spielraum haben, seine eigenen Bedürfnisse und Anforderungen einzubringen. Je früher die Mitarbeiter in die Planung und Festsetzung der Strategie oder der Prozesse einbezogen werden, desto sicherer der Erfolg.

Letztendlich entscheidet der Anwender darüber ob er die CRM Lösung verwendet oder nicht. Neben einer leichten Bedienung, guter Performance, Integration und eventuell Mobilität, spielen für den Endanwender „seine Vorteile“ und „sein Nutzen“ eine sehr bedeutende Rolle. Wenn der Endanwender keinen Vorteil oder keinen Nutzen sieht, eine CRM Lösung zu lernen oder anzuwenden, wird es zu einem Nachteil für ihn. Die Frage: Welche Vorteile haben Mitarbeiter durch das Lernen und Verwenden der CRM Lösung?“ muss im Vorfeld beantwortet werden.

**Conclusio: Jede Strategie ist nur so gut, wie die Mitarbeiter, die diese umsetzen. Je früher man die Mitarbeiter einbezieht, desto schneller werden sie eigene Vorteile und Nutzen erkennen und daher CRM positiv eingestellt sein.**

## Themen, die Menschen wirklich bewegen

Aus langjährigen Tätigkeiten im CRM, den interessanten Erfahrungen aus verschiedenen Kundenprojekten sowie den Workshops und Gesprächen mit vielen Endanwendern, lassen sich für mich einige Themen ableiten, die wirklich bewegen. Es sind menschliche Faktoren, die für CRM-Euphorie oder eben Nicht-Euphorie bei Endanwender sorgen und nicht Features und Benefits der CRM Lösung.

### Administrativer Aufwand

Gute Vertriebler wollen verkaufen, Marketingexperten wollen mit kreativen Ideen neue Kunden und Märkte gewinnen, passionierte Kundendienstmitarbeiter wollen immer besten Service bieten – aber keiner will zusätzlichen administrativen Aufwand.

### Transparenz

Durch den Einsatz von CRM werden einzelne Informationsinseln (manchmal leider auch Datenfriedhöfe) transparent. Abteilungen und Teams bekommen Einblick in die Kunden und Aktivitäten der jeweils anderen. In der ersten Phase eines CRM Projektes wird dies meist als „unangenehm“ oder „störend“ empfunden, erst nach einiger Zeit lassen sich Synergien und neue Potenziale (z.B. im Cross Selling oder interner Informationsfluss) erkennen. Sehr viele Menschen reagieren auf größere Veränderungen im Arbeitsumfeld leider noch immer sehr skeptisch.

### Angst

Einer der heikelsten Faktoren ist immer wieder Angst – nämlich die Angst über CRM Systeme kontrolliert, gemessen oder kontrolliert zu werden. Angst wird leider nur in den seltensten Fällen direkt angesprochen. Sie wirkt in erster Phase eher hemmend. Bevor man einen eher negativen Besuchsbericht ins CRM eingibt, gibt man ihn gar nicht ein. Ich bin der Meinung, dass dies nicht notwendig ist sondern eher eine Chance für Führungskräfte und Mitarbeiter ist. Führungskräfte haben die Chance sich von Aufpassern zu Coachs entwickeln, die ihren Mitarbeitern keine Ziele aufs Aug drücken, sondern gemeinsame Ziele vereinbaren und etwaige Soll-Ist-Abweichungen frühzeitig erkennen und auf konstruktive Art lösen. Mitarbeiter wiederum haben mehr Chancen auf aktive Mitarbeit und Verständnis von anderen. Das würde die Qualität einer Kundendatenbank deutlich aufwerten.

Die erwähnten Fakten und fehlende CRM Euphorie sind auch die häufigsten Stolpersteine bei der Einführung einer erfolgreichen CRM Lösung im Unternehmen. CRM ist aber auch eine lebende Sache und muss auch nach der Einführung euphorisch betrieben werden. Nachfolgend einige Tipps und Anregungen, um dies zu fördern.

## Tipps für mehr CRM Euphorie

1. **Die Frage nach dem Sinn** - Die Vision gibt dem Mitarbeiter eine konkrete Antwort auf die Sinn-Frage und bildet damit die Basis für eine Identifikation mit der CRM-Lösung. Die Vision sollte möglichst immer präsent gehalten werden und von der Führungsspitze durch entsprechendes Verhalten vorgelebt und damit verifiziert werden.
2. **Anerkennung für Leistung** - Das bekannteste und am häufigsten eingesetzte Mittel zur Motivation von Mitarbeitern sind Anerkennungs- und Belohnungssysteme. In der CRM Welt sind dabei Kreativität gefragt, denn nicht alles kann an „harten“ Verkaufszahlen gemessen werden. Für den CRM Erfolg ist es wichtig, dass diese Systeme auch „weiche“ Faktoren wie beispielsweise die Verwendung des CRM Systems, zeitnahe Eingaben und Aktualisierung oder Kundenzufriedenheit enthalten.
3. **Best Practices** - Fördern Sie das „Wir-Gefühl“. CRM ist Teamarbeit und muss auch als solche gelebt werden. Der immer wiederkehrende Hinweis auf CRM in diversen internen Meetings oder Teambesprechungen ist unerlässlich.
4. **Administration** - Reduzieren Sie routinemäßige Aktivitäten durch Workflows. In jedem Vertriebs-, Marketing- und Serviceprozess gibt es Aktivitäten, die immer wiederkehren. Vorgefertigte Templates und Abläufe lassen sich durch Workflows automatisch erledigen und reduzieren so unnötige Zeit für administrative Tätigkeiten für die Anwender.
5. **Feedback ernst nehmen** - Nehmen Sie regelmäßig Feedback auf und fördern Sie eine stete Optimierung der Anwendung. Die CRM Anwender sind eine wichtige Informationsquelle, wenn es darum geht, Schwachstellen oder Verbesserungspotenziale im Unternehmen ausfindig zu machen. Denn sie sind es, die CRM tagtäglich leben. Sie sind damit konfrontiert, wenn es in der Lösung hakt oder klemmt oder wenn die Dinge nicht so laufen, wie sie laufen sollten.

## Der CRMCoach kann Ihnen behilflich sein!

Wenn auch Sie weitere Impulse zur Steigerung der CRM Euphorie im eigenen Unternehmen setzen wollen, kontaktieren Sie doch einfach den [CRMCoach Christian Pusch](mailto:Christian.Pusch@crmcoach.at).

## E-Mail Vorlagen: Persönliche Note durch Signatur und Logo

E-Mail ist in der heutigen Zeit als Medium zur Kommunikation mit Kunden und Partner zu einem der wichtigsten Instrumente geworden. Ihre Kunden müssen wissen von wem sie Nachrichten bekommen und wie sie mit Ihnen Kontakt aufnehmen können. Dabei können E-Mail Signaturen eine entscheidende Rolle spielen. Sie unterstreichen die Relevanz der Nachricht und transportieren das Image Ihres Unternehmens.

Eine E-Mail Signatur besteht in der Regel aus einer oder mehreren Textzeilen, die an Ende einer ausgehenden Nachricht hinzugefügt wird. In Microsoft Dynamics CRM für Outlook können Sie die Standard Option "Signaturen" von Outlook zum Hinzufügen der E-Mail Signatur verwenden. Um im Microsoft CRM Webclient die selbe Funktionalität zu haben, können Sie persönliche oder globale E-Mail Vorlagen verwenden, um eine E-Mail Signatur an ausgehende Nachrichten anzufügen. Beispielsweise können Sie mit Vorlagen E-Mail Signaturen für nachfolgende Zwecke erstellen:

- bessere Wahrnehmung für Namen und Marken
- Bereitstellung von alternativen Kontaktinformationen für Sie und Ihr Business
- Veröffentlichung von Unternehmensleitbildern
- Hinweis auf Disclaimer und Vertraulichkeitsangaben
- Bewerbung von neuen Produkten oder Angeboten
- Erinnerung an Kunden für wichtige Termine oder Veranstaltungen

### Erstellen einer E-Mail Signatur mittels persönlicher Vorlage

Persönliche E-Mail Vorlagen werden innerhalb der persönlichen Optionen im Webclient erstellt (Im Microsoft Dynamics CRM für Outlook können Sie keine E-Mail Vorlagen erstellen). Führen Sie folgende Schritte aus, um eine E-Mail Vorlage zu erstellen:

1. Klicken Sie im Menü **Extras** auf **Optionen**, und klicken Sie dann auf die Registerkarte **E-Mail-Vorlagen**.
2. Klicken Sie auf der Aktionssymbolleiste auf **Neu**.
3. Wählen Sie im Dialogfeld **E-Mail-Vorlage** in der Liste **Vorlagentyp** den Typ aus, und klicken Sie dann auf **OK**. Um sicherzustellen, dass die Vorlage für die Signatur in allen Bereichen von Microsoft CRM verfügbar ist, wählen Sie **Global** als Vorlagentyp.
4. Im Formular E-Mail-Vorlagen müssen Sie die folgenden Informationen eingeben.  
**Titel:** Geben Sie einen aussagefähigen Titel für die Vorlage ein. Der Titel wird in der Vorlagenliste angezeigt.  
**Betreff:** Geben Sie den Betreff der mit dieser Vorlage erstellten E-Mail-Nachricht ein. Er wird als Betreffzeile in der E-Mail-Nachricht angezeigt und überschreibt den vorhandenen Text.

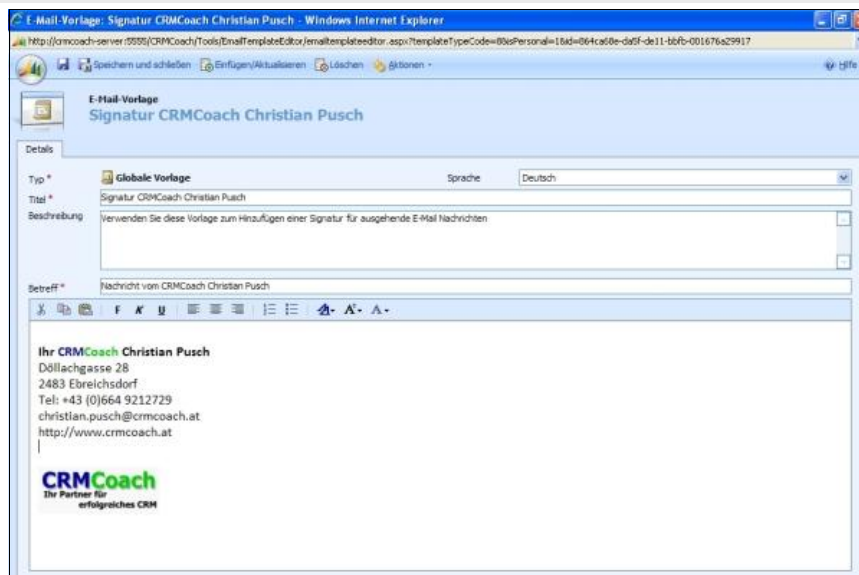


Abb 1: Erstellen einer E-Mail Vorlage

5. Sie können eine Beschreibung der Vorlage eingeben. Diese wird dem Empfänger nicht angezeigt.
6. Geben Sie den Text ein, den Sie mit dieser Nachricht senden möchten. Verwenden Sie die Formatierungssymboleiste, um den Text zu bearbeiten.

### Tipps

- Auch wenn Bilder oder HTML in Microsoft Dynamics CRM nicht direkt in E-Mail-Nachrichten oder E-Mail-Vorlagen eingefügt werden können, können Sie das Feature zum Kopieren in Internet Explorer verwenden, um ein Bild von einer Website zu kopieren und in die E-Mail-Nachricht oder in die E-Mail-Vorlage einzufügen. Das Bild ist verfügbar, so lange der Zugriff auf die Website möglich ist.
  - Wenn Sie einen Hyperlink in eine E-Mail-Vorlage einfügen möchten, geben Sie die URL mit http:// ein, z. B. <http://www.crmcoach.at>, und drücken Sie dann die EINGABETASTE. Fügen Sie nach der URL keinen Punkt, kein Komma oder Leerzeichen ein. Andernfalls funktioniert der Link nicht. Der URL wird automatisch ein Link hinzugefügt, und der Text wird unterstrichen und blau angezeigt.
  - Die Formatsymboleiste weist eine begrenzte Anzahl von Schriftarten und Schriftgraden auf. Sie können jedoch Inhalt aus Microsoft Office Word kopieren und einfügen. Dadurch können Sie Features wie die Rechtschreibprüfung und einige erweiterte Textformatierungen verwenden. Drücken Sie am Zeilenende UMSCHALT+EINGABE, um für Text einzeligen Abstand zu verwenden.
7. Sie können auch einige Felder variabel halten und die Werte aus CRM Datenfelder übernehmen. Um eine neues Datenfeld in die E-Mail Vorlage zu übernehmen, klicken Sie in der Symbolleiste des Formulars auf die Schaltfläche **Einfügen/Aktualisieren**, um Datenfelder zum Anzeigen von Informationen wie z. B. den Namen des Benutzers einzufügen. Klicken Sie anschließend im Dialogfeld **Datenfeldwerte** auf **Hinzufügen**. Wählen Sie im Dialogfeld **Datenwert hinzufügen** den **Datensatztyp** und das **Feld** aus, und klicken Sie dann auf OK. Klicken Sie erneut auf **OK**, um die Daten einzufügen.
  8. Klicken Sie auf **Speichern** oder **Speichern und schließen**.
  9. Klicken Sie gegebenenfalls auf **OK**, um das Dialogfeld **Festlegen persönlicher Optionen** zu schließen.

### Vorlagen in E-Mail Nachrichten einfügen

Wenn Sie im Webclient eine E-Mail Nachricht schreiben, können Sie auf die Schaltfläche Vorlage einfügen klicken, um den Webseitendialog **Vorlage einfügen** zu öffnen, wie in nachfolgender Abbildung zu sehen ist.

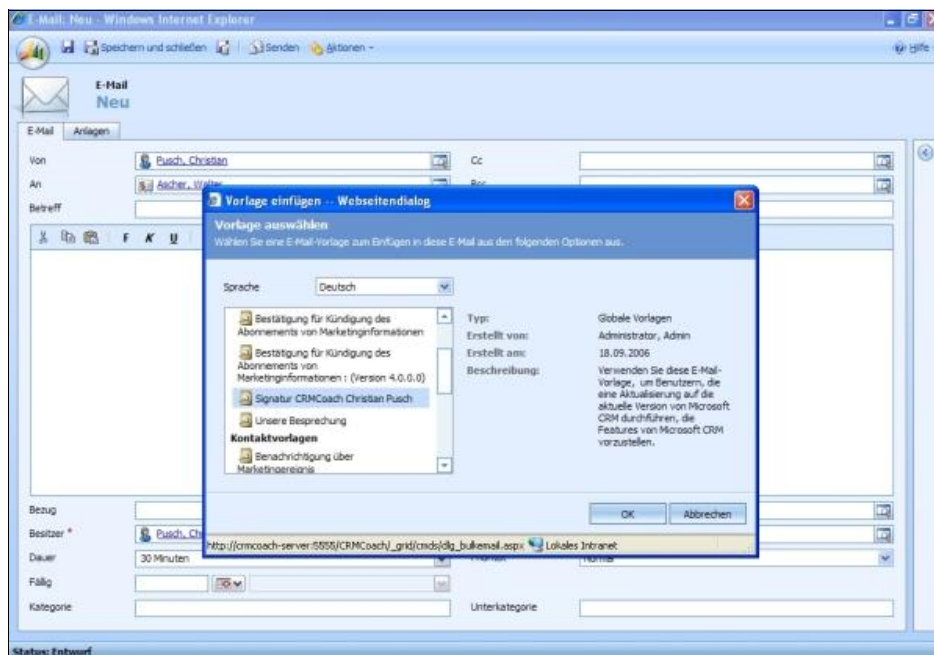


Abb 2: Einfügen einer E-Mail Vorlage

Bevor Sie eine Vorlage einfügen können, müssen Sie mindestens einen E-Mail Empfänger auswählen. Nachdem Sie eine E-Mail Vorlage ausgewählt haben, füllt Microsoft Dynamics CRM automatisch den Vorlageninhalt im Körper der Nachricht sowie etwaige dynamische Datenfelder, die die E-Mail Vorlage enthält, ein. Dieses Feature ist komfortabel, wenn Sie zusätzliche Inhalte für eine E-Mail Nachricht hinzufügen oder bearbeiten möchten, bevor Sie sie senden.

Hinweis: Falls Sie eine E-Mail-Vorlage zusätzlich zu einer anderen Vorlage als Signatur verwenden möchten, fügen Sie die Signaturvorlage zuerst ein. Andernfalls wird die Betreffzeile überschrieben.

Viel Spaß beim Ausprobieren.

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