

# Workshops – Schulungen – Coaching

rund um die Themen

**Kunden finden – binden – begeistern**

und

## **Customer Relationship Management (CRM)**



# Workshops – Schulungen – Coaching

## Individuelle Aus- und Weiterbildung

Eine individuelle und persönliche Aus- und Weiterbildung sorgt für mehr Kompetenz! Dies führt zu höherer Produktivität und sorgt gleichzeitig für zusätzliche Energie und Motivation. Bauen Sie dabei auf die Unterstützung des CRMCoach!

## Schulungen – der Weg zum Erfolg

In unseren Schulungen arbeiten wir äußerst interaktiv, praxisorientiert und somit mit hohem Nutzwert für die tägliche Arbeit in Ihrem Unternehmen. Die Einbeziehung des betrieblichen Alltags und dessen Unterstützung beim Lerntransfer stehen im Mittelpunkt.

## Workshops – Garant für erfolgreiche Ideen

In unseren Workshops entstehen viele Ideen, Programme und Strategien. Es kommen Entwicklungen in Gang, die wesentlich zum Erfolg des Unternehmens beitragen.

## Coaching – schlafende Potentiale wecken

In unseren Coaching Einheiten beraten und begleiten wir eine oder mehrere Personen bei der Ausübung von komplexen oder neuen Handlungen mit dem Ziel durch mehr Kompetenz optimale Ergebnisse hervorzubringen.

Alle Workshops, Schulungen und Coaching Einheiten sind geprägt vom Eingehen auf die individuellen Erwartungen und Bedürfnisse der Teilnehmer. Sie sind maßgeschneidert und finden in Ihrem Unternehmen oder an einem von Ihnen gewählten Ort statt.

<b>Workshops – Strategie</b> .....	<b>4</b>
Kunden gewinnen – JA! Aber wie?.....	4
Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit.....	4
Kunden erfolgreich binden.....	4
Leadmanagement – strukturiert und schnell vom Lead zum Kunden.....	5
Verkaufsprozess – mit Struktur und Aktivität zu mehr Verkaufsabschlüssen.....	5
Servicemanagement – mit MUSS-KANN-SOLL Strategie die Kundenzufriedenheit steigern.....	5
<b>Workshops – CRM allgemein</b> .....	<b>6</b>
Chancen und Nutzen einer CRM Lösung.....	6
Mehr Umsatz – mehr Ertrag mit CRM.....	6
Erfolgreiche CRM Datenbanken.....	6
Erfolgreiche Kampagnen im CRM.....	7
CRM Scorecard.....	7
Planung des CRM Projektes.....	7
<b>Workshops – Microsoft Dynamics CRM</b> .....	<b>8</b>
4.0 Upgrade! Follow me: JA – ABER WANN?.....	8
Leads, Kontakte, Firmen.....	8
Geschäftsprozesse – vom Lead zur Rechnung.....	8
<b>Schulungen für CRM Administratoren</b> .....	<b>9</b>
Microsoft CRM Konfiguration und Anpassung I.....	9
Microsoft CRM Anpassung II inklusive Workflow Manager.....	9
Microsoft CRM 4.0 Neuerungen für den Administrator.....	10
Microsoft CRM Einstellungen in der Serviceverwaltung.....	10
Einführung Microsoft Dynamics CRM - SDK.....	10
<b>Schulungen für CRM Anwender</b> .....	<b>11</b>
Basis Schulung Microsoft CRM Anwendung.....	11
Microsoft CRM Vertrieb, Verkaufschancenmanagement.....	11
Microsoft CRM Marketing, Kampagnenmanagement.....	11
Microsoft CRM Kommunikation mit Interessenten und Kunden.....	12
Microsoft CRM Serviceplanung.....	12
<b>Schulungen CRM Spezial</b> .....	<b>12</b>
Microsoft Excel: Pivotieren mit CRM Daten.....	12

# Workshops – Strategie

## Kunden gewinnen – JA! Aber wie?

W-AL-All-gewinnen

Ziel	<b>Ideenfindung, Konzeption und Umsetzung von Kundengewinnungsmodellen</b>
Teilnehmer	Geschäftsführer, Management Team, Vertriebs- und Marketingleiter
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ziele, Wege und Möglichkeiten zur Gewinnung von Neukunden</li> <li>➤ Marktaufbereitung</li> <li>➤ Vertriebskanäle und -prozesse</li> <li>➤ Umsatzsteigerung durch Leadmanagement</li> <li>➤ Data Mining</li> <li>➤ Verkaufsverhalten kundennaher Abteilungen</li> <li>➤ Partnerprogramme</li> <li>➤ Kundenrückgewinnung</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 3 Stunden

## Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit

W-AL-All-Kunden

Ziel	<b>Erarbeiten von Erfolgsfaktoren für Kundenorientierung und Kundenloyalität</b>
Teilnehmer	Geschäftsführer, Management Team, Vertriebs-, Marketing und Serviceleiter
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Kundenorientierung versus Produktorientierung</li> <li>➤ Kundenloyalitätsprogramme</li> <li>➤ Kundenzufriedenheit aus modelltheoretischer Sicht</li> <li>➤ Ziele einer Kundenzufriedenheitsmessung</li> <li>➤ Die acht Schritte einer Kundenzufriedenheitsuntersuchung</li> <li>➤ Verfahren zur Zufriedenheitsmessung</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 2-3 Stunden

## Kunden erfolgreich binden

W-AL-All-binden

Ziel	<b>Entwicklung von Ideen und Programmen zur langfristigen Kundenbindung</b>
Teilnehmer	Geschäftsführer, Management Team, Vertriebs-, Marketing und Serviceleiter
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Begriff und Relevanz der Kundenbindung</li> <li>➤ „offensichtliche“ Kundenbindung im Unternehmen</li> <li>➤ Ursachen der Kundenbindung</li> <li>➤ Vorteile der Kundenbindung</li> <li>➤ Methoden, Programme und Instrumente zur langfristigen Kundenbindung</li> <li>➤ Kundenrückgewinnung</li> <li>➤ Ansätze zur Erfassung des Kundenwerts</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 3 Stunden

## Leadmanagement – strukturiert und schnell vom Lead zum Kunden

W-AL-All-Leadmgmt

Ziel	<b>Entwicklung von Ideen und Programmen zum erfolgreichen Leadmanagement</b>
Teilnehmer	Geschäftsführer, Management Team, Vertriebs- und Marketingleiter
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Status Quo des eigenen Leadmanagements</li> <li>➤ Leadmanagement als professioneller Vertriebsbaustein</li> <li>➤ Die allgemeinen Phasen im Leadmanagement-Prozess</li> <li>➤ Checklisten zum systematischen Controlling der einzelnen Leadaktivitäten</li> <li>➤ Verknüpfung mit vor- und nachgelagerten Prozessen</li> <li>➤ Kostentreiber, Nutzen und die wichtigsten Erfolgsfaktoren</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 3 Stunden

## Verkaufsprozess – mit Struktur und Aktivität zu mehr Verkaufsabschlüssen

W-AL-All-VK-Prozess

Ziel	<b>Definition des Verkaufsprozesses und dessen Phasen</b>
Teilnehmer	Geschäftsführer, Management Team, Vertriebs- und Marketingleiter
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Status Quo des eigenen Verkaufsprozesses</li> <li>➤ Verkaufsprozesse als Basis für Opportunity Management</li> <li>➤ Die allgemeinen Phasen im Verkaufsprozess</li> <li>➤ Richtige Bewertung von Verkaufschancen</li> <li>➤ Motivationsfaktoren zur zeitnahen Pflege von Verkaufschancen</li> <li>➤ Erfolgsfaktoren für aussagekräftige Pipelines und Forecasts</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 3 Stunden

## Servicemanagement – mit MUSS-KANN-SOLL Strategie die Kundenzufriedenheit steigern

W-AL-All-SVCMgmt

Ziel	<b>Entwicklung von Ideen und Programmen im Servicemanagement</b>
Teilnehmer	Geschäftsführer, Management Team, Service-, Vertriebs- und Marketingleiter
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Status Quo des eigenen Servicemanagements</li> <li>➤ Ideen für Service, die Kunden begeistern</li> <li>➤ <b>Muss-Kann-Soll</b> und Profilierungsfelder im Service</li> <li>➤ Kundensupport via E-Services</li> <li>➤ Leistungs-, Preis-, Vertriebs- und Kommunikationspolitik im Rahmen des Servicemanagements</li> <li>➤ Beschwerdemanagement als zentrale Funktion zur Steigerung der Kundenzufriedenheit</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 3 Stunden

# Workshops – CRM allgemein

## Chancen und Nutzen einer CRM Lösung

W-AL-CRM-Chancen

Ziel	<b>Erarbeiten von Chancen und Nutzen einer CRM Lösung für das Unternehmen</b>
Teilnehmer	Geschäftsführer, Management Team, Vertriebs-, Marketing und Serviceleiter
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ CRM als Geschäftsinitiative</li> <li>➤ Chancen einer CRM Lösung</li> <li>➤ Nutzen einer CRM Lösung</li> <li>➤ Voraussetzungen für Erfolg und Betrieb</li> <li>➤ Mögliche Einsatzgebiete von CRM Lösungen im Unternehmen</li> <li>➤ Gründe, die CRM Projekte zum Scheitern bringen</li> <li>➤ Überblick CRM Lösungen und Anbieter</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 3 Stunden

## Mehr Umsatz – mehr Ertrag mit CRM

W-AL-CRM-Umsatz

Ziel	<b>Entwicklung von Ideen und CRM Initiativen für mehr Umsatz / Ertrag</b>
Teilnehmer	Geschäftsführer, Management Team, Vertriebs-, Marketing und Serviceleiter
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ziele, Wege und Möglichkeiten für mehr Umsatz</li> <li>➤ Klassifizierung und Segmentierung</li> <li>➤ Erarbeiten eines Aktionsplanes</li> <li>➤ Motivation der Mitarbeiter</li> <li>➤ Kampagnenplanung und -umsetzung</li> <li>➤ Scorecarddefinitionen</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 2 Stunden

## Erfolgreiche CRM Datenbanken

W-AL-CRM-Datenbank

Ziel	<b>Erarbeiten von Grundlagen und rechtlichen Aspekten zum Auf- oder Ausbau von Kunden Datenbanken</b>
Teilnehmer	CRM-Administratoren, Führungskräfte aus Vertrieb, Marketing und Service
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Aufbau und Pflege von Grunddaten</li> <li>➤ Erarbeitung von Potenzialdaten</li> <li>➤ Auswertung von Aktions- und Reaktionsdaten</li> <li>➤ Prozesse zur Sicherstellung der Datenqualität</li> <li>➤ erforderliche organisatorische und technische Auswirkungen</li> <li>➤ Rechtliche Aspekte bei der Pflege von Kundendaten</li> <li>➤ Auswertungsmöglichkeiten von Datenbanken</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 3 Stunden

## Erfolgreiche Kampagnen im CRM

W-AL-CRM-Kamp

Ziel	<b>Erarbeiten von Grundlagen und Erfolgsfaktoren zum Auf- oder Ausbau eines Kampagnenmanagements</b>
Teilnehmer	CRM-Administratoren, Führungskräfte aus Vertrieb, Marketing und Service
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Definition der Ziele, Planung und Steuerung von Kennzahlen</li> <li>➤ Wichtige Aufgaben in der Planungsphase</li> <li>➤ Segmentierung und Selektion von Zielgruppen</li> <li>➤ Workflows zur Automatisierung</li> <li>➤ effiziente Responseerfassung und Reporting</li> <li>➤ Kampagnenmanagement im CRM Kreislauf</li> <li>➤ Unterschiedliche Kommunikationsmittel und deren Einsatz</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 3 Stunden

## CRM Scorecard

W-AL-CRM-Score

Ziel	<b>Erarbeiten von Faktoren für eine CRM-Scorecard im Unternehmen</b>
Teilnehmer	Geschäftsführer, Management Team, Vertriebs-, Marketing und Serviceleiter
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Allgemeine Definitionen CRM Scorecard</li> <li>➤ CRM Scorecard versus Unternehmensscorecard</li> <li>➤ Zielsetzung und Zielmessung</li> <li>➤ Mögliche Faktoren einer CRM Scorecard</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 2 Stunden

## Planung des CRM Projektes

W-AL-CRM-Plan

Ziel	<b>Vorstellung und Einführung in das bevorstehende CRM - Projekt</b>
Teilnehmer	Management Sponsor, Projektteam, Anwendervertreter
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Erwartungen und Anforderungen (Brainstorming)</li> <li>➤ CRM Begriffe und Konzepte</li> <li>➤ Überblick derzeitige Kunden- und Kontaktstrukturen</li> <li>➤ Produktpräsentation (Überblick), wenn Entscheidung bereits getroffen</li> <li>➤ Rollendefinitionen</li> <li>➤ Nächste Schritte, Zeitplan, Allfälliges</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 2 Stunden

## Workshops – Microsoft Dynamics CRM

### 4.0 Upgrade! Follow me: JA – ABER WANN?

W-MS-CRM-V4U

Ziel	<b>Erstellung eines Projektplans mit optimalem Zeitpunkt für das Upgrade</b>
Teilnehmer	Administratoren, Führungskräfte und Anwender aus Vertrieb, Marketing und Service
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Neuerungen in Bezug auf Anforderungen Ihres Unternehmens</li> <li>➤ Vorteile und Nutzen im täglichen Einsatz</li> <li>➤ Wichtige Änderungen aus technischer und organisatorischer Sicht</li> <li>➤ Auswirkungen für die Anwender (Web- und Outlookclient, Offline Version etc.)</li> <li>➤ Meilensteine im Projektplan</li> <li>➤ Neue Lizenzierungsmöglichkeiten</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 3 Stunden

### Leads, Kontakte, Firmen

W-MS-CRM-LKF

Ziel	<b>Wichtige Merkmale von Leads, Kontakten und Firmen</b>
Teilnehmer	Management Sponsor, Projektteam, Anwendervertreter
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Vom Lead zum Kontakt oder Firma</li> <li>➤ Inhalte und Ändern von Picklisten</li> <li>➤ Benutzer und Sicherheitsrollen</li> <li>➤ Firmenhierarchie</li> <li>➤ Massenimport</li> <li>➤ Nächste Schritte, Zeitplan, Allfälliges</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 3 Stunden

### Geschäftsprozesse – vom Lead zur Rechnung

W-MS-CRM-Prozesse

Ziel	<b>Erarbeiten und Optimieren von Geschäftsprozessen rund um die CRM Lösung</b>
Teilnehmer	Management Sponsor, Projektteam, Anwendervertreter
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Definitionen und Strukturen eines Geschäftsprozesses</li> <li>➤ Die Verkaufspipeline</li> <li>➤ Phasen im Verkaufsprozess</li> <li>➤ Verkaufsprozesse und Workflow Regeln</li> <li>➤ Angebote, Aufträge, Rechnungen</li> <li>➤ Nächste Schritte, Zeitplan, Allfälliges</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 3 Stunden



# Schulungen für CRM Administratoren

## Microsoft CRM Konfiguration und Anpassung I

S-MS-Adm-Konfig

Ziel	<b>Wissensvermittlung zur Konfiguration und Anpassung der MS CRM Lösung</b>
Teilnehmer	Administratoren
Art	Individualtraining
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Microsoft CRM Konzepte und Begriffe aus Sicht des Administrators</li> <li>➤ Wirkungsbereich des Administrators</li> <li>➤ Konfiguration der Systemeinstellungen</li> <li>➤ Anlegen und Verwalten von Benutzern, Teams und Rollen</li> <li>➤ Anlegen und Verwalten des Produktkataloges</li> <li>➤ Anpassen von Entitäten (Formulare, Attribute und Felder)</li> <li>➤ Hinzufügen und Ändern von Ansichten</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 3 Stunden
Vorkenntnisse	MS Office Grundkenntnisse, allgemeine CRM Grundkenntnisse

## Microsoft CRM Anpassung II inklusive Workflow Manager

S-MS-Adm-Workflow

Ziel	<b>Vermittlung von Wissen zur Verwendung des MS CRM Workflow Managers</b>
Teilnehmer	Administratoren
Art	Individualtraining
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Planung und Implementierung von benutzerdefinierten Entitäten</li> <li>➤ Konfiguration von Beziehungen</li> <li>➤ Erstellen und Bearbeiten von Workflow Regeln zur Automatisierung von Geschäftsprozesse im Unternehmen</li> <li>➤ Erstellen und Bearbeiten von Vertriebsprozessen, mit denen die erforderlichen Aktivitäten zum Untersuchen, Qualifizieren und Schließen von Verkaufschancen automatisiert werden können</li> <li>➤ Ereignisse, Bedingungen und Aktionen innerhalb einer Workflow Regel</li> <li>➤ Praktische Beispiele für typische Workflow Anwendungen</li> <li>➤ Workflow Monitor</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 2 Stunden
Vorkenntnisse	MS Office Grundkenntnisse, allgemeine CRM Grundkenntnisse

## Microsoft CRM 4.0 Neuerungen für den Administrator

S-MS-Adm-Ver4.0

Ziel	<b>Vermittlung von Wissen über die Neuerungen in der Version 4.0</b>
Teilnehmer	Administratoren
Art	Individualtraining
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Überblick über neue administrative Funktionen</li> <li>➤ Unterstützung mehrerer Sprachen und Währungen</li> <li>➤ Neue Lizenzierungsmöglichkeiten</li> <li>➤ Einstellungen zur Duplikaterkennung</li> <li>➤ Neue Möglichkeiten beim Importieren von Daten</li> <li>➤ E-Mail und Seriendruck Vorlagen</li> <li>➤ Workflows</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 2 Stunden
Vorkenntnisse	MS Office Grundkenntnisse, allgemeine CRM Grundkenntnisse

## Microsoft CRM Einstellungen in der Serviceverwaltung

S-MS-Verw-Service

Ziel	<b>Vermittlung von Wissen zur Konfiguration der Serviceverwaltung in MS CRM</b>
Teilnehmer	Teamleader aus dem Bereich Service, CRM Koordinatoren, Administratoren
Art	Gruppen- oder Individualtraining
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Überblick Service Modul</li> <li>➤ Erstellen, Verwalten und Definieren von Verträgen und Vertragsvorlagen</li> <li>➤ Definition und Hinzufügen von Services für die Serviceplanung</li> <li>➤ Verwalten von artikelvorlagen und Betreffen zum Aufbau einer Wissensdatenbank</li> <li>➤ Erstellen und Verwalten von Servicewarteschlangen</li> <li>➤ Hinzufügen von Ressourcengruppen und Räumen/Arbeitsgeräten</li> <li>➤ Berichte</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 2 Stunden
Vorkenntnisse	MS Office Grundkenntnisse, allgemeine CRM Grundkenntnisse

## Einführung Microsoft Dynamics CRM - SDK

S-MS-Verw-Service

Ziel	<b>Wissensvermittlung zum Einsatz des MS Dynamics CRM SDK</b>
Teilnehmer	CRM Administratoren
Art	Individualtraining
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ MS Dynamics CRM SDK im Überblick</li> <li>➤ Einsatzmöglichkeiten des SDK</li> <li>➤ Zugriff auf APIs in Visual Studio</li> <li>➤ Tipps zum Kodieren und Testen</li> <li>➤ Entwicklung und Bereitstellung von Plug-Ins</li> <li>➤ Praktische Beispiele</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 3 Stunden
Vorkenntnisse	MS CRM Grundkenntnisse, Visual Studio Grundkenntnisse

# Schulungen für CRM Anwender

## Basis Schulung Microsoft CRM Anwendung

S-MS-Anw-Basis

Ziel	<b>Vermittlung von Basiswissen rund um die MS CRM Lösung</b>
Teilnehmer	Anwender aus Vertrieb und Marketing, Entwickler oder Administratoren
Art	Gruppen- oder Individualtraining
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Microsoft CRM Überblick, Konzepte und Terminologie</li> <li>➤ Zugriffsmöglichkeiten (Outlook Client, Web Client), Benutzeroberfläche</li> <li>➤ Allgemeine Navigation, Suche und Ansichten, persönliche Anpassung</li> <li>➤ Anlegen und Bearbeiten von Datensätzen (Firmen, Kontakte, Aktivitäten)</li> <li>➤ Berichte, Schnellkampagnen, Marketinglisten</li> <li>➤ Import- und Exportmöglichkeiten</li> <li>➤ Überblick weiterer Funktionen (Verkaufschancen, Angebote, Aufträge, Rechnungen, Marketingkampagnen)</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 1,5 Stunden
Vorkenntnisse	MS Office Grundkenntnisse

## Microsoft CRM Vertrieb, Verkaufschancenmanagement

S-MS-Anw-Vertrieb

Ziel	<b>Vermittlung von Wissen zur Verwendung der Vertriebstools in MS CRM</b>
Teilnehmer	Anwender aus Vertrieb und Marketing, CRM Koordinatoren, Administratoren
Art	Gruppen- oder Individualtraining
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Überblick Vertriebsmodul</li> <li>➤ Erstellen, Importieren und Konvertieren von Leads</li> <li>➤ Erstellen und Bearbeiten von Verkaufschancen</li> <li>➤ Verwenden von Workflows und Vertriebsprozessen</li> <li>➤ Erstellen und Bearbeiten von Angeboten, Aufträgen und Rechnungen</li> <li>➤ Verkaufschancen Management, Pipeline und Forecast</li> <li>➤ Berichte</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 2 Stunden
Vorkenntnisse	MS Office Grundkenntnisse, Basis Schulung Microsoft CRM

## Microsoft CRM Marketing, Kampagnenmanagement

S-MS-Anw-Marketing

Ziel	<b>Vermittlung von Wissen zur Erstellung von Marketingkampagnen in MS CRM</b>
Teilnehmer	Anwender aus Marketing und Vertrieb, CRM Koordinatoren, Administratoren
Art	Gruppen- oder Individualtraining
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Überblick Marketing Kampagnen und Marketinglisten</li> <li>➤ Planen von Marketingkampagnen</li> <li>➤ Erstellen und Verwalten von Marketingkampagnen</li> <li>➤ Kampagnenausführung und Kampagnenreaktionen</li> <li>➤ Berichte</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 3 Stunden
Vorkenntnisse	MS Office Grundkenntnisse, Basis Schulung Microsoft CRM

## Microsoft CRM Kommunikation mit Interessenten und Kunden

S-MS-Anw-Komm

Ziel	<b>Vermittlung von Wissen zur richtigen Kommunikation in MS CRM</b>
Teilnehmer	Anwender aus Marketing, Vertrieb und Service, CRM Koordinatoren, Administratoren
Art	Gruppen- oder Individualtraining
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Überblick über die verschiedenen Kommunikationsmöglichkeiten</li> <li>➤ Unterschiede Web-Anwendung und Integration in Outlook</li> <li>➤ Seriendruck und Massen E-Mails via Word</li> <li>➤ Workflowanwendungen</li> <li>➤ Verwendung von Marketinglisten und Warteschlangen</li> <li>➤ Automatisiertes Versenden von Statusmeldungen</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 3 Stunden
Vorkenntnisse	MS Office Grundkenntnisse, Basis Schulung Microsoft CRM

## Microsoft CRM Serviceplanung

S-MS-Anw-Service

Ziel	<b>Vermittlung von Wissen zur Verwendung der Serviceaktivitäten in MS CRM</b>
Teilnehmer	Anwender, Planer aus dem Service Bereich, CRM Koordinatoren, Administratoren
Art	Gruppen- oder Individualtraining
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Überblick Service Modul</li> <li>➤ Erstellen und Bearbeiten von Serviceaktivitäten und Terminen</li> <li>➤ Erstellen und Bearbeiten von Anfragen und Verträgen</li> <li>➤ Bearbeiten und Verwalten des Servicekalenders</li> <li>➤ Aufbau einer Wissensdatenbank</li> <li>➤ Berichte</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 2 Stunden
Vorkenntnisse	MS Office Grundkenntnisse, Basis Schulung Microsoft CRM

# Schulungen CRM Spezial

## Microsoft Excel: Pivotieren mit CRM Daten

S-MS-Spe-Pivot

Ziel	<b>Vermittlung von Wissen zur Anwendung von MS Excel PivotTables und PivotCharts in Verbindung mit CRM Daten</b>
Teilnehmer	Anwender aus Vertrieb und Marketing, Service, Controlling, Administratoren
Art	Gruppen- oder Individualtraining
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Einführung in das Arbeiten mit PivotTables, PivotCharts und CRM</li> <li>➤ PivotTables-Optionen, Feldeinstellungen</li> <li>➤ Untersuchen der Daten (Sortieren, Filtern, Gruppieren)</li> <li>➤ Ändern des Layouts (Gliederung, Feldliste, Teilergebnisse)</li> <li>➤ Formatänderungen</li> <li>➤ PivotCharts</li> <li>➤ Erstellen von Vorlagen</li> </ul>
Zeitbedarf	ab 2 Stunden
Vorkenntnisse	MS Excel Grundkenntnisse