
Introduzione a Microsoft Dynamics CRM	0-1
Obiettivi	0-1
Introduzione.....	0-1
E-Learning	0-1
Foundation Library	0-1
Corsi	0-2
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	0-8
Capitolo 1: Introduzione a Microsoft Dynamics CRM	1-1
Obiettivi	1-1
Introduzione.....	1-1
Ottenere un vantaggio competitivo grazie a CRM.....	1-2
Informazioni sulle relazioni con i clienti in Microsoft Dynamics CRM	1-3
Bilanciare facilità d'uso e gestione dei report	1-4
Gestire i processi con Microsoft Dynamics CRM	1-4
Riepilogo	1-7
Verifica	1-8
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	1-9
Soluzioni.....	1-10
Capitolo 2: Informazioni sul software Microsoft Dynamics CRM	2-1
Obiettivi	2-1
Introduzione.....	2-1
Informazioni sulle opzioni del server e del client Microsoft Dynamics CRM.....	2-2
Accedere a Microsoft Dynamics CRM.....	2-5
Informazioni sull'interfaccia utente di Microsoft Dynamics CRM	2-6
Visualizzazione della Guida in linea	2-9
Personalizzare l'esperienza di utilizzo di CRM	2-10
Riepilogo	2-11
Verifica	2-12
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	2-14
Soluzioni.....	2-15
Capitolo 3: Utilizzare Microsoft Dynamics CRM nel mercato globale	3-1
Obiettivi	3-1
Introduzione.....	3-1
Informazioni sul supporto multilingue in Microsoft Dynamics CRM.....	3-2
Informazioni sul supporto di più valute in Microsoft Dynamics CRM.....	3-3
Impostare opzioni personali.....	3-4
Riepilogo	3-7
Verifica	3-8
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	3-10
Soluzioni.....	3-11

Capitolo 4: Visione focalizzata sui clienti **4-1**

Obiettivi	4-1
Introduzione.....	4-1
Visualizzare le informazioni sui clienti con Microsoft Dynamics CRM.....	4-2
Microsoft Dynamics CRM nell'organizzazione	4-4
Implementare i processi necessari per supportare Microsoft Dynamics CRM ...	4-6
Informazioni sui record dei clienti	4-9
Relazioni tra i record dei clienti	4-13
Informazioni sulla proprietà e sull'assegnazione dei record	4-16
Utilizzare gli impegni per registrare le interazioni con i clienti	4-17
Utilizzare i flussi di lavoro	4-20
Trovare e gestire i dati.....	4-25
Utilizzare il rilevamento dei duplicati.....	4-29
Informazioni sull'albero degli argomenti	4-31
Riepilogo	4-31
Verifica	4-32
Prova pratica 4.1: Creare record di account e contatti	4-35
Prova pratica 4.2: Account e contatti.....	4-37
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	4-39
Soluzioni.....	4-40

Capitolo 5: Utilizzare il client Microsoft Dynamics CRM per Outlook **5-1**

Obiettivi	5-1
Introduzione.....	5-1
Informazioni su Microsoft Dynamics CRM per Outlook	5-2
Informazioni sull'integrazione tra Microsoft Dynamics CRM e Outlook	5-3
Informazioni sui record in Microsoft Dynamics CRM per Outlook	5-4
Gestione della posta elettronica in Microsoft Dynamics CRM per Outlook	5-7
Creare documenti di stampa unione.....	5-9
Informazioni sulle differenze tra i client per Outlook.....	5-16
Sincronizzare i dati di CRM	5-18
Riepilogo	5-21
Verifica	5-22
Prova pratica 5.1: Creare un'opportunità e un appuntamento da un messaggio di posta elettronica in arrivo	5-24
Prova pratica 5.2: Sincronizzazione nel client Microsoft Dynamics CRM	
Client per Microsoft Outlook.....	5-26
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	5-28
Soluzioni.....	5-29

Capitolo 6: Introduzione alle vendite **6-1**

Obiettivi	6-1
Introduzione.....	6-1
Presentazione della gestione delle vendite	6-2
Gestire i lead	6-4
Gestire le opportunità	6-5
Elaborare gli ordini di vendita	6-6
Gestire prodotti e prezzi	6-8

Tenere traccia dei concorrenti	6-9
Gestire la documentazione di vendita	6-11
Riepilogo	6-13
Verifica	6-14
Prova pratica 6.1: Creare concorrenti.....	6-16
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	6-18
Soluzioni.....	6-19
Capitolo 7: Gestione delle opportunità	7-1
Obiettivi	7-1
Introduzione.....	7-1
Informazioni sulle opportunità.....	7-2
Processi di vendita e il report Pipeline di vendita	7-3
Creare opportunità	7-10
Utilizzare le opportunità	7-12
Chiudere le opportunità	7-17
Riepilogo	7-20
Verifica	7-21
Prova pratica 7.1: Creare un processo di vendita	7-23
Prova pratica 7.2: Gestire la pipeline.....	7-27
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	7-29
Soluzioni.....	7-30
Capitolo 8: Gestire i lead	8-1
Obiettivi	8-1
Introduzione.....	8-1
Utilizzare i lead in Microsoft Dynamics CRM.....	8-2
Creare e importare i lead.....	8-4
Esercitazione pratica: Convertire un impegno di posta elettronica in un lead ..	8-10
Registrare e convertire i lead.....	8-11
Esercitazione pratica: Convertire un lead.....	8-12
Impostare i lead come non qualificati e riattivarli.....	8-13
Report sui lead	8-14
Riepilogo	8-14
Verifica	8-15
Prova pratica 8.1: Gestire e creare lead.....	8-18
Prova pratica 8.2: Creare lead.....	8-19
Prova pratica 8.3: Impostare i lead come qualificati e convertire i lead.....	8-21
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	8-23
Soluzioni.....	8-24
Capitolo 9: Utilizzare il catalogo prodotti	9-1
Obiettivi	9-1
Introduzione.....	9-1
Informazioni sul catalogo prodotti.....	9-2
Unità di vendita.....	9-7
Aggiungere prodotti	9-9
Creare listini prezzi	9-11
Creare elenchi sconti.....	9-14
Riepilogo	9-17

Verifica	9-18
Prova pratica 9.1: Creare un'unità di vendita e un listino prezzi.....	9-20
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	9-23
Soluzioni.....	9-24
Capitolo 10: Elaborare gli ordini di vendita	10-1
Obiettivi	10-1
Introduzione.....	10-1
Informazioni sull'elaborazione degli ordini di vendita	10-2
Creare e rivedere offerte	10-2
Creare e registrare ordini	10-5
Creare e chiudere fatture	10-7
Riepilogo	10-11
Verifica	10-12
Prova pratica 10.1: Convertire un'offerta in un ordine	10-14
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	10-16
Soluzioni.....	10-17
Capitolo 11: Creare report sulle vendite	11-1
Obiettivi	11-1
Introduzione.....	11-1
Valutare i dati delle vendite	11-2
Misurare le prestazioni con i report sulla produttività di vendita	11-2
Utilizzare la funzionalità Esporta in un foglio di lavoro di Excel.....	11-5
Utilizzare la Creazione guidata report	11-8
Riepilogo	11-10
Verifica	11-11
Prova pratica 11.1: Produttività di vendita.....	11-13
Prova pratica 11.2: Report sulla produttività di vendita	11-15
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	11-16
Soluzioni.....	11-17
Capitolo 12: Informazioni sulle campagne di marketing	12-1
Obiettivi	12-1
Introduzione.....	12-1
Vantaggi del marketing a ciclo chiuso	12-2
Confronto tra campagne di marketing e mini-campagne.....	12-3
Utilizzare mini-campagne	12-4
Informazioni sulle campagne di marketing	12-5
Gestire le risposte alle campagne	12-8
Analizzare le campagne	12-9
Riepilogo	12-9
Test Your Knowledge	12-10
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	12-12
Soluzioni.....	12-13

Capitolo 13: Pianificare e creare campagne di marketing	13-1
Obiettivi	13-1
Introduzione.....	13-1
Creare mini-campagne	13-2
Creare una campagna di marketing	13-5
Creare e utilizzare elenchi marketing	13-11
Creare e utilizzare modelli di campagna	13-14
Riepilogo	13-18
Verifica	13-19
Prova pratica 13.1: Mini-campagne.....	13-21
Prova pratica 13.2: Creare una campagna di marketing	13-22
Prova pratica 13.3: Attività e impegni della campagna.....	13-25
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	13-27
Soluzioni.....	13-28
Capitolo 14: Gestire campagne di marketing	14-1
Obiettivi	14-1
Introduzione.....	14-1
Distribuire le attività della campagna.....	14-2
Monitorare campagne di marketing	14-4
Acquisire e visualizzare le risposte alla campagna	14-5
Utilizzare le risposte alla campagna	14-8
Analizzare le informazioni di marketing	14-11
Riepilogo	14-18
Verifica	14-19
Prova pratica 14.1: Creare una risposta alla campagna	14-23
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	14-25
Soluzioni.....	14-26
Capitolo 15: Informazioni su gestione servizi	15-1
Obiettivi	15-1
Introduzione.....	15-1
Informazioni generali sulla gestione dei servizi	15-2
Informazioni sugli alberi degli argomenti	15-3
Informazioni sul flusso del processo di gestione dei servizi	15-5
Riepilogo	15-9
Verifica	15-10
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	15-12
Soluzioni.....	15-13
Capitolo 16: Gestire i contratti	16-1
Obiettivi	16-1
Introduzione.....	16-1
Informazioni sui contratti.....	16-2
Creare e gestire modelli di contratto.....	16-6
Creare un contratto e voci di contratto	16-9
Modificare contratti e voci di contratto	16-15
Rinnovo di contratti.....	16-17
Utilizzo dei contratti	16-19

Riepilogo	16-20
Verifica	16-21
Prova pratica 16.1: Creare contratti e voci di contratto	16-23
Prova pratica 16.2: Utilizzare le funzionalità di blocco, rimozione del blocco e rinnovo di un contratto.....	16-25
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	16-27
Soluzioni.....	16-28

Capitolo 17: Gestire i casi **17-1**

Obiettivi	17-1
Introduzione.....	17-1
Informazioni sulla gestione dei casi.....	17-2
Visualizzare i casi.....	17-7
Creare casi.....	17-8
Assegnare e riassegnare casi.....	17-13
Accettare casi.....	17-14
Visualizzare, modificare e gestire i casi.....	17-15
Risolvere i casi.....	17-17
Condividere casi.....	17-21
Riattivare i casi.....	17-24
Annullare ed eliminare casi.....	17-25
Utilizzare i report sulla gestione dei casi.....	17-26
Riepilogo	17-27
Verifica	17-28
Prova pratica 17.1: Gestire i casi.....	17-30
Prova pratica 17.2: Creazione e risoluzione dei casi.....	17-32
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	17-35
Soluzioni.....	17-36

Capitolo 18: Creare una Knowledge Base **18-1**

Obiettivi	18-1
Introduzione.....	18-1
Che cos'è la Knowledge Base di Microsoft Dynamics CRM?	18-2
Utilizzare modelli di articolo.....	18-5
Creare e inviare articoli.....	18-7
Approvare, pubblicare e rifiutare un articolo.....	18-10
Trovare informazioni nella Knowledge Base.....	18-12
Riepilogo	18-14
Verifica	18-15
Prova pratica 18.1: Creare, inviare e pubblicare articoli della Knowledge Base.....	18-17
Prova pratica 18.2: Rivedere, approvare e rifiutare articoli per la Knowledge Base.....	18-19
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	18-21
Soluzioni.....	18-22

Capitolo 19: Gestire le code per il servizio clienti	19-1
Obiettivi	19-1
Introduzione.....	19-1
Informazioni generali sulle code.....	19-2
Impostare code pubbliche	19-4
Eliminare le code	19-8
Utilizzare le code	19-9
Riepilogo	19-11
Verifica	19-12
Prova pratica 19.1: Creare e assegnare code.....	19-14
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	19-16
Soluzioni.....	19-17
Capitolo 20: Ciclo di vita della pianificazione dei servizi	20-1
Obiettivi	20-1
Introduzione.....	20-1
Introduzione alla pianificazione dei servizi e terminologia.....	20-2
Scenari di pianificazione dei servizi.....	20-5
Flusso del processo di pianificazione dei servizi.....	20-7
Esercitazione pratica	20-8
Riepilogo	20-11
Prova pratica: Terminologia relativa alla pianificazione.....	20-12
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	20-15
Capitolo 21: Pianificare i servizi per i clienti	21-1
Obiettivi	21-1
Introduzione.....	21-1
Pianificare i servizi.....	21-2
Esplorare il calendario servizi e prenotare attività servizio.....	21-3
Prenotare attività servizio nel calendario servizi.....	21-5
Esercitazione pratica: Creare e pianificare un'attività servizio con il calendario servizi.....	21-6
Pianificazione di attività servizio.....	21-7
Chiudere o annullare un'attività servizio oppure modificarne la pianificazione.....	21-14
Esercitazione pratica: Modificare la pianificazione di un'attività servizio.....	21-15
Visualizzare appuntamenti e attività servizio.....	21-16
Impostare preferenze per le attività servizio per i clienti.....	21-19
Riepilogo	21-19
Verifica	21-20
Prova pratica 21.1: Pianificare un'attività servizio per un caso	21-24
Prova pratica 21.2: Creare e pianificare un'attività servizio.....	21-26
Prova pratica 21.3: Completare appuntamenti, aggiungere note e modificare lo stato dei servizi	21-29
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	21-31
Soluzioni.....	21-32

Capitolo 22: Gestire utenti e risorse	22-1
Obiettivi	22-1
Introduzione.....	22-1
Scenario	22-2
Pianificare utenti e altre risorse per i servizi.....	22-2
Pianificazioni lavorative degli utenti.....	22-4
Creare un gruppo di risorse che è possibile pianificare contemporaneamente	22-10
Visualizzare le pianificazioni relative alle risorse.....	22-13
Gestire la modalità di allocazione delle risorse per le attività servizio.....	22-15
Creare, modificare o aggiungere membri a un sito	22-20
Impostare o modificare chiusure aziendali	22-23
Riepilogo	22-25
Verifica	22-26
Prova pratica 22.1: Pianificazioni lavorative degli utenti.....	22-30
Prova pratica 22.2: Creare chiusure aziendali.....	22-32
Prova pratica 22.3: Rimuovere una risorsa da un servizio pianificato.....	22-34
Interazione rapida: Nozioni apprese.....	22-36
Soluzioni.....	22-37

INTRODUZIONE A MICROSOFT DYNAMICS CRM

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

Introduzione

La formazione è un elemento essenziale per garantire il valore dell'investimento in Microsoft® Dynamics CRM. Grazie alla formazione di qualità offerta da esperti del settore, è possibile rimanere aggiornati sulla soluzione in uso e sviluppare le competenze necessarie per ottimizzarne il valore. È possibile ricevere il tipo di formazione adeguato in base alle proprie esigenze scegliendo tra e-Learning, formazione con insegnante o autoapprendimento tramite manuali di formazione, nonché convalidare la propria formazione e dimostrare le competenze acquisite mediante una delle varie certificazioni Microsoft Dynamics CRM. Scegliere il tipo di formazione o di certificazione ottimale per mantenere il proprio vantaggio competitivo.

E-Learning

La formazione in linea relativa ai prodotti Microsoft Dynamics CRM consente di aumentare la propria produttività senza allontanarsi da casa o dall'ufficio. Grazie all'e-Learning è possibile personalizzare il ritmo di apprendimento tramite un accesso flessibile alla formazione, a vantaggio degli utenti che non hanno tempo o denaro a disposizione per spostarsi. Questo tipo di formazione è disponibile sotto forma di esercitazioni contenute nella Foundation Library o come corso di e-Learning.

Foundation Library

La Foundation Library è una raccolta di esercitazioni generali a pagamento specifiche della famiglia di prodotti Microsoft Dynamics CRM. Tali esercitazioni presentano le caratteristiche seguenti:

- Coprono un'ampia gamma di argomenti di alto livello e non superano di norma i 60 minuti.
- Offrono consigli e suggerimenti per consentire agli utenti di aumentare la produttività e risparmiare tempo.
- Consentono di conoscere le modifiche alle funzionalità di una nuova versione.
- Consentono di valutare un nuovo modulo o prodotto Microsoft Dynamics CRM.

Sono disponibili sottoscrizioni della Foundation Library per acquisti individuali o acquisti tramite piani di assistenza per clienti e partner.

Corsi

Corsi di e-Learning

I corsi di e-Learning sono corsi di formazione in linea a pagamento progettati per illustrare concetti dettagliati relativi ad aree di prodotto specifiche. Consentono di:

- Acquisire un'approfondita conoscenza tecnica e relativa alle applicazioni aziendali tramite una formazione giornaliera su richiesta.
- Personalizzare il ritmo di apprendimento (è possibile interrompere, riprendere, saltare o ripetere le lezioni).
- Risparmiare tempo e aumentare la propria produttività.
- Acquisire una conoscenza del prodotto analoga a quella ottenuta mediante la formazione con insegnante senza spostarsi dall'ufficio.
- Acquisire formazione utile mentre si preparano gli esami di certificazione Microsoft Dynamics CRM.

Formazione con insegnante

Mediante la formazione con insegnante, è possibile acquisire solide competenze di base o aggiornare la propria conoscenza in materia di processi e prodotti Microsoft Dynamics CRM tramite l'assistenza di un esperto in un ambiente interattivo. Grazie ai corsi relativi a vari argomenti, è possibile:

- Seguire le esercitazioni pratiche e partecipare alle presentazioni.
- Acquisire un'esperienza diretta dei prodotti.
- Prendere parte ad attività e discussioni in aula insieme ad altri partecipanti.
- Acquisire formazione utile mentre si preparano gli esami di certificazione Microsoft Dynamics CRM.

Materiale didattico del corso

È possibile ordinare il materiale didattico del corso necessario ai fini dell'autoapprendimento. Tale materiale, analogo a quello utilizzato per la formazione con insegnante, consente di:

- Personalizzare il ritmo di apprendimento.
- Fare riferimento a numerosi consigli, suggerimenti e approfondimenti.
- Acquisire una formazione in autoapprendimento mentre si preparano gli esami di certificazione Microsoft Dynamics CRM.

Per i manuali di formazione selezionati, sono disponibili documenti di formazione integrativi relativi a funzionalità del prodotto specifiche del paese. Tali documenti consistono in manuali di formazione separati progettati per offrire informazioni sulle funzionalità locali di un determinato paese. Si noti che i documenti di formazione integrativi vengono utilizzati insieme al materiale didattico del corso, non come manuali di formazione autonomi.

Certificazioni

Il programma di certificazione Microsoft Dynamics CRM riconosce le competenze individuali acquisite dai partecipanti riguardo all'utilizzo di un prodotto Microsoft Dynamics CRM.

Microsoft Dynamics CRM Certified Professional

Le credenziali di Microsoft Dynamics CRM Certified Professional riguardano i professionisti in possesso di comprovata conoscenza almeno di una serie relativa a un prodotto Microsoft Dynamics CRM. Per diventare utenti con credenziali di Microsoft Dynamics CRM Certified Professional, i candidati devono superare un esame di certificazione Microsoft Dynamics CRM.

Microsoft Dynamics CRM Certified Master

Gli utenti con credenziali di Microsoft Dynamics CRM Certified Professional hanno la possibilità di richiedere una o più credenziali di Microsoft Dynamics CRM Certified Master. Le certificazioni di livello Master sono certificazioni di livello superiore per i prodotti Microsoft Dynamics CRM e consistono in un gruppo di esami che soddisfano una serie di requisiti predefiniti. Ogni corso di certificazione di livello Master comprende un gruppo principale di esami obbligatori e vari esami facoltativi. Per ottenere la certificazione, è necessario sostenere anche un numero specifico di esami facoltativi che, insieme agli esami principali, rappresentano una modalità valida e affidabile per misurare la conoscenza e le competenze acquisite su un prodotto Microsoft Dynamics CRM specifico.

Un utente che ottiene una certificazione di livello Master ha dimostrato di possedere una conoscenza approfondita di un prodotto Microsoft Dynamics CRM, di gran lunga superiore a quella necessaria per ottenere una certificazione di livello Professional.

Preparazione

La formazione relativa a Microsoft Dynamics CRM consente di sviluppare le competenze necessarie per lo svolgimento del proprio lavoro. Microsoft non ha tuttavia progettato il corso o previsto il relativo utilizzo come unico metodo di preparazione per il superamento di un esame di certificazione. Per preparare un esame di certificazione, è consigliabile utilizzare le *guide di preparazione* disponibili per ogni esame. Le guide di preparazione contengono informazioni preziose su un esame specifico, tra cui:

- Destinatari
- Competenze che saranno oggetto di valutazione
- Tempo a disposizione e requisiti per il superamento dell'esame
- Tipi di domande e argomenti
- Strumenti di preparazione quali:
 - formazione consigliata;
 - risorse per l'apprendimento aggiuntive;
 - ulteriori competenze consigliate.

Nota: per ulteriori informazioni su e-Learning, formazione con insegnante, materiale didattico del corso, manuali di formazione e certificazioni per prodotti Microsoft Dynamics CRM, visitare il sito Web all'indirizzo <http://www.microsoft.com/businesssolutions>(<http://www.microsoft.com/businesssolutions>)→services→training (informazioni in lingua inglese)

Elementi del corso di formazione relativo a Microsoft Dynamics CRM

Il corso di formazione relativo ai prodotti Microsoft Dynamics CRM comprende vari elementi o sezioni. Ogni capitolo contiene gli elementi indicati di seguito.

Obiettivi

Ogni capitolo inizia con la descrizione dei relativi obiettivi di apprendimento. Tali obiettivi sono importanti, in quanto informano l'utente riguardo alle attività da svolgere per completare correttamente il capitolo.

Introduzione

L'introduzione crea le premesse necessarie per l'apprendimento e prepara l'utente con la descrizione del capitolo.

Argomenti

I capitoli sono suddivisi in aree, in genere in base ai relativi obiettivi di apprendimento. Ciò risulta utile nel caso di capitoli di grandi dimensioni, poiché le conoscenze e le competenze da acquisire vengono suddivise in unità che risultano più semplici da gestire.

Verifica

La sezione Verifica è costituita da domande di revisione relative a ogni capitolo o argomento ed è progettata in modo da consentire agli utenti di consolidare i concetti di apprendimento. Le domande possono essere a risposta breve, di tipo Vero/Falso, multipla, da completare o di altro tipo. Vengono inoltre indicate le risposte alle domande.

Conclusione

La conclusione contiene un riepilogo del capitolo, evidenziandone le parti importanti e preparando il passaggio al capitolo successivo. Offre inoltre la possibilità di ripassare le nozioni precedentemente acquisite.

Prove pratiche

Le prove pratiche consentono di verificare le competenze dell'utente relative ai concetti di apprendimento presentati e acquisiti nell'ambito di un argomento o di un capitolo. Tali prove iniziano con un paragrafo che descrive il problema aziendale da risolvere e prepara lo scenario dell'esercizio. Vengono inoltre indicate le soluzioni corrispondenti. Le prove pratiche possono essere introdotte a livelli diversi in base alle competenze e alle conoscenze di ogni studente.

Prove pratiche per utenti esperti

Le prove pratiche per utenti esperti sono le più complesse. Si tratta di esercizi progettati per gli studenti esperti che sono in grado di completare l'attività richiesta sulla base di indicazioni minime. In questo livello di esercizio vengono indicati il problema aziendale da risolvere e le attività che lo studente deve completare.

Suggerimenti

Questi esercizi sono progettati per mettere alla prova gli studenti esperti offrendo soltanto alcune indicazioni. Per completare la prova pratica, lo studente non riceve istruzioni dettagliate ma suggerimenti utili e informazioni aggiuntive.

È consigliabile provare innanzitutto a svolgere le prove pratiche per utenti esperti e quindi, se sono necessarie ulteriori indicazioni per completare l'attività, vedere le informazioni contenute nelle prove pratiche della sezione Suggerimenti.

Interazione rapida: Nozioni apprese

Al termine di ogni capitolo del corso di formazione relativo a Microsoft Dynamics CRM, sarà disponibile la pagina Interazione rapida: Nozioni apprese. L'interazione è progettata in modo che l'utente abbia il tempo di riflettere sulle nozioni apprese. L'evidenziazione di tre punti fondamentali del capitolo facilita la memorizzazione delle conoscenze e rappresenta una risorsa eccellente per rivedere tali punti dopo le attività in aula.

Informazioni sul corso

In questa sezione viene presentata una breve descrizione relativa agli elementi seguenti:

- Corso
- Destinatari
- Prerequisiti consigliati
- Obiettivi del corso
- Materiale per lo studente
- Esami di certificazione correlati

Descrizione

In questo corso di un giorno viene illustrata l'applicazione Microsoft Dynamics CRM dal punto di vista dell'utente. Tra le funzionalità dell'applicazione trattate nel corso sono inclusi il riquadro di spostamento principale di CRM, l'interfaccia utente, il client per Outlook, l'automazione marketing, la gestione delle vendite, la gestione dei servizi e la pianificazione dei servizi. Il corso relativo all'applicazione non include materiali o discussioni con l'insegnante riguardanti l'installazione di CRM, la configurazione dell'applicazione, la configurazione del flusso di lavoro, la personalizzazione, l'integrazione back office o la migrazione dei dati.

In questo corso vengono appresi i processi e le funzionalità utilizzati dai responsabili marketing e dai rappresentanti del reparto marketing. Il corso inizia con un'introduzione ai concetti principali di Microsoft Dynamics CRM e quindi con le informazioni generali sui processi delle soluzioni aziendali. Le soluzioni vengono descritte in modo più dettagliato nelle lezioni successive. Una conoscenza approfondita dei processi di marketing all'interno di Microsoft Dynamics CRM consente di utilizzare in modo ottimale il sistema.

Destinatari

La formazione relativa a Microsoft Dynamics CRM è consigliata a tutti coloro che intendono implementare, utilizzare, gestire, consultare o supportare Microsoft Dynamics CRM nella propria organizzazione. I destinatari del corso sono i rappresentanti del reparto marketing, gli amministratori, i responsabili di uffici, i responsabili aziendali e i consulenti che desiderano comprendere gli aspetti tecnici di Microsoft Dynamics CRM e acquisire conoscenze fondamentali sulle funzionalità dell'applicazione.

Al termine del corso

Al termine del corso, gli studenti avranno appreso gli argomenti seguenti:

- Interfaccia utente di Microsoft Dynamics CRM e terminologia dell'applicazione
- Tecniche di base e avanzate per spostarsi nell'applicazione e per gestire i record
- Funzionalità e sincronizzazione del client Microsoft® CRM per Microsoft Office Outlook®
- Attività di pianificazione e previsione dei costi per le campagne di marketing
- Creare e gestire gli elenchi dei clienti
- Creare campagne di marketing
- Gestire le campagne e registrare le risposte alle campagne
- Gestione dei record di account, contatti, lead, opportunità e impegni
- Funzionalità per le vendite. Include la gestione di lead, opportunità, offerte, ordini, fatture e cataloghi dei prodotti
- Funzionalità per la ricerca avanzata di Microsoft Dynamics CRM per valutare i dati dei clienti

Prerequisiti

Prima di partecipare al corso, gli studenti devono acquisire:

- Una conoscenza generale di Microsoft® Windows®
- Informazioni di base sui processi e sulle procedure della soluzione Customer Relationship Management

Materiale per lo studente

Il materiale per lo studente include il materiale didattico completo del corso e altri materiali necessari correlati.

Esami di certificazione

Questo corso consente di preparare l'esame relativo alle applicazioni di Microsoft Dynamics CRM.

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

CAPITOLO 1: INTRODUZIONE A MICROSOFT DYNAMICS CRM

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Comprendere i vantaggi derivanti dall'impiego di Microsoft Dynamics CRM a supporto di una strategia di gestione delle relazioni con i clienti.
- Individuare la funzionalità e lo scopo del modulo Vendite di Microsoft Dynamics CRM.
- Individuare gli elementi di base delle relazioni con i clienti in Microsoft Dynamics CRM.
- Comprendere in che modo Microsoft Dynamics CRM riesca a bilanciare le esigenze sia dei responsabili aziendali che del personale per quanto riguarda facilità d'uso e gestione dei report.

Introduzione

In questa lezione vengono descritti i vantaggi per un'organizzazione derivanti dalla creazione e implementazione di una strategia di gestione delle relazioni con i clienti. Viene spiegato in che modo Microsoft Dynamics CRM può contribuire ad attuare una strategia vincente di gestione delle relazioni con i clienti grazie a una serie di moduli organizzati in base ad aree funzionali: Vendite, Marketing e Servizi. La lezione include una breve introduzione a ogni modulo.

Ottenere un vantaggio competitivo grazie a CRM

La gestione delle relazioni con i clienti rappresenta una strategia aziendale fondamentale che differenzia un'organizzazione dalla concorrenza. Le organizzazioni che prestano attenzione ai clienti e intraprendono azioni per migliorarne l'esperienza ottengono un vantaggio competitivo.

Storicamente, le organizzazioni hanno basato la propria struttura sui prodotti e i servizi da loro creati e commercializzati. Gli obiettivi principali sono stati i seguenti:

- Attuazione di economie di scala mediante la produzione di massa
- Innovazione dei prodotti
- Marketing di massa e branding dei prodotti

Queste considerazioni sono importanti, ma non tengono conto dell'esperienza del cliente. I clienti non sono fedeli alle aziende che prestano attenzione solo a queste aree.

L'obiettivo di CRM è offrire una visione completa dell'esperienza del cliente con l'organizzazione. Quando un'organizzazione individua tutte le interazioni alla base dell'esperienza del cliente, ottiene informazioni rilevanti sulle esigenze dei propri clienti. L'organizzazione può quindi utilizzare tali informazioni per rispondere in modo più efficace alle esigenze attuali e future dei clienti, nonché individuare i clienti dei quali non è vantaggioso soddisfare le necessità.

Concentrarsi sull'importanza dei clienti

Quando un'organizzazione è in grado di prevedere in anticipo e soddisfare le esigenze dei clienti adeguando di conseguenza prodotti e servizi, può iniziare a concentrarsi sull'importanza dei clienti, ovvero rendere i prodotti e i servizi offerti talmente soddisfacenti, convenienti o preziosi da indurre i clienti a dedicare tempo e denaro a tale organizzazione ignorando la concorrenza.

Quando viene raggiunto tale obiettivo, l'organizzazione può offrire con successo nuovi prodotti e servizi ai clienti esistenti. L'opportunità di applicare tecniche di vendita "up-sell" e "cross-sell" ai clienti esistenti viene sfruttata da CRM per consentire a un'organizzazione di competere con concorrenti che detengono potenzialmente una quota di mercato più ampia.

Utilizzare Microsoft Dynamics CRM a supporto di una strategia di gestione delle relazioni con i clienti

È importante comprendere che la gestione delle relazioni con i clienti rappresenta una strategia aziendale. Microsoft Dynamics CRM è un'applicazione progettata per consentire a un'organizzazione di applicare tale strategia e offre infatti gli strumenti che consentono all'organizzazione di progredire. Per ottenere il massimo valore è tuttavia necessario che l'organizzazione sviluppi una strategia di gestione delle relazioni con i clienti e quindi utilizzi Microsoft Dynamics CRM per intraprendere le azioni necessarie al raggiungimento degli obiettivi aziendali.

Microsoft Dynamics CRM supporta l'intera organizzazione tramite una serie di moduli organizzati in base ad aree funzionali: Vendite, Marketing e Servizi. Tali moduli formano il database centralizzato tramite il quale tutti i reparti dell'organizzazione possono accedere alle informazioni e agli strumenti necessari per rispondere con maggiore efficacia alle esigenze dei clienti.

Informazioni sulle relazioni con i clienti in Microsoft Dynamics CRM

Il record dei clienti rappresenta il nucleo centrale del sistema Microsoft Dynamics CRM. Microsoft Dynamics CRM consente agli utenti di archiviare e utilizzare diversi tipi di informazioni sui clienti in modo sofisticato e tuttavia di facile applicazione. I clienti possono essere organizzazioni o persone nell'ambito di un'organizzazione. Può trattarsi di clienti business-to-consumer tradizionali quali i clienti di un'operazione di commercio al dettaglio, oppure di clienti business-to-business quali i clienti di una società di consulenza tecnica. Possono essere rappresentati anche clienti non tradizionali, ad esempio i membri di un'organizzazione senza scopo di lucro o di una comunità assistita da un'agenzia governativa.

Esistono due tipi di record dei clienti: *account* e *contatti*. Un record relativo agli account rappresenta un'organizzazione, mentre un record relativo ai contatti rappresenta una persona. Gli account e i contatti possono essere correlati in vari modi ad altri account e contatti per modellare le relazioni commerciali nelle organizzazioni reali. Tutte le entità all'interno dei moduli Vendite, Servizio clienti e Marketing disponibili nel sistema sono inoltre collegate ai clienti.

Bilanciare facilità d'uso e gestione dei report

Microsoft Dynamics CRM offre gli strumenti necessari sia per i responsabili aziendali che per il personale. Ciò risulta essenziale per bilanciare esigenze potenzialmente in conflitto quali facilità d'uso e gestione dei report. I responsabili aziendali desiderano report aziendali dettagliati, che sono utili ma richiedono l'accurata creazione di una grande quantità di dati. Il personale necessita di uno strumento che consenta di migliorare l'efficienza per fare fronte alle considerevoli esigenze di immissione dei dati.

Microsoft Dynamics CRM può offrire un valore aggiunto al lavoratore, sufficiente a compensare il tempo speso per immettere e aggiornare le informazioni nel sistema. Molte funzionalità di Microsoft Dynamics CRM sono state progettate per semplificare l'acquisizione dei dati. Alcune di queste funzionalità sono disponibili in Microsoft Dynamics CRM per Outlook, che offre un'interfaccia di facile utilizzo per il personale. Il sistema è inoltre dotato di una funzionalità per la gestione del flusso di lavoro, che consente di migliorare l'efficienza individuale e dell'organizzazione. Microsoft Dynamics CRM include infine strumenti per le ricerche e soluzioni per l'immissione rapida dei dati, in modo da consentire agli Information Worker di individuare e modificare i dati necessari.

Gestire i processi con Microsoft Dynamics CRM

Microsoft Dynamics CRM è organizzato in tre moduli principali che condividono un database comune ma offrono funzionalità diverse. Il primo, ovvero il modulo Vendite, gestisce processi di vendita o processi analoghi che implicano la gestione di opportunità (ad esempio, la gestione delle attività di reclutamento, raccolta di fondi o raccolta di adesioni). Il secondo, ovvero il modulo Marketing, gestisce il marketing o altri processi di comunicazione di massa. L'ultimo, ovvero il modulo Servizio clienti, gestisce il servizio o altri processi basati sui casi.

Gestire il processo di vendita con Microsoft Dynamics CRM

La gestione delle vendite in Microsoft Dynamics CRM include tutte le attività associate alla creazione di opportunità di vendita e alla conclusione di affari. Sono inclusi:

- Ricerca di potenziali clienti, impostazione dei lead come qualificati e gestione di opportunità, contatti e account
- Registrazione delle fasi di chiusura di un affare
- Gestione e registrazione delle comunicazioni tra venditori e clienti, avvio di campagne di mailing diretto e valutazione del loro esito
- Gestione di un database contenente le informazioni sui prodotti in un formato di facile accesso per la forza vendita sia in rete, quando ci si trova in ufficio, sia fuori rete, presso la sede di un cliente

Microsoft Dynamics CRM è progettato per consentire alle organizzazioni di acquisire e mantenere clienti e ridurre il tempo dedicato alle attività amministrative. L'applicazione include un efficace sistema di gestione degli account che consente di tenere automaticamente traccia di attività e ricavi relativi alle vendite, nonché strumenti analitici, operativi e di collaborazione utilizzabili per ottimizzare le relazioni con i clienti. Infine, include strumenti che consentono di valutare l'importanza dei clienti in termini di possibili opportunità commerciali. È possibile eseguire questo tipo di analisi in una fase preliminare per consentire al reparto vendite di creare relazioni di vendita di importanza strategica.

Gli strumenti di gestione automatizzata della forza vendita di Microsoft Dynamics CRM consentono di organizzare le informazioni di base necessarie per tenere traccia delle attività di vendita e della gestione dei clienti. Queste informazioni possono essere utilizzate anche per strutturare la forza vendita in aree e team.

Gli strumenti di gestione delle comunicazioni, del mailing diretto e del processo di vendita inclusi in Microsoft Dynamics CRM consentono di valutare i fattori tangibili e intangibili che incidono sull'utile netto, ovvero la soddisfazione dei clienti e l'efficacia della forza vendita. Sebbene i profitti di una società siano complessivamente positivi, tenere traccia dei ricavi realizzati dai singoli venditori e valutare tali cifre a fronte dei costi di vendita consente di comprendere l'andamento dell'organizzazione. Se questa analisi rivela ad esempio che il tempo dedicato ad attività amministrative è uguale o maggiore di quello dedicato alle operazioni correlate alla vendita, i costi di vendita sono troppo alti e la forza vendita non funziona in modo ottimale, l'organizzazione dovrà prendere i provvedimenti adeguati per migliorare le aree problematiche. Microsoft Dynamics CRM offre strumenti di automazione che consentono di ridurre il tempo che i venditori e i loro responsabili dedicano in genere allo svolgimento di attività amministrative.

Il sistema di gestione automatizzata della forza vendita consente inoltre di ottenere informazioni importanti sulle attività di vendita dell'organizzazione, ad esempio un elenco di tutti i venditori con i contatti e le opportunità su cui stanno lavorando, previsioni di vendita per il trimestre successivo o una visualizzazione dell'attività di vendita per ogni account.

Gestire il servizio clienti con Microsoft Dynamics CRM

La gestione dei servizi di Microsoft Dynamics CRM include una serie completa di funzionalità progettate per aumentare l'efficienza dei servizi e garantire che i clienti ricevano il massimo livello di servizio. Il modulo offre strumenti che consentono di creare una politica di assistenza ai clienti multilivello, implementando un servizio interpersonale interattivo che include assegnazione e distribuzione delle chiamate, gestione delle code, registrazione delle chiamate, elaborazione dei diritti, risoluzioni dei problemi, registrazione, monitoraggio e gestione delle prestazioni.

La gestione dei casi è la funzionalità principale del modulo Servizi. Mediante Microsoft Dynamics CRM è possibile creare, visualizzare e registrare azioni e comunicazioni correlate ai casi a partire dalla loro creazione fino alla risoluzione.

Offrendo una struttura per tenere traccia delle richieste dei clienti, il modulo Servizi di Microsoft Dynamics CRM consente ai rappresentanti del servizio clienti (CSR) di:

- Semplificare il processo di risoluzione dei casi.
- Migliorare le relazioni con i clienti.
- Migliorare la registrazione dei contatti dei clienti e degli impegni.

Gli strumenti di distribuzione e le code di servizio di Microsoft Dynamics CRM sono progettati per migliorare la gestione automatica delle richieste dirette al servizio clienti indirizzando i casi all'utente appropriato. È possibile modificare le code e le regole di distribuzione in base alle esigenze delle organizzazioni, dei prodotti e dei clienti.

La Knowledge Base è un archivio di articoli contenenti informazioni sulla risoluzione dei problemi, procedure consigliate, dettagli tecnici o qualsiasi altra documentazione a cui gli utenti aziendali devono accedere per individuare e risolvere i problemi. Questo archivio viene utilizzato come una posizione centrale in cui sono disponibili informazioni rilevanti e coerenti per i CSR che consentono di rispondere a domande su prodotti e servizi.

Le funzionalità per la registrazione e la creazione dei report disponibili in Microsoft Dynamics CRM consentono di determinare la quantità di tempo complessiva dedicata a un caso e di visualizzare la suddivisione del tempo impiegato in base all'utilizzo specifico. È inoltre possibile creare report per elaborare statistiche che indicano ad esempio la lunghezza delle chiamate, le risoluzioni e la lunghezza media dei casi.

Automatizzare le campagne di marketing con Microsoft Dynamics CRM

Le campagne di marketing basate su Microsoft Dynamics CRM consentono ai reparti marketing di creare, analizzare e segmentare elenchi di clienti, nonché di pianificare ed eseguire campagne per i clienti individuati dalla società come possibili destinatari. I risultati delle campagne possono essere raccolti, analizzati e quindi utilizzati dai team di marketing per prendere decisioni future e sfruttare al meglio le potenzialità delle attività di marketing. Le campagne di marketing sono collegate direttamente al modulo Vendite, in modo tale che il personale di vendita possa ottenere i lead generati da ogni campagna.

Le campagne di marketing includono tutti i compiti associati alle attività di marketing, ovvero:

- Pianificazione del marketing e previsione dei costi
- Creazione e gestione di elenchi associati
- Pianificazione e creazione di campagne
- Esecuzione e gestione di campagne
- Registrazione di informazioni sul marketing

La funzionalità per le campagne di marketing in Microsoft Dynamics CRM include report utilizzabili per valutare l'andamento operativo e finanziario di una campagna. È possibile utilizzare tali dati per eseguire pianificazioni, previsioni e ricerche di destinatari in modo più efficiente. Queste informazioni servono al team del marketing per valutare la qualità delle fonti e creare campagne che garantiscano risultati ottimali per ogni operazione.

Riepilogo

In questa lezione vengono illustrati i vantaggi derivanti dall'utilizzo di Microsoft Dynamics CRM al fine di implementare una strategia aziendale di gestione delle relazioni con i clienti. Vengono presentate le nozioni di base relative ai record dei clienti e viene descritto il valore di Microsoft Dynamics CRM sia per i responsabili aziendali che per il personale. La lezione include una breve panoramica dei moduli Vendite, Servizi e Marketing che formano la soluzione Microsoft Dynamics CRM globale.

Verifica

Obiettivi di CRM

1. Quali dei seguenti obiettivi rientrano tra quelli di un sistema CRM? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Acquisire e mantenere i clienti
 - Ridurre il tempo dedicato alle attività amministrative
 - Ottenere economie di scala mediante la produzione di massa
 - Registrare attività e ricavi relativi alle vendite

Importanza dei clienti

2. Qual è il vantaggio di concentrarsi sull'importanza dei clienti? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Aumentare il prezzo dei prodotti venduti ai clienti esistenti
 - Soddisfare i clienti
 - Vendere un maggior numero di prodotti ai clienti esistenti
 - Comprendere le esigenze dei clienti

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Obiettivi di CRM

1. Quali dei seguenti obiettivi rientrano tra quelli di un sistema CRM? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Acquisire e mantenere i clienti
 - Ridurre il tempo dedicato alle attività amministrative
 - Ottenere economie di scala mediante la produzione di massa
 - Registrare attività e ricavi relativi alle vendite

Importanza dei clienti

2. Qual è il vantaggio di concentrarsi sull'importanza dei clienti? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Aumentare il prezzo dei prodotti venduti ai clienti esistenti
 - Soddisfare i clienti
 - Vendere un maggior numero di prodotti ai clienti esistenti
 - Comprendere le esigenze dei clienti

CAPITOLO 2: INFORMAZIONI SUL SOFTWARE MICROSOFT DYNAMICS CRM

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Individuare i vari tipi di opzioni server e i client degli utenti finali utilizzabili per distribuire Microsoft Dynamics CRM e accedervi.
- Accedere a Microsoft Dynamics CRM.
- Acquisire familiarità con l'interfaccia utente.
- Imparare ad accedere alla Guida.
- Capire come personalizzare Microsoft Dynamics CRM per soddisfare esigenze specifiche a livello di interfaccia.

Introduzione

In questa lezione vengono presentate le nozioni fondamentali relative all'installazione e all'utilizzo di Microsoft Dynamics CRM nell'ambiente attivo. Nella lezione vengono illustrati i diversi tipi di installazioni server e client, incluso Microsoft Dynamics CRM per Outlook, e vengono descritti l'interfaccia utente e l'utilizzo di base dell'applicazione. Viene inoltre illustrato come accedere alla Guida in linea mentre si utilizza Microsoft Dynamics CRM. Viene infine mostrato come personalizzare la propria esperienza di Microsoft Dynamics CRM.

Informazioni sulle opzioni del server e del client Microsoft Dynamics CRM

Microsoft Dynamics CRM è un'applicazione client-server guidata dai dati, ovvero tutti i dati vengono archiviati in una posizione centrale e "forniti" da un server centralizzato. L'utente finale accede ai dati e li utilizza tramite uno dei numerosi "client". Il server organizza, archivia, gestisce e protegge i dati degli utenti e li rende disponibili ai client, mentre il client offre all'utente un'interfaccia che consente di accedere ai dati forniti dal server e di utilizzarli.

Opzioni server di Microsoft Dynamics CRM

Il tipo di server Microsoft Dynamics CRM distribuito e utilizzato dall'organizzazione dipende dai requisiti aziendali e dall'infrastruttura IT disponibile. Sono disponibili tre opzioni: locale, provider di servizi ospitato e Microsoft Dynamics CRM Live.

Locale

L'opzione locale indica software concesso in licenza, installato e gestito dall'organizzazione. È necessario che l'organizzazione installi il software server Microsoft Dynamics CRM in un server (hardware) di proprietà dell'organizzazione. Tale software viene eseguito "localmente", ovvero viene in genere installato presso l'ufficio centrale o comunque in loco. I client degli utenti finali possono connettersi al server mediante una rete locale, oppure, se configurati a tale scopo, tramite una rete privata virtuale (VPN) o Internet.

Provider di servizi

L'opzione provider di servizi è analoga all'opzione locale, ma l'organizzazione seleziona una terza parte per l'installazione e l'hosting del software e dell'hardware server di Microsoft Dynamics CRM. Gli utenti dell'organizzazione si connettono quindi ai server della terza parte utilizzando Internet per accedere al software.

Microsoft Dynamics CRM Live

A differenza delle due opzioni precedenti, Microsoft Dynamics CRM Live non è di proprietà dell'organizzazione, ma viene noleggiato dall'organizzazione su base continuativa. Gli utenti dell'organizzazione accedono al software Microsoft Dynamics CRM tramite Internet. Questa opzione è analoga al modello del provider di servizi, ma in questo caso il provider di servizi è Microsoft.

Opzioni client di Microsoft Dynamics CRM

Microsoft Dynamics CRM include tre client di base incorporati nel prodotto. Il primo client è l'interfaccia browser per Microsoft Dynamics CRM, disponibile da qualsiasi computer che utilizza Microsoft Internet Explorer.

Sono inoltre disponibili due versioni di Microsoft Dynamics CRM per Outlook. Una versione necessita di connettività di rete e l'altra supporta l'utilizzo non in linea. Tali client vengono illustrati in modo più dettagliato in seguito.

I client Microsoft Dynamics CRM possono essere utilizzati con ognuna delle tre opzioni server illustrate in precedenza. Ogni opzione supporta il client in rete Outlook, il client fuori rete Outlook e il client web.

***Nota:** poiché i server di piattaforma Microsoft Dynamics CRM sono indipendenti dai client, sono disponibili client diversi da quelli illustrati in questo documento. Tali client non rientrano nell'ambito del corso, ma risultano comunque disponibili. Tramite lo sviluppo di software personalizzato è inoltre possibile creare un client personalizzato per rispondere alle esigenze degli utenti finali.*

Microsoft offre due "client mobili": un client utilizzabile in dispositivi basati su Windows Mobile e uno supportato da comunità e utilizzabile su qualsiasi dispositivo mobile che supporta l'esplorazione HTML. I partner di terze parti offrono inoltre svariati client utilizzabili in altri dispositivi mobili e specializzati.

Microsoft Dynamics CRM

Microsoft Dynamics CRM è un'applicazione ASP.NET eseguita in un server applicazione Microsoft Internet Information Services (IIS). Sono quindi disponibili pagine Web che consentono agli utenti finali di indirizzare il browser al server applicazione per accedere direttamente a Microsoft Dynamics CRM. Si tratta di un client a "impatto zero", ovvero per utilizzare tale client non è necessario installare alcuna applicazione nel computer. Il client richiede un computer Microsoft® Windows® XP o Vista con installato Microsoft® Internet Explorer 6.0 SP2 o versione successiva.

Microsoft Dynamics CRM è disponibile solo per computer che dispongono di una connessione di rete con accesso al server Microsoft Dynamics CRM. Non funziona fuori rete.

Client Microsoft Dynamics CRM per Outlook

Microsoft Dynamics CRM per Outlook consente di integrare Microsoft Dynamics CRM nelle attività giornaliere eseguite in Outlook. Se i dipendenti sono in grado di inviare e ricevere messaggi di posta elettronica, cercare contatti e pianificare attività e appuntamenti in Outlook, l'utilizzo di Microsoft Dynamics CRM per Outlook risulterà molto semplice.

Microsoft Dynamics CRM per Outlook offre una familiarità a livello di esperienza e consente di utilizzare quasi tutte le potenti funzionalità di vendita, marketing e di servizio clienti disponibili in Microsoft Dynamics CRM. È possibile utilizzare Microsoft Dynamics CRM per Outlook per effettuare attività giornaliere, senza uscire dall'ambiente di Outlook. Microsoft Dynamics CRM per Outlook installa componenti aggiuntivi che consentono l'integrazione con Microsoft Office. Tra tali componenti sono inclusi Provider della Rubrica di Microsoft Dynamics CRM, che consente agli utenti di accedere a tutti gli indirizzi dei clienti Microsoft Dynamics CRM utilizzando l'interfaccia standard per la ricerca di contatti in Outlook, e l'integrazione Stampa unione con Microsoft® Word, che consente alle organizzazioni di stampare lettere tipo personalizzate e altri documenti utilizzando i dati di Microsoft Dynamics CRM.

Per il funzionamento del client Microsoft Dynamics CRM per Outlook è necessaria una connessione di rete, ma possono essere supportati più utenti nello stesso computer. È stato infatti progettato per ambienti in cui più venditori o rappresentanti del servizio clienti condividono la stessa scrivania in turni diversi.

Microsoft Dynamics CRM per Outlook con accesso fuori rete

Microsoft Dynamics CRM per Outlook con accesso fuori rete consente agli utenti anche di lavorare "fuori rete" utilizzando i dati senza essere connessi alla rete. Ciò risulta utile quando si lavora presso un cliente o in aeroplano. Le modifiche apportate fuori rete possono essere sincronizzate in un secondo momento con il server, non appena risulta disponibile l'accesso alla rete.

***Nota:** in Microsoft Dynamics CRM è disponibile "Configurazione guidata client Office di Microsoft Dynamics CRM", che consente di connettere Microsoft Dynamics CRM per Outlook a un server CRM. Se l'amministratore di sistema non ha ancora configurato il computer in uso o alla prima esecuzione di Microsoft Dynamics CRM per Outlook in un nuovo computer, potrebbe essere necessario eseguire la procedura guidata per completare la connessione.*

Accedere a Microsoft Dynamics CRM

Microsoft Dynamics CRM utilizza Active Directory per la piattaforma di protezione di base. Ciò significa che, nella maggior parte dei casi, il nome utente e la password normali di Windows consentono di accedere a Microsoft Dynamics CRM.

Procedura: Accedere a Microsoft Dynamics CRM

Procedura: Accedere a Microsoft Dynamics CRM

Tutti i controlli per Microsoft Dynamics CRM sono disponibili nell'applicazione Microsoft Dynamics CRM per Outlook.

1. Avviare Microsoft® Outlook utilizzando l'immagine client pronta di Microsoft Dynamics CRM.
2. Se richiesto, specificare le credenziali di accesso.
3. Utilizzare le credenziali di accesso seguenti per questo corso:

ID utente	[ID utente]
Password	[password]

Informazioni sull'interfaccia utente di Microsoft Dynamics CRM

L'interfaccia utente di Microsoft Dynamics CRM è stata progettata in modo da risultare familiare agli utenti dei prodotti Microsoft® Office 2007, incluso Microsoft Outlook Web Access. Gli elementi di interfaccia di base sono gli stessi per Microsoft Dynamics CRM per Outlook e il client Web Microsoft Dynamics CRM.

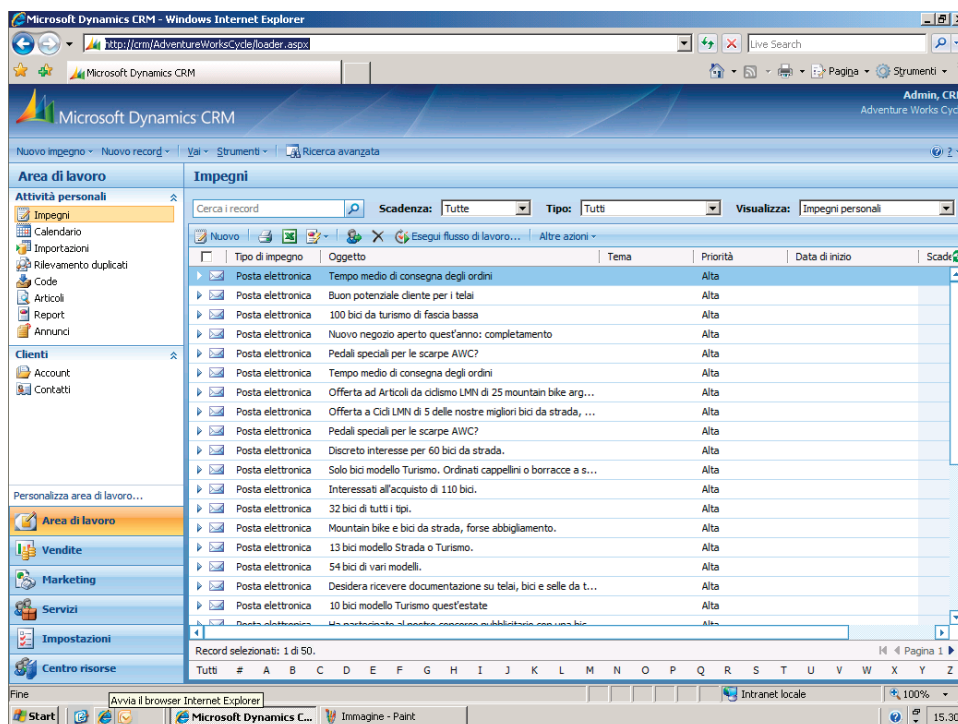


FIGURA 2-1: INTERFACCIA DI MICROSOFT DYNAMICS CRM

Riquadro di spostamento

In Microsoft Dynamics CRM per Outlook è possibile accedere alle aree di Microsoft Dynamics CRM dalla cartella Microsoft Dynamics CRM. Fare clic sugli elementi del riquadro di spostamento per passare alle aree relative alle entità, ad esempio Account o Lead, oppure per accedere a record specifici relativi alle entità.

Dopo la selezione di un elemento nel riquadro di spostamento, l'area di lavoro a destra viene modificata in modo da visualizzare le informazioni relative all'entità selezionata. Gli elenchi visualizzati nell'area di lavoro supportano le funzionalità Microsoft comuni, ad esempio l'ordinamento, il ridimensionamento delle colonne e la selezione di più righe. Per interagire con gli elementi disponibili nell'area di lavoro, utilizzare la barra degli strumenti Azioni e il menu Azioni visualizzati sopra l'elenco.

Selezionare un'area, ad esempio **Vendite** o **Servizio**, per visualizzare gli strumenti comuni per tale area. Ad esempio, se si seleziona la cartella Vendite, verranno visualizzati gli elementi del riquadro di spostamento relativi alle vendite, quali Lead, Account, Prodotti e così via. Selezionare una di tali entità per visualizzare i record, ad esempio un elenco di lead o di account.

È inoltre possibile passare direttamente a un'entità nel riquadro di spostamento, espandendo una cartella e quindi selezionando la cartella sottostante relativa all'entità desiderata. Ad esempio, nel riquadro di spostamento selezionare la cartella **Vendite** e quindi la cartella **Lead**.

Area di lavoro

Dopo la selezione di un elemento nel riquadro di spostamento, nell'area di lavoro a destra nel riquadro di spostamento vengono visualizzate informazioni relative all'elemento selezionato. Nel caso delle cartelle di primo livello, ad esempio Vendite, l'area di lavoro include una home page relativa alle categorie. Quando si selezionano le categorie, nell'area di lavoro viene spesso visualizzato un elenco di record relativi all'entità. È ad esempio possibile che venga visualizzato un elenco di contatti o di lead. Selezionare un elemento specifico nell'elenco per utilizzare tale record specifico.

La pagina contenente l'elenco consente di accedere ai dati a livello di entità e di visualizzare o utilizzare più record. Ad esempio, se si seleziona Marketing e quindi Account, verrà visualizzato un elenco di tutti gli account. Tale pagina elenco consente di eseguire azioni su più record, ad esempio disattivare, modificare o eliminare più account.

***Nota:** ogni elemento nel riquadro di spostamento, ad esempio il riquadro Marketing o il riquadro Vendite, può contenere elenchi relativi alla stessa entità. Ad esempio, sia il riquadro Vendite che il riquadro Marketing includono "Account". A tali riquadri non è associata alcuna protezione o alcuna proprietà a livello di reparto. Se si sceglie "Account", verrà aperto un elenco di tutti gli account che l'utente è autorizzato a visualizzare, indipendentemente dal riquadro di origine.*

Moduli

Dopo avere la selezione e l'apertura di un record da un elenco o dopo la selezione di **Nuovo** per creare un nuovo record, in Microsoft Dynamics CRM viene visualizzato un modulo che consente di modificare il record, quale un contatto, un lead o un prodotto specifico. I moduli vengono visualizzati in una finestra distinta e includono un riquadro di spostamento specifico a sinistra.

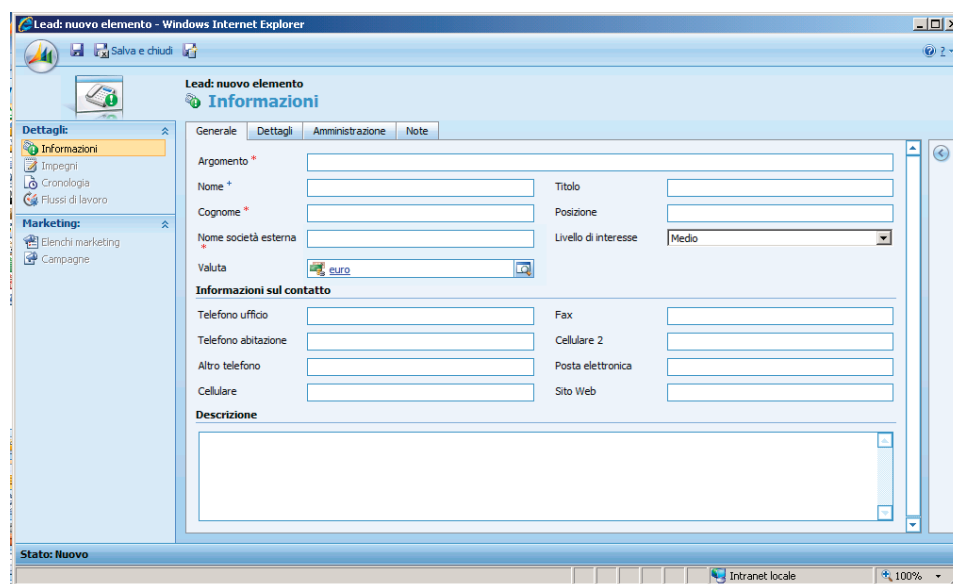


FIGURA 2-2: INTERFACCIA DEI MODULI DI MICROSOFT DYNAMICS CRM

Utilizzare la barra dei menu dell'entità per eseguire azioni sul record aperto. Utilizzare il riquadro di spostamento del modulo per visualizzare informazioni su altre entità correlate al record. Ad esempio, se in un modulo relativo a un contatto è possibile utilizzare il riquadro di spostamento del modulo per visualizzare le opportunità relative al contatto o i casi correlati al contatto.

Utilizzare la funzionalità facoltativa Informazioni e selezione rapida, disponibile all'estremità destra della pagina, per inserire rapidamente informazioni in un modulo. Utilizzare la barra di stato, disponibile nella parte inferiore del modulo, per visualizzare lo stato del record, in modo da verificare ad esempio se un account è attivo o inattivo, se un caso è aperto o risolto oppure se un'opportunità è attiva, acquisita o persa.

***Nota:** Informazioni e selezione rapida è solitamente disponibile nel lato destro del modulo dell'entità. È possibile che il riquadro di Informazioni e selezione rapida sia compresso per impostazione predefinita o che non sia disponibile, poiché tali opzioni dipendono dal tipo di entità selezionato e possono essere configurate dall'amministratore di sistema di Microsoft Dynamics CRM.*

Accedere alla funzionalità CRM in Outlook

È possibile accedere alla funzionalità CRM da Outlook in tre modi: tramite le cartelle di spostamento nella cartella Microsoft Dynamics CRM, mediante la barra degli strumenti relativi ai collegamenti di Microsoft Dynamics CRM e tramite il menu CRM sulla barra dei menu di Outlook.

I pulsanti della barra degli strumenti relativi ai collegamenti di CRM includono:

- Informazioni su CRM
- Elenco a discesa Nuovo impegno
- Elenco a discesa Nuovo record
- Registra in CRM
- Imposta tema
- Ricerca avanzata
- Fuori rete\In rete
- Guida di Microsoft Dynamics CRM

Nota: sia Microsoft Office Outlook 2003 che Microsoft Office Outlook 2007 supportano Microsoft Dynamics CRM per Outlook e possono essere eseguiti in Microsoft® Windows® XP e Microsoft® Windows® Vista. Microsoft Dynamics CRM per Outlook non è supportato in Microsoft® Windows® 98, Windows® 98 SE, Windows Millennium Edition, Windows® NT Workstation 4.0 o Windows® 2000.

Visualizzazione della Guida in linea

La Guida in linea è disponibile per ogni schermata di Microsoft Dynamics CRM. Il pulsante ? viene visualizzato sulla barra degli strumenti Azioni, nell'angolo superiore destro dei moduli di CRM e nel menu CRM sulla barra dei menu di Outlook. Il pulsante disponibile sulla barra degli strumenti Azioni consente di visualizzare una selezione di argomenti della Guida relativi alla pagina attiva. Le altre due opzioni offrono modi diversi per visualizzare le informazioni della Guida.

Funzionalità della Guida in linea

Di seguito sono indicate alcune funzionalità della Guida in linea di Microsoft Dynamics CRM:

- **Cerca** - Utilizzare la funzionalità di ricerca per trovare argomenti in base a una parola chiave.
- **Informazioni della Guida per questa pagina** - Selezionare questa funzionalità per visualizzare informazioni della Guida relative alla pagina attiva.

- **Sommario** - Selezionare Sommario per visualizzare un indice degli argomenti della Guida.
- **Guida dell'amministratore** - Questa funzionalità include informazioni che supportano gli utenti nell'amministrazione e nella personalizzazione del sistema.
- **Risoluzione dei problemi** - Selezionare Risoluzione dei problemi per ottenere supporto tecnico in merito a problemi o domande comuni.
- **Centro risorse** - Selezionare il Centro risorse per avvalersi delle competenze della comunità di Microsoft Dynamics CRM. È possibile contattare tecnici e accedere a contenuto di diverso tipo relativo alla risoluzione dei problemi, inclusi post di blog attuali, risposte a newsgroup e articoli su CRM. Gli articoli attualmente disponibili nel Centro risorse sono stati selezionati tra gli articoli relativi a Microsoft Dynamics CRM 3.0 che si prevede rimangano appropriati per Microsoft Dynamics Live CRM e Microsoft Dynamics CRM 4.0.

Personalizzare l'esperienza di utilizzo di CRM

Gli utenti possono configurare opzioni per personalizzare il funzionamento di Microsoft Dynamics CRM. Tali "opzioni personali" vengono configurate tramite ogni client CRM.

Gli utenti possono modificare le impostazioni predefinite, ad esempio la home page predefinita, il fuso orario, il numero di record visualizzati in ogni pagina, la valuta predefinita e altre opzioni. Gli utenti possono inoltre scegliere il comportamento della rubrica di Outlook e le opzioni relative alla registrazione della posta elettronica. La finestra di dialogo Imposta opzioni personali consente inoltre agli utenti internazionali di impostare le preferenze relative alla lingua, alla valuta e alla formattazione dei dati specifica del proprio paese.

Microsoft Dynamics CRM per Outlook consente inoltre agli utenti di definire le impostazioni di sincronizzazione e l'ora di aggiornamento dei dati locali e di specificare i gruppi da visualizzare nel riquadro dell'area di lavoro.

***Nota:** le lingue disponibili dipendono dai MUI Pack installati nel server dall'amministratore di sistema. Informazioni dettagliate sulle funzionalità internazionali di Microsoft Dynamics CRM sono disponibili nella Lezione 3.*

Procedura: Impostare opzioni personali nel client Web

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi su **Amministrazione**.
2. Nell'area principale della finestra fare clic su **Impostazioni di sistema**.
3. Selezionare la scheda relativa alla preferenza da modificare.
4. Modificare la preferenza.
5. Fare clic su **OK**.

Procedura: Impostare opzioni personali in Outlook

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Posta** e quindi su **Microsoft Dynamics CRM**.
2. Nell'area principale della finestra fare clic su **Impostazioni**, quindi su **Amministrazione** e infine su **Impostazioni di sistema**.
3. Selezionare la scheda relativa alla preferenza da modificare.
4. Modificare la preferenza.
5. Fare clic su **OK**.

Riepilogo

In questa lezione sono state indicate le opzioni server disponibili per distribuire Microsoft Dynamics CRM e i diversi client per utenti finali disponibili per l'utilizzo dell'applicazione. È stata fornita una panoramica dell'interfaccia utente e sono state illustrate le diverse opzioni per l'accesso alla Guida in linea. Nella lezione sono state inoltre illustrate le opzioni che gli utenti possono configurare per personalizzare la propria esperienza di CRM.

Verifica

Client

1. Quali client Microsoft Dynamics CRM NON sono disponibili per impostazione predefinita?
 - a) Microsoft Dynamics CRM
 - b) Microsoft Dynamics CRM per Outlook
 - c) Client mobile Microsoft Dynamics CRM
 - d) Microsoft Dynamics CRM per Outlook con accesso fuori rete

Sistemi operativi

2. Quali dei seguenti sistemi operativi supportano Microsoft Dynamics CRM per Outlook? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - a) Windows Vista
 - b) Windows XP
 - c) Windows 2000
 - d) Windows 98

Informazioni e selezione rapida

3. Qual è la funzione di Informazioni e selezione rapida?
 - a) Visualizzare all'utente il testo della Guida
 - b) Consentire all'utente di inserire rapidamente informazioni in un modulo
 - c) Spostare campi nel modulo
 - d) Consentire all'utente di stampare il record attivo

Impostazioni personali

4. Quale tra le impostazioni personali seguenti non può essere modificata?
 - a) Home page predefinita
 - b) Lingua preferita
 - c) Fusi orari
 - d) Colore di sfondo dell'applicazione

Elenchi

5. Quale tra le funzionalità seguenti non è supportata dagli elenchi o dalle griglie di CRM?
- () a) Ordinamento su più colonne
 - () b) Ridimensionamento delle colonne
 - () c) Selezione di più righe
 - () d) Eliminazione del record selezionato

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Client

1. Quali client Microsoft Dynamics CRM NON sono disponibili per impostazione predefinita?
 - a) Microsoft Dynamics CRM
 - b) Microsoft Dynamics CRM per Outlook
 - c) Client mobile Microsoft Dynamics CRM
 - d) Microsoft Dynamics CRM per Outlook con accesso fuori rete

Sistemi operativi

2. Quali dei seguenti sistemi operativi supportano Microsoft Dynamics CRM per Outlook? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - a) Windows Vista
 - b) Windows XP
 - c) Windows 2000
 - d) Windows 98

Informazioni e selezione rapida

3. Qual è la funzione di Informazioni e selezione rapida?
 - a) Visualizzare all'utente il testo della Guida
 - b) Consentire all'utente di inserire rapidamente informazioni in un modulo
 - c) Spostare campi nel modulo
 - d) Consentire all'utente di stampare il record attivo

Impostazioni personali

4. Quale tra le impostazioni personali seguenti non può essere modificata?
 - a) Home page predefinita
 - b) Lingua preferita
 - c) Fusi orari
 - d) Colore di sfondo dell'applicazione

Elenchi

5. Quale tra le funzionalità seguenti non è supportata dagli elenchi o dalle griglie di CRM?
- a) Ordinamento su più colonne
 - b) Ridimensionamento delle colonne
 - c) Selezione di più righe
 - d) Eliminazione del record selezionato

CAPITOLO 3: UTILIZZARE MICROSOFT DYNAMICS CRM NEL MERCATO GLOBALE

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Comprendere in che modo Microsoft Dynamics CRM può agevolare le società che operano in ambienti globali grazie al supporto multilingue.
- Utilizzare le funzionalità di Microsoft Dynamics CRM per il supporto multivaluta.
- Personalizzare gli ambienti degli utenti a seconda della lingua, della valuta e del formato di data da loro utilizzati.

Introduzione

In questa lezione viene illustrato come Microsoft Dynamics CRM offre risposte efficaci alle esigenze delle organizzazioni globali, ad esempio consente di attivare lingue, configurare valute e cambiare l'interfaccia per supportare lingue e paesi diversi.

Informazioni sul supporto multilingue in Microsoft Dynamics CRM

Microsoft Dynamics CRM supporta ambienti multilingue a livello utente. Gli utenti all'interno della stessa organizzazione possono quindi utilizzare la stessa installazione di Microsoft Dynamics CRM nella lingua in cui si trovano più a loro agio.

Durante l'installazione di Microsoft Dynamics CRM viene specificata una lingua di base per l'interfaccia. È quindi possibile installare Multilingual User Interface (MUI) Pack aggiuntivi per consentire l'utilizzo di ulteriori lingue.

***Nota:** è possibile eseguire l'aggiornamento da Microsoft Dynamics CRM 3.0 a Microsoft Dynamics CRM 4.0 solo nell'ambito della stessa lingua. Per cambiare la lingua, è necessario eseguire l'aggiornamento nella stessa lingua della versione 3.0 e quindi cambiare l'impostazione relativa alla lingua per l'organizzazione.*

La lingua di base rappresenta la lingua predefinita per tutti gli utenti. Per utilizzare una lingua diversa è necessario modificare l'impostazione corrispondente nelle preferenze personali. La lingua di base viene utilizzata anche nel caso in cui per una stringa non esista la traduzione corrispondente nella lingua impostata. Per impostazione predefinita, la lingua di base viene utilizzata per tutti i report e i modelli. Per creare una versione dei report e dei modelli nella lingua desiderata è possibile eseguirne una copia. Se ne esiste una versione nella lingua preferita dell'utente, indicata nelle impostazioni relative alle opzioni personali, è possibile utilizzare tale versione.

***Nota:** se una stringa localizzata non è disponibile, Microsoft Dynamics CRM torna alla lingua di base.*

Dopo l'installazione di un MUI Pack, è possibile impostare una lingua installata come lingua preferita. Quando si seleziona una nuova lingua, l'interfaccia di Microsoft Dynamics CRM (riquadro di spostamento, voci di menu, pulsanti ed etichette dei campi) è visualizzata in tale lingua. È inoltre possibile utilizzare la versione tradotta dei file della Guida.

***Nota:** l'impostazione delle preferenze di lingua relative all'interfaccia utente e alla Guida è indipendente. È infatti possibile visualizzare l'interfaccia utente in italiano e la Guida in inglese. Questa impostazione è utile se la Guida è stata estesa o modificata considerevolmente senza essere stata tradotta nelle altre lingue supportate all'interno dell'organizzazione.*

Informazioni sul supporto di più valute in Microsoft Dynamics CRM

Microsoft Dynamics CRM supporta l'utilizzo di più valute all'interno di una organizzazione e da parte di utenti singoli. Per ogni installazione di Microsoft Dynamics CRM viene impostata una valuta di base, impostata per l'organizzazione durante l'installazione. La valuta di base consente di visualizzare tutte le transazioni in valuta e i relativi report in un'unica valuta, indipendentemente dalla valuta utilizzata per l'immissione.

È inoltre possibile impostare una valuta personale per ogni utente. Se non viene impostata alcuna valuta personale, per impostazione predefinita viene utilizzata la valuta di base dell'organizzazione. È tuttavia possibile immettere valori monetari in valute diverse per ogni transazione.

In Microsoft Dynamics CRM ogni importo (compresi i campi personalizzati) dispone di un attributo che rappresenta la valuta di base. Quando si aggiunge una nuova valuta, l'amministratore inserisce un tasso di cambio. In Microsoft Dynamics CRM il tasso di cambio viene utilizzato per la conversione dei valori immessi nella nuova valuta nell'equivalente in valuta di base.

Quando una valuta viene disattivata o eliminata, i record esistenti in cui tale valuta è utilizzata non vengono aggiornati. La valuta, tuttavia, non è più disponibile per i nuovi record di qualsiasi oggetto.

Procedura: Aggiungere una nuova valuta

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi su **Gestione aziendale**.
2. Nella Home page di Gestione aziendale selezionare **Valute**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Nella casella **Codice valuta** fare clic sull'icona del pulsante di **ricerca** per cercare il codice desiderato. Verrà visualizzata una nuova finestra. Selezionare la valuta che si desidera aggiungere e quindi fare clic su **OK**.
5. Nella finestra di dialogo Valuta i campi **Codice valuta**, **Nome valuta** e **Simbolo valuta** verranno compilati automaticamente in base alla selezione eseguita.
6. In **Tasso di cambio** digitare il tasso di cambio per la conversione dei valori nella valuta di base. Ad esempio:
 - Valuta di base = US Dollar
 - Nuova valuta = euro
 - Codice valuta = EUR
 - Nome valuta = euro
 - Codice valuta = €
 - Tasso di cambio = 0,70730

L'importo corrisponde al tasso di cambio da euro a US Dollar.

7. Fare clic su **Salva e chiudi**.

***Nota:** il tasso di cambio non viene modificato automaticamente. È necessario aggiornare i tassi di cambio quando appropriato. I tassi di cambio aggiornati si applicano solo ai nuovi record. Per i record esistenti viene mantenuto il tasso di cambio originario. Dopo il salvataggio di un record, inoltre, non è possibile aggiornarne la valuta.*

Impostare opzioni personali

Microsoft Dynamics CRM consente un livello di personalizzazione elevato. È possibile impostare preferenze personali per le funzionalità globali, ad esempio le valute o i formati di data preferiti. In Microsoft Dynamics CRM, tuttavia, i dati vengono archiviati in un formato standard, per consentire la visualizzazione coerente dei dati in tutta l'organizzazione.

La sezione dell'applicazione relativa alle preferenze consente di configurare diversi aspetti dell'utilizzo. In questa lezione sono trattate solo le funzionalità che riguardano il supporto multinazionale.

È possibile configurare:

- Fuso orario
- Impostazioni lingua
- Impostazioni valuta
- Formati di numero specifici delle impostazioni internazionali

È inoltre possibile personalizzare i formati specifici delle impostazioni internazionali relativi a ora, data e altri numeri.

***Nota:** le opzioni personali impostate in queste finestre sono accessibili da qualsiasi computer. Sono archiviate nel server e si applicano a qualsiasi sistema utilizzato per l'accesso a Microsoft Dynamics CRM.*

Impostazioni lingua a livello utente

Nelle società multinazionali spesso gli utenti accedono alla stessa applicazione in più lingue. Microsoft Dynamics CRM consente di selezionare la lingua da utilizzare per la visualizzazione dell'applicazione. Questa funzionalità è obbligatoria per numerose organizzazioni multinazionali e rappresenta un elemento di grande importanza per l'adozione da parte degli utenti finali. È possibile impostare la lingua preferita sia per l'interfaccia di Microsoft Dynamics CRM che per la Guida. È inoltre possibile cambiare la lingua dell'interfaccia, la lingua della Guida o entrambe.

Nota: la lingua di base del sistema viene selezionata durante l'installazione e non può essere cambiata tramite le opzioni personali.

Procedura: Selezionare le preferenze relative alla lingua a livello utente

Per gli utenti che accedono a Microsoft Dynamics CRM per Outlook la procedura è la seguente:

1. Sulla barra dei menu di Outlook scegliere **Opzioni** dal menu **CRM**.
2. Selezionare la scheda **Lingue**.
3. Nell'elenco a discesa **Lingua interfaccia utente** selezionare una lingua tra quelle disponibili.
4. In **Lingua Guida in linea** selezionare una lingua tra quelle disponibili.
5. Fare clic su **OK**.
6. Riavviare Outlook per rendere effettive le modifiche.

Nota: se la lingua desiderata non è presente nell'elenco, chiedere all'amministratore di verificare che il MUI Pack corrispondente sia installato.

Valuta predefinita a livello utente

Quando sono disponibili più valute, è possibile determinare la valuta predefinita da utilizzare per la creazione di una nuova istanza di un oggetto che include attributi di tipo money. Anche se si imposta una valuta predefinita per le transazioni, tale valuta può essere modificata per ogni nuovo record. Se si aggiungono ulteriori valute in un'installazione già in uso, la valuta di base rappresenta la valuta predefinita degli utenti finché questi non selezionano una delle valute appena aggiunte come valuta predefinita.

Procedura: Modificare la valuta predefinita dell'utente

1. Sulla barra dei menu di Outlook scegliere **Opzioni** dal menu **CRM**.
2. Nella scheda **Generale**, nella sezione **Selezionare una valuta predefinita**, nella casella **Valuta**, digitare un nome di valuta. La valuta verrà inserita automaticamente. In alternativa, fare clic sull'icona del pulsante di ricerca, scegliere una valuta nell'elenco e fare clic su **OK**.
3. Fare clic su **OK**. Tutti gli oggetti che includono l'elenco a discesa relativo alla valuta conterranno la valuta predefinita appena selezionata.

Formati dei dati nei campi

È inoltre possibile selezionare il formato di visualizzazione di numeri, valute, date e ore, impostando il formato corrispondente alle proprie impostazioni internazionali o un altro formato desiderato. A differenza della valuta, per gli altri dati non esiste un formato predefinito. Tutti i dati di un tipo specifico vengono visualizzati nel formato scelto dall'utente. È tuttavia possibile cambiare il formato in qualsiasi momento e, analogamente alla valuta, il formato di visualizzazione non influisce sul formato in cui i dati vengono archiviati.

Procedura: Scegliere un formato basato sulle impostazioni internazionali

1. Sulla barra dei menu di Outlook scegliere **Opzioni** dal menu **CRM**.
2. Nella scheda **Formati**, in **Formato corrente**, selezionare le impostazioni internazionali desiderate.
3. Fare clic su **OK**.

Procedura: Personalizzare il formato delle impostazioni internazionali

1. Sulla barra dei menu di Outlook scegliere **Opzioni** dal menu **CRM**.
2. Nella scheda **Formati**, in **Formato corrente**, fare clic su **Personalizza**.
3. Nella scheda **Ora** specificare il formato da utilizzare per l'ora:
 - Formato ora
 - Separatore ora
 - Simbolo AM
 - Simbolo PM

Nel riquadro di anteprima nella parte inferiore della finestra di dialogo viene visualizzato il nuovo formato dell'ora in base alle selezioni eseguite.

4. Fare clic su **OK**.

Riepilogo

In questa lezione sono state esaminate alcune funzionalità di Microsoft Dynamics CRM importanti per le società con diffusione a livello globale.

Microsoft Dynamics CRM supporta più lingue. Per installare le lingue è necessario utilizzare MUI Pack. È quindi possibile selezionare la lingua da utilizzare.

Microsoft Dynamics CRM supporta più valute. È possibile aggiungere nuove valute al sistema e utilizzare tassi di cambio per calcolare gli importi corretti da visualizzare.

È possibile personalizzare l'interfaccia di CRM per visualizzare la lingua, la valuta e i formati dei numeri basati sulle impostazioni internazionali in base alle proprie preferenze.

Grazie a queste funzionalità, le organizzazioni internazionali sono in grado di supportare tutti i propri utenti.

Verifica

Lingua di base

1. Perché la lingua di base è importante in un'implementazione multilingue? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - È la lingua in cui è visualizzata l'interfaccia per tutti gli utenti.
 - È la lingua predefinita per tutti gli utenti.
 - È la lingua utilizzata dal sistema nel caso in cui per una stringa non esista una traduzione corrispondente.
 - È la lingua in cui è visualizzata la Guida per tutti gli utenti.

Selezione della valuta

2. Se la lingua che si desidera selezionare per un'opportunità non è presente nell'elenco a discesa, qual è il motivo più probabile?
 - La valuta non è disponibile per la regione.
 - L'aggiunta della valuta crea un valore negativo nel campo della valuta di base.
 - La valuta e il tasso di cambio non sono stati aggiunti nelle impostazioni.
 - La valuta di base non è stata impostata.

Opzioni personali

3. Quali delle operazioni seguenti possono essere eseguite nelle opzioni personali? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Cambiare la lingua della Guida.
 - Cambiare la lingua dell'interfaccia utente.
 - Cambiare la valuta predefinita.
 - Disattivare una valuta.

Opzioni personali

4. Quali delle seguenti impostazioni non possono essere modificate nelle opzioni personali?
 - La lingua di base.
 - La lingua dell'interfaccia utente.
 - La valuta predefinita.
 - La lingua utilizzata per la Guida.

Tasso di cambio

5. Quando viene modificato il tasso di cambio per una valuta?
- Ogni giorno.
 - Ogni settimana.
 - Quando un record viene aggiornato.
 - Quando un amministratore la modifica manualmente.

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Lingua di base

1. Perché la lingua di base è importante in un'implementazione multilingue? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - È la lingua in cui è visualizzata l'interfaccia per tutti gli utenti.
 - È la lingua predefinita per tutti gli utenti.
 - È la lingua utilizzata dal sistema nel caso in cui per una stringa non esista una traduzione corrispondente.
 - È la lingua in cui è visualizzata la Guida per tutti gli utenti.

Selezione della valuta

2. Se la lingua che si desidera selezionare per un'opportunità non è presente nell'elenco a discesa, qual è il motivo più probabile?
 - La valuta non è disponibile per la regione.
 - L'aggiunta della valuta crea un valore negativo nel campo della valuta di base.
 - La valuta e il tasso di cambio non sono stati aggiunti nelle impostazioni.
 - La valuta di base non è stata impostata.

Opzioni personali

3. Quali delle operazioni seguenti possono essere eseguite nelle opzioni personali? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Cambiare la lingua della Guida.
 - Cambiare la lingua dell'interfaccia utente.
 - Cambiare la valuta predefinita.
 - Disattivare una valuta.

Opzioni personali

4. Quali delle seguenti impostazioni non possono essere modificate nelle opzioni personali?
 - La lingua di base.
 - La lingua dell'interfaccia utente.
 - La valuta predefinita.
 - La lingua utilizzata per la Guida.

Tasso di cambio

5. Quando viene modificato il tasso di cambio per una valuta?
- Ogni giorno.
 - Ogni settimana.
 - Quando un record viene aggiornato.
 - Quando un amministratore la modifica manualmente.

CAPITOLO 4: VISIONE FOCALIZZATA SUI CLIENTI

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Capire in che modo Microsoft Dynamics CRM consente di avere una visione delle attività di un'organizzazione focalizzata sui clienti.
- Individuare gli obiettivi e le aspettative dell'organizzazione per la distribuzione di Microsoft Dynamics CRM.
- Promuovere una distribuzione di successo definendo i processi dell'organizzazione.
- Comprendere i concetti fondamentali di Microsoft Dynamics CRM, tra cui i record dei clienti.
- Individuare i tipi di relazione che è possibile stabilire tra tipi diversi di record.
- Comprendere i concetti relativi alla proprietà dei record, tra cui i concetti di assegnazione e condivisione dei record.
- Creare impegni per registrare le interazioni con i clienti.
- Utilizzare i flussi di lavoro per svolgere attività di routine e applicare i processi di vendita.
- Individuare gli strumenti utilizzabili per cercare i record rapidamente.
- Utilizzare la funzionalità di rilevamento dei duplicati per garantire l'integrità dei dati.
- Creare un albero degli argomenti per organizzare i dati in modo efficace.

Introduzione

Microsoft Dynamics CRM include vari strumenti per la registrazione, la gestione e l'esecuzione di interazioni con i clienti, nonché per la creazione e gestione di report. Nel sistema sono disponibili un database personalizzabile di dimensioni elevate, diversi flussi di lavoro e strumenti di automazione e report personalizzabili. Gli strumenti e i processi disponibili in Microsoft Dynamics CRM sono organizzati in base ai **record dei clienti**. Tale organizzazione del sistema ne semplifica l'utilizzo per supportare processi centrati sul cliente e per offrire una visualizzazione focalizzata sul cliente di un'organizzazione.

In questa lezione vengono esaminati gli obiettivi e i processi necessari per supportare una distribuzione corretta nell'organizzazione. Vengono inoltre illustrati i concetti fondamentali della soluzione Microsoft Dynamics CRM, inclusi i record dei clienti, i tipi di relazioni possibili tra tali record e gli impegni che consentono di registrare le interazioni con i clienti. Nella lezione vengono infine descritti gli strumenti disponibili in Microsoft Dynamics CRM per automatizzare i processi e archiviare e utilizzare i dati in modo efficiente.

Visualizzare le informazioni sui clienti con Microsoft Dynamics CRM

Microsoft Dynamics CRM offre all'organizzazione una visualizzazione completa delle informazioni sui clienti incluse tutte le interazioni di vendita, marketing e servizio della società con tali clienti. Tutti i reparti dell'organizzazione possono utilizzare questo database centralizzato per accedere alle informazioni e agli strumenti necessari per interagire con i clienti con maggiore efficacia.

Nota: gli strumenti di Microsoft Dynamics CRM possono essere utilizzati da qualsiasi organizzazione che desidera registrare le interazioni con i destinatari dei propri servizi. Ciò include organizzazioni governative, società senza scopo di lucro, club e centri interni di un'organizzazione i cui clienti sono costituiti dagli altri reparti. Per semplificare, tali funzioni sono spesso definite nel corso come marketing, vendite e servizi. Le funzioni relative a marketing e vendite disponibili nell'applicazione risultano utili per la gestione di numerose attività di comunicazione e preliminari mentre i record relativi al servizio risultano utili per la gestione di svariate richieste e di altre attività di gestione del servizio.

Microsoft Dynamics CRM supporta l'intero processo di marketing, vendite e di servizio mediante un insieme di moduli organizzati in base all'area funzionale: Vendite, Marketing e Servizi. I moduli principali che registrano le interazioni con i clienti sono:

- **Account:** gli account rappresentano un gruppo di utenti, un'organizzazione o una società con cui interagisce la propria organizzazione.
- **Contatti:** i contatti vengono utilizzati per rappresentare utenti, ovvero clienti, dipendenti di account o utenti di altro tipo.
- **Opportunità:** consente di gestire le opportunità, ovvero le vendite potenziali a un account o a un contatto. Le opportunità rappresentano i ricavi potenzialmente ottenibili da un account o un contatto. Le opportunità sono in genere state qualificate da Lead tramite un processo di vendita.
- **Casi:** consente di gestire i casi, ovvero richieste di servizio o problemi segnalati da un cliente. I casi registrano le attività effettuate dai rappresentanti del servizio clienti per risolvere il problema.

Altri moduli

Numerosi moduli aggiuntivi agevolano l'utilizzo dei lead da parte dei rappresentanti di marketing e vendita e forniscono a tali rappresentanti informazioni dettagliate per il completamento del processo di vendita per generare ricavi per la società:

- **Lead:** il termine lead indica in genere una persona in merito alla quale sono state raccolte informazioni, senza essere certi che desideri svolgere operazioni commerciali con la propria azienda.
- **Campagne:** consente di creare programmi di marketing che si avvalgono di strumenti di comunicazione, ad esempio inserzioni pubblicitarie e posta diretta, per ottenere risultati in un intervallo di tempo specifico, ad esempio per l'introduzione di nuovi prodotti.
- **Elenchi marketing:** consente di creare elenchi di account, contatti o lead corrispondenti a un insieme specifico di criteri. È possibile utilizzare gli elenchi marketing per campagne di marketing o per operazioni di vendita mirata.
- **Concorrenti:** consente di gestire i concorrenti, ovvero società oppure organizzazioni che potrebbero entrare in competizione con la propria organizzazione in merito a opportunità di vendita. I record dei concorrenti possono essere collegati ai record di opportunità, prodotti e documentazione di vendita, in modo che siano disponibili quando si compete per una vendita.
- **Documentazione di vendita:** consente di gestire la documentazione di vendita, ovvero i documenti creati e forniti ai clienti per contribuire all'incremento delle vendite.
- **Prodotti:** consente di gestire i prodotti, ovvero gli articoli o i servizi venduti o forniti dall'organizzazione. È possibile collegare i prodotti ad altri record, come offerte, campagne e casi.
- **Offerte:** consente di gestire le offerte, ovvero proposte formali di prodotti o servizi a prezzi e condizioni di pagamento specifici. Le offerte possono essere inviate a un account o un contatto.
- **Ordini:** consente di gestire gli ordini, ovvero richieste confermate di prodotti o servizi in base a condizioni specifiche. Un ordine è un'offerta accettata da un cliente.
- **Fatture:** consente di gestire le fatture, ovvero gli addebiti ai clienti. Nelle fatture è registrata una vendita a un cliente, compresi i dettagli sui prodotti o i servizi acquistati.

Contratti, servizi, Knowledge Base

Oltre a offrire i casi, questi moduli aiutano l'organizzazione a mantenere e soddisfare i clienti offrendo loro servizi di qualità elevata e rispondendo in modo efficace alle domande dei clienti:

- **Contratti:** consente di gestire i contratti, ovvero accordi a fornire supporto durante le date di copertura specificate o per un determinato numero di casi o intervallo di tempo.
- **Servizi:** consentono di gestire i servizi, ovvero lavoro eseguito per un cliente da una o più risorse. Microsoft Dynamics CRM agevola la pianificazione dei servizi e delle risorse necessarie.
- **Knowledge Base:** consente di gestire e utilizzare la Knowledge Base, ovvero un archivio di articoli rilevanti per i propri dipendenti e i propri clienti. Nella Knowledge Base è possibile creare bozze, inviare, rivedere e pubblicare articoli relativi ad esempio a domande frequenti, istruzioni e informazioni sulla risoluzione dei problemi.

Non tutti questi moduli sono necessari. Ogni organizzazione è diversa dalle altre e deve stabilire quali moduli utilizzare e come utilizzarli.

I moduli utilizzati dall'organizzazione interagiscono tra loro e le informazioni vengono archiviate in un database centrale. Gli utenti di Microsoft Dynamics CRM in tutta l'organizzazione possono visualizzare e utilizzare tali informazioni per arrivare a decisioni incentrate sul cliente.

Microsoft Dynamics CRM nell'organizzazione

Microsoft Dynamics CRM offre un'ampia gamma di funzionalità ed è personalizzabile in molti modi. La distribuzione di Microsoft Dynamics CRM nell'organizzazione non implica semplicemente l'installazione e la configurazione del prodotto. Per una distribuzione corretta di Microsoft Dynamics CRM è necessario eseguire le operazioni seguenti:

- Valutare le necessità dell'organizzazione
- Determinare come utilizzare Microsoft Dynamics CRM in modo ottimale per soddisfare tali esigenze
- Distribuire le funzionalità appropriate nel modo appropriato
- Personalizzare aree dell'applicazione in base alla necessità
- Se necessario, assicurare l'integrazione con altre applicazioni utilizzate nell'organizzazione
- Creare processi di supporto (utilizzando il flusso di lavoro e altre funzionalità di Microsoft Dynamics CRM per supportare e applicare tali processi)

Parti interessate principali

Per una corretta distribuzione è importante consultare le parti interessate principali dell'organizzazione, ovvero gli individui i cui obiettivi organizzativi devono essere soddisfatti tramite l'utilizzo di Microsoft Dynamics CRM. In genere si tratta degli individui che si occupano delle decisioni in merito all'acquisto.

È probabile che gli obiettivi di tali parti interessate siano a livello di reparto o di organizzazione e che richiedano la raccolta di dati o l'implementazione di processi di supporto. Ad esempio, è possibile che l'organizzazione desideri incrementare le vendite implementando processi di vendita standard o utilizzando in modo migliore le campagne di marketing. La comprensione degli obiettivi che le parti interessate principali si aspettano di raggiungere tramite l'utilizzo di Microsoft Dynamics CRM consente all'organizzazione di decidere quali funzionalità utilizzare e come utilizzarle.

Ad esempio, se le parti interessate desiderano utilizzare in modo migliore le campagne di marketing e creare campagne più efficaci e più mirate, è importante che i venditori forniscano informazioni relative alla campagna per i lead, ad esempio inserendo dati sulla fonte del lead. Se l'ottimizzazione delle campagne è un obiettivo strategico chiave dell'organizzazione, è consigliabile prendere in considerazione la creazione di regole del flusso di lavoro che rendano obbligatoria l'immissione di tali informazioni da parte dei venditori.

Tensione necessaria

Nella maggior parte delle organizzazioni di vendita i manager registrano quantità elevate di dati per l'analisi. Tali dati offrono informazioni importanti, che consentono all'organizzazione di ottimizzare i processi, incrementare l'efficienza di vendite e marketing e infine di vendere meglio e in quantità maggiore.

L'inserimento di quantità elevate di dati è spesso in conflitto con l'obiettivo di dipendenti quali i venditori e i rappresentanti del servizio clienti, che vengono valutati in base alla generazione di reddito o alla risoluzione di problemi dei clienti, non in base all'inserimento di informazioni per un'analisi successiva. Ciò provoca conflitti tra quanto desiderato dai manager ai fini dell'analisi e la quantità di inserimento di dati che un venditore desidera effettuare.

La distribuzione di Microsoft Dynamics CRM include l'individuazione di un equilibrio tra tali prospettive. Microsoft Dynamics CRM può offrire un valore aggiunto al lavoratore, sufficiente a compensare il tempo speso per immettere e aggiornare le informazioni nel sistema. Molte funzionalità di Microsoft Dynamics CRM sono state progettate per semplificare l'acquisizione dei dati. Nonostante tali funzionalità, è possibile sovraccaricare i dipendenti richiedendo un livello eccessivo di inserimento di dati. Dopo che l'organizzazione ha effettuato le scelte appropriate e fornito il supporto necessario, Microsoft Dynamics CRM può consentire all'organizzazione di raggiungere una maggiore efficienza ed efficacia.

Supportare Microsoft Dynamics CRM mediante i processi

Per raggiungere gli obiettivi delle parti interessate e dei singoli dipendenti e di altri utenti, potrebbe essere necessario implementare processi di supporto. È importante porsi le domande seguenti:

- Quali sono gli obiettivi delle parti interessate?
- Quali sono gli obiettivi dei gruppi di utenti coinvolti (venditori, marketing e così via)?
- Quali sono i processi aziendali attuali?
- Quali processi devono essere creati o modificati in modo da soddisfare gli obiettivi di tutti gli utenti mediante Microsoft Dynamics CRM?

È necessario che l'organizzazione raggiunga un equilibrio tra supportare la distribuzione con processi adeguati ed evitare di sovraccaricare gli utenti finali. In alcuni casi potrebbe essere consigliabile utilizzare un approccio graduale per l'introduzione di una modifica organizzativa significativa.

È necessario che gli utenti finali siano consapevoli del valore apportato dai processi del flusso di lavoro. Gli utenti possono creare i propri processi del flusso di lavoro per supportare gli approcci personali nell'ambito dei più ampi processi di vendita dell'organizzazione. Informazioni dettagliate sui processi del flusso di lavoro e su come crearli sono disponibili più avanti in questo capitolo.

Implementare i processi necessari per supportare Microsoft Dynamics CRM

Per utilizzare in modo ottimale Microsoft Dynamics CRM, è consigliabile che l'organizzazione definisca processi solidi. Tali processi sono univoci per ogni azienda e per ogni Business Unit, ma risulta utile definirli in modo preciso prima di implementare Microsoft Dynamics CRM. Fortunatamente, la personalizzazione di Microsoft Dynamics CRM è decisamente semplice ed è quindi possibile modificare e migliorare in qualsiasi momento tali processi.

È necessario prendere in considerazione alcuni fattori per ogni processo di vendite, marketing e servizi utilizzato dall'organizzazione. In questa sezione vengono illustrati alcuni aspetti da esaminare:

Ambito

Comprensione delle entità e delle fasi e del relativo significato. Quali sono i record interessati dal processo?

Fasi

I flussi di lavoro possono utilizzare processi a più fasi o standard. Un processo a più fasi è costituito da fasi distinte che includono un gruppo di attività da completare prima dell'inizio della seconda fase. Ad esempio, è possibile che per il processo di vendita sia necessario che un lead venga contattato ed esprima interesse in merito a un prodotto. Successivamente viene inviata la documentazione appropriata e il lead viene quindi contattato nuovamente prima di diventare un'opportunità.

Fasi

Ogni fase può includere alcuni passaggi. Ad esempio, quando un lead diventa un'opportunità, è possibile che l'organizzazione disponga di un processo standard o consigliato per passare alla vendita. Il processo di una società di servizi può includere i passaggi seguenti:

1. Convalidare il budget e le intenzioni di acquisto
2. Incontrare i decisori chiave dell'azienda per determinare gli obiettivi
3. Presentare la soluzione
4. Inviare la proposta
5. Proposta accettata
6. Descrizione dei lavori (SOW) accettata

L'organizzazione può acquisire lo stato dell'opportunità utilizzando i flag seguenti:

- In corso
- Bloccata
- Chiuso:
 - Acquisita
 - Persa

Requisiti per l'immissione di dati

I requisiti per l'immissione di dati includono le informazioni da acquisire nelle diverse fasi del ciclo in modo da raggiungere sia gli obiettivi funzionali del dipendente che gli obiettivi identificati delle parti interessate. Nel caso di un processo a più fasi, i requisiti includono anche le informazioni specifiche necessarie all'utente per eseguire le fasi del processo. Ad esempio, è possibile che l'organizzazione richieda che un lead disponga di budget sufficiente per l'acquisto del prodotto o che il lead dimostri interesse per un prodotto e una quantità specifici prima di essere contrassegnato come opportunità. È quindi necessario che il budget e i prodotti vengano immessi per tutte le opportunità. In altri casi, se gli addetti al marketing o le parti interessate desiderano creare report o eseguire analisi sui metodi di generazione della fonte del lead, la registrazione della fonte deve essere un requisito dell'immissione di dati.

Durante l'analisi del processo è possibile che si rilevino informazioni che l'organizzazione desidera acquisire, ma che non fanno parte delle informazioni predefinite supportate da Microsoft Dynamics CRM. È possibile aggiungere campi personalizzati per acquisire questo tipo di informazioni oppure personalizzare molti elenchi in Microsoft Dynamics CRM per acquisire informazioni aggiuntive. È inoltre possibile creare aree di livello principale di entità che possono includere molti campi dettaglio. È possibile creare relazioni tra tali entità personalizzate e le entità di sistema standard.

Nota: la personalizzazione di Microsoft Dynamics CRM non rientra nell'ambito del corso.

Integrazione con altri sistemi

È possibile che l'organizzazione utilizzi altri sistemi per eseguire parti di un processo o fornire dati. Ad esempio, è possibile che l'organizzazione utilizzi un sistema di evasione o un sistema ERP per la registrazione degli ordini. È necessario determinare in quali punti tali sistemi si integrano con Microsoft Dynamics CRM e quali informazioni vengono scambiate e/o sincronizzate tra i diversi sistemi per supportare il processo completo di vendita.

Rigidità dei processi

È inoltre necessario determinare la rigidità desiderata per i processi. Un processo rigido offre coerenza, può consentire di ottenere una maggiore efficienza e assicura la coerenza e la precisione dei dati ai fini della creazione di report, ma risulta impegnativo per gli utenti che devono immettere dati. È necessario che i processi rigidi siano progettati in modo accurato, in modo da assicurarne il funzionamento per tutti gli utenti in ogni circostanza.

I criteri e le procedure definiti in modo preciso agevolano l'acquisizione di dati, assicurano un processo di vendita coerente e consentono di ottenere risultati e previsioni di vendita più coerenti. È necessario creare un criterio in base alla regola, non all'eccezione.

È importante che le organizzazioni verifichino occasionalmente i processi, per assicurarsi che siano ancora efficaci. In particolare, il processo deve essere valutato in base agli obiettivi organizzativi, verificando ad esempio se la percentuale di lead qualificati effettivamente convertita in opportunità è accettabile.

Informazioni sui record dei clienti

Nell'offrire a un'organizzazione una visione focalizzata sui clienti, Microsoft Dynamics CRM mette a disposizione degli utenti una soluzione sofisticata per l'archiviazione e l'utilizzo di molti tipi diversi di informazioni sui clienti. Tali clienti possono includere clienti tradizionali Business to Consumer, ad esempio i clienti di un'attività al dettaglio, oppure clienti Business to Business, ad esempio i clienti di una società di consulenza tecnologica. Possono essere rappresentati anche clienti non tradizionali, ad esempio i membri di un'organizzazione senza scopo di lucro o di una comunità assistita da un'agenzia governativa.

Il record stesso relativo al cliente si trova al centro di Microsoft Dynamics CRM. Esistono due tipi di record dei clienti: un record **Account** rappresenta un'organizzazione e un record **Contatto** rappresenta un singolo individuo. Gli account e i contatti possono essere correlati ad altri account e contatti in molti modi, per rappresentare le relazioni aziendali nelle organizzazioni.

La maggior parte degli altri tipi di record utilizzati in Microsoft Dynamics CRM rappresenta interazioni dirette o indirette con i record del cliente. Tali record includono **Opportunità** di vendita e **Casi** del servizio clienti, oltre ad altri tipi di interazioni. Un record **Impegno** è molto semplice e rappresenta un'interazione di base con un cliente, ad esempio un appuntamento, una telefonata o un messaggio di posta elettronica.

Nella parte restante di questa sezione sono disponibili ulteriori dettagli su account e contatti e viene illustrato come utilizzare gli impegni per registrare le interazioni con account e contatti.

Informazioni sugli account

Gli account sono i record utilizzati per registrare le organizzazioni. Un account può rappresentare un'azienda, un'entità governativa, società senza scopo di lucro, club o qualsiasi organizzazione analoga. Gli account registrati in Microsoft Dynamics CRM includono in genere:

- Clienti
- Fornitori
- Partner
- Rivenditori

In uno scenario di vendita o di supporto Business to Business (B2B) i clienti rappresentano account.

Procedura: creare un account (continua)

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Account**.
2. Fare clic su **Nuovo elemento** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nella scheda **Generale** immettere le informazioni relative al nuovo account:
 - **Nome account** - Immettere il nome dell'organizzazione.
 - **Telefono principale** - Immettere il numero di telefono principale dell'organizzazione.
 - **Nome indirizzo** - Inserire le informazioni identificative per questo indirizzo, ad esempio "Principale" o "Fatturazione".
 - **Tipo di indirizzo** - Selezionare il tipo di indirizzo dell'account, in modo da indicare se si tratta dell'indirizzo principale oppure se deve essere utilizzato per la fatturazione, la spedizione o per altri fini.
 - **Metodo di spedizione** - Selezionare il metodo di spedizione preferito per l'account.
4. Nella scheda **Dettagli** immettere nel campo **Descrizione** informazioni aggiuntive sull'azienda che potrebbero risultare utili per gli utenti.
5. Nella scheda **Amministrazione** in **Metodi di contatto** selezionare i metodi di contatto che l'azienda preferisce, consente e non consente.
6. Nella scheda **Amministrazione** in **Proprietario** selezionare l'utente proprietario dell'account utilizzando la **finestra di ricerca**. Se non viene effettuata alcuna selezione, per impostazione predefinita verrà specificato l'utente che ha creato l'account.
7. Scegliere **Salva e chiudi**.

***Procedura consigliata:** quando si crea un account, è consigliabile completare la sezione relativa all'indirizzo e assegnare un nome all'indirizzo. In questo modo sarà più semplice trovare l'indirizzo durante la creazione di un'offerta, un ordine o una fattura. Se si sceglie di non creare un nome per l'indirizzo, sarà possibile cercare un indirizzo in base alle informazioni specificate nel campo **Via**.*

Informazioni sugli account secondari

Un account secondario è un'organizzazione appartenente a un'organizzazione di dimensioni maggiori. È possibile utilizzare questa funzionalità per organizzazioni di qualsiasi dimensione. Ad esempio, un account secondario può rappresentare un piccolo ufficio locale di un'azienda di dimensioni maggiori, quale un ufficio distaccato di una società di consulenza, oppure un'azienda di grandi dimensioni appartenente a una holding.

***Procedura consigliata:** gli account secondari consentono di rappresentare in modo ottimale un segmento di un'organizzazione per cui verranno registrati in modo distinto gli elementi relativi a vendite o servizi. Ad esempio, se un ufficio regionale di un'azienda dispone di budget e di potere decisionale propri in merito agli acquisti, è consigliabile registrarla tramite un account secondario. In alternativa, è consigliabile valutare l'aggiunta di più indirizzi all'account. Per informazioni dettagliate, vedere la sezione successiva "Informazioni sugli indirizzi".*

Procedura: Creare un account secondario

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Account**.
2. Selezionare e aprire un record di account nell'elenco Account.
3. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Account secondari**.
4. Fare clic su **Nuovo account** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
5. Nella scheda **Generale** immettere il **Nome account**. Questo campo è obbligatorio.
6. Nel campo **Account principale** viene specificato automaticamente l'account aperto al passaggio 2.
7. Immettere le informazioni aggiuntive disponibili sull'account secondario.
8. Scegliere **Salva e chiudi**.

***Nota:** un account rappresentare l'account principale di qualsiasi altro record, inclusi altri account.*

Informazioni sui contatti

I contatti sono record utilizzati per registrare utenti. Un contatto può rappresentare un cliente, un consulente, un fornitore di servizi o un altro individuo.

Negli scenari Business to Business in cui il termine "clienti" indica account, un contatto rappresenta in genere un dipendente dell'account. Negli scenari Business to Customer (B2C) un contatto indica in genere il "cliente".

Microsoft Dynamics CRM consente inoltre di registrare le gerarchie organizzative mediante l'utilizzo di contatti secondari. Tale funzionalità può essere utilizzata per registrare le relazioni professionali all'interno di un'organizzazione.

Informazioni sulle relazioni di tipo principale-secondario tra account e contatti

Di seguito sono illustrati alcuni aspetti più specifici della relazione tra account e contatti:

- A un contatto può essere associato solo un account o un contatto principale.
- Se a un record del contatto è associato un account o un contatto principale, qualsiasi record di vendita, opportunità, offerta, ordine o fattura correlato al record del contatto è automaticamente correlato all'elemento principale.

Un contatto non è definito come entità subordinata di un account. Gli account e i contatti possono esistere come record autonomi e distinti.

Informazioni sugli indirizzi

Immettere almeno un indirizzo per ogni record di account e di contatto. L'indirizzo viene utilizzato durante la creazione di documenti di stampa unione. Se un record non dispone di alcun indirizzo, la stampa unione non funzionerà correttamente.

Ogni record di account o contatto consente di archiviare più indirizzi. Per distinguere i diversi indirizzi, immettere un **Nome indirizzo** e un **Tipo di indirizzo** diverso per ogni indirizzo, ad esempio Fatturazione e Spedizione. È possibile aggiungere ulteriori indirizzi nell'area Altri indirizzi in Dettagli nel record dell'account o del contatto.

***Procedura consigliata:** utilizzare indirizzi aggiuntivi per archiviare le ubicazioni di account che non necessitano della registrazione indipendente delle attività di vendita o del servizio clienti. Ad esempio, se a un cliente sono associate tre ubicazioni ma solo l'ubicazione relativa alla sede centrale è autorizzata all'acquisto del prodotto, utilizzare **Altri indirizzi** per registrare gli indirizzi relativi alla seconda e alla terza ubicazione. In questo caso non è necessario eseguire i passaggi aggiuntivi per la creazione di account secondari.*

Note e allegati

In Microsoft Dynamics CRM le note sono brevi elementi informativi aggiunti a un record o a un impegno. Una nota può essere visualizzata da tutti gli utenti autorizzati ad accedere al record. Le note consentono di memorizzare informazioni, quali commenti o idee, o di condividere informazioni con altri. È inoltre possibile utilizzare le note per registrare una serie di interazioni informali con i clienti.

***Procedura consigliata:** è consigliabile che le organizzazioni archivino le interazioni formali, ad esempio quelle appartenenti a un flusso di lavoro o a un processo standard, come Impegni e che i dati chiave vengano archiviati nei campi personalizzati. Per registrare le interazioni e i dati informali, è possibile utilizzare le note. L'utilizzo delle note per la creazione di report o per la gestione risulta complesso.*

È inoltre possibile allegare file alle note. Qualsiasi file potenzialmente utile per altri utenti, ad esempio la cattura di una schermata o un foglio di calcolo, può essere aggiunto come allegato.

Relazioni tra i record dei clienti

In Microsoft Dynamics CRM è possibile utilizzare account e contatti per definire organizzazioni complesse e stabilire le relazioni tra tali organizzazioni. È inoltre possibile acquisire relazioni tra diversi account e contatti. Questa funzionalità consente di visualizzare relazioni quali:

- Collaborazioni tra due organizzazioni
- Appartenenze di un contatto a più organizzazioni, ad esempio le appartenenze al consiglio di amministrazione
- Appartenenza di un contatto a numerosi altri contatti, ad esempio servizi professionali o relazioni familiari

Per utilizzare le funzionalità relative alle relazioni in Microsoft Dynamics CRM, è necessario che un amministratore definisca innanzitutto i ruoli relazione disponibili per gli utenti.

Ruoli relazione

I ruoli relazione consentono di definire la correlazione tra record specifici di account, opportunità e contatto in Microsoft Dynamics CRM. Quando si crea un ruolo relazione, è necessario assegnare un nome alla relazione e quindi immettere le informazioni associate alla relazione. Ad esempio, è possibile che si desideri registrare la relazione tra due tipi di contatti, quali medici e pazienti. A tale scopo è possibile impostare i ruoli relazione Medico e Paziente.

È possibile definire la direzione della relazione, in modo da limitare determinati ruoli a tipi specifici di record. Ad esempio, se si crea il ruolo Medico e si seleziona **Ruolo contatto- Account**, si determina che un contatto può assumere il ruolo di Medico per un account. Se si seleziona un altro ruolo per Medico, ad esempio **Ruolo contatto- Contatto**, si determina che un contatto può assumere il ruolo di Medico per un altro contatto.

Per la selezione dei ruoli si utilizza il modulo **Ruolo relazione**. È possibile selezionare le associazioni seguenti per un ruolo relazione:

- Ruolo account-account
- Ruolo account-contatto
- Ruolo account-opportunità
- Ruolo contatto-account
- Ruolo contatto-contatto
- Ruolo contatto-opportunità

I ruoli relazione sono uno strumento che è possibile utilizzare per visualizzare le reciproche relazioni esistenti tra gli account, le opportunità e i contatti dell'organizzazione.

Tipi di relazioni

Durante la creazione di relazioni tra account, opportunità e contatti in Microsoft Dynamics CRM è possibile:

- Descrivere semplici associazioni tra i clienti, ad esempio le segnalazioni.
- Creare relazioni tra i contatti, ad esempio tra un paziente di un medico e i membri della famiglia del paziente che condividono lo stesso indirizzo e le stesse informazioni relative all'assicurazione sanitaria, ma dispongono di record specifici. Una relazione gerarchica consente inoltre di definire la relazione per entrambe le parti coinvolte, ad esempio la relazione tra datore di lavoro e dipendente.
- Creare una relazione tra un contatto e un account senza includere il contatto nell'account. Ad esempio, un'organizzazione potrebbe avere un account con una ditta di idraulica che ha molti fornitori alla sue dipendenze e presentare inoltre un'associazione con un elettricista che non è dipendente della ditta.
- Visualizzare i dettagli della relazione dall'interno dei record di qualsiasi account, opportunità e contatto appartenente alla relazione.
- Trovare un cliente in base alla relazione che questo presenta con un altro account o contatto.

Quando un record viene eliminato, vengono eliminate anche tutte le relazioni associate. Quando un record viene disattivato, tutte le relazioni create mentre questo era attivo continueranno a essere disponibili. Non è tuttavia possibile creare relazioni con un'entità disattivata.

***Nota:** se si utilizza Microsoft Dynamics CRM per Outlook con accesso fuori rete, sarà possibile creare una relazione e specificarne i dettagli, ma sarà necessario lavorare in rete per rendere disponibili le modifiche agli altri utenti.*

Esercitazione pratica: Aggiungere relazioni

In questa sezione viene illustrato come utilizzare i ruoli relazioni e le relazioni per definire relazioni tra contatti e account di tipo più complesso rispetto alla semplice relazione dipendente-datore di lavoro.

Scenario

[Nome] è un direttore di una società che utilizza Microsoft Dynamics CRM. Durante una visita presso [NomeSocietà], attuale cliente, incontra [Nome2], attuale responsabile aziendale di [NomeSocietà]. Nel corso della conversazione apprende che [Nome2] è membro del consiglio di amministrazione di un altro cliente, [NomeSocietà2] e quindi aggiunge tale nuova relazione a Microsoft Dynamics CRM.

Descrizione degli obiettivi

In questa esercitazione pratica viene creato un ruolo relazione e quindi il ruolo viene aggiunto a un contatto.

Procedura

Il primo processo prevede la creazione del ruolo relazione.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi su **Gestione aziendale** in Impostazioni.
2. In Gestione aziendale fare clic su **Ruoli relazione**.
3. Fare clic su **Nuovo elemento** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Nella casella **Nome ruolo** immettere il nome da assegnare al ruolo relazione. È consigliabile utilizzare un nome breve, descrittivo, che rifletta la prospettiva dell'entità da cui il ruolo verrà impostato. In questo caso verrà definito il ruolo di Membro del consiglio di amministrazione. Immettere quindi **Membro del consiglio di amministrazione**.
5. In **Disponibilità ruolo** selezionare le entità per cui il ruolo risulterà disponibile e le entità che è possibile correlare a tale ruolo. In questo caso selezionare **Account** in **Ruolo contatto**.
6. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Il secondo processo prevede l'aggiunta del ruolo all'utente.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Contatti** in Vendite.
2. Aprire il record relativo a [Nome2]. Si noti che l'account principale è già impostato su [NomeSocietà].
3. Nel riquadro di spostamento del modulo, in **Dettagli**, non nella scheda Dettagli, fare clic su **Relazioni**.
4. Fare clic su **Nuovo elemento Relazione cliente**.
5. In **Entità 1** è già selezionato il contatto attivo.

6. In **Entità 2** fare clic sull'icona del pulsante di ricerca. Nella finestra di dialogo Ricerca record selezionare **Account** in **Cerca**. Nell'elenco dei contatti selezionare [NomeSocietà2]. Fare clic su **OK**.
7. In **Ruolo 1** selezionare **Membro del consiglio di amministrazione**.
8. Scegliere **Salva e chiudi**.
9. Fare clic su **Salva e chiudi** per l'account.

Nota: quando si crea una relazione tra account e contatti, è innanzitutto necessario selezionare un'entità prima di selezionare un ruolo per l'entità.

Informazioni sulla proprietà e sull'assegnazione dei record

Ogni record del sistema, inclusi account e contatti, è di proprietà di un singolo utente. Quando un utente crea un record, ne diviene automaticamente il proprietario. È possibile determinare quale utente sia proprietario del record visualizzando il campo **Proprietario**, in genere disponibile nella scheda **Amministrazione** di ogni modulo.

Il proprietario di un record può assegnare o condividere il record con altri utenti. Quando un record viene assegnato a un altro utente, tale utente diventa il proprietario del record. Quando il record viene condiviso con altri utenti, tali utenti possono visualizzare il record ed eseguire operazioni su tale record. La condivisione di record risulta necessaria solo quando le autorizzazioni di protezione di un'organizzazione non consentono agli utenti di accedere ai record di proprietà di altri utenti.

L'assegnazione e la condivisione possono essere eseguite da un supervisore, per distribuire gli account tra rappresentanti di vendita oppure gli utenti possono condividere account in modo da consentire ad altri utenti di aggiornare le informazioni. Ad esempio, è possibile condividere i propri account con i propri collaboratori durante le ferie, in modo da consentire loro di fornire supporto ai clienti durante la propria assenza.

Nota: l'amministratore di sistema definisce le autorizzazioni di protezione degli utenti, che identificano le azioni consentite agli utenti su ogni tipo di record. Le autorizzazioni possono consentire ad alcuni o a tutti gli utenti di leggere i record di account, di eliminarli o di eseguire altre operazioni con diversi record.

Procedura: Assegnare un record

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Account**.
2. Nell'elenco di account selezionare e aprire un account.
3. Sulla barra degli strumenti **Standard** scegliere **Assegna** dal menu **Azioni**.

4. Nella finestra di dialogo selezionare una delle opzioni seguenti:
 - **Assegna all'utente corrente** - Selezionare questa opzione per assegnare il record a se stessi.
 - **Assegna a un altro utente** - Selezionare questa opzione per assegnare il record a un altro utente e quindi immettere l'utente a cui si desidera assegnare l'account. È possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare un utente a cui assegnare l'account.
5. Fare clic su **OK** e quindi su **Salva e chiudi** nel record.

Nota: se un utente o un team non è disponibile nell'elenco, contattare l'amministratore di sistema.

Utilizzare gli impegni per registrare le interazioni con i clienti

Gli impegni sono interazioni di diverso tipo che possono essere eseguite con i record in Microsoft Dynamics CRM. Ad esempio, un impegno può consistere nell'invio di una lettera o nell'effettuazione di una telefonata a un contatto o un account. Gli utenti possono creare impegni per se stessi oppure assegnare impegni da completare a un altro utente. È inoltre possibile condividere gli impegni con altri utenti.

Qualsiasi azione che può essere inserita in un calendario o in un elenco di attività costituisce un impegno. Gli impegni indicano quando si è verificata o si prevede che si debba verificare un'azione. Gli utenti specificano tali informazioni durante la creazione di un impegno e immettono inoltre informazioni di base per indicare l'azione rappresentata dall'impegno.

È possibile associare a un impegno uno dei tre stati seguenti: Aperto, Completato o Annullato. Quando un impegno viene completato, l'utente seleziona lo stato secondario aggiuntivo desiderato per indicare il modo in cui l'impegno è stato completato.

Tipi di impegni	
Attività	Lettera
Fax	Appuntamento
Telefonata	Attività servizio
Messaggi	Risposta campagna

Gli impegni interessano spesso uno o più partecipanti. Nel caso di una riunione, i partecipanti sono i contatti o gli utenti che intervengono alla riunione. Nel caso di una telefonata o un fax, i partecipanti sono il chiamante e la persona chiamata.

Di seguito vengono elencate le regole relative alle modalità di accesso degli utenti agli impegni:

- La persona che ha creato l'impegno (il proprietario) dispone dell'accesso in lettura e scrittura a tale impegno.
- Il proprietario può assegnare l'impegno a un altro utente.
- Dopo che un impegno è stato registrato come completato, non può essere modificato né assegnato a un nuovo proprietario.

Procedura: Creare o modificare un impegno

I passaggi seguenti consentono di creare un nuovo impegno. È possibile modificare un impegno aperto eseguendo il passaggio 1 per visualizzare l'area di lavoro. Aprire quindi il record da modificare. Utilizzare le informazioni disponibili in questa procedura per immettere dati.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro** e quindi in **Attività personali** fare clic su **Impegni**.
2. Fare clic su **Nuovo elemento** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nella finestra di dialogo Nuovo impegno selezionare il tipo di impegno che si desidera creare e quindi fare clic su **OK**. Verrà aperta una nuova finestra.
4. Immettere nella finestra le informazioni sull'impegno, ad esempio:
 - **Oggetto** - Immettere una descrizione dell'impegno.
 - **Durata** - Se questo impegno è correlato a un caso, verificare di aver registrato nella casella la quantità di tempo dedicata all'impegno. Se il caso è collegato a una voce di contratto, la durata di tutti gli impegni relativi al caso viene registrata e aggiornata automaticamente nel contratto attivo correlato. Il totale, che include i totali relativi a tutti gli altri casi correlati a tale contratto, può essere modificato manualmente prima della fatturazione al cliente.
 - **Scadenza** - Immettere la data e l'ora previste per l'esecuzione o il completamento dell'impegno. Quando si visualizzano gli impegni, è possibile ordinarli in base alla **Scadenza**.

Nota: per ogni impegno sono disponibili campi diversi. Per ulteriori informazioni, vedere la Guida in linea di Microsoft Dynamics CRM.

5. Indicare il record relativo all'impegno. In base al tipo di impegno, è possibile immettere tali informazioni in **Tema**, **Obbligatorio** o **Cliente**.
6. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Esercitazione pratica: Visione focalizzata sui clienti

In questa sezione viene illustrato come Microsoft Dynamics CRM consente a un'organizzazione di mantenere una visualizzazione completa del cliente. Grazie alle funzionalità e agli strumenti di Microsoft Dynamics CRM, un'organizzazione può recuperare e condividere importanti dati relativi al cliente da una posizione centralizzata.

Scenario

Un'organizzazione utilizza Microsoft Dynamics CRM sia per i processi di vendita che per i processi del servizio clienti. La società ha appena assunto un nuovo rappresentante di vendita, a cui viene assegnata la responsabilità di alcuni account esistenti. Il rappresentante di vendita desidera informazioni su un account prima di contattarlo.

Il rappresentante di vendita cerca l'account in Microsoft Dynamics CRM e apre il record corrispondente. Visualizza i contatti associati per ottenere informazioni sulle persone che vi lavorano, quindi verifica le opportunità aperte per esaminare le transazioni in corso e infine apre la cronologia dei casi per individuare eventuali problemi relativi al servizio clienti. Microsoft Dynamics CRM consente al rappresentante di vendita di ottenere rapidamente una visualizzazione completa di tutte le interazioni avvenute tra la società e il cliente.

Descrizione degli obiettivi

L'obiettivo dell'esercitazione pratica consiste nell'aprire un record relativo a un account, visualizzare i contatti, le opportunità, i casi e la cronologia per un caso.

Procedura

Eeguire la procedura seguente per aprire un record di account, visualizzare i contatti, le opportunità, i casi e la cronologia di un caso:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Account** in Vendite.
2. Selezionare e aprire [Nome Account] nell'elenco.
3. Nel riquadro di spostamento del modulo dell'account fare clic su **Contatti** in **Dettagli**. Verrà visualizzato un elenco di contatti disponibili nell'organizzazione.
4. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Opportunità** in **Vendite**. Verrà visualizzato un elenco di opportunità per l'account.
5. Selezionare e aprire un'opportunità per visualizzarne i dettagli.
6. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Cronologia**. Verrà visualizzato l'elenco degli impegni completati per questa opportunità.
7. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Impegni**. Verrà visualizzato l'elenco degli impegni obbligatori per questa opportunità.

8. Fare clic su **Chiudi** per chiudere l'opportunità senza salvare il record.
9. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Casi in Servizi**. Verrà visualizzato un elenco di casi per l'account.
10. Selezionare e aprire un caso nell'elenco per visualizzarne i dettagli.
11. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Cronologia**. Verrà visualizzato l'elenco degli impegni completati per questo caso.
12. Selezionare e aprire un impegno nell'elenco per visualizzarne i dettagli.
13. Fare clic su **Salva** per chiudere l'impegno.
14. Fare clic su **Salva** per chiudere il caso.
15. Fare clic su **Salva** per chiudere l'account.

Nota: i casi vengono illustrati in modo più dettagliato nella lezione 17.

*Procedura consigliata: quando si visualizza un record, è necessario ricordare che la selezione di **Salva e chiudi** potrebbe provocare la sovrascrittura dei dati. Per chiudere i record aperti per la "lettura, utilizzare il normale pulsante di chiusura della finestra indicato da una X nell'angolo superiore destro della finestra.*

Utilizzare i flussi di lavoro

Microsoft Dynamics CRM consente di creare flussi di lavoro per l'esecuzione di attività di routine e l'applicazione di processi. I flussi di lavoro possono contribuire ad assicurare che le informazioni corrette vengano fornite alle persone giuste al momento giusto. I flussi di lavoro consentono inoltre ai dipendenti di registrare i passaggi necessari per il completamento del proprio lavoro. La creazione di flussi di lavoro consente di creare e applicare le regole business.

Attraverso i flussi di lavoro i responsabili possono definire, automatizzare e applicare regole, procedure e criteri aziendali specifici. Ad esempio, i flussi di lavoro consentono di assegnare automaticamente ad altri la responsabilità delle richieste di servizio scadute, avvisare i venditori dei problemi di gestione della pipeline e avvisare la forza vendita di eventuali eventi importanti.

La creazione dei flussi di lavoro è consentita anche ai singoli utenti, al fine di automatizzare attività ripetitive o di eseguire automaticamente alcune operazioni in base a eventi che si verificano nel sistema. Ad esempio, è possibile creare un flusso di lavoro per la creazione automatica di un impegno di tipo telefonata ogni volta che viene creato un nuovo lead.

Le funzionalità dei flussi di lavoro di Microsoft Dynamics CRM consentono di:

- Definire politiche aziendali basate su processi prestabiliti.
- Assicurare che siano rispettati gli impegni con i clienti.
- Passare automaticamente la responsabilità dei problemi alla direzione, se necessario.
- Livellare i carichi di lavoro tra team e aree.
- Gestire politiche e procedure aziendali chiave.
- Garantire un processo di servizio coerente.

Utilizzare i flussi di lavoro

Esistono due tipi di flussi di lavoro:

- **Processi del flusso di lavoro** - I processi standard del flusso di lavoro consentono di assegnare automaticamente record, smistare i record e creare impegni per la maggior parte delle entità disponibili nel sistema Microsoft Dynamics CRM, inclusi lead, account, contatti e opportunità.
- **Processi del flusso di lavoro a più fasi** - I processi del flusso di lavoro a più fasi consentono di creare un insieme di passaggi sequenziali per l'avanzamento di un'entità, ad esempio un'opportunità. È possibile sviluppare flussi di lavoro a più fasi per qualsiasi entità del sistema.

I processi del flusso di lavoro a più fasi sono flussi di lavoro di lunga durata, che vengono eseguiti per più giorni o più settimane. I processi standard del flusso di lavoro sono stati progettati per l'esecuzione di una serie di impegni e il completamento in un periodo di tempo più breve.

I processi del flusso di lavoro e i processi del flusso di lavoro a più fasi possono essere avviati automaticamente dal sistema o manualmente dall'utente.

Flussi di lavoro personali

Oltre a rappresentare una soluzione efficace per l'automazione di attività nell'organizzazione, i flussi di lavoro di Microsoft Dynamics CRM consentono anche agli utenti di eseguire in modo efficace brevi processi di automazione. L'utilizzo dei flussi di lavoro può consentire ai singoli individui di lavorare in modo più efficiente. È possibile automatizzare tramite un flusso di lavoro anche il processi più breve.

Ai flussi di lavoro personali è associato un “ambito”, che definisce le situazioni in cui viene applicato il flusso di lavoro. Un ambito a livello di utente indica che il flusso di lavoro viene avviato solo se l’azione viene eseguita dall’utente specificato. Un ambito a livello di organizzazione consente di applicare il flusso di lavoro indipendentemente dall’utente che esegue l’azione. Ad esempio, se si crea un flusso di lavoro che genera un messaggio di posta elettronica quando viene creato un account e l’ambito è impostato su utente, il flusso di lavoro viene avviato solo quanto l’account viene creato dall’utente specifico. Se si imposta l’ambito dello stesso flusso di lavoro su organizzazione, il flusso di lavoro viene avviato quando l’account viene creato da qualsiasi utente dell’organizzazione.

Esercitazione pratica: Flussi di lavoro personali

In questa esercitazione pratica viene illustrato come creare, pubblicare e testare un semplice flusso di lavoro di notifica.

Nota: per creare flussi di lavoro, è necessario che gli utenti dispongano delle autorizzazioni appropriate.

Scenario

Un venditore ha l'abitudine di effettuare una telefonata di completamento ai clienti tre giorni dopo la chiusura positiva di una transazione, in modo da assicurarsi che il cliente sia soddisfatto. Tale telefonata è indipendente dai criteri standard del servizio clienti dell'organizzazione. Per impostare automaticamente un promemoria, il venditore definisce un flusso di lavoro personale. Tale flusso di lavoro è configurato in modo da essere eseguito per ogni opportunità disponibile nel sistema, nel caso in cui la vendita venga conclusa da un altro utente, ma prevede la verifica dell'utente proprietario dell'opportunità, in modo che vengano visualizzati promemoria solo per le transazioni del venditore specifico.

Descrizione degli obiettivi

L'obiettivo di questa esercitazione pratica è:

- Creare un flusso di lavoro personale che verifica le condizioni e assegna i record in base a criteri specifici
- Pubblicare e testare il flusso di lavoro

Passaggio 1: Creare il flusso di lavoro

Per creare il flusso di lavoro, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi su **Flussi di lavoro**.
2. Fare clic su **Nuovo elemento** sulla barra degli strumenti **Azioni**.

3. Nella finestra di dialogo **Crea flusso di lavoro** immettere [nome descrittivo del flusso di lavoro] in **Nome flusso di lavoro**.
4. In **Entità** selezionare **Opportunità**.
5. In **Tipo** selezionare **Nuovo flusso di lavoro vuoto**.
6. Fare clic su **OK**. Verrà visualizzato il modulo relativo alle informazioni sul flusso di lavoro.
7. Nell'elenco **Avvia in caso di**: selezionare **Modifica stato** record e deselezionare le altre caselle. Il flusso di lavoro verrà avviato in caso di modifica dello stato dell'opportunità.
8. In **Ambito** selezionare Organizzazione.
9. Nella casella relativa allo script del flusso di lavoro fare clic su **Aggiungi passaggio** e quindi selezionare **Condizione controllo**.
10. Fare clic su **Digitare qui la descrizione del passaggio** e quindi immettere **Controllo stato**.
11. Fare clic su **<condizione>** (**fare clic per configurare**).
12. Nella finestra di dialogo Specifica condizione flusso di lavoro fare clic su **Seleziona** e quindi selezionare **Opportunità in Entità primaria**.
13. Nella colonna immediatamente a sinistra fare clic su **Seleziona** e quindi selezionare **Motivo stato**.
14. Nella colonna immediatamente a sinistra fare clic su **Seleziona** e quindi selezionare **Uguale a**.
15. Nella colonna immediatamente a sinistra fare clic su Immettere un valore. Fare clic sui puntini di sospensione. Verrà visualizzata la finestra di dialogo Seleziona valori. In Valori disponibili selezionare "Acquisita" e quindi fare clic su >> per spostare il valore nell'area Valori selezionati. Fare clic su **OK**.
16. Per aggiungere una condizione per verificare se si è proprietari dell'account, fare clic su **Seleziona** nella seconda riga e quindi selezionare **Opportunità in Entità primaria**.
17. Nella colonna immediatamente a sinistra fare clic su Seleziona e quindi selezionare **Proprietario**.
18. Nella colonna immediatamente a sinistra fare clic su Seleziona e quindi selezionare **Uguale a**.
19. Nella colonna immediatamente a sinistra fare clic su Immettere un valore. Fare clic sull'icona **Ricerca**. Verrà visualizzata la finestra di dialogo Cerca record.
20. Fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per visualizzare tutti gli utenti del sistema. Selezionare [Venditore] e quindi fare clic su >> per spostare il record nell'area Record selezionati. Fare clic su **OK**.
21. Fare clic su **Salva e chiudi**.
22. Nei criteri creati fare clic su **Selezionare la riga** e fare clic su **Aggiungi passaggio**. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare quindi clic su **Aggiungi passaggio** e selezionare **Crea record**.
23. In **Crea** selezionare **Telefonata**.

24. Fare clic su **Imposta proprietà**. Verrà visualizzata la pagina Crea telefonata.
25. Per impostare il valore relativo all'autore della chiamata su se stessi, in qualità di proprietari del record, fare clic sul capo di testo **Chiamante**.
26. Utilizzare **Informazioni e selezione rapida** per assicurarsi che il valore Opportunità sia selezionato per la prima casella di testo in **Cerca**; e quindi selezionare Proprietario nella seconda casella di testo.
27. Fare clic su **Aggiungi** e quindi su **OK**. Verrà visualizzato il campo Chiamante {Proprietario(Opportunità)}.
28. Per impostare il destinatario della telefonata sul cliente, fare clic nella casella di testo Destinatario.
29. Utilizzare Informazioni e selezione rapida per assicurarsi che il valore Opportunità sia selezionato per la prima casella di testo in Cerca e quindi selezionare Potenziale cliente nella seconda casella di testo.
30. Fare clic su **Aggiungi** e quindi su **OK**. Verrà visualizzato il campo Destinatario {Potenziale cliente(Opportunità)}.
31. Per creare la scadenza per l'impegno Telefonata, fare clic nella casella **Scadenza** (non nell'icona del calendario accanto alla casella).
32. In **Giorni** selezionare **3** e nell'elenco a discesa sotto Giorni selezionare **Dopo**.
33. In **Cerca** selezionare **Opportunità** nella prima casella e quindi selezionare **Data chiusura effettiva** nella seconda casella.
34. Fare clic sul pulsante **Aggiungi** e quindi su **OK**.
35. In **Oggetto** immettere **Effettuare telefonata di completamento**.
36. In **Proprietario** fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare l'utente corretto e, in questo caso, selezionare se stessi.
37. Nella grande casella di testo immettere "Telefonare al contatto principale".
38. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il modulo Telefonata.
39. Per salvare il flusso di lavoro, fare clic su **Salva**.
40. Sulla barra degli strumenti **Standard** fare clic su **Pubblica**.

Nota: i flussi di lavoro non risultano disponibili fino a quando non vengono pubblicati. Per potere essere modificato da parte di un utente, è necessario che un flusso di lavoro creato non sia stato ancora pubblicato. Dopo la modifica, è necessario pubblicare di nuovo il flusso di lavoro per applicare le modifiche.

Esercitazione pratica: avviare un flusso di lavoro

Per avviare il flusso di lavoro creato, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Opportunità**. Verificare che la visualizzazione sia impostata su **Opportunità aperte personali**.
2. Aprire un'opportunità.
3. Sulla barra degli strumenti Azioni scegliere **Chiudi**.
4. Impostare **Motivo stato** su **Acquisita**.
5. Fare clic su **OK**.

Esercitazione pratica: Monitorare il flusso di lavoro

Cercare il record creato dal flusso di lavoro, in modo da verificare il corretto funzionamento del flusso di lavoro creato. Eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro** e quindi su **Attività personali**.
2. Fare clic su **Impegni**. La telefonata creata come risultato del flusso di lavoro dovrebbe essere inclusa nell'elenco.

Trovare e gestire i dati

In Microsoft Dynamics CRM è possibile trovare record utilizzando il Completamento automatico, la Ricerca rapida e la Ricerca avanzata. L'utilizzo di tali strumenti può consentire di ridurre il tempo necessario per la ricerca di record.

Completamento automatico per lookup

I lookup sono campi di un record che fanno riferimento a un altro record. Ad esempio, il campo **Account principale** di un record del contatto è un campo lookup che fa riferimento a un account. I dati disponibili in tale campo rispecchiano la relazione tra il contatto e l'account.

Il Completamento automatico consente di completare rapidamente i campi lookup, individuando il record corrispondente al testo immesso. Ad esempio, se è disponibile un account esistente denominato [NomeSocietà] e si immettono le [prime cinque lettere] in un campo lookup, quando si sposta il cursore all'esterno del campo verranno individuati tutti i record il cui nome inizia con le [prime cinque lettere] specificate. Sarà quindi possibile selezionare il nome corretto nell'elenco visualizzato.

Esercitazione pratica: Utilizzare Completamento automatico per compilare un campo

In questa esercitazione pratica verrà utilizzato Completamento automatico per compilare un campo.

Scenario

Un rappresentante di vendita sta creando un nuovo account. Poiché deve affrettarsi per partecipare a una riunione, utilizza Completamento automatico per immettere rapidamente le informazioni necessarie. Il contatto esiste già, ma l'account non è stato creato.

Descrizione degli obiettivi

L'obiettivo di questa esercitazione pratica consiste nella creazione di un nuovo account e nell'utilizzo di Completamento automatico per compilare rapidamente i campi del modulo.

Procedura

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Account**.
2. Sulla barra degli strumenti **Azioni** selezionare **Nuovo** per creare un nuovo account.
3. In **Nome account** immettere un nome per il nuovo account.
4. In **Contatto primario** digitare [prima parte del nome di un nome di contatto univoco nel sistema, in modo che venga trovata una sola corrispondenza] e quindi premere il tasto TAB. Nel campo viene immesso automaticamente il nome completo del contatto.
5. Nella scheda **Dettagli** in **Area** digitare [prima parte del nome di un'area con più corrispondenze] e quindi premere il tasto TAB. Nella casella verrà visualizzata l'icona **Sono state trovate più corrispondenze**. Fare clic sull'icona per visualizzare tutti i risultati corrispondenti della ricerca e quindi selezionare [area] dall'elenco.

Se non viene trovata alcuna corrispondenza, viene visualizzata un'icona rossa a forma di X. È possibile fare clic sull'icona per aprire la finestra di dialogo Ricerca record, che consente di sfogliare record o creare un nuovo record.

Ricerca veloce

Lo strumento Ricerca veloce è disponibile in molte sezioni di Microsoft Dynamics CRM, ad esempio Account, Contatti e Flussi di lavoro. Lo strumento Ricerca veloce si trova direttamente sopra l'elenco di record. Per utilizzare lo strumento Ricerca veloce, fare clic nel campo in cui è visualizzato **Cerca i record**, digitare il nome del record da trovare e quindi premere INVIO o fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.

Lo strumento consente di trovare record corrispondenti ai criteri specificati nell'entità che si sta utilizzando. Ad esempio, se ci si trova nella sezione Contatti, lo strumento Ricerca veloce eseguirà una ricerca solo nei record dei contatti. Ricerca veloce supporta l'utilizzo dei caratteri jolly (*) nella ricerca.

Nota: quando l'utente esegue una Ricerca veloce, l'amministratore di sistema definisce i campi in cui viene eseguita la ricerca entro i record della sezione. Se si desidera che altri campi vengano resi disponibili per la ricerca, contattare l'amministratore di sistema.

Utilizzo della ricerca avanzata

È possibile utilizzare le potenzialità della ricerca avanzata per individuare record e impegni specifici in Microsoft Dynamics CRM. La ricerca avanzata consente di specificare una o più condizioni o criteri di ricerca. È possibile, ad esempio, cercare elementi in base al nome dell'account, alla città, al paese o al nome del venditore responsabile dell'account. Oppure è possibile cercare un impegno in base alla data dell'ultima modifica o cercare una lettera contenente un determinato testo.

È possibile utilizzare la ricerca avanzata per potenziare le funzionalità di ricerca nei modi seguenti:

- Eseguire una ricerca in base a un campo o una combinazione di campi qualsiasi.
- Utilizzare caratteri jolly, stringhe esatte e operatori (ad esempio, AND, OR e NOT).
- Ridefinire la query tramite l'utilizzo di più righe di criteri.
- Eseguire una ricerca tra entità correlate e visualizzare in colonne personalizzate i risultati della ricerca in entrambe le entità.
- Salvare le query di ricerca avanzata per utilizzo futuro.

Procedura: Creare una nuova query di ricerca avanzata

1. Sulla barra degli strumenti **Standard** della finestra di Microsoft Dynamics CRM fare clic su **Ricerca avanzata**.
2. Sulla barra degli strumenti **Trova** fare clic su **Nuovo**.
3. In **Cerca** selezionare l'entità in cui si desidera eseguire la ricerca, ad esempio Account, Lead o Utenti.
4. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Modifica colonne** per selezionare le colonne che verranno visualizzate per ogni record restituito dalla ricerca.
5. In **Attività comuni** fare clic su **Aggiungi colonne**.

6. La finestra di dialogo **Aggiungi colonne** consente di aggiungere campi da visualizzare sotto forma di colonne nei risultati della ricerca. È possibile aggiungere qualsiasi campo dell'entità primaria selezionata al passaggio 3. È inoltre possibile aggiungere campi di entità correlate.
 - Per aggiungere un campo di un'entità primaria, selezionare nell'elenco i campi da aggiungere.
 - Per aggiungere campi da un'entità correlata, in **Tipo di record** selezionare un'entità correlata. L'elenco sottostante viene modificato in modo da visualizzare i campi disponibili per tale entità. Per aggiungere un campo, selezionarlo nell'elenco.

Al termine della selezione dei campi, fare clic su **OK**.

7. I campi vengono visualizzati nella casella. Se lo si desidera, selezionare una colonna, fare clic su **Cambia proprietà** e quindi utilizzare la finestra di dialogo per modificare la larghezza della colonna.
8. Fare clic su **OK** per chiudere la finestra di dialogo **Modifica colonne**.
9. Aggiungere righe nella casella dei criteri per specificare i criteri desiderati. È possibile aggiungere il numero desiderato di righe (criteri).
 - Nell'area **Dettagli** fare clic su **Seleziona** e quindi selezionare il campo in cui verrà eseguita la ricerca (ad esempio: Nome account o Città).
 - Nella colonna successiva fare clic su **Seleziona** e quindi selezionare l'operatore da utilizzare per il confronto tra il campo e il valore.
 - Nella colonna successiva fare clic su **Immettere un valore** e quindi immettere o selezionare il valore con cui confrontare il campo.
10. Per impostazione predefinita, le righe di criteri utilizzano la funzionalità **AND**. Per essere restituiti dalla ricerca, è necessario che i record soddisfino tutti i criteri specificati.

È possibile utilizzare gli operatori logici **AND** e **OR** per definire ulteriormente i criteri di ricerca.

- Per aggiungere criteri con l'operatore **AND**, per ogni riga da aggiungere fare clic sulla freccia accanto alla riga e quindi selezionare **Seleziona riga**. Dopo avere scelto tutte le righe desiderate, sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Raggruppa con AND**.

- Per aggiungere criteri con l'operatore OR, per ogni riga da aggiungere fare clic sulla freccia accanto alla riga e quindi selezionare **Seleziona riga**. Dopo avere scelto tutte le righe desiderate, sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Raggruppa con OR**.

***Nota:** quando si creano raggruppamenti con AND e OR in una query su più entità, è possibile raggruppare solo campi appartenenti alla stessa entità.*

Le righe selezionate vengono riorganizzate automaticamente nell'area Dettagli in modo da rispondere ai criteri specificati e vengono trasformate in gruppi di tipo AND oppure OR. Si noti che è possibile anche utilizzare operatori logici su tali gruppi.

11. Al termine dell'immissione di criteri, sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Salva con nome**.
12. Nella finestra di dialogo **Proprietà query** immettere un nome per la ricerca in **Nomeh**. Se lo si desidera, immettere una breve descrizione in **Descrizione**. Quindi fare clic su **OK**.

La ricerca verrà salvata come visualizzazione e inclusa nella scheda **Visualizzazioni salvate**.

13. Fare clic su **Trova**. Verranno visualizzati i record selezionati.
14. Fare clic su **Torna alla query** per tornare alla scheda **Trova**.

Utilizzare il rilevamento dei duplicati

Il rilevamento dei duplicati è uno strumento che consente di assicurare l'integrità dei dati segnalando agli utenti eventuali record duplicati. Tale strumento viene configurato dall'amministratore di sistema e quindi risulta disponibile agli utenti attraverso il sistema.

L'amministratore di sistema o l'addetto alla personalizzazione del sistema decide a quali entità applicare il rilevamento dei duplicati e può aggiungere ulteriori regole appropriate per l'organizzazione.

Il rilevamento dei duplicati è disponibile:

- Quando viene creato, aggiornato o registrato un record. Il rilevamento dei duplicati informa automaticamente gli utenti prima del salvataggio o dell'importazione di potenziali record duplicati.
- Quando si passa dalla modalità fuori rete alla modalità in rete in Microsoft Dynamics CRM per Outlook con accesso fuori rete. Gli utenti devono impostare la modalità di applicazione delle regole di rilevamento duplicati durante la sincronizzazione dei dati. Per impostazione predefinita, i duplicati non vengono rilevati durante la sincronizzazione.

- Durante l'importazione di dati. Ogni volta che gli utenti definiscono un'importazione, possono scegliere se verificare il controllo dei duplicati.

Poiché gli utenti possono creare record duplicati, gli amministratori di sistema possono pianificare l'esecuzione in background dei processi di rilevamento duplicati. È ad esempio possibile che l'amministratore desideri pianificare l'esecuzione di un processo di rilevamento duplicati ogni giorno a mezzanotte.

Quando un processo di rilevamento duplicati viene completato, è possibile ricevere una notifica tramite posta elettronica per controllare i risultati.

Esercitazione pratica: Utilizzare il rilevamento dei duplicati durante la creazione di un contatto

In questa esercitazione pratica viene illustrato come utilizzare le funzionalità di rilevamento di duplicati in tempo reale disponibili in Microsoft Dynamics CRM.

Scenario

Un rappresentante di vendita ha recentemente preso in gestione un account da un altro rappresentante di vendita. Dopo un incontro con un contatto dell'account, il rappresentante di vendita desidera aggiungere il contatto in Microsoft Dynamics CRM. Tale contatto è già stato aggiunto all'insaputa del rappresentante di vendita. In questo esempio il rappresentante di vendita tenta di creare il contatto, viene informato dell'esistenza di un duplicato e decide invece di aggiornare il contatto con nuove informazioni.

Descrizione degli obiettivi

Capire come utilizzare il rilevamento dei duplicati in tempo reale e come comportarsi di conseguenza.

Procedura

Per rilevare un record duplicato durante la creazione di un contatto, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Contatti**.
2. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Nuovo** per creare un nuovo contatto.
3. Immettere [Nome] nel campo **Nome** e [Cognome] nel campo **Cognome**. Immettere [Posta elettronica] nel campo **Posta elettronica**.
4. Scegliere **Salva e chiudi**.
5. Verrà aperta la finestra Rilevamento duplicati.
6. Supponendo che le nuove informazioni immesse siano le più recenti, rimuovere il vecchio contatto. In **Record potenzialmente duplicato** selezionare il vecchio contatto.

7. Se si desidera eliminare in modo definitivo il vecchio record, fare clic sull'icona di eliminazione e quindi su **Elimina**. Verrà visualizzata la finestra di dialogo Selezionare Elimina o Disattiva. È possibile disattivare il record. Tale opzione consente di visualizzare il record in un secondo momento, mentre l'eliminazione del record comporta la rimozione di tutti i riferimenti al record.
8. Fare clic su **OK** per chiudere la finestra di dialogo di conferma.
9. Fare clic su **Salva record**. Il vecchio record è stato rimosso e il nuovo record è stato salvato.

Informazioni sull'albero degli argomenti

L'albero degli argomenti di Microsoft Dynamics CRM è una gerarchia che offre un approccio strutturato per il raggruppamento e la gestione dei record in Microsoft Dynamics CRM. Viene utilizzato in diverse aree del sistema, ad esempio documentazione di vendita, casi, prodotti e Knowledge Base. La gerarchia dell'albero degli argomenti viene creata in base alle esigenze aziendali specifiche dell'organizzazione. L'albero degli argomenti definisce il modo in cui gli utenti possono esplorare i record e filtrarli per i report. È consentito un solo albero degli argomenti per l'organizzazione e tale albero viene condiviso in tutte le Business Unit.

Un albero degli argomenti efficace consente agli utenti di trovare rapidamente molti dati diversi correlati allo stesso argomento. Ad esempio, se un'organizzazione vende biciclette e monocicli, inizialmente la gerarchia degli argomenti viene impostata specificando tali due categorie principali. All'interno dei due argomenti è quindi possibile aggiungere altre categorie di argomenti (mountain bike, biciclette da corsa e così via) e procedere quindi fino a specificare i prodotti effettivi. Al termine dell'operazione, ogni volta che un utente crea un caso, aggiunge un articolo della Knowledge Base o inoltra documentazione di vendita, sarà possibile selezionare uno di tali argomenti per categorizzare le informazioni.

Riepilogo

In questa lezione è stata illustrata la visione focalizzata sui clienti offerta da Microsoft Dynamics CRM all'organizzazione. Sono stati descritti i processi chiave da applicare per supportare una distribuzione corretta e sono stati spiegati i concetti fondamentali di Microsoft Dynamics CRM, inclusi i record del cliente, le relazioni e gli impegni. Sono stati infine illustrati gli strumenti che consentono di automatizzare le attività e i processi e di archiviare e utilizzare i dati in modo efficiente.

Verifica

Account e contatti

1. Qual è la differenza tra un account e un contatto?
 - a. Gli account sono relazioni con i contatti.
 - b. Gli account rappresentano organizzazioni e i contatti rappresentano individui.
 - c. A differenza dei contatti, gli account devono disporre di account secondari.
 - d. Gli account sono record dei clienti e i contatti sono record dell'organizzazione.

Relazione tra account e contatto

2. Quali tra le descrizioni seguenti illustrano gli aspetti della relazione tra account e contatto? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - a. Un contatto può essere associato a un account, ma non è necessario che lo sia.
 - b. Un contatto può essere associato a più account mediante le relazioni e può disporre di più account principali.
 - c. Un contatto non è definito come entità subordinata di un account.
 - d. Gli account e i contatti possono esistere come record autonomi e distinti.

Creare un record

3. Quale tra gli elementi seguenti deve essere utilizzato per creare un record per una filiale di un account esistente, con potere decisionale distinto in merito agli acquisti?
 - a. Account
 - b. Contatto
 - c. Account secondario
 - d. Indirizzo

Informazioni sul record

4. Quale tra gli elementi seguenti consente di archiviare ulteriori informazioni informali su un record?
 - a. Impegno
 - b. Attività
 - c. Contatto
 - d. Nota

Impegno corrispondente

5. Attività: 5. Associare il tipo di record corretto a ogni scenario. Ogni risposta viene utilizzata una sola volta.

<p>_____ 1. Un utente di Microsoft Dynamics CRM lavorerà insieme al consulente legale in merito ad alcune transazioni future e desidera inserire nel sistema CRM le informazioni per il legale aziendale.</p> <p>_____ 2. Un utente di Microsoft Dynamics CRM ha stabilito una relazione con una nuova azienda, con cui non si sono ancora intrattenuti rapporti commerciali.</p> <p>_____ 3. Un utente di Microsoft Dynamics CRM ha ricevuto corrispondenza da un nuovo dipendente presso un cliente esistente.</p> <p>_____ 4. Un cliente esistente dispone di un nuovo magazzino e desidera che gli ordini vengano spediti a tale magazzino. Per la fatturazione viene ancora utilizzato l'indirizzo principale.</p>	<p>a. Contatto</p> <p>b. Contatto per un account esistente</p> <p>c. Indirizzo</p> <p>d. Account</p>
---	--

Ruolo relazione

6. In quale situazione si utilizza il ruolo relazione?
- a. Correlare un contatto primario per un account.
 - b. Indicare un indirizzo aggiuntivo per un account.
 - c. Correlare un contatto a più account.
 - d. Correlare un utente a un account.

Ruolo relazione

7. Con quali dei tipi di record seguenti si utilizzano i ruoli relazione? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- a. Account
 - b. Contatto
 - c. Impegno
 - d. Opportunità

Flusso di lavoro

8. Quali tra i seguenti sono esempi di attività tipiche del flusso di lavoro? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- a. Automatizzare la riassegnazione di impegni scaduti
 - b. Fornire informazioni telefoniche sui contatti chiave
 - c. Segnalare problemi di gestione della pipeline ai venditori
 - d. Segnalare eventi chiave ai venditori

Prova pratica 4.1: Creare record di account e contatti

In questa prova pratica vengono creati nuovi account, nuovi contatti e contatti associati ad account esistenti.

Man mano che si eseguono le istruzioni, utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Vedere la lezione di introduzione all'esercitazione per informazioni sui due livelli di istruzioni delle prove pratiche e la soluzione della prova pratica nell'Appendice A.

Scenario

Un utente di Microsoft Dynamics CRM ha stabilito una relazione con un nuovo account, [società], e con due dipendenti di tale società. [nome1] è il responsabile acquisti e il contatto primario presso [società], mentre [nome2] è il direttore del servizio clienti. Il numero telefonico per [società] è [telefono] e la società si trova a [città], [stato]. [nome2] è inoltre un appassionato golfista e l'utente di Microsoft Dynamics CRM desidera annotare anche questo elemento.

Descrizione degli obiettivi

Utilizzare Microsoft Dynamics CRM per:

- Creare un account.
- Creare record del contatto associati al record dell'account.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Suggerimenti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Procedura dettagliata

Per creare il record dell'account per [società], eseguire la procedura seguente:

1. Accedere a Microsoft Dynamics CRM. Ai fini di questo corso di formazione, utilizzare le credenziali di accesso specificate dall'insegnante:
2. Nel riquadro di spostamento selezionare **Account**.
3. Fare clic su **Nuovo**.
4. Immettere il nome della società e i dettagli relativi all'account.
5. Fare clic su **Salva**.

Per creare i nuovi record del contatto per l'account, eseguire la procedura seguente:

1. Fare clic sull'icona del pulsante di ricerca nel campo **Contatto primario** per aprire la finestra di dialogo relativa alla ricerca del contatto.
2. Fare clic su **Nuovo** per aprire un nuovo modulo contatti.
3. Immettere le informazioni relative a [nome1] nel modulo contatti.
4. Fare clic su **Salva e chiudi** per tornare alla finestra di dialogo di ricerca. Verificare che il contatto appena creato sia selezionato e quindi fare clic su **OK**.
5. Nel **riquadro di spostamento** selezionare **Contatti**.
6. Selezionare **Nuovo contatto**.
7. Immettere le informazioni relative a [nome2], inclusa la nota, nel modulo visualizzato.
8. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il record del contatto.

Prova pratica 4.2: Account e contatti

In questa prova pratica viene illustrato come configurare un modello complesso di un'organizzazione con più uffici in più ubicazioni. Ciò consente di esaminare il modo in cui Microsoft Dynamics CRM gestisce diverse relazioni e gerarchie.

Scenario

Un rappresentante di vendita deve inserire un complesso modello aziendale di un account in Microsoft Dynamics CRM. Tale modello risulta complesso a causa della presenza di numerosi uffici in diverse ubicazioni.

La sede centrale della società si trova a [Città A] e la società dispone di cinque uffici nel resto del paese. Gli uffici di [Città B] e [Città C] sono uffici regionali che si occuperanno degli acquisti. Gli uffici di [Città D] e [Città E] sono anche magazzini regionali e gli acquisti vengono effettuati tramite la sede aziendale. Il rappresentante di vendita deve verificare che tutte le ubicazioni siano definite in Microsoft Dynamics CRM e che il sistema ne rifletta le capacità di acquisto.

Descrizione degli obiettivi

- Creare un modello dell'organizzazione aziendale descritta in precedenza in Microsoft Dynamics CRM
- Creare un account
- Creare account secondari sotto l'account principale
- Aggiungere ulteriori indirizzi all'account

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Suggerimenti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Procedura dettagliata

Per creare un record dell'account per la sede centrale, eseguire la procedura seguente:

1. Accedere a Microsoft Dynamics CRM. Ai fini di questo corso di formazione, utilizzare le credenziali di accesso seguenti:

ID utente: [Nome utente]

Password: [Password]

2. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Account**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Immettere [Nome società] in **Nome account**.
5. Immettere [Città A] (Sede centrale) nel campo **Nome indirizzo**. Aggiungere tutte le informazioni relative all'indirizzo per l'ufficio di [Città A].
6. Fare clic su **Salva**.

Dopo avere creato il record per la sede centrale, è possibile creare record relativi agli uffici regionali. Poiché gli uffici regionali di [Città B] e [Città C] si occuperanno dei propri acquisti, sarà necessario creare i record corrispondenti come account secondari dell'account principale.

Per creare gli account secondari, eseguire la procedura seguente:

1. Se l'account creato in precedenza non è aperto, aprirlo.
2. Fare clic su **Account secondari** in **Dettagli**.
3. Fare clic sul pulsante **Nuovo account**.
4. In **Nome account** immettere [Nome società] - Ufficio di [Città B].
5. In **Nome indirizzo** immettere [Nome società] - Ufficio di [Città B]. Aggiungere tutte le informazioni relative all'indirizzo per l'ufficio di [Città B].
6. Scegliere **Salva e chiudi**.
7. Ripetere il processo illustrato per l'ufficio di [Città C]. Sarà tuttavia necessario immettere [Nome società] - Ufficio di [Città C] in **Nome account** e **Nome indirizzo**.

Dopo avere creato i record per gli uffici di [Città B] e [Città C], sarà necessario creare i record per i magazzini non interessati dagli acquisti, [Città D] e [Città E]. Poiché tali uffici non effettuano acquisti, è possibile aggiungerli all'account principale come ulteriori indirizzi.

Per creare gli indirizzi aggiuntivi, eseguire la procedura seguente:

1. Se l'account originale non è aperto, aprirlo facendo clic sulle informazioni visualizzate in **Dettagli** nel riquadro di spostamento.
2. Fare clic su **Altri indirizzi** in **Dettagli**.
3. Fare clic su **Nuovo indirizzo** sulla barra delle azioni.
4. Nel campo **Nome indirizzo** immettere [Nome società] - [Città D]. Aggiungere tutte le informazioni relative all'indirizzo per l'ufficio di [Città D].
5. Scegliere **Salva e chiudi**.
6. Ripetere il processo illustrato per l'ufficio di [Città E]. Sarà tuttavia necessario immettere [Nome società] - Ufficio di [Città E] in **Nome indirizzo**.

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Account e contatti

1. Qual è la differenza tra un account e un contatto?
 - Gli account sono relazioni con i contatti.
 - Gli account rappresentano organizzazioni e i contatti rappresentano individui.
 - A differenza dei contatti, gli account devono disporre di account secondari.
 - Gli account sono record dei clienti e i contatti sono record dell'organizzazione.

Relazione tra account e contatto

2. Quali tra le descrizioni seguenti illustrano gli aspetti della relazione tra account e contatto? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Un contatto può essere associato a un account, ma non è necessario che lo sia.
 - Un contatto può essere associato a più account mediante le relazioni e può disporre di più account principali.
 - Un contatto non è definito come entità subordinata di un account.
 - Gli account e i contatti possono esistere come record autonomi e distinti.

Creare un record

3. Quale tra gli elementi seguenti deve essere utilizzato per creare un record per una filiale di un account esistente, con potere decisionale distinto in merito agli acquisti?
 - Account
 - Contatto
 - Account secondario
 - Indirizzo

Informazioni sul record

4. Quale tra gli elementi seguenti consente di archiviare ulteriori informazioni informali su un record?
- Impegno
 - Attività
 - Contatto
 - Nota

Impegno corrispondente

5. Attività: 5. Associare il tipo di record corretto a ogni scenario. Ogni risposta viene utilizzata una sola volta.

<p><u>a</u> 1: Un utente di Microsoft Dynamics CRM lavorerà insieme al consulente legale in merito ad alcune transazioni future e desidera inserire nel sistema CRM le informazioni per il legale aziendale.</p> <p><u>d</u> 2: Un utente di Microsoft Dynamics CRM ha stabilito una relazione con una nuova azienda, con cui non si sono ancora intrattenuti rapporti commerciali.</p> <p><u>b</u> 3: Un utente di Microsoft Dynamics CRM ha ricevuto corrispondenza da un nuovo dipendente presso un cliente esistente.</p> <p><u>c</u> 4: Un cliente esistente dispone di un nuovo magazzino e desidera che gli ordini vengano spediti a tale magazzino. Per la fatturazione viene ancora utilizzato l'indirizzo principale.</p>	<p>a. Contatto</p> <p>b. Contatto per un account esistente</p> <p>c. Indirizzo</p> <p>d. Account</p>
---	--

Ruolo relazione

6. In quale situazione si utilizza il ruolo relazione?
- Correlare un contatto primario per un account.
 - Indicare un indirizzo aggiuntivo per un account.
 - Correlare un contatto a più account.
 - Correlare un utente a un account.

Ruolo relazione

7. Con quali dei tipi di record seguenti si utilizzano i ruoli relazione?
Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Account
 - Contatto
 - Impegno
 - Opportunità

Flusso di lavoro

8. Quali tra i seguenti sono esempi di attività tipiche del flusso di lavoro?
Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Automatizzare la riassegnazione di impegni scaduti
 - Fornire informazioni telefoniche sui contatti chiave
 - Segnalare problemi di gestione della pipeline ai venditori
 - Segnalare eventi chiave ai venditori

CAPITOLO 5: UTILIZZARE IL CLIENT MICROSOFT DYNAMICS CRM PER OUTLOOK

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Comprendere i vantaggi di Microsoft Dynamics CRM per Microsoft Office Outlook.
- Capire in che modo vengono gestiti i record tra Microsoft Dynamics CRM per Outlook e Microsoft Dynamics CRM.
- Capire in che modo vengono gestiti i record tra Microsoft Dynamics CRM per Outlook e Microsoft Dynamics CRM.
- Creare e gestire record e attività di Microsoft Dynamics CRM in Outlook.
- Capire in che modo utilizzare la stampa unione per creare documenti personalizzati.
- Capire quali funzionalità sono disponibili nelle modalità in rete e fuori rete.
- Capire in che modo vengono sincronizzati i contatti, i messaggi di posta elettronica e le attività tra Outlook e Microsoft Dynamics CRM.

Introduzione

In questa lezione vengono spiegati i vantaggi unici di Microsoft Dynamics CRM per Outlook e viene spiegato come utilizzare Microsoft Dynamics CRM per Outlook per gestire posta elettronica, contatti, appuntamenti e attività. Viene quindi illustrato come creare comunicazioni personalizzate grazie alla stampa unione. Nella lezione, infine, vengono spiegate le differenze tra la modalità fuori rete e la modalità in rete di Microsoft Dynamics CRM per Outlook, nonché la sincronizzazione dei record tra Outlook e Microsoft Dynamics CRM.

Informazioni su Microsoft Dynamics CRM per Outlook

Come illustrato nel Capitolo 4, è necessario che un sistema CRM risulti utile sia per i responsabili che per i dipendenti. Nel caso dei responsabili, un sistema CRM efficace offre informazioni chiare e facilmente utilizzabili su marketing, vendite e prestazioni dei servizi e consente inoltre di visualizzare informazioni dettagliate su interazioni specifiche con i clienti. Il valore dei dati disponibili per i responsabili dipende da quanto viene immesso dai dipendenti che utilizzano giornalmente il sistema.

Microsoft Dynamics offre strumenti di produttività per i gli utenti, ad esempio flussi di lavoro personali, e rende disponibile un utile database per la registrazione di dettagli sul lavoro personale. Gli utenti possono registrare attività individuali e attività di CRM nello stesso ambiente familiare di Outlook, senza dovere passare a un'applicazione diversa.

I dati sui contatti disponibili in CRM consentono agli utenti di cercare con maggiore facilità numeri di telefono e indirizzi di posta elettronica di contatti aziendali, senza sovraccaricare le cartelle di contatti personali. Microsoft Dynamics CRM consente inoltre di registrare in modo semplice impegni quali attività, messaggi di posta elettronica e appuntamenti. Le cronologie dei contatti vengono archiviate nel database aziendale (Microsoft Dynamics CRM) e non è necessario che gli utenti mantengano sistemi di registrazione personali per tenere traccia dei propri dati. È inoltre possibile creare e gestire con semplicità record aggiuntivi, ad esempio opportunità e casi generati da interazioni con i clienti.

Gli utenti possono avere sempre a disposizione i dati di Microsoft Dynamics CRM grazie a Microsoft Dynamics CRM per Microsoft Office Outlook con accesso fuori rete, che consente di utilizzare i dati di Microsoft Dynamics CRM durante le trasferte, presso la sede del cliente o in caso di disconnessione dalla rete.

Microsoft Dynamics CRM per Outlook offre numerosi vantaggi:

- Gli utenti possono interagire con Microsoft Dynamics CRM utilizzando l'interfaccia familiare di Outlook.
- I messaggi di posta elettronica, le attività e gli appuntamenti registrati in CRM possono essere generati, modificati e utilizzati come riferimento in Outlook.
- Le attività, le lettere, i fax, le telefonate e gli appuntamenti generati in Microsoft Dynamics CRM vengono visualizzati rispettivamente nell'elenco attività e nel calendario dell'utente.
- L'utente può gestire sia i record personali che i record aziendali in un'unica applicazione.
- Microsoft Dynamics CRM è integrato con la Rubrica di Outlook e può essere utilizzato per inviare messaggi di posta elettronica a qualsiasi utente incluso nel database di contatti aziendale, senza che sia necessario copiare le informazioni sul contatto nel proprio sistema di Outlook.

Informazioni sull'integrazione tra Microsoft Dynamics CRM e Outlook

Quando si utilizza Microsoft Dynamics CRM per Outlook, l'aspetto dell'applicazione Outlook rimane invariato, ma nelle cartelle di posta di Outlook sono disponibili cartelle aggiuntive relative alle aree principali di Microsoft Dynamics CRM. Una barra degli strumenti e un menu aggiuntivi consentono di accedere alle informazioni di Microsoft Dynamics CRM e di associare i record disponibili nelle due applicazioni.

Barra degli strumenti di Microsoft Dynamics CRM

La barra degli strumenti di Microsoft Dynamics CRM consente di creare nuovi impegni e record e di definire query complesse, utilizzando la Ricerca avanzata in tutti i record di Microsoft Dynamics CRM. La barra degli strumenti consente inoltre di collegare messaggi di posta elettronica, attività, appuntamenti e contatti di Outlook a Microsoft Dynamics CRM mediante il pulsante **Imposta tema**. Quando si utilizza Microsoft Dynamics CRM per Outlook con accesso fuori rete, è inoltre possibile fare clic sul pulsante **Fuori rete** per utilizzare i dati fuori rete applicando i filtri dati locali. Ulteriori dettagli relativi a questa funzionalità sono disponibili in una sezione successiva di questa lezione. Tramite questa barra degli strumenti è inoltre possibile accedere alla Guida in linea di Microsoft Dynamics CRM.

***Procedura consigliata:** utilizzare le icone di CRM per creare contatti e attività registrati nel database di CRM. Utilizzare le icone predefinite di Outlook per creare record appartenenti solo a Outlook. Tale soluzione può risultare utile per registrare contatti, appuntamenti e attività personali in modo distinto rispetto al database di CRM.*

Menu di CRM

Nel menu CRM sono disponibili gli stessi comandi presenti sulla barra degli strumenti CRM per la creazione di nuovi impegni e record, la ricerca di record tramite le opzioni avanzate, l'associazione di record tra Outlook e Microsoft Dynamics CRM e l'utilizzo dei dati fuori rete. È inoltre possibile utilizzare il menu CRM per l'importazione di record, l'esecuzione del controllo di duplicati e l'impostazione di opzioni personali. Questo menu consente anche di disattivare la barra degli strumenti CRM e di accedere alla Guida in linea.

Informazioni sui record in Microsoft Dynamics CRM per Outlook

Poiché i record di Microsoft Dynamics CRM per Outlook possono coesistere tra le due applicazioni, è necessario essere in grado di trovare i record appropriati in entrambe le applicazioni e comprendere l'effetto dell'archiviazione di un record appena creato in una determinata posizione.

In Microsoft Dynamics CRM per Outlook sono disponibili due tipi principali di record. Il primo tipo di record è caratterizzato dal mapping a un record corrispondente di Outlook. Tali record includono le attività di Microsoft Dynamics CRM (telefonate, lettere, fax), i messaggi di posta elettronica di Microsoft Dynamics CRM, gli appuntamenti di CRM e i contatti di Microsoft Dynamics CRM, che corrispondono rispettivamente alle attività, ai messaggi di posta elettronica, agli appuntamenti e ai contatti di Outlook. Una versione di questo tipo di record viene archiviata sia in Microsoft Dynamics CRM che in Outlook e i record vengono sincronizzati tra i due sistemi.

Il secondo tipo di record di Microsoft Dynamics CRM non prevede alcun record corrispondente in Outlook. Un esempio di questo tipo di record è costituito da un account o un'opportunità. In Outlook è possibile visualizzare il database di Microsoft Dynamics CRM, ma non viene archiviata una versione specifica di tali dati in Outlook.

Nella tabella seguente viene illustrato il mapping tra messaggi di posta elettronica, attività, appuntamenti e contatti di Microsoft Dynamics CRM e i tipi di record corrispondenti in Microsoft Dynamics CRM per Outlook.

Microsoft Dynamics CRM	Outlook
Impegno di posta elettronica di CRM	Posta elettronica di Outlook
Impegno di tipo attività di CRM	Attività di Outlook
Impegno di tipo appuntamento di CRM	Appuntamento/riunione di Outlook
Contatto di CRM	Contatto di Outlook
Impegno di tipo telefonata di CRM Lettera di CRM Impegno di tipo fax di CRM	Attività di Outlook
Tutti gli altri record di CRM	Nessun mapping a record di Outlook

I record di Outlook con mapping a record di Microsoft Dynamics CRM sono caratterizzati dalle proprietà speciali seguenti:

- Possono essere modificati utilizzando l'interfaccia utente standard di Outlook. Ad esempio, sia i contatti di Outlook che i contatti di Microsoft Dynamics CRM sincronizzati con Outlook vengono visualizzati nella cartella "Contatti" di Outlook degli utenti e possono essere modificati nella finestra Contatti di Outlook.
- I record di Outlook, ad esempio messaggi di posta elettronica o appuntamenti, possono essere convertiti in Microsoft Dynamics CRM tramite il pulsante **Registra in CRM**. Tali record vengono archiviati nel sistema di Microsoft Dynamics CRM mantenuti in Outlook come copia locale.
- I record di Outlook di tipo **Impegni**, ad esempio gli appuntamenti, possono essere convertiti in Microsoft Dynamics CRM e associati a un'altra entità mediante il pulsante **Imposta tema**.

Per accedere ai record di Microsoft Dynamics CRM senza mapping a record di Outlook, utilizzare le cartelle di posta di Microsoft Dynamics CRM. I record sono disponibili tramite moduli Web e sono disponibili fuori rete, se l'utente dispone di Microsoft Dynamics CRM per Outlook con accesso fuori rete e ha scelto di utilizzare i record fuori rete tramite i filtri.

Utilizzare Microsoft Dynamics CRM per Outlook per gestire gli impegni di CRM

È possibile utilizzare i pulsanti e i menu familiari di Microsoft Dynamics CRM per Outlook per creare nuovi contatti, attività, appuntamenti e messaggi di posta elettronica basati sui moduli di Outlook. È possibile collegare tali record per visualizzare impegni di Microsoft Dynamics CRM o per associare i record a un'opportunità, un account o un contatto.

Dopo avere aperto un messaggio di posta elettronica, un contatto, un'attività o un appuntamento, utilizzare **Registra in CRM** per creare un record o un impegno in Microsoft Dynamics CRM. I record registrati vengono collegati, in modo che le modifiche apportate al record di Outlook vengano aggiornate in Microsoft Dynamics CRM e viceversa.

Dopo avere aperto un messaggio di posta elettronica, un contatto, un'attività o un appuntamento registrato in CRM, utilizzare **Visualizza in CRM** per aprire il record corrispondente di Microsoft Dynamics CRM in una nuova finestra. Dopo il salvataggio come impegni di posta elettronica di Microsoft Dynamics CRM, i messaggi potranno essere visualizzati da chiunque abbia accesso agli impegni dell'utente in Microsoft Dynamics CRM.

È possibile fare clic sul pulsante **Imposta tema** per associare un messaggio di posta elettronica, un'attività o un appuntamento aperto a un'entità esistente di Microsoft Dynamics CRM. Ad esempio, se l'appuntamento aperto è relativo a un'opportunità specifica, questa funzionalità consente di associare l'appuntamento all'elenco di impegni dell'opportunità.

È possibile fare clic sul pulsante **Visualizza tema** per aprire il record di CRM a cui l'impegno è già associato.

Esercitazione pratica: Utilizzare Imposta tema per creare un'opportunità

In questa esercitazione pratica verranno utilizzate le informazioni contenute in un messaggio di posta elettronica in arrivo e la funzionalità Imposta tema per creare un'opportunità e quindi creare un appuntamento con tale opportunità.

Scenario

Un addetto ai clienti di un'agenzia pubblicitaria ha ricevuto un messaggio di posta elettronica da un cliente in merito a una potenziale opportunità. Nel messaggio di posta elettronica viene spiegato che il cliente desidera pianificare un appuntamento per incontrare rappresentante di vendita e il direttore creativo dell'agenzia. Lo scopo della riunione consiste nel definire slogan per il lancio di un nuovo prodotto e il cliente desidera pianificare la riunione quanto prima.

Il direttore creativo può utilizzare la riunione nel calendario per aprire l'opportunità e visualizzarne i dettagli.

Descrizione degli obiettivi

Utilizzare le informazioni disponibili in un messaggio di posta elettronica in arrivo per creare un'opportunità e creare un appuntamento con il cliente e il direttore creativo utilizzando Outlook.

Procedura

Per creare un'opportunità utilizzando un messaggio di posta elettronica in arrivo di Microsoft Dynamics CRM per Outlook con accesso fuori rete, eseguire la procedura seguente:

1. Aprire il messaggio di posta elettronica in arrivo con l'oggetto [titolo oggetto]
2. Fare clic su **Imposta tema** sulla barra degli strumenti CRM e quindi selezionare **Opportunità**.
3. Fare clic su **Nuovo**.
4. In **Argomento** digitare [titolo di primo livello]. Questo campo è obbligatorio.
5. In **Potenziale cliente** digitare [nome cliente].
6. Nell'elenco dei potenziali clienti individuare e selezionare il potenziale cliente e fare clic su **OK**.
7. Scegliere **Salva e chiudi**. Selezionare la nuova opportunità creata e fare su **OK**.
8. Aprire il Calendario di Outlook.
9. Selezionare una data e un orario in cui pianificare la riunione e quindi fare clic con il pulsante destro del mouse. Nell'elenco selezionare **Nuovo appuntamento**.

10. Nel modulo di posta elettronica **Appuntamento** immettere l'oggetto e l'ubicazione. Fare clic su **Imposta tema**, selezionare l'[argomento] dell'opportunità creata e quindi fare clic su **OK**.
11. Fare clic su **Invita partecipanti** e invitare [direttore creativo] e [cliente].
12. Fare clic su **Invia**.
13. Aprire l'appuntamento nel proprio calendario.
14. Fare clic su **Visualizza tema** per visualizzare i dettagli dell'opportunità.
15. Fare clic su [nome account] per visualizzare i dettagli dell'account.

Gestione della posta elettronica in Microsoft Dynamics CRM per Outlook

Gli utenti possono utilizzare normalmente Outlook per inviare e ricevere messaggi di posta elettronica. Si tratta di messaggi di posta elettronica non appartenenti a CRM, archiviati in Outlook in base al comportamento predefinito di Outlook. I messaggi di posta elettronica di Microsoft Dynamics CRM per Outlook creati come impegno di posta elettronica di Microsoft Dynamics CRM oppure contrassegnati come registrati in Microsoft Dynamics CRM verranno inoltre archiviati come impegno CRM.

Gli impegni di tipo posta CRM vengono archiviati come segue:

- Insieme a eventuali contatti, lead o account destinatari del messaggio di posta elettronica.
- Insieme a eventuali account che includono contatti che hanno ricevuto il messaggio di posta elettronica. Si noti che ciò è diverso da un account che ha ricevuto il messaggio di posta elettronica, poiché gli account possono disporre anche di indirizzi di posta elettronica.
- Insieme a eventuali record associati al messaggio di posta elettronica, tramite la selezione del pulsante **Imposta tema** in Outlook o del lookup **Tema** nel modulo Web.

È quindi possibile fare riferimento al messaggio di posta elettronica da numerosi punti.

Quando si utilizza Microsoft Dynamics CRM per Outlook, tutti i messaggi di posta elettronica ricevuti, inclusi i messaggi di posta elettronica di Microsoft Dynamics CRM, vengono visualizzati nella Posta in arrivo di Outlook. In base alle proprie necessità, è possibile:

- Convertire tutti i messaggi di posta elettronica in arrivo in impegni di posta elettronica di Microsoft Dynamics CRM.
- Convertire solo i messaggi di posta elettronica che hanno origine in Microsoft Dynamics CRM (ovvero i messaggi inviati in risposta a un impegno di posta elettronica di Microsoft Dynamics CRM) in impegni di posta elettronica di Microsoft Dynamics CRM.

È inoltre possibile registrare manualmente singoli messaggi di posta elettronica in Outlook come impegno di posta elettronica in Microsoft Dynamics CRM facendo clic sul pulsante **Registra in CRM**, come illustrato in precedenza. Si noti che eventuali allegati vengono inclusi nella conversione. Se non si desidera che tali allegati siano disponibili per altri utenti, è necessario eliminarli dall'impegno di tipo messaggio.

***Procedura consigliata:** se si convertono i messaggi di posta elettronica in impegni di posta elettronica di Microsoft Dynamics CRM, questi saranno accessibili a tutti gli utenti che hanno accesso agli impegni. Questa impostazione viene utilizzata dai rappresentanti del servizio clienti e da altri professionisti la cui posta elettronica "aziendale" non include informazioni personali.*

Procedura: Convertire un singolo messaggio di posta elettronica da Outlook a Microsoft Dynamics CRM

1. Nella Posta in arrivo di Outlook (incluse le sottocartelle) o nella cartella Posta inviata selezionare il messaggio da aggiungere a Microsoft Dynamics CRM.
2. Sulla barra degli strumenti Standard fare clic su **Imposta tema** per associare il messaggio di posta elettronica a un'entità. Questo passaggio consente di impostare automaticamente il messaggio di posta elettronica per la registrazione in Microsoft Dynamics CRM.
3. Nella finestra di dialogo di ricerca in **Cerca** selezionare l'entità a cui verrà collegato il messaggio di posta elettronica, selezionare il record nell'elenco e quindi fare clic su **OK**.

***Nota:** viene visualizzato un messaggio relativo all'avanzamento della sincronizzazione. Se non si verifica alcun errore, il messaggio verrà chiuso automaticamente. Un messaggio convertito viene visualizzato nella pagina Cronologia dell'entità in Microsoft Dynamics CRM.*

Microsoft Dynamics CRM associa automaticamente tutti i messaggi di posta elettronica ai destinatari del messaggio. Tale operazione viene eseguita tramite la ricerca dei contatti nel sistema in base ai rispettivi indirizzi di posta elettronica. Se l'utente crea un nuovo messaggio di posta elettronica e inserisce manualmente un indirizzo di posta elettronica, invece di selezionare un contatto, e infine fa clic su **Registra in CRM**, il sistema cercherà l'indirizzo di posta elettronica del destinatario e tenterà di associarlo al record corrispondente. Se non viene trovato alcun indirizzo di posta elettronica, il destinatario verrà visualizzato in rosso e l'utente potrà creare un nuovo contatto oppure aggiungere l'indirizzo a un contatto esistente. L'utente fa quindi clic su **Imposta tema** per associare il messaggio di posta elettronica al record appropriato in Microsoft Dynamics CRM.

Procedura: Convertire più record in Microsoft Dynamics CRM

1. Nella Posta in arrivo o nella cartella Posta inviata di Outlook selezionare i messaggi da aggiungere a Microsoft Dynamics CRM. Per selezionare più messaggi, utilizzare il tasto **MAIUSC** o **CTRL**.
2. Sulla barra degli strumenti CRM fare clic su **Imposta tema** per associare i messaggi di posta elettronica a un'entità.
3. Nella finestra di dialogo di ricerca in **Cerca** selezionare l'entità a cui è collegato il messaggio di posta elettronica, selezionare il record nell'elenco e quindi fare clic su **OK**. Il messaggio convertito viene visualizzato nella pagina Cronologia dell'entità in Microsoft Dynamics CRM.

Nota: un messaggio convertito viene visualizzato nella pagina Cronologia dell'entità in Microsoft Dynamics CRM.

Procedura: Convertire tutti i messaggi di posta elettronica in arrivo in impegni di posta elettronica di Microsoft CRM

1. In Microsoft Dynamics CRM per Outlook scegliere **Opzioni** dal menu **CRM**.
2. Nella finestra di dialogo Imposta opzioni personali fare clic sulla scheda Posta elettronica. In Specificare la modalità con cui CRM per Outlook... selezionare Controlla i messaggi di posta elettronica in arrivo in Outlook e, per ogni messaggio di posta elettronica, determina se collegarlo e salvarlo come record di Microsoft Dynamics CRM.
3. Se l'opzione precedente è selezionata, verrà attivato l'elenco a discesa **Registra**. Selezionare **Tutti i messaggi di posta elettronica** in tale elenco.
4. Fare clic su **OK**.

Creare documenti di stampa unione

La funzionalità Stampa unione nel client Microsoft Dynamics CRM per Outlook consente agli utenti di inviare lettere personalizzate a contatti o clienti.

La funzionalità di Stampa unione è integrata con Microsoft Dynamics CRM 4.0 per Outlook, Microsoft Dynamics CRM e Microsoft Word, in modo da consentire di creare documenti, quali lettere, fax, buste ed etichette, che vengono compilati automaticamente con dati di Microsoft Dynamics CRM e inviati tramite posta elettronica.

La funzione Stampa unione consente agli utenti di:

- Creare nuovi modelli o utilizzare un modello esistente per creare lettere tipo
- Inviare lettere tipo ai contatti
- Inviare di nuovo lettere precedenti a nuovi destinatari
- Inviare fax
- Creare etichette indirizzi e buste

Utilizzare i modelli di stampa unione

Le organizzazioni possono archiviare numerosi modelli di stampa unione da utilizzare con Microsoft Dynamics CRM.

È possibile installare nel server i modelli di stampa unione dell'organizzazione. Dopo l'installazione, sarà possibile rendere disponibili i modelli a tutti gli utenti, che potranno inoltre creare modelli di stampa unione personali. Entrambi i tipi di modelli supportano campi per più entità, inclusi gli attributi personalizzati.

Procedura: Creare un singolo modello di stampa unione

1. Nel riquadro di spostamento di Outlook fare clic su **Vendite**.
2. In **Vendite** fare clic su una delle opzioni seguenti:
 - **Account:** distribuzione a più aziende.
 - **Contatti:** distribuzione a contatti specifici.
 - **Lead:** distribuzione a lead specifici nel sistema.
 - **Offerte:** risposta alla richiesta di offerta da parte di clienti in merito a un prodotto o un servizio.
3. Selezionare uno o più record nell'elenco.
4. Fare clic sull'icona **Unione** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
5. In Selezionare il tipo di stampa unione selezionare Lettera, Fax, Busta o Etichetta.
6. In Inizia con selezionare Documento vuoto.
7. In Unione selezionare Record selezionati nella pagina corrente.
8. Fare clic su **OK**.

Microsoft Word viene aperto e viene utilizzato per creare un modello di stampa unione.

9. In Destinatari Stampa unione fare clic su **OK**.
10. Nel documento di Word digitare “**Spettabile** <spazio>,”
11. Posizionare il cursore su <spazio>.
12. Sulla barra degli strumenti Lettere fare clic sul menu a discesa **Inserisci campo unione**.

*Viene visualizzata la finestra di dialogo **Inserisci campo unione**.*

13. Nell'elenco di campi da inserire fare clic su **Account**.
14. Posizionare il cursore sotto l'Account inserito e digitare "Grazie per averci contattato. <spazio> vi contatterà quanto prima."
15. Posizionare il cursore su <spazio>.
16. Fare clic sul menu a discesa **Inserisci campo unione**.
17. Selezionare **Proprietario**.

L'aspetto della lettera creata dovrebbe essere analogo al seguente:

Spettabile «Nome_Account»,

Grazie per averci contattato. «Proprietario» vi contatterà quanto prima.

18. Nella procedura guidata **Stampa unione** disponibile a destra procedere al passaggio 2 facendo clic su **Successivo: composizione lettera**.
19. Procedere al passaggio 3 e quindi al passaggio 4.
20. Nella sezione **Unione** fare clic su **Carica modello in CRM**.
21. Fare clic su **Sì** nella finestra di dialogo di conferma.
22. Il documento allegato viene allegato al modulo del modello.
23. Immettere un nome per il modello nel campo **Nome**. Questo campo è obbligatorio.
24. Fare clic su **Salva e chiudi**.

***Nota:** per creare un modello utilizzando Word, è necessario verificare che le macro siano abilitate.*

Informazioni sulle preferenze di comunicazione

Se una preferenza di comunicazione di uno dei destinatari selezionati è impostata su "Non consentire posta" o "Non consentire posta elettronica", verrà visualizzato il messaggio seguente:

- "Alcuni dei destinatari hanno specificato che non desiderano essere contattati in questo modo. Includerli comunque?"
- Se si fa clic su **SÌ**, il destinatario verrà incluso nell'insieme di destinatari.

Procedura: Utilizzare stampa unione per una mailing list

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su Marketing e quindi su Elenchi di marketing.
2. Selezionare e aprire un account di tipo Elenco marketing nell'elenco.

Nota: è necessario che il tipo Elenco marketing corrisponda all'entità creata per tale tipo dal modello di stampa unione.

3. Fare clic sul pulsante **Stampa unione su membri elenco** sulla barra degli strumenti Standard.
4. Nell'elenco a discesa **Selezionare il tipo di stampa unione** selezionare **Lettera**. In alternativa, è possibile sostituire Lettera con Fax, Busta o Etichetta.
5. In **Inizia con** selezionare **Modello di stampa unione personale**.
6. Immettere il nome del modello creato in precedenza e fare clic sull'**icona del pulsante di ricerca** oppure fare clic sull'**icona del pulsante di ricerca** per eseguire una ricerca in un elenco di modelli.
7. In **Unione** selezionare **Record selezionati nella pagina corrente**.
8. Se è necessario aggiungere o deselezionare campi dati, fare clic sul pulsante **Campi dati**.
 - a. Nella finestra di dialogo Aggiungi colonne selezionare il **Tipo di record** da cui si desidera selezionare campi.
 - b. Selezionare o modificare i campi appropriati e fare clic su **OK**.
 - c. Fare clic su **OK** nella finestra di dialogo Stampa unione.
9. Fare clic su **OK**.

Nota: per la stampa unione è possibile aggiungere al massimo 62 campi.

Verrà visualizzata la finestra di dialogo Destinatarî Stampa unione e verrà aperto Microsoft Word.

10. Dopo avere verificato che tutti i destinatari siano selezionati, fare clic su **OK**.
11. Fare clic su **Successivo: antepima lettere** nella Creazione guidata Stampa unione.
12. Visualizzare la lettera e quindi fare clic su **Successivo: completamento unione**.
13. Nella Creazione guidata Stampa unione fare clic su **Stampa**.
14. Selezionare **Tutto** nella finestra di dialogo Unisci alla stampante.
15. Nella finestra di dialogo **Stampa** fare clic su **OK** per stampare oppure fare clic su **Finalizza e unisci** sulla barra multifunzione di Word per eseguire la stampa unione.

Procedura: Utilizzare Stampa unione su un insieme di contatti

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Contatti**.
2. Selezionare più record di tipo **Contatto** nell'elenco.
3. Fare clic sull'icona **Stampa unione** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Nella finestra di dialogo Stampa unione di Microsoft Dynamics CRM per Microsoft Office Word fare clic su **Selezionare il tipo di stampa unione** e selezionare un tipo nell'elenco.
5. Selezionare Modello di stampa unione personale.
6. Immettere il nome del modello creato in precedenza e fare clic sull'**icona del pulsante di ricerca** oppure fare clic sull'**icona del pulsante di ricerca** per cercare il modello.
7. In Unisci fare clic su Record selezionati nella pagina corrente.
8. Se è necessario aggiungere o deselezionare campi dati, fare clic sul pulsante **Campi dati**.
 - a. Nella finestra di dialogo Aggiungi colonne selezionare il **Tipo di record** desiderato per i campi.
 - b. Selezionare o modificare i campi appropriati e fare clic su **OK**.
9. Fare clic su **OK**.

Verrà visualizzata la finestra di dialogo Destinatari Stampa unione e verrà aperto Microsoft Word.

10. Verificare di avere selezionato tutti i destinatari e quindi fare clic su **OK**.
11. Fare clic su **Successivo: anteprema lettere** nella Creazione guidata Stampa unione.
12. Visualizzare la lettera e quindi fare clic su **Successivo: completamento unione**.
13. Nella Creazione guidata Stampa unione fare clic su **Stampa**.
14. Selezionare **Tutto** nella finestra di dialogo Unisci alla stampante.
15. Nella finestra di dialogo **Stampa** fare clic su **OK** per stampare oppure fare clic su **Finalizza e unisci** sulla barra multifunzione di Word per eseguire la stampa unione. Verrà visualizzata la finestra di dialogo *Creazione di impegni*.

16. In **Registra impegni nella stampa unione di Microsoft Dynamics CRM** selezionare una delle opzioni seguenti:
 - a. **Non creare impegni di Microsoft Dynamics CRM** Non viene creato alcun impegno in Microsoft Dynamics CRM al termine della stampa unione.
 - b. **Crea impegni di Microsoft Dynamics CRM:** Crea impegni in Microsoft Dynamics CRM all'esecuzione della stampa unione. *Se questa opzione è selezionata, sarà disponibile la sezione **Assegna impegni a**.* Nella sezione **Assegna impegni a** fare clic sul proprietario da assegnare all'attività.

17. Fare clic su **OK**.

Procedura: Consentire l'utilizzo di un modello da parte di un'organizzazione

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi su **Modelli**.
2. Sulla barra degli strumenti **Standard** fare clic sull'icona **Modelli di stampa unione**.
3. Nell'elenco di modelli di stampa unione selezionare e aprire il modello da utilizzare.
4. Sulla barra degli strumenti **Azioni** scegliere **Rendi disponibile per l'organizzazione** dal menu **Azione**.
5. Fare clic su **OK**.

Esercitazione pratica: Utilizzare Stampa unione su un insieme di contatti

In questa esercitazione pratica si utilizza la Stampa unione per creare una lettera personalizzata per un gruppo di clienti.

Scenario

Un venditore invia una lettera di completamento personalizzata ai clienti che hanno effettuato un acquisto alla fine di ogni mese, per ringraziarli per le transazioni eseguite. La maggior parte del contenuto della lettera rimane invariata, ma il venditore non desidera automatizzare completamente il processo, in modo da rendere la lettera specifica per ogni cliente. Per semplificare il processo, il venditore ha creato un modello di stampa unione denominato [nome modello], che include informazioni generiche.

Descrizione degli obiettivi:

Selezionare cinque contatti e inviare loro una lettera basata su [nome modello].

Procedura

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Contatti**.
2. Selezionare più record di tipo **Contatto** nell'elenco.
3. Fare clic sull'icona **Stampa unione** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Nella finestra di dialogo Stampa unione di Microsoft Dynamics CRM per Microsoft Office Word fare clic su **Selezionare il tipo di stampa unione** e selezionare un tipo nell'elenco.
5. Selezionare Modello di stampa unione personale.
6. Immettere il nome del modello creato in precedenza e fare clic sull'**icona del pulsante di ricerca** oppure fare clic sull'**icona del pulsante di ricerca** per cercare il modello.
7. In Unisci fare clic su Record selezionati nella pagina corrente.
8. Fare clic su **OK**.

Nota: per la stampa unione è possibile aggiungere al massimo 62 campi.

Verrà visualizzata la finestra di dialogo Destinari Stampa unione e verrà aperto Microsoft Word.

9. Verificare di avere selezionato tutti i destinatari e quindi fare clic su **OK**.
10. Fare clic su **Successivo: anteprima lettere** nella Creazione guidata Stampa unione.
11. Visualizzare la lettera e quindi fare clic su **Successivo: completamento unione**.
12. Nella Creazione guidata Stampa unione fare clic su **Stampa**.
13. Selezionare **Tutto** nella finestra di dialogo Unisci alla stampante.
14. Nella finestra di dialogo **Stampa** fare clic su **OK** per stampare oppure fare clic su **Finalizza e unisci** sulla barra multifunzione di Word per eseguire la stampa unione. *Verrà visualizzata la finestra di dialogo Creazione di impegni.*
15. In **Registra impegni nella stampa unione di Microsoft Dynamics CRM** selezionare **Non creare impegni di Microsoft Dynamics CRM**.
16. Scegliere **OK**.

Informazioni sulle differenze tra i client per Outlook

In Microsoft Dynamics CRM per Outlook è disponibile sia una versione in rete che una versione fuori rete. Entrambe sono state progettate per soddisfare esigenze specifiche. Microsoft Dynamics CRM per Outlook con accesso fuori rete è destinato a professionisti che trascorrono molto tempo in viaggio, utilizzano un computer portatile e devono accedere alle informazioni o aggiornarle durante la disconnessione dal server. Microsoft Dynamics CRM per Outlook senza accesso fuori rete è destinato ad ambienti in cui gli utenti non eseguono la disconnessione dalla rete o in cui più utenti condividono lo stesso computer, ad esempio ambienti con turnisti o con più venditori che utilizzano lo stesso computer.

Informazioni sul client in rete

Il nuovo client in rete Microsoft Dynamics CRM per Outlook consente il supporto di più utenti che include due scenari:

- Più utenti in serie in una workstation condivisa
- Più utenti simultanei per server di applicazioni centralizzate

Di seguito sono illustrate alcune delle funzionalità più importanti del client Microsoft Dynamics CRM per Outlook in rete:

- Destinato a utenti che non utilizzano o non devono utilizzare dati fuori rete
- Possibilità di eseguire installazioni multiple del client nello stesso computer, ad esempio in caso di utenti che condividono lo stesso computer durante turni diversi
- Il programma di installazione non installa il database SQL Express né il server Web locale
- Nessuna piattaforma locale (fuori rete)
- Disponibile in rete in qualsiasi momento, in modo che nessun dato venga sincronizzato nel computer locale dell'utente

Informazioni sul client fuori rete

Se si installa il client Microsoft Dynamics CRM per Outlook con accesso fuori rete, sarà possibile utilizzare i dati di Microsoft Dynamics CRM fuori rete quando non si è connessi al server Microsoft Dynamics CRM.

In modalità fuori rete i dati vengono sincronizzati (copiati) tra il server Microsoft Dynamics CRM e il client Microsoft Dynamics CRM per Outlook con accesso fuori rete (client Outlook), in modo da assicurare che sia possibile accedere ai dati più recenti nel computer in uso.

***Nota:** nel client Outlook vengono eseguiti due tipi di sincronizzazione. Il primo tipo è la sincronizzazione di contatti e impegni. Tale funzionalità è supportata sia dal client in rete che da quello fuori rete ed entrambi consentono di visualizzare i contatti, le attività, gli appuntamenti e i messaggi di posta elettronica di CRM in Outlook. Il secondo tipo di sincronizzazione è disponibile solo nel client CRM per Outlook con accesso fuori rete e consente la sincronizzazione di qualsiasi record CRM in un archivio dati locale visibile mediante Microsoft Dynamics CRM per Outlook con accesso fuori rete in qualsiasi momento.*

È possibile copiare dal server al client solo i dati consentiti in base a ruoli e autorizzazioni di protezione dell'utente per record e regole definiti Filtri. Solo i record con accesso in lettura possono essere copiati e solo i record che soddisfano i criteri del filtro vengono copiati nel client.

È possibile utilizzare molte delle stesse aree utilizzate normalmente in modalità in rete, ad eccezione delle aree seguenti:

- Amministrazione del sistema
- Configurazione del sistema
- Gestione delle attività dei servizi
- Gestione dei servizi
- Calendario dei servizi e calendario dell'area di lavoro
- Creazione di nuovi elementi di documentazione di vendita

Quando si passa alla modalità in rete, le modifiche apportate ai record locali vengono caricate nel database di Microsoft Dynamics CRM.

Utilizzare i filtri

Prima di attivare la modalità fuori rete, è possibile selezionare un gruppo specifico di dati di Microsoft Dynamics CRM e copiarlo nel computer locale.

Le modifiche eventualmente apportate a tali dati in modalità fuori rete verranno salvate nella copia locale. Ad esempio, invece di ricreare l'intero database, è possibile copiare solo gli account attivi per Genova. I gruppi di dati locali possono essere reimpostati ogni volta che si attiva la modalità fuori rete e offrono la flessibilità necessaria per scaricare solo i dati necessari.

Ciò consente di velocizzare il processo di sincronizzazione con il server Microsoft Dynamics CRM quando si attiva la modalità fuori rete e anche quando si attiva nuovamente la modalità in rete. Se si sceglie di rimuovere ingenti quantità di dati dalla copia locale, è possibile che la sincronizzazione richieda tempi più lunghi.

Procedura: Impostare i filtri di gruppi di dati

1. Nel client Microsoft Dynamics CRM per Outlook scegliere **Dati locali** dal menu **CRM**.
2. Fare clic su **Nuovo** per creare un nuovo filtro di dati.
3. In **Cerca** selezionare il tipo di record.
4. Fare clic su **Seleziona**, selezionare un filtro e quindi scegliere un operatore, ad esempio Uguale a.
5. Fare clic su **INVIO** e selezionare i criteri di ricerca.
6. Fare clic su **Salva**.
7. Specificare un nome per il gruppo di dati e fare clic su **OK**.

Sincronizzare i dati di CRM

In Microsoft Dynamics CRM per Outlook sono disponibili due tipi di sincronizzazione. Il primo tipo prevede la sincronizzazione diretta di Microsoft Dynamics CRM con Outlook.

Il secondo tipo di sincronizzazione consente di passare alla modalità fuori rete con i record a cui si deve accedere. Sarà quindi possibile sincronizzare i record dopo essere tornati alla modalità in rete. I filtri di gruppi di dati impostati in Impostare i filtri di gruppi di dati determinano quali record vengono copiati nel computer locali e quali record vengono aggiornati dal computer locale quando si utilizza la modalità in rete.

Procedura: Sincronizzare i dati per lavorare fuori rete

1. In Microsoft Dynamics CRM per Outlook scegliere **Sincronizza con CRM** dal menu **CRM**.
2. In caso di quantità elevate di dati, è possibile che la sincronizzazione richieda un po' di tempo. È possibile visualizzare informazioni dettagliate sugli errori e l'avanzamento della sincronizzazione. Nella finestra di dialogo **Sincronizzazione dei dati di Microsoft Dynamics CRM** fare clic su **Dettagli**. È possibile visualizzare informazioni nelle schede seguenti:
 - **Attività**. Sono disponibili informazioni sul numero di record e impegni in corso di sincronizzazione.
 - **Errori**. Sono disponibili informazioni utili per la correzione degli errori che si verificano durante il processo di sincronizzazione.

***Nota:** è consigliabile eseguire il processo di sincronizzazione per la prima volta immediatamente dopo l'installazione di Microsoft Dynamics CRM. La prima sincronizzazione è in genere la più lenta, poiché comporta la copia della quantità maggiore di dati.*

Nota: il limite di archiviazione del database SQL Express è pari a quattro gigabyte.

Informazioni sulla modalità in cui le eliminazioni vengono gestite dalla sincronizzazione di Outlook

Durante la sincronizzazione tra Microsoft Dynamics CRM per Outlook e Microsoft Dynamics CRM i record eliminati in Microsoft Dynamics CRM per Outlook vengono eliminati anche in Microsoft Dynamics CRM, con le eccezioni seguenti:

- Se un contatto viene eliminato in Outlook e non è di proprietà dell'utente corrente, il contatto verrà eliminato in Microsoft Dynamics CRM e Microsoft Dynamics CRM per Outlook.
- Se il contatto eliminato in Outlook è di proprietà dell'utente corrente, il contatto non verrà eliminato né in Microsoft Dynamics CRM né in Microsoft Dynamics CRM per Outlook, ma il collegamento verrà interrotto e il record non sarà aggiornato o ricreato in Outlook.
- Se il contatto eliminato in Microsoft Dynamics CRM o in Microsoft Dynamics CRM per Outlook è di proprietà dell'utente corrente, il contatto non verrà eliminato in Outlook, ma il collegamento verrà interrotto e il record non sarà aggiornato.
- Se si elimina un messaggio di posta elettronica, un contatto, un'attività completata, un appuntamento passato o un'attività di servizio in Outlook, l'elemento non verrà eliminato in Microsoft Dynamics CRM ma il collegamento verrà interrotto. Se invece si elimina un'attività in sospeso (incompleta) o un appuntamento futuro in Outlook, l'elemento verrà eliminato anche in Microsoft Dynamics CRM.

Informazioni sui conflitti di sincronizzazione

Microsoft Dynamics CRM invia campo per campo le modifiche apportate da un utente, in modo da ridurre la possibilità che due utenti fuori rete sovrascrivano le rispettive modifiche. Se due utenti aggiornano lo stesso record fuori rete, verrà ritenuto valido l'ultimo record inviato in rete, che verrà utilizzato come copia finale dei dati archiviati nel server.

Nota: quando si esegue un processo di sincronizzazione, le informazioni esistenti vengono automaticamente sovrascritte senza verificare o confrontare la data dell'ultimo salvataggio. Questo significa che, se un utente ha modificato un record la settimana scorsa e un altro utente ha modificato lo stesso record questa mattina, se si esegue la sincronizzazione nel pomeriggio, le modifiche del primo utente sovrascriveranno quelle del secondo anche se sono precedenti. Se invece i due utenti modificano dati diversi, verranno salvate le modifiche di entrambi. Ad esempio, se un utente modifica il nome di battesimo del cliente Fausto Zaffaroni in Ivan e un altro utente modifica il cognome dello stesso cliente in Gagliardi, quando entrambi gli utenti sincronizzeranno i dati, il nome del cliente diventerà Ivan Gagliardi.

Esercitazione pratica: Sincronizzare i dati di CRM

In questa esercitazione pratica viene illustrato come sincronizzare i dati in Microsoft Dynamics CRM.

Scenario

Un utente di Microsoft Dynamics CRM ha aggiornato fuori rete il record del contatto relativo a [nome account]. Tale record è stato modificato da un altro utente durante la mattinata. Quando l'utente che aggiorna i record fuori rete esegue la sincronizzazione con il server CRM nel pomeriggio, le modifiche sovrascrivono quelle apportate dall'utente che lavora in rete, anche se sono precedenti, poiché l'orario della sincronizzazione viene considerato come l'orario di modifica del record modificato fuori rete.

Se gli utenti modificano record diversi nello stesso momento, verranno salvate entrambe le modifiche.

Descrizione degli obiettivi

L'utente di Microsoft Dynamics CRM crea un record di contatto per Convenient Bike Shop in Microsoft Dynamics CRM per Microsoft Outlook. Immediatamente dopo la creazione del record l'utente esegue la sincronizzazione, per verificare che non vi sia alcun conflitto.

Procedura

1. In Microsoft Dynamics CRM per Outlook eseguire l'accesso come [nomeutente]. ID utente: [nomeutente] Password: [password].
2. Nel riquadro di spostamento fare clic sul modulo applicabile, ovvero **Vendite, Marketing, o Servizi**, e quindi su **Contatti**.
3. In **Contatti** selezionare **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Immettere il proprio nome, cognome e numero di telefono dell'ufficio nel modulo per creare il nuovo record del contatto per Convenient Bike Shop.
5. Scegliere Salva e chiudi.
6. Sulla barra degli strumenti **Standard** scegliere **Sincronizza con CRM** dal menu **CRM**.
7. Nella finestra di dialogo Sincronizzazione dei dati di Microsoft Dynamics CRM fare clic su **Dettagli** e quindi selezionare la scheda **Attività** per visualizzare l'avanzamento della sincronizzazione.

Riepilogo

Microsoft Dynamics CRM per Outlook offre all'utente di Microsoft Dynamics CRM l'accesso a Microsoft Dynamics CRM durante le trasferte, il lavoro fuori ufficio o il lavoro in ufficio. Gli utenti possono disporre dei dati di Microsoft Dynamics CRM in un computer disconnesso o connesso al server Microsoft Dynamics CRM. La sincronizzazione consente agli utenti di aggiornare tutti i record non appena tornano in rete.

Microsoft Dynamics CRM consente di acquisire le interazioni con un cliente in una posizione centrale. Grazie alle informazioni disponibili sulle attività di vendita con un cliente, gli utenti possono offrire esperienze migliori ai clienti ed eseguire in modo più efficace il proprio lavoro. La Stampa unione consente agli utenti di creare rapidamente e in modo semplice comunicazioni personalizzate per più clienti. Gli utenti possono creare modelli di stampa unione mediante la procedura guidata disponibile in Microsoft Dynamics CRM.

Verifica

Funzioni

1. Quando si utilizza Microsoft Dynamics CRM per Outlook, quali funzioni sono disponibili in Microsoft Dynamics CRM?
 - Stampa unione
 - Personalizzazioni
 - Aggiunta di nuovi membri
 - Tutte le suddette

Sincronizzazione

2. Durante la sincronizzazione in rete da Microsoft Dynamics CRM per Outlook a Microsoft Dynamics CRM quali tra gli elementi seguenti possono essere controllati dagli utenti?
 - Account
 - Attività
 - Telefonate
 - Lead

Tipi di impegni

3. Quali tipi di impegni non vengono considerati attività nel client Outlook di Microsoft Dynamics CRM? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Messaggi
 - Telefonate
 - Fax
 - Lettere

Affermazioni vere

4. Selezionare tutte le affermazioni vere: (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Gli impegni completati vengono visualizzati nell'elenco cronologico e gli impegni non completati vengono visualizzati nell'elenco di impegni.
 - Se un impegno è relativo a un'entità, viene visualizzato nell'elenco di impegni o nella cronologia dell'entità.
 - È possibile utilizzare "Imposta tema" per associare una nota a un'entità.
 - La selezione del pulsante Visualizza tema in Outlook consente di aprire il modulo relativo all'entità interessata dall'impegno.

Pulsante Imposta tema

5. Quali tra le affermazioni seguenti in merito al pulsante Imposta tema sono corrette? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Converte un appuntamento, un'attività o un messaggio di posta elettronica di Outlook in un impegno di CRM
 - Viene visualizzato come incassato se il record è già un impegno di CRM
 - Consente di selezionare un'entità e associare l'impegno
 - Consente di modificare il tipo di impegno

Stampa unione

6. Quali tipi di record possono utilizzare la funzione Stampa unione in Microsoft Dynamics CRM per Outlook? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Contatti e Account
 - Contatti e Lead
 - Account e Lead
 - Lead e Utenti

Comando Stampa unione

7. Dove si trova il comando Stampa unione in Microsoft Dynamics CRM per Outlook?
- Menu Azioni di Area di lavoro
 - Menu Azioni di Account
 - Menu Altre azioni di Area di lavoro
 - Menu Altre azioni di Account

Stampa unione

8. Quale tra i seguenti non è un tipo di stampa unione? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Lettera
 - Posta elettronica
 - Telefonata
 - Attività

Prova pratica 5.1: Creare un'opportunità e un appuntamento da un messaggio di posta elettronica in arrivo

In questa prova pratica verranno utilizzate le informazioni contenute in un messaggio di posta elettronica in arrivo e la funzionalità Imposta tema per creare un'opportunità e quindi creare un appuntamento con tale opportunità. Man mano che si eseguono le istruzioni, utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Vedere la lezione di introduzione all'esercitazione per informazioni sui due livelli di istruzioni delle prove pratiche e la soluzione della prova pratica nell'Appendice B.

Scenario

Un addetto ai clienti di un'agenzia pubblicitaria ha ricevuto un messaggio di posta elettronica da un cliente [nome cliente] in merito a una potenziale opportunità. Nel messaggio di posta elettronica viene spiegato che il cliente desidera pianificare un appuntamento per incontrare rappresentante di vendita e il direttore creativo dell'agenzia. Lo scopo della riunione consiste nel definire slogan per il lancio di un nuovo prodotto e il cliente desidera pianificare la riunione quanto prima.

Il direttore creativo può utilizzare la riunione nel calendario per aprire l'opportunità e visualizzarne i dettagli.

Descrizione degli obiettivi

Utilizzare le informazioni disponibili in un messaggio di posta elettronica in arrivo per creare un'opportunità e un appuntamento con il cliente e il direttore creativo utilizzando Outlook.

Prove pratiche per utenti esperti

Creare un'opportunità utilizzando un messaggio di posta elettronica in arrivo [oggetto] da Microsoft Dynamics CRM per Outlook con accesso fuori rete. Impostare quindi un appuntamento per [direttore creativo] e [cliente]. Associare l'appuntamento all'opportunità [nome opportunità] utilizzando Imposta tema. Aprire l'appuntamento nel calendario e utilizzare Visualizza tema per visualizzare i dettagli dell'opportunità [nome opportunità].

Suggerimenti

Per creare un'opportunità utilizzando un messaggio di posta elettronica in arrivo da Microsoft Dynamics CRM per Outlook con accesso fuori rete.

Nota: per poter eseguire questa procedura, è necessario che nel sistema in uso sia disponibile un messaggio di posta elettronica in arrivo. In caso contrario, potrebbe essere necessario creare un messaggio prima di continuare.

Procedura dettagliata

1. Aprire il messaggio di posta elettronica in arrivo con l'oggetto [titolo oggetto]
2. Fare clic su **Imposta tema** sulla barra degli strumenti **CRM**. Fare clic su **Altro** nella finestra di dialogo **Cerca record** e quindi selezionare **Opportunità**.
3. Fare clic su **Nuovo**.
4. In **Argomento** digitare [titolo argomento]. Questo campo è obbligatorio.
5. In **Potenziale cliente** digitare [nome cliente].
6. Nell'elenco dei potenziali clienti individuare e selezionare il potenziale cliente e fare clic su **OK**.
7. Scegliere **Salva e chiudi**. Selezionare la nuova opportunità creata e fare su **OK**.
8. Aprire il Calendario di Outlook.
9. Selezionare una data e un orario in cui pianificare la riunione e quindi fare clic con il pulsante destro del mouse. Nell'elenco selezionare **Nuovo appuntamento**.
10. Nel modulo di posta elettronica **Appuntamento** immettere l'oggetto e l'ubicazione. Fare clic su **Imposta tema** e quindi selezionare l'[argomento] dell'opportunità creata.
11. Fare clic su **Invita partecipanti** e invitare [direttore creativo] e [cliente].
12. Fare clic su **Invia**.
13. Aprire l'appuntamento nel proprio calendario.
14. Fare clic su **Visualizza tema** per visualizzare i dettagli dell'opportunità.
15. Fare clic su [nome account] per visualizzare i dettagli dell'account.

Prova pratica 5.2: Sincronizzazione nel client Microsoft Dynamics CRM Client per Microsoft Outlook.

In questa prova pratica vengono eseguite la sincronizzazione fuori rete e in rete in Microsoft Dynamics CRM. Man mano che si eseguono le istruzioni, utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Vedere la lezione di introduzione all'esercitazione per informazioni sui due livelli di istruzioni delle prove pratiche e la soluzione della prova pratica nell'Appendice B.

Scenario

[Organizzazione utente] include alcuni utenti di Microsoft Dynamics CRM che devono andare fuori ufficio per partecipare a una fiera a [città e stato fiera]. Tali utenti desiderano verificare che tutti i record appropriati di Microsoft Dynamics CRM risultino disponibili durante la trasferta. Prima di partire devono utilizzare Microsoft Dynamics CRM per Outlook con accesso fuori rete.

Descrizione degli obiettivi

Uno degli utenti deve aggiornare il record Contatto per [Contatto] con [Account].

L'utente desidera essere certo che le modifiche apportate durante la permanenza a [città fiera] risultino disponibili dopo il rientro in ufficio.

Prove pratiche per utenti esperti

Sulla base delle informazioni seguenti, aggiornare le informazioni relative a [Contatto] con [Account], impostare le opzioni di sincronizzazione per la sincronizzazione automatica con Outlook, in modo da sincronizzare ogni venti minuti gli elementi CRM presenti nelle cartelle di Outlook e quindi sincronizzare Outlook con Microsoft Dynamics CRM.

Avviare Microsoft Dynamics CRM per Outlook. Accedere come amministratore di sistema.

Suggerimenti

Avviare Microsoft Dynamics CRM per Outlook con accesso fuori rete. Accedere come amministratore di sistema per gli scopi di questa prova pratica.

Nome utente per l'accesso [nome utente]

Password [password]

Procedura dettagliata

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro** e quindi su **Clients**.
2. Fare clic su **Contatti**.
3. Nella casella Ricerca rapida sopra l'elenco di Contatti digitare [nome contatto].
4. Selezionare e aprire i record [nome contatto].
5. Aggiornare i campi seguenti:

Nome indirizzo [nome indirizzo]

Via 1 [via 1]

Città [città]

Provincia [provincia]

CAP [CAP]

Tipo di indirizzo Primario

6. Fare clic su **Salva e chiudi**.
7. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi su **Amministrazione**.
8. Fare clic su **Impostazioni di sistema** e quindi selezionare la scheda **Outlook**.
9. Modificare le impostazioni di **Sincronizzazione** necessarie e quindi fare clic su **OK**.
10. Scegliere **Sincronizza con CRM** dal menu **CRM** in Outlook.

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Funzioni

1. Quando si utilizza Microsoft Dynamics CRM per Outlook, quali funzioni sono disponibili in Microsoft Dynamics CRM?
 - Stampa unione
 - Personalizzazioni
 - Aggiunta di nuovi membri
 - Tutte le suddette

Sincronizzazione

2. Durante la sincronizzazione in rete da Microsoft Dynamics CRM per Outlook a Microsoft Dynamics CRM quali tra gli elementi seguenti possono essere controllati dagli utenti?
 - Account
 - Attività
 - Telefonate
 - Lead

Tipi di impegni

3. Quali tipi di impegni non vengono considerati attività nel client Outlook di Microsoft Dynamics CRM? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Messaggi
 - Telefonate
 - Fax
 - Lettere

Affermazioni vere

4. Selezionare tutte le affermazioni vere: (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Gli impegni completati vengono visualizzati nell'elenco cronologico e gli impegni non completati vengono visualizzati nell'elenco di impegni.
 - Se un impegno è relativo a un'entità, viene visualizzato nell'elenco di impegni o nella cronologia dell'entità.
 - È possibile utilizzare "Imposta tema" per associare una nota a un'entità.
 - La selezione del pulsante Visualizza tema in Outlook consente di aprire il modulo relativo all'entità interessata dall'impegno.

Pulsante Imposta tema

5. Quali tra le affermazioni seguenti in merito al pulsante Imposta tema sono corrette? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Converte un appuntamento, un'attività o un messaggio di posta elettronica di Outlook in un impegno di CRM
 - Viene visualizzato come incassato se il record è già un impegno di CRM
 - Consente di selezionare un'entità e associare l'impegno
 - Consente di modificare il tipo di impegno

Stampa unione

6. Quali tipi di record possono utilizzare la funzione Stampa unione in Microsoft Dynamics CRM per Outlook? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Contatti e Account
 - Contatti e Lead
 - Account e Lead
 - Lead e Utenti

Comando Stampa unione

7. Dove si trova il comando Stampa unione in Microsoft Dynamics CRM per Outlook?
- Menu Azioni di Area di lavoro
 - Menu Azioni di Account
 - Menu Altre azioni di Area di lavoro
 - Menu Altre azioni di Account

Stampa unione

8. Quale tra i seguenti non è un tipo di stampa unione? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Lettera
 - Posta elettronica
 - Telefonata
 - Attività

CAPITOLO 6: INTRODUZIONE ALLE VENDITE

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Conoscere gli elementi fondamentali del processo di vendita.
- Sapere quando utilizzare i lead per impostare le opportunità come qualificate o non qualificate.
- Sapere quando utilizzare le opportunità.
- Comprendere l'elaborazione degli ordini di vendita e sapere quando utilizzare offerte, ordini e fatture.
- Sapere quando utilizzare il Catalogo prodotti.
- Sapere quando e come utilizzare l'area Concorrenti.
- Sapere quando e come utilizzare l'area Documentazione di vendita.

Introduzione

In questa lezione viene illustrato il processo di vendita di base e descritto come possono variare i processi di vendita a seconda dell'organizzazione. Vengono fornite informazioni utili per decidere quali aree del modulo Vendite utilizzare e come utilizzarle. Vengono inoltre discussi alcuni degli elementi chiave da considerare durante la distribuzione di Microsoft Dynamics CRM, inclusi la necessità di raggiungere gli obiettivi delle parti interessate e di trovare un equilibrio tra il raggiungimento di tali obiettivi e di quelli dei gruppi di utenti che costituiscono l'organizzazione. Vengono infine forniti dettagli sulle funzionalità generali del sistema delle vendite non coperte nelle prossime lezioni.

Presentazione della gestione delle vendite

Le vendite sono l'elemento fondamentale di Microsoft Dynamics CRM. Se un'organizzazione utilizza una sola area di Microsoft Dynamics CRM, tale area sarà sicuramente l'area Vendite. Per questo motivo, la cartella Vendite nel riquadro di spostamento consente di accedere a tutte le funzionalità di base di Microsoft Dynamics CRM.

CRM consente ai direttori commerciali e agli altri responsabili aziendali di avere sotto totale controllo la pipeline delle vendite, grazie alla possibilità di tenere traccia dei tipi di opportunità, delle percentuali di chiusura, dei ricavi previsti e di altre importanti informazioni sulle vendite. Tali informazioni sono disponibili sia a livello individuale che di reparto, in modo che le prestazioni siano misurabili a livello dell'intera organizzazione. Tuttavia, come discusso nella lezione 4, i dati disponibili per i responsabili sono quasi esclusivamente quelli immessi dalla forza lavoro. La gestione delle vendite di Microsoft Dynamics CRM fornisce strumenti per supportare i venditori nella gestione della propria pipeline. Tali strumenti includono l'integrazione con Microsoft Outlook, la posta elettronica, la registrazione degli impegni, nonché funzionalità di gestione delle attività e dei promemoria.

L'opportunità rappresenta l'elemento di base per la gestione delle vendite e viene utilizzata per tenere traccia di una transazione commerciale mano a mano che avanza nell'ambito del processo di vendita. Le opportunità rappresentano la pipeline delle vendite per l'organizzazione.

Per le organizzazioni che desiderano tenere traccia di ulteriori dettagli relativi alla creazione delle opportunità, è possibile utilizzare l'entità Lead. I lead hanno lo scopo di raccogliere informazioni su potenziali transazioni e clienti e possono essere utilizzati per tenere traccia delle modalità con cui l'organizzazione stabilisce nuove relazioni commerciali.

Le vendite possono essere registrate a livello di opportunità per fornire dati generali sulla pipeline, ma se un'organizzazione desidera dati specifici su importi e tipi di prodotti e servizi venduti, in CRM è disponibile il Catalogo prodotti. Questa funzionalità può essere estesa utilizzando le funzionalità di elaborazione degli ordini di vendita per tenere traccia dei processi di creazione di offerte, ordini e fatture. Le funzionalità di elaborazione degli ordini di vendita sono inoltre facilmente integrabili con i sistemi di evasione degli ordini e di contabilità.

Gli elementi descritti in precedenza sono tutti correlati tra loro nell'ambito del processo di vendita. CRM supporta vari tipi di processo di vendita. Un processo di vendita tipico è simile al seguente:



FIGURA 6-1: PROCESSO DI VENDITA TIPICO

Microsoft Dynamics CRM supporta il processo di vendita tramite i moduli chiave seguenti:

- **Account:** consente di gestire gli account, che rappresentano le organizzazioni con cui l'azienda potrebbe allacciare rapporti commerciali.
- **Contatti:** consente di gestire i contatti, ovvero clienti o potenziali clienti oppure individui correlati a un account, ad esempio i fornitori.
- **Lead:** consente di gestire i possibili clienti che devono essere giudicati qualificati o non qualificati per poter diventare un'opportunità di vendita. Se si imposta un lead come qualificato, è possibile convertirlo in opportunità, account e/o contatto.
- **Opportunità:** consente di gestire le opportunità, ovvero le vendite potenziali a un account o a un contatto. Le opportunità rappresentano i ricavi potenzialmente ottenibili da un account o un contatto.
- **Concorrenti:** consente di gestire i concorrenti, ovvero le entità che potrebbero competere con l'organizzazione nelle opportunità di vendita. I record dei concorrenti possono essere collegati ai record di opportunità, prodotti e documentazione di vendita, in modo che siano disponibili quando si compete per una vendita.

- **Documentazione di vendita:** consente di gestire la documentazione di vendita, ovvero i documenti creati e distribuiti ai clienti ai fini di incrementare le vendite.
- **Prodotti:** consente di gestire i prodotti, gli elementi oppure i servizi venduti o erogati dall'organizzazione. È possibile collegare i prodotti ad altri record, come offerte, campagne e casi.
- **Offerte:** consente di gestire le offerte, ovvero proposte formali di prodotti o servizi a prezzi e condizioni di pagamento specifici. Le offerte possono essere inviate a un'opportunità, un account o un contatto.
- **Ordini:** consente di gestire gli ordini, ovvero richieste confermate aventi come oggetto la consegna di beni o servizi in base a specifiche condizioni. Un'ordine è un'offerta accettata da un cliente.
- **Fatture:** consente di gestire le fatture, ovvero ordini per i quali è stato redatto il documento di richiesta di pagamento. Nella fattura è registrata una vendita a un cliente, compresi i dettagli sui prodotti o i servizi acquistati.

Non tutti questi moduli sono obbligatori. Ogni organizzazione ha caratteristiche specifiche e dovrà decidere quali moduli utilizzare e come utilizzarli. In questo capitolo vengono fornite informazioni generali sui moduli relativi alle vendite e sulla loro interazione nonché informazioni utili per decidere quali moduli e funzionalità utilizzare e come utilizzarli.

Gestire i lead

I lead rappresentano elenchi di potenziali clienti e transazioni commerciali che ancora non sono stati qualificati. Gran parte non si trasformano mai effettivamente in clienti. L'obiettivo dell'organizzazione delle vendite è pertanto quello di qualificare i lead che potenzialmente potrebbero concretizzarsi in una vendita, in modo che i rappresentanti di vendita possano concentrarsi sulle opportunità con la probabilità di riuscita maggiore.

Decidere se utilizzare i lead

Non tutte le organizzazioni utilizzano i lead. Alcune utilizzano le opportunità, ovvero potenziali vendite qualificate. Tali organizzazioni non implementeranno la parte di Microsoft Dynamics CRM relativa ai lead.

È molto probabile invece che utilizzino i lead le organizzazioni che dipendono da processi di generazione basati su richieste di massa, ad esempio pubblicità, incontri promozionali, approcci diretti e così via. Le aziende che utilizzano metodi di generazione di richieste o quelle che svolgono campagne di marketing di massa possono trarre notevole vantaggio dalla gestione dei lead, poiché questi consentono di vagliare accuratamente i dati e di concentrare gli sforzi dei reparti vendite nella direzione giusta.

Per decidere se utilizzare l'area relativa ai lead, è consigliabile prendere in considerazione le domande seguenti:

- L'organizzazione investe una quantità considerevole di tempo e di denaro nella generazione di elenchi di possibili clienti? Vengono, ad esempio gestiti mailing di massa, approcci diretti, e così via ?
- L'organizzazione tiene elenchi delle persone con i dati demografici corretti ma con informazioni limitate, ad esempio scarse informazioni di contatto?
- L'organizzazione prevede un processo o team dedicato a vagliare i possibili clienti e a contattarli o selezionarli per l'identificare quelli con alte potenzialità di diventare futuri clienti?
- L'organizzazione ha necessità di gestire elenchi di potenziali clienti che devono essere tenuti separati dagli elenchi degli account e dei contatti?

Se la risposta a queste domande è sì, allora è consigliabile che l'organizzazione utilizzi i lead. Sebbene l'organizzazione non preveda la generazione di un numero elevato di lead, è bene verificare se i dirigenti desiderano tenere traccia del lavoro che le risorse di vendita dedicano alla registrazione e all'utilizzo dei potenziali clienti. In caso positivo, è consigliabile utilizzare le funzionalità di Microsoft Dynamics CRM per la gestione dei lead.

Gestire le opportunità

In Microsoft Dynamics CRM i lead qualificati, ad esempio quelli a cui è associato un ricavo previsto, diventano opportunità. Quando il cliente o il potenziale cliente esprime un interesse concreto nell'acquisto di prodotti o servizi dell'azienda, tale cliente viene considerato un'opportunità.

La gestione delle opportunità rappresenta un elemento chiave del processo di vendita, poiché il team di vendita dedica a questa attività la maggior parte del proprio tempo e delle proprie risorse. Il lavoro su un'opportunità può comprendere varie interazioni con il cliente. L'abilità con cui il team di vendita gestisce questa fase può fare la differenza tra un'opportunità acquisita o persa.

Procedura consigliata: ogni organizzazione considera a proprio modo i potenziali clienti qualificati. La differenza tra un lead e la coppia cliente/opportunità deve essere esaminata attentamente durante la pianificazione di un'implementazione. Spesso nel processo di vendita esiste un'attività ben identificabile che può essere chiaramente interpretata come processo di qualifica, ad esempio il passaggio delle informazioni di contatto dal reparto marketing a quello vendite.

Molte organizzazioni di vendita iniziano il processo a partire dalla fase di opportunità anziché da quella di lead. I venditori passano gran parte del proprio tempo lavorando sull'opportunità e utilizzano Microsoft Dynamics CRM per registrare le comunicazioni con i clienti e le attività rilevanti ai fini della conversione dell'opportunità in vendita. Quasi tutti i processi di vendita utilizzano le opportunità per tenere traccia dei ricavi previsti e per elaborare previsioni di vendita.

Opportunità e altre aree

L'area Opportunità si integra con le aree Prodotti e Concorrenti, se utilizzate. Se l'organizzazione crea un catalogo dei prodotti con listini prezzi, gli utenti possono associare i prodotti alle opportunità. Se l'organizzazione utilizza gli ordini, le opportunità possono generare ordini o proposte. Allo stesso modo, gli utenti possono associare concorrenti alle opportunità, per evidenziare la concorrenza esistente per una vendita.

Gli utenti possono visualizzare la documentazione di vendita con una ricerca eseguita direttamente nell'elenco della documentazione o durante l'utilizzo di un'opportunità, tramite i prodotti o i concorrenti associati all'opportunità.

Elaborare gli ordini di vendita

Offerte, ordini e fatture rappresentano tutti potenziali componenti del processo di vendita di un'organizzazione. Microsoft Dynamics CRM è progettato in modo che nel processo di vendita si succedano, nell'ordine, un'offerta, un ordine e una fattura, tuttavia un ordine può essere creato senza un'offerta e una fattura può essere creata senza un ordine. Pertanto CRM garantisce una flessibilità tale da consentire varietà nei metodi di gestione delle vendite.

Gestire le offerte

Le offerte vengono utilizzate quando un rappresentante di vendita ha la necessità di informare un potenziale cliente dei prodotti e prezzi associati a un'opportunità e sono spesso associate a una proposta. Il cliente riceve l'offerta e la valuta in relazione alle proprie esigenze e disponibilità di spesa. Se la valutazione è positiva, il cliente risponde accettando l'offerta e invia un ordine per il prodotto o servizio in base alle condizioni presenti nell'offerta. In caso contrario, verranno negoziate le condizioni fino al raggiungimento di un accordo.

Le offerte possono essere utilizzate solo se l'organizzazione dispone di listini prezzi. I listini prezzi possono essere definiti tramite il catalogo prodotti di Microsoft Dynamics CRM oppure archiviati in un altro sistema interno, ad esempio un sistema ERP (Enterprise Resource Planning). Le offerte possono essere punti di integrazione tra le due soluzioni. È possibile, ad esempio, che l'offerta di Microsoft Dynamics CRM recuperi le informazioni sul cliente da Microsoft Dynamics CRM e le informazioni sul prodotto e sui prezzi dall'altro sistema.

Le offerte forniscono ai clienti le condizioni di vendita, pertanto è importante che contengano informazioni relative al prodotto o servizio e ai prezzi. Talvolta per un'organizzazione può essere necessario rilevare informazioni particolari, ad esempio un numero di registrazione, che deve pertanto essere aggiunto a Microsoft Dynamics CRM come campo personalizzato. Oppure i campi personalizzati possono essere necessari per l'integrazione con un altro sistema. Per rispondere a tali esigenze, è possibile aggiungere nuovi campi o personalizzare molti di quelli esistenti.

Gestire gli ordini

Quando un cliente conferma la richiesta di un prodotto o servizio, viene immesso un ordine. Le organizzazioni ricevono ed elaborano gli ordini, che successivamente vengono convertiti in fatture e producono introiti. In Microsoft Dynamics CRM sono disponibili funzionalità per la registrazione degli ordini dei clienti. Gli ordini possono essere creati da offerte accettate, pertanto possono essere correlati alle opportunità che li hanno originati.

Dopo l'immissione dell'ordine, è necessario evaderlo. Spesso nelle organizzazioni è presente un sistema di evasione degli ordini che deve essere integrato con Microsoft Dynamics CRM. In alternativa, è possibile immettere lo stato di evasione in Microsoft Dynamics CRM per tenerne traccia nel sistema.

Un ordine deve includere informazioni sugli indirizzi di spedizione e fatturazione, nonché sul prodotto o servizio ordinato e sul relativo prezzo. Inoltre è possibile che per l'azienda sia necessario includere determinati dettagli, ad esempio codici relativi a promozioni o sconti. Tali dettagli possono essere aggiunti come campi personalizzati del record di tipo Ordine.

In Microsoft Dynamics CRM sono disponibili due tipi di opzioni relative ai prezzi negli ordini e nelle fatture:

- Usa prezzi correnti
- Prezzi bloccati

Quando si utilizzano i prezzi correnti, il prezzo è direttamente associato al prezzo unitario del prodotto presente nel catalogo dei prodotti. Se si modifica il prezzo di un prodotto nel catalogo prodotti, il prezzo unitario verrà pertanto modificato in tutte le fatture aperte, nonché nelle bozze e negli ordini attivi che includono il prodotto.

Tale comportamento potrebbe non corrispondere al comportamento desiderato per le fatture o gli ordini esistenti che sono stati inviati al cliente. In tal caso, è possibile utilizzare l'opzione Prezzi bloccati che consente di bloccare il prezzo unitario di un prodotto in una fattura o un ordine aperto. In questo modo, anche se il prezzo viene modificato nel catalogo prodotti, nella fattura o nell'ordine aperto con i prezzi bloccati il prezzo rimane quello originale.

Gestire le fatture

Le fatture sono richieste di pagamento da parte di un'azienda ai propri clienti. Sono correlate agli ordini e possono essere generate da un ordine dopo la sua evasione o al momento della sua immissione, a seconda delle condizioni di pagamento.

Microsoft Dynamics CRM consente di generare fatture dal sistema in uso. In molte organizzazioni il pagamento delle fatture viene registrato con un sistema finanziario distinto. In tali casi, se viene utilizzata l'area Fatture della soluzione, è importante integrare i due sistemi in modo accurato, affinché i relativi dati siano sempre sincronizzati.

Le fatture devono includere le informazioni dell'ordine, ad esempio gli indirizzi di spedizione e fatturazione, nonché le condizioni di pagamento. Se un'organizzazione ha esigenze specifiche, è possibile aggiungere alla fattura campi personalizzati, ad esempio numeri relativi a programmi fedeltà. Un'azienda può inoltre decidere di aggiungere alla fattura un processo di approvazione e di supportarlo tramite l'utilizzo di flussi di lavoro.

Gestire prodotti e prezzi

Con Microsoft Dynamics CRM le aziende hanno la possibilità di gestire nella soluzione le informazioni sul prodotto e sui prezzi. Tali informazioni supportano il team di vendita nella gestione delle informazioni sia dei prodotti che dei prezzi durante un processo di vendita e consentono la creazione automatica di offerte e ordini.

In organizzazioni non di servizi, i prodotti e l'inventario sono strettamente collegati. Molte organizzazioni dispongono di sistemi interni per la gestione dell'inventario. In tal caso, i dettagli dei prodotti, i prezzi e le informazioni sulle disponibilità di magazzino devono essere passate a Microsoft Dynamics CRM, pertanto sarà necessario integrare i due sistemi.

Ai prodotti è possibile associare elementi della documentazione di vendita. Se si utilizzano le aree Catalogo prodotti e Documentazione di vendita, i rappresentanti di vendita possono visualizzare la documentazione disponibile per i prodotti mentre utilizzano le opportunità.

Tenere traccia dei concorrenti

Microsoft Dynamics CRM include una funzionalità che consente alle organizzazioni di inserire informazioni sui concorrenti. Queste informazioni costituiscono uno strumento di estrema efficacia, utilizzabile dal personale di vendita per migliorare la competitività, chiudere più opportunità di vendita e rafforzare le relazioni con i clienti.

La funzionalità di gestione delle informazioni sulla concorrenza consente alle organizzazioni di:

- Creare un archivio contenente la documentazione sui prodotti, le strutture dei prezzi e analisi dei prodotti per ogni concorrente.
- Tenere traccia dei prodotti venduti dai concorrenti e che competono con i propri.
- Aggiungere documentazione di vendita o dei prodotti che possa aiutare ad affrontare la sfida posta dai concorrenti, ad esempio documenti strategici o informazioni utili per avvantaggiarsi rispetto alla concorrenza.
- Tenere traccia dei concorrenti creando relazioni tra concorrenti e opportunità.
- Tenere traccia delle vendite perse a vantaggio dei concorrenti, specificando quale concorrente ha vinto la sfida. Queste informazioni possono essere utilizzate dall'organizzazione per valutare le opportunità perse o vinte nei confronti di ogni concorrente.

Tenere traccia dei concorrenti può essere un aspetto chiave del processo di vendita. Maggiori sono le informazioni disponibili per un team su punti di forza, di debolezza, opportunità e rischi di un concorrente, maggiori saranno le probabilità di realizzare la vendita a svantaggio di tale società concorrente.

Ai concorrenti è possibile associare elementi della documentazione di vendita. Se si utilizzano le aree Concorrenti e Documentazione di vendita, i rappresentanti di vendita possono visualizzare la documentazione disponibile per competere con altre organizzazioni mentre utilizzano un'opportunità.

Procedura: Creare un concorrente

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Concorrenti**.
2. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Nuovo**.
3. Nella scheda **Generale** immettere informazioni oppure osservare eventuali restrizioni o requisiti specificati:
 - **Nome:** nome del concorrente.
 - **Simbolo del titolo:** se si immette un simbolo di titolo per un mercato diverso dagli Stati Uniti, è necessario immettere il codice del paese, ad esempio IT:MSFT (*codice paese:simbolo del titolo*). Tali informazioni sono disponibili soltanto per i mercati attualmente elencati nel sito Web MSN Money. Oltre agli Stati Uniti (US), MSN Money fornisce informazioni per i mercati in Australia (AU), Belgio (BE), Canada (CA), Francia (FR), Germania (DE), Gran Bretagna (GB), Italia (IT), Giappone (JP), Paesi Bassi (NL), Spagna (ES) e Svezia (SE).
 - **Prodotto di punta:** immettere il nome del prodotto concorrente che risulta maggiormente competitivo rispetto ai prodotti della propria organizzazione.
 - **Sito Web:** indirizzo del sito Web del concorrente.
 - Ricavi dichiarati
4. **Sezione Indirizzo:** compilare con le informazioni sull'indirizzo del concorrente.
Fare clic sulla scheda **Analisi** e inserire nei campi seguenti le informazioni rilevanti sul concorrente:
 - Informazioni generali
 - Punti di forza
 - Punti di debolezza
 - Opportunità
 - Rischi
5. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Aggiungere prodotti ai concorrenti

La conoscenza dei prodotti dei concorrenti consente di identificare le aree della propria linea di prodotti nelle quali potrebbe essere più difficile concludere una vendita. La raccolta dei prodotti dei concorrenti in un elenco consentirà di creare una scorecard che supporterà l'organizzazione delle vendite nel presentare ai potenziali clienti i vantaggi offerti dai propri prodotti rispetto a quelli dei concorrenti.

Procedura: Aggiungere un prodotto a un concorrente

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Concorrenti**.
2. Selezionare un concorrente nell'elenco e sulla barra degli strumenti **Azioni** scegliere **Modifica** dal menu **Altre azioni**.
3. In **Dettagli** nel riquadro di spostamento a sinistra fare clic su **Prodotti**.
4. Scegliere Aggiungi elemento Prodotto esistente sulla barra degli strumenti Azioni.
5. Digitare una parte del nome del prodotto e quindi fare clic sull'icona **Cerca i record**.
6. In **Record disponibili** selezionare il prodotto, fare clic sul pulsante freccia >> per spostare il prodotto in **Record selezionati** e quindi fare clic su **OK**.
7. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Gestire la documentazione di vendita

Il sistema Documentazione di vendita di Microsoft Dynamics CRM è un archivio centrale per le informazioni di vendita di un'organizzazione. Fornisce al team di vendita accesso a documentazione di vendita, brochure dei prodotti, articoli, sconti, strutture dei prezzi e così via.

***Nota:** la documentazione di vendita è categorizzata in base all'argomento. Prima di aggiungere elementi della documentazione, creare un albero degli argomenti. Per ulteriori informazioni sulla creazione di alberi di argomenti, vedere la lezione 4.*

Gli utenti possono visualizzare la documentazione di vendita con una ricerca eseguita direttamente nell'elenco della documentazione o mentre utilizzano un'opportunità. La documentazione di vendita può essere associata a prodotti, concorrenti o entrambi. Le organizzazioni possono rendere più facile la ricerca della documentazione di vendita implementando un catalogo dei prodotti, un modulo dei concorrenti o entrambi e quindi correlando la documentazione al prodotto o concorrente appropriato. In questo modo il rappresentante di vendita può cercare la documentazione rilevante in base al prodotto o al concorrente associato all'opportunità.

Procedura: Aggiungere o modificare documentazione di vendita

Nell'area Documentazione di vendita è possibile aggiungere, rimuovere e gestire i documenti associati ai prodotti e ai servizi.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Documentazione di vendita**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nel modulo Documentazione di vendita inserire le informazioni seguenti:
 - Digitare un titolo per la documentazione di vendita nella casella **Titolo**. Questo campo è obbligatorio.
 - Nella casella **Oggetto** digitare l'oggetto e fare clic sull'icona del pulsante di ricerca oppure fare direttamente clic sul tale icona. Selezionare un argomento. Se non sono elencati altri argomenti, selezionare **Argomento predefinito**. Questo campo è obbligatorio.
 - Nell'elenco a discesa **Tipo** selezionare il tipo di documentazione di vendita.
 - In **Descrizione** digitare eventuali dettagli della documentazione che è necessario evidenziare.
 - Il campo **Dipendente responsabile** indica la persona più informata sulla documentazione di vendita selezionata.
 - Il campo **Data scadenza** indica la data a partire dalla quale la documentazione di vendita non sarà più disponibile.
4. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Procedura: Aggiungere documenti alla documentazione di vendita

È possibile allegare documenti alla documentazione di vendita. Quando si aggiunge un documento, è necessario immettere un titolo. È inoltre possibile specificare l'autore e aggiungere parole chiave che consentiranno di individuare il documento in un secondo tempo.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite**, su **Documentazione di vendita** e quindi fare doppio clic sul titolo di un elemento della documentazione di vendita per aprirlo.
2. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Documenti**.
3. Fare clic su **Nuovo elemento Documento** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Nel campo **Titolo** immettere una descrizione del documento. Questo campo è obbligatorio.
5. Se si conosce l'autore del documento, digitare il nome in **Autore**.

6. In **Parole chiave** digitare le parole chiave che consentono di identificare il documento.
7. Per allegare un file al documento, fare clic su **Sfoglia** per individuare il file e quindi fare clic su **Allega**.

L'operazione potrebbe richiedere alcuni minuti, a seconda delle dimensioni del file.

8. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Procedura: Rimuovere documenti dalla documentazione di vendita

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite**, su **Documentazione di vendita** e quindi fare doppio clic sul titolo dell'elemento della documentazione di vendita al quale è stato aggiunto un documento.
2. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Documenti**.
3. Selezionare il documento da eliminare, sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic sull'icona **Elimina** e quindi su **OK**.
4. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Riepilogo

In questa lezione vengono fornite informazioni generali sulle funzionalità disponibili nell'area Vendite di Microsoft Dynamics CRM. Sono descritte in modo dettagliato le aree del sistema delle vendite e presentati suggerimenti utili per valutare quando utilizzare tali aree.

Verifica

Assistenza per le vendite

1. Per quali delle seguenti attività Microsoft Dynamics CRM fornisce assistenza? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Gestione dei lead
 - Previsioni di vendita
 - Vendite garantite
 - Tenere traccia delle comunicazioni con i clienti

Vantaggi aziendali

2. Quali vantaggi può trarre un'azienda dall'utilizzo di Microsoft Dynamics CRM? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Cicli di vendita più brevi
 - Percentuali di chiusura più elevate
 - Maggiore fidelizzazione dei clienti
 - Migliore gestione dell'inventario

Creazione di un'opportunità

3. Cosa è necessario presentare prima di creare un'opportunità?
 - Un elenco marketing
 - Un lead
 - Un concorrente
 - Un cliente

Lead

4. L'utilizzo dei lead è necessario per il processo di vendita?
 - Sì
 - No

Processo di vendita

5. Attività: disporre i seguenti elementi nell'ordine corretto, dal primo all'ultimo, in base alla loro posizione nel processo di vendita. Selezionare tutte le risposte appropriate.

Passaggio _____ : Offerta

Passaggio _____ : Fattura

Passaggio _____ : Opportunità

Passaggio _____ : Lead

Prova pratica 6.1: Creare concorrenti

In questa prova pratica, immettere un concorrente nel modulo dei concorrenti anziché importarlo. Lo scopo della prova pratica è di acquisire familiarità con i campi del modulo dei concorrenti.

Man mano che si eseguono le istruzioni, utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Scenario

Per verificare l'efficacia di una campagna di marketing svolta di recente, è stato creato un report contenente il numero delle opportunità acquisite. È stato rilevato un numero significativo di opportunità chiuse perché perse, acquisite invece dalla società [nome]. Tale società potrebbe rappresentare una minaccia, pertanto si presenta l'esigenza di analizzarla e tenere traccia delle informazioni risultanti dall'analisi.

Si richiede a uno dei rappresentanti marketing di creare un concorrente in Microsoft Dynamics CRM per registrare le attività di completamento per questa [società] e tenere traccia delle attività del concorrente.

Informazioni sulla società:

- **Nome:**
- **Sito Web:**
- **Indirizzo:**
- **Prodotto di punta:**

Descrizione degli obiettivi

L'obiettivo di questa esercitazione pratica è di apprendere la procedura di creazione di un concorrente in Microsoft Dynamics CRM. Ciò consentirà di inserire il concorrente nel sistema ai fini di future analisi.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Suggerimenti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Concorrenti**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nella scheda **Generale** immettere un valore per i campi Nome, Sito Web, Indirizzo e Prodotto di punta. In questa prova pratica, questo è il prodotto di [nome] che è in concorrenza con la propria società.
4. Nella scheda **Note** fare clic su **Fare clic qui per immettere una nuova nota**. Quando viene visualizzata la barra del cursore intermittente, immettere una breve nota sulla società, ad esempio “Richiede una valutazione dei rischi”.
5. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Assistenza per le vendite

1. Per quali delle seguenti attività Microsoft Dynamics CRM fornisce assistenza? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Gestione dei lead
 - Previsioni di vendita
 - Vendite garantite
 - Tenere traccia delle comunicazioni con i clienti

Vantaggi aziendali

2. Quali vantaggi può trarre un'azienda dall'utilizzo di Microsoft Dynamics CRM? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Cicli di vendita più brevi
 - Percentuali di chiusura più elevate
 - Maggiore fidelizzazione dei clienti
 - Migliore gestione dell'inventario

Creazione di un'opportunità

3. Cosa è necessario presentare prima di creare un'opportunità?
 - Un elenco marketing
 - Un lead
 - Un concorrente
 - Un cliente

Lead

4. L'utilizzo dei lead è necessario per il processo di vendita?
 - Sì
 - No

Processo di vendita

5. Attività: disporre i seguenti elementi nell'ordine corretto, dal primo all'ultimo, in base alla loro posizione nel processo di vendita. Selezionare tutte le risposte appropriate.

Passaggio 4 : Offerta

Passaggio 2 : Fattura

Passaggio 1 : Opportunità

Passaggio 3 : Lead

CAPITOLO 7: GESTIONE DELLE OPPORTUNITÀ

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Comprendere il ruolo delle opportunità in Microsoft Dynamics CRM.
- Utilizzare i flussi di lavoro del processo di vendita per i report sulla pipeline.
- Creare opportunità.
- Lavorare con le opportunità applicando processi di vendita, aggiungendo impegni, visualizzando la documentazione, aggiungendo prodotti e concorrenti.
- Chiudere le opportunità.

Introduzione

In questa lezione viene spiegato come utilizzare Microsoft Dynamics CRM per lavorare a una vendita con clienti qualificati. Nella prima parte viene illustrata la modalità di creazione di un'opportunità. Quindi vengono descritti i flussi di lavoro del processo di vendita e il relativo utilizzo per gestire le opportunità e tenere traccia del loro avanzamento nella pipeline. Vengono inoltre descritte le modalità disponibili per tenere traccia degli impegni in corso di un'opportunità e per gestire l'opportunità con operazioni quali la visualizzazione della documentazione di vendita e l'aggiunta di informazioni sui prodotti di interesse e sui concorrenti. Infine, viene indicato come chiudere in modo corretto un record delle opportunità in Microsoft Dynamics CRM.

Informazioni sulle opportunità

Le opportunità sono potenziali vendite e rappresentano lo strumento principale per tenere traccia delle singole potenziali vendite. Registrare le opportunità consente di tenere traccia della pipeline delle vendite per un singolo venditore, per un reparto vendite o per l'intera organizzazione, nonché di creare report con le informazioni appropriate. È possibile creare una nuova opportunità direttamente nel sistema oppure, se nell'organizzazione si utilizzano i lead, convertire lead qualificati in opportunità, per evitare di immettere nuovamente i dati.

***Procedura consigliata:** molte organizzazioni utilizzano terminologia specifica per le potenziali transazioni e i potenziali clienti, per differenziarli nel processo di vendita. È importante comprendere che in Microsoft Dynamics CRM il termine lead si riferisce specificatamente a potenziali relazioni non qualificate, mentre il termine opportunità si riferisce a una specifica transazione con un cliente potenziale o corrente. È necessario ricordare che i lead possono includere informazioni su una persona, sull'organizzazione in cui lavora e su una vendita potenziale. Dopo la qualifica, tuttavia, le informazioni del lead vengono suddivise in tre record, ovvero il record degli account, il record dei contatti e il record delle opportunità. Assicurarsi che gli utenti comprendano la differenza tra lead e opportunità.*

La gestione delle opportunità è un elemento chiave per tutte le aziende, poiché una gestione oculata genera vendite e consente di prevedere in modo preciso i potenziali ricavi. I team di vendita vengono valutati in base alle transazioni commerciali che concretizzano e le pipeline delle opportunità vengono spesso utilizzate per tenere traccia delle vendite e misurare le relative prestazioni. Ciò rende le opportunità uno degli aspetti su cui il team di vendita deve concentrare la propria attenzione.

I venditori dedicano molto del loro tempo e della loro energia al tentativo di convertire le opportunità in vendite. La gestione delle opportunità può coinvolgere varie attività e interazioni con i clienti, ad esempio valutare le esigenze del cliente, formulare una soluzione, ideare una proposta e infine ottenere l'accettazione da parte del cliente. Tali attività rappresentano le fasi di vendita dell'opportunità ed è importante tenerne traccia perché forniscono una valida indicazione di quanto l'opportunità sia distante dalla chiusura. Come ulteriore supporto alla chiusura della vendita e all'analisi delle opportunità, è possibile registrare attributi quali la probabilità di chiusura della vendita. La probabilità può essere immessa dal venditore o calcolata dal sistema in base alla posizione dell'opportunità nell'ambito di un processo di vendita predefinito.

Scenario

[Società1] sta utilizzando CRM per registrare prodotti e ordini di vendita. Un rappresentante di vendita dell'organizzazione ha convertito un lead, [Società2], in un'opportunità, un account e un contatto. Le successive interazioni con il cliente vengono registrate direttamente dall'opportunità. Il cliente è interessato al [Prodotto1]. Il rappresentante di vendita associa tale prodotto all'opportunità e quindi verifica la documentazione di vendita disponibile per il prodotto. Seleziona quindi un elemento della documentazione e lo invia al cliente.

Processi di vendita e il report Pipeline di vendita

Spesso le organizzazioni prevedono potenziali ricavi valutando le opportunità esistenti e la fase in cui queste si trovano all'interno di un processo di vendita, detto pipeline. A seconda del processo di vendita dell'organizzazione, una pipeline può includere varie fasi. Ogni fase comporta l'avvicinamento dell'opportunità alla chiusura, con il conseguente aumento della probabilità che la vendita vada a buon fine. Esiste pertanto una relazione diretta tra la posizione dell'opportunità nella pipeline delle vendite e la probabilità di chiusura della vendita. Le organizzazioni possono eseguire report sullo stato della pipeline, che consentono di prevedere i ricavi in base alle fasi della pipeline. Ciò consente all'azienda di avere un quadro più preciso dei ricavi previsti.

Questo tipo di previsione risulta precisa ma funziona solo se la valutazione delle probabilità in base alle fasi viene eseguita in modo coerente. Se ad esempio i venditori immettono manualmente le probabilità ad ogni fase, è possibile che un rappresentante di vendita immetta una probabilità del 30% per le opportunità nella fase B e un altro rappresentante immetta per le opportunità nella stessa fase una probabilità solo del 15%. È pertanto a tutto vantaggio delle aziende definire e implementare un flusso di lavoro del processo di vendita che definisca l'andamento delle opportunità in tutte le fasi della pipeline e ne tenga traccia in base a criteri prestabiliti e coerenti, nonché definire le probabilità per ogni fase.

Scenario

Un direttore commerciale presso [società1] ha scoperto un potenziale cliente presso un'azienda [verticale]. Crea quindi un'opportunità che avvia il flusso di lavoro del processo di vendita della sua organizzazione. Le fasi previste per l'opportunità sono tre:

- **Individuazione:** il direttore commerciale e gli altri membri del team di vendita identificano le esigenze e i punti deboli del cliente. Quando il direttore commerciale crea l'opportunità, viene automaticamente applicato il flusso di lavoro del processo di vendita in base al quale viene creato un impegno di tipo attività che ha come oggetto la pianificazione di una riunione di valutazione con il cliente da parte del direttore commerciale. A questo seguiranno altri impegni e passaggi, fino a quando la valutazione non sarà completata. A quel punto, il team di vendita analizzerà i requisiti e completerà la fase di individuazione. Al termine della fase, il flusso di lavoro imposta il campo **Probabilità** su 20%.
- **Proposta:** il direttore commerciale determina come soddisfare i requisiti identificati nella fase di individuazione e redige una bozza di proposta per il cliente. Il flusso di lavoro verifica che le informazioni obbligatorie siano state immesse nel sistema. A ciò segue un processo di negoziazione che proseguirà fino a quando il cliente non approverà la proposta e i prezzi. Al termine della fase, il flusso di lavoro imposta il campo **Probabilità** su 60%.
- **Chiusura:** la proposta è stata accettata dal cliente, pertanto in Microsoft Dynamics CRM il direttore commerciale completa il contratto con il cliente e pianifica la consegna della soluzione. Quando il direttore commerciale contrassegna la vendita come chiusa e imposta il motivo dello stato, il flusso di lavoro del processo di vendita termina. Prima del termine, il flusso di lavoro imposta il campo **Probabilità** su 100%.

Flussi di lavoro del processo di vendita

Microsoft Dynamics CRM offre la possibilità di gestire la pipeline delle vendite tramite flussi di lavoro a fasi. Tali flussi di lavoro, progettati specificatamente per definire la pipeline delle vendite, vengono denominati *flussi di lavoro del processo di vendita*.

In un flusso di lavoro del processo di vendita, le fasi del flusso di lavoro corrispondono alle fasi della pipeline. Un flusso di lavoro del processo di vendita può essere composto da varie fasi, a seconda delle esigenze aziendali. Ad ogni fase possono essere associate vari impegni, ad esempio la pianificazione di una riunione con un cliente o l'invio di una lettera. È possibile rendere obbligatorio il completamento di tali impegni prima che si possa passare alla fase successiva, in modo che prima di iniziare una fase sia necessariamente completata la fase precedente. È inoltre possibile che il flusso di lavoro imposti automaticamente una probabilità quando tutti gli impegni di una fase sono completati e si passa a quella successiva. In questo modo, la probabilità dell'opportunità viene modificata automaticamente. L'utilizzo dei flussi di lavoro del processo di vendita in Microsoft Dynamics CRM consente alle aziende di implementare una pipeline uniforme, per garantire registrazioni e report coerenti.

È possibile creare più flussi di lavoro del processo di vendita. Un'organizzazione, ad esempio, potrebbe utilizzare diversi processi della pipeline per diversi tipi di opportunità.

***Procedura consigliata:** quando si crea un flusso di lavoro del processo di vendita che crea impegni, includere il nome dell'opportunità negli impegni che si creano, in modo che l'utente finale possa visualizzare l'opportunità correlata ad ogni impegno.*

Esercitazione pratica: Utilizzare flussi di lavoro e processo di vendita

In questa esercitazione pratica viene utilizzato il report Pipeline di vendita per visualizzare informazioni specifiche sulle vendite.

Scenario

Un rappresentante di vendita dell'[organizzazione dell'utente] ha individuato un potenziale cliente presso una [società]. Il processo di vendita inizia con la creazione di un'opportunità e attraversa tre fasi: Individuazione, Proposta e Chiusura.

Descrizione degli obiettivi

L'obiettivo di questa esercitazione pratica è di creare un processo di vendita utilizzando le fasi che un'opportunità attraversa per convertirsi in vendita.

Creare un flusso di lavoro a fasi

Eseguire la procedura seguente per creare un flusso di lavoro a fasi:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi su **Flussi di lavoro**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. In **Nome flusso di lavoro** immettere [nome flusso di lavoro Processo di vendita].
4. In **Entità** selezionare **Opportunità**. Questo flusso di lavoro viene avviato quando viene creata un'opportunità.
5. In **Tipo** selezionare **Nuovo flusso di lavoro vuoto**.
6. Fare clic su **OK**.
7. In **Ambito** selezionare **Organizzazione**.
8. In **Pubblica come** selezionare **Flusso di lavoro**.
9. In **Avvia in caso di** selezionare **Creazione record**. Il flusso di lavoro verrà avviato ogni volta che verrà creata una nuova opportunità.

Creare una fase

Eseguire la procedura seguente per creare una fase:

1. Fare clic su **Aggiungi passaggio** sulla barra degli strumenti **Azioni**. Nel messaggio di conferma fare clic su **OK**.
2. Fare clic su **Digitare qui** una descrizione per la fase e quindi immettere **Fase individuazione**.
3. Nella riga successiva fare clic su **Selezionare la riga e fare clic su Aggiungi passaggio**, quindi sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Aggiungi passaggio** e selezionare **Aggiorna record**.
4. Fare clic su **Imposta proprietà**.
5. Nella scheda **Altri campi** della finestra di dialogo **Aggiorna Opportunità**, in **Fase pipeline**, immettere **Individuazione**.
6. Fare clic su **Salva e chiudi**.
7. Nella riga successiva fare clic su **Selezionare la riga e fare clic su Aggiungi passaggio**. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Aggiungi passaggio** e quindi selezionare **Crea record**.
8. Fare clic su **Digitare qui la descrizione del passaggio** e quindi digitare **Riunione valutazione**.
9. Nella riga successiva selezionare **Attività** nella casella **Crea**.
10. Fare clic su **Imposta proprietà**.
11. Nella finestra di dialogo **Crea Attività**, in **Oggetto** immettere **Pianificare riunione di valutazione**.
12. Fare clic su **Salva e chiudi**.
13. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Aggiungi passaggio** e quindi selezionare **Crea record**.

14. Fare clic su **Digitare qui la descrizione del passaggio** e quindi digitare **Completare documento requisiti**.
15. Nella riga successiva selezionare **Attività** nella casella **Crea**.
16. Fare clic su **Imposta proprietà**. Nella finestra di dialogo Crea Attività, in **Oggetto** immettere **Completare documento requisiti**.

Completare il flusso di lavoro

Eeguire la procedura seguente per completare il flusso di lavoro:

1. Fare clic sul puntino blu accanto al titolo **Riunione valutazione** per selezionare la riga. La riga verrà evidenziata in blu.
2. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Aggiungi passaggio** e quindi selezionare **Condizione di attesa**.
3. Fare clic su **Digitare qui la descrizione del passaggio** e immettere **Condizione di attesa per riunione valutazione**.
4. Nella riga successiva fare clic su <condizione> (fare clic per configurare).
5. Nella finestra di dialogo **Specifica condizione flusso di lavoro** posizionare il puntatore del mouse su **Selezionare**, quindi in **Valori locali** selezionare l'attività **Riunione valutazione**.
6. Nella colonna accanto posizionare il puntatore del mouse su **Selezionare** e quindi selezionare **Stato attività**.
7. Nella colonna accanto posizionare il puntatore del mouse su **Selezionare** e quindi selezionare **Uguale a**.
8. Nella colonna accanto posizionare il puntatore del mouse su **Immettere un valore** e quindi fare clic sui puntini di sospensione. Nell'elenco **Valori disponibili** selezionare **Completata** e quindi fare clic su >> per spostare il valore nell'elenco **Valori selezionati**, quindi fare clic su **OK**.
9. Fare clic su **Salva e chiudi**.
10. Ripetere i passaggi da 1 a 9 per aggiungere lo stesso tipo di **condizione di attesa** per **Completare documento requisiti**.
11. Ripetere la procedura descritta nella sezione precedente per aggiungere la fase successiva, **Proposta**. Includere questi passaggi:

Attività **Creare bozza proposta**

Attività **Ottenere approvazione prezzi**

12. Ripetere i passaggi da 1 a 9 per aggiungere **condizioni di attesa** che prevedano il completamento delle attività della fase **Proposta**.

13. Ripetere la procedura descritta nella sezione precedente per aggiungere la fase successiva, **Chiusura**. Includere questi passaggi:

Attività **Completare il contratto**

Attività **Pianificare consegna soluzione**

A questo punto lo script del flusso di lavoro è completato.

14. Ripetere i passaggi da 1 a 9 per aggiungere **condizioni di attesa** che prevedano il completamento delle attività della fase Chiusura.
15. Sulla barra degli strumenti **Standard** del modulo Flusso di lavoro fare clic su **Salva**.
16. Sulla barra degli strumenti **Standard** fare clic su **Pubblica** per pubblicare il flusso di lavoro.

Utilizzare un processo di vendita per tenere traccia delle opportunità

Per avviare il flusso di lavoro corretto, è possibile applicare all'opportunità il flusso di lavoro appropriato al momento della creazione dell'opportunità oppure progettare flussi di lavoro che verifichino determinati criteri al momento della creazione dell'opportunità.

Quando si applica all'opportunità un flusso di lavoro del processo di vendita, questo aggiunge impegni all'opportunità (che verranno visualizzati anche nell'elenco degli impegni presente nell'Area di lavoro dell'utente) in base alla fase di vendita corrente. Gli utenti possono segnalare il completamento degli impegni mano a mano che vengono completati. Quando gli impegni richiesti da una fase sono completati, l'opportunità passa automaticamente alla fase successiva del processo di vendita con la conseguente modifica delle probabilità, in base a quanto specificato nel flusso di lavoro.

***Procedura consigliata:** per ottimizzare l'utilizzo delle opportunità, è possibile utilizzare l'elenco delle attività e il Calendario di Microsoft Outlook. È possibile fare in modo che gli impegni di Microsoft Dynamics CRM vengano visualizzati come attività nell'elenco delle attività di Microsoft Outlook (o, nel caso di riunioni, come appuntamenti nel calendario) e quindi contrassegnarli come completati direttamente da Outlook. Per ulteriori informazioni, vedere la lezione 5 Utilizzare il client Microsoft Dynamics CRM per Outlook.*

Utilizzare il report Pipeline di vendita

Il report Pipeline di vendita è un report standard predefinito di Microsoft Dynamics CRM. Tale report interagisce con i flussi di lavoro del processo di vendita per visualizzare le previsioni sui ricavi in diversi modi. Per utilizzare il flusso di lavoro del processo di vendita è necessario:

- Creare un flusso di lavoro a fasi
- Applicare il flusso di lavoro alle opportunità che si desiderano includere nel report
- Immettere i ricavi previsti per le opportunità

Quando si esegue il report Pipeline di vendita, si seleziona il flusso di lavoro del processo di vendita da includere nel report. Nel report verranno pertanto visualizzate tutte le opportunità a cui è stato applicato il flusso di lavoro. È possibile visualizzare le previsioni relative ai ricavi in base alla fase di vendita, per valutare i ricavi previsti e quelli ponderati, ma è anche possibile visualizzare i ricavi in altri modi, ad esempio in base alle aree di vendita o al prodotto. È inoltre possibile utilizzare il report per prevedere i ricavi di vendita in base alla probabilità di chiusura dell'opportunità, indicate nelle fasi.

Procedura: Visualizzare un report Pipeline di vendita

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro** e quindi su **Report**.
2. Nell'elenco dei report selezionare e aprire il report **Pipeline di vendita**.
3. Nella finestra di dialogo Visualizzatore report modificare, se necessario, i criteri predefiniti. Per istruzioni, vedere la Guida di Microsoft Dynamics CRM.
4. Fare clic su **Esegui report**.
5. Nel report delle vendite, in **Raggruppa per processo di vendita**, selezionare il flusso di lavoro del processo di vendita che rappresenterà la base per il report.
6. In **Raggruppa** selezionare i dati in base ai quali raggruppare il report. Selezionare Fase di vendita per visualizzare i ricavi in base alle fasi di vendita definite nel flusso di lavoro del processo di vendita.
7. In **Ricavi** selezionare il tipo di ricavi che si desidera vengano visualizzati nel report.
8. Fare clic su **Visualizza report**.

Nota: per visualizzare i ricavi nel report, è necessario che nell'opportunità per la quale si sta creando il report sia presente un campo relativo ai ricavi. I report possono anche essere esportati e stampati.

Creare opportunità

È possibile creare opportunità manualmente o tramite la conversione di un lead o di un impegno in opportunità. Se nell'organizzazione vengono utilizzati i lead, le opportunità verranno spesso create convertendo i lead. Il processo di conversione dei lead in opportunità viene illustrato nella lezione 8, Gestire i lead. In caso contrario, è possibile creare un'opportunità per un account o cliente esistente oppure crearla in base a un impegno completato, ad esempio un messaggio di posta elettronica o una telefonata.

***Procedura consigliata:** anche se l'organizzazione sceglie di non utilizzare i lead nel processo di vendita standard, è possibile utilizzarli come utile strumento di immissione dei dati. Quando si stabilisce una nuova relazione, è possibile immettere in un record dei lead informazioni su una persona, sulla relativa società e sulle vendite potenziali e quindi impostare il lead come qualificato. In questo modo, verranno automaticamente creati il contatto, l'account e l'opportunità senza che sia necessario digitare le informazioni in tutti e tre i moduli.*

È possibile creare un'opportunità da zero, ad esempio se un cliente esistente telefona per chiedere informazioni su un nuovo prodotto o servizio offerto dalla società. In tal caso, sebbene il cliente e l'account esistano già, si creerà un'opportunità relativa a questa specifica potenziale vendita.

Procedura: Creare un'opportunità

Eseguire la procedura seguente per creare una nuova opportunità o modificare un'opportunità esistente.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite**, nell'area Vendite fare clic su **Opportunità**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nella scheda **Generale** immettere informazioni oppure osservare eventuali restrizioni o requisiti specificati:
 - **Argomento:** immettere informazioni descrittive di ciò a cui l'opportunità è interessata. Ad esempio, se un cliente esistente ha telefonato per chiedere dettagli su un prodotto, elencare il nome dei prodotti.
 - **Potenziale cliente:** immettere l'account o contatto appropriato. È possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare il cliente o creare un nuovo account o contatto.
 - **Listino prezzi:** se l'organizzazione utilizza i listini prezzi, selezionare quello appropriato. Per cercare un listino prezzi è possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca. Per ulteriori informazioni sui listini prezzi, vedere la lezione 9 Utilizzare il Catalogo prodotti.

- **Ricavi:** se l'organizzazione utilizza la determinazione automatica dei prezzi, selezionare **Calcolati dal sistema**. In caso contrario, selezionare **Specificati dall'utente** e quindi immettere un importo in **Ricavi prev.**
 - **Ricavi prev.:** i ricavi previsti vengono calcolati per le opportunità a cui sono stati aggiunti prodotti. Se è stato selezionato Specificati dall'utente, immettere un importo in questo campo. Questo valore verrà visualizzato nell'elenco delle opportunità disponibile nella pagina principale delle opportunità e verrà utilizzato a scopo di previsione.
 - **Data chiusura prev.:** se necessario, immettere la data in cui si prevede che la vendita verrà chiusa. Questa data verrà utilizzata a scopo di previsione.
 - **Probabilità:** se un'organizzazione utilizza le probabilità, immettere un numero compreso tra 1 e 100, per indicare la probabilità che la vendita si realizzi. Si noti che questo valore potrebbe essere calcolato automaticamente in base al processo di vendita.
4. Nella scheda **Amministrazione** immettere informazioni oppure osservare eventuali restrizioni o requisiti specificati:
 - **Proprietario:** immettere il proprietario dell'opportunità, se necessario. Il campo del proprietario viene automaticamente popolato con il nome dell'utente che crea il record. È possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare un altro utente.
 - **Motivo stato:** selezionare lo stato dell'opportunità, ad esempio **In corso** o **Bloccata**.
 5. Nella scheda **Note** selezionare **Fare clic qui per immettere una nuova nota** e immettere i dettagli desiderati sull'opportunità.
 6. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Convertire impegni in opportunità

Le interazioni tra un rappresentante di vendita e un cliente possono originare delle opportunità. È possibile, ad esempio, che un rappresentante di vendita riceva una telefonata, un messaggio di posta elettronica o un fax da un cliente che desidera acquistare un prodotto o servizio. Oppure potrebbe nascere un'opportunità durante un incontro con un cliente. Questi impegni o interazioni possono essere registrati in Microsoft Dynamics CRM, che consente all'utente di convertire direttamente l'impegno in opportunità. In questo modo, il team di vendita è in grado di aggiornare la pipeline delle opportunità in modo efficace.

Procedura: Convertire un impegno in opportunità

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro** e in Attività personali fare clic su **Impegni**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire l'impegno che si desidera convertire.
3. Sulla barra degli strumenti **Azioni** scegliere **In opportunità** dal menu **Converti impegno**.
4. Nella finestra di dialogo, in **Cliente**, immettere un **account** o **contatto**. È possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare un account o contatto.
5. Se necessario, in **Valuta** modificare la valuta utilizzata per l'opportunità. Per impostazione predefinita è impostata la valuta specificata per l'account o contatto selezionato.
6. Se necessario, in **Campagna di origine** immettere la campagna che ha generato l'impegno. È possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare la campagna.

*Nota: se nella finestra di dialogo per la conversione dell'impegno si deseleziona l'opzione **Registra una risposta a una campagna chiusa**, il campo **Campagna di origine** viene modificato in modo da non essere obbligatorio.*

7. Selezionare le altre opzioni appropriate e quindi fare clic su **OK**.
8. Nel modulo Opportunità fare clic su **Salva e chiudi**.

Utilizzare le opportunità

L'utilizzo delle opportunità può comprendere diverse attività:

- Tenere traccia dei prodotti ai quali il cliente è interessato
- Tenere traccia degli impegni correlati all'opportunità
- Tenere traccia dei concorrenti
- Inviare documentazione al cliente
- Assegnare e condividere opportunità
- Spostare le opportunità all'interno del flusso di lavoro del processo di vendita

Per una strategia di vendita efficace, è importante che i venditori siano a conoscenza delle interazioni avvenute con un cliente, dei punti di contatto stabiliti e di ciò che dovrà avvenire. Contattare i clienti in modo proattivo facilita le vendite, pertanto telefonate, messaggi di posta elettronica, fax e riunioni sono interazioni chiave. Affinché i venditori abbiano un quadro completo dell'opportunità, è importante tenere traccia di varie attività che coinvolgono il cliente. Microsoft Dynamics CRM consente di registrare vari tipi di attività e di correlarle a un'opportunità.

Per le organizzazioni che gestiscono le informazioni sui prodotti nel sistema CRM, potrebbe essere necessario correlare i prodotti alle opportunità. In tal caso, quando un venditore deve produrre un'offerta o una proposta, è possibile utilizzare Microsoft Dynamics CRM per generarla con i dettagli dei prodotti o servizi a cui il cliente è interessato. La registrazione dei prodotti e la loro associazione alle opportunità consente inoltre di calcolare il valore dell'opportunità, rendendo il tal modo possibile ai venditori di concentrarsi sulle opportunità di valore maggiore. Per ulteriori dettagli sui prodotti, vedere la lezione 9 Utilizzare il Catalogo prodotti.

I team di vendita potrebbero avere la necessità di tenere traccia delle informazioni sulle organizzazioni concorrenti. I concorrenti possono essere associati alle opportunità, in modo che i venditori siano a conoscenza dei problemi da affrontare prima di poter realizzare una determinata vendita.

Infine, nel tentativo di realizzare un'opportunità i team di vendita potrebbero avere la necessità di inviare al cliente informazioni su un prodotto o servizio. Microsoft Dynamics CRM consente di visualizzare la documentazione disponibile per i prodotti e i concorrenti associati all'opportunità. È ad esempio possibile registrare la documentazione di vendita sui prodotti inviata al cliente. Essere a conoscenza di ciò che si può inviare e ciò che è già stato inviato a un cliente consente al team di vendita di aumentare le probabilità di successo di una transazione commerciale.

Aggiungere e visualizzare impegni per un'opportunità

La parte più consistente del lavoro necessario per chiudere un'opportunità è rappresentata dalle interazioni con il cliente. Tali interazioni possono essere registrate in Microsoft Dynamics CRM come impegni.

Gli impegni possono essere aggiunti a un'opportunità prima di essere completati, per tenere traccia delle azioni da intraprendere. È possibile aggiungere impegni specifici, ad esempio telefonate o messaggi di posta elettronica, utilizzare l'impegno Attività per tenere traccia di attività generiche da eseguire.

Ad esempio, per telefonare a un contatto riguardo un'opportunità, creare un impegno e annotarvi le informazioni che dovranno essere affrontate durante la telefonata. In seguito, al termine della telefonata, sarà possibile contrassegnare l'impegno come completato. Alcuni impegni, ad esempio i messaggi di posta elettronica, vengono automaticamente contrassegnati come completati dopo essere stati eseguiti tramite Microsoft Dynamics CRM.

Quando un impegno viene completato, viene incluso nella cronologia dell'opportunità. È possibile visualizzare gli impegni eseguiti per un'opportunità in diversi intervalli di tempo, ad esempio la settimana scorsa o negli ultimi novanta giorni.

Procedura: Aggiungere un nuovo impegno all'opportunità

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite**, nell'area Vendite fare clic su **Opportunità**.
2. Selezionare e aprire un'opportunità nella griglia.
3. Sulla barra degli strumenti **Standard** scegliere **Aggiungi impegno** dal menu Azioni e quindi fare clic su **Attività**. Gli altri impegni che è possibile aggiungere sono:
 - Fax
 - Telefonata
 - Posta elettronica
 - Lettera
 - Appuntamento
4. Nel campo **Oggetto** immettere l'argomento dell'impegno.
5. Nella casella di testo principale immettere una descrizione dell'attività.
6. Il campo **Proprietario** viene automaticamente popolato con il nome dell'utente che crea il record. È possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare un altro utente (*il campo Proprietario non viene visualizzato per gli impegni di tipo appuntamento*).
7. Se l'attività deve essere eseguita entro una determinata data, immetterla nel campo **Scadenza**.
8. Immettere le altre informazioni eventualmente necessarie e quindi fare clic su **Salva e chiudi**.

***Nota:** per chiudere manualmente un impegno, ovvero contrassegnarlo come completato, aprire il record dell'impegno. Sulla barra degli strumenti **Standard** scegliere l'opzione appropriata in base all'impegno, ad esempio **Chiudi record Fax** o **Chiudi record Appuntamento** dal menu Azioni.*

Procedura: Visualizzare la cronologia degli impegni

Gli impegni vengono visualizzati nell'elenco della cronologia quando sono chiusi. La cronologia contiene pertanto l'elenco dei messaggi di posta elettronica e dei fax inviati, delle attività completate, delle telefonate fatte o degli appuntamenti che hanno già avuto luogo.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite**, nell'area Vendite fare clic su **Opportunità**.
2. Selezionare e aprire un'opportunità nella griglia.
3. Nell'area **Dettagli** del riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Cronologia**.
4. Nell'elenco a discesa **Filtro in base a** selezionare il periodo di tempo per il quale si desidera visualizzare la cronologia degli impegni.

5. In **Includi** selezionare **Record correlati** per visualizzare la cronologia di tutti i record correlati a quello dell'opportunità, ad esempio la cronologia degli impegni per i lead o contatti associati all'opportunità. Selezionare **Solo questo record** per visualizzare la cronologia solo dell'opportunità.
6. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Aggiungere concorrenti a un'opportunità

È possibile tenere traccia dei concorrenti nonché dei loro prodotti e della loro documentazione di vendita che corrispondono al proprio inventario. Quando si gestiscono le opportunità, conoscere la concorrenza può fare la differenza ai fini dell'acquisizione di un'opportunità. Se il team di vendita è al corrente della concorrenza, le sue probabilità di successo per la vendita di prodotti e servizi saranno molto maggiori rispetto alla concorrenza.

Procedura: Aggiungere un concorrente a un'opportunità

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite**, nell'area Vendite fare clic su **Opportunità**.
2. Selezionare e aprire un'opportunità nella griglia.
3. Nell'area Vendite del riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Concorrenti**.
4. Sulla barra degli strumenti Azioni fare clic su Aggiungi elemento Concorrente esistente.
5. Nella finestra di dialogo Cerca record fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per visualizzare l'elenco dei concorrenti disponibili nell'elenco **Record disponibili** a sinistra. Selezionare un record nell'elenco **Record disponibili** e quindi fare clic sul pulsante freccia per spostare il concorrente nell'elenco **Record selezionati**. Fare clic su **OK**.
6. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Visualizzare la documentazione di vendita tramite un'opportunità

Durante il processo di vendita, i rappresentanti potrebbero avere la necessità di inviare documentazione. La documentazione di vendita viene creata da altre aree dell'organizzazione ma è disponibile per la visualizzazione e l'utilizzo da parte del team di vendita. La documentazione di vendita non viene associata direttamente alle opportunità, ma a un prodotto o un concorrente. Il prodotto o il concorrente è associato a un'opportunità e la documentazione di vendita può essere visualizzata aprendo il record del prodotto o concorrente associato all'opportunità.

Procedura: Accedere alla documentazione di vendita tramite un concorrente

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite**, nell'area Vendite fare clic su **Opportunità**.
2. Selezionare e aprire un'opportunità nella griglia.
3. Nell'area **Vendite** del riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Concorrenti**.
4. Nell'elenco dei concorrenti selezionare e aprire un concorrente.
5. Nell'area **Vendite** del riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Documentazione di vendita**.
6. Nell'elenco selezionare e aprire un record della documentazione per visualizzare informazioni dettagliate sulla documentazione.
7. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Procedura: Accedere alla documentazione di vendita tramite un prodotto

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite**, nell'area Vendite fare clic su **Opportunità**.
2. Selezionare e aprire un'opportunità nella griglia.
3. Nell'area **Dettagli** del riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Prodotti**.
4. Nell'elenco dei prodotti selezionare e aprire un prodotto.
5. Nell'area **Vendite** del riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Documentazione di vendita**.
6. Nell'elenco selezionare e aprire un record della documentazione per visualizzare informazioni dettagliate sulla documentazione.
7. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Nota: per visualizzare la documentazione di vendita di un prodotto, è necessario che all'opportunità sia associato un elenco di prodotti e che la documentazione sia associata ai prodotti appropriati nel listino prezzi.

Assegnare e condividere opportunità

Durante il processo di creazione, alle opportunità viene associato un proprietario, che in genere è il venditore che si occupa dell'opportunità. Talvolta può essere necessario cambiare il proprietario. Inoltre, spesso le opportunità di grande entità sono di proprietà di un team o un gruppo di venditori. Microsoft Dynamics CRM offre la possibilità di condividere le opportunità tra utenti e team, consentendo di attribuire i ricavi generati a un utente o un team.

Microsoft Dynamics CRM consente ai team di vendita di assegnare le opportunità a utenti specifici o di condividerle tra utenti. Ciò consente spostamenti delle opportunità e il loro utilizzo da parte di un utente o un team.

Procedura: Assegnare un'opportunità

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite**, nell'area Vendite fare clic su **Opportunità**.
2. Selezionare un'opportunità nella griglia senza aprirla.
3. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic sull'icona del pulsante **Assegnazione**.
4. Nella finestra di dialogo Assegna Opportunità, selezionare **Assegna a un altro utente** e quindi immettere l'utente o team al quale si desidera assegnare l'opportunità. È possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare un utente.
5. Fare clic su **OK**.

Nota: se l'utente o il team desiderato non viene visualizzato nell'elenco, contattare l'amministratore del sistema.

Chiudere le opportunità

In genere l'utilizzo delle opportunità comporta diverse fasi. Ogni organizzazione prevede uno specifico processo di vendita, spesso implementato nella soluzione tramite flussi di lavoro. Alla fine del processo, l'opportunità arriva alla chiusura, in caso di esito positivo come vendita realizzata.

Chiudere un'opportunità

Quando un'opportunità viene acquisita o persa, è necessario contrassegnarla come chiusa. La chiusura di un'opportunità non ne comporta l'eliminazione dal sistema. Semplicemente l'opportunità non è più disponibile nell'elenco delle opportunità attive e alcuni dei campi diventano di sola lettura.

È consigliabile chiudere un'opportunità anziché eliminarla. In questo modo le note e gli allegati associati all'opportunità vengono salvate per essere consultati in futuro e l'opportunità può essere riaperta in caso di rinnovato interesse.

Nota: un'opportunità chiusa può essere riaperta, mentre se si elimina un'opportunità tutte le relative informazioni vengono perse, così come viene perso l'audit trail per i report e l'analisi. Valutare pertanto con attenzione la situazione prima di eliminare un'opportunità.

Procedura: Chiudere un'opportunità

Sia quando si acquisisce l'opportunità sia quando la si perde, è necessario chiuderla e indicare il relativo stato alla chiusura (*una potenziale vendita a un account o un contatto che può essere acquisita o persa*).

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite**, nell'area Vendite fare clic su **Opportunità**.
2. Selezionare e aprire un'opportunità nella griglia.
3. Sulla barra degli strumenti **Standard** scegliere **Chiudi record Opportunità** dal menu **Azioni**.
4. Nella finestra di dialogo Chiudi opportunità selezionare **Acquisita** o **Persa** per il campo **Stato**. Se si seleziona **Acquisita**, immettere le informazioni seguenti:
 - **Motivo stato**: selezionare il motivo della chiusura dell'opportunità acquisita. L'unico valore predefinito è **Acquisita**, ma è possibile che l'amministratore di sistema abbia aggiunto campi per inserire altre informazioni sulle opportunità acquisite.
 - **Ricavi effettivi**: immettere il prezzo concordato per la vendita. Il valore viene immesso automaticamente se all'opportunità sono stati aggiunti prodotti.
 - **Data chiusura**: immettere la data di chiusura della vendita.
 - **Descrizione**: immettere il motivo dell'acquisizione.

Se in **Stato** si seleziona **Persa**, immettere le informazioni appropriate nei campi seguenti:

- **Motivo stato**: selezionare il motivo per cui l'opportunità è stata persa. Le opzioni predefinite sono **Annullata** ed **Esaurita**. È possibile che siano state aggiunte altre opzioni dall'amministratore di sistema.
 - **Ricavi effettivi**: immettere i ricavi che si prevedeva la vendita avrebbe generato. Il valore viene immesso automaticamente se all'opportunità sono stati aggiunti prodotti.
 - **Data chiusura**: immettere la data in cui l'opportunità è stata chiusa.
 - **Concorrente**: se la vendita è stata persa a vantaggio di un concorrente, immettere il concorrente. È possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare il concorrente.
 - **Descrizione**: immettere il motivo della perdita.
5. Fare clic su **OK**.
 6. Fare clic su **Chiudi**.

Riaprire le opportunità

Talvolta può essere necessario riaprire un'opportunità chiusa. Ad esempio, può succedere che si perda un'opportunità perché il cliente non dispone del denaro necessario per l'acquisto. In seguito, il cliente si ripresenta disponendo della somma necessaria e desidera acquistare il prodotto. In tal caso, l'opportunità chiusa può essere riaperta.

Se anziché creare una nuova opportunità se ne riapre una chiusa, è possibile usufruire delle informazioni di contesto offerte dalla cronologia degli impegni correlati all'opportunità. La possibilità di sfruttare le informazioni relative a interazioni precedenti velocizza il processo di vendita e consente ai venditori di identificare con maggiore efficacia le esigenze dei clienti e di incrementare la probabilità che la vendita vada a buon fine.

Procedura: Riaprire un'opportunità chiusa

Non è possibile riaprire un'opportunità eliminata. Se l'opportunità è stata eliminata, crearne una nuova con le informazioni appropriate in base al nuovo interesse del cliente.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite**, nell'area Vendite fare clic su **Opportunità**.
2. In Visualizza selezionare **Opportunità chiuse**.
3. Nell'elenco selezionare e aprire un'opportunità chiusa.
4. Sulla barra degli strumenti **Standard** scegliere **Riapri record Opportunità** dal menu **Azioni**.
5. Nella finestra di dialogo di conferma scegliere **OK**.
6. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Esercitazione pratica: Gestire la pipeline

Scenario

Un rappresentante di vendita sta concludendo la settimana lavorativa e desidera verificare lo stato della pipeline corrente nonché pianificare impegni per la settimana successiva. Dopo aver esaminato la pipeline corrente, il venditore decide che facendo un'ulteriore telefonata, l'opportunità [nome opportunità] potrà essere chiusa la settimana seguente, pertanto aggiunge la telefonata all'elenco dei propri impegni.

Descrizione degli obiettivi

In questa dimostrazione vengono raggiunti i risultati seguenti:

- Viene utilizzato il report relativo alla pipeline per verificare l'andamento delle vendite
- Vengono utilizzati gli impegni per gestire le opportunità e le attività
- Viene pianificato un nuovo impegno

Procedura

Per visualizzare un report Pipeline di vendita:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro** e quindi su **Report**.
2. Nell'elenco dei report selezionare e aprire il report **Pipeline di vendita**.
3. Nella finestra di dialogo Visualizzatore report, fare clic su **Esegui report**.
4. Nel report delle vendite, in **Raggruppa per processo di vendita** selezionare [nome flusso di lavoro].
5. In Raggruppa selezionare Fase di vendita.
6. Fare clic su **Visualizza report**.

*Nota: per identificare l'opportunità coinvolta in ogni fase, selezionare il titolo dell'opportunità sotto **Opportunità** nel report.*

Per aggiungere un impegno di tipo telefonata a un'opportunità:

1. Nel riquadro di spostamento a sinistra fare clic su **Vendite** e quindi su **Opportunità**.
2. Selezionare e aprire l'opportunità [nome opportunità] nella griglia.
3. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Impegni**.
4. Nella finestra di dialogo **Nuovo impegno** fare clic su **Telefonata**.
5. Fare clic su **OK**.
6. Nel modulo Telefonata immettere [nome oggetto] nel campo **Oggetto**.
7. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Riepilogo

In questa lezione viene illustrato l'utilizzo delle opportunità in Microsoft Dynamics CRM. Viene spiegato come creare e utilizzare le opportunità, nonché come creare flussi di lavoro del processo di vendita e utilizzarli per prevedere i ricavi tramite il report Pipeline di vendita. Viene inoltre illustrato come eseguire varie operazioni relative alle opportunità, ad esempio aggiungere informazioni su prodotti e concorrenti, specificare impegni e tenere traccia del relativo stato o visualizzare documentazione utile ai fini della chiusura della vendita. Viene inoltre indicato come chiudere in modo corretto un record delle opportunità in Microsoft Dynamics CRM.

Verifica

Opportunità

1. Che cos'è un'opportunità?
 - Un impegno di acquisto da parte di un cliente
 - Una potenziale vendita
 - La stessa cosa di un lead
 - Un record creato dopo la preparazione di un'offerta

Opportunità

2. Che tipo di informazioni possono essere registrate tramite le opportunità? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Contatti associati
 - Venditore che vi sta lavorando
 - Elenco dei concorrenti
 - Probabilità di chiusura

Aggiungere prodotti a un'opportunità

3. Quale delle informazioni seguenti deve essere specificata per poter aggiungere prodotti a un'opportunità?
 - Venditore
 - Ricavi previsti
 - Listino prezzi
 - Sconto

Eliminare un'opportunità

4. Cosa succede quando viene eliminata un'opportunità? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Tutte le informazioni delle note correlate vengono perse
 - L'opportunità non può essere riattivata
 - Può essere specificato il motivo dello stato
 - Tutte le informazioni degli impegni correlati vengono perse

Opportunità chiusa

5. È stata chiusa un'opportunità, ma il relativo cliente ha cambiato idea e desidera concludere l'acquisto. Quale operazione è necessario eseguire con l'opportunità?
- Crearne una nuova
 - Riaprirla
 - Attivarla
 - Assegnarla

Pipeline di vendita

6. Per accedere al report Pipeline di vendita, da quale modulo è possibile fare clic su Report?
- Area di lavoro
 - Vendite
 - Servizi
 - Impostazioni

Prova pratica 7.1: Creare un processo di vendita

In questa prova pratica viene creato un flusso di lavoro del processo di vendita per le opportunità. Il processo di vendita creerà un impegno che l'opportunità dovrà completare per poter passare alle fasi successive del flusso di lavoro del processo di vendita.

Man mano che si eseguono le istruzioni, utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Vedere il capitolo di introduzione all'esercitazione per informazioni sui due livelli di istruzioni delle prove pratiche e la soluzione della prova pratica nell'Appendice B.

Scenario

Un amministratore di sistema desidera creare un flusso di lavoro del processo di vendita per le opportunità in base alle tre fasi di vendita della sua organizzazione: Individuazione, Proposta e Chiusura. Tale flusso aggiunge automaticamente impegni all'elenco degli impegni dell'opportunità, in base alla fase di vendita corrente. Mano a mano che gli impegni vengono completati, l'opportunità passa da una fase del processo di vendita a quella successiva.

Descrizione degli obiettivi

Utilizzare Microsoft Dynamics CRM per:

- Visualizzare il report Validità fonti
- Individuare il tipo di lead che ha prodotto i ricavi più elevati
- Visualizzare le opportunità che hanno contribuito maggiormente ai ricavi

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Suggerimenti

Eseguire la procedura seguente per creare un flusso di lavoro a fasi:

Procedura dettagliata

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi su **Flussi di lavoro**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. In **Nome flusso di lavoro** immettere [nome flusso di lavoro Processo di vendita].

4. In **Entità** selezionare **Opportunità**. Questo flusso di lavoro viene avviato quando viene creata un'opportunità.
5. In **Tipo** selezionare **Nuovo flusso di lavoro vuoto**.
6. Fare clic su **OK**.
7. In **Ambito** selezionare **Organizzazione**.
8. In **Pubblica come** selezionare **Flusso di lavoro**.
9. In **Avvia in caso di** selezionare **Creazione record**. Il flusso di lavoro verrà avviato ogni volta che verrà creata una nuova opportunità.

Procedura dettagliata per la creazione di una fase

Eseguire la procedura seguente per creare una fase:

1. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Aggiungi passaggio** e quindi selezionare **Fase**. Nel messaggio di conferma fare clic su **OK**.
2. Fare clic su **Digitare** qui una descrizione per la fase e quindi immettere **Fase individuazione**.
3. Nella riga successiva fare clic su **Selezionare la riga e fare clic su Aggiungi passaggio**, quindi sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Aggiungi passaggio** e selezionare **Aggiorna record**.
4. Fare clic su **Imposta proprietà**.
5. Nella scheda **Altri campi** della finestra di dialogo **Aggiorna Opportunità**, in **Fase pipeline**, immettere **Individuazione**.
6. Fare clic su **Salva e chiudi**.
7. Selezionare il blocco sotto a **Fase individuazione** che include il testo **Aggiorna: Opportunità** e il pulsante **Imposta proprietà**, quindi sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Aggiungi passaggio** e infine selezionare **Crea record**.
8. Fare clic su **Digitare** qui la descrizione del passaggio e immettere **Riunione valutazione**.
9. Nella riga successiva selezionare **Attività** nella casella **Crea**.
10. Fare clic su **Imposta proprietà**.
11. Nella finestra di dialogo **Crea Attività**, in **Oggetto** immettere **Pianificare riunione di valutazione**.
12. Fare clic su **Salva e chiudi**.
13. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Aggiungi passaggio** e quindi selezionare **Crea record**.
14. Fare clic su **Digitare** qui la descrizione del passaggio e quindi digitare **Completare documento requisiti**.
15. Nella riga successiva selezionare **Attività** nella casella **Crea**.
16. Fare clic su **Imposta proprietà**. Nella finestra di dialogo **Crea Attività**, in **Oggetto** immettere **Completare documento requisiti**.
17. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Procedura dettagliata per il completamento del flusso di lavoro

Eeguire la procedura seguente per completare il flusso di lavoro:

1. Fare clic sul puntino blu accanto al titolo **Riunione valutazione** per selezionare la riga. La riga verrà evidenziata in blu.
2. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Aggiungi passaggio** e quindi selezionare **Condizione di attesa**.
3. Fare clic su **Digitare** qui la descrizione del passaggio e immettere **Condizione di attesa per riunione valutazione**.
4. Nella riga successiva fare clic su <condizione> (fare clic per configurare).
5. Nella finestra di dialogo **Specifica condizione flusso di lavoro** posizionare il puntatore del mouse su **Selezionare**, quindi in **Valori locali** selezionare l'attività **Riunione valutazione**.
6. Nella colonna accanto posizionare il puntatore del mouse su **Selezionare** e quindi selezionare **Stato attività**.
7. Nella colonna accanto posizionare il puntatore del mouse su **Selezionare** e quindi selezionare **Uguale a**.
8. Nella colonna accanto posizionare il puntatore del mouse su **Immettere un valore** e quindi fare clic sui puntini di sospensione. Nell'elenco **Valori disponibili** selezionare **Completata** e quindi fare clic su >> per spostare il valore nell'elenco **Valori selezionati**. Fare clic su **OK**.
9. Fare clic su **Salva e chiudi**.
10. Ripetere i passaggi da 1 a 9 per aggiungere lo stesso tipo di **condizione di attesa per Completare documento requisiti**.
11. Ripetere la procedura descritta nella sezione precedente per aggiungere la fase successiva, **Proposta**. Includere questi passaggi:

Attività **Creare bozza proposta**

Attività **Ottenere approvazione prezzi**

12. Ripetere i passaggi da 1 a 9 per aggiungere **condizioni di attesa** che prevedano il completamento delle attività della fase **Proposta**.
13. Ripetere la procedura descritta nella sezione precedente per aggiungere la fase successiva, **Chiusura**. Includere questi passaggi:

Attività **Completare il contratto**

Attività **Pianificare consegna soluzione**

A questo punto lo script del flusso di lavoro è completato.

14. Ripetere i passaggi da 1 a 9 per aggiungere **condizioni di attesa** che prevedano il completamento delle attività della fase Chiusura.
15. Sulla barra degli strumenti **Standard** del modulo Flusso di lavoro fare clic su **Salva**.
16. Sulla barra degli strumenti **Standard** fare clic su **Pubblica** per pubblicare il flusso di lavoro.
17. Verrà visualizzata la finestra di dialogo **Conferma pubblicazione oggetto Flusso di lavoro**. Fare clic su **OK**.
18. Fare clic su **Chiudi** per chiudere il flusso di lavoro.

Prova pratica 7.2: Gestire la pipeline

In questa prova pratica verranno completati gli impegni di un'opportunità nella fase di vendita Proposta per far avanzare l'opportunità verso la fase Chiusura.

Man mano che si eseguono le istruzioni, utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Vedere il capitolo di introduzione all'esercitazione per informazioni sui due livelli di istruzioni delle prove pratiche e la soluzione della prova pratica nell'Appendice B.

Scenario

Un rappresentante di vendita crea un'opportunità e completa gli impegni necessari affinché l'opportunità passi dalla fase Proposta a quella Chiusura del processo di vendita.

Descrizione degli obiettivi

Utilizzare Microsoft Dynamics CRM per:

- Aprire gli impegni dell'opportunità per visualizzare le attività rimanenti.
- Completare le attività rimanenti.
- Fare avanzare l'opportunità fino all'ultima fase del processo di vendita

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Suggerimenti

Seguire la procedura seguente per creare un flusso di lavoro composto da tre fasi:

Procedura dettagliata

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Opportunità**.
2. Fare clic su **Impegni**.
3. Nell'elenco selezionare e aprire l'attività [nome attività].
4. Sulla barra degli strumenti **Azioni** scegliere **Chiudi record Attività** dal menu **Azioni**.
5. Nella finestra di dialogo Chiudi record Attività fare clic su **OK**.
6. Fare clic su **Chiudi**.
7. Nella pagina degli impegni, fare clic sull'icona **Aggiorna elenco** per visualizzare le attività rimanenti.
8. Ripetere i passaggi da 4 a 7 per completare tutte le attività rimanenti al fine di far avanzare l'opportunità alla fase **Chiusura**.

Nota: nell'angolo inferiore destro del modulo Opportunità, è disponibile il campo Fase pipeline, il cui valore corrisponde alla fase corrente dell'opportunità. Questa funzionalità deve essere impostata manualmente nel flusso di lavoro.

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Opportunità

1. Che cos'è un'opportunità?
 - Un impegno di acquisto da parte di un cliente
 - Una potenziale vendita
 - La stessa cosa di un lead
 - Un record creato dopo la preparazione di un'offerta

Opportunità

2. Che tipo di informazioni possono essere registrate tramite le opportunità? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Contatti associati
 - Venditore che vi sta lavorando
 - Elenco dei concorrenti
 - Probabilità di chiusura

Aggiungere prodotti a un'opportunità

3. Quale delle informazioni seguenti deve essere specificata per poter aggiungere prodotti a un'opportunità?
 - Venditore
 - Ricavi previsti
 - Listino prezzi
 - Sconto

Eliminare un'opportunità

4. Cosa succede quando viene eliminata un'opportunità? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Tutte le informazioni delle note correlate vengono perse
 - L'opportunità non può essere riattivata
 - Può essere specificato il motivo dello stato
 - Tutte le informazioni degli impegni correlati vengono perse

Opportunità chiusa

5. È stata chiusa un'opportunità, ma il relativo cliente ha cambiato idea e desidera concludere l'acquisto. Quale operazione è necessario eseguire con l'opportunità?
- Crearne una nuova
 - Riaprirla
 - Attivarla
 - Assegnarla

Pipeline di vendita

6. Per accedere al report Pipeline di vendita, da quale modulo è possibile fare clic su Report?
- Area di lavoro
 - Vendite
 - Servizi
 - Impostazioni

CAPITOLO 8: GESTIRE I LEAD

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Comprendere il processo per utilizzare i lead in Microsoft Dynamics CRM.
- Creare e importare lead in Microsoft Dynamics CRM da un file.
- L'obiettivo di questa esercitazione pratica è convertire un impegno di posta elettronica in un lead.
- Impostare i lead come qualificati, registrarli e convertirli.
- Convertire un lead in un'opportunità.
- Controllare il nuovo contatto e il nuovo account.
- Impostare come non qualificati i lead che non portano a vendite e riattivare i lead impostati come non qualificati.
- Visualizzare i report sui lead.

Introduzione

In questa lezione viene esaminato un processo di vendita più complesso e vengono analizzati i lead in modo più dettagliato, poiché possono rappresentare un punto di ingresso di importanza chiave nel processo di vendita. Si inizia con l'immissione e l'importazione di lead, quindi si passa al processo di conversione di un lead in un'opportunità, un account e un contatto. Viene inoltre descritta la conversione di un impegno in un lead e viene spiegato come impostare i lead come non qualificati e come riattivarli. Al termine della lezione vengono suggerite varie possibilità di utilizzo dei report sui lead.

Utilizzare i lead in Microsoft Dynamics CRM

Come discusso nelle lezioni 6 e 7, in Microsoft Dynamics CRM è disponibile l'entità Opportunità per consentire agli utenti di tenere traccia di una transazione commerciale durante il processo di vendita. Alcune organizzazioni utilizzano solo tale entità per tenere traccia di tutte le transazioni.

Spesso le organizzazioni utilizzano i lead per creare flussi di lavoro dettagliati o report nel processo di trasformazione dei potenziali clienti in clienti qualificati. Un potenziale cliente viene considerato "qualificato" quando il reparto vendite ritiene che rappresenti un'opportunità di concludere una vendita.

In questi casi, i lead rappresentano l'inizio del processo di vendita. Se il processo di vendita inizia con i lead, dopo averli immessi in Microsoft Dynamics CRM è possibile gestirne lo stato, impostarli come qualificati (ovvero verificare che sono interessati a un prodotto) o convertirli in un'opportunità, un account, un contatto oppure in tutti e tre i tipi di record. È inoltre possibile impostarli come non qualificati se non sono più interessati ai propri prodotti e riattivarli se in un momento successivo manifestano un rinnovato interesse.

***Procedura consigliata:** utilizzare i lead per archiviare grandi quantità di dati a basso valore informativo, ad esempio elenchi di potenziali clienti, di partecipanti a fiere e altro ancora. I lead risultano inoltre utili per mantenere distinti i set di dati dei reparti marketing e quelli dei reparti vendite. In questi casi, il reparto marketing imposta come qualificato il lead e lo converte in account, contatto e opportunità, ovvero i tre record con i quali opereranno i venditori.*

Generare e registrare i lead

I lead possono essere generati in vari modi e da varie origini. È ad esempio possibile ricavare lead da siti Web, richieste di informazioni, segnalazioni, reti di contatti, risposte a campagne di marketing o elenchi acquistati. Ciò che è importante ricordare dei lead è che quante più informazioni sono a disposizione maggiore sarà la probabilità di convertirli prima in opportunità e quindi in clienti.

I lead e i clienti vengono registrati separatamente durante l'intero ciclo di vendita. Mantenendo separati i lead dai clienti qualificati, il team di vendita può concentrare i propri sforzi sugli uni o sugli altri, lavorando in modo più efficiente. I lead immessi in Microsoft Dynamics CRM possono essere automaticamente distribuiti ai venditori o ai team corretti creando flussi di lavoro basati sulle regole definite dall'organizzazione o dall'amministratore. Le regole dei flussi di lavoro possono essere utilizzate per registrare i lead e chiudere le vendite in modo coerente ed efficace, grazie all'automazione delle fasi del processo di vendita.

***Procedura consigliata:** sebbene l'elenco dei lead e gli elenchi degli account, dei contatti e delle opportunità si trovino nello stesso database, è bene ricordare che sono da considerare set di dati distinti. I lead vengono utilizzati per registrare grandi quantità di dati non qualificati, mentre account, contatti e opportunità vengono utilizzati per registrare quantità inferiori di dati qualificati e più dettagliati.*

Con i lead è possibile registrare impegni quali telefonate o l'invio di messaggi di posta elettronica. Sarà possibile tenere traccia dello stato di tali impegni e conservare la cronologia dell'impegno, in modo che gli utenti possano visualizzare gli impegni aperti e chiusi per i lead. Se un lead viene convertito in opportunità, account o contatto, gli impegni eseguiti per il lead vengono convertiti e archiviati con il nuovo record, per mantenere la cronologia delle azioni intraprese.

I lead non qualificati rimangono nel database per essere utilizzati in futuro nella creazione dei report aziendali, ad esempio per analizzare il successo di varie origini dei lead o per valutare il tempo dedicato dalla forza vendita alla ricerca di lead.

Scenario

In questo scenario viene descritta la modalità con cui una società raccoglie lead e utilizza Microsoft Dynamics CRM per assegnare i lead tramite un processo del flusso di lavoro.

Ogni mattina un rappresentante di vendita riceve l'elenco dei lead che si sono registrati sul sito Web della società durante le ultime 24 ore. Quindi, importa i lead in Microsoft Dynamics CRM utilizzando la funzionalità di importazione dei lead.

La società genera lead anche in diversi altri modi:

- Partecipazione a fiere
- Richieste di informazioni sui prodotti originate da inserzioni pubblicitarie su riviste
- Acquisto di elenchi marketing per campagne di mailing diretto

Dopo la loro immissione, i lead vengono automaticamente analizzati da una regola preconfigurata del flusso di lavoro che assegna i lead in base alla posizione geografica e crea impegni.

Il passo successivo consiste nel contattare il lead. A seconda del tipo di interazione con il lead, il rappresentante di vendita può intraprendere varie azioni:

- Aggiornare le informazioni, ad esempio il sito Web della società
- Immettere note sull'interazione
- Impostare il lead come qualificato convertendolo in opportunità, contatto o account

Se il rappresentante di vendita rileva un lead non interessato ad intraprendere una relazione commerciale, lo imposta come non qualificato e indica il motivo della mancata qualifica. I lead non qualificati vengono mantenuti nel database, in modo che i relativi dati possano essere utilizzati in futuro per ricerche di mercato e per consentire la riattivazione del lead in caso di rinnovato interesse.

La società tiene traccia dei lead che generano la realizzazione di una vendita e la fonte che ha consentito di ottenere il lead. Ciò consente di concentrarsi sulle campagne di marketing che danno risultati positivi e di migliorarle sempre più.

***Nota:** i lead in genere non sono correlati a account o contatti. Dopo la conversione di un lead in un account, opportunità o contatto, il record del lead viene chiuso. È tuttavia possibile registrare gli impegni (telefonate, appuntamenti, lettere o attività) di un lead. Gli impegni non vengono convertiti in impegni dell'account o contatto ma sono disponibili nella visualizzazione **Record correlati** dell'account o contatto creato.*

Creare e importare i lead

È possibile immettere i lead singolarmente o utilizzare Microsoft Dynamics CRM per importare elenchi di lead nel database. L'importazione costituisce il modo più rapido per aggiungere lead a Microsoft Dynamics CRM. Se ad esempio si dispone di informazioni sui lead in Microsoft Office Outlook o Microsoft Office Excel, è possibile sfruttarle utilizzando l'Importazione guidata dati per importarle in Microsoft Dynamics CRM.

È possibile importare lead e altre entità direttamente in Microsoft Dynamics CRM. Le importazioni vengono eseguite utilizzando l'Importazione guidata dati, che accetta file con valori delimitati da virgole (con estensione CSV).

L'importazione guidata dati viene descritta in questa lezione, ma è disponibile per l'utilizzo in molte aree di Microsoft Dynamics CRM e può essere utilizzata per importare record relativi a varie entità.

Per importare dati, saranno necessari due elementi:

- Un file CSV che contiene le informazioni da importare nel formato corretto. I dati devono essere nell'ordine corretto affinché esista una corrispondenza con i campi appropriati del database e devono essere nel formato corretto (numeri, stringhe, formato corretto dei numeri e così via).
- Un mapping dei dati che mostri la corrispondenza tra i campi del file CSV e i campi di Microsoft Dynamics CRM. Per creare il mapping dei dati, fare clic su **Impostazioni, Gestione dati e Mapping dei dati**.

Le importazioni dei dati vengono eseguite nel server in modalità asincrona. Nella richiesta di importazione è possibile richiedere l'invio da parte del server di un messaggio di posta elettronica al termine dell'importazione.

Raccogliere informazioni sui lead

Quando si crea un lead è possibile immettere solo i campi obbligatori per il sistema o quelli consigliati per l'azienda. Tuttavia, maggiori saranno i dati immessi e più elevata sarà la probabilità di convertire i lead in opportunità e quindi in vendite. In particolare, è consigliabile raccogliere le informazioni seguenti:

Informazioni sui contatti

Il personale di vendita non è in grado di proseguire il lavoro sui lead se non c'è modo di contattarli. Specificare pertanto il maggior numero di dettagli possibile per le informazioni di contatto.

Campagna di origine

Il campo di ricerca Campagna di origine può essere utilizzato per collegare il lead alla campagna di marketing che lo ha originato. Ciò consente al reparto marketing di valutare le prestazioni delle campagne e prendere decisioni più oculate in quanto agli investimenti per il marketing.

Fonte

Il campo **Fonte** è utile solo se la fonte viene specificata per la maggior parte dei lead. Questo campo consente al reparto marketing di tenere traccia di come vengono generati i lead qualificati e di analizzare l'efficacia delle varie fonti. In questo modo è possibile migliorare l'efficacia delle campagne di marketing.

Settore

Il campo **Settore** viene utilizzato in diversi report, ad esempio Validità fonti, che può essere filtrato per visualizzare la validità delle fonti in base al settore. Il campo **Settore** è presente anche nel modulo Account.

Nota: se il settore desiderato non è presente nell'elenco, rivolgersi all'amministratore di sistema per aggiungere nuovi settori a questo campo. I settori personalizzati aggiunti al modulo Lead devono essere aggiunti anche al modulo Account, per garantire la sincronizzazione dei due elenchi.

Convertire un impegno in lead

Per rendere più efficiente il lavoro degli utenti, Microsoft Dynamics CRM offre la possibilità di convertire determinati impegni, ad esempio i messaggi di posta elettronica in arrivo, direttamente in un'entità quale un caso, un'opportunità o un lead, da utilizzare per le successive attività di completamento.

Quando si converte un impegno in un lead, l'impegno di origine diventa un impegno correlato per il nuovo lead. Se l'impegno è aperto, verrà visualizzato nell'elenco Impegni del caso. Se l'impegno è chiuso, verrà visualizzato nell'elenco Cronologia.

Procedura: Creare o modificare un lead

1. Nel **riquadro di spostamento** fare clic su **Vendite** e quindi su **Clienti potenziali** .
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni** .
3. Nella scheda **Generale** immettere informazioni oppure osservare eventuali restrizioni o requisiti specificati.
4. Nell'area **Informazioni sul contatto** immettere informazioni oppure rispettare eventuali restrizioni o requisiti specificati:
 - **Argomento:** queste informazioni riflettono l'interesse del lead. Ad esempio, se un potenziale cliente telefona per chiedere dettagli su un prodotto, inserire qui il nome del prodotto.
 - **Nome:** nome del lead.
 - **Cognome:** cognome del lead.
5. **Nome società esterna:** nell'area Informazioni contatto immettere tutte le informazioni disponibili per contattare il lead. Queste informazioni sono utili per i venditori che dovranno contattare il lead. Microsoft Dynamics CRM convalida gli indirizzi di posta elettronica. Ad esempio:
prova@microsoft.com(mailto:someone@microsoft.com).
Nella scheda **Dettagli** immettere tutte le informazioni disponibili, tra cui:
 - Indirizzo
 - Informazioni sulla società esterna
 - **Informazioni sul lead:** specificare le informazioni sulla fonte, se possibile, per agevolare l'individuazione del metodo di marketing, ad esempio pubblicità o fiere, che possono generare il numero maggiore di lead per l'organizzazione.

6. Nella scheda **Amministrazione** immettere informazioni oppure osservare eventuali restrizioni o requisiti specificati:
 - **Motivo stato:** questo valore viene visualizzato nell'elenco dei lead disponibile nell'area Lead. È possibile ordinare in base alla colonna Motivo stato per visualizzare i nuovi lead o quelli già contattati.
 - **Campagna di origine:** immettere il record della campagna se il lead è stato generato a seguito di una campagna creata in Microsoft Dynamics CRM. Per cercare il record è possibile utilizzare la funzionalità di ricerca.
 - **Metodi di contatto:** immettere il metodo di contatto del lead.
 - **Informazioni sul marketing:** specificare se il lead desidera ricevere o meno materiale di marketing.
7. Nella scheda **Note** fare clic su **Fare clic qui per immettere una nuova nota** e aggiungere le informazioni desiderate per il record.
8. Scegliere **Salva e chiudi**.

***Procedura consigliata:** utilizzare le regole del flusso di lavoro per assegnare un lead o per creare impegni che verranno utilizzati da un rappresentante per qualificare il lead. Il flusso di lavoro e i processi di vendita vengono trattati nella lezione sul completamento del processo di vendita.*

Procedura: Creare un mapping dei dati da un file di origine

Questa procedura descrive come creare un mapping dei dati da un file di origine quando si dispone di un file CSV e si desidera utilizzarlo per creare un mapping dei dati.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e nell'area **Impostazioni** fare clic su **Gestione dati**.
2. Nella pagina Gestione dati fare clic su **Mapping dei dati**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Nel campo **Nome** digitare un nome per il mapping dei dati.
5. Nell'area Mappings fare clic su **Attributi**.
6. Fare clic su **Carica dati di esempio** nella parte inferiore del modulo.
7. Nella finestra Carica dati di esempio fare clic su **Sfogliare** e selezionare il file CSV per cui si desidera creare il mapping.
8. Scegliere **OK**.

La colonna Origine verrà popolata con le intestazioni di colonna del file CSV. Per ogni riga della colonna Origine selezionare il campo di Microsoft Dynamics CRM corrispondente nell'elenco Destinazione, quindi fare clic sul pulsante **Mapping** sotto l'elenco Destinazione.

9. Se si desidera che non vengano importati alcuni dati del file CSV, selezionare ogni colonna che non si desidera importare e fare clic su **Ignora**.
10. Nell'area Mappings fare clic su **Valori elenco**.
11. 1Nelle intestazioni di colonna con attributi sono visualizzati tutti i campi di Microsoft Dynamics CRM selezionati che utilizzano un elenco a discesa. Gli attributi dell'elenco a discesa **Settore**, ad esempio, corrispondono ai settori selezionabili dagli utenti.

In **Valori elenco corrispondenti** selezionare un valore nell'elenco Valore di Microsoft Dynamics CRM per ogni elemento nella colonna Origine, quindi fare clic su **Mapping**. Il valore mappato viene visualizzato nella colonna Destinazione della casella **Valori elenco corrispondenti**.

12. Oltre a tutti i valori presenti nel file di esempio, è necessario specificare un valore di destinazione di Microsoft Dynamics CRM per le righe dei dati di origine per le quali in questo attributo non è presente alcun dato (Vuoto) e per le righe contenenti dati non mappati (Non mappato).

Se ad esempio si stanno importando lead, è consigliabile eseguire il mapping di tutti i valori vuoti o non mappati presenti nella colonna Livello di interesse al valore Basso.

13. Dopo aver completato il mapping, fare clic su **Salva e chiudi**. Il nuovo mapping dei dati viene visualizzato negli elenchi dei mapping dei dati.

Procedura: Importare lead utilizzando l'Importazione guidata dati

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro**. Sulla barra degli strumenti Standard fare clic sul menu **Strumenti**.
2. Scegliere **Importa dati**.
3. Per il campo **File di dati** fare clic su **Sfoglia** e selezionare il file CSV.
4. Scegliere **Avanti**.
5. Per il campo **Tipo di record** selezionare **Lead** per il tipo di record da importare.
6. In **Mapping dei dati** selezionare il mapping di importazione da utilizzare. Fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare e selezionare il mapping di dati da utilizzare. Scegliere **Avanti**.

***Nota:** se non si dispone di un mapping di importazione per i dati, crearne uno in base al file CSV. Vedere la procedura riportata in precedenza: Creare un mapping di dati da un file di origine.*

7. Per il campo **Assegna a** selezionare l'utente a cui sono assegnati i nuovi record importati.
 8. Specificare se importare i record duplicati o meno, quindi scegliere **Avanti**.
 9. In Nuovo nome cambiare il nome dell'importazione, se lo si desidera. Selezionare **Al termine dell'importazione invia un messaggio di posta elettronica** per essere informati quando il processo è completato.
 10. Fare clic su **Importa** per iniziare il processo di importazione.
 11. Se si sceglie di essere avvisati al termine dell'importazione, si riceverà un messaggio di posta elettronica che informa che il processo è stato completato. Altrimenti è possibile visualizzare la nuova importazione facendo clic su **Area di lavoro Attività personali, Importazioni** nel riquadro di spostamento.
-

***Nota:** se si importano date, queste devono essere nel formato UTC: SSAA-MM-GG, dove:*

SS rappresenta il secolo (00-99)

AA rappresenta l'anno (00-99)

MM rappresenta il mese (01-12) e

GG rappresenta il giorno del mese (01-31). Ad esempio, 2002-12-25.

***Nota:** se un valore dell'origine importata è mappato a un campo di tipo lookup o picklist, nell'Importazione guidata vengono presentati i valori dell'origine dati e viene chiesto all'utente di impostare la corrispondenza con i valori di campi di tipo lookup o picklist di Microsoft Dynamics CRM esistenti.*

Esercitazione pratica: Convertire un impegno di posta elettronica in un lead

Questa esercitazione pratica illustra come convertire rapidamente un messaggio di posta elettronica in un lead.

Scenario

Un rappresentante di vendita riceve un messaggio di posta elettronica con la richiesta del prezzo di un prodotto. Il rappresentante desidera seguire i processi di qualifica dei lead standard aziendali. Per avviare questo processo è necessario creare un lead.

Procedura

Seguire la procedura seguente per convertire un messaggio di posta elettronica in un lead:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro** e quindi in **Attività personali** fare clic su **Impegni**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire l'impegno di posta elettronica che si desidera convertire.
3. Sulla barra degli strumenti **Azioni** scegliere **In lead** dal menu **Converti impegno**.
4. Nella finestra di dialogo **Converti Posta elettronica in lead** immettere le informazioni nelle caselle seguenti:
 - **Nome:** digitare il nome proprio del lead.
 - **Cognome:** digitare il cognome del lead.
 - **Società:** digitare il nome della società del lead.
 - **Indirizzo di posta elettronica:** digitare l'indirizzo di posta elettronica del lead.
5. Per impostazione predefinita, durante la conversione vengono completate automaticamente le operazioni seguenti:
 - **Apertura del nuovo lead** dopo la conversione, se sono disponibili tutte le informazioni necessarie per il lead. In caso contrario l'opzione non è disponibile.
 - **Chiusura del modulo di messaggio**.
6. Per cambiare le operazioni svolte durante la conversione, deselezionare le relative caselle di controllo.
7. Scegliere **OK**.

Registrare e convertire i lead

Con Microsoft Dynamics CRM è possibile registrare gli impegni associati ai lead e mantenere una cronologia di tali impegni man mano che il lead avanza lungo il processo di diventare qualificato ed essere convertito in un'opportunità, un contatto o un account. In questa sezione viene descritto come lavorare con i lead e farli avanzare verso lo stato di lead qualificati.

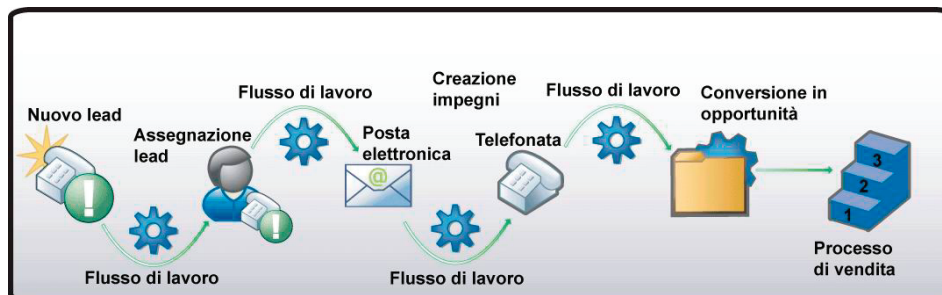


FIGURA 8-1: QUALIFICARE E CONVERTIRE LEAD

Quando i rappresentanti di vendita ricevono un lead, lo qualificano determinando l'interesse dell'organizzazione nei prodotti o servizi offerti. Durante il processo di qualificazione di un lead, il cliente viene contattato e al record del lead vengono aggiunte ulteriori informazioni. La comunicazione con il cliente viene documentata come impegno in Microsoft Dynamics CRM, attraverso:

- Messaggi di posta elettronica
- Appuntamenti
- Telefonate
- Altre attività e altri impegni di comunicazione

Possano essere registrate anche altre attività, ad esempio:

- Creazione di promemoria (attività) per il completamento
- Creazione, modifica, accettazione, assegnazione e chiusura di appuntamenti

Registrare questi impegni è importante per evitare di contattare una società troppe volte o per evitare che più venditori contattino il lead.

Dopo che un lead viene contattato, il relativo stato viene aggiornato in uno dei seguenti modi:

- I lead che manifestano interesse nell'acquisto di prodotti o servizi diventano opportunità.
- I lead che invece non manifestano alcun interesse nell'acquisto vengono impostati come non qualificati, ma conservati comunque nel database per la creazione di report aziendali.

Assegnare e condividere lead

I lead possono essere assegnati a utenti diversi o condivisi con altri utenti. Possono essere assegnati o condivisi da un supervisore che distribuisce i lead tra i rappresentanti di vendita oppure da utenti che condividono i lead, in modo che altri utenti possano aggiornare le informazioni sui lead, se necessario. I lead potrebbero, ad esempio, venire condivisi con i membri del team del marketing, che potrebbero tener conto delle informazioni di carattere demografico per la pianificazione delle campagne di marketing.

Flussi di lavoro

Un processo ben definito contribuisce a garantire l'efficienza e a massimizzare il potenziale dei lead. In Microsoft Dynamics CRM è inoltre possibile creare regole del flusso di lavoro per assegnare i lead agli utenti in base a criteri specifici. I processi del flusso di lavoro possono essere utilizzati per garantire la coerenza e l'applicazione di processi ben definiti. I flussi di lavoro possono creare attività come telefonate iniziali o invii di materiale. Possono inoltre offrire indicazioni, ad esempio indicare quando inviare un messaggio di posta elettronica o far seguito a una telefonata.

Esercitazione pratica: Convertire un lead

Questa esercitazione pratica illustra il processo di qualificazione e conversione di un lead.

Scenario

Un rappresentante di vendita chiama un potenziale cliente, [nome lead/contatto] presso [società lead/account], in merito a un lead nel sistema [descrizione lead] per un possibile acquisto. Il rappresentante di vendita apprende che il cliente desidera ricevere un'offerta per [quantità] di [prodotto]. Il rappresentante di vendita converte il lead in un'opportunità e crea il contatto e l'account.

Procedura

Eeguire la procedura seguente per qualificare e convertire il lead:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Clienti potenziali**.
2. Fare clic sull'intestazione di colonna **Nome completo** per ordinare i dati.
3. Nella casella **Cerca i record** digitare [nome] e quindi fare clic sull'icona **Inizia ricerca**.
4. Selezionare e aprire il lead nell'elenco. [descrizione lead].
5. Sulla barra degli strumenti **Standard** fare clic su **Converti lead**.

6. Nella finestra di dialogo Converti lead selezionare **Imposta come qualificato e converti nei record seguenti**, quindi selezionare **Account, Contatto e Opportunità**. Selezionare **Apri nuovi record** e quindi fare clic su **OK**.

Verrà visualizzato un modulo Opportunità, Account e Contatto

7. Specificare le informazioni relative all'opportunità.

***Procedura consigliata:** l'organizzazione dovrebbe avere una frase convenzionale da inserire nella riga dell'argomento. L'argomento potrebbe indicare, ad esempio, ciò che il cliente desidera acquistare. Una società di servizi, ad esempio, potrebbe utilizzare una convenzione del tipo {Persona} della società {Società} desidera {Prodotto/Servizio}*

8. Nel modulo Contatto in **Posta elettronica** immettere un nuovo indirizzo di posta elettronica per il contatto: [indirizzo posta elettronica].
9. Scegliere **Salva e chiudi**.
10. Nel modulo Account, in **Telefono principale**, immettere [telefono]. Scegliere **Salva e chiudi**.
11. Nel modulo Lead scegliere **Chiudi**.

Impostare i lead come non qualificati e riattivarli

Quando viene stabilito che un lead non è interessato ai prodotti della società, è necessario impostare il lead come non qualificato. Il lead può essere eliminato, ma se viene impostato come non qualificato, le informazioni su di esso rimarranno nel sistema. In tal modo potrà essere riattivato e impostato come qualificato in qualsiasi momento. Se il lead viene eliminato, le informazioni correlate vanno perse.

Ad esempio, i lead possono venire impostati come qualificati o non qualificati da reparti diversi in base alle promozioni e alle campagne di marketing in corso. I lead potrebbero non soddisfare i requisiti della campagna in corso e quindi non venire qualificati, ma potrebbero soddisfare i requisiti di una campagna futura. Impostando i lead come non qualificati, anziché eliminandoli, si conservano i record, che potranno essere riattivati in futuro.

Report sui lead

In Microsoft Dynamics CRM sono disponibili diversi report contenenti informazioni sui lead. Questi report possono essere utili per rispondere a domande importanti per le vendite, quali:

- Da dove hanno origine la maggior parte dei lead?
- Quali tipi di lead danno origine alla maggior parte delle opportunità?
- Quanti lead sono stati impostati come non qualificati e perché?
- Chi ha il miglior tasso di conversione di lead?

Due report chiave sono:

- **Report Validità fonti:** utilizzare questo report per confrontare la validità delle fonti delle opportunità. Il report elenca la percentuale dei lead qualificati e i lead che generano ricavi per ogni categoria di lead.
- **Report Lead trascurati:** utilizzare questo report per identificare i lead che non sono stati contattati. Il report visualizza un grafico dei lead per i quali non sono presenti attività o note associate in un periodo di tempo specificato.

Per ulteriori report vedere.

Riepilogo

Microsoft Dynamics CRM è uno strumento eccellente per qualificare lead. I lead possono essere dichiarati non qualificati e mantenuti, o convertiti in account, contatti o opportunità. Gli impegni per i lead possono essere registrati come telefonate, messaggi di posta elettronica ed appuntamenti ed è possibile conservare la cronologia quando i lead vengono convertiti. Un lead può essere assegnato o condiviso tra diversi gruppi o utenti. Microsoft Dynamics CRM consente di immettere singoli lead o di importarli da un file. Utilizzando l'Importazione guidata dati, gli utenti possono creare facilmente mapping di dati e mappare o ignorare attributi per l'importazione.

Verifica

Potenziali lead

1. Quale delle seguenti sono potenziali fonti di business che devono essere registrate come lead? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Sito Web aziendale
 - Elenchi marketing acquistati
 - Contatto con un cliente esistente
 - Opportunità esistenti

Potenziali clienti

2. Come sono chiamati i potenziali clienti in Microsoft Dynamics CRM?
 - Opportunità
 - Account
 - Contatto
 - Lead

Registrare i lead

3. Perché è importante registrare le comunicazioni con i lead? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Per misurare le prestazioni degli addetti al telemarketing
 - Per evitare di contattare i lead troppe volte
 - Per evitare che più venditori contattino il lead
 - Per soddisfare i requisiti per i report sulle chiamate

Importare file

4. Quali dei tipi di file seguenti è possibile importare?
 - File delimitato da virgole (CSV)
 - Foglio di calcolo di Microsoft Excel
 - Documento di Microsoft Word
 - Database di Microsoft Access

Importare lead

5. Quali attività è necessario eseguire prima di importare i lead? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Verificare la qualità dei dati nel file di importazione.
 - Convertire i dati nel formato delimitato da virgola (CSV).
 - Contattare ogni lead per impostarlo come qualificato.
 - Immettere a mano i lead nel modulo Lead.

Convertire i lead

6. Quale azione è necessario eseguire quando un lead è stato contattato e il cliente è interessato ad acquistare prodotti dalla società? Selezionare tutte le risposte appropriate.
- Impostarlo come non qualificato
 - Eliminarlo
 - Convertirlo
 - Immettere un nuovo lead

Convertire i lead

7. Quando un lead viene convertito, quale dei tipi di record seguenti può essere creato automaticamente? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Impegno
 - Contatto
 - Opportunità
 - Account

Impostare i lead come non qualificati

8. Quale azione è necessario eseguire quando un lead viene contattato e il cliente non è interessato ad acquistare prodotti al momento?
- Impostarlo come non qualificato
 - Eliminarlo
 - Convertirlo
 - Immettere un nuovo lead

Importazione guidata

9. Quali elementi sono necessari per la corretta esecuzione dell'Importazione guidata? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- File CSV
 - Mapping dei dati
 - Report
 - Impegni

Record di tipo contatto

10. Specificare quali delle dichiarazioni seguenti sono vere. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Un record lead può essere l'elemento principale di più record opportunità
 - Un record contatto può essere l'elemento principale di più record opportunità
 - Un account può essere l'elemento principale di più record relativi a lead
 - Un'opportunità può avere come elemento principale un account o un contatto

Prova pratica 8.1: Gestire e creare lead

Scenario

Prove pratiche per utenti esperti

In ogni dichiarazione inserire l'informazione mancante.

1. Un lead è identificato come _____ cliente.
2. È importante _____ un lead per determinare l'interesse nei prodotti o servizi offerti.
3. Le comunicazioni con un lead, ad esempio messaggi di posta elettronica, telefonate e riunioni, sono registrate in Microsoft Dynamics CRM come _____.
4. I lead che mostrano di essere interessati ad acquistare diventano _____.
5. Un processo _____ può essere utilizzato per assegnare automaticamente un lead.
6. È importante registrare _____ di lead per determinare quale produce le vendite più chiuse.
7. Un lead non interessato a una vendita è _____.
8. La cronologia dei lead viene conservata per _____ di mercato in futuro.
9. _____ controlla se i dati da importare esistono già, in modo da evitare di creare lo stesso record.
10. Utilizzando _____ gli utenti potranno importare dati in Microsoft Dynamics CRM e mapparli a entità e/o attributi di sistema o personalizzati.

Prova pratica 8.2: Creare lead

In questa prova pratica un lead verrà immesso nel modulo Lead, anziché essere importato. L'obiettivo della prova pratica è acquisire familiarità con i campi del modulo Lead.

Nota: il lead creato in questa prova pratica verrà utilizzato di nuovo nella prova pratica 8.3.

Man mano che si eseguono le istruzioni, utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Vedere la lezione di introduzione all'esercitazione per informazioni sui due livelli di istruzioni delle prove pratiche e la soluzione della prova pratica nell'Appendice B.

Scenario

Un rappresentante di vendita riceve un messaggio di posta elettronica da [nome] di [società], un potenziale nuovo cliente [nome] ha trovato informazioni sull'[organizzazione dell'utente] tramite il sito Web e vorrebbe ricevere più informazioni sul [prodotto].

Il rappresentante di vendita crea un lead in Microsoft Dynamics CRM per poter dar seguito alla potenziale vendita e registrare gli impegni.

Informazioni sulla società:

Argomento: [Argomento]

Nome: [Nome]

Cognome: [Cognome]

Telefono: [telefono]

Indirizzo di posta elettronica: [indirizzo di posta elettronica]

Indirizzo principale: [indirizzo]

Settore: [settore]

Descrizione degli obiettivi

Utilizzare Microsoft Dynamics CRM per creare un lead.

Suggerimenti

Utilizzare la procedura Creare o modificare un lead per informazioni su come creare il lead.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Procedura dettagliata

1. Nel **riquadro di spostamento** fare clic su **Vendite** e quindi su **Clienti potenziali** .
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni** .
3. Nella scheda **Generale** immettere informazioni oppure osservare eventuali restrizioni o requisiti specificati.
4. Immettere informazioni oppure osservare eventuali restrizioni o requisiti specificati:
 - **Argomento** : [prodotto]
 - **Nome** : [Nome]
 - **Cognome** : [Cognome]
 - **Nome società esterna** : [Nome società]
 - **Telefono ufficio** : [telefono]
 - **Posta elettronica** : [posta elettronica]
5. Nella scheda **Dettagli** immettere tutte le informazioni disponibili, tra cui:
 - **Indirizzo principale** : [indirizzo]
 - **Settore** : [settore]
6. Scegliere **Salva e chiudi** .

Prova pratica 8.3: Impostare i lead come qualificati e convertire i lead

In questa prova pratica verranno creati impegni e attività e un lead verrà impostato come qualificato e convertito.

Nota: in questa prova pratica viene utilizzato il lead creato nella prova pratica 8.2.

Man mano che si eseguono le istruzioni, utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Vedere la lezione di introduzione all'esercitazione per informazioni sui due livelli di istruzioni delle prove pratiche e la soluzione della prova pratica nell'Appendice B.

Scenario

Un rappresentante di vendita effettua una telefonata di completamento a un lead presso [nome cliente] di [società del lead]. Al termine della telefonata, il rappresentante di vendita invia un messaggio di posta elettronica a [nome cliente] per ringraziarlo. Il lead viene impostato come qualificato ed è pronto per essere convertito in un'opportunità, un account e un contatto.

Descrizione degli obiettivi

Utilizzare Microsoft Dynamics CRM per eseguire le operazioni seguenti:

- Registrare un impegno di tipo telefonata per il record relativo al lead
- Inviare un messaggio di ringraziamento.
- Convertire il lead in un'opportunità, un account e un contatto.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Suggerimenti

Aprire un lead e registrare una telefonata per esso.

Mentre si è nel record del lead, scrivere e inviare un impegno di posta elettronica. Si noti che una volta inviato, il messaggio di posta elettronica comparirà nella cronologia del lead.

Utilizzare il pulsante Converti per convertire il lead in un'opportunità, un account e un contatto.

Procedura dettagliata

Registrare un impegno di tipo telefonata:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite**.
2. Nell'area **Vendite** fare clic su **Clienti potenziali**.
3. Nell'elenco selezionare e aprire il lead creato nella prova pratica precedente.
4. Fare clic su **Impegni**.
5. Fare clic su Nuovo elemento Impegno, selezionare **Telefonata** e fare clic su **OK**.
6. Registrare un oggetto per la telefonata e ogni altra informazione desiderata. Dopo aver registrato le informazioni, fare clic su Salva come elemento completato.

Inviare il messaggio:

1. Nel record del lead, sulla barra degli strumenti **Standard** fare clic su **Invia messaggio**.
2. Immettere i dettagli per un messaggio di ringraziamento.
3. Sulla barra degli strumenti **Standard** fare clic su **Invia**.

Convertire il lead:

1. Nel record del lead fare clic su **Converti lead**. Utilizzare la procedura descritta nell'esercitazione pratica Convertire un lead per convertire il lead.

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Potenziali lead

1. Quale delle seguenti sono potenziali fonti di business che devono essere registrate come lead? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)

- Sito Web aziendale
- Elenchi marketing acquistati
- Contatto con un cliente esistente
- Opportunità esistenti

Potenziali clienti

2. Come sono chiamati i potenziali clienti in Microsoft Dynamics CRM?

- Opportunità
- Account
- Contatto
- Lead

Registrazione i lead

3. Perché è importante registrare le comunicazioni con i lead? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)

- Per misurare le prestazioni degli addetti al telemarketing
- Per evitare di contattare i lead troppe volte
- Per evitare che più venditori contattino il lead
- Per soddisfare i requisiti per i report sulle chiamate

Importare file

4. Quali dei tipi di file seguenti è possibile importare?

- File delimitato da virgole (CSV)
- Foglio di calcolo di Microsoft Excel
- Documento di Microsoft Word
- Database di Microsoft Access

Importare lead

5. Quali attività è necessario eseguire prima di importare i lead? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Verificare la qualità dei dati nel file di importazione.
 - Convertire i dati nel formato delimitato da virgola (CSV).
 - Contattare ogni lead per impostarlo come qualificato.
 - Immettere a mano i lead nel modulo Lead.

Convertire i lead

6. Quale azione è necessario eseguire quando un lead è stato contattato e il cliente è interessato ad acquistare prodotti dalla società? Selezionare tutte le risposte appropriate.
- Impostarlo come non qualificato
 - Eliminarlo
 - Convertirlo
 - Immettere un nuovo lead

Convertire i lead

7. Quando un lead viene convertito, quale dei tipi di record seguenti può essere creato automaticamente? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Impegno
 - Contatto
 - Opportunità
 - Account

Impostare i lead come non qualificati

8. Quale azione è necessario eseguire quando un lead viene contattato e il cliente non è interessato ad acquistare prodotti al momento?
- Impostarlo come non qualificato
 - Eliminarlo
 - Convertirlo
 - Immettere un nuovo lead

Importazione guidata

9. Quali elementi sono necessari per la corretta esecuzione dell'Importazione guidata? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)

- File CSV
- Mapping dei dati
- Report
- Impegni

Record di tipo contatto

10. Specificare quali delle dichiarazioni seguenti sono vere. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)

- Un record lead può essere l'elemento principale di più record opportunità
- Un record contatto può essere l'elemento principale di più record opportunità
- Un account può essere l'elemento principale di più record relativi a lead
- Un'opportunità può avere come elemento principale un account o un contatto

CAPITOLO 9: UTILIZZARE IL CATALOGO PRODOTTI

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Informazioni sul ruolo e sulle funzioni del catalogo prodotti.
- Informazioni sulle unità di vendita
- Aggiungere prodotti, creare kit di prodotti e specificare prodotti sostitutivi.
- Creare listini prezzi e impostare listini diversi per tipi di clienti diversi.
- Creare e gestire elenchi sconti da utilizzare per incentivare i clienti.

Introduzione

In questa lezione viene illustrato il ruolo del catalogo prodotti in Microsoft Dynamics CRM e vengono descritte le attività da eseguire per impostare un catalogo prodotti. Tali attività includono l'impostazione e la gestione di unità di vendita, prodotti e listini prezzi. In questa lezione vengono inoltre descritti gli elenchi sconti, illustrando come possono essere utilizzati per offrire ai clienti un incentivo per l'acquisto di ulteriori prodotti.

Informazioni sul catalogo prodotti

Il catalogo prodotti di Microsoft Dynamics CRM è la posizione centrale per l'archiviazione delle informazioni relative ai prodotti e ai servizi di un'organizzazione. Se si implementa un catalogo prodotti, sarà possibile utilizzare Microsoft Dynamics CRM per elaborare gli ordini di vendita. Gli elementi del catalogo prodotti possono essere creati o gestiti dall'area Impostazioni di Microsoft Dynamics CRM.

I prodotti costituiscono gli elementi di base del catalogo prodotti. I prodotti sono tutti gli elementi che si desidera vendere e possono essere costituiti da beni materiali o da servizi.

Per ogni prodotto è possibile specificare:

- **Unità di vendita** - Specifica la modalità in cui il prodotto viene presentato per la vendita, indicando ad esempio le unità di misura utilizzate per la vendita del prodotto o del servizio.
- **Listini prezzi** - Sono gruppi di prezzi che vengono applicati ai prodotti quando si verificano determinate condizioni. È possibile utilizzare più listini prezzi per gestire variazioni stagionali, offerte speciali o i diversi segmenti di mercato in cui vengono venduti i prodotti, ad esempio enti pubblici, commercianti, istituti didattici e così via.
- **Elenchi sconti** - Sono elenchi di modifiche applicabili ai prezzi standard di prodotti e servizi.

È possibile creare più listini prezzi per uno stesso prodotto. È ad esempio possibile mantenere listini prezzi distinti per la vendita all'ingrosso e al dettaglio oppure per la vendita a enti statali e a organizzazioni senza scopo di lucro.

Per le unità di vendita e gli elenchi sconti è possibile definire una relazione uno-a-molti. Gli elenchi sconti sono sempre generici e possono essere applicati a più listini prezzi. Sono utili soprattutto per gestire sconti per volume o speciali promozioni applicabili a tutti i clienti.

Le unità di vendita possono essere specifiche di un singolo prodotto oppure generiche e applicabili a più prodotti.

***Nota:** le unità di vendita definiscono sia la modalità con cui un'organizzazione presenta e vende un prodotto, sia la modalità con cui riceve le unità di prodotto da un fornitore o un reparto produzione.*

Voci di listino

Le voci di listino costituiscono gli elementi centrali del catalogo prodotti. Ogni listino prezzi contiene *voci di listino* che indicano il prezzo da addebitare per un determinato prodotto presentato in una modalità specifica. Le voci di listino costituiscono pertanto l'elemento che collega i prodotti, le unità di vendita e i prezzi.

Scenario

Magnificent Soda Corporation è un'azienda che vende bibite gassate e ha aggiunto un nuovo tipo di bibita gassata alla propria linea di prodotti. Il catalogo prodotti contiene un'*unità di vendita* per le bibite gassate, che definisce la modalità con cui arrivano dal produttore (in singole lattine da 33 cl), e le modalità aggiuntive (unità) in cui vengono riconfezionate per la vendita, ovvero in confezioni da sei e in scatole di confezioni da sei.

Poiché l'unità di vendita esiste già, l'amministratore vendite crea nel catalogo prodotti un prodotto di nome Excellent Soda, quindi specifica nel modulo Prodotto che tale prodotto utilizza l'unità di vendita Bibite, per indicare che viene confezionato come tutte le altre bibite gassate.

L'amministratore vendite specifica l'unità predefinita in cui viene venduto il prodotto, ovvero in confezioni da sei, e i costi di base del prodotto, ovvero il costo medio, che indica il costo sostenuto per produrre o acquistare il prodotto, e il costo corrente, che indica il costo attuale del prodotto (questo campo viene utilizzato in caso di fluttuazione dei costi). Specifica inoltre il prezzo di listino, che è il prezzo suggerito per Excellent Soda.

L'amministratore vendite crea quindi due nuovi listini prezzi per il prodotto, uno per i grossisti e uno per i dettaglianti, e immette le voci di listino in ognuno di essi. Il listino prezzi per i dettaglianti, ad esempio, è simile al seguente:

	Prodotto	Unità	Prezzo
Voce di listino	Excellent Soda	Lattina	\$.75
Voce di listino	Excellent Soda	Confezione da 6	\$3.49
Voce di listino	Excellent Soda	Scatola	\$12.49

Creare il catalogo prodotti: Sequenza

Per creare il catalogo prodotti, utilizzare la sequenza seguente:

1. **Impostare le unità di vendita.** Impostare le unità di vendita prima di creare il prodotto. Quando si crea un nuovo prodotto è necessario specificare l'unità di vendita e l'unità predefinita.
2. **Impostare i prodotti.** Creare il prodotto e immettere le informazioni di base sui prezzi.

3. **Impostare i listini prezzi.** Creare il listino prezzi e le voci di listino per specificare il prezzo di vendita di ogni tipo di confezione del prodotto.
4. **Impostare gli elenchi sconti.** Creare gli elenchi sconti. La creazione degli elenchi sconti è un'operazione di routine e può essere eseguita in qualsiasi momento.

Esercitazione pratica: Impostare un catalogo prodotti

In questa esercitazione pratica viene illustrato come impostare un catalogo prodotti.

L'organizzazione [Nome organizzazione] ha aggiunto alla propria linea il nuovo prodotto [Nome prodotto] attualmente disponibile. Il prodotto [Nome prodotto] può essere venduto singolarmente o in confezioni da [quantità]. Ogni prodotto [Nome prodotto] ha un costo di [Prezzo] e verrà venduto al prezzo fisso di [Prezzo fisso].

L'obiettivo di questa esercitazione pratica è impostare un catalogo prodotti.

Procedura

Per aggiungere il nuovo prodotto al catalogo prodotti, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Catalogo prodotti**.
2. Nella pagina Catalogo prodotti fare clic su **Unità di vendita**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Nella finestra di dialogo Crea elemento Unità di vendita immettere le informazioni seguenti:
 - **Nome:** specificare [Nome prodotto] per il nome.
 - **Unità primaria:** immettere [Unità primaria].
5. Scegliere **OK**. Viene creata la nuova unità di vendita e viene aperto il modulo Unità di vendita.
6. Nel riquadro di spostamento del modulo, in **Dettagli** fare clic su **Insieme unità misura**.
7. Fare clic su **Nuovo elemento Unità misura** sulla barra degli strumenti **Azioni** per creare un'unità per l'unità di vendita.
8. Nella finestra di dialogo Unità misura definire un'unità per il confezionamento del prodotto immettendo le informazioni seguenti:
 - **Nome:** immettere [Nome unità] per il nome.
 - **Quantità:** immettere [quantità] per la quantità.
 - **Unità di base:** fare clic sull'icona del pulsante di ricerca accanto al campo e selezionare [Unità di base].
9. Scegliere **Salva e chiudi**.

10. Fare clic su **Salva e chiudi** per salvare e chiudere l'unità di vendita.
11. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Catalogo prodotti**.
12. Fare clic su **Listini prezzi**.

Esercitazione pratica: Impostare un catalogo prodotti - Prodotti

1. Immettere [Nome listino prezzi] nel campo **Nome**.
2. Scegliere **Salva e chiudi**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Catalogo prodotti**.
5. Nella pagina Catalogo prodotti fare clic su **Prodotti**.
6. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
7. Nella scheda **Generale** immettere le informazioni desiderate oppure verificare la presenza di eventuali restrizioni o requisiti specifici:
 - **ID**: immettere [ID] per l'ID.
 - **Nome**: immettere [Nome prodotto] per il nome.
 - **Unità di vendita**: fare clic sul pulsante di ricerca accanto al campo e selezionare [Nome prodotto]. Scegliere **OK**.
 - **Unità predefinita**: fare clic sul pulsante di ricerca accanto al campo e selezionare [Unità primaria].
 - **Tipo di prodotto**: selezionare [Tipo prodotto] nell'elenco a discesa.
 - **Disponibilità**: immettere [Disponibilità].
 - **Decimali supportati**: immettere 2 per i decimali supportati.
 - **Prezzo di listino (€)**: immettere [Prezzo di listino] per il prezzo di listino.
 - **Costo medio (€)**: immettere [Costo medio] per il costo medio.
 - **Costo corrente (€)**: immettere [Costo corrente] per il costo corrente.
8. Fare clic su **Salva**.
9. Nel riquadro di spostamento del modulo, in **Dettagli** fare clic su **Voci di listino**.

Esercitazione pratica: Impostare un catalogo prodotti - Listini prezzi

1. Fare clic su **Salva e chiudi** per salvare e chiudere l'unità di vendita.
2. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Catalogo prodotti**.
3. Fare clic su **Listini prezzi**.
4. Immettere [Nome listino prezzi] nel campo **Nome**.
5. Scegliere **Salva e chiudi**.

6. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
7. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Catalogo prodotti**.
8. Nella pagina Catalogo prodotti fare clic su **Prodotti**.
9. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
10. Nella scheda **Generale** immettere le informazioni desiderate oppure verificare la presenza di eventuali restrizioni o requisiti specifici:
 - **ID**: immettere [ID] per l'ID.
 - **Nome**: immettere [Nome prodotto] per il nome.
 - **Unità di vendita**: fare clic sul pulsante di ricerca accanto al campo e selezionare [Nome prodotto]. Scegliere **OK**.
 - **Unità predefinita**: fare clic sul pulsante di ricerca accanto al campo e selezionare [Unità primaria].
 - **Tipo di prodotto**: selezionare [Tipo prodotto] nell'elenco a discesa.
 - **Disponibilità**: immettere [Disponibilità].
 - **Decimali supportati**: immettere 2 per i decimali supportati.
 - **Prezzo di listino (€)**: immettere [Prezzo di listino] per il prezzo di listino.
 - **Costo medio (€)**: immettere [Costo medio] per il costo medio.
 - **Costo corrente (€)**: immettere [Costo corrente] per il costo corrente.
11. Fare clic su **Salva**.
12. Nel riquadro di spostamento del modulo, in **Dettagli** fare clic su **Voci di listino**.
13. Fare clic su **Aggiungi elemento Voce di listino** sulla barra **Azioni**. Immettere le informazioni seguenti:
 - **Listino prezzi**: immettere [Cliente].
 - **Unità**: immettere [Unità primaria].
 - **Quantità minima di vendita**: selezionare [Quantità minima di vendita] nell'elenco a discesa.
 - **Metodo di determinazione dei prezzi**: selezionare **Importo forfettario** nell'elenco a discesa.
 - **Importo**: immettere [importo].
14. Scegliere **Salva** e chiudi.
15. Nel riquadro di spostamento sinistro del modulo, in **Dettagli** fare clic su **Informazioni**.
16. In **Listino prezzi predefinito** immettere [Cliente].
17. Scegliere **Salva** e chiudi.

Unità di vendita

Un'unità di vendita è l'insieme di tutte le modalità o le misure in cui è disponibile un prodotto. L'unità di vendita include un'unità che specifica la modalità con cui l'organizzazione riceve il prodotto dal relativo fornitore o produttore e le unità utilizzate per il confezionamento e la vendita del prodotto. Il prodotto può essere ricevuto e venduto utilizzando la stessa unità. Prima di aggiungere prodotti o servizi al catalogo prodotti è necessario creare le unità di vendita appropriate.

L'unità di vendita contiene un elenco degli incrementi per cui è venduto il prodotto. Ognuno di essi è detto *unità*. Nel caso dei beni materiali, è possibile utilizzare unità quali singoli articoli, dozzine o scatole. Nel caso dei servizi, è possibile utilizzare unità quali ore, settimane o progetti. I nomi delle unità rispecchiano la quantità contenuta.

Ogni unità viene definita come multiplo della più piccola unità disponibile, detta *unità di base*. Un'unità di vendita può ad esempio includere l'unità Lattina, che corrisponde a una lattina di bibita da 33 cl, e l'unità Confezione da 6, che utilizza Lattina come unità di base. L'unità Confezione da 6 è costituita da sei unità Lattina. L'unità di vendita può includere anche l'unità Scatola, che utilizza Confezione da 6 come unità di base. L'unità Scatola corrisponde a quattro unità Confezione da 6, perché ogni scatola contiene più confezioni da sei anziché singole lattine.

	Nome	Unità di base	Quantità di unità di base
Unità	Lattina	Nessuna, poiché è l'unità primaria dell'unità di vendita	1
Unità	Confezione da 6	Lattina	6
Unità	Scatola	Confezione da 6	4

Unità primaria

Per creare una nuova unità di vendita, è innanzitutto necessario assegnare un nome all'unità di vendita e specificarne l'*unità primaria*. L'unità primaria è importante perché serve come base per tutte le altre unità. Tutte le altre unità sono basate su una misura derivata dall'unità primaria.

Nel caso dei prodotti, l'unità primaria è spesso la più piccola misura in cui il prodotto arriva comunemente dal produttore o dal fornitore. Per un produttore di chiodi ad esempio, l'unità primaria può essere costituita da un singolo chiodo. Per un produttore di bibite gassate può essere costituita da una lattina di bibita.

Nel caso dei servizi l'unità primaria può essere una misura di tempo, che deve essere scelta in base alle esigenze di utilizzo. Per una società di servizi, ad esempio, l'unità primaria può essere Giorno. In questo caso l'unità di vendita conterrà unità aggiuntive derivate dall'unità primaria Giorno, ad esempio:

	Nome	Unità di base	Quantità di unità di base
Unità	Giorno (unità primaria)		1
Unità	Mezza giornata	Giorno	0,5
Unità	Settimana	Giorno	5

Procedura: Creare un'unità di vendita

Per creare una nuova unità di vendita, è innanzitutto necessario assegnare un nome all'unità di vendita e specificarne l'unità primaria. L'unità primaria costituisce la base da cui vengono derivate tutte le altre unità, ad esempio una singola lattina, un chiodo, un'ora di servizio e così via.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Catalogo prodotti**.
2. Nella pagina Catalogo prodotti fare clic su **Unità di vendita**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Nella finestra di dialogo Crea elemento Unità di vendita immettere le informazioni seguenti:
 - **Nome:** specificare un nome descrittivo per l'unità di vendita.
 - **Unità primaria:** specificare l'unità primaria per l'unità di vendita.
5. Scegliere **OK**.
6. Viene creata la nuova unità di vendita e viene aperto il modulo corrispondente. Nel riquadro di spostamento del modulo, in **Dettagli** fare clic su **Insieme unità misura**.
7. Fare clic su **Nuovo elemento Unità misura** sulla barra degli strumenti **Azioni** per creare un'altra unità per l'unità di vendita.
8. Nella finestra di dialogo Unità misura definire un'unità per il confezionamento del prodotto immettendo le informazioni seguenti:
 - **Nome:** specificare un nome descrittivo per l'unità. I nomi delle unità fanno riferimento alla quantità contenuta.
 - **Quantità:** specificare la quantità di unità di base contenuta nella nuova unità. Se ad esempio questa unità deve contenere 500 unità di base Singolo chiodo, immettere 500. Per gli elementi che possono essere suddivisi in unità più piccole le quantità possono anche essere costituite da frazioni dell'unità di base, ad esempio 0,25.

- **Unità di base:** specificare l'unità di base dell'unità di vendita. Utilizzare il pulsante di ricerca per cercare e selezionare un'unità di base. L'unità di base è l'unità che deve essere moltiplicata per la quantità specificata per creare la nuova unità e può essere ad esempio una delle seguenti: Lattina, Singolo chiodo o Confezione da 6.

9. Scegliere **Salva e chiudi**.
10. Ripetere i passaggi da 7 a 9 in modo da aggiungere tutte le unità desiderate per l'unità di vendita.

Nota: l'unità primaria di un'unità di vendita non può essere eliminata.

Aggiungere prodotti

Il prodotto è l'elemento che si desidera vendere e può essere costituito da un bene materiale o da un servizio. È possibile creare un prodotto costituito da un elemento singolo oppure da un kit che include più prodotti. Se è disponibile un prodotto sostitutivo, sarà inoltre possibile aggiungere tale prodotto come prodotto alternativo.

Quando si aggiunge un prodotto al catalogo è necessario impostare le modalità di presentazione disponibili, specificando la modalità predefinita, e immettere le informazioni seguenti:

- **ID** - L'ID può contenere numeri, lettere o altri caratteri.
- **Nome** - Specificare un nome descrittivo per il prodotto.
- **Informazioni sui costi e sulla determinazione dei prezzi** - Specificare il costo sostenuto dalla società per produrre o acquistare il prodotto e il prezzo standard addebitato dalla società ai clienti che acquistano il prodotto.

Nota: è possibile aggiungere il prodotto al catalogo solo se è disponibile un'unità di vendita per il prodotto. L'unità di vendita deve contenere almeno una unità da utilizzare come unità predefinita per la definizione del prodotto.

Le informazioni sui costi e sulla determinazione dei prezzi sono importanti perché, quando si crea il listino prezzi per il prodotto, con Microsoft Dynamics CRM è possibile specificare i prezzi come percentuale dei valori specificati nelle informazioni per la determinazione dei prezzi. Se ad esempio si specifica una percentuale di ricarico del 50% e il costo è 10,00, il prezzo sarà 15,00.

Prodotti sostitutivi e kit

È possibile specificare prodotti sostitutivi per un determinato prodotto, aggiungendo i prodotti sostitutivi nel sottomodulo Sostituti del modulo Prodotto. Durante la creazione di un'offerta, di un ordine o di una fattura, è possibile utilizzare il catalogo prodotti per trovare e selezionare un prodotto sostitutivo simile nel caso in cui il prodotto originale venisse disattivato.

È inoltre possibile combinare più prodotti in modo da formare un kit. I kit contribuiscono a semplificare il processo di vendita e ordinazione. Una società che vende fotocamere digitali e batterie può ad esempio combinare i due prodotti in modo da creare un kit. Per creare un kit è innanzitutto necessario convertire il prodotto in un prodotto kit, quindi aggiungere al kit tutti i prodotti che si desidera includere.

Procedura: Creare un prodotto

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Catalogo prodotti**.
2. Nella pagina Catalogo prodotti fare clic su **Prodotti**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Nella scheda **Generale** immettere le informazioni desiderate oppure verificare la presenza di eventuali restrizioni o requisiti specifici:

- **ID**: specificare un ID per il prodotto, che può essere costituito da qualsiasi combinazione di numeri e/o lettere.

- **Nome**: digitare un nome univoco.

- **Oggetto**: selezionare un oggetto se si desidera associare il prodotto a un oggetto. Gli oggetti consentono di suddividere i prodotti in categorie e possono essere utilizzati per filtrare i report.

- **Unità di vendita**: selezionare l'unità di vendita contenente le unità per la vendita dell'elemento.

- **Unità predefinita**: selezionare l'unità predefinita. L'unità predefinita corrisponde in genere all'unità più comune per la vendita del prodotto.

- **Tipo di prodotto**: selezionare i tipi di prodotti appropriati.

- **Disponibilità**: specificare la quantità di elementi disponibile.

- **URL**: se lo si desidera, immettere un indirizzo Web per fornire informazioni sul prodotto o sul servizio. In Microsoft Dynamics CRM è possibile fare clic sul collegamento URL per aprire la pagina Web contenente le informazioni aggiuntive.

- **Decimali supportati**: specificare il numero di posizioni decimali da supportare nei prezzi, fino a un massimo di quattro.

- **Prezzo di listino (€)**: immettere il prezzo di listino consigliato per il prodotto. Il ricarico per le voci di listino può essere basato su tale prezzo.
- **Costo medio (€)**: specificare il costo normalmente sostenuto per produrre o acquistare il prodotto. Questo campo può essere utilizzato per la stima dei costi durante le previsioni.
- **Costo corrente (€)**: se il costo del prodotto è soggetto a fluttuazioni e il costo corrente può essere diverso dal costo medio, immettere il costo attualmente sostenuto per produrre o acquistare il prodotto.

5. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Creare listini prezzi

Un listino prezzi è un gruppo di prezzi specifici che è possibile applicare per ogni unità dell'unità di vendita di un prodotto. I listini prezzi determinano i prezzi specificati nelle offerte per i clienti. È possibile specificare un listino prezzi predefinito per un prodotto.

***Nota:** è consigliabile includere un listino prezzi predefinito per ogni prodotto. In Microsoft Dynamics CRM è possibile impostare i listini prezzi nei record dei clienti. Se non viene specificato alcun listino prezzi, verrà utilizzato quello predefinito. Il listino prezzi predefinito deve includere almeno una voce di listino.*

In Microsoft Dynamics CRM è possibile creare più listini prezzi. Ad esempio, molte aziende utilizzano strutture di prezzi distinte per canali di vendita diversi, come la vendita al dettaglio o all'ingrosso, oppure per clienti diversi, ad esempio enti statali e organizzazioni senza scopo di lucro.

Ogni listino prezzi è costituito da più voci di listino, che definiscono il prezzo di un prodotto confezionato come una specifica unità di vendita. Se si applica un elenco sconti a un listino prezzi, tali informazioni verranno combinate in modo da determinare il prezzo finale dei prodotti in offerte, ordini e fatture.

Quando si aggiungono voci di listino, si crea una voce di listino per ogni unità in cui è disponibile il prodotto. Se ad esempio il prodotto è disponibile come singola unità, in lotti da dieci unità o in scatole da cinquanta unità, è consigliabile creare tre voci di listino. In questo modo sarà possibile ordinare qualsiasi tipo di confezione del prodotto utilizzando lo stesso listino prezzi.

Di seguito è illustrato un esempio di listino prezzi:

	Prodotto	Unità	Prezzo
Voce di listino	Excellent Soda	Lattina	\$.75
Voce di listino	Excellent Soda	Confezione da 6	\$3.49
Voce di listino	Excellent Soda	Scatola	\$12.49

In Microsoft Dynamics CRM è possibile configurare le opzioni per i prezzi per definire come vengono calcolati i prezzi. È possibile determinare il prezzo come percentuale del prezzo di listino, del prezzo standard o del prezzo corrente del prodotto oppure utilizzare un prezzo assoluto. Se si utilizzano le percentuali, sarà inoltre possibile impostare le opzioni di arrotondamento dei prezzi. La regola di arrotondamento consente di stabilire se i prezzi verranno arrotondati per eccesso, per difetto oppure al più vicino incremento dell'importo forfettario specificato.

***Nota:** se non si crea una voce di listino per un prodotto, tale prodotto non potrà essere aggiunto a un'opportunità, a un'offerta, a un ordine o a una fattura.*

Procedura: Creare un listino prezzi

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Catalogo prodotti**.
2. Nella pagina Catalogo prodotti fare clic su **Listini prezzi**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Nel modulo Listino prezzi immettere le informazioni seguenti:
 - **Nome:** specificare un nome descrittivo univoco per il listino prezzi.
 - **Data di inizio:** specificare la data di inizio validità del listino prezzi.
 - **Data di fine:** specificare la data di fine validità del listino prezzi.
 - **Valuta:** specificare la valuta per il listino prezzi, se diversa dalla valuta predefinita dell'organizzazione.
5. Fare clic su **Salva**.
6. Nel riquadro di spostamento del modulo, in **Dettagli** fare clic su **Voci di listino**.
7. Fare clic su **Aggiungi elemento Voce di listino** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
8. Nella finestra di dialogo Voce di listino immettere le informazioni seguenti:
 - **Prodotto:** selezionare il prodotto di cui si desidera specificare il prezzo.
 - **Unità:** selezionare l'unità per cui si desidera impostare il prezzo.

- **Quantità minima di vendita:** selezionare Non definita oppure specificare se il prodotto deve essere venduto come unità Intera oppure Intera e frazionaria. Alcuni prodotti possono essere infatti venduti in porzioni. Ad esempio, le angurie possono essere vendute a fette.
- **Metodo di determinazione dei prezzi:** specificare come viene determinato il prezzo, ovvero come importo forfettario o come percentuale. Se si sceglie una delle opzioni relative alle percentuali, specificare anche una percentuale e una regola di arrotondamento in **Arrotondamento**.
- **Importo forfettario:** il prezzo viene specificato per ogni unità di ogni prodotto.
- **Percentuale prezzo di listino:** il prezzo viene calcolato come percentuale del prezzo di listino del produttore o del distributore del prodotto, come specificato nella casella Listino prezzi predefinito del modulo Prodotto.
- **Costo corrente con percentuale di ricarico:** il prezzo viene calcolato come percentuale del costo corrente del prodotto.
- **Costo corrente con percentuale di margine:** il prezzo è basato sulla percentuale di profitto che si desidera ottenere e sul costo corrente del prodotto.
- **Costo medio con percentuale di ricarico:** il prezzo viene calcolato come percentuale del costo medio del prodotto. È inoltre necessaria una regola di calcolo percentuale e arrotondamento.
- **Costo medio con percentuale di margine:** il prezzo è basato sulla percentuale di profitto che si desidera ottenere e sul costo medio del prodotto. È inoltre necessaria una regola di calcolo percentuale e arrotondamento.

9. Scegliere **Salva e chiudi**.

Nota: dopo aver creato il listino prezzi e avervi incluso una voce di listino, accedere al prodotto e aggiungere il listino prezzi come predefinito.

Disattivare un listino prezzi

Quando un listino prezzi non è più valido, può essere disattivato. Una società può ad esempio utilizzare un listino prezzi speciale per il lancio del prodotto. Dopo due mesi l'offerta lancio termina e il listino prezzi non è più valido. Tale listino prezzi viene disattivato in modo che non possa più essere applicato ad alcun prodotto.

*Nota: quando si disattiva un listino prezzi verificare che il listino venga rimosso dal campo **Listino prezzi predefinito** dei prodotti. Quando si ricerca un listino prezzi per una nuova opportunità, una nuova offerta, un nuovo ordine o una nuova fattura i listini prezzi disattivati non vengono inclusi. I record preesistenti che fanno riferimento al listino prezzi disattivato continueranno a utilizzare tale listino fino a quando le transazioni non saranno completate o chiuse.*

Creare elenchi sconti

In Microsoft Dynamics CRM è possibile utilizzare gli sconti per offrire un prodotto o un servizio a prezzi di vendita che variano a seconda della quantità acquistata. È possibile creare vari tipi di elenchi sconti, ovvero basati su importi o su percentuali, nonché specificare sconti di importo o percentuale variabile a seconda dell'intervallo di quantità. In questo modo i clienti che acquistano 50 unità dovranno pagare un prezzo diverso da quello che avrebbero ottenuto acquistando 500 unità dello stesso articolo.

Procedura: Creare o modificare un elenco sconti

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Catalogo prodotti**.
2. Nella pagina Catalogo prodotti fare clic su **Elenchi sconti**.
3. Per creare un nuovo elenco sconti fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**. Per modificare un elenco sconti esistente, selezionare e aprire l'elenco sconti da modificare.
4. Nella finestra di dialogo Crea elemento Elenco sconti immettere le informazioni seguenti:
 - **Nome:** specificare un nome che descriva il tipo di sconto da includere nell'elenco.
 - **Tipo:** selezionare **Percentuale** per calcolare lo sconto come percentuale del prezzo dell'articolo oppure **Importo** per utilizzare uno sconto costituito da un importo fisso.
5. Scegliere **OK**. Verrà visualizzato il modulo Elenco sconti.
6. Fare clic su **Salva e chiudi** per salvare e chiudere l'elenco sconti senza aggiungere sconti. In alternativa, nel riquadro di spostamento del modulo, in **Dettagli** fare clic su **Sconti** e quindi fare clic su **Nuovo elemento Sconto** per creare uno sconto per l'elenco sconti.

7. Nella finestra di dialogo Sconto immettere le informazioni seguenti:
 - **Quantità minima:** specificare la quantità minima che è necessario ordinare per ricevere lo sconto.
 - **Quantità massima:** specificare la quantità massima che è possibile ordinare per ricevere lo sconto.
 - **Percentuale:** specificare la percentuale di sconto.
8. Scegliere **Salva e chiudi**.

Utilizzare elenchi sconti come incentivi

Un elenco sconti consente di offrire prodotti o servizi a prezzi che variano in base alla quantità acquistata. Gli elenchi sconti vengono creati per avere la possibilità di incentivare i clienti ad acquistare un numero maggiore di prodotti. Se ad esempio ogni cliente ordina in media cinque unità, è possibile incentivare i clienti ad acquistare più di cinque articoli offrendo uno sconto per ordini di almeno sei unità. L'importo dello sconto può essere basato su una percentuale o essere un importo fisso.

Un elenco sconti può essere visto come una pianificazione applicata agli sconti. Con questo metodo è possibile impostare intervalli di sconti basati sulla quantità che deve essere acquistata. Si consideri ad esempio la pianificazione di sconti seguente, che offre percentuali di sconto crescenti per tre diversi intervalli di quantità:

Quantità iniziale	Quantità finale	Percentuale (%) di sconto
6	10	5.00
11	20	10.00
21	30 (o più)	15.00

Con questa pianificazione di sconti è possibile offrire tre diversi livelli di sconto in base alla quantità acquistata. Se il cliente acquista una quantità di prodotti maggiore, lo sconto aumenta fino a un massimo del 15%.

Procedura: Inviare un prodotto promozionale

È possibile creare anche sconti da applicare una volta sola. Per distribuire campioni di prova dei prodotti, ad esempio, è possibile eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi scegliere **Offerte**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nel modulo Offerta compilare i campi obbligatori e quindi fare clic su **Salva**.
4. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Prodotti in catalogo** e quindi fare clic su **Nuovo elemento Prodotto offerta**.

5. Nel modulo Prodotto offerta immettere le informazioni obbligatorie, ovvero **Prodotto**, **Unità** e **Quantità**.
6. Accanto a **Prezzo** selezionare **Sostituisci prezzo**.
7. In **Prezzo unitario** immettere 0.
8. Scegliere **Salva e chiudi**.
9. Per verificare le impostazioni, fare clic su **Informazioni** nell'area Dettagli. In Totali verificare che **Totale offerta** sia € 0,00. Se l'importo totale è corretto, significa che lo sconto è stato applicato.

Esercitazione pratica: Creare un elenco sconti

In questa esercitazione pratica viene mostrato come creare un elenco sconti.

Dopo avere aggiunto la nuova linea di prodotti a Microsoft Dynamics CRM, [nome organizzazione] decide di effettuare una promozione per aumentare le vendite del prodotto. La promozione prevede l'applicazione di uno sconto del [percentuale sconto] sull'articolo [prodotto]. Inoltre, lo sconto sarà disponibile solo per vendite che includono quantità di prodotto da [valore minimo] a [valore massimo]. Il nuovo sconto deve essere specificato in un elenco sconti.

È pertanto necessario aggiungere un elenco sconti al prodotto creato nella dimostrazione precedente.

Procedura

Per creare un elenco sconti, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Catalogo prodotti**.
2. Nella pagina Catalogo prodotti fare clic su **Elenchi sconti**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Nella finestra di dialogo Crea elemento Elenco sconti immettere [Nome elenco sconti] nel campo **Nome**.
5. Selezionare **Percentuale** dall'elenco a discesa **Tipo**.
6. Scegliere **OK**. Verrà visualizzato il modulo Elenco sconti.
7. Nel riquadro di spostamento del modulo, in **Dettagli** fare clic su **Sconti**. Per creare uno sconto per l'elenco sconti fare clic su **Nuovo elemento Sconto** sulla barra delle azioni.
8. Nella finestra di dialogo Sconto immettere [Valore minimo] nel campo **Quantità minima**.
9. Immettere [Valore massimo] nel campo **Quantità massima**.
10. Nel campo **Percentuale** immettere [Percentuale sconto].
11. Scegliere **Salva e chiudi**.
12. Nella finestra Elenco sconti fare clic su **Salva e chiudi**.

Per applicare il listino prezzi al prodotto, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Catalogo prodotti**.
2. Nella pagina Catalogo prodotti fare clic su **Prodotti**.
3. Nell'elenco selezionare e aprire il prodotto [Nome prodotto] creato nell'esercitazione pratica precedente.
4. In Dettagli selezionare **Voci di listino**.
5. Nell'elenco selezionare e aprire il listino prezzi [Nome listino prezzi] creato nell'esercitazione pratica precedente.
6. In **Elenco sconti** immettere [nome elenco sconti]. È possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare il listino.
7. Scegliere **Salva e chiudi**.

Riepilogo

In questa lezione è stato spiegato come creare un catalogo prodotti. Sono stati illustrati i listini prezzi, le unità di vendita e i prodotti, spiegando che è possibile utilizzare listini prezzi diversi per clienti diversi. È stato infine illustrato come creare elenchi sconti per offrire ai clienti un incentivo per l'acquisto di ulteriori prodotti.

Verifica

Catalogo prodotti

1. Quale delle operazioni seguenti NON fa parte della procedura di creazione di un catalogo prodotti?
 - Impostazione di listini prezzi
 - Impostazione di prodotti
 - Impostazione di unità di vendita
 - Impostazione di aree di prezzi

Unità di prodotto

2. Che cosa definisce le varie misure in cui un prodotto è disponibile o confezionato?
 - Unità di vendita
 - Unità di base
 - Unità primarie
 - Elenchi sconti

Sequenza

3. Che cosa è necessario creare prima di poter creare un prodotto? Selezionare tutte le risposte appropriate.
 - Un listino prezzi
 - Un'unità di vendita
 - Un'area
 - Una linea di prodotti

Voci di listino

4. Che cosa è necessario creare prima di poter creare una voce di listino? Selezionare tutte le risposte appropriate.
 - Un listino prezzi
 - Un'unità di vendita
 - Un'area
 - Un prodotto

Disattivare un listino prezzi

5. Che cosa avviene ai record preesistenti che fanno riferimento a un listino prezzi disattivato?
- I record non fanno più riferimento ad alcun listino prezzi
 - Non è possibile disattivare una listino prezzi se sono presenti record che vi fanno riferimento
 - I record continueranno a utilizzare il listino prezzi finché le transazioni non verranno completate o chiuse
 - È necessario selezionare un altro listino prezzi per tutti i record preesistenti

Prova pratica 9.1: Creare un'unità di vendita e un listino prezzi

In questa prova pratica verranno creati una nuova unità di vendita, un prodotto e un listino prezzi.

Scenario

L'organizzazione [Nome organizzazione] ha creato un nuovo articolo [prodotto nella linea di prodotti esistente], che verrà messo in vendita a breve. L'articolo [prodotto] verrà venduto ai consumatori in confezioni da [quantità consumatore] e ai dettaglianti in confezioni da [quantità dettagliante]. Sebbene l'articolo [prodotto] sia disponibile in confezioni da [quantità consumatore], non viene venduto al dettagliante direttamente in tali confezioni, ma in confezioni da [quantità dettagliante] al prezzo di [prezzo]. Le unità di vendita e i listini prezzi devono essere registrati in Microsoft Dynamics CRM prima che l'articolo [prodotto] venga messo in vendita.

Descrizione degli obiettivi

Utilizzare Microsoft Dynamics CRM per eseguire le operazioni seguenti:

- Creare una nuova unità di vendita per un prodotto.
- Creare il prodotto.
- Creare un listino prezzi per il prodotto.

Prove pratiche per utenti esperti

Istruzioni

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Suggerimenti

Per creare l'unità di vendita, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Catalogo prodotti**.
2. Nella pagina Catalogo prodotti fare clic su **Unità di vendita**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.

Per creare il prodotto, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Catalogo prodotti**.
2. Nella pagina Catalogo prodotti fare clic su **Prodotti**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.

Per creare il listino prezzi per il prodotto, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Catalogo prodotti**.
2. Nella pagina Catalogo prodotti fare clic su **Listini prezzi**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.

Procedura dettagliata

Per creare l'unità di vendita, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Catalogo prodotti**.
2. Nella pagina Catalogo prodotti fare clic su **Unità di vendita**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Nella finestra di dialogo Crea elemento Unità di vendita immettere le informazioni seguenti:
 - **Nome:** specificare [nome unità di vendita].
 - **Unità primaria:** specificare [unità primaria].
5. Scegliere **OK**.
6. Nella finestra Unità di vendita fare clic su **Insieme unità misura** nella sezione Dettagli.
7. Fare clic su **Nuovo elemento Unità misura** sulla barra degli strumenti **Azioni**. Immettere le informazioni seguenti:
 - **Nome:** specificare [nome unità consumatore] per il nome.
 - **Quantità:** specificare [numero consumatore] per la quantità.
 - **Unità di base:** specificare [unità primaria].
8. Scegliere **Salva e chiudi**.
9. Nella finestra di dialogo Unità di vendita fare clic su **Nuovo elemento Unità misura** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
 - **Nome:** specificare [nome unità dettagliante] per il nome.
 - **Quantità:** specificare [quantità dettagliante] per la quantità.
 - **Unità di base:** specificare [unità primaria].
10. Scegliere **Salva e chiudi**.
11. Fare di nuovo clic su **Salva e chiudi**.

Per creare il listino prezzi per il prodotto, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Catalogo prodotti**.
2. Nella pagina Catalogo prodotti fare clic su **Listini prezzi**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.

4. Nel modulo Listino prezzi immettere le informazioni seguenti:
 - **Nome:** specificare [nome listino prezzi] per il nome.
 - **Data di inizio:** specificare [data di inizio].
 - **Data di fine:** specificare [data di fine].
 - **Valuta:** selezionare [valuta].
5. Scegliere **Salva e chiudi**.

Per creare il prodotto, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Catalogo prodotti**.
2. Nella pagina Catalogo prodotti fare clic su **Prodotti**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Nella finestra di dialogo Prodotto immettere le informazioni seguenti:
 - **ID:** specificare [ID].
 - **Nome:** specificare [Nome prodotto] per il nome.
 - **Unità di vendita:** fare clic sul pulsante di ricerca e selezionare [Nome unità di vendita].
 - **Unità predefinita:** selezionare [Unità predefinita] per l'unità predefinita.
 - **Decimali supportati:** immettere 2 nel campo.
5. Scegliere **Salva e chiudi**.
6. Tornare alla finestra principale di CRM, fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Catalogo prodotti**.
7. Fare clic su **Listini prezzi**.
8. Aprire il listino prezzi creato in precedenza.
9. Fare clic su **Voci di listino**.
10. Fare clic su **Aggiungi elemento Voce di listino**.
11. Verrà visualizzato il modulo Voce di listino. Utilizzare la funzione di ricerca prodotti per selezionare il prodotto salvato in precedenza. Utilizzare la funzione di ricerca unità per selezionare un'unità. Immettere un importo nel campo **Importo** e accettare i valori predefiniti per gli altri campi.
12. Scegliere **Salva e chiudi**.
13. Fare di nuovo clic su **Salva e chiudi**.
14. Tornare alla finestra Prodotto. Fare clic sul pulsante di ricerca del campo **Listino prezzi predefinito**.
15. In **Cerca record** selezionare il listino prezzi creato in precedenza.
16. Scegliere **OK**.
17. Fare clic su **Salva e chiudi** per salvare il prodotto.

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Catalogo prodotti

1. Quale delle operazioni seguenti NON fa parte della procedura di creazione di un catalogo prodotti?
 - a) Impostazione di listini prezzi
 - b) Impostazione di prodotti
 - c) Impostazione di unità di vendita
 - d) Impostazione di aree di prezzi

Unità di prodotto

2. Che cosa definisce le varie misure in cui un prodotto è disponibile o confezionato?
 - a) Unità di vendita
 - b) Unità di base
 - c) Unità primarie
 - d) Elenchi sconti

Sequenza

3. Che cosa è necessario creare prima di poter creare un prodotto? Selezionare tutte le risposte appropriate.
 - a) Un listino prezzi
 - b) Un'unità di vendita
 - c) Un'area
 - d) Una linea di prodotti

Voci di listino

4. Che cosa è necessario creare prima di poter creare una voce di listino? Selezionare tutte le risposte appropriate.
 - a) Un listino prezzi
 - b) Un'unità di vendita
 - c) Un'area
 - d) Un prodotto

Disattivare un listino prezzi

5. Che cosa avviene ai record preesistenti che fanno riferimento a un listino prezzi disattivato?
- () a) I record non fanno più riferimento ad alcun listino prezzi
 - () b) Non è possibile disattivare un listino prezzi se sono presenti record che vi fanno riferimento
 - (●) c) I record continueranno a utilizzare il listino prezzi finché le transazioni non verranno completate o chiuse
 - () d) È necessario selezionare un altro listino prezzi per tutti i record preesistenti

CAPITOLO 10: ELABORARE GLI ORDINI DI VENDITA

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Comprendere quali elementi costituiscono una transazione di vendita completa.
- Comprendere i due stati delle offerte, come utilizzare le offerte e come creare e modificare le offerte.
- Creare un nuovo ordine, creare un ordine da un'offerta e registrare l'evasione dell'ordine.
- Creare una fattura da un ordine e chiudere o annullare una fattura.

Introduzione

In questa lezione viene trattata in dettaglio l'elaborazione di un ordine di vendita in Microsoft Dynamics CRM con la descrizione di offerte, ordini e fatture e la spiegazione della fase rappresentata da ognuno di questi elementi all'interno del processo di vendita. Viene quindi illustrata la procedura dettagliata per la creazione di un'offerta, di un'ordine e di una fattura.

Informazioni sull'elaborazione degli ordini di vendita

Per registrare i dettagli dei processi relativi agli ordini di vendita e acquisire tutte le informazioni sulle transazioni di vendita è possibile utilizzare offerte, ordini, fatture o una qualsiasi combinazione di questi.

Durante la fase di opportunità, il rappresentante di vendita si mette in contatto diverse volte con il cliente, allo scopo di definire i prodotti o i servizi interessati e le condizioni di vendita. Durante questo processo può essere necessario presentare una o più offerte. Quando la transazione viene finalizzata, il rappresentante di vendita immette gli ordini e crea le fatture.

In Microsoft Dynamics CRM, le offerte, gli ordini e le fatture sono considerati come fasi diverse di una transazione di vendita:

- **Offerta:** offerta formale inviata a un cliente potenziale. L'offerta riguarda i prodotti e/o i servizi proposti a prezzi specifici con le relative condizioni di pagamento.
- **Ordine:** offerta che è stata accettata. Il cliente è interessato ad acquistare i prodotti o i servizi alle condizioni specificate nell'offerta.
- **Fattura:** conto per le merci spedite o per il servizio fornito oggetto di un ordine.

Un'offerta può diventare un ordine, che a sua volta può diventare una fattura. La forza vendita può utilizzare gli strumenti e i modelli di Microsoft Dynamics CRM per creare e stampare offerte, ordini e fatture sia in rete sia fuori rete presso la sede di un cliente. Le offerte, gli ordini e le fatture possono essere collegati a opportunità e account e a uno o più contatti, note e allegati. Possono inoltre essere associati a uno o più concorrenti e prodotti.

Creare e rivedere offerte

Una transazione di vendita che si conclude positivamente inizia in genere con una offerta in bozza. Prima dell'accettazione un'offerta viene spesso sottoposta a diversi aggiornamenti da parte del venditore e del cliente.

Lo stato delle offerte può essere di due tipi:

- **Bozza:** perché sia modificabile, lo stato di un'offerta deve essere Bozza. Subito dopo la creazione lo stato dell'offerta corrisponde a Bozza.
- **Attiva:** quando l'offerta è pronta per essere inviata al cliente, lo stato dell'offerta passa ad Attiva. Le offerte attive sono di sola lettura. Per modificarle è necessario convertirle di nuovo in offerte in bozza. Questo processo è detto revisione dell'offerta.

In fase di revisione è possibile stampare le offerte per rivederle. Microsoft Dynamics CRM consente inoltre di stampare le offerte direttamente in un documento di Microsoft Word. Con l'opzione di stampa è inoltre possibile iniziare da un documento vuoto o utilizzare modelli predefiniti. In tale modo è possibile utilizzare le informazioni dell'offerta come modello per generare una proposta.

Quando si aggiorna un'offerta cambiando i prodotti o gli sconti, le modifiche influiscono inoltre sulla previsione di vendita generale. Ogni volta che l'offerta viene rivista, per inviarla al cliente è necessario attivarla. Dopo che il cliente ha accettato le condizioni contenute nell'offerta, questa si considera accettata e inizia la fase relativa all'ordine.

Procedura: Creare o modificare un'offerta

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Offerte**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nella scheda **Generale** immettere le informazioni seguenti:
 - **ID offerta:** le informazioni vengono create automaticamente. Gli amministratori di sistema possono impostare il formato della numerazione automatica per questo ID.
 - **ID aggiornamento:** le informazioni vengono create automaticamente. L'ID aggiornamento consente di registrare il numero di aggiornamenti relativi a un'offerta attiva.
 - **Nome:** immettere un nome univoco. Per impostazione predefinita, nell'elenco dei record le offerte sono ordinate per nome.
 - **Potenziale cliente:** immettere un account o un contatto. Per cercare un record è possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.
 - **Listino prezzi:** immettere un listino prezzi. Per cercare un listino prezzi è possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.
4. La sezione **Totali** include tutte le informazioni relative alla determinazione dei prezzi e tutti i prodotti dell'offerta. In **Totali** immettere le informazioni disponibili. Se si desidera aggiungere uno sconto, è possibile aggiungere uno sconto in percentuale, uno sconto in euro o entrambi.
 - **Sconto offerta (%):** immettere la percentuale di sconto sull'importo totale, escluse le spese di spedizione (non includere il segno di percentuale).
 - **Sconto offerta (€):** immettere l'importo dello sconto sull'importo totale (non includere il simbolo di valuta).
 - **Spese di spedizione (€):** immettere l'importo corrispondente al costo di spedizione dell'articolo (non utilizzare il simbolo dell'euro).
 - **Totale imposte (€):** il totale delle imposte viene calcolato quando si fa clic su **Ricalcola** o su **Salva**.

- **Totale offerta (€):** il totale viene calcolato quando si fa clic su **Ricalcola** o su **Salva**.
5. Nella scheda **Indirizzi**, fare clic su **Ricerca indirizzo** sulla barra degli strumenti **Standard**.
 6. Nella finestra di dialogo Ricerca indirizzo selezionare i campi da cercare: **Indirizzo di fatturazione**, **Indirizzo di spedizione** o entrambi.
 7. In **Selezione indirizzo** immettere almeno una parte del nome dell'indirizzo per l'account e fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare l'indirizzo. Selezionare e aprire l'indirizzo appropriato. Nella finestra **Ricerca indirizzo** fare clic su **OK**.

Nota: quando si cerca un indirizzo, perché un account sia visualizzato tra i risultati della ricerca è necessario che il campo relativo al nome dell'indirizzo sia compilato.

8. Nel modulo Offerta: nuovo elemento fare clic su **Salva**.
9. Nel riquadro di spostamento del modulo, in **Dettagli**, fare clic su **Prodotti in catalogo**.
10. Fare clic su **Nuovo elemento Prodotto offerta** sulla barra degli strumenti **Azioni** per aggiungere un prodotto all'offerta.
11. Nella scheda **Generale** immettere le informazioni sul prodotto:
 - **Prodotto:** immettere un prodotto. È possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare un altro prodotto.
 - **Unità:** immettere l'unità in cui sarà disponibile il prodotto. È possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare un'unità.
12. In **Prezzo** immettere tutte le informazioni disponibili rispettando eventuali restrizioni o requisiti specificati.
 - **Sostituisci prezzo:** consente di sostituire il prezzo indicato nel Catalogo prodotti e di specificare un prezzo personalizzato. Se si seleziona questa opzione, è necessario immettere le informazioni sul prezzo.
 - **Quantità:** immettere la quantità del prodotto o servizio.
 - **Sconto manuale:** se si desidera, immettere uno sconto per il prodotto.
 - **Imposte:** se necessario, immettere l'importo delle imposte appropriato.

13. Se necessario, ripetere i passaggi da 10 a 12 per aggiungere ulteriori prodotti all'offerta.
14. Fare clic su **Salva e chiudi**.
15. Scegliere **Attiva offerta** dal menu **Azioni**.
16. Fare clic su **Chiudi**.

*Nota: se un prodotto non è presente nel Catalogo prodotti, è possibile aggiungerlo manualmente all'offerta. A tale scopo, selezionare **Prodotti fuori catalogo** nel riquadro di spostamento del modulo.*

*Per stampare un'offerta, aprire l'offerta desiderata e fare clic su **Stampa offerta per cliente** sulla barra degli strumenti **Azioni**.*

Creare e registrare ordini

Dopo l'accettazione dell'offerta, è possibile generare un ordine sulla base di questa. L'ordine viene utilizzato per evadere la richiesta dei beni o dei servizi inclusi nell'offerta.

Un ordine è la richiesta di acquisto di prodotti o servizi da parte di un cliente. In genere a un'offerta accettata conduce fa seguito un ordine. È tuttavia possibile creare ordini direttamente e aggiungervi i prodotti. Per gli ordini generati da offerte e per quelli creati da zero le informazioni da immettere sono le stesse.

Dopo l'immissione dell'ordine, il passaggio successivo corrisponde all'evasione, ovvero alla fornitura dei servizi o dei prodotti richiesti dal cliente nell'ordine. Microsoft Dynamics CRM consente di registrare se gli ordini sono stati evasi. L'evasione può essere completa o parziale.

Nota: se si utilizzano altri sistemi di evasione, ad esempio soluzioni ERP (Enterprise Resource Planning), è possibile integrare Microsoft Dynamics CRM al sistema ERP per passare a quest'ultimo le informazioni relative all'evasione e alla registrazione utilizzando gli ordini.

Procedura: Creare un nuovo ordine

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Ordini**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. In **Nome** immettere il nome dell'ordine.
4. In **Cliente** immettere un nome di account o di contatto. Per cercare un account o un contatto è possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.
5. In **Listino prezzi** immettere il listino prezzi da utilizzare. Per cercare un listino prezzi è possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.

6. In **Totali** immettere le informazioni seguenti in base alle esigenze:
 - **Sconto ordine (%)**: immettere la percentuale di sconto sull'importo totale, escluse le spese di spedizione (non includere il segno di percentuale).
 - **Sconto ordine (€)**: immettere l'importo dello sconto sull'importo totale (non includere il simbolo di valuta).
 - **Spese di spedizione (€)**: immettere l'importo corrispondente al costo di spedizione dell'articolo (non includere il simbolo di valuta).
 - **Totale imposte (€)**: il totale delle imposte viene calcolato quando si fa clic su **Ricalcola** o su **Salva**.
 - **Totale ordine (€)**: il totale viene calcolato quando si fa clic su **Ricalcola** o su **Salva**.

7. Nella scheda **Spedizione** immettere le informazioni necessarie:
 - **Data consegna richiesta**: immettere la data richiesta dall'account per la consegna dell'ordine.
 - **Metodo di spedizione**: selezionare il fornitore da utilizzare per la spedizione.
 - **Condizioni di pagamento**: specificare le condizioni concordate per il pagamento dell'ordine.
 - **Condizioni di spedizione**: selezionare la parte responsabile dei costi di trasporto e carico.

8. Nella scheda **Indirizzi** fare clic su **Ricerca indirizzo** sulla barra degli strumenti **Standard**.
9. Nella finestra di dialogo Ricerca indirizzo selezionare i campi da cercare: **Indirizzo di fatturazione**, **Indirizzo di spedizione** o entrambi.
10. In **Selezione indirizzo** immettere almeno una parte del nome dell'indirizzo per l'account e fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare l'indirizzo. Selezionare e aprire l'indirizzo appropriato. Nella finestra **Ricerca indirizzo** fare clic su **OK**.

*Nota: quando si cerca un indirizzo, perché un account sia visualizzato tra i risultati della ricerca è necessario che il campo **Nome** dell'indirizzo sia compilato.*

11. Se necessario, nella scheda **Amministrazione**, in **Proprietario**, immettere l'utente a cui si desidera riassegnare l'ordine.
12. Nella scheda **Note** immettere eventuali altre informazioni sull'ordine.
13. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Procedura: Creare un ordine da un'offerta

Un'offerta acquisita diventa un ordine. In Microsoft Dynamics CRM solo le offerte attive possono essere convertite in ordini.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Offerte**.
2. In Visualizza selezionare Offerte attive.
3. Selezionare e aprire un'offerta nell'elenco.
4. Scegliere **Crea ordine** dal menu **Azioni**.
5. Nella finestra di dialogo Crea ordine, nel campo **Data acquisizione** viene inserita automaticamente la data corrente. In **Descrizione** immettere una descrizione dell'ordine.
6. Fare clic su **OK**.

Procedura: Registrare lo stato dell'evasione

Prima di fatturare un ordine è necessario evaderlo. Poiché è possibile evadere parzialmente gli ordini, è importante verificare che un ordine sia completato prima di fatturarlo al cliente.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su Vendite, nell'area Vendite fare clic su **Ordini**.
2. Selezionare e aprire un ordine nell'elenco.
3. Scegliere **Evadi ordine** dal menu **Azioni**.
4. Nella finestra di dialogo Evadi ordine, in **Motivo stato**, selezionare **Completato** se l'ordine è stato completamente evaso oppure **Parziale** se l'ordine è stato evaso parzialmente.
5. In **Data evasione** immettere la data di evasione completa o parziale dell'ordine.
6. In **Descrizione** immettere eventuali informazioni aggiuntive.
7. Fare clic su **OK**.

Creare e chiudere fatture

Questa è la fase finale del ciclo di vendita. La fattura consente di addebitare al cliente i prodotti presenti nell'ordine. A seconda dell'ordine e del numero di evasioni è possibile generare più fatture. Una fattura può essere chiusa annullandola o impostandola come pagata.

Una fattura viene in genere creata mediante la conversione di un ordine. In Microsoft Dynamics CRM è tuttavia possibile creare una fattura senza utilizzare un ordine. Per creare una nuova fattura, utilizzare il modulo per le fatture. I campi dati sono gli stessi dell'offerta.

Nota: se Microsoft Dynamics CRM è integrato con un sistema ERP o contabile, le fatture visualizzate in CRM sono solitamente di sola lettura e provengono dal sistema con il quale CRM è integrato. La visualizzazione dei dati in CRM consente di vedere lo stato delle fatture senza accedere al sistema contabile.

Procedura: Creare una fattura da un ordine

La generazione della fattura rappresenta il passaggio finale della transazione di vendita. La fattura consente di addebitare al cliente l'importo dovuto.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Ordini**.
2. Selezionare e aprire un ordine nell'elenco.
3. Scegliere **Crea fattura** dal menu **Azioni**.
4. Nel modulo Fattura verranno immesse le informazioni di tutti i campi compilati nel modulo ordine. Eseguire eventuali modifiche necessarie per l'aggiornamento della fattura.
5. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Nota: una fattura viene in genere creata mediante la conversione di un ordine. In Microsoft Dynamics CRM è tuttavia possibile creare una fattura senza utilizzare un ordine. Per creare una nuova fattura, utilizzare il modulo per le fatture. I campi dati sono gli stessi delle offerte.

Procedura: Chiudere una fattura impostandola come pagata o annullandola

Utilizzare una fattura per creare il conto da inviare al cliente. Chiudere una fattura annullandola o impostandola come pagata.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Fatture**.
2. Selezionare e aprire una fattura nell'elenco.
3. Dal menu **Azioni** scegliere **Fattura pagata** se la fattura è stata pagata oppure **Annulla fattura** se la fattura è annullata.
4. Nella finestra di dialogo, in **Motivo stato**, selezionare il motivo per cui la fattura viene impostata come pagata o annullata.
5. Fare clic su **OK**.
6. Fare clic su **Chiudi** per chiudere la fattura.

Esercitazione pratica: Generare un'offerta, un ordine e una fattura

In questa esercitazione viene illustrato come creare un'offerta da un'opportunità.

Nota: in questa esercitazione pratica viene utilizzata l'opportunità creata in Esercitazione pratica: Aggiungere prodotti a un'opportunità. Se questa esercitazione non è stata completata, è necessario aggiungere prodotti all'offerta.

Scenario

Durante il completamento di un'opportunità con un cliente, [nome opportunità contenente nome account e descrizione dell'opportunità], il rappresentante di vendita viene a sapere che il cliente è interessato a un'offerta per i prodotti.

Il rappresentante di vendita prepara un'offerta e la presenta al cliente. Alcuni giorni più tardi il rappresentante di vendita fa seguito all'offerta e il cliente chiede un ulteriore sconto del 5%, in mancanza del quale si rivolgerà a un concorrente. Il rappresentante di vendita aggiorna l'offerta.

Descrizione degli obiettivi

In questa dimostrazione vengono raggiunti i risultati seguenti:

- Creare un'offerta
- Aggiornare un'offerta
- Convertire l'offerta in ordine
- Evadere l'ordine e convertirlo in fattura

Esercitazione pratica: Passaggi per generare un'offerta, un ordine e una fattura

Passaggi per preparare l'offerta:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi fare clic su **Opportunità**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire l'opportunità [Nome opportunità].
3. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Vendite** e quindi fare clic su **Offerte**.
4. Fare clic su **Nuovo elemento Offerta** sulla barra degli strumenti **Azioni**. Nella nuova offerta vengono inserite le informazioni dell'opportunità. Eseguire le eventuali modifiche necessarie.
5. Immettere [listino prezzi]
6. Sulla barra degli strumenti **Standard** scegliere **Attiva offerta** dal menu **Azioni**.

7. Fare clic su **Chiudi**.
8. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Esercitazione pratica: Aggiornare l'offerta

Passaggi per aggiornare l'offerta:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Offerte**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire l'offerta [Nome offerta].
3. Sulla barra degli strumenti **Standard** scegliere **Aggiorna** dal menu **Azioni**.
4. In **Sconto offerta (%)** immettere [Sconto offerta].
5. Sulla barra degli strumenti **Standard** scegliere **Attiva offerta** dal menu **Azioni**.
6. Fare clic su **Chiudi**.

Esercitazione pratica: Convertire un'offerta in un ordine

Convertire un'offerta in un ordine:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Opportunità**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire l'opportunità [Nome opportunità].
3. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Vendite** e quindi fare clic su **Offerte**.
4. Fare clic su **Crea ordine** sulla barra degli strumenti **Standard**.
5. Nella finestra di dialogo Crea ordine, in **Motivo stato**, selezionare **Acquisita**.
6. In **Data acquisizione** immettere la data in cui l'opportunità è stata acquisita.
7. In **Descrizione** immettere eventuali dettagli sull'ordine.
8. Selezionare **Chiudi opportunità**.
9. Selezionare **Calcolati dalle offerte**.
10. Fare clic su **OK**.

Esercitazione pratica: Completare l'ordine

Completare il modulo d'ordine:

1. Il modulo **Ordine** viene visualizzato dopo che un'offerta è stata convertita in ordine.
2. Rivedere tutte le informazioni nella scheda **Generale** del modulo d'ordine.
3. Fare clic sulla scheda **Spedizione**.
4. In **Data consegna richiesta** immettere [data richiesta dal cliente].
5. In **Metodo di spedizione** selezionare [metodo di spedizione].

6. In **Condizioni di pagamento** selezionare [condizione di pagamento].
7. In **Condizioni di spedizione** selezionare [condizione di spedizione].
8. Fare clic sulla scheda **Indirizzi**.
9. Completare la sezione **Indirizzo di fatturazione** con le informazioni seguenti:
 - **Nome:** [nome cliente]
 - **Via 1:** [indirizzo]
 - **Città:** [città]
 - **Provincia:** [provincia]
 - **CAP** [CAP]
 - **Telefono:** [telefono]
10. Nella sezione **Indirizzo di spedizione** fare clic su **Ritiro a carico del cliente** per il campo **Spedizione**.
11. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Esercitazione pratica: Convertire un ordine in una fattura

Convertire un ordine in una fattura:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi fare clic su **Opportunità**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire l'opportunità [Nome opportunità].
3. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Vendite** e quindi fare clic su **Ordini**.
4. Scegliere Evadi ordine dal menu Azioni.
5. In **Motivo stato** selezionare **Completato** o **Parziale** e quindi fare clic su **OK**.
6. Fare clic su **Crea fattura** sulla barra degli strumenti **Standard**.
7. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Riepilogo

Microsoft Dynamics CRM consente di creare un'offerta e di aggiornarla più volte durante le negoziazioni di vendita. È possibile quindi utilizzare l'offerta come base di ordini, che a loro volta possono essere utilizzati come base di fatture. Microsoft Dynamics CRM consente inoltre di creare ordini e fatture da zero nonché di registrare lo stato di evasioni e fatture.

Verifica

Offerte

1. Quale deve essere lo stato di un'offerta perché sia possibile modificarla?
 - a. Iniziale
 - b. Bozza
 - c. Aggiornata
 - d. Attiva

Stampare un'offerta

2. Quali sono le operazioni consentite nella stampa di un'offerta? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - a. Iniziare da un documento vuoto
 - b. Utilizzare un modello predefinito
 - c. Stampare le fatture collegate
 - d. Includere informazioni sugli ordini

Fatture

3. In Microsoft Dynamics CRM quali tipi di stato è possibile registrare per le fatture? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - a. Annullata
 - b. Richiesta
 - c. Pagata
 - d. Inviata

Sconti

4. Negli ordini, il campo Sconto offerta rappresenta uno sconto percentuale su quale importo?
 - a. Importo totale
 - b. Spese di spedizione
 - c. Prodotto selezionato
 - d. Imposte

Proprietà degli indirizzi

5. Per cercare un indirizzo durante la compilazione di un'offerta quale informazione è necessario indicare?
- a. Via
 - b. CAP
 - c. Città
 - d. Nome

Prova pratica 10.1: Convertire un'offerta in un ordine

In questa prova pratica verrà creato un ordine da un'offerta.

Nota: in questa prova pratica viene utilizzata l'offerta creata in Esercitazione pratica: Preparare un'offerta.

Scenario

Il rappresentante di vendita crea una nuova offerta per un'opportunità esistente, [nome opportunità]. Il potenziale cliente associato all'opportunità rivede l'offerta e quindi chiede di inserire un ordine.

Il rappresentante di vendita, quindi, converte l'offerta in ordine e invia una lettera di ringraziamento al cliente.

Descrizione degli obiettivi

L'obiettivo di questa prova pratica è:

- Convertire un'offerta in un ordine
- Inviare una lettera di ringraziamento al cliente

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Suggerimenti

Passaggi per convertire l'offerta in ordine:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Opportunità**.
2. Selezionare e aprire [nome opportunità] nell'elenco.
3. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Vendite** e quindi fare clic su **Offerte**.
4. Fare clic su **Nuovo elemento Offerta** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
5. Nel modulo Offerta immettere [Nome offerta] nel campo **Nome**.
6. Sulla barra degli strumenti **Standard** scegliere **Attiva offerta** dal menu **Azioni**.
7. Fare clic su **Crea ordine** sulla barra degli strumenti **Standard**.
8. In **Motivo stato** selezionare **Acquisita** e in **Data acquisizione** immettere [data].

9. Fare clic su **OK**.
10. Rivedere le informazioni nel modulo d'ordine.
11. Fare clic su **Salva**.

Suggerimenti: Inviare una lettera di ringraziamento

Passaggi per inviare una lettera di ringraziamento:

1. Con il modulo d'ordine aperto, scegliere **Aggiungi impegno** dal menu **Azioni** e quindi scegliere **Posta elettronica**.
2. Digitare il testo del messaggio e fare clic su **Invia**.

***Nota:** dall'ambiente dell'aula non è possibile inviare il messaggio. In Posta in arrivo si riceverà la notifica relativa al messaggio non recapitato. Il sistema di esercitazione, infatti, contiene indirizzi di posta elettronica ma non è in grado di inviare i messaggi ai destinatari.*

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Offerte

1. Quale deve essere lo stato di un'offerta perché sia possibile modificarla?
 - Iniziale
 - Bozza
 - Aggiornata
 - Attiva

Stampare un'offerta

2. Quali sono le operazioni consentite nella stampa di un'offerta? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Iniziare da un documento vuoto
 - Utilizzare un modello predefinito
 - Stampare le fatture collegate
 - Includere informazioni sugli ordini

Fatture

3. In Microsoft Dynamics CRM quali tipi di stato è possibile registrare per le fatture? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Annullata
 - Richiesta
 - Pagata
 - Inviata

Sconti

4. Negli ordini, il campo Sconto offerta rappresenta uno sconto percentuale su quale importo?
 - Importo totale
 - Spese di spedizione
 - Prodotto selezionato
 - Imposte

Proprietà degli indirizzi

5. Per cercare un indirizzo durante la compilazione di un'offerta quale informazione è necessario indicare?
- Via
 - CAP
 - Città
 - Nome

CAPITOLO 11: CREARE REPORT SULLE VENDITE

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Informazioni sugli strumenti utilizzabili per valutare i dati delle vendite.
- È possibile utilizzare i report predefiniti sulla produttività di vendita per esaminare opportunità potenziali, prevedere ricavi e analizzare la produttività di vendita.
- Esportare i risultati di una ricerca avanzata o visualizzare un foglio di calcolo di Excel utilizzando la funzionalità per l'esportazione in Microsoft Excel.
- Generare rapidamente report personalizzati utilizzando la Creazione guidata report.

Introduzione

In questa lezione vengono illustrate le funzionalità aggiuntive di Microsoft Dynamics CRM che consentono di analizzare i dati acquisiti nel sistema. Sono disponibili numerosi report sulla produttività di vendita che consentono di esaminare le prestazioni di vendita e di effettuare previsioni. La funzionalità Esporta in un foglio di lavoro di Excel consente sia di creare copie statiche che di eseguire query dinamiche sui dati, da visualizzare e valutare in Microsoft® Excel®. La Creazione guidata report e gli strumenti associati consentono agli utenti finali di sviluppare e condividere rapidamente report personalizzati.

Valutare i dati delle vendite

In Microsoft Dynamics CRM sono disponibili numerosi strumenti che è possibile utilizzare per valutare le informazioni correlate alle vendite, ad esempio:

- **Report sulla produttività** - In Microsoft Dynamics CRM sono disponibili numerosi report predefiniti che consentono di valutare l'impegno della forza vendita, esaminando ad esempio la cronologia delle vendite e la produttività di vendita.
- **Ricerca avanzata** - Illustrata nella Lezione 4: Ottenere informazioni complete sui clienti. La ricerca avanzata consente di eseguire ricerche complesse ed esaustive per ogni tipo di informazioni, inclusa la ricerca di informazioni disponibili in tipi di record diversi e la visualizzazione dei dati combinati. È possibile salvare le ricerche e i relativi risultati per utilizzarli in un momento successivo. Per ulteriori informazioni, vedere la Lezione 4: Ottenere informazioni complete sui clienti.
- **Esportazione in Excel** - È possibile esportare informazioni in Excel come fogli di lavoro statici o dinamici e come tabelle pivot dinamiche, quindi utilizzare le funzionalità di Excel per manipolare i dati ed eseguire analisi complesse.
- **Report personalizzati** - La Creazione guidata report di Microsoft Dynamics CRM semplifica la creazione di report personalizzati, consentendo all'utente di selezionare i dati da includere e il formato desiderato per la visualizzazione.

Misurare le prestazioni con i report sulla produttività di vendita

È possibile utilizzare gli strumenti di gestione della forza vendita di Microsoft Dynamics CRM per accedere alle informazioni sulla produttività dell'organizzazione, ad esempio gli obiettivi di vendita e le previsioni per il trimestre successivo, nonché gli impegni di vendita.

Con Microsoft Dynamics CRM è possibile visualizzare la produttività di persone singole, gruppi e aree. Tali informazioni possono essere utilizzate per valutare l'andamento della forza vendita in relazione agli obiettivi di vendita impostati per i venditori, i relativi responsabili e le aree in cui sono divisi. In Microsoft Dynamics CRM sono disponibili informazioni sugli elementi seguenti:

- Obiettivo di vendita impostato per il periodo fiscale.
- Ricavi effettivi generati per il periodo fiscale (o fino a una data specifica del periodo corrente).
- Percentuale dell'obiettivo di vendita realizzata (confronto tra obiettivo di vendita e ricavi).
- Numero di opportunità convertite in ordini.
- Numero di opportunità perse (che non sono state convertite in ordini).

- Ricavi previsti nella pipeline, ovvero i ricavi che si prevede di poter generare chiudendo le opportunità aperte.
- Percentuale di opportunità realizzate (numero di opportunità che sono state convertite in ordini rispetto al numero di opportunità che non hanno prodotto ordini).

Report predefiniti sulla produttività

I seguenti report predefiniti sulle vendite consentono di visualizzare la produttività di un singolo venditore, di un gruppo di venditori o di un'area di vendita.

Report Cronologia vendite

Il report Cronologia vendite consente ai direttori commerciali di visualizzare le prestazioni dei venditori in base ai ricavi che hanno generato in precedenza. Nel report è visualizzato un grafico a barre dei ricavi totali realizzati e persi per un singolo cliente o per un gruppo di clienti. Facendo clic su un'area del grafico, è possibile visualizzare un elenco delle opportunità chiuse e le informazioni chiave seguenti:

- Ricavi generati
- Dimensioni medie della transazione
- Percentuale di acquisizione
- Data di chiusura della transazione

È possibile utilizzare queste informazioni per identificare i venditori migliori e i clienti che generano più ricavi.

Report Pipeline di vendita

Il report Pipeline di vendita consente a venditori e responsabili di visualizzare i ricavi che si prevede verranno generati dalle opportunità (ovvero i ricavi nella pipeline). È possibile visualizzare i ricavi che si prevede di ottenere dalle opportunità per un singolo venditore, per un gruppo di venditori o per un'area. Nel report viene visualizzato un grafico a barre per i ricavi previsti. Facendo clic su un'area del grafico è possibile visualizzare le informazioni chiave seguenti:

- Attuale fase di vendita dell'opportunità
- Probabilità che l'opportunità venga acquisita
- Ricavi previsti

È possibile utilizzare queste informazioni per aiutare i venditori a raggiungere gli obiettivi di vendita per la propria area o altri obiettivi.

Nota: affinché questo report produca dati significativi, è necessario utilizzare i processi del flusso di lavoro di Microsoft Dynamics CRM per definire le fasi delle opportunità di vendita.

Lead e account trascurati

Nel report Lead trascurati viene visualizzato un elenco di lead per cui durante un numero di giorni specificato non è stato completato alcun impegno, quale un'azione da eseguire, ad esempio un'attività, o un tipo di comunicazione inviato o ricevuto, ad esempio un messaggio di posta elettronica, telefonate e appuntamenti; lo stato degli impegni viene registrato e la cronologia degli impegni viene archiviata nel sistema, per consentire agli utenti visualizzare gli impegni aperti e chiusi. L'obiettivo di un venditore è convertire i lead in opportunità. La probabilità di convertire in opportunità un lead che non viene contattato è molto scarsa. Il report Lead trascurati aiuta i venditori a gestire i lead con la massima efficienza.

Mantenersi in stretto contatto con gli account esistenti spesso consente di migliorare i rapporti con i clienti e di aumentare i ricavi generati. Nel report Account trascurati viene visualizzato un elenco degli account per i quali non sono stati completati impegni per un numero specificato di giorni.

Esercitazione pratica: Previsione delle vendite

In questa esercitazione pratica viene utilizzato il report Pipeline di vendita per visualizzare informazioni specifiche sulle vendite.

Scenario

Un rappresentante di vendita desidera visualizzare le vendite potenziali per area di vendita, quindi visualizzare solo quelle che prevede di chiudere entro un mese per un'area specifica, ad esempio l'area Ovest, Centrale e così via. Per individuare tali informazioni viene modificato e utilizzato il filtro del report Pipeline.

Descrizione degli obiettivi

Gli obiettivi di questa esercitazione pratica sono i seguenti:

- Visualizzare il report Pipeline.
- Modificare il filtro del report in modo da visualizzare solo le vendite che si prevede di chiudere entro un mese.
- Raggruppare le informazioni del report per area di vendita e visualizzare le informazioni relative all'area desiderata.

Procedura

Per visualizzare il report, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi scegliere **Opportunità**.
2. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Report** e quindi scegliere **Pipeline di vendita**.

3. Nella finestra di dialogo Seleziona record, in **Usa questi record** selezionare **Tutti i record applicabili**.
4. Nella finestra di dialogo Seleziona record fare clic su **Esegui report**.
5. Nel report selezionare **Area di vendita** dall'elenco a discesa **Raggruppa**.
6. Nel report fare clic su **Visualizza report**.
7. Nel report fare clic su **Modifica filtro**.
8. Nella sezione Opportunità, nella seconda colonna della riga **Data chiusura prev.** posizionare il puntatore del mouse su **Prossimi X mesi** e selezionare **Il giorno o prima**.
9. Nella terza colonna posizionare il puntatore del mouse su **Immettere un valore** e immettere la data del giorno corrispondente a un mese dalla data odierna.
10. Per ogni criterio rimanente, fare clic sulla freccia accanto alla riga e selezionare **Elimina**. Se si applicano tali criteri insieme al criterio Data chiusura prev., infatti, il report non produrrà alcun risultato.
11. Fare clic su **Esegui report**.
12. Quando viene visualizzato il report selezionare **Area di vendita** dall'elenco a discesa **Raggruppa**.
13. Fare clic su **Visualizza report**.
14. Nel grafico fare clic sull'area desiderata per visualizzare le opportunità che si prevede di chiudere entro un mese.

Utilizzare la funzionalità **Esporta in un foglio di lavoro di Excel**

È possibile esportare dati in Microsoft Excel da qualsiasi visualizzazione. Quando si esportano dati in Excel è possibile scegliere fra i tre formati di esportazione seguenti:

- **L'esportazione statica** crea una copia dei dati in un modulo di Excel. Tale metodo consente di esportare i dati e scegliere di contrassegnarli per la reimportazione includendo i campi necessari. L'esportazione statica consente di esportare solo la pagina di dati visibile all'utente al momento dell'esportazione.
- **L'esportazione dinamica** consente di esportare una query con un collegamento al server Microsoft Dynamics CRM. Con questo tipo di esportazione i dati vengono caricati dinamicamente da Microsoft Dynamics CRM, visualizzando in Excel informazioni sempre aggiornate. Per l'esportazione dinamica sono necessarie una connessione al server Microsoft Dynamics CRM e autorizzazioni appropriate. Vengono esportati tutti i dati che soddisfano i criteri della query. Quando si esportano dati in un foglio di lavoro è possibile aggiungere nuove colonne in cui esportare i dati e modificare le colonne.

- **Tabella pivot dinamica.** Questo metodo è simile all'esportazione dinamica ma consente di esportare i dati in una tabella pivot. L'utente può selezionare colonne specifiche da visualizzare nel report.

Nota: per utilizzare la funzionalità Esporta in un foglio di lavoro di Excel è necessario disporre delle autorizzazioni appropriate. Inoltre, è possibile visualizzare ed esportare solo i record per cui si dispone dell'accesso in lettura. Per eventuali domande, contattare l'amministratore di sistema.

Procedura: Esportare i dati di un elenco in Excel come foglio di lavoro statico

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su un'entità e quindi fare clic su un'area. Fare ad esempio clic su **Vendite** e quindi su **Clienti potenziali**.
2. Fare clic sull'icona **Esporta in un foglio di lavoro di Excel** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nella finestra di dialogo Esporta dati in Excel, in **Tipo di foglio di lavoro da utilizzare** selezionare **Foglio di lavoro statico con i record di questa pagina**.
4. Fare clic su **Esporta**.
5. Nella finestra di dialogo Download del file fare clic su **Salva**, per salvare la cartella di lavoro specificando un percorso, oppure fare clic su **Apri**, per aprire i dati esportati in Excel.

Procedura: Esportare i dati di un elenco in Excel come foglio di lavoro dinamico

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su un'entità e quindi fare clic su un'area. Fare ad esempio clic su **Vendite** e quindi su **Clienti potenziali**.
2. Fare clic sull'icona **Esporta in un foglio di lavoro di Excel** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nella finestra di dialogo Esporta dati in Excel, in **Tipo di foglio di lavoro da utilizzare** selezionare **Foglio di lavoro dinamico**.
4. Fare clic su **Modifica colonne**.
5. Per impostazione predefinita il foglio di lavoro esportato include i campi presenti nell'elenco, che vengono visualizzati con lo stesso ordine, la stessa larghezza e lo stesso ordinamento. Per selezionare un insieme di colonne diverso:
 - In **Attività comuni** fare clic su **Aggiungi colonne**.
 - Nella finestra di dialogo Aggiungi colonne, in **Tipo di record** selezionare il tipo di record di cui si desidera esportare i dati. Per impostazione predefinita è selezionato il tipo di entità dell'elenco, ma l'elenco dei tipi di record include anche record correlati al tipo di record primario.

- Nell'elenco dei campi selezionare i campi di cui si desidera esportare i valori.
- Scegliere **OK**.

Per rimuovere una colonna, nella finestra di dialogo Modifica colonne selezionare l'intestazione della colonna che si desidera rimuovere, quindi fare clic su **Rimuovi** in **Attività comuni**. Nel messaggio di conferma fare clic su **OK**.

6. Per modificare l'ordine delle colonne, nella finestra di dialogo Modifica colonne selezionare una colonna e quindi fare clic sulla freccia verso destra o verso sinistra per spostare la colonna.
7. Per modificare l'ordinamento, nella finestra di dialogo Modifica colonne fare clic su **Configura ordinamento**. In **Colonna** selezionare la colonna che si desidera ordinare. In **Ordinamento** selezionare **Crescente** o **Decrescente** e quindi scegliere **OK**. Non è possibile eseguire l'ordinamento su colonne di tipi di record correlati.
8. Per modificare la larghezza della colonna che verrà visualizzata nel foglio di lavoro di Excel, nella finestra di dialogo Modifica colonne selezionare un'intestazione di colonna, ad esempio Nome account, e quindi fare clic su **Cambia proprietà**. Nella finestra di dialogo Cambia proprietà colonna selezionare la larghezza in pixel desiderata e quindi scegliere **OK**.
9. Quando si è pronti, fare clic su **Esporta**.
10. Nella finestra di dialogo Download del file fare clic su **Salva**, per salvare la cartella di lavoro specificando un percorso, oppure fare clic su **Apri**, per aprire i dati esportati in Excel.

Procedura: Esportare i dati di un elenco in Excel come tabella pivot

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su un'entità e quindi fare clic su un'area. Fare ad esempio clic su **Vendite** e quindi su **Clienti potenziali**.
2. Fare clic sull'icona **Esporta in un foglio di lavoro di Excel** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nella finestra di dialogo Esporta dati in Excel, in **Tipo di foglio di lavoro da utilizzare** selezionare **Tabella pivot dinamica**.
4. Per impostazione predefinita il foglio di lavoro esportato include i campi presenti nell'elenco, che vengono visualizzati con lo stesso ordine, la stessa larghezza e lo stesso ordinamento. Per selezionare un insieme di colonne diverso, fare clic su **Seleziona colonne** e quindi:
 - Nella finestra di dialogo Seleziona colonne tabella pivot, in **Tipo di record** selezionare il tipo di record di cui si desidera esportare i dati. Per impostazione predefinita è selezionato il tipo di entità dell'elenco, ma l'elenco dei tipi di record include anche record correlati al tipo di record primario.

- Nell'elenco dei campi selezionare i campi di cui si desidera esportare i valori.
 - Scegliere **OK**.
5. Fare clic su **Esporta**.
 6. Nella finestra di dialogo Download del file fare clic su **Salva**, per salvare la cartella di lavoro specificando un percorso, oppure fare clic su **Apri**, per aprire i dati esportati in Excel.

Utilizzare la Creazione guidata report

In Microsoft Dynamics CRM gli utenti che dispongono delle autorizzazioni appropriate possono creare direttamente report personalizzati utilizzando la Creazione guidata report. I report sono diversi dalle visualizzazioni salvate e dalle ricerche avanzate, perché possono essere utilizzati per eseguire il rendering dei grafici, sommare le quantità numeriche ed effettuare il drill down a ulteriori dettagli.

Nota: la possibilità di creare i report è controllata dalla protezione basata sui ruoli di Microsoft Dynamics CRM.

Scenario

Un rappresentante di vendita desidera visualizzare un elenco e un grafico a torta delle opportunità che gli sono state assegnate, suddivise per regione.

Descrizione degli obiettivi

L'obiettivo di questa esercitazione pratica è creare un nuovo report personalizzato utilizzando la Creazione guidata report.

Esercitazione pratica: Utilizzare la Creazione guidata report

Procedura

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro**, scegliere **Attività personali** e quindi fare clic su **Report**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nella finestra di dialogo Report, in **Tipo di report** selezionare **Report di Creazione guidata report**.
4. Fare clic sul pulsante **Creazione guidata report**.
5. In **Selezione della modalità di creazione del nuovo report** selezionare **Avvia un nuovo report** e quindi scegliere **Avanti**.
6. In **Nome report** immettere [nome], in **Tipo di record principale** selezionare **Opportunità** e quindi scegliere **Avanti**.

7. In **Usa visualizzazione salvata** selezionare **Opportunità aperte personali**.
8. Nel primo criterio dovrebbe essere visualizzato **Proprietario**.
9. Il criterio successivo è impostato su **Uguale all'utente corrente**.
10. Scegliere **Avanti**.
11. In **Attività comuni** fare clic su **Aggiungi colonna o gruppo**.
12. Nella finestra di dialogo **Aggiunta colonna** verificare che **Tipo di record** sia impostato su **Opportunità** e quindi, in **Colonna**, selezionare **Argomento**. Scegliere **OK**.
13. Ripetere questo passaggio per inserire la colonna **Ricavi prev.**
14. Fare di nuovo clic su **Aggiungi colonna o gruppo** e, in **Tipo di record**, selezionare **Potenziale cliente (Account)**.
15. In **Colonna** selezionare **Indirizzo 1: provincia**. Scegliere **OK**.
16. Scegliere **Avanti**.
17. Nella pagina successiva selezionare **Grafico e tabella** e, in tale gruppo, selezionare **Mostra tabella sotto il grafico, sulla stessa pagina**. Scegliere **Avanti**.
18. Nella pagina successiva selezionare **Grafico a torta** e quindi scegliere **Avanti**.
19. Nella finestra di dialogo **Personalizzazione formato grafico** selezionare **Indirizzo 1: provincia (Potenziale cliente)** nel campo **Dati dell'area Sezioni**.
20. Nel campo **Dati dell'area Valori** selezionare **Ricavi prev.**
21. Scegliere **Avanti**.
22. Nella pagina **Riepilogo report** scegliere **Avanti**.
23. Nella pagina di conferma **Creazione del report** completata scegliere **Fine**.
24. Nella finestra di dialogo **Report** fare clic su **Esegui report** sulla barra degli strumenti **Standard**.
25. Scegliere **Chiudi** dal menu **File** per chiudere il Visualizzatore report.
26. Scegliere **Salva e chiudi**.

Nota: la Creazione guidata report consente di creare report di tipo Solo tabella e Grafico e tabella. Quando si utilizza un grafico in un report, è possibile scegliere tra Grafico a barre verticale, Grafico a barre orizzontale, Grafico a linee e Grafico a torta. Per modificare un report creato, selezionarlo e scegliere Modifica report dal menu Altre azioni della barra degli strumenti Azioni.

Riepilogo

In questa lezione è stato illustrato come creare report sulla produttività di vendita per consentire la previsione delle vendite. I report sulle vendite consentono di analizzare le informazioni relative ai clienti, di visualizzare la produttività di vendita e di prevedere le vendite future. È stato inoltre illustrato come utilizzare la funzionalità Esporta in un foglio di lavoro di Excel per esportare dati statici e dinamici in Excel come fogli di lavoro e come tabelle pivot dinamiche. La Creazione guidata report ha consentito di creare rapidamente alcuni report personalizzati.

Verifica

Analizzare obiettivi di vendita e generare previsioni

1. Quali sono le informazioni disponibili in Microsoft Dynamics CRM per l'analisi degli obiettivi di vendita e la generazione delle previsioni?
 - Un elenco dei lead convertiti nel periodo fiscale
 - L'obiettivo di vendita impostato per il periodo fiscale
 - Il numero delle persone contattate durante un determinato intervallo di tempo
 - La percentuale di chiusura delle opportunità

Report sui ricavi

2. Quale report consente di visualizzare i ricavi che si prevede di ottenere dalle opportunità, per un singolo venditore, per un gruppo di venditori o per un'area?
 - Report Cronologia vendite
 - Report Pipeline di vendita
 - Report personalizzati
 - Report Produttività

Esportazione in Excel

3. È possibile esportare dati da Microsoft Dynamics CRM ai fogli di calcolo di Excel seguenti? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Fogli di lavoro statici con i record della pagina corrente
 - Tabelle pivot dinamiche
 - Fogli di lavoro dinamici
 - Fogli di lavoro dinamici

Creazione guidata report

4. Quali dei tipi di grafico seguenti possono essere visualizzati in un report personalizzato generato con la Creazione guidata report? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - A barre verticali
 - A linee
 - A torta
 - A barre orizzontali

Cronologia vendite

5. Quali delle informazioni seguenti possono essere ottenute dai direttori commerciali tramite il report Cronologia vendite? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Percentuale di acquisizione
 - Attuale fase di vendita dell'opportunità
 - Data di chiusura della transazione
 - Dimensioni medie della transazione

Interazione tra venditori e account

6. Quale report visualizza in modo ottimale il livello di interazione tra un venditore e un account?
- Report Lead trascurati
 - Report Cronologia vendite
 - Report Pipeline di vendita
 - Report Account trascurati

Prova pratica 11.1: Produttività di vendita

In questa prova pratica viene utilizzata la ricerca avanzata per individuare e visualizzare informazioni per un report.

Man mano che si eseguono le istruzioni, utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Scenario

Il rappresentante di vendita desidera visualizzare il report Validità fonti solo per i lead acquisiti.

Descrizione degli obiettivi

Utilizzare Microsoft Dynamics CRM per eseguire le operazioni seguenti:

- Utilizzare una visualizzazione salvata di ricerca avanzata.
- Visualizzare il report Validità fonti per i lead acquisiti.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Suggerimenti

Per creare la ricerca, eseguire la procedura seguente:

Procedura dettagliata

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi su **Clienti potenziali**.
2. In **Visualizza** selezionare **Lead aperti**.
3. Fare clic su **Ricerca avanzata**.
4. Nella finestra **Ricerca avanzata** fare clic su **Mostra dettagli**.
5. Spostare il puntatore del mouse su **Selezionare**. Fare clic sull'elenco a discesa e selezionare il campo **Provincia**.
6. Fare clic su **Immettere un valore** e digitare **Lombardia**.
7. Fare clic su **Trova**.
8. Fare clic su **Torna alla query** per tornare alla query.
9. Fare clic su **Salva con nome**.
10. Specificare **Lead in Lombardia** come nome della visualizzazione salvata e scegliere **OK**.
11. Chiude la finestra Ricerca avanzata.

12. In **Visualizza** selezionare [nome visualizzazione salvata]. Se tale nome non è visualizzato, premere F5 per aggiornare la finestra del browser e controllare di nuovo.
13. Sulla barra degli strumenti Azioni fare clic su **Report** e quindi selezionare **Validità fonti**.
14. Nella finestra di dialogo Seleziona record, in **Usa questi record** selezionare **Tutti i record applicabili**.
15. Fare clic su **Esegui report**.

Prova pratica 11.2: Report sulla produttività di vendita

In questa esercitazione pratica viene utilizzato il report Validità fonti per individuare specifiche informazioni correlate alle vendite.

Man mano che si eseguono le istruzioni, utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Vedere il capitolo di introduzione all'esercitazione per informazioni sui due livelli di istruzioni delle prove pratiche e la soluzione della prova pratica nell'Appendice B.

Scenario

Il rappresentante di vendita desidera individuare il tipo di lead a cui corrisponde il maggior numero di vendite chiuse. Desidera inoltre visualizzare le opportunità che hanno contribuito ai ricavi. Tali informazioni sono disponibili nel report Validità fonti.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Suggerimenti

Per visualizzare il report, eseguire la procedura seguente:

Procedura dettagliata

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro**, scegliere **Attività personali** e quindi fare clic su **Report**.
2. Nell'elenco selezionare ma non aprire il report **Validità fonti**.
3. Sulla barra degli strumenti Azioni fare clic su **Altre azioni** e scegliere **Esegui report**.
4. Nella colonna **% importo convertito in ricavi** del report fare clic sul valore corrispondente alla fonte del lead [**origine, era Altro**] per visualizzare i record associati.

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Analizzare obiettivi di vendita e generare previsioni

1. Quali sono le informazioni disponibili in Microsoft Dynamics CRM per l'analisi degli obiettivi di vendita e la generazione delle previsioni?
 - Un elenco dei lead convertiti nel periodo fiscale
 - L'obiettivo di vendita impostato per il periodo fiscale
 - Il numero delle persone contattate durante un determinato intervallo di tempo
 - La percentuale di chiusura delle opportunità

Report sui ricavi

2. Quale report consente di visualizzare i ricavi che si prevede di ottenere dalle opportunità, per un singolo venditore, per un gruppo di venditori o per un'area?
 - Report Cronologia vendite
 - Report Pipeline di vendita
 - Report personalizzati
 - Report Produttività

Esportazione in Excel

3. È possibile esportare dati da Microsoft Dynamics CRM ai fogli di calcolo di Excel seguenti? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Fogli di lavoro statici con i record della pagina corrente
 - Tabelle pivot dinamiche
 - Fogli di lavoro dinamici
 - Fogli di lavoro dinamici

Creazione guidata report

4. Quali dei tipi di grafico seguenti possono essere visualizzati in un report personalizzato generato con la Creazione guidata report? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - A barre verticali
 - A linee
 - A torta
 - A barre orizzontali

Cronologia vendite

5. Quali delle informazioni seguenti possono essere ottenute dai direttori commerciali tramite il report Cronologia vendite? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate..)
- Percentuale di acquisizione
 - Attuale fase di vendita dell'opportunità
 - Data di chiusura della transazione
 - Dimensioni medie della transazione

Interazione tra venditori e account

6. Quale report visualizza in modo ottimale il livello di interazione tra un venditore e un account?
- Report Lead trascurati
 - Report Cronologia vendite
 - Report Pipeline di vendita
 - Report Account trascurati

CAPITOLO 12: INFORMAZIONI SULLE CAMPAGNE DI MARKETING

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Informazioni sui vantaggi del marketing a ciclo chiuso.
- Capire quando utilizzare una mini-campagna e quando una campagna di marketing.
- Informazioni sullo scopo delle mini-campagne e passaggi fondamentali per crearne una.
- Informazioni sullo scopo e sugli elementi delle campagne di marketing.
- Individuare il modo migliore per acquisire i risultati delle campagne.
- Informazioni sulle funzionalità di analisi e sui report disponibili per le campagne.

Introduzione

In questa lezione vengono riepilogati le funzionalità per il marketing e i principali strumenti utilizzabili per aumentare l'efficacia del marketing. Vengono inoltre illustrati i concetti fondamentali alla base delle campagne di marketing di Microsoft Dynamics CRM. In questa lezione vengono introdotti il marketing a ciclo chiuso, le mini-campagne, le campagne di marketing, le parti di una campagna di marketing, le risposte alle campagne e i report. Per fornire un contesto generale, vengono inoltre illustrati alcuni concetti fondamentali del marketing e delle metodologie aziendali. Le procedure specifiche per la realizzazione di campagne di marketing in Microsoft Dynamics CRM verranno illustrate in dettaglio nelle lezioni successive.

Vantaggi del marketing a ciclo chiuso

In molte organizzazioni le attività del reparto marketing sono completamente separate da quelle del reparto vendite. Tale divisione può provocare uno o più dei problemi seguenti:

- Il reparto vendite non ha visibilità sulle iniziative intraprese dal reparto marketing per incrementare le vendite.
- Il reparto marketing non ha visibilità sulle attività eseguite dal team di vendita per sfruttare i lead prodotti dalle campagne.
- Non è possibile aumentare l'efficacia complessiva del marketing perché non è possibile identificare le iniziative che hanno successo e quelle che non ne hanno.

Microsoft Dynamics CRM è progettato per aiutare le aziende a risolvere questo tipo problemi, offrendo un singolo strumento in grado di connettere il lavoro di entrambi i gruppi.

In Microsoft Dynamics CRM ogni campagna di marketing ha lo scopo di realizzare il cosiddetto “marketing a ciclo chiuso”. La possibilità di correlare e acquisire in un formato coerente gli obiettivi, le attività e i risultati delle attività delle campagne consente a tutti i membri dei team di ottenere informazioni quantitative, ad esempio:

- Numero dei lead prodotti
- Numero dei lead convertiti
- Numero delle opportunità
- Ricavi prodotti dalle opportunità chiuse
- Costo per lead
- Costo per opportunità

La possibilità di determinare il costo di una campagna e correlarlo ai ricavi effettivi ottenuti costituisce il vero scopo del marketing a ciclo chiuso. Utilizzando tali informazioni un esperto di marketing può pianificare, prevedere e identificare gli obiettivi in modo più efficace. Queste informazioni consentono al team di marketing di valutare la qualità delle fonti e progettare campagne in grado di produrre risultati ottimali per ogni iniziativa.

Confronto tra campagne di marketing e mini-campagne

Tramite Microsoft Dynamics CRM è possibile effettuare due tipi di campagne, ovvero campagne di marketing e mini-campagne. Le campagne di marketing sono costituite da tutte le attività di marketing eseguite durante un determinato periodo di tempo, mentre le mini-campagne sono costituite da una singola iniziativa di marketing. Entrambi i tipi di campagna consentono di:

- Creare **attività di campagna**, che sono costituite da interazioni con i clienti quali messaggi di posta elettronica, lettere o telefonate.
- Utilizzare **elenchi marketing**, ovvero elenchi di clienti che soddisfano criteri specifici, ad esempio tutti i clienti che l'anno precedente hanno acquistato un determinato prodotto.
- Visualizzare le **risposte alle campagne**, ovvero le risposte dei clienti alle attività delle campagne.

***Procedura consigliata:** è possibile utilizzare le campagne per automatizzare le attività di email marketing. Se le attività della campagna includono l'invio di messaggi di posta elettronica, sarà possibile scegliere se questi ultimi devono essere inviati dal sistema o se devono essere inviati dai relativi proprietari. Per impostazione predefinita, il messaggio di posta elettronica viene inviato automaticamente.*

Le campagne di marketing vengono utilizzate per le tradizionali iniziative di marketing in cui l'utente desidera pianificare più attività, ad esempio la trasmissione di messaggi di posta elettronica generali seguita da telefonate mirate. Si tratta di iniziative a lungo termine, in cui le informazioni vengono in genere distribuite attraverso vari tipi di impegni. Alle campagne di marketing è inoltre possibile aggiungere prodotti target, documentazione di vendita e altre informazioni correlate alla campagna. Questa funzionalità viene in genere utilizzata da rappresentanti e responsabili marketing.

Le mini-campagne vengono utilizzate per campagne costituite da una singola attività e possono essere create utilizzando una procedura guidata. Si tratta di iniziative a breve termine, in cui viene distribuita una sola attività. Se ad esempio un rappresentante di vendita deve partecipare a una fiera in una determinata area geografica, potrà utilizzare la ricerca avanzata per creare rapidamente un elenco dei lead che si trovano in tale area, quindi utilizzare l'elenco per creare una mini-campagna e pianificare una telefonata per ogni lead. Ogni telefonata pianificata viene automaticamente visualizzata come impegno nell'area di lavoro dell'utente. Le mini-campagne vengono in genere utilizzate da venditori e direttori commerciali.

Le campagne di marketing e le mini-campagne hanno funzionalità analoghe: entrambe consentono di utilizzare elenchi marketing, di distribuire informazioni tramite gli impegni e di visualizzare le risposte. Le differenze principali sono costituite dalla durata e dalla complessità della campagna. Le mini-campagne sono di breve durata e distribuiscono una sola attività. Le campagne di marketing hanno una durata superiore e possono includere vari tipi di attività.

Utilizzare mini-campagne

Per creare una mini-campagna, identificare innanzitutto i clienti a cui è diretta. A tale scopo creare una ricerca i cui risultati sono costituiti dai clienti destinatari, quindi avviare la Creazione guidata mini-campagna dai risultati della ricerca.

Le mini-campagne consentono di assegnare impegni a utenti e code per il completamento. È quindi possibile chiudere gli impegni e generare report con le informazioni relative.

Selezionare clienti per una mini-campagna

Per selezionare i clienti per una mini-campagna, è possibile procedere in tre modi:

- Selezionare i contatti, gli account o i lead direttamente da una visualizzazione, ad esempio Lead aperti personali. Selezionare i record desiderati nell'elenco e quindi fare clic su **Crea mini-campagna** per avviare la procedura guidata. È possibile avviare la campagna per tutti i record nella pagina corrente o per tutti i record in tutte le pagine.
- Utilizzare un elenco marketing per selezionare i clienti. La creazione degli elenchi marketing verrà illustrata nelle lezioni successive. Per accedere agli elenchi marketing esistenti, fare clic su **Marketing** nel riquadro di spostamento e quindi scegliere **Elenchi marketing**. Nell'elenco selezionare l'elenco marketing da utilizzare e quindi fare clic su **Crea mini-campagna** per avviare la procedura guidata.
- Utilizzare la ricerca avanzata per cercare i record. La ricerca avanzata è illustrata nella Lezione 4, Visualizzazione centrata sul cliente. Dopo avere eseguito la ricerca avanzata, nell'elenco dei risultati fare clic su **Crea mini-campagna** per avviare la procedura guidata.

Utilizzo di una mini-campagna

Quando si crea una nuova mini-campagna è possibile specificare il proprietario delle attività da distribuire. L'attività, ad esempio una telefonata, viene quindi completata dal proprietario specificato. È possibile assegnare le attività agli utenti seguenti:

- **Utente corrente:** in questo modo è possibile creare rapidamente un elenco di clienti da utilizzare personalmente.
- **Proprietari dei record:** in questo modo è possibile assegnare le attività al proprietario del record del cliente specifico.
- **Un altro utente o una coda:** in questo modo è possibile assegnare le attività a una coda, da cui saranno accessibili a tutti.

Dopo la creazione della mini-campagna le attività vengono automaticamente create e distribuite alle risorse appropriate. Dopo che la mini-campagna è stata creata e distribuita, l'utente assegnato può visualizzare ed eseguire le azioni desiderate sulle attività della campagna e sulle relative risposte. È possibile visualizzare i record per i clienti ed eseguire report per analizzare l'efficacia della campagna.

Completare la mini-campagna

Dopo che la mini-campagna è stata creata e distribuita il proprietario delle attività può visualizzare ed eseguire le azioni desiderate sulle attività della campagna e sulle relative risposte. È possibile rivedere i record relativi ai clienti ed eseguire report per analizzare l'efficacia della campagna.

Informazioni sulle campagne di marketing

In Microsoft Dynamics CRM una campagna di marketing rappresenta un'iniziativa di marketing completa. Tutti i dettagli di una campagna di marketing vengono organizzati in un'unica posizione. Tali dettagli includono le attività di pianificazione, le attività della campagna, i prodotti, la documentazione di vendita, le campagne correlate, l'elenco marketing e la distribuzione delle attività di marketing. Con tutte le informazioni in un'unica posizione, è possibile valutare rapidamente il successo della campagna.

Le campagne di marketing possono includere gli elementi seguenti:

- **Attività della campagna:** sono costituite dalle interazioni con i clienti, quali lettere, telefonate o messaggi di posta elettronica.
- **Attività di pianificazione:** sono costituite dalle attività che è necessario svolgere per effettuare la campagna.
- **Prodotti target:** se la campagna riguarda la promozione di prodotti specifici, sono tutti i prodotti su cui è incentrata.
- **Documentazione di vendita:** è costituita da tutta la documentazione esistente utilizzata durante la campagna.
- **Elenco marketing:** è l'elenco dei clienti specifici a cui è rivolta la campagna.

Attività della campagna

Le attività della campagna sono gli elementi di base di una campagna. Sono le azioni che costituiscono la campagna, ad esempio l'invio di una lettera o di un messaggio di posta elettronica oppure l'effettuazione di una telefonata. Le attività di una campagna possono includere una priorità e un costo preventivato. Se ad esempio l'attività è costituita da una lettera, il costo preventivato può includere il costo della stampa e delle buste, oltre alle spese postali. Queste informazioni consentono di determinare il costo e il valore della campagna. Al termine dell'attività è possibile aggiornare il costo effettivo. La registrazione dei costi semplifica la pianificazione delle attività e delle campagne future.

Una campagna può includere più attività. È ad esempio possibile inviare una lettera e completare l'operazione con una telefonata. È possibile utilizzare lo stesso elenco marketing per tutte le attività di una campagna o utilizzare un elenco marketing diverso per ogni attività. Una campagna può ad esempio includere tre diversi elenchi marketing per vari gruppi di clienti, con un messaggio diverso per ogni gruppo. In questo caso è possibile creare attività distinte per ogni messaggio e, per ogni attività, utilizzare un elenco marketing diverso per identificare i clienti appropriati per tale messaggio.

In Microsoft Dynamics CRM per le campagne sono disponibili i tipi di attività seguenti:

- Telefono
- Appuntamento
- Lettera
- Fax
- Posta elettronica

Durante la creazione o la modifica delle attività della campagna è possibile immettere i costi delle attività. Quando si aggiornano i costi nelle attività viene automaticamente aggiornato anche il costo totale della campagna globale. In questo modo è possibile visualizzare tutti i costi associati a una campagna.

Elenchi marketing

Gli elenchi marketing sono elenchi di account, contatti o lead che soddisfano uno specifico insieme di criteri. Gli elenchi marketing possono contenere un solo tipo di record, ad esempio contatti, account o lead. Dopo che è stato determinato il tipo di record non può più essere modificato, ma è possibile aggiungere o rimuovere singoli record dall'elenco. Gli elenchi marketing possono essere eliminati, uniti ad altri elenchi o disattivati. Una volta completi, gli elenchi marketing possono essere bloccati per impedire che vengano modificati.

Attività di pianificazione

Le attività di pianificazione semplificano l'organizzazione delle attività che è necessario completare per lanciare e gestire una campagna. Se ad esempio la campagna è costituita da un evento per i clienti, sarà possibile immettere attività di pianificazione quali la prenotazione degli spazi o l'assunzione di fornitori. È inoltre possibile includere attività quali la progettazione e l'ordinazione di brochure da inviare per posta.

Prodotti target

È possibile progettare una campagna di marketing per promuovere uno o più prodotti. Se nell'organizzazione viene utilizzato il catalogo prodotti di Microsoft Dynamics CRM, sarà possibile aggiungere i prodotti alla campagna per consentire ai venditori di determinare con facilità i prodotti promossi dalla campagna, oltre che per creare report molto specifici che mostrano l'efficacia della campagna. Il team di marketing può ad esempio avere l'esigenza di conoscere il numero delle campagne effettuate per promuovere un determinato prodotto in un periodo specifico e di determinare l'entità dei ricavi generati da tali campagne.

Documentazione di vendita

La documentazione di vendita è costituita dal contenuto riguardante un particolare prodotto o servizio. I venditori possono rivedere la documentazione e fornirla ai clienti, in base al livello di interesse dimostrato. I file della documentazione di vendita possono essere aggiunti alla campagna per aiutare i venditori a trovare le informazioni di cui hanno bisogno per interagire efficacemente con i clienti. I rappresentanti di vendita possono scaricare o visualizzare in qualsiasi momento la documentazione di vendita aggiunta.

Aggiungere campagne correlate

In Microsoft Dynamics CRM è possibile aggiungere campagne correlate alle campagne esistenti, al fine di confrontare l'efficienza delle singole campagne o valutare tutte le campagne insieme. Se ad esempio nel corso dell'anno si desidera effettuare numerose piccole campagne per promuovere un determinato prodotto, sarà possibile aggiungere le singole campagne a una campagna globale. Al termine delle campagne sarà possibile eseguire vari report per analizzare l'efficacia della campagna globale e delle singole campagne correlate.

Distribuire le attività della campagna

Quando si è pronti ad avviare la campagna, è possibile distribuire le attività. È possibile creare le attività della campagna all'inizio del ciclo di pianificazione della campagna e quindi utilizzare attività di pianificazione per visualizzare un promemoria al momento di effettuare la distribuzione.

Dopo aver creato le attività della campagna, per avviare la campagna è necessario distribuire le attività. È possibile creare le attività della campagna all'inizio del ciclo di pianificazione della campagna e quindi utilizzare attività di pianificazione per visualizzare un promemoria al momento di effettuarne la distribuzione.

Le attività campagna distribuite verranno visualizzate nella sezione Impegni delle aree di lavoro dei relativi proprietari, che saranno responsabili di eseguirle, ad esempio effettuando alcune telefonate o inviando un messaggio di posta elettronica.

Utilizzare modelli di campagna di marketing

I modelli di campagna consentono di pianificare una campagna e quindi riutilizzarla per altre campagne di marketing. È possibile aggiungere a un modello vari elementi correlati alla campagna e quindi utilizzare il modello per creare più campagne. Ciò consente di ridurre il tempo e le attività di pianificazione necessari per creare le campagne.

L'utilizzo dei modelli garantisce inoltre che le attività, le informazioni sui prodotti e altri elementi siano coerenti tra tutte le campagne gestite dai diversi membri del team.

I modelli di campagna possono essere modificati o pubblicati per l'utilizzo da parte di un numero qualsiasi di utenti di Microsoft Dynamics CRM. Se ad esempio l'utente fa parte di un team di marketing centralizzato che offre supporto al personale dislocato in altri paesi o regioni, sarà possibile creare un modello e renderlo disponibile a tutti i rappresentanti marketing e di vendita. Questi ultimi possono quindi utilizzare il modello per creare nuove campagne e modificarle in base alle esigenze locali, quindi avviare campagne esclusive, dirette agli account della propria area geografica.

Gestire le risposte alle campagne

L'obiettivo di una campagna di marketing è creare risultati misurabili. In Microsoft Dynamics CRM tali risultati vengono acquisiti come *risposte alla campagna*. È quindi possibile eseguire azioni su tali risposte, convertendole in offerte, ordini, opportunità o lead. È inoltre possibile utilizzare una risposta alla campagna per convertire un lead esistente in un account. Le risposte a una campagna possono essere utilizzate anche per misurare l'efficacia della campagna.

Dopo la creazione di una campagna e la distribuzione delle attività i destinatari cominceranno a rispondere alla campagna. In questa fase l'attenzione si sposta dalla campagna di marketing, diretta verso l'esterno, alle attività incentrate sulla vendita, dirette verso l'interno. È possibile acquisire le risposte alla campagna di marketing e determinare il tipo di completamento appropriato.

Per acquisire le risposte alle campagne è possibile procedere in vari modi:

- Registrare le singole risposte manualmente, creando una nuova risposta alla campagna.
- Da un impegno aperto, ad esempio una telefonata ricevuta, convertire l'impegno in una risposta alla campagna.
- Importare le risposte, ad esempio nel caso di una campagna di marketing gestita da un fornitore esterno.
- In una campagna che utilizza la posta elettronica tramite la stampa unione i clienti possono rispondere per posta elettronica e i messaggi ricevuti vengono automaticamente convertiti in risposte alla campagna.

Le risposte alla campagna così create possono essere convertite in un nuovo ordine, offerta, opportunità o lead.

Analizzare le campagne

Per un'analisi efficace è necessario immettere e registrare i dati corretti. È necessario determinare il tipo di analisi che si desidera effettuare e quindi creare processi o altre procedure per assicurare l'inserimento e la registrazione dei dati corretti.

Per la creazione dei piani di marketing è possibile utilizzare i report delle campagne di marketing. Un'organizzazione è in grado di identificare le campagne di successo tramite l'analisi di report contenenti i dati relativi agli effetti finanziari delle singole campagne. Utilizzando tali dati è possibile decidere quali campagne continuare e quali no oppure apportare modifiche alle campagne. I dati possono inoltre fornire informazioni preziose sulle tempistiche delle campagne strategiche. L'utilizzo di questi dati insieme alle informazioni sulla concorrenza e ai piani di marketing può costituire una difesa efficace contro le società concorrenti. Analizzando l'andamento delle vendite tramite gli altri report di Microsoft Dynamics CRM, inoltre, sarà possibile includere nel piano di marketing nuove campagne con lo scopo di raggiungere obiettivi di vendita superiori per i prodotti, tenendo conto anche delle limitazioni dei costi preventivati imposte per la campagna.

Esistono due report che possono risultare particolarmente utili per la valutazione delle campagne. Il report Confronto campagne consente di identificare le campagne di maggiore e minore successo. Il report confronta le campagne in base ad alcuni parametri, quali l'economicità e il numero di risposte. Il report Andamento campagne consente di tenere traccia dell'andamento e dello stato delle campagne. Tale report offre una visualizzazione dettagliata che include tutte le date, i destinatari, le definizioni, le risposte e i rendimenti finanziari di ogni campagna.

Riepilogo

In questa lezione è stata fornita una panoramica sulle campagne di marketing. Sono stati esaminati i vantaggi del marketing a ciclo chiuso e sono state illustrate le differenze tra campagne di marketing e mini-campagne. Durante la lezione sono state inoltre esaminate le varie parti di una campagna di marketing e i possibili utilizzi. Sono stati infine illustrati le risposte alle campagne e i report disponibili per le campagne.

Test Your Knowledge

Marketing a ciclo chiuso

1. Quale dei seguenti è un vantaggio del marketing a ciclo chiuso?
 - Il reparto vendite ha visibilità sulle iniziative intraprese dal reparto marketing per incrementare le vendite
 - Il reparto marketing ha visibilità sulle azioni svolte dal team di vendita per sfruttare i lead prodotti dalle campagne
 - L'efficacia complessiva del marketing aumenta perché è possibile identificare le iniziative che hanno successo e quelle che non ne hanno
 - Tutte le suddette

Mini-campagne

2. Quale delle seguenti funzionalità non è disponibile per le mini-campagne?
 - Associazione di un elenco marketing
 - Creazione delle attività della campagna
 - Creazione di più attività per la campagna
 - Invio di messaggi di posta elettronica a un elenco marketing

Funzioni correlate ai costi

3. Quali delle seguenti funzioni correlate ai costi è possibile utilizzare nelle campagne di marketing? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Previsione delle spese su base mensile
 - Determinazione dei costi preventivati delle attività
 - Visualizzazione del costo totale della campagna
 - Immissione del costo effettivo delle attività

Record

4. Quali tipi di record è possibile utilizzare per creare un elenco marketing? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Account
 - Contatto
 - Lead
 - Opportunità

Campagne di marketing

5. Quali degli elementi seguenti è possibile associare a una campagna di marketing? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Attività campagna
 - Elenchi marketing
 - Lead
 - Prodotti target

Attività della campagna

6. Quali degli elementi seguenti sono tipi di attività di una campagna? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Lettera
 - Messaggio di posta elettronica
 - Attività di pianificazione
 - Appuntamento

Risposta a una campagna

7. Quali degli elementi seguenti è possibile convertire in una risposta a una campagna? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Lead
 - Attività
 - Telefonata
 - Posta elettronica

Risposte alla campagna

8. In quale degli elementi seguenti può essere convertita una risposta a una campagna? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Lead
 - Opportunità
 - Account
 - Offerta

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Marketing a ciclo chiuso

1. Quale dei seguenti è un vantaggio del marketing a ciclo chiuso?
 - Il reparto vendite ha visibilità sulle iniziative intraprese dal reparto marketing per incrementare le vendite
 - Il reparto marketing ha visibilità sulle azioni svolte dal team di vendita per sfruttare i lead prodotti dalle campagne
 - L'efficacia complessiva del marketing aumenta perché è possibile identificare le iniziative che hanno successo e quelle che non ne hanno
 - Tutte le suddette

Mini-campagne

2. Quale delle seguenti funzionalità non è disponibile per le mini-campagne?
 - Associazione di un elenco marketing
 - Creazione delle attività della campagna
 - Creazione di più attività per la campagna
 - Invio di messaggi di posta elettronica a un elenco marketing

Funzioni correlate ai costi

3. Quali delle seguenti funzioni correlate ai costi è possibile utilizzare nelle campagne di marketing? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Previsione delle spese su base mensile
 - Determinazione dei costi preventivati delle attività
 - Visualizzazione del costo totale della campagna
 - Immissione del costo effettivo delle attività

Record

4. Quali tipi di record è possibile utilizzare per creare un elenco marketing? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Account
 - Contatto
 - Lead
 - Opportunità

Campagne di marketing

5. Quali degli elementi seguenti è possibile associare a una campagna di marketing? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Attività campagna
 - Elenchi marketing
 - Lead
 - Prodotti target

Attività della campagna

6. Quali degli elementi seguenti sono tipi di attività di una campagna? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Lettera
 - Messaggio di posta elettronica
 - Attività di pianificazione
 - Appuntamento

Risposta a una campagna

7. Quali degli elementi seguenti è possibile convertire in una risposta a una campagna? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Lead
 - Attività
 - Telefonata
 - Posta elettronica

Risposte alla campagna

8. In quale degli elementi seguenti può essere convertita una risposta a una campagna? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Lead
 - Opportunità
 - Account
 - Offerta

CAPITOLO 13: PIANIFICARE E CREARE CAMPAGNE DI MARKETING

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Creare una nuova mini-campagna.
- Creare una campagna di marketing.
- Creare e utilizzare elenchi di marketing.
- Creare e utilizzare modelli di campagna.

Introduzione

In questa lezione vengono esaminati i processi di creazione delle mini-campagne, delle campagne di marketing, degli elenchi marketing e dei modelli di campagna in Microsoft Dynamics CRM. Viene inoltre illustrato come creare attività di pianificazione e attività di campagna nelle campagne e come modificare gli elenchi marketing.

Creare mini-campagne

Le mini-campagne sono campagne in cui viene creata una singola attività da distribuire a un elenco marketing o a un gruppo ad hoc di account, contatti o lead. La Creazione guidata mini-campagna semplifica la scelta dell'attività, l'assegnazione degli impegni corrispondenti agli utenti appropriati, l'inserimento dei dettagli della mini-campagna e la distribuzione delle attività. L'impegno pianificato viene automaticamente visualizzato nell'area di lavoro dell'utente a cui è stato assegnato. Per creare una mini-campagna è innanzitutto necessario creare l'elenco dei destinatari e quindi avviare la Creazione guidata mini-campagna.

Progettare una mini-campagna

Prima di avviare la Creazione guidata mini-campagna è necessario decidere quanto segue:

- **L'impegno per la mini-campagna.** L'impegno determina il canale da utilizzare per recapitare le comunicazioni ai clienti. Gli impegni disponibili sono Telefonata, Appuntamento, Lettera, Fax e Posta elettronica. È possibile selezionare un solo tipo di impegno da distribuire tramite la mini-campagna.
- **Il proprietario degli impegni.** È la persona a cui appartengono gli impegni e che dovrà eseguirli. Sono disponibili le opzioni seguenti:
 - L'utente attualmente connesso. Se l'utente connesso assegna gli impegni a se stesso, sarà responsabile di completarli.
 - Il proprietario dei record a cui è destinata la campagna. Se si assegna la proprietà dei nuovi impegni al proprietario dei record, quest'ultimo sarà responsabile degli impegni. Se ad esempio il responsabile di un team di vendita crea una mini-campagna diretta agli account appartenenti ai rappresentanti di vendita del suo team, potrà scegliere di assegnare gli impegni ai rappresentanti di vendita a cui appartengono gli account.
 - Una coda o un utente specifico. Se si assegnano gli impegni a un altro utente, quest'ultimo sarà responsabile di completarli. Se si assegnano gli impegni a una coda, gli utenti della coda avranno la possibilità di selezionare gli impegni desiderati, assumendosi la responsabilità di completarli.
- **Se inviare automaticamente il messaggio di posta elettronica e chiudere l'impegno dopo l'invio del messaggio.** Questa opzione è applicabile solo se il tipo di impegno della campagna è Posta elettronica. Gli impegni vengono in genere visualizzati nell'elenco Impegni e devono essere eseguiti dall'utente a cui sono stati assegnati. È possibile selezionare questa opzione per inviare il messaggio di posta elettronica immediatamente al termine della creazione della mini-campagna.

- **I dettagli dell'impegno della mini-campagna.** I dettagli dipendono dall'impegno:
- Telefonata
 - Oggetto della telefonata (obbligatorio).
 - Eventuali informazioni aggiuntive sulla telefonata, ad esempio note.
 - Durata prevista della telefonata, per consentire al proprietario dell'impegno di calcolare il tempo necessario per completare la chiamata.
 - Data della chiamata. Indica la scadenza dell'impegno.
- Appuntamento
 - Oggetto dell'appuntamento (obbligatorio).
 - Luogo dell'incontro.
 - Modalità in cui l'ora dell'appuntamento viene visualizzata sul calendario del proprietario dell'impegno.
 - Date e ore di inizio e di fine dell'appuntamento. L'appuntamento viene visualizzato sul calendario del proprietario dell'impegno.
 - Eventuali informazioni aggiuntive, ad esempio note.
- Lettera
 - Oggetto della lettera (obbligatorio).
 - Eventuali informazioni aggiuntive, ad esempio note.
 - Tempo previsto per la preparazione della lettera.
 - Data e ora in cui deve essere inviata la lettera. Indica la scadenza dell'impegno.
- Fax
 - Oggetto del fax (obbligatorio).
 - Eventuali informazioni aggiuntive, ad esempio note.
 - Tempo previsto per la preparazione del fax.
 - Data e ora in cui deve essere inviato il fax.
 - Nome del frontespizio utilizzato. Il frontespizio non è archiviato nel sistema.
- Posta elettronica
 - Oggetto del messaggio di posta elettronica (obbligatorio).
 - Contenuto del messaggio di posta elettronica. Si noti che nel contenuto del messaggio di posta elettronica è possibile utilizzare formattazione HTML. Se si intende inviare il messaggio di posta elettronica immediatamente al completamento della procedura guidata, immettere il contenuto del messaggio direttamente nella procedura guidata.
 - Tempo previsto per la preparazione del messaggio di posta elettronica.
 - Data e ora in cui deve essere inviato il messaggio di posta elettronica. Indica la scadenza dell'impegno.

Procedura: Creare una mini-campagna

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Vendite** e quindi scegliere **Clienti potenziali**, **Account** o **Contatti**, a seconda del tipo di record associato all'attività della mini-campagna. In alternativa, per selezionare i record è possibile utilizzare la ricerca avanzata, una visualizzazione salvata o uno degli altri metodi disponibili.
2. Nell'elenco selezionare i record per cui si desidera creare la mini-campagna. Se si desidera includere tutti i record della pagina corrente o tutti i record di tutte le pagine, ignorare questo passaggio.
3. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Crea mini-campagna** e quindi scegliere una delle opzioni seguenti:
 - **Per i record selezionati:** selezionare questa opzione se nella pagina che contiene l'elenco sono selezionati uno o più record.
 - **Per tutti i record della pagina corrente:** selezionare questa opzione per distribuire l'impegno della mini-campagna a tutti i record della pagina corrente.
 - **Per tutti i record di tutte le pagine:** selezionare questa opzione per distribuire l'impegno della mini-campagna a tutti i record di tutte le pagine.
4. Nella pagina successiva immettere un nome per la campagna nel campo **Nome** e quindi scegliere **Avanti**.
5. Nella pagina successiva selezionare dall'elenco **Tipo di impegno** il tipo di impegno che dovrà essere utilizzato dalla campagna. Sono disponibili le opzioni seguenti: Telefonata, Appuntamento, Lettera, Fax e Posta elettronica.

Se si sceglie la posta elettronica, per inviare automaticamente il messaggio di posta elettronica al termine della procedura guidata selezionare **Invia automaticamente messaggi di posta elettronica e chiudi gli impegni di posta elettronica corrispondenti**. Gli impegni vengono in genere visualizzati nell'elenco Impegni e devono essere eseguiti dall'utente a cui sono stati assegnati. È possibile selezionare questa opzione per inviare il messaggio di posta elettronica immediatamente al termine della creazione della mini-campagna.

6. In Selezionare il proprietario dei nuovi impegni selezionare una delle opzioni seguenti:
 - **Utente corrente:** gli impegni vengono assegnati all'utente corrente, che sarà responsabile di completarli.
 - **Proprietari dei record inclusi nella mini-campagna:** gli impegni vengono assegnati ai proprietari dei singoli record, che sono responsabili di completarli.

- **Assegna a un altro utente o a un'altra coda:** gli impegni vengono assegnati a un utente specifico o a una coda, da cui gli utenti possono prelevarli per assumersi la responsabilità di completarli. Se si sceglie questa opzione, selezionare l'utente o la coda nella casella sottostante.
7. Nella pagina successiva immettere le informazioni necessarie per l'impegno e quindi scegliere **Avanti**.
 8. Verificare i dettagli e quindi fare clic su **Crea**.

Gli impegni della mini-campagna vengono immediatamente distribuiti come indicato.

Creare una campagna di marketing

Le campagne di marketing vengono utilizzate per iniziative di marketing più complesse, in cui l'utente desidera pianificare varie attività, ad esempio la trasmissione di messaggi di posta elettronica generali seguita da telefonate mirate. Si tratta di iniziative a lungo termine, in cui le informazioni vengono in genere distribuite attraverso vari tipi di impegni.

La campagna è il contenitore di tutte le informazioni, le attività e gli impegni necessari per gestirla. Per avviare una campagna, è necessario distribuire gli impegni agli utenti assegnati. Tali impegni costituiscono gli elementi di base della campagna. L'impegno specifica il canale da utilizzare per comunicare con il cliente e, dopo la sua esecuzione, rappresenta l'avvenuta comunicazione con il cliente.

Per creare la campagna, è necessario eseguire la procedura generale seguente:

- **Creare il record della campagna** (obbligatorio).
- **Immettere le attività di pianificazione**, ovvero le attività necessarie per lanciare la campagna.
- **Definire le attività della campagna** (obbligatorio), ovvero le comunicazioni da effettuare, il tipo di canale da utilizzare e la persona responsabile di effettuarle.
- **Selezionare un elenco marketing** (obbligatorio), ovvero gli utenti a cui verranno inviate le comunicazioni.
- **Specificare i prodotti target**, ovvero i prodotti pubblicizzati dalla campagna.
- **Specificare la documentazione di vendita**, ovvero qualsiasi documentazione utile o utilizzata dalle persone che eseguono gli impegni.

Il record della campagna di marketing può essere creato in qualsiasi momento. Non è necessario prendere tutte le decisioni relative alla campagna prima di creare il record iniziale.

Quando si crea una nuova campagna alcune delle informazioni relative alla stessa vengono generate automaticamente. Il codice della campagna, ad esempio, viene creato dal sistema. Inoltre, nel record della campagna vengono automaticamente inseriti il proprietario della campagna (la persona che l'ha creata) e il nome dell'ultima persona che l'ha modificata. Tali informazioni non possono essere modificate dall'utente.

Registrazione i costi di una campagna

Nella scheda **Informazioni finanziarie** della campagna sono visualizzate informazioni sui costi preventivati ed effettivi. Le informazioni sui costi sono presenti anche nelle singole attività della campagna. Il responsabile della campagna solitamente immette e aggiorna le informazioni sui costi indicate di seguito.

Nel record della campagna:

- **Costi preventivati:** importo in denaro assegnato alla campagna.
- **Costi vari:** qualsiasi costo non sostenuto per le attività della campagna.
- **Ricavi previsti:** profitto che si prevede di ottenere tramite la campagna.

Nei record delle attività della campagna:

- **Costi preventivati:** importo in denaro assegnato all'attività. Si noti che i costi preventivati per le attività non vengono riepilogati nei costi preventivati della campagna. Tali valori vengono infatti gestiti separatamente.
- **Costo effettivo:** costo effettivo dell'attività eseguita.

Al salvataggio dei record correlati, nella scheda **Informazioni finanziarie** del record della campagna vengono automaticamente calcolate e visualizzate le informazioni seguenti:

- **Costo totale attività campagna:** è il costo effettivo della campagna, basato sui costi effettivi immessi per tutte le attività della campagna.
- **Costo totale campagna:** è il costo effettivo della campagna, ottenuto sommando i costi immessi per tutte le attività della campagna e gli altri costi immessi.

Procedura: Creare o modificare una campagna

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Per creare una nuova campagna fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**. Per modificare una campagna esistente, selezionare e aprire la campagna nell'elenco.
3. Nella scheda **Generale** del modulo **Campagna** immettere le informazioni necessarie:
 - **Nome**: immettere un nome descrittivo per la campagna.
 - **Motivo stato**: selezionare la fase attuale della campagna, ad esempio Proposta, Lanciata o Completata.
 - **Valuta**: se necessario, modificare la valuta predefinita specificando la valuta da utilizzare per la campagna. È possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare una valuta.

Se lo si desidera, è possibile immettere anche altre informazioni, quali:

- **Listino prezzi** - Selezionare il listino prezzi utilizzato per la campagna. In questo modo sarà possibile confrontare il costo della campagna con i profitti generati.
 - **Offerta** - Immettere una descrizione dell'offerta effettiva per cui si contattano i clienti.
 - **Data di inizio proposta** - Immettere la data di inizio prevista per la campagna.
 - **Data di fine proposta** - Immettere la data di fine prevista per la campagna.
 - **Descrizione** - Immettere qualsiasi altro dettaglio importante sulla campagna.
4. Nella scheda **Informazioni finanziarie** immettere informazioni correlate ai costi quali:
 - **Costi preventivati** - Immettere i costi preventivati per la campagna.
 - **Ricavi previsti** - Immettere i ricavi che si prevede di ottenere dalla campagna.
 - **Costi vari** - Immettere il totale di tutti i costi noti della campagna che non sono stati immessi nei record delle attività effettive della campagna. Per ulteriori informazioni, vedere la sezione Attività della campagna.
 5. Nella scheda **Note** fare clic su **Fare clic qui per immettere una nuova nota** e quindi digitare le informazioni che potrebbero risultare utili agli utenti che visualizzeranno la campagna.
 6. Scegliere **Salva e chiudi**.

*Nota: nella scheda **Informazioni finanziarie** è possibile specificare valori da 0,00 a 1.000.000.000.000,00. È possibile utilizzare i punti e la virgola per i decimali, ma non il simbolo della valuta, ad esempio il simbolo dell'euro (€) o del dollaro (\$).*

Attività di pianificazione

Dopo aver creato il record della campagna è possibile aggiungervi le attività di pianificazione. Le attività di pianificazione sono azioni che devono essere eseguite **prima** di distribuire le attività della campagna e rappresentano tutte le operazioni da svolgere per effettuare la campagna, ad esempio la raccolta di brochure o l'acquisto di un elenco da un fornitore.

Le attività di pianificazione aiutano a tenere traccia di tutte le operazioni che è necessario eseguire per assicurare il successo della campagna e costituiscono un elenco di azioni da svolgere centralizzato per il team. Gli utenti a cui vengono assegnate le attività di pianificazione possono verificare le proprie assegnazioni nell'elenco Impegni dell'area di lavoro. Il proprietario della campagna può facilmente visualizzare lo stato di tutte le attività di pianificazione aprendo la campagna.

Procedura: Creare un'attività di pianificazione

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Selezionare e aprire la campagna nell'elenco.
3. Nel riquadro di spostamento del modulo, in **Dettagli** fare clic su **Attività di pianificazione**.
4. Fare clic su **Nuovo elemento** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
5. Immettere le informazioni relative all'attività di pianificazione, che includono:
 - **Oggetto**: breve descrizione dell'attività. Nella casella sottostante è possibile aggiungere dettagli specifici sul completamento dell'attività.
 - **Proprietario**: specificare il proprietario dell'attività, ovvero la persona responsabile di completarla.
 - **Durata**: specificare la quantità di tempo prevista per il completamento dell'attività.
 - **Scadenza**: selezionare la data entro cui deve essere completata l'attività.
6. Nella scheda **Note** immettere le eventuali informazioni aggiuntive per l'attività.
7. Scegliere **Salva e chiudi**.

Attività della campagna

Le attività della campagna sono le azioni che è necessario eseguire per effettuare la campagna. Le attività della campagna consentono di registrare tutti gli impegni che l'utente corrente e gli altri utenti dell'organizzazione devono completare per la campagna. Le attività consentono di acquisire sia informazioni di base, sia informazioni dettagliate quali i costi preventivati, il fornitore che si sta utilizzando, le date di inizio e di fine previste, le priorità e così via. È inoltre possibile stabilire il numero di giorni che devono trascorrere prima che sia possibile inviare ai membri presenti nell'elenco altra documentazione o corrispondenza. Questa funzionalità è particolarmente utile nelle aziende con reparti di vendita e marketing separati. Man mano che la campagna procede, è possibile aggiornare i record delle attività con le date di inizio e di fine effettive e con informazioni sui costi effettivi.

Gli impegni possono essere assegnati ai proprietari, che sono responsabili di eseguirli. Quando si è pronti a iniziare la campagna, è necessario distribuire gli impegni. I proprietari eseguono quindi gli impegni assegnati, ad esempio svolgendo le ricerche, preparando i materiali, effettuando le chiamate o inviando le lettere.

Gli impegni possono rientrare in due categorie:

- **Attività di canale:** sono attività che specificano un canale di comunicazione, ad esempio un messaggio di posta elettronica, una lettera o una telefonata. Quando vengono distribuite, queste attività determinano un contatto con il cliente attraverso il canale specificato.
- **Attività non di canale:** sono attività per cui non è specificato alcun canale, o per cui è specificato il canale Altro, e non possono essere distribuite. Vengono utilizzate come elenchi in cui registrare le azioni da eseguire durante la campagna. Le attività non di canale rimangono nell'elenco Impegni del proprietario finché non vengono convertite in attività di canale o completate.

A una determinata attività può essere associato un elenco marketing specifico. Una campagna può ad esempio includere tre diversi elenchi marketing per vari gruppi di clienti, in modo da consentire l'invio di un messaggio diverso a ogni gruppo. Per ogni messaggio vengono create attività di canale distinte e a ogni attività viene associato l'elenco marketing appropriato. Per impostazione predefinita, tutti gli elenchi marketing vengono associati a tutte le attività.

Procedura: Aggiungere un'attività a una campagna

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Selezionare e aprire la campagna nell'elenco.
3. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Dettagli** e quindi fare clic su **Attività campagna**.
4. Fare clic su **Nuovo elemento** sulla barra degli strumenti **Azioni**.

5. Immettere le informazioni relative all'attività, che includono le seguenti:
 - Per creare un'attività di canale, in **Canale** selezionare il mezzo che si intende utilizzare per comunicare con i clienti. Per creare un'attività non di canale, selezionare Altro o non selezionare alcun canale.
 - In **Oggetto** immettere una descrizione concisa dell'attività. Nella casella sottostante è possibile aggiungere dettagli specifici sul completamento dell'attività.
 - In **Tipo** selezionare l'opzione che descrive l'attività con maggiore precisione.
 - In **Proprietario** specificare il nuovo proprietario per l'attività. Per impostazione predefinita, il proprietario è l'utente corrente. È possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare un altro utente.
 - Se l'attività coinvolge un fornitore, immettere il nome del fornitore in **Fornitori esterni**. È possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare un fornitore.
 - In **Inizio pianificato** e **Fine pianificata** immettere le date di inizio e di fine dell'attività. La data di fine selezionata viene visualizzata nella colonna Scadenza dell'elenco Impegni dell'area di lavoro.
 - In **Costi preventivati (€)** immettere l'importo designato per l'attività della campagna.
 - In **Impostazione posta indesiderata** immettere in **N. giorni** il numero dei giorni che devono trascorrere prima che un membro dell'elenco marketing venga nuovamente contattato.

6. Scegliere **Salva e chiudi**.

Visualizzare le attività di una campagna

Dopo avere aggiunto le attività è possibile visualizzare le attività di una campagna dal record della stessa.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Selezionare e aprire la campagna nell'elenco.
3. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Dettagli** e quindi fare clic su **Attività campagna**.

Viene visualizzato l'elenco delle attività della campagna, che include:

- L'oggetto dell'attività, ad esempio l'acquisto di un elenco da un fornitore. Questa informazione offre una breve descrizione del lavoro da svolgere.
- Il responsabile del completamento dell'attività.
- Il fornitore selezionato per l'esecuzione dell'attività. Questa informazione viene visualizzata solo se il record del fornitore è stato collegato all'attività. Un fornitore può essere un account o un contatto.
- Il metodo con il cui verrà svolta l'attività. Può essere ad esempio una telefonata, se il personale di vendita contatta i clienti per telefono, o la posta elettronica, se si prevede di inviare messaggi di posta elettronica.
- Lo stato dell'attività. Può essere Proposta, Annullata o Completata.

Creare e utilizzare elenchi marketing

Un elenco marketing è un elenco di account, contatti o lead con caratteristiche comuni. Può essere ad esempio l'elenco di tutti i contatti che vivono in una determinata area geografica o l'elenco di tutti i lead che si sono registrati tramite un modulo Web.

Gli elenchi marketing vengono creati indipendentemente dalle campagne di marketing. Per ogni campagna di marketing deve essere presente almeno un elenco marketing, in cui sono indicati i destinatari delle comunicazioni generate dalle attività della campagna.

Creare elenchi marketing

Per creare un elenco marketing è necessario eseguire due passaggi:

- **Creare il record dell'elenco marketing:** è necessario specificare il tipo di membri dell'elenco marketing, ovvero il tipo di record da cui vengono tratti i membri, che possono essere account, contatti o lead. Dopo aver creato l'elenco marketing non è più possibile modificare il tipo di membri.
- **Aggiungere i membri all'elenco:** per aggiungere membri all'elenco è possibile utilizzare la funzionalità di ricerca o la ricerca avanzata oppure importare i membri da un elenco esterno.

Procedura: Creare un elenco marketing utilizzando la funzionalità di ricerca per aggiungere i membri

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Elenchi marketing**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. In **Nome** immettere un nome conciso e descrittivo per l'elenco.
4. In **Tipo di membri** selezionare il tipo di record da cui verranno tratti i membri, ovvero **Account**, **Contatto** o **Lead**.
5. Scegliere **Salva** per creare l'elenco.
6. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Dettagli** e quindi fare clic su **Membri elenco marketing**.
7. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Gestisci membri**.
8. Nella finestra di dialogo **Gestisci membri** fare clic su **Usa finestra di ricerca record per aggiungere membri** e quindi scegliere **OK**.
9. Nel campo accanto all'icona del pulsante di ricerca digitare il nome del contatto, dell'account o del lead che si desidera aggiungere e quindi fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.
10. In **Record disponibili** selezionare i membri da aggiungere e quindi fare clic sul pulsante **>>** per aggiungere il record all'elenco **Record selezionati**.
11. Ripetere i passaggi 9 e 10 fino ad aggiungere tutti i membri che si desidera includere nell'elenco marketing.
12. Scegliere **OK**.

Procedura: Visualizzare i membri di un elenco marketing

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Elenchi marketing**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire l'elenco marketing che si desidera visualizzare.
3. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Dettagli** e quindi fare clic su **Membri elenco marketing**.

Aggiornare elenchi marketing

Dopo aver creato un elenco marketing può essere necessario aggiornarlo, ad esempio per rimuovere i membri che non hanno effettuato acquisti negli ultimi sei mesi o i membri che sono già stati inclusi in una campagna di marketing nelle ultime due settimane.

È possibile aggiungere ulteriori membri all'elenco in qualsiasi momento, purché siano del tipo selezionato per l'elenco, ovvero account, contatti o lead. Per aggiungere account, contatti e lead a un elenco marketing esistente, è possibile procedere in vari modi:

- Utilizzare la stessa procedura utilizzata per creare l'elenco marketing.
- Se è aperto un elenco di account, contatti o lead, selezionare il record da aggiungere e quindi scegliere **Aggiungi a elenco marketing** dal menu **Altre azioni**. Selezionare l'elenco marketing a cui si desidera aggiungere il record. Vengono visualizzati solo gli elenchi marketing per il tipo di record selezionato.
- Se è aperto un record, scegliere **Aggiungi a elenco marketing** dal menu **Azioni**. Selezionare quindi l'elenco marketing a cui si desidera aggiungere il record. Vengono visualizzati solo gli elenchi marketing per il tipo di record selezionato.
- Utilizzare la ricerca avanzata per selezionare gli account, i contatti o i lead che soddisfano i criteri specificati. Scegliere **Aggiungi a elenco marketing** dal menu **Altre azioni**. Selezionare quindi l'elenco marketing a cui si desidera aggiungere il record. Vengono visualizzati solo gli elenchi marketing per il tipo di record selezionato.

***Procedura consigliata:** è consigliabile eseguire la campagna progettata in un mercato di prova. Creare un elenco marketing interno di prova e copiare la campagna che si desidera verificare. Eseguire la campagna copiata utilizzando l'elenco marketing di prova, per verificare che si svolga come previsto.*

Procedura: Aggiungere un elenco marketing a una campagna

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire la campagna a cui si desidera aggiungere un elenco marketing.
3. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Elenchi marketing associati**.
4. Fare clic su **Aggiungi** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
5. Nel campo accanto all'icona del pulsante di ricerca digitare il nome dell'elenco che si desidera aggiungere e quindi fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.
6. In **Record disponibili** selezionare gli elenchi da aggiungere e quindi fare clic sul pulsante >> per aggiungere gli elenchi alla casella **Record selezionati**.
7. Ripetere i passaggi 5 e 6 fino ad aggiungere tutti gli elenchi marketing che si desidera includere nella campagna.
8. Scegliere **OK**.

- Viene visualizzata la finestra di dialogo **Aggiungi elenchi marketing a campagna**, per richiedere se si desidera aggiungere gli elenchi alle attività della campagna aperte e non distribuite. Se si sceglie **OK**, l'elenco viene automaticamente aggiunto a tutte le attività della campagna.

Se si sceglie di non aggiungere l'elenco, l'elenco marketing non verrà assegnato automaticamente alle attività della campagna. Questa funzionalità è utile quando nella stessa campagna sono presenti attività diverse da applicare a elenchi diversi.

- Scegliere **Salva e chiudi**.

***Nota:** per verificare che l'elenco, la documentazione di vendita o il prodotto sia stato aggiunto alla campagna, riaprire la campagna e fare clic su **Elenchi marketing associati**, in **Marketing**, oppure su **Prodotti target o Documentazione di vendita**, in **Vendite**. Le informazioni aggiunte verranno visualizzate.*

Per aggiungere e rimuovere membri da un elenco, è possibile utilizzare anche la funzione **Gestisci membri**. A tale scopo, selezionare un elenco e scegliere **Gestisci membri**. Questa funzionalità consente di:

- Utilizzare la funzionalità di ricerca per aggiungere ulteriori membri.
- Utilizzare query di ricerca avanzata per aggiungere membri. In questo modo è possibile aggiungere membri che soddisfano i criteri della query.
- Utilizzare query di ricerca avanzata per rimuovere membri. In questo modo è possibile rimuovere membri che soddisfano i criteri della query.
- Utilizzare query di ricerca avanzata per valutare membri. In questo modo è possibile conservare i membri che soddisfano i criteri della query.

Creare e utilizzare modelli di campagna

Accade spesso di effettuare campagne simili a quelle effettuate in precedenza. Le fiere, ad esempio, richiedono sempre preparativi e attività analoghe. È possibile creare un modello di campagna per progettare una campagna e aggiungere gli elementi correlati, quindi salvare il modello per utilizzarlo in futuro, per campagne di marketing simili. Gli utenti possono creare una nuova campagna da un modello e quindi modificarla per soddisfare esigenze specifiche. L'utilizzo dei modelli consente di ridurre la quantità di tempo necessaria per l'immissione dei dati e la pianificazione di una campagna.

Gli elementi correlati che è possibile aggiungere a un modello di campagna includono i seguenti:

- Attività di marketing
- Prodotti
- Documentazione di vendita
- Elenchi marketing
- Informazioni sui costi preventivati

Procedura: Creare un modello di campagna

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Nuovo modello**.
3. Compilare i campi necessari e fare clic su **Salva e chiudi**.

Procedura: Creare un modello da una campagna esistente

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire una campagna esistente.
3. Sulla barra degli strumenti **Standard** scegliere **Copia come modello** dal menu **Azioni**.
4. Il modello di campagna viene aperto in un nuovo modulo **Campagna**. In **Nome** specificare un nome per il modello. È consigliabile includere la parola "Modello" nel nome.
5. Scegliere **Salva e chiudi**.

Procedura: Creare una nuova campagna da un modello

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Selezionare e aprire un modello nell'elenco.
3. Sulla barra degli strumenti **Standard** scegliere **Copia come campagna** dal menu **Azioni**.
4. In **Nome** specificare un nome per la nuova campagna.
5. Scegliere **Salva e chiudi**.

Esercitazione pratica: Progettare una campagna di marketing

In questa esercitazione pratica viene illustrato come creare tutti i componenti necessari per una campagna di marketing basata sul telemarketing, dalla creazione della campagna di marketing alla sua preparazione per la distribuzione.

Scenario

[Nome azienda] è un centro benessere locale e sta progettando un grande evento di apertura. L'azienda intende contattare i residenti della zona e offrire 10 giorni di ingresso gratuito. [Nome azienda] ha preventivato un costo di [Costo preventivato] euro per l'evento e prevede di chiudere la campagna con un ricavo di [Ricavi].

Descrizione degli obiettivi

Comprendere come creare una campagna di successo, inclusi gli aspetti seguenti:

- Attività di pianificazione
- Impostazione delle attività della campagna
- Creazione di un elenco marketing

Creare la campagna

Per creare la campagna, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nel campo **Nome** immettere [Nome della campagna].
4. In Motivo stato selezionare Proposta.
5. In **Codice campagna** immettere [Codice della campagna].
6. In Tipo di campagna immettere Marketing diretto.
7. In **Risposta prevista** immettere [Numero della risposta prevista].
8. In **Offerta** immettere [Descrizione dell'offerta].
9. In **Data di inizio proposta** immettere [Data di inizio].
10. In **Data di fine proposta** immettere [Data di fine].
11. In **Descrizione** digitare [Descrizione].
12. Nella scheda **Informazioni finanziarie** specificare [Ricavi] nel campo **Ricavi previsti**.
13. Fare clic su **Salva**.

Pianificare le attività

Per pianificare le attività, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Attività di pianificazione**.
2. Fare clic su **Nuovo elemento** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. In **Oggetto** immettere “Elenco acquisti”. Nella casella di testo sottostante immettere “Acquistare gli elenchi telefonici dai fornitori”.
4. In **Priorità** immettere [Priorità].
5. Scegliere **Salva e chiudi**.
6. Ripetere i passaggi da 2 a 5 per creare le attività seguenti:
 - Pianificare il personale di telemarketing
 - Stampare i pass per l’accesso gratuito

Per creare le attività della campagna, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Attività campagna**.
2. Fare clic su **Nuovo elemento** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. In **Tipo** selezionare Contatto diretto iniziale.
4. In **Canale** selezionare **Telefono**.
5. In **Oggetto** immettere [Oggetto]. Nella casella sottostante digitare [Descrizione].
6. In **Inizio pianificato** immettere [Data di inizio].
7. In **Fine pianificata** immettere [Data di fine].
8. In **Priorità** selezionare **Alta**.
9. Scegliere **Salva e chiudi**.

Selezionare l'elenco marketing

Per selezionare l’elenco marketing, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Elenchi marketing associati**.
2. Fare clic su **Aggiungi** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. In **Nome** immettere [Nome].
4. In **Tipo di membri** immettere [Tipo di membri].
5. In **Scopo** immettere [scopo].
6. Scegliere **Salva**.
7. Nel modulo dell’elenco marketing fare clic su **Membri elenco marketing** nel riquadro di spostamento a sinistra.
8. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Gestisci membri**.
9. Nella finestra di dialogo Gestisci membri selezionare Usa finestra di ricerca record per aggiungere membri.

10. Scegliere **OK**.
11. Nella finestra di dialogo **Cerca record** fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.
12. Selezionare i membri dall'elenco **Record disponibili** e fare clic sulla freccia verso destra >> per spostarli nell'elenco **Record selezionati**, quindi scegliere **OK**.
13. Nel modulo dell'elenco marketing fare clic su **Salva e chiudi**.
14. Nel modulo della campagna scegliere **Salva e chiudi**.

***Procedura consigliata:** è possibile aggiungere al processo un flusso di lavoro su richiesta che crea automaticamente l'attività relativa all'invio dei pass di ingresso gratuito per posta ai clienti. In questo modo, quando il personale di telemarketing esegue effettivamente la campagna può creare impegni che ricordano a un altro team di inviare i pass per posta, facendo semplicemente clic su un pulsante.*

Riepilogo

In questa lezione sono stati illustrati i processi di creazione delle mini-campagne, delle campagne di marketing, degli elenchi marketing e dei modelli di campagna. È stato illustrato come creare le attività di pianificazione e le attività della campagna da eseguire, nonché come creare e utilizzare modelli di campagna per risparmiare tempo nell'impostazione delle campagne future.

Verifica

Creare il record di una campagna

1. Quali delle operazioni seguenti è necessario eseguire per creare il record di una campagna? Selezionare tutte le risposte appropriate.
 - Utilizzare un modello di campagna
 - Impostare la data di inizio
 - Impostare la data di fine
 - Assegnare un nome alla campagna

Campi obbligatori

2. Quali dei seguenti campi del modulo Campagna sono obbligatori? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Nome
 - Valuta
 - Tipo di campagna
 - Motivo stato

Modelli di campagna

3. Qual è il vantaggio dell'utilizzo di un modello di campagna?
 - I modelli sono necessari per tutte le campagne
 - I modelli riducono il tempo necessario per impostare la campagna
 - I modelli sono necessari quando nella campagna è coinvolto un prodotto
 - I modelli aumentano la percentuale di risposta delle campagne

Modelli di campagna

4. Quali degli elementi seguenti possono essere associati a un modello di campagna? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Attività della campagna
 - Risultati della campagna
 - Prodotti target
 - Materiale informativo

Fasi di una campagna

5. Durante quale fase della campagna vengono eseguite le attività di pianificazione?
- Pianificazione
 - Esecuzione
 - Raccolta delle risposte
 - Chiusura

Prova pratica 13.1: Mini-campagne

In questa prova pratica viene creata una mini-campagna.

Scenario

Un rappresentante di vendita desidera inviare un messaggio di posta elettronica a tutti gli account che non sono stati inclusi in alcuna campagna negli ultimi tre mesi, per fornire informazioni in merito a una campagna futura e a un'offerta speciale che sarà disponibile a breve.

Descrizione degli obiettivi

L'obiettivo di questa prova pratica è il seguente:

- Creare e inviare un messaggio di posta elettronica ai clienti tramite una mini-campagna.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Suggerimenti

Per effettuare la mini-campagna, eseguire la procedura seguente:

Procedura dettagliata

1. Nel riquadro di spostamento selezionare Marketing e quindi scegliere Account.
2. Nel campo **Visualizza** selezionare "Account: nessuna attività campagna negli ultimi tre mesi".

Per utilizzare la funzione Mini-campagna per creare un impegno di posta elettronica e inviare il messaggio, eseguire i passaggi seguenti:

1. Fare clic su **Crea mini-campagna** sulla barra degli strumenti Azioni.
2. Selezionare Per tutti i record della pagina corrente.
3. Eseguire i passaggi della procedura guidata per completare la campagna.
4. Nel riquadro di spostamento selezionare Marketing, quindi Mini-campagne.
5. Aprire la mini-campagna e rivedere i messaggi di posta elettronica generati.

Prova pratica 13.2: Creare una campagna di marketing

In questa prova pratica verrà creata una nuova campagna di marketing.

Man mano che si eseguono le istruzioni, utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Scenario

Il responsabile marketing è stato incaricato di progettare l'evento di marketing annuale della società. L'evento di quest'anno sarà un torneo di golf di benvenuto rivolto a tutti i nuovi clienti. Il responsabile marketing deve prenotare un campo da golf in cui ospitare l'evento e inviare gli inviti per posta elettronica un mese prima dell'evento. L'evento si svolgerà il giorno [data].

Il responsabile marketing deve creare una campagna per il torneo di golf e creare impegni che garantiscono l'invio dei messaggi di posta elettronica a tutti i partecipanti.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Suggerimenti

Per creare la campagna, eseguire la procedura seguente:

Procedura dettagliata

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Nuovo**.
3. Nel campo **Nome** immettere [Nome della campagna].
4. In Motivo stato selezionare Proposta.
5. In **Codice campagna** immettere [Codice della campagna].
6. In Tipo di campagna immettere Marketing diretto.
7. In **Risposta prevista** immettere [Numero della risposta prevista].
8. 8. In **Offerta** immettere [Descrizione dell'offerta].
9. In **Data di inizio proposta** immettere [Data di inizio].
10. In **Data di fine proposta** immettere [Data di fine].
11. In **Descrizione** digitare [Descrizione].
12. Nella scheda **Informazioni finanziarie** specificare [Ricavi] nel campo **Ricavi previsti**.
13. Scegliere **Salva**.

Procedura dettagliata per la progettazione delle attività

Per pianificare le attività, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Attività di pianificazione**.
2. Fare clic su **Nuovo elemento** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. In **Oggetto** immettere [Oggetto]. Nella casella sottostante digitare [Dettagli].
4. In **Priorità** immettere [Priorità].
5. Scegliere **Salva e chiudi**.
6. Ripetere la procedura come necessario per definire tutte le attività di pianificazione.

Per creare le attività della campagna, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Attività campagna**.
2. Fare clic su **Nuovo elemento** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. In **Tipo** selezionare **Contatto diretto iniziale**.
4. In **Canale** selezionare **Telefono**.
5. In **Oggetto** immettere [Oggetto]. Nella casella sottostante digitare [Descrizione].
6. In **Inizio pianificato** immettere [Data di inizio].
7. In **Fine pianificata** immettere [Data di fine].
8. In **Priorità** selezionare **Alta**.
9. Scegliere **Salva e chiudi**.

Per selezionare l'elenco marketing, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Elenchi marketing associati**.
2. Fare clic su **Aggiungi** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Fare clic su **Nuovo** per creare un nuovo elenco marketing.
4. In **Nome** immettere [Nome].
5. In **Tipo di membri** immettere [Tipo di membri].
6. In **Scopo** immettere [scopo].
7. Scegliere **Salva**.
8. Nel modulo dell'elenco marketing fare clic su **Membri elenco marketing** nel riquadro di spostamento a sinistra.
9. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Gestisci membri**.
10. Nella finestra di dialogo Gestisci membri selezionare Usa finestra di ricerca record per aggiungere membri.
11. Scegliere **OK**.

12. Nella finestra di dialogo **Cerca record** fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.
13. Selezionare i membri dall'elenco **Record disponibili** e fare clic sulla freccia verso destra >> per spostarli nell'elenco **Record selezionati**, quindi scegliere **OK**.
14. Nel modulo dell'elenco marketing fare clic su **Salva e chiudi**.
15. Nella finestra di dialogo di ricerca verificare che l'elenco marketing appena creato sia selezionato e quindi scegliere **OK**.
16. Nella finestra di dialogo **Imposta inclusione attività campagna** verificare che la casella di controllo sia selezionata e scegliere **OK**.
17. Nel modulo della campagna scegliere **Salva e chiudi**.

Prova pratica 13.3: Attività e impegni della campagna

Nell'elenco degli impegni e delle attività di progettazione della campagna, indicare il tipo da utilizzare per creare l'elemento nel modulo Automazione marketing:

Scenario

Prove pratiche per utenti esperti

Ricerca sul livello di conoscenza del marchio nelle catene di negozi.	Impegno	Attività di pianificazione
Prenotare una sala conferenze per un evento.	Impegno	Attività di pianificazione
Ordinare il catering per un evento.	Impegno	Attività di pianificazione
Prenotare un personaggio famoso per una pubblicità più efficace.	Impegno	Attività di pianificazione
Scattare foto dei nuovi prodotti per la brochure.	Impegno	Attività di pianificazione
Prenotazione di uno studio per la registrazione delle testimonianze dei clienti.	Impegno	Attività di pianificazione
Inviare messaggi di posta elettronica personalizzati ai clienti destinatari.	Impegno	Attività di pianificazione
Inviare gli annunci pubblicitari ai giornali più importanti.	Impegno	Attività di pianificazione
Pubblicare banner nei siti Web.	Impegno	Attività di pianificazione

Prove pratiche per utenti esperti (continua)

Stampare le brochure.	Impegno	Attività di pianificazione
Contrattare un'azienda esterna per la gestione della campagna.	Impegno	Attività di pianificazione
Creare l'elenco associato per la campagna.	Impegno	Attività di pianificazione
Affidare a un'agenzia l'esecuzione di una campagna di mailing diretto.	Impegno	Attività di pianificazione
Per ogni cliente destinatario, creare un impegno di tipo telefonata per il completamento da parte del reparto vendite.	Impegno	Attività di pianificazione

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Creare il record di una campagna

1. Quali delle operazioni seguenti è necessario eseguire per creare il record di una campagna? Selezionare tutte le risposte appropriate.
 - Utilizzare un modello di campagna
 - Impostare la data di inizio
 - Impostare la data di fine
 - Assegnare un nome alla campagna

Campi obbligatori

2. Quali dei seguenti campi del modulo Campagna sono obbligatori? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Nome
 - Valuta
 - Tipo di campagna
 - Motivo stato

Modelli di campagna

3. Qual è il vantaggio dell'utilizzo di un modello di campagna?
 - I modelli sono necessari per tutte le campagne
 - I modelli riducono il tempo necessario per impostare la campagna
 - I modelli sono necessari quando nella campagna è coinvolto un prodotto
 - I modelli aumentano la percentuale di risposta delle campagne

Modelli di campagna

4. Quali degli elementi seguenti possono essere associati a un modello di campagna? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Attività della campagna
 - Risultati della campagna
 - Prodotti target
 - Materiale informativo

Fasi di una campagna

5. Durante quale fase della campagna vengono eseguite le attività di pianificazione?
- Pianificazione
 - Esecuzione
 - Raccolta delle risposte
 - Chiusura

CAPITOLO 14: GESTIRE CAMPAGNE DI MARKETING

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Distribuire le attività della campagna.
- Monitorare lo stato di una campagna.
- Acquisire le risposte alla campagna.
- Gestire le risposte alla campagna.
- Analizzare i risultati di una campagna di marketing utilizzando i report.

Introduzione

In questa lezione viene spiegato come distribuire le attività della campagna quando si lancia una campagna, nonché come gestire una campagna in corso e come registrare le risposte alla campagna. Vengono inoltre illustrati i metodi disponibili per analizzare i dati ottenuti tramite le campagne di marketing e viene spiegato come i dati di marketing possono essere utilizzati al meglio dal team di vendita.

Distribuire le attività della campagna

Dopo aver creato una campagna, associato un elenco marketing, specificato gli impegni e completato tutte le attività da eseguire prima del lancio, è possibile avviare la campagna. In Microsoft Dynamics CRM per lanciare una campagna è necessario distribuire le attività create. Quando si inizia a distribuire le attività la campagna è ufficialmente in corso e i proprietari delle attività iniziano a eseguire le azioni specificate nelle attività.

È necessario stabilire quali attività distribuire e quando distribuirle. Quando si distribuiscono le attività è possibile:

- Assegnare le attività, ad esempio le telefonate, ad altri utenti per il completamento.
- Inviare messaggi di posta elettronica agli elenchi marketing di destinazione.
- Preparare file da inviare a un partner o a un fornitore di servizi di marketing.

Procedura: Distribuire le attività della campagna

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire la campagna da avviare.
3. Nel riquadro di spostamento del modulo, in **Dettagli** fare clic su **Attività campagna**.
4. Nell'elenco selezionare e aprire le attività che si desidera distribuire. Per selezionare più attività, tenere premuto il tasto CTRL e fare clic sulle attività desiderate.
5. Sulla barra degli strumenti **Standard** fare clic su **Distribuisci attività campagna**.
6. Nella finestra di dialogo immettere nei campi le informazioni rilevanti, tra cui:
 - **Oggetto**: immettere una descrizione dell'attività.
 - **Durata**: specificare la durata prevista dell'attività.
 - **Scadenza**: immettere la data e l'ora entro la quale l'attività deve essere completata.

I campi disponibili nella finestra di dialogo variano a seconda del tipo di attività. Per le telefonate, ad esempio, è possibile immettere nella casella di testo il discorso da leggere al telefono. Per i messaggi di posta elettronica è possibile immettere il testo del messaggio. Per ulteriori informazioni, vedere la Guida di Microsoft Dynamics CRM.

7. Al termine fare clic su **Distribuisci**.
8. Nella finestra di dialogo Conferma distribuzione specificare nell'area **Proprietario** l'utente da impostare come proprietario delle attività della campagna, selezionando una delle opzioni seguenti:
 - **Proprietari dei record negli elenchi marketing associati:** le attività vengono assegnate ai proprietari dei singoli record, che sono responsabili di completarle.
 - **Utente corrente del nuovo [attività]:** le attività vengono assegnate all'utente corrente, che sarà responsabile di completarle.
 - **Assegna a un altro utente o a un'altra coda:** le attività vengono assegnate a un utente specifico o a una coda, da cui gli utenti possono prelevarle per assumersi la responsabilità di completarle. Se si sceglie questa opzione, selezionare l'utente o la coda nella casella sottostante.

Se si sceglie la posta elettronica, per inviare automaticamente il messaggio di posta elettronica al termine della procedura guidata selezionare **Invia automaticamente messaggi di posta elettronica e chiudi gli impegni di posta elettronica corrispondenti**. Le attività vengono in genere visualizzate nell'elenco Impegni e devono essere eseguite dall'utente a cui sono state assegnate. È possibile selezionare questa opzione per inviare il messaggio di posta elettronica immediatamente quando si fa clic su **Distribuisci**.

9. Scegliere **OK**.

Le attività vengono distribuite ai proprietari assegnati e vengono visualizzate nella sezione **Impegni** delle relative aree di lavoro.

10. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il modulo **Attività campagna**.
11. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il modulo **Campagna**.

Nota: se è selezionato il canale Altro o non è selezionato alcun canale, l'attività non potrà essere distribuita ad altri proprietari, ma rimarrà nella coda delle attività della campagna, finché non verrà completata dal proprietario della campagna o finché all'attività non verrà assegnato un canale specifico.

Monitorare campagne di marketing

Quando la campagna è in corso è possibile visualizzare lo stato delle attività e utilizzare i report standard per valutarne lo stato di avanzamento.

Visualizzare le attività di una campagna

Dopo avere aggiunto le attività è possibile visualizzare le attività di una campagna dal record della stessa.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Selezionare e aprire la campagna nell'elenco.
3. Nel riquadro di spostamento del modulo, in **Dettagli** fare clic su **Attività campagna**.

Viene visualizzato l'elenco delle attività della campagna, che include:

- L'oggetto dell'attività, ad esempio l'acquisto di un elenco da un fornitore. Questa informazione offre una breve descrizione del lavoro da svolgere.
- La persona responsabile di completare l'attività.
- Il fornitore selezionato per l'esecuzione dell'attività. Questa informazione viene visualizzata solo se il record del fornitore è stato collegato all'attività. Un fornitore può essere un account o un contatto.
- Il metodo con cui verrà svolta l'attività. Può essere ad esempio "Telefono", se il personale addetto alle vendite deve contattare i clienti per telefono, o "Posta elettronica", se si prevede di inviare messaggi di posta elettronica.
- Lo stato dell'attività. Può essere Proposta, Annullata o Completata.

Per monitorare la campagna il responsabile può utilizzare vari report, tra i quali:

- **Stato attività campagna:** questo report visualizza un riepilogo delle informazioni sulla campagna, che include i limiti di tempo pianificati ed effettivi, i dettagli relativi alla campagna principale e la definizione dello stato.
- **Andamento campagne:** questo report offre una visualizzazione dettagliata che include tutte le date, i destinatari, le definizioni, le risposte e i rendimenti finanziari di ogni campagna.
- **Confronto campagne:** questo report consente di confrontare due campagne in base a parametri quali l'economicità e il numero di risposte.

Durante l'esecuzione di ogni attività è possibile apportare modifiche alla campagna per far fronte alle reazioni della concorrenza, gestire le risposte o tenere traccia della posta non recapitata. È inoltre possibile gestire con facilità aspetti della campagna quali i costi previsti, i tempi e i lead generati in base alle risposte alla campagna. Se ad esempio l'agenzia di telemarketing completa le telefonate prima del previsto, sarà possibile utilizzare i fondi rimasti per acquistare un altro elenco e richiedere all'agenzia di contattare ulteriori lead.

Quando una campagna e le relative attività sono state completate è possibile chiudere il record della campagna. La chiusura determina la fine della campagna, ma le informazioni generate vengono conservate per consentire la creazione dei report.

Acquisire e visualizzare le risposte alla campagna

L'obiettivo di una campagna di marketing è creare risultati misurabili. In Microsoft Dynamics CRM i risultati di una campagna vengono acquisiti come risposte alla campagna. Quando si contattano i clienti come previsto dalle attività della campagna, si ottengono in genere alcune risposte.

Per creare le risposte alle campagne è possibile procedere in quattro modi diversi:

- Registrare le singole risposte manualmente, creando una nuova risposta alla campagna. Se si parla con un cliente durante una fiera, sarà possibile creare un record manualmente.
- Convertire in risposta un'attività della campagna distribuita, ad esempio una telefonata.
- Importare le risposte da un fornitore che gestisce la campagna per conto dell'organizzazione dell'utente. Per importare le risposte in Microsoft Dynamics CRM, è possibile utilizzare l'Importazione guidata dati. Durante l'importazione del file viene creato un impegno per ogni risposta alla campagna. Per ulteriori informazioni sull'importazione di file, vedere la Lezione 8, Gestire lead.
- Generare automaticamente le risposte come risultato di una campagna di email marketing effettuata utilizzando la stampa unione, in cui i clienti rispondono con messaggi di posta elettronica. Se un cliente risponde alla campagna per posta elettronica, la risposta alla campagna verrà creata automaticamente alla ricezione del messaggio del cliente. Questa opzione è disponibile solo se è attivata la registrazione della posta elettronica. L'amministratore può configurare questa impostazione nelle impostazioni di sistema.

Le risposte alla campagna create automaticamente ereditano alcune informazioni dall'attività che ha generato la risposta del cliente, tra le quali:

- **Campagna principale** - Indica la campagna che ha generato la risposta alla campagna.
- **Classificazione risposta** - Indica il livello di interesse della persona che risponde o se quest'ultima non desidera ricevere materiale di marketing.
- **Cliente** - Visualizza il record cliente specificato nell'attività della campagna.
- **Canale** - Indica il tipo di attività della campagna che ha generato la risposta, ad esempio una telefonata.
- **Data ricezione** - Indica la data in cui è stata creata la risposta.
- **Impegno di origine** - Fornisce un collegamento all'attività della campagna utilizzata per creare la risposta.
- **Oggetto** - Corrisponde all'oggetto specificato per l'impegno di origine, se la risposta è stata generata da un'attività della campagna.
- **Fornitore esterno** - Visualizza l'account o il contatto del fornitore con il quale l'organizzazione dell'utente collabora per la campagna.
- **Proprietario** - Fornisce un collegamento al record dell'utente che ha creato l'attività della campagna originale o, se la risposta alla campagna non è stata generata da un'attività della campagna, all'utente che ha creato il record.
- **Priorità** - Corrisponde alla priorità specificata nel modulo Attività campagna.

Procedura: Creare una risposta alla campagna

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire la campagna desiderata.
3. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Risposte campagna**.
4. Fare clic su **Nuovo elemento** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
5. Nel modulo Risposta campagna indicare la risposta del cliente selezionando una delle opzioni seguenti in **Classificazione risposta**:
 - Non interessati
 - Interessati
 - Non inviare materiale di marketing
 - Errore

6. Se la risposta è stata ottenuta da un cliente esistente, immettere il nome del cliente nel campo **Cliente** e quindi fare clic sull'icona del pulsante di ricerca. Il nome del cliente verrà automaticamente inserito nel campo oppure verrà visualizzato un elenco di possibili corrispondenze. Fare clic sul nome corretto.
7. Se la risposta è stata ottenuta da un nuovo cliente, immettere le informazioni sul cliente nei campi disponibili nella sezione **Ricevuta da nuovo cliente**.
8. Nella sezione **Dettagli** immettere l'oggetto della risposta, ad esempio "Interessato al prodotto" o "Intende partecipare alla conferenza per gli utenti". Il campo **Oggetto** è obbligatorio.
9. Sebbene gli altri campi non siano obbligatori, è consigliabile immettere informazioni in tutti i campi disponibili.
10. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il modulo Risposta campagna.
11. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il modulo Campagna.

Procedura: Convertire un'attività della campagna in una risposta alla campagna

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire la campagna desiderata.
3. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Attività campagna**.
4. Nell'elenco selezionare e aprire l'attività che è stata distribuita.
5. Nel riquadro di spostamento del modulo selezionare l'elemento corrispondente alle attività create. Per una telefonata, ad esempio, selezionare **Entità telefonate create**.
6. Nell'elenco selezionare e aprire l'attività che si desidera convertire in risposta alla campagna.
7. Sulla barra degli strumenti **Standard** scegliere **Converti in risposta** dal menu **Azioni**. Verrà visualizzato il modulo **Risposta campagna**, che contiene informazioni relative alla campagna principale.
8. Nella sezione **Dettagli** sostituire il testo nel campo **Oggetto** con informazioni specifiche sulla risposta, ad esempio "Interessato al prodotto" o "Intende partecipare alla fiera".
9. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il modulo **Risposta campagna**.
10. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il modulo **Attività campagna**.
11. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il modulo **Campagna**.

*Nota: è possibile convertire solo le attività della campagna salvate e non modificate dopo l'ultimo salvataggio. Se si modifica l'attività, fare clic su **Salva** prima di convertire il record.*

Procedura: Visualizzare le risposte alla campagna

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro**, fare clic su **Attività personali** e quindi fare clic su **Impegni**.
2. Sulla barra degli strumenti **Standard** selezionare **Risposta campagna** dall'elenco a discesa **Tipo**.
3. Sulla barra degli strumenti **Standard**, in **Visualizza** selezionare una delle seguenti visualizzazioni predefinite:
 - **Tutte le risposte alla campagna** - Mostra sia le risposte alla campagna aperte che quelle chiuse. Le risposte alla campagna possono essere di proprietà dell'utente corrente o di altri membri dell'organizzazione.
 - **Risposte alla campagna personali** - Mostra solo le risposte alla campagna di proprietà dell'utente corrente e attualmente aperte.
 - **Risposte alla campagna aperte** - Mostra tutte le risposte alla campagna che non sono state eliminate o chiuse. Le risposte alla campagna possono essere di proprietà dell'utente corrente o di altri membri dell'organizzazione.
4. Se non è possibile trovare la risposta alla campagna che si desidera visualizzare, fare clic su **Aggiorna** sulla barra degli strumenti **Standard**. Fare clic su **Aggiorna** è il modo più veloce per aggiornare l'area e può determinare la visualizzazione di ulteriori risposte alla campagna aggiunte o aggiornate da altri utenti.

*Nota: le risposte alla campagna possono essere visualizzate anche in un modulo **Campagna**. A tale scopo, aprire la campagna. Nel riquadro di spostamento del modulo, in **Dettagli** selezionare **Risposte campagna**. Verranno visualizzate tutte le risposte associate alla campagna aperta.*

Utilizzare le risposte alla campagna

Quando si riceve una risposta alla campagna è possibile eseguire numerose attività, tra le quali:

- **Assegnare la risposta a un altro utente** - L'assegnazione di una risposta alla campagna determina l'utente che sarà il principale responsabile per la risposta.
- **Convertire la risposta in un lead o in un'opportunità** - Questo consente di integrare la risposta nei processi interni per la gestione delle vendite.
- **Chiudere o eliminare la risposta** - Le risposte chiuse possono essere riattivate in un momento successivo. Le risposte eliminate vengono rimosse definitivamente.
- **Modificare la risposta** - È ad esempio possibile aggiungere note e allegare file.
- **Stampare i dettagli della risposta alla campagna o elenchi di risposte alla campagna.**

Tutte le azioni elencate possono essere eseguite su uno o più record.

Procedura: Convertire le risposte alla campagna in opportunità o lead

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Nell'elenco delle campagne selezionare e aprire la campagna che contiene le risposte da cui si desidera creare i lead o le opportunità.
3. Nel riquadro di spostamento del modulo, in **Dettagli** fare clic su **Risposte campagna**.
4. Nell'elenco delle risposte alla campagna selezionare e aprire la singola risposta da convertire.
5. Fare clic su **Converti risposta campagna** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
6. Nella finestra di dialogo Converti risposta campagna, in **Chiudi risposta e convertila in un record** selezionare una delle opzioni seguenti:
 - Per creare un lead, fare clic su **Crea nuovo lead**.
 - Per utilizzare un lead esistente, fare clic su **Converti un lead esistente**.
 - Per creare un'opportunità, fare clic su **Crea nuovo record per un cliente** e verificare che sia selezionata l'opzione **Opportunità**. È possibile utilizzare il pulsante di ricerca per cercare record in account o contatti.

Per rivedere i nuovi record creati, selezionare **Apri nuovi record**.

7. Scegliere **OK**. Se si è scelto **Apri nuovi record**, il nuovo lead verrà aperto automaticamente. Immettere le informazioni nei campi necessari e scegliere **Salva e chiudi**.
8. Fare clic su **Chiudi** per chiudere il modulo **Risposta campagna**.
9. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il modulo **Campagna**.

Nota: è consigliabile utilizzare processi del flusso di lavoro per assegnare automaticamente il lead o l'opportunità a un rappresentante di vendita per il completamento.

Procedura: Chiudere una risposta alla campagna

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire la campagna che contiene le risposte da impostare come non qualificate.
3. In **Dettagli** fare clic su **Risposte campagna**.
4. Selezionare le risposte alla campagna da impostare come non qualificate.

5. Sulla barra degli strumenti **Azioni**, in **Altre azioni** selezionare **Chiudi risposta campagna**.
6. Selezionare uno stato appropriato per la risposta alla campagna non qualificata e quindi scegliere **OK**.

Esercitazione pratica: Convertire una risposta alla campagna

In questa esercitazione verrà illustrato come registrare una risposta alla campagna e convertire tale risposta in un lead.

Scenario

Durante la revisione dei messaggi di posta elettronica un membro del team di marketing trova un messaggio del cliente [nome cliente], che ha partecipato a un evento della campagna di marketing [nome della campagna]. Il messaggio di posta elettronica è registrato in Microsoft Dynamics CRM come risposta alla campagna. Il potenziale cliente sembra molto interessato ai prodotti utilizzati durante l'evento e il membro del team di marketing converte la risposta in lead, per consentirne il completamento da parte di un rappresentante di vendita.

Obiettivi

Gli obiettivi di questa esercitazione pratica sono i seguenti:

- Creare una risposta alla campagna.
- Convertire una risposta in un lead.

Procedura

Per registrare una risposta alla campagna, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire la campagna [nome della campagna].
3. Nel riquadro di spostamento del modulo, in **Dettagli** fare clic su **Risposte campagna**.
4. Fare clic su **Nuovo elemento** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
5. Digitare [nome cliente] nel campo **Cliente** oppure selezionare [nome cliente] nel riquadro Informazioni e selezione rapida.
6. Nel campo **Oggetto** immettere [testo].
7. Scegliere **Salva**.

Per convertire la risposta alla campagna, eseguire la procedura seguente:

1. Fare clic su **Converti risposta campagna** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
2. Selezionare **Chiudi risposta** e convertila in un record.
3. Selezionare **Crea nuovo lead**.
4. Selezionare **Apri nuovi record**. Il nuovo lead verrà automaticamente aperto alla chiusura della finestra di dialogo.
5. Scegliere **OK**. Verrà automaticamente aperto il modulo Lead.
6. Immettere le informazioni seguenti nei campi obbligatori:
 - **Argomento**: immettere [argomento].
 - **Nome**: immettere [nome].
 - **Cognome**: immettere [cognome].
 - **Nome società**: immettere [nome della società].
7. Scegliere **Salva e chiudi**.
8. Fare clic su **Chiudi**.

Analizzare le informazioni di marketing

Per utilizzare al meglio le campagne è necessario analizzarne i risultati. Per un'analisi efficace è necessario immettere e registrare i dati corretti. Prima di iniziare una campagna è necessario determinare il tipo di analisi che si desidera effettuare e quindi creare processi del flusso di lavoro o altre procedure per assicurare l'immissione dei dati corretti.

In Microsoft Dynamics CRM tutti gli elenchi associati e i dati della campagna sono disponibili in una posizione centralizzata. È possibile utilizzare le funzionalità di ricerca e gli strumenti per la creazione di report per tenere traccia delle campagne precedenti, di quelle proposte e di quelle future, quindi utilizzare tali informazioni per mettere a punto la pianificazione della nuova campagna e le campagne future.

È inoltre possibile utilizzare le funzionalità di sistema per la creazione di report per verificare l'efficienza del meccanismo di consegna. È ad esempio possibile eseguire un report per stabilire se i destinatari hanno risposto meglio al mailing diretto oppure a una campagna di email marketing, quindi utilizzare i risultati dell'analisi di tali dati per applicare il metodo più efficace alle campagne future e ottimizzarne l'esito.

È possibile utilizzare i report di Microsoft Dynamics CRM per valutare le prestazioni operative e finanziarie di una campagna. Per l'analisi della gestione delle campagne è possibile utilizzare ad esempio:

- **Visualizzazioni delle campagne** - Utilizzare il campo Visualizza per scegliere tra le quattro visualizzazioni standard disponibili. Tali visualizzazioni includono informazioni strategiche correlate alla campagna e sono accessibili tramite il campo **Visualizza** del modulo Campagna.
- **Informazioni sull'esecuzione di attività strategiche della campagna** - Consentono ai responsabili di marketing e vendite di monitorare le attività in elenco, aiutandoli a tenere traccia dell'andamento della campagna a livello di forza vendita.
- **Confronti tra due campagne** - Consentono di determinare quale di esse ha avuto maggiore successo.
- **Raggruppamento delle risposte per canale** - È possibile utilizzare il codice del canale dell'attività di marketing per identificare l'origine più efficace.
- **Semplici riepiloghi** - Consentono di determinare il numero dei lead e il costo per lead.
- **Riepiloghi complessi** - Consentono di determinare il valore dei ricavi generati in relazione al costo complessivo della campagna

Scenario

A una riunione con il team di vendita un membro del team di marketing sente parlare di un prodotto della concorrenza che sta riscuotendo molto successo grazie a un'iniziativa di marketing più efficace. Ricordando che la società intende effettuare una campagna di mailing diretto per lo stesso prodotto, esegue alcune ricerche nell'area Marketing per trovare le informazioni seguenti:

- Campagne per i prodotti effettuate negli ultimi sei mesi
- Campagne per i prodotti pianificate per i tre mesi successivi

La campagna di mailing diretto inizia in un mese specifico e ha stato "pronta per il lancio". I report di confronto tra le campagne indicano tuttavia che le campagne di email marketing sono più efficaci dei mailing diretti. Il membro del team di marketing consiglia di cambiare il canale della campagna, passando alla posta elettronica.

Valutare una campagna

Le attività di analisi e creazione dei report non vengono eseguite solo alla fine di una campagna. Il responsabile marketing può ad esempio utilizzare le visualizzazioni delle attività e i report sulle attività della campagna per gestire l'esecuzione della campagna e i processi del flusso di lavoro associati. È possibile utilizzare i processi del flusso di lavoro per:

- Gestire le attività correlate alla campagna.
- Visualizzare il numero di attività associate alle opportunità in fase di generazione.
- Individuare i lead e le opportunità in fase di rallentamento.

Il personale di marketing e i rappresentanti di vendita devono essere in grado di trovare in qualsiasi momento le informazioni relative al marketing disponibili nei propri dati. È possibile visualizzare i tipi di informazioni seguenti:

- Stato delle campagne pianificate
- Stato delle campagne in corso
- Stato delle campagne concluse di recente
- Analisi delle campagne archiviate (report)
- Risultati delle campagne:
 - Risultati diretti - Risposte effettive alle campagne, contatti tramite banner, risposte telefoniche.
 - Risultati indiretti - Ordini di vendita registrati con gli identificatori delle campagne, aumento delle offerte e incremento delle vendite.

Tutte le informazioni sulle attività a livello di account o contatto.

- Informazioni sui destinatari della campagna
- Campagne che hanno coinvolto account o contatti specifici:
 - Risposte dall'account o dal contatto.
 - Account e contatti disponibili o meno come destinatari della campagna successiva.

Esercitazione pratica: Report Andamento campagne

In questa esercitazione pratica verrà illustrato come utilizzare i report per visualizzare i dati relativi a una campagna di marketing.

Scenario

Il responsabile marketing desidera rivedere le informazioni seguenti per la campagna [campagna utilizzata nello scenario precedente].

- Visualizzare lo stato delle attività correlate alla campagna.
- Visualizzare il numero di risposte e potenziali opportunità generate.
- Analizzare i costi effettivi e preventivati, nonché i ricavi potenziali previsti.

Descrizione degli obiettivi

In questa esercitazione pratica viene utilizzato il report Andamento campagne per determinare quanto segue:

- Stato delle attività della campagna
- Numero delle risposte alla campagna e delle opportunità
- Confronto dei risultati effettivi con i costi preventivati e ricavi potenziali previsti

Procedura

Per visualizzare il report Andamento campagne, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic sul modulo **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire la campagna [nome della campagna].
3. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Report** e quindi selezionare **Andamento campagne**.
4. In Attività pianific. verificare se tutte le attività di pianificazione sono state completate.
5. Individuare la sezione Risposte campagna. Fare clic nell'area **Interessati (6)** del grafico Classificazione risposta per visualizzare le opportunità potenziali.
6. Esaminare le sezioni relative alle attività di pianificazione e alle informazioni finanziarie.

Esercitazione pratica: Report sulle attività

In questa esercitazione pratica verrà illustrato come utilizzare i report per visualizzare i dati relativi a una campagna di marketing.

Scenario

Il responsabile marketing desidera verificare lo stato dell'attività [Nome attività] associata alla campagna [Nome della campagna].

Descrizione degli obiettivi

In questa esercitazione pratica viene utilizzato il report Stato attività campagna per determinare quanto segue:

- Informazioni dettagliate sulle attività della campagna
- Stato delle attività della campagna

Procedura

1. Nel riquadro di spostamento fare clic sul modulo **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Aprire la campagna [Nome della campagna].
3. Nel riquadro di spostamento del modulo, in **Dettagli** fare clic su **Attività campagna**.
4. Aprire l'attività [Nome attività campagna].
5. Sulla barra degli strumenti **Azioni** del modulo fare clic su **Report**.
6. Fare clic su Stato attività campagna.

Esercitazione pratica: Acquisire le risposte alla campagna e completare la campagna

In questa esercitazione pratica viene illustrato come acquisire una risposta a una campagna, controllare lo stato di una campagna attiva e completare la campagna.

Scenario

Il coordinatore marketing di [Nome azienda] lancia una campagna creata in precedenza. Durante lo svolgimento della campagna il coordinatore marketing telefona a tutti i contatti nell'elenco marketing della campagna e acquisisce tutte le risposte. Dopo avere telefonato a metà dei contatti, desidera visualizzare un report per controllare lo stato della campagna. Dopo avere telefonato a tutti i contatti e acquisito le risposte, chiude la campagna.

Descrizione degli obiettivi

In questa esercitazione pratica vengono eseguite le seguenti procedure relative alla campagna:

- Distribuire un'attività della campagna
- Acquisire le risposte alla campagna
- Utilizzare report per controllare lo stato della campagna
- Chiudere la campagna

Distribuire un'attività della campagna

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Selezionare e aprire la campagna [Nome della campagna] creata nella Lezione 13, nella Prova pratica: Progettare una campagna di marketing.
3. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Attività campagna**. Selezionare e aprire l'attività creata in precedenza.
4. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Distribuisci attività campagna**. Verrà visualizzata la finestra di dialogo **Crea nuove telefonate**.
5. Completare i campi del modulo:
 - **Oggetto:** immettere “Telefonata di presentazione della promozione”.
 - **Corpo:** immettere nella casella di testo informazioni quali il discorso da leggere al telefono o altri dettagli importanti per la telefonata.
 - **Scadenza:** selezione l'ultimo giorno della settimana corrente.
6. Fare clic su **Distribuisci**.
7. Nella finestra di dialogo di conferma della distribuzione selezionare **Utente corrente del nuovo Telefonate** e scegliere **OK**.
8. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il modulo **Attività campagna**.
9. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il modulo **Campagna**.

Acquisire le risposte alla campagna

Verranno ora create due risposte. La prima riguarda una persona interessata alla promozione e la seconda una persona non interessata.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire la campagna [Nome della campagna] creata nel Capitolo 13, nella Prova pratica: Progettare una campagna di marketing.
3. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Attività campagna**. Selezionare e aprire l'attività creata in precedenza.
4. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Entità Telefonate create**.
5. Nell'elenco selezionare e aprire la prima telefonata.
6. Fare clic su **Azioni** e quindi su **Converti in risposta**.
7. Nel modulo Risposta campagna, in Classificazione risposta selezionare Interessati.
8. Compilare i seguenti campi del modulo:
 - **Cognome:** immettere [Cognome].
 - **Nome:** immettere [Nome].
 - **Telefono:** immettere [Telefono].
 - **Posta elettronica:** immettere [Posta elettronica].
 - **Data ricezione:** immettere [Data ricezione].
 - **Oggetto:** immettere [Oggetto].
9. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il modulo **Risposta campagna**.
10. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il modulo **Telefonata**.
11. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il modulo **Attività campagna**.
12. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il modulo **Campagna**.

Creare un report Andamento campagne

1. Verificare che nell'elenco **Campagne** sia selezionata la campagna corrente.
2. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic sull'icona **Report**, quindi selezionare **Andamento campagne**.
3. Nella finestra di dialogo Seleziona record fare clic su **Tutti i record applicabili**.
4. Fare clic su **Esegui report**.

Nel report viene visualizzato lo stato corrente della campagna.

Nota: è possibile eseguire un report per la campagna sia mentre la campagna è in corso, sia dopo che è stata completata. È inoltre possibile stampare o esportare il report.

Chiudere la campagna

1. Nell'elenco Campagne selezionare e aprire la campagna [nome] corrente.
2. In **Motivo stato** selezionare **Completata**.
3. In Data di fine effettiva immettere [Data] per indicare la data di chiusura della campagna.
4. Scegliere **Salva e chiudi**.

Riepilogo

In questa lezione è stato illustrato come lanciare e gestire una campagna di marketing. È stato inoltre descritto come acquisire e utilizzare le risposte alla campagna, nonché come utilizzare i report disponibili per visualizzare informazioni dettagliate su una campagna.

Verifica

Creare una campagna

1. La società [Società] ha deciso di avviare un nuovo programma di marketing e desidera inviare cartoline ai contatti esistenti in vari settori. Per ogni cliente sono specificate informazioni relative al settore di attività. Sono stati creati tre messaggi di posta elettronica, personalizzati in base al settore di attività specifico.
2. Qual è il metodo migliore per implementare la campagna di marketing in modo da garantire che ogni cliente riceverà il messaggio corretto?
 - Creare una campagna e un elenco marketing, quindi associare i tre impegni di posta elettronica all'elenco.
 - Creare una campagna e tre elenchi marketing, quindi associare l'elenco appropriato a ogni impegno di posta elettronica.
 - Creare tre campagne e un elenco marketing, quindi associare l'elenco e i messaggi di posta elettronica appropriati a ogni campagna.
 - Creare tre campagne e tre elenchi marketing, quindi associare gli elenchi e i messaggi di posta elettronica appropriati a ogni campagna.

Attività di pianificazione

3. Quali delle caratteristiche seguenti si riferiscono alle attività di pianificazione? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Consentono di tenere traccia dei costi effettivi e preventivati
 - Possono essere assegnate a un utente
 - Possono essere associate a un elenco marketing
 - Possono avere una durata impostata

Automazione marketing

4. Quali delle funzionalità seguenti sono disponibili nel modulo Automazione marketing di Microsoft Dynamics CRM? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Creazione e gestione di elenchi marketing
 - Creazione e gestione di elenchi marketing
 - Siti Web di e-commerce
 - Registrazione dei costi previsti ed effettivi e di informazioni sui ricavi

Messaggi di posta elettronica

5. Qual è il metodo più rapido per inviare un messaggio di posta elettronica a tutti i clienti di una particolare città?
- () Eseguire il report Cronologia vendite per creare un elenco di clienti e, per ogni account nell'elenco dei risultati, aprire l'account e aggiungere un impegno di posta elettronica.
 - () Aggiungere i singoli clienti a un nuovo elenco marketing e quindi utilizzare tale elenco per creare una campagna con cui generare gli impegni di posta elettronica.
 - () Utilizzare la ricerca avanzata per creare un elenco di clienti e quindi creare una mini-campagna per tutti i record su tutte le pagine, per generare gli impegni di posta elettronica.
 - () Utilizzare la ricerca avanzata per creare un elenco di clienti e, per ogni account nell'elenco dei risultati, aprire l'account e aggiungere un impegno di posta elettronica.

Risposte alla campagna

6. La società [Società] sta effettuando una campagna di marketing per promuovere un nuovo prodotto. Per rispondere alla campagna, un nuovo cliente telefona dicendo di essere molto interessato ad acquistare il nuovo prodotto dalla società ma desidera ottenere ulteriori informazioni.
7. Qual è il modo migliore per registrare la risposta?
- () Creare un'attività della campagna nel record della campagna, quindi chiudere e convertire l'attività in un'opportunità.
 - () Creare una risposta alla campagna nel record della campagna, quindi chiudere e convertire la risposta in un'opportunità.
 - () Creare un nuovo lead, aggiungere un collegamento alla campagna al record del lead e convertire il lead in un nuovo record cliente e in una nuova opportunità.
 - () Creare una risposta alla campagna nel record della campagna, chiudere e convertire la risposta in un lead e convertire il lead in un nuovo contatto, in un nuovo account e in una nuova opportunità.

Attività della campagna

8. Lo studente è un rappresentante di vendita della propria società. Il reparto marketing sta effettuando una campagna e desidera conoscere le attività create e assegnate allo studente per il completamento. Cosa è necessario controllare per individuare tali attività? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Gli elenchi marketing utilizzati nella campagna.
 - Le attività della campagna create per la campagna.
 - Le attività visualizzate nei singoli record dei clienti.
 - Gli Impegni nella sezione Attività personali dell'area di lavoro.

Risposte alla campagna

9. Lo studente ha recentemente effettuato una campagna. In risposta alla campagna riceve una telefonata da [Nome della società], che esprime il proprio interesse per il prodotto pubblicizzato nella campagna.
10. Qual è il modo migliore per registrare la telefonata del cliente?
- Aggiungere al record della campagna una nuova risposta alla campagna.
 - Creare una nuova campagna con gli stessi elenchi marketing e aggiungere una risposta alla campagna.
 - Aggiungere una nuova opportunità al record dell'account.
 - Aggiungere un impegno di tipo telefonata al record del contatto.

Campagne di email marketing

11. Quali delle procedure seguenti è necessario completare per creare una campagna di marketing che genera messaggi di posta elettronica per i clienti? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Creare attività di pianificazione
 - Aggiungere elenchi associati
 - Distribuire attività della campagna
 - Creare attività della campagna

Telemarketing

12. Nell'ambito di una campagna di marketing la società dello studente ha affidato l'attività di telemarketing a un fornitore esterno. L'agenzia di telemarketing ha fornito i risultati in un file di testo.
13. Qual è il modo migliore per aggiungere i risultati al sistema Microsoft Dynamics CRM?
- Importare i dati del file di testo come risposte alla campagna.
 - Importare i dati del file di testo come contatti.
 - Immettere i risultati manualmente come risposte alla campagna.
 - Immettere i risultati manualmente come lead.

Campagne di email marketing

14. Lo studente ha creato una campagna, aggiunto un elenco marketing associato, definito le attività di pianificazione e creato le attività della campagna di email marketing. In quale fase verranno inviati i messaggi di posta elettronica ai clienti?
- Quando la campagna viene contrassegnata come avviata.
 - Quando tutte le attività di pianificazione sono state completate.
 - Durante la distribuzione delle attività della campagna.
 - Alla chiusura delle attività della campagna.

Prova pratica 14.1: Creare una risposta alla campagna

In questa prova pratica si utilizza Microsoft Dynamics CRM per trovare informazioni specifiche di un determinato cliente nell'ambito di una campagna.

Man mano che si eseguono le istruzioni, utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Vedere la lezione di introduzione all'esercitazione per informazioni sui due livelli di istruzioni delle prove pratiche e la soluzione della prova pratica nell'Appendice B.

Scenario

Un rappresentante marketing ha telefonato a [contatto] di [account] per verificare se è interessato a ricevere informazioni sul nuovo articolo [prodotto], su cui è incentrata la campagna di marketing dell'azienda.

Poiché [contatto] è interessato, il rappresentante marketing acquisisce le informazioni relative nella risposta alla campagna e converte tale risposta in un'opportunità.

Descrizione degli obiettivi

Creare una risposta alla campagna e convertirla in un'opportunità.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Suggerimenti

Per individuare nella campagna le informazioni specifiche del cliente, eseguire la procedura seguente:

Procedura dettagliata

Creare una risposta alla campagna:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Marketing** e quindi scegliere **Campagne**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire la campagna [nome della campagna].
3. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Risposte campagna**.
4. Fare clic su **Nuovo elemento** sulla barra degli strumenti Azioni.
5. Nel modulo Risposta campagna selezionare [Interessati] dall'elenco a discesa **Classificazione risposta**.

6. Immettere [nome cliente] nel campo **Cliente**, quindi fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.
7. Nella sezione **Dettagli** selezionare Telefono dall'elenco a discesa **Canale**.
8. Nel campo **Oggetto** immettere "Il cliente è interessato all'articolo [prodotto]".
9. Fare clic su **Salva**.

Convertire la risposta alla campagna in un'opportunità:

1. Aprire la risposta alla campagna e fare clic su **Converti risposta campagna**.
2. Nella finestra di dialogo Converti risposta campagna fare clic su **Crea nuovo record per un cliente** e immettere [contatto].
3. Selezionare **Opportunità** e scegliere **OK**.

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Creare una campagna

1. La società [Società] ha deciso di avviare un nuovo programma di marketing e desidera inviare cartoline ai contatti esistenti in vari settori. Per ogni cliente sono specificate informazioni relative al settore di attività. Sono stati creati tre messaggi di posta elettronica, personalizzati in base al settore di attività specifico.
2. Qual è il metodo migliore per implementare la campagna di marketing in modo da garantire che ogni cliente riceverà il messaggio corretto?
 - Creare una campagna e un elenco marketing, quindi associare i tre impegni di posta elettronica all'elenco.
 - Creare una campagna e tre elenchi marketing, quindi associare l'elenco appropriato a ogni impegno di posta elettronica.
 - Creare tre campagne e un elenco marketing, quindi associare l'elenco e i messaggi di posta elettronica appropriati a ogni campagna.
 - Creare tre campagne e tre elenchi marketing, quindi associare gli elenchi e i messaggi di posta elettronica appropriati a ogni campagna.

Attività di pianificazione

3. Quali delle caratteristiche seguenti si riferiscono alle attività di pianificazione? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Consentono di tenere traccia dei costi effettivi e preventivati
 - Possono essere assegnate a un utente
 - Possono essere associate a un elenco marketing
 - Possono avere una durata impostata

Automazione marketing

4. Quali delle funzionalità seguenti sono disponibili nel modulo Automazione marketing di Microsoft Dynamics CRM? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Creazione e gestione di elenchi marketing
 - Creazione e gestione di elenchi marketing
 - Siti Web di e-commerce
 - Registrazione dei costi previsti ed effettivi e di informazioni sui ricavi

Messaggi di posta elettronica

5. Qual è il metodo più rapido per inviare un messaggio di posta elettronica a tutti i clienti di una particolare città?
- Eseguire il report Cronologia vendite per creare un elenco di clienti e, per ogni account nell'elenco dei risultati, aprire l'account e aggiungere un impegno di posta elettronica.
 - Aggiungere i singoli clienti a un nuovo elenco marketing e quindi utilizzare tale elenco per creare una campagna con cui generare gli impegni di posta elettronica.
 - Utilizzare la ricerca avanzata per creare un elenco di clienti e quindi creare una mini-campagna per tutti i record su tutte le pagine, per generare gli impegni di posta elettronica.
 - Utilizzare la ricerca avanzata per creare un elenco di clienti e, per ogni account nell'elenco dei risultati, aprire l'account e aggiungere un impegno di posta elettronica.

Risposte alla campagna

6. La società [Società] sta effettuando una campagna di marketing per promuovere un nuovo prodotto. Per rispondere alla campagna, un nuovo cliente telefona dicendo di essere molto interessato ad acquistare il nuovo prodotto dalla società ma desidera ottenere ulteriori informazioni.
7. Qual è il modo migliore per registrare la risposta?
- Creare un'attività della campagna nel record della campagna, quindi chiudere e convertire l'attività in un'opportunità.
 - Creare una risposta alla campagna nel record della campagna, quindi chiudere e convertire la risposta in un'opportunità.
 - Creare un nuovo lead, aggiungere un collegamento alla campagna al record del lead e convertire il lead in un nuovo record cliente e in una nuova opportunità.
 - Creare una risposta alla campagna nel record della campagna, chiudere e convertire la risposta in un lead e convertire il lead in un nuovo contatto, in un nuovo account e in una nuova opportunità.

Attività della campagna

8. Lo studente è un rappresentante di vendita della propria società. Il reparto marketing sta effettuando una campagna e desidera conoscere le attività create e assegnate allo studente per il completamento. Cosa è necessario controllare per individuare tali attività? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Gli elenchi marketing utilizzati nella campagna.
 - Le attività della campagna create per la campagna.
 - Le attività visualizzate nei singoli record dei clienti.
 - Gli Impegni nella sezione Attività personali dell'area di lavoro.

Risposte alla campagna

9. Lo studente ha recentemente effettuato una campagna. In risposta alla campagna riceve una telefonata da [Nome della società], che esprime il proprio interesse per il prodotto pubblicizzato nella campagna.
10. Qual è il modo migliore per registrare la telefonata del cliente?
- Aggiungere al record della campagna una nuova risposta alla campagna.
 - Creare una nuova campagna con gli stessi elenchi marketing e aggiungere una risposta alla campagna.
 - Aggiungere una nuova opportunità al record dell'account.
 - Aggiungere un impegno di tipo telefonata al record del contatto.

Campagne di email marketing

11. Quali delle procedure seguenti è necessario completare per creare una campagna di marketing che genera messaggi di posta elettronica per i clienti? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Creare attività di pianificazione
 - Aggiungere elenchi associati
 - Distribuire attività della campagna
 - Creare attività della campagna

Telemarketing

12. Nell'ambito di una campagna di marketing la società dello studente ha affidato l'attività di telemarketing a un fornitore esterno. L'agenzia di telemarketing ha fornito i risultati in un file di testo.
13. Qual è il modo migliore per aggiungere i risultati al sistema Microsoft Dynamics CRM?
- Importare i dati del file di testo come risposte alla campagna.
 - Importare i dati del file di testo come contatti.
 - Immettere i risultati manualmente come risposte alla campagna.
 - Immettere i risultati manualmente come lead.

Campagne di email marketing

14. Lo studente ha creato una campagna, aggiunto un elenco marketing associato, definito le attività di pianificazione e creato le attività della campagna di email marketing. In quale fase verranno inviati i messaggi di posta elettronica ai clienti?
- Quando la campagna viene contrassegnata come avviata.
 - Quando tutte le attività di pianificazione sono state completate.
 - Durante la distribuzione delle attività della campagna.
 - Alla chiusura delle attività della campagna.

CAPITOLO 15: INFORMAZIONI SU GESTIONE SERVIZI

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Conoscere gli strumenti disponibili in Microsoft Dynamics CRM per la gestione dei servizi.
- Comprendere il funzionamento dell'albero degli argomenti e la correlazione di questo ai casi di gestione dei servizi
- Comprendere il flusso del processo di gestione dei servizi.
- Capire con un'esercitazione pratica in che modo il flusso del processo di gestione dei servizi può aiutare le organizzazioni a gestire e risolvere i casi.

Introduzione

In questa lezione viene presentata la funzionalità di gestione dei servizi di Microsoft Dynamics CRM e viene spiegato come registrare le informazioni sui casi, sui reclami o sulle richieste dei clienti e sui progetti di piccole dimensioni. Vengono trattati i componenti principali della gestione dei servizi e viene spiegato come l'albero degli argomenti costituisca un approccio strutturato per il raggruppamento e la gestione delle informazioni. Nella lezione è inclusa un'esercitazione pratica che illustra come il flusso dei processi di gestione dei servizi consente di gestire e risolvere casi e garantire ai clienti il livello di servizio più elevato possibile.

Informazioni generali sulla gestione dei servizi

Il modulo Servizi di Microsoft Dynamics CRM è costituito da questi componenti principali:

Casi

La gestione dei servizi riguarda la creazione, la gestione e la registrazione dei casi. I casi possono spaziare dalle richieste di manutenzione (ad esempio la riparazione di un'auto) e dai reclami (ad esempio a proposito di un albero caduto nel quartiere) da parte dei clienti ai mini progetti (richieste interne al reparto IT per l'aggiunta di un nuovo report a un'applicazione interna).

Knowledge Base

La Knowledge Base è l'archivio degli articoli contenenti informazioni per la risoluzione dei problemi, procedure consigliate, dettagli tecnici o documentazione di qualsiasi altro tipo accessibile agli utenti dell'azienda per affrontare e risolvere i problemi.

Code

Le code sono contenitori di elementi di lavoro, ad esempio casi o messaggi di posta elettronica in arrivo. Per impostazione predefinita, ogni utente di casi ha accesso a una coda **Assegnate** e a una coda **In corso** personali. È inoltre possibile definire altre code condivise per l'inoltro di casi in una posizione provvisoria da cui spostarli nella coda personale. Un esempio di coda utilizzata in numerosi gruppi di servizi è costituito dalla coda di riassegnazione. Se un caso non viene risolto entro un periodo determinato o se la sua gravità raggiunge un livello specificato è possibile assegnarlo alla coda di riassegnazione.

È inoltre possibile configurare code in base alle competenze o all'area. Ad esempio, è possibile assegnare tutti i casi relativi ad automobili alla coda Automobili e tutti i casi relativi agli autocarri alla coda Autocarri. I rappresentanti del servizio clienti (CSR) con competenze nel campo delle automobili eseguiranno il monitoraggio della coda Automobili e i CSR con competenze nel campo degli autocarri eseguiranno il monitoraggio della coda Autocarri.

All'interno della gestione dei servizi è inoltre possibile utilizzare questi elementi:

Prodotti

In un'organizzazione di commercio al dettaglio, nel catalogo prodotti sono elencati i prodotti venduti dall'organizzazione. Per le organizzazioni di fornitura di servizi l'utilizzo di un catalogo prodotti non è indispensabile.

Contratti

I contratti corrispondono alle condizioni di assistenza associate a un prodotto. Nelle organizzazioni di commercio al dettaglio i contratti vengono utilizzati spesso, mentre nelle organizzazioni di fornitura di servizi talvolta non vengono utilizzati. In una organizzazione di fornitura di servizi i contratti possono essere utilizzati, ad esempio, come strumento interno per la rappresentazione delle linee guida per la risoluzione dei problemi dei clienti.

Calendario servizi

Calendario servizi consente la pianificazione delle risorse (persone, strutture e così via) e degli intervalli di tempo per la risoluzione di casi.

Informazioni sugli alberi degli argomenti

L'*Albero degli argomenti* è fondamentale per la gestione dei servizi. I casi di gestione servizi sono sempre associati a un argomento. Analogamente, gli articoli della Knowledge Base sono associati a un argomento presente nell'albero. L'argomento, inoltre, può essere utilizzato per determinare la distribuzione o l'assegnazione dei casi tramite flusso di lavoro o altri processi. L'albero degli argomenti, infine, viene utilizzato nella creazione di report per classificare gli articoli della Knowledge Base e le informazioni sui casi per la visualizzazione.

L'albero degli argomenti è una gerarchia di argomenti o categorie che consente un approccio strutturato per il raggruppamento e la gestione delle informazioni. La gerarchia è univoca per l'azienda e contiene informazioni solo dopo la creazione dell'albero degli argomenti. Valutare attentamente, in collaborazione con l'organizzazione, gli obiettivi e i processi della gestione dei casi dell'organizzazione stessa, nonché le modalità correnti di distribuzione e gestione dei casi. In base alle informazioni ottenute progettare un albero degli argomenti in grado di soddisfare le esigenze dell'organizzazione.

Di seguito è riportato un esempio di albero degli argomenti per un'azienda che vende componenti automobilistici:

- Componenti
 - Motori

- Spinotti
- Filtri
- Cinture
- Tubi
- Ruote
 - Gomme
 - Freni
 - Cerchioni

- Tubi di scappamento
 - Emissioni
 - Marmitte

- Interni
 - Stereo
 - Impianti di allarme
 - Luci

Di seguito è riportato un esempio di albero degli argomenti di un'amministrazione locale per la registrazione di casi relativi ai parchi e all'utilizzo del suolo:

- Utilizzo del suolo
 - Permessi

- Adeguamento dei lotti
- Suddivisione di appezzamenti
- Revisione dell'utilizzo del suolo
 - Impatto ambientale

- Paludi
- Rilievi
- Linea costiera
 - Parchi

- Programmi
 - Lezioni di nuoto
 - Varie: programmi per bambini
 - Manutenzione

- Territorio
- Attrezzature

Per sfruttare tutte le funzionalità della gestione dei casi, collaborare con l'organizzazione perché nei processi sia incluso l'argomento appropriato per ogni caso. Per una distribuzione efficiente e un'analisi dei dati accurata è necessario che gli utenti selezionino l'argomento appropriato anziché accettare l'argomento predefinito.

Nell'esempio precedente relativo ai componenti automobilistici, ad esempio, l'applicazione di un argomento a tutti i casi consente di generare in seguito un report relativo a tutti i problemi dei clienti riguardanti le cinture. I rappresentanti del servizio clienti possono quindi trovare tutti gli articoli della Knowledge Base relativi alle marmitte.

Procedura: Creare un albero degli argomenti

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi su **Gestione aziendale**.
2. Nella pagina **Gestione aziendale** fare clic su **Argomenti**.
3. In **Attività comuni** selezionare **Aggiungi argomento**.
4. Nella finestra di dialogo **Aggiungi argomento** immettere le informazioni necessarie e annotare eventuali restrizioni o requisiti:
 - **Titolo:** immettere un nome per l'argomento. Questo campo è obbligatorio.
 - **Argomento principale:** se l'argomento è un argomento secondario, immettere il titolo dell'argomento principale e fare clic sull'icona del pulsante di **ricerca**. Lasciare vuota la casella **Argomento principale** se si desidera impostare il nuovo argomento come argomento principale.
 - **Descrizione:** immettere una descrizione per l'argomento.
5. Fare clic su **OK**.

*Nota: per creare rapidamente un nuovo argomento secondario di un argomento esistente, in **Albero argomenti** selezionare l'argomento principale e quindi in **Attività comuni** fare clic su **Aggiungi argomento**.*

Informazioni sul flusso del processo di gestione dei servizi

Nella maggior parte delle organizzazioni i rappresentanti del servizio clienti sono tenuti a registrare i contatti con i clienti, ad esempio la risoluzione dei casi e le richieste di informazioni, i reclami o i consigli dei clienti.

Microsoft Dynamics CRM consente di raggiungere un equilibrio tra l'esecuzione delle attività e la registrazione delle attività eseguite. Si tratta infatti di un prodotto di gestione delle relazioni con il cliente che non richiede l'inserimento di una grande quantità di dati.

Grazie alla struttura di registrazione delle richieste di informazioni da parte dei clienti, il modulo servizi di Microsoft Dynamics CRM consente ai rappresentanti del servizio clienti di:

- Semplificare il processo di risoluzione dei casi
- Migliorare le relazioni con i clienti
- Migliorare la registrazione dei contatti dei clienti e degli impegni

Per risolvere i casi il più rapidamente possibile, è possibile distribuirli automaticamente a una coda o a un rappresentante del servizio clienti in base alle caratteristiche del caso o del cliente.

Esercitazione pratica: Utilizzare il processo Gestione servizi

Scenario

Il rappresentante del servizio clienti crea il primo caso della giornata, relativo a un cliente che ha chiesto informazioni sul tipo di [articoli per la manutenzione dei prodotti] da utilizzare per un prodotto particolare.

Il rappresentante del servizio clienti crea il caso per il cliente e quindi tenta di risolverlo sfogliando gli articoli della Knowledge Base pubblicati e cercando la risposta all'interno di essi.

Il rappresentante del servizio clienti cerca il contratto del cliente, informa il cliente stesso dei suoi diritti, ovvero del servizio a cui ha diritto in base al contratto, e risolve il caso.

Al termine della giornata, il responsabile del servizio clienti esamina le attività svolte quel giorno.

Obiettivo

L'obiettivo di questa esercitazione pratica è:

- Creare un caso.
- Cercare un articolo correlato nella Knowledge Base.
- Utilizzare la ricerca avanzata per cercare casi risolti simili.
- Cercare contratti correlati.
- Risolvere il caso.
- Eseguire il report Tabella riepilogo casi.

Passaggio 1: Creare un caso

Per creare il caso, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Casi**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nella scheda **Generale** immettere le informazioni sul caso:
 - **Titolo:** [titolo caso]
 - **Cliente:** [nome account]
 - **Argomento:** [argomento]
 - **Origine caso:** [origine]

4. Nella scheda **Note e articolo**, in **Note**, fare clic su **Fare clic qui per immettere una nuova nota** e quindi immettere i dettagli relativi al caso.
 - **Note:** [descrizione]
5. Fare clic su **Salva**.

Passaggio 2: Sfogliare la Knowledge Base

Nelle organizzazioni per il servizio clienti il turnover può essere molto elevato. È pertanto molto utile acquisire le conoscenze degli addetti più esperti e conservarla all'interno dell'organizzazione. La Knowledge Base di Microsoft Dynamics CRM rappresenta uno strumento per la conservazione delle conoscenze.

Gli articoli della Knowledge Base consentono ai nuovi dipendenti di fornire in modo più rapido al personale del servizio clienti le informazioni relative ai problemi più rari, inusuali o complessi. Tali articoli contengono informazioni chiare e concise, approvate dal team di gestione per garantire correttezza e coerenza. È inoltre possibile inviare gli articoli della Knowledge Base ai clienti.

Per eseguire ricerche nella Knowledge Base, eseguire la procedura seguente:

1. Nel record **Caso** aperto selezionare la scheda **Note e articolo**.
2. In **Articolo Knowledge Base** fare clic sull'icona del pulsante di **ricerca per Articolo**.
3. Nell'elenco a discesa selezionare **Ricerca full-text**.
4. In **Cerca** immettere [testo].
5. In **Argomento** fare clic sull'icona del pulsante di **ricerca**. Selezionare [argomento] dall'albero degli argomenti e fare clic su **OK**.
6. In **Opzioni** selezionare **Testo esatto**.
7. Fare clic su **Cerca**. Verrà visualizzato l'elenco degli articoli che soddisfano i criteri specificati. Selezionare e aprire l'articolo [articolo].
8. Fare clic su **Chiudi**.

Passaggio 3: Utilizzare la ricerca avanzata per cercare casi risolti

I casi risolti rappresentano inoltre elementi di conoscenza per utilizzo futuro. Utilizzare la ricerca avanzata per cercare casi risolti nel database di Microsoft Dynamics CRM e risolvere in modo analogo casi simili.

Per cercare casi risolti eseguire la procedura seguente:

1. Fare clic su **Ricerca avanzata** sulla barra degli strumenti **Standard**.
2. In **Cerca** selezionare **Casi**.
3. Fare clic su **Mostra dettagli** e immettere i criteri seguenti:
 - Stato Uguale a Risolto
 - Titolo Contiene [testo di ricerca]
4. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Passaggio 4: Cercare contratti

I contratti consentono di garantire ai clienti il livello di servizio appropriato.

Per visualizzare contratti dal record di un caso eseguire la procedura seguente:

1. Se il record **Caso** desiderato non è aperto, nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Casi**. Selezionare e aprire [titolo caso] nell'elenco.
2. Nella scheda **Generale**, in **Contratto**, immettere [nome del contratto] e fare clic sull'icona del pulsante di **ricerca**.
3. I risultati della ricerca confermano che per [nome account] non è disponibile alcun record relativo a un contratto. Il cliente non ha quindi diritto ad alcun servizio per i prodotti acquistati. Il rappresentante del servizio clienti spiega a [nome account] di poter fornire informazioni su come [descrizione della soluzione] ma di non poter prenotare alcun servizio per il prodotto danneggiato, poiché per l'account non esiste alcun contratto di servizio.
4. Nella scheda **Note e articolo**, in **Note**, fare clic su **Fare clic qui per immettere una nuova nota**. Immettere [dettagli su stato/risoluzione del caso].
5. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Passaggio 5: Report per la gestione dei servizi

In Microsoft Dynamics CRM sono disponibili più strumenti di gestione dei report per garantire ai clienti i più alti livelli di servizio. I report sono:

Report Tabella riepilogo casi Utilizzare questo report per determinare il tipo di casi in fase di apertura e risoluzione. È possibile selezionare la modalità di raggruppamento dei dati nelle righe e nelle colonne del report.

Report Casi trascurati: Utilizzare questo report per identificare i casi non contattati di recente. Nel report viene visualizzato un grafico dei casi non associati ad alcuna modifica apportata a impegni, note o al caso stesso nel numero di giorni specificato oppure per i quali non sono stati pianificati impegni.

Report Articoli principali della Knowledge Base: Utilizzare questo report per identificare gli articoli della Knowledge Base di più frequente utilizzo. Il report visualizza un grafico suddiviso in gruppi in base all'argomento dell'articolo o del caso oppure in base al prodotto associato al caso.

Report Volume attività

servizio(../Users/richard.choi/Desktop/rpt_ss_ServiceActivityVolume.htm): Utilizzare questo report per verificare l'andamento delle attività di servizio. Il report visualizza la durata o il numero delle attività di servizio, raggruppate in base ai servizi, alle risorse, ai periodi e ad altri criteri.

Procedura: Eseguire un report

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Casi**.
2. Nell'elenco selezionare i casi per i quali si desidera eseguire report.
3. Selezionare l'icona **Report** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Fare clic su **Tabella riepilogo casi**. Nella finestra di dialogo **Seleziona record** selezionare **I record selezionati**.
5. Fare clic su **Esegui report**. Il report verrà visualizzato in **Visualizzatore report**.

Riepilogo

In questa lezione sono stati presentati i componenti principali per la gestione dei servizi di Microsoft Dynamics CRM. È stata trattata la funzionalità disponibile per la registrazione e la gestione delle interazioni con i clienti. È stato illustrato l'albero degli argomenti, la struttura che consente il raggruppamento e la gestione delle informazioni. È stato descritto in dettaglio il flusso dei processi di gestione dei servizi, ovvero: creazione di un caso, ricerca nella Knowledge Base per la risoluzione del caso, utilizzo dei contratti per garantire ai clienti il livello di servizio corretto ed esecuzione di report per rendere visibili le attività di servizio e le soluzioni fornite.

Verifica

Componente Contratti

1. Quale vantaggio garantisce il componente Contratti di Microsoft Dynamics CRM agli utenti? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Rappresentanti designati per la fornitura del servizio
 - Registrazione efficiente dei contratti di assistenza dei clienti
 - I rappresentanti del servizio clienti hanno la possibilità di accedere rapidamente ai dettagli dei contratti di assistenza.
 - Collegamenti ai casi del servizio clienti, che consente di dedurre automaticamente il caso dal contratto.

Knowledge Base

2. All'interno di Microsoft Dynamics CRM, dove si trova la Knowledge Base?
 - Nella Home page
 - Nell'Area di lavoro
 - Nel modulo Servizi
 - Nel modulo vendite

Elementi principali

3. Quali di queste entità costituiscono gli elementi principali della gestione dei servizi?
 - Code
 - Knowledge Base
 - Pianificazione dei servizi
 - Casi

Albero argomenti

4. Che cos'è l'albero degli argomenti?
 - Un elenco di argomenti che il cliente potrebbe chiedere di discutere
 - Un elenco gerarchico di argomenti di interesse aziendale
 - Un elenco gerarchico di categorie a cui è possibile assegnare gli utenti
 - Un elenco di argomenti che il rappresentante del servizio clienti deve discutere con il cliente

Impostazioni

5. In quale area del modulo Impostazione è possibile creare un albero degli argomenti?
- Amministrazione
 - Gestione aziendale
 - Catalogo prodotti
 - Gestione dati

Argomenti

6. A quali degli elementi seguenti sono associati gli argomenti? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Prodotti
 - Casi
 - Account
 - Knowledge Base

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Componente Contratti

1. Quale vantaggio garantisce il componente Contratti di Microsoft Dynamics CRM agli utenti? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Rappresentanti designati per la fornitura del servizio
 - Registrazione efficiente dei contratti di assistenza dei clienti
 - I rappresentanti del servizio clienti hanno la possibilità di accedere rapidamente ai dettagli dei contratti di assistenza.
 - Collegamenti ai casi del servizio clienti, che consente di dedurre automaticamente il caso dal contratto.

Knowledge Base

2. All'interno di Microsoft Dynamics CRM, dove si trova la Knowledge Base?
 - Nella Home page
 - Nell'Area di lavoro
 - Nel modulo Servizi
 - Nel modulo vendite

Elementi principali

3. Quali di queste entità costituiscono gli elementi principali della gestione dei servizi?
 - Code
 - Knowledge Base
 - Pianificazione dei servizi
 - Casi

Albero argomenti

4. Che cos'è l'albero degli argomenti?
 - Un elenco di argomenti che il cliente potrebbe chiedere di discutere
 - Un elenco gerarchico di argomenti di interesse aziendale
 - Un elenco gerarchico di categorie a cui è possibile assegnare gli utenti
 - Un elenco di argomenti che il rappresentante del servizio clienti deve discutere con il cliente

Impostazioni

5. In quale area del modulo Impostazione è possibile creare un albero degli argomenti?
- Amministrazione
 - Gestione aziendale
 - Catalogo prodotti
 - Gestione dati

Argomenti

6. A quali degli elementi seguenti sono associati gli argomenti? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Prodotti
 - Casi
 - Account
 - Knowledge Base

CAPITOLO 16: GESTIRE I CONTRATTI

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Acquisire i concetti fondamentali della gestione dei contratti e del relativo ciclo di vita in Microsoft Dynamics CRM.
- Utilizzare modelli di contratto.
- Creare i contratti e le relative voci.
- Modificare i contratti e le relative voci.
- Rinnovare i contratti.
- Comprendere i concetti alla base della proprietà dei contratti e le correlazioni tra casi e contratti.

Introduzione

In questa lezione vengono descritti i concetti fondamentali e il ciclo di vita dei contratti in Microsoft Dynamics CRM. Viene spiegato come creare modelli di contratto su cui basare i contratti, nonché come creare un contratto e aggiungere le voci necessarie per includere informazioni dettagliate sul tipo di supporto o i servizi specifici garantiti dal contratto. Nella lezione viene inoltre illustrato come modificare contratti o voci di contratto e come eliminare, annullare, rinnovare o bloccare i contratti. Viene infine illustrata la relazione che intercorre tra casi e contratti.

Informazioni sui contratti

I contratti sono accordi per la fornitura di servizi di supporto durante il periodo di copertura specificato, per un determinato numero di casi o per un intervallo di tempo specifico. Quando i clienti contattano il servizio clienti ricevono un livello di supporto che dipende dal contratto. I clienti possono avere diritto a un livello di servizio specificato, detto anche assistenza in garanzia. Il servizio può ad esempio offrire supporto tramite telefono, posta elettronica o Internet.

Il contratto definisce la natura della relazione di servizio con il cliente, specificando ad esempio la quantità e il livello del servizio a cui il cliente ha diritto, la modalità con cui viene fornito e il prezzo del servizio.

È possibile creare contratti per clienti nuovi ed esistenti, nonché specificare il tipo di servizio e le condizioni applicate a ogni cliente. È possibile creare casi di servizio basati sul contratto e utilizzare Microsoft Dynamics CRM per verificare se i clienti hanno diritto a ricevere il servizio, registrare le unità di servizio utilizzate e così via.

Elementi di un contratto

Il sistema di gestione dei contratti di Microsoft Dynamics CRM è basato sugli elementi seguenti:

- **Modelli di contratto:** i contratti vengono sempre creati a partire da un modello. L'organizzazione crea i modelli di contratto necessari a coprire i diversi tipi di contratti stilati dai rappresentanti.
- **Contratti:** il contratto costituisce l'accordo vero e proprio, che definisce i dettagli del supporto fornito al cliente, indicando aspetti quali il prezzo del contratto di servizio e il periodo di copertura.
- **Voci di contratto:** un contratto è costituito da una o più voci che specificano i dettagli relativi al tipo di copertura fornito per un particolare articolo o prodotto.

Modelli

I modelli di contratto vengono in genere creati dall'amministratore di sistema, tramite l'area Impostazioni. È possibile creare modelli diversi per tipi diversi di supporto clienti e definire gli elementi del contratto. È ad esempio possibile creare un modello di contratto per il supporto software e un altro per il supporto hardware.

I modelli garantiscono che il servizio verrà fornito in modo coerente. Specificano i campi visualizzati sul modulo del contratto, un nome e un ID che indicano il tipo di contratto da creare, i giorni della settimana e gli orari coperti dal servizio, nonché l'*unità di servizio*.

L'unità di servizio specifica la modalità con cui il servizio viene allocato al cliente ed è costituita da un'unità di misura, ad esempio Numero di Casi, che indica il numero dei casi a cui il cliente ha diritto. L'unità Tempo indica che il cliente ha diritto a ricevere il servizio per una determinata quantità di tempo. Per creare un contratto è necessario scegliere un modello. Poiché l'unità di servizio è specificata nel modello, non è possibile modificare l'unità di servizio nei contratti creati a partire da un modello.

Contratti

Il contratto costituisce l'accordo vero e proprio. Specifica un livello di servizio, il prezzo da addebitare al cliente e le date di inizio e di fine del periodo di copertura. Il livello di servizio indica il tipo di servizio. I livelli predefiniti sono massimo, medio e minimo. Le caratteristiche di ogni livello di servizio vengono decise dall'organizzazione. I vari livelli differiscono in genere per i tempi di risposta e la modalità di accesso agli specialisti.

Il modulo del contratto non include informazioni dettagliate sul servizio fornito, ma contiene informazioni di riepilogo per il contratto. I dettagli sono definiti nelle voci di contratto.

Voci di contratto

Le voci di contratto sono i singoli diritti che formano il contratto. Una voce di contratto può fornire informazioni dettagliate sul servizio fornito per un determinato prodotto o luogo. La voce di contratto indica la quantità specifica di servizio (per l'unità di servizio impostata) a cui il cliente ha diritto. È ad esempio possibile immettere una voce di contratto per l'articolo [prodotto], che garantisce al cliente un massimo di tre casi di servizio.

La voce di contratto indica inoltre le date in cui viene fornito il servizio per un determinato elemento e il prezzo dell'elemento di servizio. Poiché il prezzo viene definito in una voce di contratto, è possibile emettere fattura per un contratto solo se quest'ultimo contiene almeno una voce di contratto.

Livelli di servizio e diritti

In Microsoft Dynamics CRM è possibile impostare un livello di servizio generale per l'intero contratto. Il livello di servizio può indicare aspetti quali i tempi di risposta o il tipo di accesso ai vari livelli di rappresentanti del servizio garantito ai clienti. I diritti vengono specificati per le singole voci di contratto e indicano la quantità effettiva di servizio fornita.

Ciclo di vita di un contratto

Il ciclo di vita dei contratti inizia dai modelli. L'organizzazione crea un insieme di modelli di contratto, aggiungendone di nuovi a seconda delle esigenze. Il ciclo di vita di un singolo contratto è il seguente:

1. **Creazione di un nuovo contratto e selezione del modello su cui deve essere basato.**
2. **Inserimento delle informazioni di base per il contratto**, incluse le date di inizio e di fine del periodo di copertura e il livello di servizio fornito. A ogni nuovo contratto viene assegnato un ID univoco che non può essere utilizzato per un altro contratto.
3. **Aggiunta delle voci di contratto.** Le voci di contratto contengono informazioni dettagliate sui servizi forniti, inclusi i prezzi dei singoli servizi, specificano le quantità di servizio fornite per un determinato elemento e le date del servizio.
4. **Fatturazione del contratto.** Dopo aver creato il contratto e le voci di contratto, è possibile fatturare al cliente il costo del contratto di servizio. Un contratto ha stato di *bozza* finché non viene fatturato.
5. **Attesa della data di inizio del contratto.** Se il contratto è stato fatturato, alla data di inizio prevista il contratto passa allo stato *attivo*. Il contratto è pertanto valido e il cliente ha diritto a ricevere il servizio.
6. **I rappresentanti del servizio clienti (CSR) possono fare riferimento al contratto.** Quando il contratto è attivo i rappresentanti del servizio clienti (CSR) possono utilizzare Microsoft Dynamics CRM per accedere al contratto e alle sue voci, per verificare a quali servizi hanno diritto i clienti che chiamano. Per impostazione predefinita, il ruolo CSR concede a tutti i rappresentanti del servizio clienti i privilegi necessari per recuperare i contratti e visualizzarne i dettagli.
7. **Creazione di casi che fanno riferimento al contratto.** I rappresentanti del servizio possono creare casi che fanno riferimento alle voci del contratto. Questo consente all'organizzazione di tenere traccia dell'utilizzo delle unità di servizio e dei casi generati da un cliente in relazione al contratto sottoscritto.
8. **I contratti possono essere modificati, annullati o bloccati.** I contratti modificati rimangono associati agli account originali. È possibile bloccare un contratto ad esempio quando il cliente non paga l'importo dovuto. I contratti bloccati possono essere riattivati. I contratti possono anche essere annullati. I contratti annullati non possono essere riattivati. È possibile annullare anche singole voci di contratto.
9. **Scadenza o rinnovo del contratto.** Alla data di fine il contratto scade e non è più possibile creare casi che vi fanno riferimento. Per aprire un nuovo caso relativo al contratto, è possibile rinnovare il contratto.

Quando si rinnova un contratto viene creata una copia del contratto in forma di bozza, con lo stesso ID del contratto originale scaduto. La bozza di contratto può essere quindi modificata, ad esempio aggiungendo o modificando voci di contratto.

Sia i contratti che le voci di contratto hanno uno stato, che cambia a seconda della fase del ciclo di vita del contratto. A seconda della fase corrente del ciclo di vita, il contratto può avere uno degli stati seguenti:

· Nuovo	· Scaduto
· Bozza	· Bloccato
· Attivo	· Fatturato
· Annullato	

Una voce di contratto può avere uno degli stati seguenti:

· Nuova	· Annullata
· Esistente	· Rinnovata
· Scaduta	

Scenario

Il contatto [Contatto] dell'azienda [Account] ha acquistato il servizio [Servizio prodotto] dalla società [Organizzazione dell'utente]. Il rappresentante di vendita deve creare il contratto per il nuovo cliente.

Il rappresentante di vendita crea un nuovo contratto basato su [modello]. Il cliente ha richiesto il livello di servizio massimo, che garantisce la risoluzione dei problemi entro 48 ore. Il rappresentante di vendita seleziona il livello di servizio Massimo per il contratto. La garanzia copre tre casi per [prodotto1] e quattro per [prodotto2]. Il rappresentante di vendita crea una voce di contratto per ognuno di questi prodotti, specificando il numero di casi consentito, e immette il prezzo della copertura per ogni prodotto.

Il rappresentante di vendita fattura il contratto al cliente. Il contratto è impostato per essere valido dal giorno successivo. Poiché è già stato fatturato, sarà attivo dal giorno specificato.

Alcune settimane più tardi [Contatto] osserva che [prodotto1] non funziona come previsto e chiama il supporto tecnico di [Organizzazione dell'utente] per segnalare il problema.

Il rappresentante del servizio che riceve la chiamata visualizza il contratto del cliente e determina che il cliente ha diritto al livello di servizio Massimo. Esamina quindi le voci di contratto e apre un caso per la voce [prodotto1]. Il tempo che il rappresentante del servizio clienti dedica al caso viene sottratto dalle unità di servizio garantite dalla voce di contratto.

Creare e gestire modelli di contratto

Un modello di contratto è un framework per la creazione di nuovi contratti. L'utilizzo dei modelli consente di garantire l'uniformità dei contratti all'interno dell'organizzazione. Quando un cliente contatta il servizio clienti, l'utilizzo dei modelli garantisce un livello di servizio coerente e basato sulle politiche aziendali.

Il modello definisce gli elementi del contratto. È possibile creare modelli diversi per tipi di supporto diversi. È ad esempio possibile creare un modello di contratto per il supporto software e un altro per il supporto hardware.

I principali elementi definiti nel modello sono i seguenti:

- **Nome e ID:** il nome e l'ID del modello aiutano gli utenti a stabilire se il modello è adatto al tipo di contratto da creare.
- **Unità di servizio:** questo valore indica la modalità con cui viene quantificato il supporto fornito, ad esempio come numero di casi o come quantità di tempo.
- **Orari disponibili:** indica i giorni della settimana e gli orari in cui il supporto è disponibile ai clienti.

Nota: quando si crea un nuovo modello, nei campi **Frequenza fatturazione** e **Livello di servizio contratto** vengono automaticamente visualizzati i valori predefiniti specificati per l'entità Contratto. Non è possibile modificare tali valori nel modello.

Procedura: Creare un modello di contratto

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Modelli**.
2. Nella pagina Modelli fare clic su **Modelli di contratto**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Immettere le informazioni necessarie nei campi seguenti. Alcuni campi sono obbligatori.
 - **Nome:** immettere il nome che verrà visualizzato nell'elenco dei modelli di contratto disponibili.
 - **Abbreviazione:** immettere un'abbreviazione del nome del modello di contratto. Anche l'abbreviazione verrà visualizzata nell'elenco dei modelli di contratto disponibili.
 - **Frequenza fatturazione:** il valore predefinito è impostato dal contratto e non può essere modificato nel modello.
 - **Unità di servizio:** selezionare una delle tre opzioni disponibili. L'unità di servizio impostata nel modello non può essere modificata nelle voci dei contratti creati con tale modello.
 - **Numero di Casi:** selezionare questa opzione se per il cliente il servizio viene fornito e registrato in base al numero dei casi.
 - **Tempo:** selezionare questa opzione se il servizio viene fornito in base al numero di minuti totale.
 - **Date di copertura:** selezionare questa opzione se il servizio viene fornito in base alle date di copertura.
 - **Livello di servizio contratto:** il valore predefinito è impostato dal contratto e non può essere modificato nel modello.
 - **Sconto in percentuale:** selezionare **No**, a meno che al servizio non sia applicato uno sconto.
 - **Descrizione:** immettere una descrizione del modello o eventuali note sulla modalità di utilizzo.
 - **Calendario:** se il supporto clienti è disponibile solo in determinati giorni e a determinati orari, fare clic su **Calendario** per registrare i giorni della settimana e gli orari desiderati. I punti verdi indicano gli orari in cui il supporto è disponibile. Microsoft Dynamics CRM non impone le impostazioni del calendario. Se il supporto è disponibile 24 ore al giorno per 7 giorni la settimana, selezionare **Supporto 24 ore su 24 tutti i giorni**. Questo campo è obbligatorio.
5. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Nota: i modelli di contratto vengono creati come file di sola lettura e non possono essere modificati.

Procedura: Eliminare un modello di contratto

L'eliminazione di un modello di contratto non ha alcun effetto sui contratti creati a partire da tale modello. Per eliminare un modello di contratto, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Modelli**.
2. Fare clic su Modelli di contratto.
3. Nell'elenco selezionare il modello di contratto che si desidera eliminare.
4. Fare clic sull'icona **X** sulla barra degli strumenti **Azioni** per eliminare il modello selezionato.
5. Nella finestra di dialogo di conferma scegliere **OK**.

Esercitazione pratica: Creare un modello di contratto

In questa esercitazione pratica viene illustrato come creare modelli di contratto in Microsoft Dynamics CRM.

Scenario

La società [Organizzazione dell'utente] ha iniziato a utilizzare Microsoft Dynamics CRM di recente e al direttore del servizio è stato richiesto di creare alcuni modelli di contratto nel sistema. I modelli di contratto definiscono i contratti di servizio che l'organizzazione propone ai suoi clienti. Il modello seguente riguarda una garanzia per un periodo di copertura di un anno. I clienti che sottoscrivono contratti basati su tale modello avranno diritto a ricevere supporto 24 ore al giorno, sette giorni la settimana.

Descrizione degli obiettivi

In questa esercitazione verrà creato un modello di contratto.

Procedura

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi scegliere **Modelli**.
2. Fare clic su Modelli di contratto.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.

4. Nel modulo **Modello di contratto** immettere le informazioni seguenti:

Nome	[Nome servizio]
Abbreviazione	[Abbreviazione nome servizio]
Frequenza fatturazione	Valore predefinito
Unità di servizio	Numero di Casi
Livello di servizio contratto	Valore predefinito
Descrizione	[Descrizione servizio]
Calendario	Selezionare Supporto 24 ore su 24 tutti i giorni

5. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Creare un contratto e voci di contratto

È possibile creare contratti solo per account e clienti esistenti. I contratti possono essere creati da modelli o copiando un contratto esistente e modificandolo in modo appropriato.

A ogni contratto creato viene assegnato un ID univoco, ad esempio CNR-1000-WKRP4Z. Tale ID non può essere riutilizzato per altri contratti, ma solo per il rinnovo del contratto originale.

***Nota:** il prefisso utilizzato per l'ID del contratto e la lunghezza della sequenza di caratteri casuali nella parte finale dell'ID possono essere personalizzati dall'amministratore di sistema tramite le impostazioni di numerazione automatica.*

È possibile aggiungere note e allegati ai contratti e attivare elementi del flusso di lavoro dallo stato, dalla data di inizio o dalla data di fine del contratto. È possibile allegare file e note anche alle singole voci di contratto, come verrà illustrato più avanti in questa lezione.

Procedura: Creare un contratto basato su un contratto esistente

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Contratti**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire il contratto che si desidera copiare.
3. Sulla barra degli strumenti del modulo fare clic su **Azioni** e quindi scegliere **Copia contratto**.
4. Nella finestra di dialogo **Crea da contratto esistente** deselezionare la casella di controllo **Includi voci di contratto annullate**, a meno che non si desideri mantenere le voci di contratto annullate, e quindi scegliere **OK**.
5. Il contratto copiato verrà aperto. Se non sono state incluse, le voci di contratto annullate non verranno visualizzate nel nuovo contratto. Rimarranno comunque nel database con il contratto originale.
6. Immettere i dettagli delle informazioni per il nuovo contratto. Alcuni campi sono obbligatori.
 - **Nome contratto:** immettere il nome specifico del nuovo contratto.
 - **Cliente:** specificare il cliente a cui si riferisce il contratto, indicando ad esempio un account o un contatto specifico. Per cercare un cliente è possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.
 - **Data di inizio contratto:** immettere la data di inizio del servizio. Questa data consente di stabilire quando il contratto diventa attivo.
 - **Data di fine contratto:** immettere la data di fine del servizio. Il contratto scade automaticamente il giorno specificato.
 - **Cliente fatturazione:** specificare l'account o il contatto per la fatturazione dei servizi del contratto. Per cercare un cliente è possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.
 - **Indirizzo di fatturazione:** immettere l'indirizzo di fatturazione. Per cercare un record di indirizzo è possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.
 - **Frequenza fatturazione:** selezionare il periodo di tempo ricorrente durante il quale il servizio previsto dal contratto verrà fatturato al cliente.
 - **Valuta:** selezionare la valuta applicabile al contratto.
7. Fare clic sulla scheda **Dettagli**.
8. In **Livello di servizio** selezionare il livello di servizio per il contratto. Se necessario è possibile modificare anche il proprietario del contratto.
9. Passare alla scheda **Note** e quindi fare clic su **Fare clic qui per immettere una nuova nota**. Nella casella di testo immettere informazioni dettagliate sul contratto.
10. Scegliere **Salva e chiudi**.

***Procedura consigliata:** è consigliabile definire una convenzione di denominazione coerente per i contratti e le voci di contratto all'interno dell'organizzazione. Ciò consentirà di gestire in modo più efficiente i contratti e le voci di contratto associate ai casi. Poiché l'utente conosce la voce per cui accreditare il caso, infatti, le unità di servizio per tale voce di contratto saranno sempre aggiornate.*

***Nota:** i valori di Cliente e Cliente fatturazione indicati nel contratto non devono essere necessariamente uguali. Per i contratti di assistenza è possibile che il contratto sia di proprietà di un distributore, di un gestore o di un'altra società, mentre il supporto viene fornito direttamente al cliente. In questo caso è necessario registrare i valori Cliente e Cliente fatturazione specificati nel contratto.*

Procedura: Creare un contratto basato su un modello di contratto

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Contratti**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nella finestra di dialogo **Modello di contratto** selezionare il modello su cui si desidera basare il contratto e scegliere **OK**.
4. Immettere le informazioni necessarie nei campi seguenti. Alcuni campi sono obbligatori.
 - **Nome contratto:** immettere il nome del contratto.
 - **Cliente:** specificare il cliente a cui si riferisce il contratto, indicando ad esempio un account o un contatto specifico. Per cercare un cliente è possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.
 - **Data di inizio contratto:** immettere la data di inizio del servizio. Questa data consente di stabilire quando il contratto diventa attivo.
 - **Data di fine contratto:** immettere la data di fine del servizio. Il contratto scade automaticamente il giorno specificato.
 - **Cliente fatturazione:** specificare l'account o il contatto per la fatturazione dei servizi del contratto. Per cercare un cliente è possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.
 - **Indirizzo di fatturazione:** immettere l'indirizzo di fatturazione. Per cercare un record di indirizzo è possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.
 - **Frequenza fatturazione:** selezionare il periodo di tempo ricorrente durante il quale il servizio previsto dal contratto verrà fatturato al cliente.
 - **Valuta:** selezionare la valuta applicabile al contratto.

5. Fare clic sulla scheda **Dettagli**.
6. In **Livello di servizio** selezionare il livello di servizio per il contratto. Se necessario è possibile modificare anche il proprietario del contratto.
7. Passare alla scheda **Note** e quindi fare clic su **Fare clic qui per immettere una nuova nota**. Nella casella di testo immettere informazioni dettagliate sul contratto.
8. Scegliere **Salva e chiudi**.

Voci di contratto

L'aggiunta di voci di contratto a un contratto costituisce il secondo passaggio del processo di creazione del contratto. Le voci di contratto definiscono i dettagli del contratto. Per ogni contratto è possibile definire più voci di contratto, ad esempio una per i componenti e una per la manutenzione, ma per attivare il contratto è necessario che quest'ultimo includa almeno una voce.

Le voci di contratto, o voci del contratto di servizio, forniscono informazioni dettagliate sul supporto garantito dal contratto, incluse le seguenti:

- **Date di copertura specifiche:** tali date devono cadere entro le date di inizio e di fine del contratto.
- **Prodotto coperto:** non è necessario specificare un prodotto. Se si utilizza un prodotto, è possibile specificare un solo prodotto per voce di contratto.
- **Informazioni dettagliate sull'unità di servizio:** indicano il numero di casi o di minuti di supporto garantiti dalla voce di contratto, ad esempio 100 minuti o 15 casi.

Procedura: Aggiungere una voce di contratto

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Contratti**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire il contratto a cui si desidera aggiungere una voce.
3. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Voci di contratto**.
4. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Nuovo elemento Voce di contratto**.

5. Nella scheda **Generale** immettere nel campo **Titolo** un titolo descrittivo per identificare la voce di contratto. Immettere le informazioni necessarie, ad esempio:
 - **Prodotto:** specificare il prodotto a cui si riferisce la voce di contratto. Per cercare un prodotto è possibile utilizzare l'icona del pulsante di ricerca.
 - **Unità:** se si specifica un prodotto, immettere l'unità utilizzata per il prodotto. Per cercare un'unità è possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.
 - **Luogo:** se la voce di contratto è applicabile solo a una sede specifica del cliente, immettere il nome del luogo. Per cercare un luogo è possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.
 - **Data di inizio:** immettere la data di inizio del servizio per la voce di contratto. La data di inizio deve cadere entro le date specificate nel contratto.
 - **Data di fine:** immettere la data di fine del servizio per la voce di contratto. La data di fine deve cadere entro le date specificate nel contratto.
 - **Totale casi/minuti:** specificare le unità di servizio garantite dalla voce di contratto, ad esempio il numero totale di minuti consentito per la voce.
 - **Totale prezzo:** immettere il prezzo totale per la voce di contratto.
6. Scegliere **Salva e chiudi**.

Esercitazione pratica: Creare un contratto e aggiungere voci di contratto

In questa esercitazione pratica viene illustrato come creare un contratto basato su un contratto di servizio esistente in Microsoft Dynamics CRM.

Scenario

Il rappresentante del servizio ha ricevuto una telefonata da un cliente di [account1], interessato a sottoscrivere un contratto di un anno per un servizio a lungo termine.

Il rappresentante del servizio ricorda di aver creato un contratto analogo per [account2], quindi decide di copiare tale contratto e immettere le nuove informazioni per [account1].

Descrizione degli obiettivi

Gli obiettivi di questa esercitazione pratica sono i seguenti:

- Copiare il contratto esistente.
- Aggiungere voci di contratto.
- Fatturare il contratto al cliente.

Procedura

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Contratti**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire il contratto [(Account) (nome del contratto) (ID del contratto)].
3. Sulla barra degli strumenti del modulo fare clic su **Azioni** e quindi scegliere **Copia contratto**.
4. Nella finestra di dialogo **Crea da contratto esistente** deselezionare la casella di controllo **Includi voci di contratto annullate** e quindi scegliere **OK**.
5. Nel modulo **Contratto** modificare i dettagli come segue:

Nome contratto	Immettere [Nome del contratto]
Cliente	Immettere [Account]
Data di inizio contratto	Immettere la data corrente
Data di fine contratto	Immettere la data corrispondente a un anno dalla data corrente
Cliente fatturazione	Immettere [Organizzazione dell'utente]
Data di inizio fatturazione	Immettere la data corrente
Data di fine fatturazione	Immettere la data corrispondente a un anno dalla data corrente

6. Fare clic su **Salva**.
7. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Voci di contratto**.
8. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Nuovo elemento Voce di contratto**.

9. Nel modulo **Voce di contratto** immettere le informazioni seguenti:

Titolo	Immettere [Titolo del servizio]
Data di inizio contratto	Lasciare la data corrente
Data di fine contratto	Lasciare la data corrispondente a un anno dalla data corrente
Totale casi/minuti	1000
Totale prezzo	500

10. Scegliere **Salva e chiudi**.
11. Sulla barra degli strumenti del modulo **Contratto** fare clic su **Azioni** e quindi scegliere **Fattura contratto**.
12. Fare clic su **Chiudi** per chiudere il modulo **Contratto**. Si noti che nell'elenco **Contratti** per il contratto appena creato è specificato lo stato **Attivo**.

Nota: è possibile fatturare solo i contratti che includono almeno una voce di contratto.

Modificare contratti e voci di contratto

È possibile modificare o eliminare un contratto o una voce di contratto quando il contratto è ancora in stato di bozza, ovvero prima che venga fatturato o prima della data di inizio del contratto. Non è possibile eliminare un contratto attivo o già fatturato, né eliminarne le voci. È tuttavia possibile annullare un contratto attivo. È inoltre possibile cambiare lo stato di un contratto, bloccandolo, annullandolo oppure riattivandolo dopo che era stato bloccato.

Nota: poiché un contratto è un documento registrato, i contratti fatturati non possono essere modificati o eliminati, né essere collegati ai casi.

Un contratto è attivo e i rappresentanti del servizio clienti (CSR) possono aprire casi per tale contratto fino alla data di fine del contratto, a meno che quest'ultimo non venga bloccato o annullato. Per sospendere o disattivare un contratto per un periodo di tempo indefinito, è possibile impostare lo stato **Bloccato** per il contratto. Se il periodo indicato sul contratto termina mentre il contratto è bloccato, quando lo si riattiva viene impostato lo stato **Scaduto**.

Quando si annulla un contratto è possibile specificarne la data di annullamento, che può anche essere anteriore alla data corrente. Non è possibile riaprire o rinnovare un contratto annullato.

Procedura: Bloccare un contratto

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Contratti**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire un contratto di servizio con stato **Attivo**.
3. Sulla barra degli strumenti del modulo fare clic su **Azioni** e quindi scegliere **Blocca contratto**.
4. Fare clic su **Chiudi** per chiudere il modulo **Contratto**. Lo stato del contratto è ora **Bloccato**.

Procedura: Modificare o eliminare una voce di contratto

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Contratti**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire un contratto di servizio con stato **Bozza**.
3. Nel riquadro di spostamento del modulo, in **Dettagli**, fare clic su **Voci di contratto**.
4. Nell'elenco selezionare e aprire la voce di contratto da modificare o eliminare.
 - Per modificare la voce di contratto, modificare come necessario le informazioni contenute nel modulo **Voce di contratto**. Scegliere **Salva e chiudi**.
 - Per eliminare la voce di contratto, sulla barra degli strumenti del modulo fare clic su **Azioni** e quindi scegliere **Elimina record Voce di contratto**. Scegliere **OK** per confermare l'eliminazione.
5. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il modulo **Contratto**.

Procedura: Annullare un contratto attivo

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Contratti**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire un contratto con stato **Attivo**.
3. Sulla barra degli strumenti del modulo fare clic su **Azioni** e quindi scegliere **Annulla contratto**.
4. Nella finestra di dialogo **Annulla contratto** selezionare la data a partire dalla quale il contratto risulta annullato e quindi scegliere **OK**.
5. Fare clic su **Chiudi** per chiudere il modulo **Contratto**.
6. Per visualizzare tutti i contratti annullati, in **Visualizza** selezionare **Contratti annullati**. I contratti annullati verranno visualizzati nell'elenco. Per visualizzare di nuovo tutti i contratti, in **Visualizza** selezionare **Contratti personali**.

Procedura: Eliminare una bozza di contratto

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Contratti**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire un contratto con stato **Bozza**.
3. Sulla barra degli strumenti del modulo fare clic su **Azioni** e quindi fare clic su **Elimina record Contratto**.
4. Nella finestra di dialogo **Conferma eliminazione** scegliere **OK**.

Nota: dopo l'annullamento il contratto non può più essere eliminato.

Rinnovo di contratti

Un contratto scade al raggiungimento della sua data di fine. È possibile rinnovare il contratto per riattivarlo e consentire la registrazione di casi che vi fanno riferimento. Quando si rinnova un contratto viene creata una copia del contratto in forma di bozza, con lo stesso ID del contratto originale scaduto. La bozza di contratto può essere modificata, ad esempio aggiungendo o modificando voci di contratto, nonché includendo le voci di contratto che erano state annullate nel contratto originale. È quindi possibile fatturare e attivare il contratto rinnovato, in modo da consentire la registrazione di nuovi casi che vi fanno riferimento.

Un contratto rinnovato ha lo stesso numero di identificazione del contratto originale e l'azione di rinnovo viene inclusa nella cronologia del contratto. La data di inizio viene automaticamente impostata sul giorno successivo alla scadenza del contratto esistente e la durata coincide con quella del contratto originale, ma è possibile modificare manualmente sia la durata che la data di inizio.

Procedura: Rinnovare un contratto scaduto

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Contratti**.
2. Selezionare e aprire un contratto con stato **Scaduto**.
3. Sulla barra degli strumenti del modulo fare clic su **Azioni** e quindi scegliere **Rinnova contratto**.
4. Nella finestra di dialogo **Rinnova contratto** deselezionare la casella di controllo **Includi voci di contratto annullate**, a meno che non si desideri mantenere le voci di contratto annullate, e quindi scegliere **OK**.

5. Verrà aperto il contratto rinnovato. Tale contratto include le stesse informazioni del contratto originale, ad eccezione dei valori di **Data di inizio contratto**, **Data di fine contratto**, **Data di inizio fatturazione** e **Data di fine fatturazione**. Le date di inizio vengono automaticamente impostate sul giorno successivo alla scadenza del contratto originale. Le date di fine vengono automaticamente impostate in modo che la durata del contratto rinnovato sia uguale a quella del contratto originale, calcolata come numero di giorni di calendario. Ad esempio:
 - Se si rinnova un contratto di un anno valido dall'1/01/07 al 30/12/07, il contratto rinnovato sarà valido dal 31/12/07 al 30/12/08.
 - Se si rinnova un contratto di un mese valido dall'1/10/07 al 31/10/07, il contratto rinnovato sarà valido dall'1/11/07 al 2/12/07.

Se lo si desidera, è possibile modificare manualmente le date del contratto.

6. Modificare il titolo del contratto rinnovato in modo da distinguerlo dall'originale. Poiché un contratto è un documento registrato, ogni volta che si rinnova un contratto esistente viene creata una nuova copia del contratto.
7. Apportare le modifiche necessarie ai campi del modulo **Contratto** e quindi scegliere **Salva e chiudi** per chiudere il record del contratto rinnovato.
8. Fare clic su **Chiudi** per chiudere il contratto originale.
9. Il contratto rinnovato verrà visualizzato nell'elenco **Contratti** con lo stato **Bozza**.

Nota: è possibile rinnovare un contratto attivo utilizzando la stessa procedura eseguita per rinnovare un contratto scaduto.

Esercitazione pratica: Rinnovare un contratto scaduto

In questa esercitazione pratica viene illustrato come rinnovare un contratto scaduto in Microsoft Dynamics CRM.

Scenario

Il cliente [Account] ha sottoscritto un contratto di prova di [durata] mesi per i componenti dell'articolo [prodotto], di cui è un rivenditore, e tale contratto è scaduto. Un rappresentante di [Account] telefona per richiedere di rinnovare il contratto per altri [durata] mesi.

Descrizione degli obiettivi

In questa esercitazione verrà rinnovato un contratto.

Procedura

Per rinnovare lo stato di un contratto in Microsoft Dynamics CRM, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Contratti**.
2. In **Visualizza** selezionare Contratti scaduti.
3. Nell'elenco dei contratti aprire il contratto [contratto originale] scaduto.
4. Sulla barra degli strumenti del modulo fare clic su **Azioni** e quindi scegliere **Rinnova contratto**.
5. Nella finestra di dialogo **Rinnova contratto** verificare che la casella di controllo **Includi voci di contratto annullate** sia selezionata e quindi scegliere **OK**.
6. Nel campo **Titolo** sostituire il nome del contratto originale con **[contratto rinnovato]**, per distinguerlo dal precedente, e quindi scegliere **Salva**.
7. Sulla barra degli strumenti del modulo fare clic su **Azioni** e quindi scegliere **Fattura contratto**.
8. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il record del contratto rinnovato.
9. Fare clic su **Chiudi** per chiudere il record del contratto originale.
10. In **Visualizza** scegliere **Contratti personali**. Il contratto rinnovato verrà visualizzato nell'elenco con lo stato **Attivo**.

Utilizzo dei contratti

Come gli altri record di Microsoft Dynamics CRM, anche i contratti hanno un proprietario. È possibile assegnare un contratto a un altro utente di Microsoft Dynamics CRM per cambiare la proprietà del record. Il proprietario del contratto è in genere la persona responsabile di gestirlo e amministrarlo. Si noti che la proprietà del contratto non determina gli utenti autorizzati a registrare casi che vi fanno riferimento.

È inoltre possibile condividere il contratto con un altro utente o con un team per consentirgli di visualizzarlo. La condivisione di un contratto non ne modifica la proprietà.

Nota: possono registrare casi che fanno riferimento a un determinato contratto solo i rappresentanti del servizio clienti (CSR) a cui l'amministratore di sistema ha assegnato l'accesso appropriato.

Casi e contratti

I casi possono fare riferimento alle voci dei contratti. Ulteriori informazioni sui casi verranno fornite nella Lezione 17: Gestione dei casi. Quando un rappresentante del servizio clienti (CSR) registra un caso può specificare il contratto e la voce di contratto da cui è coperto. Quando il rappresentante del servizio clienti (CSR) risolve il caso specifica il tempo che ha dedicato al caso. Il tempo dedicato agli impegni chiusi viene automaticamente riepilogato nelle voci di contratto corrispondenti. Se la voce di contratto è basata sul tempo, il tempo utilizzato verrà sottratto dalla quantità di tempo totale garantita dalla voce di contratto. Se la voce di contratto è basata sui casi, verrà sottratto un caso.

Per i casi coperti da voci di contratto è possibile verificare il numero totale di unità di servizio, il numero delle unità di servizio utilizzate e il numero delle unità di servizio rimanenti nel modulo **Voce di contratto**. Nella sezione **Dettagli unità di servizio** della scheda **Generale** sono visualizzate le informazioni seguenti:

- **Totale casi/minuti:** numero di unità di servizio garantite dalla voce di contratto.
- **Unità di servizio utilizzate:** numero di minuti o casi utilizzati fino a questo momento.
- **Unità di servizio rimanenti:** numero di minuti o casi ancora disponibili per la voce di contratto.

Riepilogo

In questa lezione è stato illustrato come utilizzare i contratti in Microsoft Dynamics CRM per gestire gli accordi stipulati con clienti nuovi ed esistenti e per specificare il tipo di servizio e le condizioni applicate a ogni cliente. Sono stati descritti i concetti di base dei contratti, inclusa la creazione dei modelli a partire dai quali vengono creati i contratti. È stato illustrato come aggiungere voci a un contratto per specificare i dettagli dei servizi forniti. Nella lezione sono stati inoltre descritti i diversi stati in cui può trovarsi un contratto e le operazioni che è possibile eseguire su un contratto a seconda dello stato in cui si trova, incluso il rinnovo del contratto. È stata infine illustrata la relazione che intercorre tra casi e contratti in Microsoft Dynamics CRM.

Verifica

Contratti

1. Quali degli elementi seguenti non vengono forniti dai contratti?
 - Informazioni sui rappresentanti responsabili della fornitura del servizio
 - Registrazione efficace dei contratti di assistenza stipulati con i clienti
 - Accesso rapido ai dettagli dei contratti di assistenza da parte dei rappresentanti del servizio clienti
 - Allegati ai casi del servizio clienti, che consentono di sottrarre automaticamente i casi dai contratti

Informazioni sulle unità di servizio

2. Quale delle seguenti unità di servizio non è disponibile per i contratti e i modelli di contratto?
 - Tempo
 - Numero di provider di servizi
 - Numero di casi
 - Date di copertura per i casi

Prodotti

3. Quanti prodotti è possibile correlare a un contratto?
 - Uno per contratto
 - Un prodotto per voce di contratto
 - Nessuno
 - Più prodotti per voce di contratto

Stato dei contratti

4. In quale degli stati seguenti non può trovarsi un contratto durante il suo ciclo di vita?
 - Bozza
 - Attivo
 - Interrotto
 - Scaduto

Contratti attivi

5. Quali condizioni devono essere soddisfatte affinché un contratto diventi attivo?
- Il contratto include almeno una voce di contratto
 - Tutti i campi obbligatori per l'azienda sono stati compilati
 - La data di inizio del contratto non è stata raggiunta
 - La fattura per il contratto deve risultare pagata

Contratti bloccati

6. Lo studente ha creato un contratto per un cliente e lo stato del contratto è Bloccato. Il cliente telefona per chiedere di aggiungere un ulteriore prodotto al contratto. Quali azioni è necessario eseguire per aggiungere tale prodotto al contratto?
- Attivare il contratto originale e aggiungere un secondo contratto
 - Sbloccare il contratto e aggiungere una nuova voce di contratto
 - Eliminare il contratto e aggiungere un nuovo contratto
 - Copiare il contratto

Prova pratica 16.1: Creare contratti e voci di contratto

In questa prova pratica lo studente deve creare un contratto, aggiungere le relative voci e fatturare il contratto.

Man mano che si eseguono le istruzioni, utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Vedere il capitolo di introduzione all'esercitazione per informazioni sui due livelli di istruzioni delle prove pratiche e la soluzione della prova pratica nell'Appendice B.

Scenario

Il cliente [Account] è un supermercato di medie dimensioni che vende i prodotti [prodotto1] e [prodotto2]. Il supermercato gestisce la linea completa per l'articolo [prodotto1] e un centro assistenza per l'assemblaggio e la riparazione dell'articolo [prodotto2].

Il cliente [Account] acquista un prodotto e desidera sottoscrivere un contratto di servizio. Il rappresentante di [Organizzazione dell'utente] prepara il contratto di servizio. Si tratta di un contratto di prova di sei mesi rinnovabile alla scadenza.

Descrizione degli obiettivi

Utilizzare Microsoft Dynamics CRM per creare un contratto, aggiungere una voce e fatturare il contratto.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Suggerimenti

Per creare un contratto, eseguire la procedura seguente:

Procedura dettagliata

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Contratti**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nella finestra di dialogo **Modello di contratto** selezionare il modello [nome modello] e scegliere **OK**.

4. Nel modulo **Contratto** immettere le informazioni seguenti:
 - **Nome contratto:** immettere [nome del contratto].
 - **Cliente:** immettere [Account], fare clic sull'icona del pulsante di ricerca e scegliere **OK**.
 - **Data di inizio contratto:** immettere la data corrente.
 - **Data di fine contratto:** immettere la data corrispondente a sei mesi dalla data corrente.
5. Passare alla scheda **Note** e quindi fare clic su **Fare clic qui per immettere una nuova nota**. Immettere un testo per segnalare che il cliente ha richiesto di valutare l'eventuale rinnovo del contratto dopo sei mesi.
6. Scegliere **Salva**.

Per aggiungere una voce di contratto e fatturare il contratto, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Voci di contratto**.
2. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Nuovo elemento Voce di contratto**.
3. Nella scheda **Generale** immettere le informazioni seguenti:
 - **Titolo:** immettere [titolo voce di contratto].
 - **Totale casi/minuti:** immettere [minuti di servizio garantiti].
 - **Totale prezzo:** immettere [totale prezzo].
4. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il modulo **Voce di contratto**.
5. Sulla barra degli strumenti del modulo **Contratto** fare clic su **Azioni** e quindi scegliere **Fattura contratto**.
6. Fare clic su **Chiudi** per chiudere il modulo **Contratto**. Si noti che, nell'elenco **Contratti**, per il contratto appena creato è specificato lo stato **Attivo**.

Prova pratica 16.2: Utilizzare le funzionalità di blocco, rimozione del blocco e rinnovo di un contratto

In questa prova pratica lo studente deve bloccare un contratto, rimuovere il blocco e quindi rinnovare il contratto.

Man mano che si eseguono le istruzioni, utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Vedere il capitolo di introduzione all'esercitazione per informazioni sui due livelli di istruzioni delle prove pratiche e la soluzione della prova pratica nell'Appendice B.

Scenario

Un cliente telefona a [Organizzazione dell'utente] per richiedere una temporanea sospensione del contatto [nome del contratto], della durata di [durata del contratto], perché prevede un calo stagionale delle vendite. Il rappresentante del servizio clienti di [Organizzazione dell'utente] blocca il contratto. Una settimana dopo il cliente richiama e chiede di riattivare il contratto, perché il calo previsto non si è verificato. Il cliente desidera inoltre estendere il contratto per un ulteriore periodo di [durata del contratto]. Il rappresentante del servizio clienti rinnova il contratto [nome del contratto] per un periodo di [durata del contratto].

Descrizione degli obiettivi

Utilizzare Microsoft Dynamics CRM per:

- Bloccare un contratto.
- Riattivare il contratto bloccato.
- Rinnovare il contratto.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Suggerimenti

Per bloccare il contratto, eseguire la procedura seguente:

Procedura dettagliata

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Contratti**.
2. Selezionare e aprire il contratto [nome del contratto] nell'elenco.
3. Sulla barra degli strumenti del modulo fare clic su **Azioni** e quindi scegliere **Blocca contratto**.
4. Fare clic su **Chiudi** per chiudere il modulo **Contratto**. Lo stato del contratto è ora **Bloccato**.

Per riattivare il contratto, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Contratti**.
2. Selezionare e aprire il contratto [nome del contratto] nell'elenco.
3. Sulla barra degli strumenti del modulo fare clic su **Azioni** e quindi scegliere **Rimuovi blocco**.
4. Fare clic su **Chiudi** per chiudere il modulo **Contratto**. Lo stato del contratto è ora **Attivo**.

Per rinnovare il contratto, eseguire la procedura seguente:

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Contratti**.
2. Selezionare e aprire il contratto [nome del contratto] nell'elenco.
3. Sulla barra degli strumenti del modulo fare clic su **Azioni** e quindi scegliere **Rinnova contratto**.
4. Nella finestra di dialogo **Rinnova contratto** deselezionare la casella di controllo **Includi voci di contratto annullate** e quindi scegliere **OK**.
5. Modificare in [nome del contratto2] il nome del contratto nel campo **Nome contratto**. I campi delle date verranno automaticamente impostati in modo da estendere la durata del contratto per un periodo di [durata del contratto].
6. Sulla barra degli strumenti del modulo fare clic su **Azioni** e quindi scegliere **Fattura contratto**.
7. Fare clic su **Salva e chiudi** per chiudere il modulo del contratto rinnovato.
8. Fare clic su **Chiudi** per chiudere il modulo del contratto originale.

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Contratti

1. Quali degli elementi seguenti non vengono forniti dai contratti?
 - Informazioni sui rappresentanti responsabili della fornitura del servizio
 - Registrazione efficace dei contratti di assistenza stipulati con i clienti
 - Accesso rapido ai dettagli dei contratti di assistenza da parte dei rappresentanti del servizio clienti
 - Allegati ai casi del servizio clienti, che consentono di sottrarre automaticamente i casi dai contratti

Informazioni sulle unità di servizio

2. Quale delle seguenti unità di servizio non è disponibile per i contratti e i modelli di contratto?
 - Tempo
 - Numero di provider di servizi
 - Numero di casi
 - Date di copertura per i casi

Prodotti

3. Quanti prodotti è possibile correlare a un contratto?
 - Uno per contratto
 - Un prodotto per voce di contratto
 - Nessuno
 - Più prodotti per voce di contratto

Stato dei contratti

4. In quale degli stati seguenti non può trovarsi un contratto durante il suo ciclo di vita?
 - Bozza
 - Attivo
 - Interrotto
 - Scaduto

Contratti attivi

5. Quali condizioni devono essere soddisfatte affinché un contratto diventi attivo?
- Il contratto include almeno una voce di contratto
 - Tutti i campi obbligatori per l'azienda sono stati compilati
 - La data di inizio del contratto non è stata raggiunta
 - La fattura per il contratto deve risultare pagata

Contratti bloccati

6. Lo studente ha creato un contratto per un cliente e lo stato del contratto è Bloccato. Il cliente telefona per chiedere di aggiungere un ulteriore prodotto al contratto. Quali azioni è necessario eseguire per aggiungere tale prodotto al contratto?
- Attivare il contratto originale e aggiungere un secondo contratto
 - Sbloccare il contratto e aggiungere una nuova voce di contratto
 - Eliminare il contratto e aggiungere un nuovo contratto
 - Copiare il contratto

CAPITOLO 17: GESTIRE I CASI

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Comprendere i concetti di base dei casi e il processo di risoluzione di un caso.
- Imparare a visualizzare i casi e ad accedervi in Microsoft Dynamics CRM.
- Creare un nuovo caso o convertire un impegno in un caso.
- Capire in che modo assegnare e riassegnare casi ai rappresentanti del servizio clienti.
- Informazioni su come accettare casi da una coda.
- Informazioni su come visualizzare, modificare e gestire i casi.
- Informazioni su quando e come risolvere i casi e su come risolverli utilizzando la Knowledge Base.
- Sapere perché e come condividere casi con altri.
- Informazioni sulla riattivazione di casi già risolti.
- Capire quando e come annullare ed eliminare casi.
- Conoscere i tipi di report correlati alla gestione dei casi.

Introduzione

In questa lezione viene illustrato come è possibile utilizzare Microsoft Dynamics CRM per migliorare il servizio clienti utilizzando i casi per registrare e risolvere i problemi correlati ai clienti. In questa lezione vengono esaminati i concetti di base della gestione dei casi, i passaggi del processo di risoluzione dei casi e le modalità di visualizzazione e gestione dei casi in Microsoft Dynamics CRM. Nel capitolo viene descritto come creare, eliminare e modificare i casi, quindi vengono illustrate altre attività correlate alla gestione dei casi, quali l'assegnazione e la condivisione dei casi e l'utilizzo della Knowledge Base per la ricerca di informazioni e la risoluzione dei casi.

Informazioni sulla gestione dei casi

Per creare, visualizzare e registrare azioni e comunicazioni correlate ai casi è possibile utilizzare l'area Servizi di Microsoft Dynamics CRM.

I casi possono essere aperti da un cliente o da un rappresentante del servizio clienti (CSR), ma solo quest'ultimo può risolvere un caso o riattivarlo dopo la risoluzione. Per gestire i casi, ad esempio per impostare appuntamenti, eseguire telefonate e inviare messaggi di posta elettronica, lettere o fax, è possibile utilizzare gli strumenti per gli impegni di comunicazione disponibili in Microsoft Dynamics CRM. È inoltre possibile individuare gli impegni completati e determinare la quantità di tempo dedicata a tali impegni.

In Microsoft Dynamics CRM sono inoltre disponibili strumenti per la creazione di report che possono essere utilizzati per ottenere informazioni statistiche, ad esempio la durata delle telefonate, il numero di casi risolti, il numero di telefonate gestite e la durata media dei casi.

Scenario

Sei mesi fa un cliente ha acquistato il prodotto [nome prodotto] dalla società [nome della società]. Ogni prodotto [nome prodotto] è coperto da una garanzia di 12 mesi che include un contratto di servizio standard con risoluzione garantita entro 48 ore. Il cliente rileva un problema e telefona a [nome della società] per verificare se può essere risolto in tempi brevi.

Un rappresentante del servizio crea un caso per il cliente, esegue una ricerca nella Knowledge Base, trova un articolo che può essere utile per la risoluzione del problema e lo invia al cliente.

L'articolo della Knowledge Base non consente tuttavia di risolvere il problema. Il rappresentante del servizio trova il caso nell'elenco dei casi attivi e aggiunge una nota a un messaggio di posta elettronica, per segnalare che è stata tentata una risoluzione tramite la Knowledge Base ma il problema non è stato risolto.

Il rappresentante del servizio assegna il caso a un collega più esperto. Quest'ultimo controlla la coda dei casi assegnati e accetta il caso. Il collega esperto conosce probabilmente la causa del problema perché ha già risolto problemi analoghi in precedenza.

Telefona quindi al cliente e lo guida nei cinque passaggi di risoluzione, registrando i progressi nelle note al caso. Quando il problema è risolto, chiude il caso.

Concetti di base della gestione dei casi

La gestione dei casi consente di registrare e monitorare i problemi segnalati dai clienti dalla creazione fino alla risoluzione. Per gestire i casi è importante comprendere i seguenti concetti fondamentali:

- I casi possono essere direttamente correlati sia a contratti di servizio che a prodotti.
- Il personale di servizio può creare i casi tramite una semplice interfaccia utente che consente di registrare tutte le azioni eseguite, specificando anche il tempo impiegato per trovare una soluzione.
- Ogni caso viene assegnato a una coda in modo da garantire che verrà accettato dal primo rappresentante del servizio clienti (CSR) disponibile o da un rappresentante del servizio clienti (CSR) con livello e area di competenza appropriati. Per ulteriori informazioni sulle code di servizio, vedere la Lezione 19.
- È possibile creare casi dai tipi di impegni seguenti:
 - Fax
 - Telefonata
 - Posta elettronica
 - Lettera
 - Appuntamento
- Durante l'esecuzione delle proprie attività, ad esempio l'impostazione degli appuntamenti, il personale di servizio può eseguire i tipi di operazioni seguenti per impegni e comunicazioni:
 - Creazione
 - Visualizzazione
 - Registrazione

Processo di risoluzione dei casi

In questa sezione viene descritta la gestione di un caso dopo la sua ricezione da parte dell'organizzazione.

1. Viene aperto un caso.

Un cliente segnala un problema mediante lettera, telefonata, fax o messaggio di posta elettronica. Viene creato un caso in Microsoft Dynamics CRM, specificando la data di creazione, l'ID di registrazione, il titolo e la descrizione del caso, oltre a qualsiasi altra informazione pertinente.

2. Il caso viene assegnato a un rappresentante del servizio clienti (CSR) o a una coda.

Il rappresentante del servizio clienti (CSR) assegnato al caso, o il rappresentante del servizio clienti (CSR) che accetta il caso dalla coda, lo esamina e risponde al cliente.

3. Il caso viene risolto e chiuso.

Quando si risolve un caso è possibile inviare al cliente un messaggio di posta elettronica per confermare la risoluzione.

Nota: per impostazione predefinita, alla risoluzione del caso non viene inviato alcun messaggio di posta elettronica. È tuttavia possibile configurare Microsoft Dynamics CRM in modo da eseguire automaticamente tale operazione tramite i processi del flusso di lavoro.

Dopo la risoluzione del caso il rappresentante del servizio clienti (CSR) a cui era stato assegnato ne è ancora responsabile. In questo modo è possibile tenere traccia dell'evoluzione del caso e identificare il proprietario del caso, nell'eventualità che dovesse essere riaperto in futuro.

4. Il cliente segnala che il problema non è stato risolto e il caso viene riaperto.

Il caso riaperto viene assegnato direttamente al rappresentante del servizio clienti (CSR) che lo aveva risolto.

Nota: un caso viene sempre assegnato al proprietario e ogni caso può avere un solo proprietario. Se il caso viene assegnato a un altro utente, quest'ultimo diventa proprietario del caso.

5. Il rappresentante del servizio clienti (CSR) riattiva il caso e continua a lavorare su di esso fino alla sua risoluzione.

Il tempo dedicato a un caso riattivato viene misurato separatamente, così è possibile tenere traccia delle prestazioni e della qualità del servizio confrontando il tempo che era stato necessario per risolvere il caso iniziale con quello richiesto per risolvere il caso riattivato. È possibile visualizzare la cronologia del caso facendo clic su Cronologia nel riquadro di spostamento del modulo.

Relazione esistente tra i casi e gli altri record

È possibile correlare i casi ai tipi di record seguenti:

Relazioni esistenti tra i casi e gli altri tipi di record	
Tipo di record	Descrizione
Account	Un account può rappresentare l'organizzazione che ha aperto il caso.
Contatto	Un contatto può rappresentare la persona che ha aperto il caso.

Contratto e voce di contratto	Un caso può essere correlato a un contratto. In questa eventualità, deve essere correlato anche a una voce di contratto specifica. Queste relazioni vengono utilizzate per collegare i casi ai contratti, per fornire informazioni generali e sottrarre le unità di servizio appropriate nelle voci di contratto basate sui casi o sul tempo.
Prodotto	A ogni caso è possibile correlare un solo tipo di prodotto.
Argomento	Argomento è un campo obbligatorio per l'azienda e viene utilizzato per organizzare i casi. È possibile utilizzare l'argomento anche per organizzare i prodotti e gli articoli della Knowledge Base.
Impegno	È possibile aggiungere impegni ai casi per registrare il lavoro correlato al caso. Alla risoluzione del caso, nel campo Tempo totale viene visualizzata la somma dei tempi richiesti da tutti gli impegni chiusi. Gli impegni devono essere chiusi prima della risoluzione del caso.
Note e allegati	La sezione Note è disponibile in tutte le aree di Microsoft Dynamics CRM, ma risulta particolarmente utile per registrare informazioni sui casi. Il testo digitato nella sezione Note viene salvato automaticamente e le note più recenti vengono visualizzate nella parte superiore dell'elenco. È possibile iniziare ad aggiungere le note anche prima di aver salvato il caso.

Come avviene anche per altri tipi di record di Microsoft Dynamics CRM, anche i casi possono essere condivisi tra più utenti, per essere certi che tutti gli interessati siano a conoscenza delle difficoltà e dei problemi incontrati da un determinato cliente.

Correlare casi a contratti

È possibile correlare i contratti di servizio ai casi in modo da registrare automaticamente le unità di servizio utilizzate per i casi.

Per la correlazione dei casi ai contratti, è importante tenere presenti i fattori seguenti:

- Associazione con il contratto appropriato, per i contratti esistenti
- Associazione alla voce di contratto per il contratto assegnato

Se per il cliente correlato esiste un contratto, sarà possibile associare al caso il contratto e la voce di contratto appropriata dalla scheda Generale del modulo Caso.

Quando si associa un contratto a un caso, è necessario correlare una voce del contratto al caso. Dal contratto di assistenza del cliente verranno quindi sottratte le unità di servizio appropriate.

Procedura consigliata: per associare un contratto a un caso, è consigliabile individuare il contratto appropriato per il cliente e aggiungere il caso correlato dal modulo Voce di contratto. Nel modulo Caso verranno automaticamente inserite le informazioni relative al cliente, al contratto e alla voce di contratto selezionati.

Procedura consigliata: i contratti possono essere correlati ad account o a contatti. Se per una determinata organizzazione sono presenti più contatti, correlare il contratto all'account. Se si definisce una relazione con l'account, sarà possibile creare casi correlati al contratto per ogni contatto associato all'account. I contratti assegnati a un contatto specifico non possono essere utilizzati per un caso assegnato a un altro contatto dello stesso account.

Visualizzare i casi

In Microsoft Dynamics CRM è possibile accedere ai casi e gestirli sia dalla sezione Code dell'area di lavoro che dalla sezione Casi dell'area Servizi.

Area di lavoro

Nella sezione Code dell'area di lavoro di Microsoft Dynamics CRM sono visualizzati i casi assegnati all'utente corrente e ai gruppi di cui fa parte. Ogni rappresentante del servizio clienti (CSR) gestisce in genere i casi che gli sono stati assegnati o accetta casi da quest'area. I casi visualizzati sono suddivisi in due gruppi, ovvero Attività personali e Code.

Attività personali

I casi visualizzati nell'area Attività personali sono a loro volta suddivisi in due gruppi, ovvero Assegnate e In corso. I casi assegnati sono i casi e gli impegni attivi che sono stati assegnati all'utente corrente ma non sono ancora stati accettati. I casi e gli impegni in corso sono quelli su cui l'utente sta attualmente lavorando.

Code

Nella sezione Code sono visualizzati i casi e gli impegni assegnati alle code di cui l'utente è membro.

Casi

Nell'area Casi di Microsoft Dynamics CRM è visualizzato un elenco di tutti i casi presenti nel database. Per visualizzare i casi è possibile utilizzare una delle visualizzazioni disponibili:

- **Casi attivi personali** - Visualizza tutti i casi attivi e non risolti di proprietà dell'utente corrente.
- **Tutti i casi** - Visualizza tutti i casi, attivi, annullati o risolti dall'utente corrente o condivisi con quest'ultimo da altri utenti.
- **Casi attivi** - Visualizza tutti i casi attivi di proprietà dell'utente corrente o condivisi con quest'ultimo da altri utenti.
- **Casi risolti personali** - Visualizza tutti i casi risolti di proprietà dell'utente corrente.
- **Casi risolti** - Visualizza tutti i casi risolti di proprietà dell'utente corrente o condivisi con quest'ultimo da altri utenti.

Nel modulo del caso sono disponibili due schede contenenti informazioni sul caso, ovvero la scheda **Generale** e la scheda **Note e articolo**. I tipi di informazioni che possono essere visualizzati in queste schede sono riepilogati nella tabella seguente:

Scheda	Scopo
Generale	Nella scheda Generale sono visualizzate informazioni di base sul cliente, ad esempio il nome del cliente e i dettagli del caso. È inoltre possibile cercare informazioni sul contratto per determinarne il livello di servizio, selezionando un record nel riquadro Informazioni e selezione rapida .
Note e articolo	È possibile utilizzare la scheda Note e articolo per raccogliere note specifiche del caso e, se necessario, selezionare un articolo della Knowledge Base che consente di risolvere il problema segnalato dal cliente. Nel riquadro Informazioni e selezione rapida è visualizzato un elenco di articoli relativi al prodotto e all'argomento selezionato nella scheda Generale .

Ai fini della registrazione, a ogni caso viene attribuito un numero univoco. Il numero del caso assegnato dal sistema viene visualizzato sulla barra del titolo.

***Procedura consigliata:** poiché il campo **Argomento** è un campo obbligatorio del record del caso, è consigliabile pianificare con estrema attenzione il catalogo degli argomenti dell'organizzazione. L'argomento viene utilizzato anche nel catalogo prodotti, per organizzare i prodotti e gli articoli della Knowledge Base. Per la creazione degli argomenti è pertanto consigliabile utilizzare convenzioni di denominazione e categorie standard.*

Creare casi

In Microsoft Dynamics CRM è possibile utilizzare i casi per documentare i problemi definiti dai clienti e tutti gli impegni di comunicazione necessari per trovare soluzioni soddisfacenti.

Durante la creazione di un caso vengono in genere incluse informazioni relative a problemi di servizio o segnalati da un cliente e altre informazioni correlate al caso. Successivamente vengono inclusi anche gli impegni utilizzati dal rappresentante del servizio clienti per risolvere il problema.

Utilizzare il riquadro Informazioni e selezione rapida

Il riquadro **Informazioni e selezione rapida** consente di filtrare automaticamente i campi più comuni dei moduli di contratti e casi in cui è necessario eseguire ricerche e creare collegamenti a informazioni aggiuntive.

È possibile selezionare rapidamente i campi Cliente, Argomento, Contratto, Voce di contratto, Livello di servizio, Prodotto, Numero di serie e Articolo relativi a un caso. Il riquadro consente di visualizzare solo i record correlati appropriati e semplifica la selezione del record corretto. Mediante il riquadro, è inoltre possibile creare rapidamente il modulo di un impegno di completamento al termine di un caso.

Procedura: Creare un caso

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Casi**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nella scheda **Generale** è necessario immettere informazioni nelle caselle seguenti:
 - **Titolo**
Tali informazioni devono contenere una descrizione generale del problema. Se ad esempio un cliente telefona per segnalare una consegna in ritardo, è consigliabile includere nella descrizione la data di consegna prevista.
 - **Cliente**
Per individuare e selezionare un cliente, digitare le prime lettere del nome del cliente e quindi fare clic sull'icona del pulsante di ricerca. Nel riquadro Informazioni e selezione rapida è possibile selezionare un record da un elenco filtrato oppure fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare altri record.
 - **Argomento**
Questa sezione contiene l'argomento del caso, che consente di associarlo a casi dello stesso tipo. Tale operazione risulta utile per la ricerca di casi relativi a problemi simili, nonché di articoli correlati. Per individuare e selezionare un argomento, fare clic sull'icona del pulsante di ricerca o all'interno del campo e utilizzare il riquadro **Informazioni e selezione rapida**.
 - **Proprietario**
In questa casella viene automaticamente visualizzato il nome dell'utente che sta creando il record. È inoltre possibile selezionare un utente da un elenco filtrato nel riquadro **Informazioni e selezione rapida** oppure fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare altri utenti.

4. Quando si crea un caso è consigliabile specificare la maggior quantità di informazioni possibile. Tali informazioni risulteranno molto utili per la gestione del caso e la generazione dei report relativi:
 - Nell'area **Informazioni generali** immettere tutte le informazioni disponibili sul caso. Tali informazioni possono essere utilizzate nei report.
 - Nell'area **Informazioni sull'assegnazione** immettere informazioni sulla modalità in cui si desidera gestire il caso, includendo un intervallo di tempo e una priorità.
 - Nell'area **Informazioni su prodotto e contratto** immettere le informazioni relative ai diritti garantiti dal contratto. Collegando il contratto e la voce di contratto al caso, è possibile tenere traccia dell'utilizzo di unità di servizio e verificare che il cliente riceva il livello di servizio appropriato.
5. Nella scheda **Note e articolo** immettere ulteriori informazioni sul caso.
 - **Note**
Fare clic sul collegamento e digitare una descrizione più completa del problema oppure eventuali informazioni aggiuntive sul caso che si desidera registrare.
 - **Articolo Knowledge Base**
Individuare e selezionare un articolo relativo al problema. Nel riquadro **Informazioni e selezione rapida** è visualizzato un elenco di articoli suggeriti, suddivisi nelle sezioni seguenti:
 - 10 articoli principali per prodotto
 - 10 articoli principali per argomento
 - Tutti gli articoli sull'argomento
 - **Mostra articolo**
Selezionare questa casella di controllo per visualizzare l'articolo nel modulo del caso.
6. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Nota: al primo salvataggio del caso, a quest'ultimo verrà automaticamente assegnato un numero univoco.

Esercitazione pratica: Creare un nuovo caso

In questa esercitazione pratica viene illustrato come creare un caso in Microsoft Dynamics CRM.

Scenario

Un articolo [nome prodotto specifico] è stato graffiato durante la spedizione a [nome della società]. Il cliente desidera ricevere un articolo [nome prodotto] sostitutivo.

Descrizione degli obiettivi

Il rappresentante del servizio clienti deve creare un caso e correlarlo all'account [nome della società].

Procedura

1. Accedere a Microsoft Dynamics CRM per Outlook come [Nome del CSR].

ID utente	[Nome del CSR]
Password	[password]

2. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Casi**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Nel modulo del nuovo caso aggiungere i dettagli relativi al caso:

Titolo	[problema del cliente]
Cliente	[nome della società]
Argomento	[nome argomento] (selezionare [argomento 1], sottoargomento 2], [sottosottoargomento 3] e scegliere OK)
Tipo di caso	[tipo di problema]
Soddisfazione	Insoddisfatto
Proprietario	[CSR a cui è assegnato il caso]
Motivo stato	In corso
Priorità	Alta

5. Fare clic sulla scheda **Note e articolo** , quindi in Note fare clic sul collegamento e digitare il testo della nota: il cliente desidera ricevere un articolo [prodotto] sostitutivo.
6. Fare clic su **Salva**.

Convertire un impegno in un caso

In Microsoft Dynamics CRM è possibile convertire gli impegni in casi. Spesso i casi vengono segnalati tramite una telefonata o un messaggio di posta elettronica. Convertendo un impegno in un caso è possibile creare il caso rapidamente e al tempo stesso conservare le informazioni relative al contatto inizialmente associato al caso. È possibile creare casi dai tipi di impegni attivi seguenti:

- Fax
- Telefonata
- Posta elettronica
- Lettera
- Appuntamento

Quando si converte un impegno in un caso, come titolo del nuovo caso creato viene utilizzato il valore del campo **Tema** dell'impegno.

Procedura: Creare un caso da un impegno

1. Aprire un impegno con stato Aperto e fare clic su **Converti impegno**, sulla barra degli strumenti che contiene il menu Azioni.
2. Scegliere **In caso**.
3. Verrà visualizzata una finestra di dialogo contenente i seguenti campi da compilare.
 - a. Cliente.
 - b. Argomento.
 - c. Apri il nuovo caso (selezionare questa casella di controllo per aprire il nuovo caso creato).
 - d. Imposta lo stato di <Impegno> su Completato e chiudi il modulo (selezionare questa casella di controllo per chiudere come completato l'impegno convertito).

***Procedura consigliata:** il campo **Cliente** è obbligatorio. È consigliabile selezionare anche un argomento. Maggiori sono le informazioni disponibili nel modulo del caso, più elevate sono anche le probabilità che il rappresentante del servizio clienti (CSR) riesca a trovare la migliore soluzione possibile.*

Assegnare e riassegnare casi

I casi possono essere assegnati a un utente di Microsoft Dynamics CRM o a una coda accessibile dall'area di lavoro.

Nota: la gestione dei casi assegnati alle code è illustrata nella lezione "Gestire le code per il servizio clienti".

Per assegnare un caso non sono necessari privilegi speciali. Per impostazione predefinita, tutti i rappresentanti del servizio clienti possono assegnare casi.

Quando un utente assegna un caso a un altro rappresentante del servizio, il caso viene spostato dalla coda In corso del proprietario originale alla coda Assegnate del nuovo proprietario.

Procedura: Assegnare un caso

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Casi**.
2. Nell'elenco visualizzato selezionare e aprire i casi che si desidera assegnare.
3. Scegliere **Assegna** dal menu **Azioni**.
4. Nella finestra di dialogo Conferma assegnazione selezionare:

Assegna all'utente corrente per assegnare il caso automaticamente, in base alle regole del flusso di lavoro stabilite.

-OPPURE-

Assegna a un altro utente o a un'altra coda.

5. Scegliere **OK**.
6. Per salvare l'assegnazione, scegliere **OK**.

Nota: quando si assegna un caso a un utente, la proprietà del record viene immediatamente modificata, anche se l'utente non ha accettato il caso.

Nota: l'assegnazione dei casi agli utenti può essere effettuata manualmente oppure automaticamente tramite una regola del flusso di lavoro. È possibile creare una regola del flusso di lavoro per assegnare un caso a un utente, in base ai criteri specificati nella regola, e inviare a tale utente un messaggio di posta elettronica per informarlo dell'aggiunta di un nuovo caso alla coda Assegnate.

Riassegnare casi

Dopo che un caso è stato assegnato o accettato, può essere riassegnato. Può essere necessario riassegnare un caso per diversi motivi, ad esempio:

- Il rappresentante del servizio sta per andare in vacanza e non ha tempo di risolvere tutti i casi che gli sono stati assegnati.
- Il rappresentante del servizio non ha tempo di risolvere tutti i casi che gli vengono assegnati ed è necessario assegnarne alcuni a un collega con un minor numero di casi in coda.

Procedura: Riassegnare un caso a un altro utente o a un'altra coda

1. Nel riquadro di spostamento selezionare **Servizi**, quindi scegliere **Casi**.
2. Nell'elenco visualizzato selezionare il caso che si desidera riassegnare.
3. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic sull'icona **Assegnazione**.
4. Nella finestra di dialogo Conferma assegnazione è possibile scegliere se utilizzare un flusso di lavoro selezionato per assegnare il caso oppure individuare e selezionare l'utente o la coda a cui riassegnare il caso.
5. Scegliere **OK**.

Accettare casi

Quando un utente accetta un caso, si presuppone che accetti la responsabilità di collaborare con il cliente al fine di trovare una soluzione soddisfacente del problema.

Per accettare un caso che gli è stato assegnato, l'utente deve utilizzare il pulsante **Accetta** della barra delle azioni della visualizzazione Elenco.

Il caso passa attraverso le fasi seguenti:

- Quando viene accettato da un utente, il caso viene spostato dalla coda Assegnate alla coda In corso.
- A questo punto l'utente può:
 - Risolvere il caso.
 - Assegnarlo a un altro rappresentante del servizio.
 - Assegnare il caso a una coda.

Procedura: Accettare un caso

- 1 Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro** e quindi, in **Attività personali**, fare clic su **Code**.
- 2 Nel riquadro **Code**, in **Attività personali** fare clic sulla cartella **Assegnate** per visualizzare l'elenco dei casi e degli impegni assegnati all'utente.
- 3 Nell'elenco selezionare i casi e gli impegni che si desidera accettare.
- 4 Fare clic su **Accetta** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
- 5 Scegliere **OK** per confermare che si desidera accettare il record selezionato e spostarlo nella cartella **In corso**.

Nota: in Microsoft Dynamics CRM non è possibile rifiutare un caso o un impegno. Se l'utente non desidera accettare il caso o l'impegno assegnato, può riassegnarlo a un altro utente o a una coda, in base alle indicazioni della propria Business Unit. Se l'utente elimina il caso, quest'ultimo verrà eliminato completamente.

Visualizzare, modificare e gestire i casi

Quando viene creato un caso in Microsoft Dynamics CRM, il cliente che lo ha segnalato può contattare l'organizzazione varie volte per ottenere informazioni sul suo stato.

Prima di creare un nuovo caso per un cliente il rappresentante del servizio deve sempre controllare se in Microsoft Dynamics CRM esiste già un caso attivo per tale cliente.

Procedura: Visualizzare un caso attivo

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Casi**.
2. Nell'elenco di casi visualizzato fare doppio clic sul caso da visualizzare.
3. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Modificare i casi

I rappresentanti del servizio clienti (CSR) possono avere l'esigenza di aggiornare i casi aggiungendo nuove informazioni correlate. È possibile modificare solo casi con stato attivo. Se un caso è già stato chiuso, sarà possibile aggiungere note all'area Note oppure riattivare il caso e modificare le informazioni. La precedente risoluzione del caso rimane memorizzata nella cronologia del caso. La possibilità di modificare un caso garantisce che il proprietario del caso potrà accedere a tutte le informazioni aggiornate disponibili sul caso. Ciò è utile soprattutto se il caso viene riaperto o riassegnato a un nuovo proprietario.

Procedura: Modificare un caso

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Casi**.
2. Nell'elenco selezionare e aprire il caso contenente le informazioni che si desidera modificare.
3. Apportare le modifiche necessarie.
4. Scegliere **Salva e chiudi**.

Gestire i casi

Durante la procedura di risoluzione di un caso il rappresentante del servizio clienti (CSR) esegue numerose attività di servizio, che possono includere messaggi di posta elettronica, telefonate, ricerche di articoli o prove del prodotto. Gli impegni da eseguire possono essere specificati dall'utente che crea il caso o dal rappresentante del servizio clienti (CSR) che lo accetta.

***Procedura consigliata:** anche se non è necessario creare impegni per un determinato caso, la creazione di impegni correlati al caso costituisce l'unico metodo disponibile per documentare il tempo dedicato al caso senza risolverlo e costituisce uno strumento efficace per monitorare la segnalazione dei problemi.*

Procedura: Creare un impegno per un caso

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Casi**.
2. Selezionare e aprire un caso.
3. In Dettagli fare clic su **Impegni** e quindi fare clic su **Nuovo elemento Impegno** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Selezionare un tipo di impegno e quindi scegliere **OK**.
5. Nel modulo immettere informazioni dettagliate sull'impegno e quindi fare clic su **Salva e chiudi**.

Procedura: Completare un impegno per un caso

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Casi**.
2. Selezionare e aprire un caso per cui è stato creato un impegno.
3. In Dettagli fare clic su **Impegni** e quindi selezionare e aprire un impegno nell'elenco.
4. Aggiornare tutte le informazioni necessarie sull'impegno e quindi fare clic sull'icona **Salva come elemento completato** della barra degli strumenti **Azioni**.

***Nota:** quando si inserisce un impegno viene selezionata una durata di 30 minuti per impostazione predefinita, ma è possibile modificare tale valore in base alla durata prevista. Quando si completa un impegno, registrare la quantità di tempo effettivamente dedicata all'impegno.*

Se il caso è collegato a una voce di contratto, le durate di tutti gli impegni relativi al caso verranno automaticamente sommate e aggiornate nel contratto attivo correlato. Il totale, che include i totali relativi a tutti gli altri casi correlati al contratto, può essere modificato manualmente prima della fatturazione al cliente.

Risolvere i casi

Quando un caso viene assegnato a un utente, quest'ultimo deve eseguire determinati impegni correlati al caso. Quando tali impegni vengono completati, il caso può essere risolto.

Per risolvere un caso in Microsoft Dynamics CRM è necessario eseguire le azioni seguenti:

- Risolvere il caso scegliendo Risolvi caso dal menu Azioni sulla barra degli strumenti.
- Immettere tutte le informazioni necessarie nella finestra di dialogo Risolvi caso. Per il caso viene automaticamente creato un impegno e viene impostato lo stato Risolto. Questo consente di tenere traccia della risoluzione.
- In Microsoft Dynamics CRM il caso viene impostato come risolto e il record diventa di sola lettura.
- Lo stato del caso viene impostato su Risolto.
- Il caso viene spostato dalla coda In corso dell'utente e non è più disponibile nella visualizzazione Casi attivi.

Le informazioni registrate nella finestra di dialogo Risolvi caso vengono salvate insieme all'impegno di risoluzione del caso. I campi disponibili includono i seguenti:

- **Tipo di risoluzione** - Nell'elenco a discesa è disponibile solo l'opzione Problema risolto, ma i valori possono essere personalizzati. Questo campo è obbligatorio.
- **Risoluzione** - Questo campo di testo consente di digitare una breve descrizione della risoluzione. Questo campo è obbligatorio.
- **Tempo totale** - Indica il tempo totale calcolato sommando il tempo totale dei singoli impegni chiusi correlati al caso. È un campo di sola lettura e non può essere modificato.

- **Tempo fatturabile** - Il tempo fatturabile è correlato al campo Tempo totale.

Se il caso è collegato a un contratto di servizio, il tempo fatturabile verrà sottratto dalle unità di servizio specificate nella voce di contratto per il caso.

Il campo Tempo fatturabile può essere modificato e il tempo che dovrebbe essere automaticamente sottratto dalla voce di contratto può essere modificato.

- **Descrizione** - In questo campo è possibile immettere una descrizione più dettagliata della risoluzione del caso.

Nota: un caso non può essere risolto finché tutti gli impegni associati al caso non sono stati chiusi. Se un utente tenta di risolvere un caso a cui sono correlati impegni aperti, verrà visualizzato un messaggio per segnalare che il caso non può essere chiuso a causa della presenza di impegni correlati aperti.

Procedura: Risolvere un caso

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro** e quindi, in **Attività personali**, fare clic su **Code**.
2. Nel riquadro **Coda** di **Attività personali** fare clic su **In corso** e quindi, nell'elenco dei casi, aprire quello che si desidera risolvere.
3. Scegliere **Risolvi caso** dal menu **Azioni**.
Se sono presenti impegni aperti per questo caso, è innanzitutto necessario chiuderli.
4. Nella finestra di dialogo Risolvi caso selezionare la modalità di risoluzione del caso in **Tipo di risoluzione**.
5. Nella casella **Risoluzione** digitare una breve descrizione della risoluzione.
6. Il tempo effettivamente dedicato a tutti gli impegni viene automaticamente visualizzato nella casella **Tempo totale** ed è basato sul valore registrato nella casella **Durata** di ogni impegno.
Il valore disponibile in questa casella è di sola lettura e non può essere modificato.
7. Nell'elenco Tempo fatturabile selezionare la quantità di tempo dedicata al caso da fatturare al cliente.

Se il caso è collegato a un contratto, la quantità di tempo fatturabile verrà sottratta dal numero di minuti assegnati al contratto.

8. In **Descrizione** digitare una descrizione dettagliata della risoluzione e qualsiasi altra informazione aggiuntiva.
9. Scegliere **OK**.
10. Sulla barra degli strumenti **Standard** fare clic su **Chiudi**.

Risolvere casi utilizzando la Knowledge Base

Nella Knowledge Base sono disponibili informazioni sui prodotti e servizi dell'organizzazione, che possono essere utilizzate dai rappresentanti del servizio clienti per rispondere alle domande più frequenti dei clienti. La Knowledge Base è un motore di ricerca ed esplorazione facile da usare, che consente ai rappresentanti del servizio clienti (CSR) di trovare le informazioni necessarie effettuando una ricerca su tutte le parole incluse nella Knowledge Base.

Nota: per ulteriori informazioni sulla Knowledge Base e su come creare e cercare informazioni, vedere la Lezione 18.

È possibile utilizzare la scheda **Note e articolo** per raccogliere note specifiche sul caso e, se necessario, selezionare e inviare per posta elettronica un articolo della Knowledge Base, ovvero un testo trovato nella Knowledge Base che consente di risolvere il problema segnalato dal cliente.

Procedura: Inviare un articolo della Knowledge Base da un caso

Quando si lavora a un caso è possibile inviare per posta elettronica un articolo della Knowledge Base direttamente dal modulo del caso.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Casi**.
2. Nell'elenco dei casi aprire il caso su cui si desidera lavorare.
3. Nella scheda **Note e articolo** fare clic sull'icona del pulsante di ricerca del campo **Articolo** e cercare l'articolo oppure selezionare un record da un elenco filtrato nel riquadro **Informazioni e selezione rapida**.
4. Selezionare **Mostra articolo**. Verrà visualizzato l'articolo, insieme a una barra attività che consente di visualizzare i commenti e inviare per posta elettronica l'articolo della Knowledge Base.
5. Fare clic su **Invia articolo Knowledge Base tramite posta elettronica**. Verrà aperto il modulo Posta elettronica in cui sono già presenti tutte le informazioni sul caso.

6. Modificare il messaggio come desiderato. Le modifiche eventualmente apportate all'articolo non verranno tuttavia salvate nell'articolo originale.
7. Scegliere **Invia**.

*Nota: quando l'utente fa clic su **Invia** l'impegno viene completato e chiuso. Verrà registrato nella Cronologia come impegno di posta elettronica completato per il contatto e il caso.*

8. Fare clic su Salva o Salva e chiudi.

Esercitazione pratica: Risolvere un caso utilizzando la Knowledge Base

In questa esercitazione pratica viene illustrato come risolvere un caso utilizzando la Knowledge Base in Microsoft Dynamics CRM.

Scenario

Il cliente [nome società cliente] ha richiesto informazioni sullo stato di un caso. Il cliente segnala di avere incontrato problemi di tipo [descrizione del problema] con il prodotto [nome prodotto] ordinato di recente.

Il rappresentante del servizio clienti (CSR) ha recentemente risolto un caso analogo effettuando una ricerca nella Knowledge Base della società [nome della società] e prevede di risolvere il nuovo caso nello stesso modo.

Descrizione degli obiettivi

Risolvere il caso utilizzando le informazioni disponibili nella Knowledge Base.

Procedura

1. Accedere a Microsoft Dynamics CRM per Outlook come [rappresentante del servizio clienti].
2. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Casi**.
3. In Visualizza scegliere Casi attivi.
4. Nell'elenco dei casi aprire il caso seguente:

Titolo	Numero del caso
[titolo caso]	[numero del caso]

5. Fare clic sulla scheda **Note e articolo**.
6. Nel riquadro **Informazioni e selezione rapida** selezionare **Articolo**.

7. Selezionare l'articolo intitolato: **[titolo articolo della Knowledge Base]**.
8. Scegliere **Risolvi caso** dal menu **Azioni**.
9. Nell'elenco a discesa **Tipo di risoluzione** della finestra di dialogo **Risolvi caso** selezionare Problema risolto.
10. Nel riquadro dei dettagli aggiungere le seguenti informazioni sulla risoluzione:

Tipo di risoluzione	Problema risolto
Risoluzione	Articolo Knowledge Base
Tempo fatturabile	5 minuti
Descrizione	[Cliente soddisfatto della risoluzione]

11. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Condividere casi

I team di servizio clienti utilizzano spesso le code per indicare i gruppi di persone che condividono gli stessi casi. In Microsoft Dynamics CRM i casi in coda rimangono condivisi finché non vengono rimossi dalla coda.

Per la condivisione dei casi, è importante tenere presenti i fattori seguenti:

- Condivisione con altri utenti di Microsoft Dynamics CRM - Può essere necessario condividere i casi anche con altri utenti di Microsoft Dynamics CRM non inclusi nella coda del servizio, ad esempio i venditori.
- Posizione per la condivisione dei casi - Non è consentito condividere casi dall'area di lavoro. È tuttavia possibile condividere casi dall'elenco Casi del modulo Servizi utilizzando la barra degli strumenti Azioni.
- Condivisione di singoli casi - I singoli casi possono essere condivisi anche dal modulo del record, scegliendo il comando Condividi dal menu Azioni.

Nota: la condivisione dei casi è analoga alla condivisione di qualsiasi altro tipo di record di Microsoft Dynamics CRM.

Procedura: Condividere un caso

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Casi**.
2. Nell'elenco dei casi selezionare il caso che si desidera condividere.
3. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Altre azioni** e quindi scegliere **Condividi**.
4. Nella finestra di dialogo Specificare con chi si desidera condividere gli elementi caso selezionati, fare clic su **Aggiungi utente/team** nella sezione Attività comuni.
5. Nella finestra di dialogo Cerca record, in **Cerca** selezionare il tipo di record da trovare (Utente o Team).
6. Fare clic su Cerca i record, digitare le prime lettere del nome del record per restringere la ricerca e quindi fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare i record.
7. Nell'elenco dei record disponibili fare clic su un utente o un team per selezionarlo e quindi fare clic su >> per aggiungere l'utente o il team all'elenco **Record selezionati**.
8. Ripetere il passaggio 7 per aggiungere più utenti o team.
9. Scegliere **OK**.
10. Nella finestra di dialogo Specificare con chi si desidera condividere gli elementi caso selezionati, selezionare il tipo di accesso condiviso desiderato. Le autorizzazioni disponibili sono: Lettura, Scrittura, Eliminazione, Aggiunta, Assegnazione e Condivisione.
11. Scegliere **OK**.

***Esempio:** il rappresentante del servizio clienti riceve una telefonata da un cliente che desidera ottenere informazioni su come ricevere una copia del catalogo prodotti aggiornato. Il rappresentante del servizio clienti può decidere di condividere il caso con il proprietario dell'account, di modo che possa leggere le informazioni correlate al caso. Il rappresentante del servizio clienti può anche creare un impegno per assegnare al proprietario dell'account la responsabilità di inviare il catalogo prodotti al cliente.*

Esercitazione pratica: Condividere un caso

In questa esercitazione pratica viene illustrato come condividere un caso con un altro utente di Microsoft Dynamics CRM.

Scenario

Il rappresentante del servizio clienti riceve una telefonata dal cliente [nome cliente] della società [nome della società], che desidera ottenere informazioni su come rinnovare un contratto di servizio per l'anno successivo.

Descrizione degli obiettivi

Il rappresentante del servizio clienti desidera condividere il caso con il proprietario dell'account, l'utente [nome proprietario account], di modo che possa leggere le informazioni correlate al caso.

Procedura

1. Accedere a Microsoft Dynamics CRM per Outlook come [nome dell'utente].
2. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Casi**.
3. Passare alla visualizzazione **Casi attivi** e selezionare la lettera **[lettera]** sulla barra dell'alfabeto. Nell'elenco dei casi aprire il caso seguente:

Titolo	Numero del caso
[titolo del caso]	[numero del caso]

4. Scegliere **Condividi** dal menu Azioni.
5. In **Attività comuni** fare clic su **Aggiungi utente/team**.
6. Individuare e selezionare l'utente [nome proprietario account], ovvero l'utente con cui si desidera condividere il record.
7. Selezionare il tipo di accesso condiviso che si desidera concedere, scegliendo tra **Lettura**, **Scrittura**, **Aggiunta**, **Assegnazione** o **Condivisione**.
8. Scegliere **OK**.

Inserire un collegamento a un caso in un messaggio di posta elettronica

È possibile inserire un collegamento a un caso in un messaggio di posta elettronica, per consentire ad altri utenti di visualizzare rapidamente il caso. In questo modo i rappresentanti del servizio clienti (CSR) possono inviare un riferimento rapido a un caso, evitando al destinatario di cercarlo e, di conseguenza, permettendo a entrambi di risparmiare tempo e lavoro.

1. Per inviare un singolo collegamento, è possibile aprire il caso e scegliere **Invia collegamento** dal menu Azioni del caso. Nel client di posta elettronica locale verrà automaticamente aperto un messaggio con un collegamento al caso nel corpo del messaggio.
2. In alternativa è possibile inviare i casi selezionati o una visualizzazione corrente dei casi tramite il menu **Altre azioni** della griglia. Anche con questo metodo, nel client di posta elettronica locale viene automaticamente aperto un messaggio con un collegamento a ogni caso nel corpo del messaggio.

Riattivare i casi

Tutti i casi risolti o annullati possono essere riattivati. Quando si riattiva un caso, per l'ultimo impegno di risoluzione chiuso viene impostato lo stato Annullato.

Quando un caso viene riattivato e quindi nuovamente risolto, la modalità utilizzata per calcolare il tempo totale varia a seconda che al caso sia correlato o meno un contratto.

Casi correlati a contratti - Alla riattivazione di un caso risolto il contatore del tempo dedicato agli impegni viene reimpostato. Il tempo dedicato agli impegni chiusi non viene registrato due volte nel contratto, sommandolo al tempo registrato originariamente.

Quando il caso viene nuovamente risolto, nel campo Tempo totale viene visualizzato solo il tempo richiesto dagli impegni chiusi dopo la riattivazione, ma le unità di servizio non vengono più registrate nella voce di contratto, indipendentemente dal numero delle riattivazioni effettuate.

Se si riattiva un caso dopo la scadenza del contratto correlato, verrà visualizzato un messaggio per segnalare all'utente che il contratto è scaduto o è stato annullato. Il caso viene comunque riattivato.

Casi non correlati a contratti - Alla riattivazione di un caso risolto il contatore del tempo dedicato agli impegni non viene azzerato.

Quando un caso riattivato viene nuovamente risolto, nel campo Tempo totale viene visualizzata la somma dei tempi di tutti gli impegni chiusi correlati al caso.

Procedura: Riattivare un caso risolto

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Casi**.
2. Nell'elenco a discesa Visualizza selezionare Casi risolti personali o Casi risolti.
3. Nell'elenco dei casi aprire quello che si desidera riattivare.
4. Scegliere **Riattiva** dal menu **Azioni**.
5. Nella finestra di dialogo **Riattiva il caso selezionato** scegliere **OK**.
6. Modificare le informazioni nel modulo o aggiungere gli impegni desiderati.
7. Fare clic su **Salva** o **Salva e chiudi**.

Esercitazione pratica: Riattivare un caso risolto

In questa esercitazione pratica viene illustrato come riattivare e risolvere un caso in Microsoft Dynamics CRM.

Scenario

Un rappresentante del servizio clienti ha recentemente risolto e chiuso un caso per il cliente [nome cliente] di [nome account].

Due settimane dopo la risoluzione del caso, il cliente [nome cliente] richiama per segnalare che il problema relativo al componente [componente specifico del prodotto] si è ripresentato.

Descrizione degli obiettivi

Il rappresentante del servizio riattiva il caso e crea un nuovo impegno di tipo telefonata.

Procedura

1. Accedere a Microsoft Dynamics CRM per Outlook come [nome dell'utente].

ID utente	[nome dell'utente]
Password	[password]

2. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Account**. In **Visualizza** scegliere **Account attivi**. Aprire il record relativo a [nome account].
3. Nel riquadro di spostamento del modulo fare clic su **Casi**. Nell'elenco a discesa del filtro selezionare **Risolto**. Aprire il caso [nome caso].
4. Scegliere **Riattiva** dal menu **Azioni**.
5. Scegliere **OK** per confermare l'azione.
6. Scegliere **Aggiungi impegno** dal menu **Azioni**, quindi **Telefonata**.
7. Immettere i dettagli della telefonata e fare clic su **Salva come elemento completato**.
8. Scegliere **Salva e chiudi**.

Annullare ed eliminare casi

Tutti i casi attivi possono essere annullati. Quando si annulla un caso non viene creato un impegno di risoluzione, ma vengono eseguite le operazioni seguenti:

- Il caso viene contrassegnato come di sola lettura.
- Viene impostato lo stato **Annullato**.
- Il caso viene rimosso dalla coda Attività personali dell'utente.

Un caso annullato può essere riattivato in qualsiasi momento.

***Nota:** se dopo l'annullamento un caso viene riattivato e quindi risolto, nel campo Tempo totale viene visualizzata la somma dei tempi di tutti gli impegni chiusi correlati al caso, inclusi gli impegni chiusi dopo l'annullamento del caso.*

Eliminare casi

L'eliminazione di un caso è un'azione definitiva. Quando si elimina un caso vengono eliminati anche gli elementi seguenti:

- Impegni
- Note
- Allegati al caso

Come avviene anche per gli altri tipi di record, anziché eliminare i casi è preferibile annullarli.

***Procedura consigliata:** l'eliminazione di un caso consente l'eliminazione del record del problema segnalato dal cliente. Come avviene anche per altri tipi di record, il privilegio di eliminazione dovrebbe essere concesso esclusivamente agli amministratori di sistema e ai responsabili.*

Utilizzare i report sulla gestione dei casi

I report sulla gestione dei casi consentono di tenere traccia dei casi gestiti e dei casi trascurati. Tali report consentono di esaminare i dettagli di casi specifici. I report utilizzati con maggiore frequenza possono essere visualizzati direttamente dai casi, utilizzando l'icona Report della barra degli strumenti Azioni.

Report Tabella riepilogo casi

Questo report consente di determinare i tipi di casi in fase di apertura e risoluzione. È possibile selezionare la modalità di raggruppamento dei dati sia per le righe che per le colonne del report.

Report Casi trascurati

Questo report consente di visualizzare un grafico di tutti i casi attivi che non sono stati modificati o per i quali non sono stati creati impegni o note durante il periodo di tempo specificato. Un rappresentante del servizio clienti può eseguire questo report per identificare i casi che richiedono attenzione.

Un responsabile del supporto o dell'assegnazione delle attività può eseguire questo report per identificare i problemi che richiedono la riassegnazione delle risorse. Per ottenere informazioni dettagliate su un caso trascurato, è possibile fare clic su di esso per aprirlo in Microsoft Dynamics CRM.

Riepilogo

La gestione dei casi costituisce lo scopo principale del modulo Servizio clienti di Microsoft Dynamics CRM. Consente di acquisire tutte le informazioni disponibili sui problemi dei clienti e sui passaggi eseguiti per risolverli. È possibile creare i casi direttamente oppure convertendo in casi gli impegni corrispondenti alla segnalazione iniziale del problema da parte del cliente. È possibile creare gli impegni necessari per risolvere il caso, ad esempio un messaggio di posta elettronica, una telefonata o un'attività, e tenere traccia del tempo dedicato a ogni problema. La Knowledge Base consente all'organizzazione di tenere traccia dei problemi dei clienti e delle relative soluzioni. Gli articoli della Knowledge Base possono essere allegati ai casi e da qui inviati per posta elettronica ai clienti. I casi possono essere condivisi con altri utenti del servizio clienti o con altri gruppi, ad esempio il reparto Vendite.

Verifica

Ciclo di vita dei casi

1. Quale dei seguenti stati non fa parte del ciclo di vita di un caso?
 - Aperto
 - Bloccato
 - Scaduto
 - Annullato

Prodotti correlati ai casi

2. Quanti prodotti è possibile correlare a un caso?
 - Tutti i prodotti desiderati
 - Nessuno
 - Uno dotato di numero di serie e uno senza
 - Uno

Casi non accessibili

3. Dove vengono visualizzati i casi non accessibili in Microsoft Dynamics CRM?
 - Area di lavoro
 - Attività personali
 - Impegni
 - Code

Azioni degli utenti

4. Quale delle azioni seguenti non può essere eseguita da un utente a cui è stato assegnato un caso?
 - Assegnare il caso a un altro utente
 - Rifiutare il caso
 - Accettare il caso
 - Risolvere il caso

Risolvere un caso

5. Quale delle operazioni seguenti viene sempre eseguita dopo la risoluzione di un caso?
- Viene inviato un messaggio di posta elettronica al cliente
 - Viene compilato il campo relativo alla risoluzione
 - Viene creata un'attività di completamento
 - Il caso viene spostato in una coda per la revisione

Riattivare un caso

6. Come si riattiva un caso risolto in Microsoft Dynamics CRM?
- L'operazione viene eseguita da un supervisore
 - Modificando lo stato del caso
 - Scegliendo Riattiva dal menu a discesa Azioni nel modulo del caso chiuso
 - Assegnando il caso a un rappresentante del servizio clienti

Articoli della Knowledge Base

7. Qual è la procedura consigliata per inviare articoli della Knowledge Base ai clienti?
- Creare un messaggio di posta elettronica dagli impegni correlati al caso e utilizzare la funzionalità Inserisci articolo KB
 - Creare un messaggio di posta elettronica in Outlook e allegare l'articolo
 - Creare un messaggio di posta elettronica dall'account e allegare l'articolo
 - Creare un messaggio di posta elettronica dal contatto e allegare l'articolo

Record correlati ai casi

8. Quali record non è possibile correlare a un caso?
- Account
 - Contatto
 - Lead
 - Contratto

Prova pratica 17.1: Gestire i casi

Scenario

Prove pratiche per utenti esperti

In questa prova pratica è necessario associare ogni descrizione al passaggio appropriato del processo di risoluzione dei casi.

Procedura dettagliata

Processo di risoluzione dei casi	Descrizione
Passaggio 1	
Passaggio 2	
Passaggio 3	
Passaggio 4	
Passaggio 5	
Passaggio 6	

Passaggio	Descrizione
A	Il caso viene risolto e chiuso.
B	Il rappresentante del servizio riapre il caso e continua a lavorare su di esso fino alla sua risoluzione.
C	Il caso viene assegnato a un rappresentante del servizio o a una coda.
D	Il cliente può segnalare che il problema non è stato risolto e il caso viene riaperto.
E	Il rappresentante del servizio può creare impegni e comunicazioni, effettuare una diagnosi e ricercare soluzioni esistenti correlate al caso.
F	Viene aperto un caso.

Prova pratica 17.2: Creazione e risoluzione dei casi

In questa prova pratica lo studente deve creare un caso, risolverlo e correlarlo all'account [nome account]. Man mano che si eseguono le istruzioni, utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

[Vedere il capitolo di introduzione all'esercitazione per informazioni sui due livelli di istruzioni delle prove pratiche e la soluzione della prova pratica nell'Appendice B.]

Scenario

L'utente [Nome del CSR] riceve un messaggio di posta elettronica da un cliente. Il cliente è insoddisfatto perché ha ricevuto l'articolo [prodotto] senza le istruzioni per l'assemblaggio. Il cliente desidera ricevere le istruzioni immediatamente. Il rappresentante del servizio clienti (CSR) trova un articolo della Knowledge Base con le istruzioni per l'assemblaggio dell'articolo [prodotto]. Crea un messaggio di posta elettronica dal caso e vi inserisce l'articolo della Knowledge Base, quindi risolve il caso.

Descrizione degli obiettivi

L'utente [Nome del CSR] deve creare un caso per [nome cliente] di [nome società cliente]. Dopo aver creato il caso deve correlarlo all'account [nome account] e risolverlo.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzando le informazioni fornite in precedenza, creare un caso, risolverlo e correlarlo all'account [nome account].

Suggerimenti

Per creare un caso, eseguire la procedura seguente:

Procedura dettagliata

1. Accedere a Microsoft Dynamics CRM per Outlook come [Nome del CSR].

ID utente	Ben
Password	Pa\$\$w0rd

2. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi scegliere **Casi**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.

4. Nel modulo del nuovo caso aggiungere i dettagli relativi al caso:

Titolo	[problema del cliente]
Cliente	[Nome account]
Argomento	[nome argomento]
Tipo di caso	[tipo di problema]
Soddisfazione	Insoddisfatto
Proprietario	[CSR a cui è assegnato il caso]
Motivo stato	In corso
Priorità	Alta

5. Fare clic sulla scheda **Note e articolo** , quindi in Note fare clic sul collegamento e digitare il testo della nota: il cliente desidera ricevere un articolo [prodotto] sostitutivo.
6. Fare clic su **Salva**.

Creare un impegno di posta elettronica:

1. In Dettagli fare clic su **Impegni** e quindi fare clic su **Nuovo elemento Impegno** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
2. Selezionare Posta elettronica e scegliere **OK**.
3. 3Scrivere il messaggio di posta elettronica.
4. Nel modulo Posta elettronica fare clic su **Invia**.

Istruzioni dettagliate per la risoluzione di un caso

Per risolvere il caso:

1. Nel modulo del caso scegliere **Risolvi caso** dal menu **Azioni**.
2. Nella finestra di dialogo Risolvi caso selezionare la modalità di risoluzione del caso in **Tipo di risoluzione**.
3. Nella casella **Risoluzione** digitare una breve descrizione della risoluzione.
4. Il tempo effettivamente dedicato a tutti gli impegni viene automaticamente visualizzato nella casella **Tempo totale** ed è basato sul valore registrato nella casella **Durata** di ogni impegno.

Il valore disponibile in questa casella è di sola lettura e non può essere modificato.

5. Nell'elenco **Tempo fatturabile** selezionare la quantità di tempo dedicata al caso da fatturare al cliente.

Se il caso è collegato a un contratto, la quantità di tempo fatturabile verrà sottratta dal numero di minuti assegnati al contratto.

6. In **Descrizione** digitare una descrizione dettagliata della risoluzione e qualsiasi altra informazione aggiuntiva.
7. Scegliere **OK**.
8. Sulla barra degli strumenti **Standard** fare clic su **Chiudi**.

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Ciclo di vita dei casi

1. Quale dei seguenti stati non fa parte del ciclo di vita di un caso?
 - Aperto
 - Bloccato
 - Scaduto
 - Annullato

Prodotti correlati ai casi

2. Quanti prodotti è possibile correlare a un caso?
 - Tutti i prodotti desiderati
 - Nessuno
 - Uno dotato di numero di serie e uno senza
 - Uno

Casi non accessibili

3. Dove vengono visualizzati i casi non accessibili in Microsoft Dynamics CRM?
 - Area di lavoro
 - Attività personali
 - Impegni
 - Code

Azioni degli utenti

4. Quale delle azioni seguenti non può essere eseguita da un utente a cui è stato assegnato un caso?
 - Assegnare il caso a un altro utente
 - Rifiutare il caso
 - Accettare il caso
 - Risolvere il caso

Risolvere un caso

5. Quale delle operazioni seguenti viene sempre eseguita dopo la risoluzione di un caso?
- Viene inviato un messaggio di posta elettronica al cliente
 - Viene compilato il campo relativo alla risoluzione
 - Viene creata un'attività di completamento
 - Il caso viene spostato in una coda per la revisione

Riattivare un caso

6. Come si riattiva un caso risolto in Microsoft Dynamics CRM?
- L'operazione viene eseguita da un supervisore
 - Modificando lo stato del caso
 - Scegliendo Riattiva dal menu a discesa Azioni nel modulo del caso chiuso
 - Assegnando il caso a un rappresentante del servizio clienti

Articoli della Knowledge Base

7. Qual è la procedura consigliata per inviare articoli della Knowledge Base ai clienti?
- Creare un messaggio di posta elettronica dagli impegni correlati al caso e utilizzare la funzionalità Inserisci articolo KB
 - Creare un messaggio di posta elettronica in Outlook e allegare l'articolo
 - Creare un messaggio di posta elettronica dall'account e allegare l'articolo
 - Creare un messaggio di posta elettronica dal contatto e allegare l'articolo

Record correlati ai casi

8. Quali record non è possibile correlare a un caso?
- Account
 - Contatto
 - Lead
 - Contratto

CAPITOLO 18: CREARE UNA KNOWLEDGE BASE

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Comprendere lo scopo della Knowledge Base di Microsoft Dynamics CRM, i concetti alla base di essa e il ciclo di vita degli articoli in essa contenuti.
- Creare modelli di articolo per la Knowledge Base.
- Creare e inviare articoli della Knowledge Base.
- Approvare, rifiutare e pubblicare un articolo per la Knowledge Base.
- Trovare informazioni nella Knowledge Base.

Introduzione

In questa lezione viene illustrata la Knowledge Base di Microsoft Dynamics CRM e viene spiegato come cercare, individuare e condividere informazioni utilizzando tale archivio. All'inizio della lezione vengono esaminati i concetti fondamentali alla base della Knowledge Base e viene descritto il ciclo di vita degli articoli presenti in essa. Viene quindi trattato il processo di creazione, modifica ed eliminazione di modelli di articolo, articoli e commenti agli articoli e vengono descritte altre attività relative alla gestione della Knowledge Base, ad esempio la pubblicazione e l'annullamento della pubblicazione di articoli.

Che cos'è la Knowledge Base di Microsoft Dynamics CRM?

La Knowledge Base di Microsoft Dynamics CRM rappresenta un archivio delle informazioni strutturate dell'organizzazione. Tali informazioni sono disponibili in forma di articoli e sono organizzate per argomenti in base alla gerarchia dell'albero degli argomenti. La Knowledge Base può contenere molti tipi di articoli, ad esempio:

- Domande frequenti
- Problemi comuni e relative soluzioni
- Informazioni schematiche
- Manuali dell'utente relativi ai prodotti
- Fogli dati
- Pianificazioni di versioni

La Knowledge Base deve contenere tutte le informazioni necessarie ai rappresentanti del servizio clienti (CSR) per rispondere alle domande relative a prodotti o servizi. Per servizio si intende un *tipo di lavoro eseguito per un cliente da una o più risorse. I servizi sono impegni pianificabili*. I CSR possono collegare un articolo a un caso, ovvero a un *problema segnalato al servizio clienti da un cliente e alle attività utilizzate dai rappresentanti del servizio clienti per risolvere il problema stesso*, allo scopo di registrare le informazioni fornite al cliente. In Microsoft Dynamics CRM sono disponibili strumenti e modelli per creare, modificare e pubblicare contenuto basato su browser relativo ai prodotti e ai servizi dell'organizzazione.

La Knowledge Base di Microsoft Dynamics CRM offre i vantaggi seguenti:

- Tutte le informazioni sono disponibili in un'unica posizione.
- Le informazioni sono formattate in modo uniforme.
- Le informazioni sono sempre disponibili.
- Le informazioni sono visibili a tutti gli utenti dell'organizzazione che dispongono delle autorizzazioni appropriate.
- È possibile eseguire ricerche all'interno della Knowledge Base in base al numero, al titolo o all'argomento dell'articolo. È inoltre possibile eseguire una ricerca full-text o per parole chiave.

Per la maggior parte delle aziende con un reparto dedicato al servizio clienti è necessaria un'area centrale da destinare all'archiviazione delle informazioni utili per la risoluzione dei problemi dei clienti o per rispondere alle domande di questi. Grazie allo strumento Knowledge Base, per i prodotti e i servizi dell'organizzazione gli utenti interni hanno a disposizione tutte le informazioni utili per rispondere alle domande più frequenti dei clienti. Tali informazioni sono disponibili in forma di articoli e sono organizzate per argomenti.

***Procedura consigliata:** al momento di decidere a chi assegnare i privilegi necessari per creare, approvare, rifiutare e pubblicare articoli della Knowledge Base, è necessario tenere conto di alcune considerazioni. Gli articoli rappresentano una risorsa di fondamentale importanza per gli utenti che desiderano trovare informazioni relative ai prodotti e alla risoluzione di problemi, oltre alle informazioni sulla società. Per mantenere la coerenza e la precisione delle informazioni, è inoltre necessario pianificare le voci corrispondenti ad articoli prima di immettere i dati nel modulo.*

Concetti di base sulla Knowledge Base

Prima di illustrare l'utilizzo dello strumento Knowledge Base è importante presentare la definizione di alcuni termini e comprendere alcuni concetti chiave:

- **Articolo:** tipo di contenuto strutturato pubblicato nella Knowledge Base e disponibile per le ricerche eseguite dagli utenti. Gli articoli sono basati su modelli e vengono sottoposti a un processo di approvazione.
- **Modello di articolo:** modello utilizzato per la creazione di un articolo. Nel modello sono descritte le sezioni e la formattazione da utilizzare per l'articolo.
- **Commento articolo:** note all'interno dell'articolo, utilizzabili per acquisire commenti sull'articolo stesso. Tali commenti rappresentano note a margine dell'articolo principale e possono essere visualizzati durante la lettura dell'articolo. Se l'articolo viene inviato tramite posta elettronica, i commenti non vengono inviati.

La Knowledge Base è simile ad altri tipi di record in Microsoft Dynamics CRM. La gestione e il funzionamento della Knowledge Base, tuttavia, per alcuni aspetti è diversa.

La creazione di articoli della Knowledge Base avviene tramite modelli. Un modello contiene la struttura dell'articolo (sezioni), che determina la visualizzazione del contenuto. È possibile creare e archiviare un numero illimitato di modelli e articoli.

***Procedura consigliata:** è consigliabile impiegare tutto il tempo necessario per progettare modelli per Knowledge Base ben organizzati. È inoltre consigliabile creare un numero limitato di modelli, per evitare confusione sul modello da utilizzare al momento di creare un articolo.*

L'accesso agli articoli della Knowledge Base è regolato dai privilegi dell'utente. Gli articoli non possono essere assegnati o condivisi. Gli utenti possono o non possono accedere agli articoli. Gli articoli della Knowledge Base sono visibili a tutti gli utenti che dispongono dei privilegi di protezione appropriati.

Il contenuto di un articolo della Knowledge Base può essere inviato per posta elettronica a qualsiasi account, contatto, lead, coda o utente. Gli articoli della Knowledge Base possono essere inoltre allegati ai casi. È possibile effettuare ricerche negli articoli, che sono organizzati in base all'argomento per semplificare la ricerca.

Ciclo di vita degli articoli della Knowledge Base

Il ciclo di vita degli articoli della Knowledge Base garantisce che solo gli articoli approvati siano visibili e disponibili per la ricerca e la selezione da parte degli utenti delle applicazioni. Il processo di approvazione consente il controllo del contenuto pubblicato. Il ciclo di vita degli articoli della Knowledge Base è il seguente:

1. Un nuovo articolo viene creato come bozza. Gli articoli bozza si trovano nella cartella Bozze della Knowledge Base.
2. L'articolo bozza viene salvato e inviato per l'approvazione. Quando si invia un articolo bozza, quest'ultimo viene spostato dalla cartella Bozze alla cartella Non approvati in attesa della revisione e dell'approvazione o del rifiuto.

Se l'articolo viene rifiutato, torna nella cartella Bozza. Per l'articolo viene ripristinato lo stato Bozza. All'articolo viene aggiunto un commento di rifiuto. Per visualizzare tale commento fare clic sulla scheda **Commenti**.

3. Quando l'articolo viene approvato, viene spostato dalla cartella Non approvati alla cartella Pubblicati ed è visibile per tutti gli utenti mediante la funzione di ricerca degli articoli della Knowledge Base nell'area Articoli dell'area di lavoro.

***Nota:** quando un articolo della Knowledge Base viene pubblicato, per l'indicizzazione da parte del server e la disponibilità per la ricerca full-text sono necessari 15 minuti. Gli amministratori possono configurare l'intervallo di tempo tra le operazioni di indicizzazione di nuovi articoli.*

L'accesso agli articoli della Knowledge Base è regolato dai privilegi dell'utente. Gli articoli non possono essere assegnati o condivisi. Gli utenti possono o non possono accedere agli articoli. Gli articoli della Knowledge Base sono visibili a tutti gli utenti che dispongono dei privilegi di protezione appropriati.

Il contenuto di un articolo della Knowledge Base può essere inviato per posta elettronica a qualsiasi account, contatto, lead, coda o utente. Gli articoli della Knowledge Base possono essere inoltre allegati ai casi. È possibile effettuare ricerche negli articoli, che sono organizzati in base all'argomento per semplificare la ricerca.

Utilizzare modelli di articolo

La Knowledge Base è un sistema basato su modelli. Prima di creare un articolo è quindi necessario creare almeno un modello di articolo. Solo gli utenti con privilegi di protezione appropriati sono in grado di creare modelli di articolo. Al momento della creazione di un modello di articolo, tenere conto degli aspetti seguenti:

- **Presentazione delle informazioni:** uno dei vantaggi chiave dei modelli della Knowledge Base è la possibilità di presentare in modo coerente le informazioni degli articoli in essa contenuti.
- **Sezioni con titolo:** i modelli sono composti da sezioni con titolo che indicano i punti in cui inserire il testo al momento della creazione dell'articolo.
- **Descrizioni:** ogni sezione con titolo dispone di una casella di descrizione in cui l'autore può immettere alcune istruzioni destinate agli utenti per la creazione degli articoli. Le istruzioni fungono da promemoria per il tipo di informazioni da immettere in ogni sezione.

Procedura: Creare un modello di articolo

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**, fare clic su **Modelli** e quindi fare clic su **Modelli di articolo**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nella finestra di dialogo Proprietà modello di articolo digitare il titolo e la descrizione del nuovo articolo, selezionare una lingua e quindi fare clic su **OK**.
4. Formattare il modello utilizzando il riquadro del menu Attività comuni:
 - Aggiungere una sezione: scegliere **Aggiungi sezione** e immettere testo.
 - Riposizionare una sezione: selezionare una sezione e utilizzare le frecce per spostarla verso l'alto o verso il basso.
 - Rimuovere una sezione: selezionare una sezione, fare clic su **Rimuovi sezione** e quindi fare clic su **OK**.
 - Modificare una sezione: selezionare una sezione, fare clic su **Proprietà sezione** e quindi modificare il testo.
5. Per formattare il testo, fare clic sulla freccia accanto a **Modifica** e selezionare il titolo, le intestazioni o il corpo del testo per le sezioni dell'articolo. Per formattare il testo, il tipo di carattere, le dimensioni del carattere e il colore utilizzare le opzioni sulla barra degli strumenti **Modifica**.
6. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Nota: subito dopo il salvataggio il modello è attivo e disponibile per la creazione di articoli.

Disattivare e attivare modelli di articolo

Per rendere un modello di articolo non disponibile per la creazione di nuovi articoli, è possibile disattivarlo. Il vantaggio della disattivazione rispetto all'eliminazione di un modello consiste nella possibilità di riattivarlo nel caso si decida di riutilizzare il modello in seguito.

Con la disattivazione il modello viene rimosso dall'elenco dei modelli disponibili per la creazione di nuovi articoli. Il modello, tuttavia, è ancora presente nella visualizzazione elenco dei modelli della Knowledge Base.

***Nota:** non è possibile eliminare modelli di articolo se nella Knowledge Base esistono articoli basati su di essi. In un articolo, infatti, sono contenuti solo i dati, mentre la struttura deriva dal modello. Se si desidera eliminare un modello di articolo, è necessario innanzitutto eliminare tutti gli articoli nei quali è utilizzato.*

Procedura: Disattivare o attivare un modello di articolo

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**, fare clic su **Modelli** e quindi fare clic su **Modelli di articolo**.
2. Nell'elenco dei modelli selezionare il modello che si desidera disattivare o attivare.
3. Scegliere **Disattiva** o **Attiva** dal menu **Altre azioni**.
4. Nel messaggio di conferma fare clic su **OK**.

***Nota:** se è impostata la visualizzazione **Modelli di articolo attivi**, il modello disattivato non sarà più visualizzato. Per visualizzare sia i modelli attivi che quelli inattivi, selezionare **Tutti i modelli di articolo**.*

Esercitazione pratica: Utilizzare modelli di articolo

In questa esercitazione pratica viene illustrato come creare un modello di articolo in Microsoft Dynamics CRM.

Scenario

Il responsabile del servizio clienti di [azienda utente] desidera creare modelli di Knowledge Base in Microsoft Dynamics CRM per le domande frequenti.

Grazie alla possibilità di utilizzare una struttura uniforme, infatti, i modelli garantiscono una presentazione coerente degli articoli della Knowledge Base.

Descrizione degli obiettivi

Il responsabile del servizio clienti creerà un modello di articolo in Microsoft Dynamics CRM.

Procedura

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**, fare clic su **Modelli** e quindi fare clic su **Modelli di articolo**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nella finestra di dialogo Proprietà modello di articolo immettere le informazioni indicate nella tabella e fare clic su **OK**.

Titolo [Titolo]

Descrizione [Descrizione]

Lingua Italiano

4. Nell'area Attività comuni fare clic su **Aggiungi sezione**.
5. In Titolo immettere le informazioni indicate nella tabella e fare clic su **OK**.

Titolo [Titolo per la domanda]

6. Nell'area Attività comuni fare clic su **Aggiungi sezione**.
7. Nella casella **Titolo** immettere le informazioni della tabella seguenti e fare clic su **OK**.

Titolo [Titolo per la risposta]

8. Fare clic su Salva o Salva e chiudi.

Creare e inviare articoli

Gli articoli della Knowledge Base costituiscono una risorsa fondamentale per i rappresentanti del servizio clienti (CSR), poiché contengono le informazioni necessarie per rispondere alle domande più frequenti poste dai clienti in merito a un prodotto o un servizio.

È possibile creare nuovi articoli utilizzando un modello predefinito che renda disponibili una struttura e una formattazione. Quando si crea un articolo, è possibile includere un titolo, un argomento e alcune parole chiave.

Le modifiche apportate alla Knowledge Base non vengono applicate immediatamente. Microsoft Dynamics CRM aggiorna automaticamente l'indice del catalogo ogni 15 minuti per riflettere le modifiche, incluse l'aggiunta, l'eliminazione o la modifica di articoli.

È possibile creare flussi di lavoro e applicarvi articoli, commenti di articoli e modelli di articolo. Per ulteriori informazioni su come creare e applicare un flusso di lavoro, vedere la Lezione 4, Visualizzazione centrata sul cliente.

Procedura: Creare un articolo

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Knowledge Base**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nella finestra di dialogo Seleziona modello selezionare il modello da utilizzare e quindi fare clic su **OK**.
4. In **Titolo** immettere il titolo dell'articolo.
5. In **Argomento** immettere l'argomento dell'articolo. È possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare un argomento.
6. In **Parole chiave** digitare le parole chiave pertinenti per l'articolo. Separare ogni parola chiave (*parola associata a un articolo per semplificarne l'identificazione in una ricerca*) con una virgola.

***Procedura consigliata:** per aumentare le probabilità che le parole utilizzate dagli utenti per la ricerca restituiscano gli articoli desiderati, includere sinonimi tra le parole chiave, ad esempio bici, bicicletta e mountain bike.*

7. Per scrivere il contenuto dell'articolo, fare clic in una sezione del modulo e digitare. Per formattarlo, utilizzare gli strumenti di modifica della barra degli strumenti **Formattazione**.
8. Fare clic su **Salva e chiudi**.

***Nota:** negli articoli della Knowledge Base è possibile fare riferimento agli indirizzi di siti Web. Fare riferimento a URL è utile se un sito Web contiene informazioni aggiuntive.*

***Nota:** non è possibile collegare casi alla Knowledge Base. È tuttavia possibile utilizzare i casi come una Knowledge Base di tipo diverso. È possibile utilizzare il campo **Descrizione** del modulo dei casi nello strumento Ricerca avanzata per cercare casi risolti e le risoluzioni di casi simili. Per ulteriori informazioni sui casi, vedere la Lezione 17, Gestione dei casi.*

Inviare un articolo

Dopo aver salvato l'articolo, è possibile inviarlo per la pubblicazione. Qualsiasi utente che disponga di privilegi appropriati è in grado di inviare un articolo bozza per la pubblicazione. Dopo l'invio, l'articolo viene spostato nella cartella Non approvati in Gestione Knowledge Base.

Il responsabile della Knowledge Base può rivedere, modificare rifiutare o approvare l'articolo nella cartella Non approvati. Se un articolo viene rifiutato, viene visualizzata la finestra di dialogo Rifiuta articolo, che consente al responsabile di inserire commenti relativi al motivo del rifiuto.

Procedura: Inviare un articolo per l'approvazione

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Knowledge Base**.
2. Nella Knowledge Base fare clic sulla cartella **Bozze**.
3. Nell'elenco degli articoli, selezionare l'articolo da inviare per l'approvazione.
4. Fare clic su **Invia** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
5. Nel messaggio di conferma fare clic su **OK**.

Esercitazione pratica: Creare un articolo

In questa esercitazione pratica viene illustrato come creare articoli della Knowledge Base in Microsoft Dynamics CRM.

Scenario

Il rappresentante del servizio clienti ha ricevuto numerose chiamate da clienti che chiedevano come trovare il [tipo di prodotto] più adatto per le loro esigenze. Il rappresentante del servizio clienti desidera inserire questa informazione all'interno della Knowledge Base di [nome azienda utente] per renderla disponibile ad altri CSR.

Descrizione degli obiettivi

Il CSR deve creare un nuovo articolo in Microsoft Dynamics CRM. Nell'articolo saranno incluse la domanda del cliente e le informazioni pertinenti per rispondere alla domanda.

Procedura

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Knowledge Base**.
2. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
3. Nella finestra di dialogo Seleziona modello, in **Lingua**, selezionare la lingua per il modello. In **Modelli interni** selezionare il modello **Domanda e risposta**. Fare clic su **OK**.
4. In **Titolo** immettere [titolo dell'articolo].
5. In **Argomento** immettere l'argomento dell'articolo. Fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per cercare un argomento.
6. In **Parole chiave** digitare le parole chiave pertinenti per l'articolo, separate da una virgola: [parola chiave 1, parola chiave 2, parola chiave 3, parola chiave 4].

7. Nel corpo dell'articolo immettere:

Domanda: [domanda per l'articolo]

Risposta: [risposta per l'articolo]

8. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Nota: Microsoft Dynamics CRM sposterà automaticamente l'articolo nella cartella Bozze della Knowledge Base.

9. Nell'elenco degli articoli selezionare l'articolo e quindi fare clic su **Invia**.

Approvare, pubblicare e rifiutare un articolo

Dopo l'esecuzione del controllo grammaticale, ortografico e della correttezza del contenuto, l'articolo è pronto per l'approvazione. L'approvazione di un articolo corrisponde al processo di pubblicazione dell'articolo stesso nella Knowledge Base. Gli articoli pubblicati vengono spostati dalla cartella Non approvati alla cartella Pubblicati. Sono di sola lettura e non è quindi possibile modificarli.

Gli articoli pubblicati nella Knowledge Base sono disponibili per la visualizzazione o la ricerca. Gli utenti con i privilegi di protezione appropriati possono aggiungere commenti agli articoli pubblicati in qualsiasi momento.

Rifiutare un articolo

Per impostazione predefinita, ogni volta che un articolo viene rifiutato durante il processo di revisione vengono eseguite le azioni seguenti:

- Viene creato un nuovo commento con il titolo "Invio articolo - Rifiutato".
- L'articolo viene spostato di nuovo nella cartella Bozze.
- Lo stato dell'articolo viene impostato su Bozza.

Procedura: Approvare e pubblicare o rifiutare un articolo

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Knowledge Base**.
2. Nella Knowledge Base fare clic sulla cartella **Non approvati**.
3. Nell'elenco selezionare e aprire l'articolo che si desidera rivedere.
4. Dopo aver rivisto l'articolo, scegliere una delle opzioni seguenti sulla barra degli strumenti **Azioni**:
 - **Approva** per approvare l'articolo e quindi fare clic su **Chiudi**. L'articolo approvato verrà spostato nella cartella Pubblicati dell'area Knowledge Base.

- **Rifiuta** per rifiutare l'articolo. Se si rifiuta l'articolo, nella finestra di dialogo Motivo del rifiuto, in **Titolo commento**, immettere un titolo e quindi nella casella spiegare all'autore il motivo del rifiuto dell'articolo. Fare clic su **OK**.

5. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Modificare e rimuovere articoli

Periodicamente può essere necessario aggiornare gli articoli. Durante gli aggiornamenti gli articoli non sono disponibili nella Knowledge Base. Dopo l'esecuzione delle modifiche, approvare e ripubblicare gli articoli per renderli di nuovo disponibili.

Nota: le modifiche apportate alla Knowledge Base non vengono applicate immediatamente. Microsoft Dynamics CRM aggiorna automaticamente l'indice del catalogo ogni 15 minuti per riflettere le modifiche, incluse l'aggiunta, l'eliminazione o la modifica di articoli.

Procedura: Modificare un articolo

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Knowledge Base**.
2. Nella Knowledge Base fare clic sulla cartella contenente l'articolo da modificare.
3. Selezionare e aprire l'articolo da modificare nell'elenco. Se l'articolo si trova nella cartella **Pubblicati**, selezionarlo e fare clic su **Annulla pubblicazione** sulla barra degli strumenti **Azioni**. Nel messaggio di conferma fare clic su **OK**. Passare alla cartella **Non approvati** e quindi selezionare e aprire l'articolo nell'elenco.
4. Modificare l'articolo in base alle esigenze. Al termine, fare clic su **Salva e chiudi**.

Annullare la pubblicazione di articoli ed eliminarli

Se un articolo è obsoleto o non corretto, annullarne temporaneamente la pubblicazione, eseguire le modifiche desiderate e quindi ripubblicarlo. Quando si annulla la pubblicazione di un articolo, questo viene rimosso dalla Knowledge Base e non è possibile visualizzarlo né includerlo in una ricerca. L'articolo viene spostato di nuovo nella cartella Non approvati, dove è possibile modificarlo, rifiutarlo o eliminarlo.

Gli articoli bozza e non approvati possono essere eliminati da Microsoft Dynamics CRM. Per eliminare un articolo pubblicato, è innanzitutto necessario annullarne la pubblicazione e quindi eliminarlo dalla cartella Non approvati.

Procedura: Annullare la pubblicazione di un articolo

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Knowledge Base**.
2. Nella Knowledge Base fare clic sulla cartella **Pubblicati**.
3. Selezionare l'articolo di cui si desidera annullare la pubblicazione senza aprirlo.
4. Fare clic su **Annulla pubblicazione** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
5. Nel messaggio di conferma fare clic su **OK**.

Nota: l'articolo verrà spostato automaticamente dalla cartella Pubblicati alla cartella Non approvati. È possibile rivedere e inviare di nuovo l'articolo per l'approvazione e la pubblicazione oppure eliminarlo.

Trovare informazioni nella Knowledge Base

Per cercare informazioni all'interno della Knowledge Base sono disponibili diverse possibilità. È possibile scegliere uno dei metodi seguenti:

- **Ricerca full-text:** consente di eseguire una ricerca all'interno del testo completo degli articoli della Knowledge Base in base al valore immesso.
- **Ricerca per parola chiave:** consente di eseguire la ricerca solo all'interno delle parole chiave immesse per gli articoli.
- **Ricerca per titolo:** consente di eseguire la ricerca solo all'interno dei titoli degli articoli.
- **Ricerca per numero articolo:** consente di eseguire la ricerca solo tra i numeri di articolo generati dal sistema e assegnati agli articoli al momento della creazione. Utilizzare questo metodo di ricerca se si conosce il numero dell'articolo.
- **Elenco argomenti:** consente di visualizzare gli articoli all'interno della gerarchia dell'albero degli argomenti.

Procedura: Trovare articoli mediante la ricerca full-text

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro**, fare clic su **Attività personali** e quindi fare clic su **Articoli**.
2. In **Cerca** digitare una parola o una frase.
3. Facoltativo: in **Argomento** digitare parte dell'argomento e quindi fare clic sull'icona del pulsante di ricerca per selezionare l'argomento.

4. In Opzioni selezionare **Testo esatto** per limitare la ricerca alle parole specifiche immesse in **Cerca** o selezionare **Parole simili** per estendere l'ambito di ricerca a testo correlato.
5. Fare clic su **Cerca**.

Procedura: Trovare articoli mediante l'elenco argomenti

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro**, fare clic su **Attività personali** e quindi fare clic su **Articoli**.
2. Fare clic sulla casella **Ricerca full-text** e selezionare **Elenco argomenti** nell'elenco a discesa.
3. Fare clic su un argomento per visualizzare l'elenco degli articoli della Knowledge Base pubblicati di tale argomento.

***Procedura consigliata:** nella Knowledge Base gli argomenti sono utilizzati per organizzare gli articoli. Durante l'implementazione iniziale è quindi consigliabile dedicare il tempo necessario alla creazione di un elenco argomenti completo e pertinente. Verificare che il catalogo degli argomenti creato sia logico, coerente e di facile consultazione durante una ricerca di prodotti, casi e articoli della Knowledge Base.*

Aggiungere ed eliminare commenti articolo

Utilizzare i commenti per raccogliere correzioni e aggiunte relative agli articoli. In genere, tutti i rappresentanti del servizio clienti possono aggiungere commenti ad articoli pubblicati o non approvati. Eliminare i commenti dopo che le relative correzioni sono state inserite nell'articolo.

Procedura: Aggiungere o eliminare un commento

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Knowledge Base**.
2. Nella Knowledge Base fare clic sulla cartella contenente l'articolo che si desidera commentare.
3. Selezionare e aprire l'articolo nell'elenco.
4. Per aggiungere un commento, nella scheda **Commenti** fare clic su **Nuova entità Commento articolo**. Nella finestra di dialogo **Commento sull'articolo**, in **Titolo commento**, immettere il titolo del commento. Nella casella digitare il commento. Fare clic su **OK**.

5. Facoltativo: per eliminare un commento, selezionare il commento desiderato e quindi nella scheda **Commenti** fare clic su **Elimina**. Nel messaggio di conferma fare clic su **OK**.

Nota: non è possibile recuperare i commenti eliminati.

6. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Riepilogo

Gli articoli della Knowledge Base costituiscono una risorsa fondamentale per i rappresentanti del servizio clienti, poiché contengono le informazioni necessarie per rispondere alle domande più frequenti poste dai clienti. Per la creazione di articoli della Knowledge Base viene utilizzato un processo standard che garantisce l'esecuzione di controlli di qualità. Gli articoli vengono archiviati nel database della Knowledge Base, che consente agli utenti interni di elencare le informazioni per argomento o di eseguire ricerche per numero di articolo, parole chiave e titolo, oltre a ricerche full-text.

I modelli di articolo della Knowledge Base costituiscono un sistema di strutturazione delle informazioni immesse nella Knowledge Base. In Microsoft Dynamics CRM è disponibile un processo per la stesura in bozza, l'invio, la revisione e la pubblicazione degli articoli della Knowledge Base. Gli utenti con privilegi di protezione a livello di responsabile possono approvare, rifiutare e modificare articoli inviati alla revisione, aggiungervi commenti, nonché annullarne la pubblicazione.

Verifica

Modificare un articolo

1. Prima di modificare un articolo della Knowledge Base pubblicato, quale passaggio è necessario eseguire?
 - Approvare l'articolo
 - Rifiutare l'articolo
 - Annullare la pubblicazione dell'articolo
 - Inviare l'articolo

Ciclo di vita

2. Quale degli stati seguenti non corrisponde a una fase del ciclo di vita di un articolo della Knowledge Base?
 - Bozze
 - Bloccati
 - Pubblicati
 - Non approvati

Stato della Knowledge Base

3. Quale dei seguenti non corrisponde a uno stato di un articolo della Knowledge Base? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Pubblicato
 - Rifiutato
 - Indicizzato
 - Bozze

Ricerca

4. Quale dei metodi seguenti non è valido per la ricerca di un articolo della Knowledge Base?
 - Ricerca full-text
 - Testo abbreviato
 - Ricerca per titolo
 - Numero di articolo

Pubblicazione

5. Come avviene la pubblicazione di un articolo della Knowledge Base?
- Tramite la scheda Code articoli approvare un articolo bozza
 - Tramite la scheda Code articoli approvare un articolo non approvato
 - Tramite l'Area di lavoro, attivare il menu Knowledge Base
 - Dalla Home page passare al menu Impostazioni

Rifiutare un articolo

6. Quando la pubblicazione di un articolo viene rifiutata, a quale cartella viene inviato l'articolo?
- Bozze
 - Non approvati
 - Pubblicati
 - Approvati

Prova pratica 18.1: Creare, inviare e pubblicare articoli della Knowledge Base

In questa prova pratica verrà creato, inviato e pubblicato un articolo della Knowledge Base. Man mano che si eseguono le istruzioni, utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Vedere la lezione di introduzione all'esercitazione per informazioni sui due livelli di istruzioni delle prove pratiche e la soluzione della prova pratica nell'Appendice B.

Scenario

Il rappresentante del servizio clienti crea un nuovo caso per [nome cliente] relativo a [problema prodotto] e quindi crea un impegno per contattare il controllo qualità in merito agli eventuali difetti di [nome prodotto].

Il controllo qualità informa il rappresentante del servizio clienti dell'esistenza di un difetto in [nome prodotto] e chiede di creare un articolo per la Knowledge Base.

Per la creazione dell'articolo per la Knowledge Base il rappresentante del servizio clienti è tenuto a utilizzare il modello di articolo Soluzione a un problema. Il rappresentante del servizio clienti desidera informare i clienti che [nome della società] ha deciso di sostituire gratuitamente tutti i pezzi di [nome prodotto] difettosi.

Per qualificarsi per l'offerta, il cliente deve indicare a [nome della società] le informazioni sull'account e la data e l'ora in cui desidera che il [prodotto] difettoso venga ritirato e sostituito con un nuovo modello.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzando le informazioni dello Scenario, creare e pubblicare il nuovo articolo della Knowledge Base.

Nota: poiché questa operazione non può essere eseguita nel client Microsoft Dynamics CRM per Outlook, effettuare l'accesso all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM.

Suggerimenti

Per creare e pubblicare un articolo, eseguire la procedura seguente.

Procedura dettagliata

1. Utilizzare le informazioni indicate in questa tabella per creare un articolo della Knowledge Base con il modello Soluzione a un problema.
 - **Titolo** [Difetto nome prodotto]
 - **Argomento** [argomento]
 - **Parole chiave** [parola chiave 1, parola chiave 2, parola chiave 3, parola chiave 4]
 - **Problema** [nome prodotto] è difettoso
 - **Soluzione** Il cliente deve indicare la data e l'ora in cui desidera che il [prodotto] difettoso venga ritirato e sostituito
 - **Commenti aggiuntivi** Chiedere le informazioni del codice a barre di [prodotto]. Per assistenza, vedere la procedura precedente "Creare un articolo".
2. Fare clic su **Salva e chiudi**.
3. Selezionare l'articolo appena creato nella cartella Bozze e fare clic su **Invia**. Nella finestra di dialogo **Conferma invio** fare clic su **OK**.
4. Selezionare l'articolo nella cartella Non approvati e fare clic su **Approva**. Nella finestra di dialogo **Conferma approvazione** fare clic su **OK**.
5. Selezionare la cartella **Pubblicati**. L'articolo si trova in questa cartella.

(Per assistenza, vedere la procedura Approvare e pubblicare o rifiutare un articolo).

Prova pratica 18.2: Rivedere, approvare e rifiutare articoli per la Knowledge Base

In questa prova pratica verranno rivisti, approvati e rifiutati articoli per la Knowledge Base. Man mano che si eseguono le istruzioni, utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Vedere il capitolo di introduzione all'esercitazione per informazioni sui due livelli di istruzioni delle prove pratiche e la soluzione della prova pratica nell'Appendice B.

Scenario

Il responsabile del servizio clienti desidera verificare se sono stati inviati nuovi articoli per la Knowledge Base. Il rappresentante del servizio clienti ha inviato più articoli per l'approvazione. Il responsabile del servizio clienti rivede e approva gli articoli [titolo articolo 1] e [titolo articolo 2], mentre rifiuta l'articolo dal titolo [titolo articolo 3] poiché questo articolo non è dettagliato come necessario.

Rivedere gli articoli per la Knowledge Base e approvarli o rifiutarli ad uno ad uno.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzando le informazioni dello Scenario, approvare e rifiutare gli articoli per la Knowledge Base.

Nota: poiché questa operazione non può essere eseguita nel client Microsoft Dynamics CRM per Outlook, effettuare l'accesso all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM.

Suggerimenti

Per creare, approvare e pubblicare articoli, eseguire la procedura seguente.

Procedura dettagliata

1. Accedere all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM come Ben Burton. Il nome utente è Ben e la password è Pa\$\$w0rd.
2. Creare due articoli utilizzando la procedura della prova pratica precedente. Assegnare a un articolo il titolo [articolo 1] e all'altro il titolo [articolo 2]. Inviare entrambi gli articoli.
3. Disconnettersi e quindi accedere come Stefan Delmarco, responsabile CSR. Il nome utente è Stefan e la password è Pa\$\$w0rd.
4. Passare alla cartella Non approvati nella Knowledge Base.
5. Rivedere l'articolo della Knowledge Base intitolato [articolo 1] nella cartella Non approvati. Fare clic su **Approva** per pubblicare l'articolo.
6. Rivedere l'articolo della Knowledge Base intitolato [articolo 2] nella cartella Non approvati. **Rifiutare** la pubblicazione di questo articolo e indicare il motivo del rifiuto.

Per assistenza, vedere la procedura Approvare e pubblicare o rifiutare un articolo.

7. Disconnettersi e quindi accedere come Ben Burton. Il nome utente è Ben e la password è Pa\$\$w0rd.
8. Fare clic sulla cartella **Bozze** e visualizzare l'articolo rifiutato. Si noti che il motivo del rifiuto è visualizzato nella scheda Commenti.
9. Fare clic sulla cartella Pubblicati e visualizzare l'articolo approvato.

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Modificare un articolo

1. Prima di modificare un articolo della Knowledge Base pubblicato, quale passaggio è necessario eseguire?
 - Approvare l'articolo
 - Rifiutare l'articolo
 - Annullare la pubblicazione dell'articolo
 - Inviare l'articolo

Ciclo di vita

2. Quale degli stati seguenti non corrisponde a una fase del ciclo di vita di un articolo della Knowledge Base?
 - Bozze
 - Bloccati
 - Pubblicati
 - Non approvati

Stato della Knowledge Base

3. Quale dei seguenti non corrisponde a uno stato di un articolo della Knowledge Base? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Pubblicato
 - Rifiutato
 - Indicizzato
 - Bozze

Ricerca

4. Quale dei metodi seguenti non è valido per la ricerca di un articolo della Knowledge Base?
 - Ricerca full-text
 - Testo abbreviato
 - Ricerca per titolo
 - Numero di articolo

Pubblicazione

5. Come avviene la pubblicazione di un articolo della Knowledge Base?
- Tramite la scheda Code articoli approvare un articolo bozza
 - Tramite la scheda Code articoli approvare un articolo non approvato
 - Tramite l'Area di lavoro, attivare il menu Knowledge Base
 - Dalla Home page passare al menu Impostazioni

Rifiutare un articolo

6. Quando la pubblicazione di un articolo viene rifiutata, a quale cartella viene inviato l'articolo?
- Bozze
 - Non approvati
 - Pubblicati
 - Approvati

CAPITOLO 19: GESTIRE LE CODE PER IL SERVIZIO CLIENTI

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Comprendere i concetti fondamentali alla base delle code e del flusso di casi e impegni nelle code.
- Creare code pubbliche e regole di distribuzione per esse.
- Imparare la procedura per eliminare le code.
- Lavorare con le code, ad esempio assegnare elementi e accettarli.

Introduzione

In questa lezione viene spiegato il funzionamento delle code di Microsoft Dynamics CRM per il servizio clienti, con informazioni su come creare code pubbliche e regole di distribuzione per le code. Viene illustrato il processo di eliminazione delle code e viene spiegato come visualizzare l'elenco dei casi e degli impegni nelle code e come accettare e assegnare elementi dalle code.

Informazioni generali sulle code

Microsoft Dynamics CRM include strumenti di accodamento e distribuzione progettati per migliorare la gestione delle richieste in ingresso dirette al servizio clienti. Le code di Microsoft Dynamics CRM sono cartelle pubbliche che contengono un elenco dei casi o degli impegni registrati nel sistema.

Il sistema include due code di lavoro personali standard:

- **Assegnate:** questa cartella contiene casi e impegni attivi assegnati all'utente ma non ancora accettati e può includere i messaggi di posta elettronica ricevuti.
- **In corso:** questa cartella contiene casi e impegni accettati sui quali si sta lavorando.

L'organizzazione può creare altre code per gestire elementi di lavoro. È possibile creare code basate su assegnazioni di team esistenti o su competenze specifiche, nonché modificarle e unirle quando le esigenze dell'organizzazione, dei prodotti e dei clienti cambiano. Decidere la struttura adeguata per le code e creare le regole di distribuzione per spostare casi o impegni nelle code appropriate. L'obiettivo della creazione di più code è mantenere separato ogni caso per garantire che il rappresentante o il team competente si stia occupando del cliente nei tempi previsti. L'utilizzo delle code consente a un team di monitorare gli impegni completati e non completati.

I casi e gli impegni risiedono nella coda e sono condivisi finché un rappresentante del servizio clienti li accetta, assumendosi la responsabilità di gestirli. Le code pubbliche consentono inoltre di monitorare la coda e di "intervenire" o di assegnare elementi ad altri utenti. L'accettazione o l'assegnazione di un elemento ne comporta la rimozione dalla coda, in modo che nessun altro si occupi dello stesso caso o impegno contemporaneamente. Quando un rappresentante del servizio clienti (CSR) accetta un elemento da una coda, l'elemento viene spostato nella sua coda In corso, dove può essere risolto, spostato al livello successivo di supporto o assegnato a un altro utente per la risoluzione e/o la riassegnazione.

È possibile visualizzare le code solo nell'area di lavoro. Gli utenti possono visualizzare le code relative alla propria Business Unit, ma l'accesso ai casi o agli impegni nella coda è determinato dai privilegi di protezione dell'utente. Un utente che dispone delle autorizzazioni appropriate può creare ed eliminare code tramite l'area Impostazioni.

Le code sono state progettate principalmente per la gestione dei servizi, ad esempio per la gestione dei problemi del cliente, tuttavia possono essere utilizzate per gestire impegni in altre fasi del ciclo di vita del cliente. Un'organizzazione, ad esempio, potrebbe creare code per gestire parti del processo di sviluppo delle descrizioni dei lavori, quali la ricerca tecnica, la stesura della bozza della proposta e così via. Un venditore che lavora su un'opportunità potrebbe creare un impegno per chiamare il cliente al fine di discutere i requisiti tecnici e assegnarlo alla coda Ricerca tecnica affinché venga eseguito da uno specialista.

Scenario

Il servizio clienti di One Dilly Corporation dispone di più code a cui vengono distribuiti casi diversi a seconda del tipo. Le code sono suddivise per tipo di problema: difetti di prodotto, richieste di documentazione, reclami dei clienti e così via. I casi vengono distribuiti nella coda appropriata dagli utenti oppure da processi del flusso di lavoro.

I rappresentanti del servizio clienti di One Dilly sono divisi in team in base alle competenze e alle responsabilità all'interno dell'organizzazione. Alcuni rappresentanti controllano più code in base alle relative competenze. I casi vengono accettati dai rappresentanti in base alla competenza e alla durata del caso aperto.

Flusso di elementi nelle code

L'elenco seguente è un riepilogo del flusso di casi e impegni nelle code:

- Quando arriva una chiamata o un'altra comunicazione viene creato un caso.
- L'utente o il responsabile assegna il caso a una coda o a un'utente specifico oppure il caso viene distribuito tramite i processi del flusso di lavoro.
- Se il caso viene associato a un utente, viene spostato nella coda Assegnate dell'utente.
- Se il caso viene assegnato a una coda pubblica, diventa disponibile per essere accettato e risolto da qualunque utente. Gli utenti controllano i casi nella coda e accettano casi selezionati. Il caso o l'impegno viene visualizzato nella coda In corso dell'utente.
- L'utente controlla regolarmente i casi nella propria coda Assegnate. Non è possibile rifiutare casi nella coda Assegnate. È possibile assegnare un caso a un altro utente o a un'altra coda oppure accettare il caso. I casi accettati vengono spostati nella coda In corso dell'utente.

Le code inoltre possono essere assegnate a indirizzi di posta elettronica. In tal caso tutti i messaggi di posta elettronica in arrivo a quell'indirizzo vanno direttamente nella coda come record dell'impegno, dove potranno essere selezionati come altri impegni.

Si noti che se un cliente sceglie di inviare un messaggio di posta elettronica o di telefonare per un caso esistente, le regole di distribuzione vengono ignorate e l'impegno viene inviato direttamente al rappresentante del servizio clienti proprietario del caso. Se il rappresentante del servizio clienti non è disponibile, al cliente viene chiesto se desidera creare un nuovo caso ed essere inserito nella coda.

Impostare code pubbliche

Le code di Microsoft Dynamics CRM sono entità pubbliche. Si tratta di cartelle temporanee in cui è possibile distribuire record di collaborazione, quali casi e impegni. Per impostare i servizi di accodamento è necessario eseguire due passaggi:

1. Creare un'organizzazione logica delle code.
2. Creare regole di distribuzione per spostare i casi o gli impegni nelle code appropriate.

L'organizzazione deve prendersi il tempo di progettare un insieme di code che rispecchino il modo dell'organizzazione di assegnare casi e/o impegni. Ad esempio:

- Se i rappresentanti del servizio clienti sono organizzati in base al prodotto, è possibile creare code per gestire chiamate specifiche per prodotto, ad esempio Stampante modello A, Stampante modello B e così via.
- Se invece i rappresentanti del servizio clienti sono organizzati in base alle competenze, è possibile creare code basate sul tipo di competenza, ad esempio driver di dispositivi, installazione, risoluzione dei problemi e così via.

Nella creazione di code pubbliche è importante utilizzare convenzioni di denominazione logiche e coerenti. Durante l'implementazione iniziale è consigliabile creare convenzioni di denominazione coerenti con i criteri e i processi dell'organizzazione.

***Nota:** se nel campo **Posta elettronica** di una coda non è presente alcun indirizzo di posta elettronica, la coda non riceverà alcun impegno di posta elettronica in Microsoft Dynamics CRM. Se si immette l'indirizzo di posta elettronica di un utente, i messaggi di posta elettronica diretti alla coda verranno inviati a tale indirizzo. Una coda può inoltre condividere un indirizzo di posta elettronica con un record, ad esempio un account o un contatto.*

Procedura: Creare o modificare una coda

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi su **Gestione aziendale**.
2. Nella home page Gestione aziendale fare clic su **Code**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Nella scheda **Generale** immettere le informazioni necessarie, ad esempio:
 - **Nome coda:** immettere un breve nome descrittivo coerente con le convenzioni di denominazione delle code dell'organizzazione.
 - **Business Unit:** immettere la Business Unit a cui appartiene la coda. Per cercare una Business Unit è possibile utilizzare l'icona del pulsante di ricerca.
 - **Proprietario:** immettere l'utente che sarà responsabile per la manutenzione della coda. Per cercare un utente è possibile utilizzare l'icona del pulsante di ricerca.
 - **Posta elettronica:** se si utilizzano indirizzi di posta elettronica per le code, immetterne uno per questa coda. Gli indirizzi di posta elettronica devono essere validi. Ad esempio, `prova@microsoft.com(mailto:someone@microsoft.com)`
 - **In Messaggi di posta elettronica in arrivo** selezionare una delle opzioni seguenti:
 - Tutti i messaggi di posta elettronica
 - Messaggi di posta elettronica in risposta a messaggi di CRM
 - Messaggi di posta elettronica da lead, contatti e account di CRM
 - **Configurazione accesso posta elettronica:** configurare la modalità di distribuzione dei messaggi di posta elettronica nell'organizzazione. Per ulteriori informazioni, contattare l'amministratore di sistema.
5. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Creare regole di distribuzione

La distribuzione è il processo di indirizzamento dei casi e degli impegni alle code o agli utenti appropriati. In base alle code e alle regole impostate, è possibile distribuire i casi automaticamente all'utente o alla coda corretta.

Un'organizzazione può utilizzare regole di distribuzione per determinare la modalità di gestione delle chiamate al servizio clienti all'interno di una coda oppure per offrire diversi tipi o livelli di servizio. È possibile, ad esempio, creare code per gestire solo tipi di chiamata specifici, ad esempio chiamate ad alta priorità, di clienti privilegiati o riassegnate.

Si noti che se un cliente sceglie di inviare un messaggio di posta elettronica o di telefonare per un caso esistente, il meccanismo di distribuzione viene ignorato e l'impegno viene inviato direttamente al rappresentante del servizio clienti proprietario del caso. Se il rappresentante del servizio clienti non è disponibile, al cliente viene chiesto se desidera creare un nuovo caso ed essere inserito nella coda.

Aggiungere regole di distribuzione tramite processi del flusso di lavoro

Le regole di distribuzione vengono create tramite la creazione di processi del flusso di lavoro. I processi del flusso di lavoro vengono trattati nella lezione 4, Visione focalizzata sui clienti e nella lezione 7, Gestione delle opportunità. In questa sezione non viene spiegato in dettaglio il processo di creazione dei flussi di lavoro per la distribuzione, tuttavia vengono illustrate linee guida e utilizzi generali dei processi del flusso di lavoro per la distribuzione.

Per creare flussi di lavoro di distribuzione è necessario decidere quanto segue:

- Entità specifiche che richiedono regole
- Evento che attiva il flusso di lavoro di distribuzione
- Condizioni che vengono controllate dal flusso di lavoro per decidere dove distribuire il caso o l'impegno
- Coda o utente a cui viene distribuito il flusso di lavoro

È possibile utilizzare i flussi di lavoro per creare regole di distribuzione per:

- **Casi:** distribuzione di casi creati e che hanno proprietà specifiche o di casi esistenti le cui proprietà sono cambiate.
- **Impegni:** distribuzione di nuovi impegni, generalmente di tipo specifico e con particolari caratteristiche.

È possibile, ad esempio, distribuire tutti i nuovi casi per un prodotto specifico o che hanno una priorità specifica o un livello di servizio specifico. Si potrebbero distribuire impegni di tipo attività per le opportunità che si trovano nella fase di descrizione dei lavori (SOW) e riguardano un determinato prodotto e assegnarli alla coda specializzata in descrizioni dei lavori per quel prodotto.

Criteri di attivazione comuni per i flussi di lavoro di distribuzione includono:

- Il record del caso o dell'impegno viene creato.
- Gli attributi del record del caso o dell'impegno vengono modificati.
- Lo stato del record del caso o dell'impegno viene modificato.
- L'utente avvia il flusso di lavoro di distribuzione manualmente.

Le regole di distribuzione spesso controllano le condizioni per il caso e/o l'impegno e i record correlati, inclusi gli elementi seguenti:

- Oggetto
- Priorità
- Livello di servizio
- Stato
- Account logico
- Classificazione degli account

Per distribuire l'elemento, è necessario assegnarlo. È possibile assegnare casi o impegni a utenti o a code. La coda può rappresentare un individuo o un team.

***Procedura consigliata:** prima di creare processi del flusso di lavoro per la distribuzione dei casi, è necessario conoscere in dettaglio le politiche e le procedure aziendali dell'organizzazione per garantire che i processi del flusso di lavoro eseguiranno le attività richieste.*

Durante l'implementazione iniziale è inoltre importante collaudare tutti i processi del flusso di lavoro prima di utilizzarli in un ambiente di produzione reale per verificare che siano adeguati e necessari.

Esercitazione pratica: Creare una coda

In questa esercitazione pratica viene illustrato come creare una coda pubblica in Microsoft Dynamics CRM.

Scenario

Il responsabile del servizio clienti ha notato un aumento delle chiamate relative a [problema del prodotto] e decide che un rappresentante del servizio clienti dedichi del tempo a questi casi perché ha competenze specifiche in quest'area. Il responsabile crea una coda di servizio denominata [nome coda]. Attraverso questa coda i rappresentanti del servizio clienti potranno distribuire tutti i casi relativi a [problema del prodotto] al rappresentante del servizio clienti appropriato.

Descrizione degli obiettivi

L'obiettivo di questa esercitazione pratica è creare una coda.

Procedura

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi su **Gestione aziendale**.
2. Nella home page Gestione aziendale fare clic su **Code**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Immettere le informazioni seguenti:

Nome coda	[nome coda]
Posta elettronica	[indirizzo di posta elettronica]
Descrizione	[descrizione]
Business Unit	[Business Unit]
Proprietario	[Proprietario]

5. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Eliminare le code

Le code possono essere eliminate solo da utenti con autorizzazioni appropriate per gestire le code. Non è possibile eliminare le code se contengono record. Prima di eliminare la coda è necessario riassegnare tutti i record a un'altra coda o a un altro utente.

***Procedura consigliata:** in presenza di processi del flusso di lavoro che distribuiscono casi o impegni alla coda che deve essere eliminata, verificare di aggiornare tutte le regole di distribuzione prima di eliminare la coda.*

Procedura: Eliminare una coda

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi su **Gestione aziendale**.
2. Nella home page Gestione aziendale fare clic su **Code**.
3. Nell'elenco selezionare le code che si desidera eliminare.
4. Fare clic su **Elimina** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
5. Nel messaggio di conferma fare clic su **OK**.

Utilizzare le code

Ogni utente può visualizzare i casi e i dettagli relativi alle proprie code Assegnate o In corso. In base alle autorizzazioni di cui si dispone, è possibile visualizzare le code pubbliche. La possibilità di visualizzare la cartella principale della coda non è limitata dalla protezione. Gli elementi nella coda sono tuttavia protetti da regole standard, che consentono di visualizzare solo i casi o gli impegni a cui si ha accesso.

***Procedura consigliata:** le regole di protezione restrittive per i casi possono limitare la possibilità degli utenti di visualizzarli in una coda. Se nei casi è implementata una protezione restrittiva, gli utenti possono assegnare un caso a una coda per un altro team, ma non visualizzare il caso. Tutti i dipendenti addetti al servizio devono disporre come minimo del privilegio di lettura globale per i casi. Per avere una visione a 360 gradi del cliente, tutti i dipendenti devono disporre del privilegio di lettura globale. Per informazioni contattare l'amministratore di sistema.*

Dall'elenco dei casi è possibile aprire un caso per visualizzarne i dettagli. È inoltre possibile selezionare un caso nell'elenco e accettare di spostarlo nella propria coda In corso. È infine possibile assegnare elementi della coda a un altro utente o a un'altra coda. Si noti che non sono necessari privilegi speciali per assegnare un elemento.

Procedura: Visualizzare gli elementi in una coda

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro** e quindi, in **Attività personali**, fare clic su **Code**.
2. Nel riquadro delle code selezionare una coda.
3. Visualizzare l'elenco di casi e impegni.

Procedura: Assegnare un impegno a un utente o a una coda

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro** e quindi, in **Attività personali**, fare clic su **Impegni**.
2. Nel riquadro delle code selezionare una coda.
3. Nell'elenco dei record selezionare il record da assegnare a un altro utente.
4. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Assegnazione**.

5. Nella finestra di dialogo Conferma assegnazione selezionare una delle opzioni seguenti:
 - **Assegna all'utente corrente:** selezionare questa opzione per assegnare il record a se stessi.
 - **Assegna a un altro utente o a un'altra coda:** selezionare questa opzione per assegnare il record a un altro utente e quindi immettere l'utente a cui si sta assegnando l'elemento. Per cercare un utente o una coda è possibile fare clic sull'icona del pulsante di ricerca.
6. Fare clic su **OK**.
7. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Nota: quando si assegna un caso a una coda, la proprietà del record non cambia finché un utente non lo accetta. Non è possibile assegnare casi risolti.

Procedura: Accettare un elemento della coda

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro** e quindi, in **Attività personali**, fare clic su **Code**.
2. Nel riquadro delle code selezionare una coda.
3. Nell'elenco dei record selezionare il record che si desidera accettare.
4. Fare clic su **Accetta** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
5. Nel messaggio di conferma fare clic su **OK**.
6. Per verificare che l'elemento è stato assegnato, nel riquadro delle code selezionare la coda **In corso**. Il caso o l'impegno accettato dovrebbe essere visualizzato.

Esercitazione pratica: Assegnare elementi della coda

In questa esercitazione pratica viene illustrato come assegnare elementi della coda in Microsoft Dynamics CRM.

Scenario

Nel reparto Servizio clienti di [organizzazione dell'utente] si sta verificando un incremento del volume delle chiamate. Il responsabile del servizio clienti ritiene che questo incremento sia dovuto all'aumento del numero di casi relativi al rinnovo del contratto. Per gestire meglio il volume di chiamate e utilizzare tali chiamate come opportunità di vendita, il responsabile ha deciso di assegnare tutti gli elementi di rinnovo del contratto alla [coda dei rappresentanti di vendita], che è una coda dei rappresentanti di vendita.

Descrizione degli obiettivi

L'obiettivo di questa esercitazione pratica è assegnare un elemento a una coda.

Procedura

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Casi**.
2. In **Visualizza** selezionare **Tutti i casi**.
3. Se necessario, fare clic sull'intestazione di colonna **Titolo** dell'elenco per ordinare i casi in base al titolo.
4. Nell'elenco selezionare i tre casi con i titoli seguenti:

[titolo caso 1]

[titolo caso 2]

[titolo caso 3]
5. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Assegnazione**.
6. Nella finestra di dialogo Conferma assegnazione selezionare **Assegna a un altro utente o a un'altra coda**, quindi specificare la [coda dei rappresentanti di vendita].
7. Fare clic su **OK**.

Riepilogo

Ogni utente dispone delle code predefinite Assegnate e In corso per la gestione degli impegni e dei casi. I reparti del servizio clienti che organizzano le chiamate di supporto, ad esempio in base ai prodotti o alle competenze, possono creare code aggiuntive per gestire tipi di chiamata specifici e processi del flusso di lavoro per distribuire automaticamente gli elementi alle code. Gli utenti possono visualizzare gli elementi nelle code a cui hanno accesso e possono assegnare e accettare elementi dalle code.

Verifica

Record assegnati alle code

1. Come vengono assegnati i record alle code? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Manualmente da un utente
 - Manualmente da un responsabile
 - Automaticamente dal flusso di lavoro
 - Trascinandoli nella coda manualmente

Record archiviati nelle code

2. Quali tipi di record è possibile archiviare nelle code? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Clienti potenziali
 - Opportunità
 - Casi
 - Impegni

Code e posta elettronica

3. Cosa si verifica quando a una coda viene assegnato un indirizzo di posta elettronica?
 - I messaggi di posta elettronica in uscita contengono quell'indirizzo come mittente
 - Tutti i messaggi di posta elettronica di CRM vengono distribuiti tramite quella cassetta postale
 - Qualunque messaggio di posta elettronica ricevuto a tale indirizzo è un impegno di Microsoft Dynamics CRM inserito nella coda
 - I messaggi di posta elettronica in arrivo relativi ai casi vengono inviati a quella cassetta postale

Visualizzare le code

4. Dove è possibile visualizzare le code?
 - Menu Azioni del riquadro Casi
 - Menu Azioni del riquadro Account
 - Area Servizi
 - Area di lavoro

Creare o eliminare code

5. Quali utenti possono creare o eliminare code?
- Qualunque utente con il privilegio di visualizzare la coda
 - Solo i responsabili del servizio clienti che hanno accesso alla coda
 - Qualunque utente con autorizzazioni appropriate
 - Per impostazione predefinita il responsabile del servizio clienti

Casi

6. In quale coda viene inserito un caso quando viene assegnato a un utente?
- Nella coda In corso dell'utente
 - Nella coda Area di lavoro dell'utente
 - Nella coda Assegnate dell'utente
 - Nella coda Accettate dell'utente

Coda In corso

7. Quali operazioni è possibile eseguire sugli elementi inseriti nella coda In corso dell'utente? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Riassegnare l'elemento a una coda pubblica
 - Assegnare l'elemento a un altro utente
 - Completare l'elemento
 - Eliminare l'elemento

Riassegnare gli impegni

8. Quali impegni è possibile riassegnare a un altro utente? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Fax
 - Attività
 - Telefonata
 - Appuntamento

Prova pratica 19.1: Creare e assegnare code

In questa prova pratica verrà creata una coda a cui saranno assegnati alcuni casi in Microsoft Dynamics CRM.

Man mano che si eseguono le istruzioni, utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Vedere il capitolo di introduzione all'esercitazione per informazioni sui due livelli di istruzioni delle prove pratiche e la soluzione della prova pratica nell'Appendice B.

Scenario

Il responsabile del servizio clienti di [organizzazione dell'utente] è incaricato della gestione di tutte le code di servizio e della distribuzione dei casi e degli impegni alle code appropriate. È inoltre responsabile della gestione di tutte le chiamate al servizio clienti riassegnate a un livello superiore che vengono distribuite alla coda corrispondente.

Il responsabile del servizio clienti ha notato la presenza di molti casi relativi a domande di marketing, ad esempio quali colori sono disponibili per il nuovo modello dell'anno e dove è possibile trovare il catalogo dei prodotti. Per questo motivo ha deciso di creare una coda per la gestione dei casi relativi al marketing.

Descrizione degli obiettivi

Utilizzare Microsoft Dynamics CRM per eseguire le operazioni seguenti:

- Creare una coda.
- Assegnare casi alla nuova coda.

Verificare di essere connessi come Stefan Delmarco. Il nome utente è Stefan e la password è Pa\$\$w0rd.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzare le informazioni contenute nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi per completare la prova pratica.

Suggerimenti

Eseguire la procedura seguente:

Procedura dettagliata

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni** e quindi su **Gestione aziendale**.
2. Nella home page Gestione aziendale fare clic su **Code**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Utilizzare le informazioni seguenti per compilare le altre parti del modulo.

Nome coda	Marketing
Business Unit	[nome Business Unit]
Proprietario	[Proprietario]
Posta elettronica	[Indirizzo di posta elettronica]

5. Fare clic su **Salva e chiudi**.
6. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro** e quindi, in **Attività personali**, fare clic su **Code**.
7. Nel riquadro delle code selezionare una coda.
8. Nell'elenco di record selezionare un record.
9. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Assegna**.
10. Nella finestra di dialogo Conferma assegnazione selezionare **Assegna a un altro utente**, quindi specificare la [coda dei rappresentanti di vendita].
11. Fare clic su **OK**.

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Record assegnati alle code

1. Come vengono assegnati i record alle code? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Manualmente da un utente
 - Manualmente da un responsabile
 - Automaticamente dal flusso di lavoro
 - Trascinandoli nella coda manualmente

Record archiviati nelle code

2. Quali tipi di record è possibile archiviare nelle code? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Clienti potenziali
 - Opportunità
 - Casi
 - Impegni

Code e posta elettronica

3. Cosa si verifica quando a una coda viene assegnato un indirizzo di posta elettronica?
 - I messaggi di posta elettronica in uscita contengono quell'indirizzo come mittente
 - Tutti i messaggi di posta elettronica di CRM vengono distribuiti tramite quella cassetta postale
 - Qualunque messaggio di posta elettronica ricevuto a tale indirizzo è un impegno di Microsoft Dynamics CRM inserito nella coda
 - I messaggi di posta elettronica in arrivo relativi ai casi vengono inviati a quella cassetta postale

Visualizzare le code

4. Dove è possibile visualizzare le code?
 - Menu Azioni del riquadro Casi
 - Menu Azioni del riquadro Account
 - Area Servizi
 - Area di lavoro

Creare o eliminare code

5. Quali utenti possono creare o eliminare code?
- Qualunque utente con il privilegio di visualizzare la coda
 - Solo i responsabili del servizio clienti che hanno accesso alla coda
 - Qualunque utente con autorizzazioni appropriate
 - Per impostazione predefinita il responsabile del servizio clienti

Casi

6. In quale coda viene inserito un caso quando viene assegnato a un utente?
- Nella coda In corso dell'utente
 - Nella coda Area di lavoro dell'utente
 - Nella coda Assegnate dell'utente
 - Nella coda Accettate dell'utente

Coda In corso

7. Quali operazioni è possibile eseguire sugli elementi inseriti nella coda In corso dell'utente? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Riassegnare l'elemento a una coda pubblica
 - Assegnare l'elemento a un altro utente
 - Completare l'elemento
 - Eliminare l'elemento

Riassegnare gli impegni

8. Quali impegni è possibile riassegnare a un altro utente? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Fax
 - Attività
 - Telefonata
 - Appuntamento

CAPITOLO 20: CICLO DI VITA DELLA PIANIFICAZIONE DEI SERVIZI

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Presentare i concetti fondamentali relativi alla pianificazione dei servizi
- Confrontare gli scenari aziendali relativi ai servizi
- Comprendere il flusso del processo di pianificazione dei servizi in Microsoft Dynamics CRM
- Visualizzare un'esercitazione pratica per il processo di pianificazione

Introduzione

In questa lezione viene illustrato un processo di pianificazione dei servizi di base, a partire dalla definizione di un servizio. Il responsabile dei servizi crea il servizio e si assicura che vengano aggiunte le risorse appropriate. Dopo il completamento di questo processo, il rappresentante del servizio clienti può pianificare un'attività servizio.

Nota: gli esempi di questa lezione sono visualizzati mediante il client Web. Tutte le attività possono essere completate utilizzando l'applicazione client CRM per Outlook, illustrata nelle lezioni successive.

Introduzione alla pianificazione dei servizi e terminologia

La pianificazione dei servizi è progettata per le aziende di servizi e dedicata alla gestione delle risorse e dei tempi. Quando si definiscono gli appuntamenti con i clienti, la pianificazione dei servizi consente di valutare automaticamente la disponibilità di dipendenti e attrezzature per verificare che tali risorse siano pronte per il cliente.

Di seguito sono riportati alcuni dei vantaggi derivanti dalla pianificazione dei servizi:

- Pianificazione di appuntamenti più ravvicinati migliorando al contempo la qualità dei servizi
- Possibilità di evitare la pianificazione di attività eccessive grazie a carichi di lavoro prevedibili per i dipendenti
- Stime attendibili dei tempi per i clienti

Questa lezione contiene informazioni utili per la comprensione della funzionalità di pianificazione dei servizi. Vengono presentati procedure consigliate, suggerimenti ed esempi per illustrare questa funzionalità di Microsoft Dynamics CRM.

Sono riportati esempi per quattro scenari di aziende di servizi. Confrontare la propria azienda di servizi con le descrizioni delle aziende di ogni scenario.

per individuare quella più simile. In ogni scenario viene illustrato in modo dettagliato come configurare Microsoft Dynamics CRM per quell'azienda di servizi.

Terminologia

Servizio

Un servizio è un tipo di lavoro offerto a un cliente ed eseguito da una o più risorse. Esempi di servizi sono la riparazione di biciclette o la consulenza fiscale. Per definire un servizio, immettere informazioni generali su di esso, identificare le risorse necessarie per fornirlo e quindi descrivere questi requisiti creando una regola di selezione.

Regola di selezione

Nella forma più semplice una regola di selezione è l'elenco di utenti o attrezzature necessarie per eseguire un servizio. È possibile definire le risorse in base a quanto sono occupate e se appartengono allo stesso sito o allo stesso luogo dell'azienda. Per ogni servizio, creare almeno una regola di selezione selezionando uno o più utenti e le attrezzature per l'esecuzione.

È possibile utilizzare sottoregole condizionali per definire ulteriormente la selezione delle risorse. In Microsoft Dynamics CRM le regole di selezione vengono visualizzate in una visualizzazione albero. Quando si cerca un orario per un'attività servizio, le regole di selezione prendono in considerazione innanzitutto le sottoregole di livello più basso per poi passare al livello immediatamente superiore, fino a raggiungere la regola di livello più alto.

Attività servizio

La pianificazione dei servizi di Microsoft Dynamics CRM consente di registrare i servizi offerti come attività servizio. In un'attività servizio vengono combinati un servizio, almeno una risorsa, un orario specifico, un luogo e un cliente.

Per pianificare un'attività servizio, selezionare innanzitutto il servizio e quindi cercare un orario disponibile. In Microsoft Dynamics CRM vengono utilizzate le regole di selezione del servizio e la pianificazione lavorativa della risorsa per presentare un elenco degli orari disponibili. Dopo avere selezionato l'orario desiderato, l'attività servizio viene aggiunta alla pianificazione.

Risorse

Le risorse sono costituite da persone, ovvero gli utenti di Microsoft Dynamics CRM, e da attrezzature, inclusi i locali in cui viene eseguita un'attività servizio. Ogni singola risorsa dispone di una pianificazione lavorativa che ne definisce la disponibilità.

Gruppi di risorse

Un gruppo di risorse è un insieme di risorse simili, da cui è possibile scegliere singole risorse per un'attività servizio. Queste risorse possono in genere essere considerate intercambiabili. I membri di un gruppo di risorse hanno lo stesso insieme di competenze o almeno competenze appropriate per una determinata attività servizio. I gruppi di risorse vengono utilizzati in Microsoft Dynamics CRM per definire le competenze o altre caratteristiche necessarie per eseguire o erogare un servizio.

Criteri di selezione

I criteri di selezione possono essere utilizzati per determinare la modalità di allocazione delle risorse. È possibile, ad esempio, scegliere di impostare il servizio in modo da pianificare tutte le ore disponibili di un tecnico prima di ricorrere a un altro tecnico o procedere nel modo opposto, facendo in modo che la pianificazione sia equamente suddivisa fra tutti i tecnici. Per impostazione predefinita, i servizi sono impostati in modo da selezionare le risorse senza confrontare la quantità di attività servizio pianificate per ogni risorsa.

Quando viene aggiunto un criterio di selezione a una regola di selezione, le sottoregole vengono considerate per prime. Se sono presenti due sottoregole di pari livello, una che individua la Risorsa meno disponibile e un'altra che individua la Risorsa più disponibile, ogni sottoregola offre la risorsa appropriata in base ai rispettivi criteri di selezione. Le risorse vengono quindi considerate dalla regola del livello immediatamente superiore.

Pianificazione della capacità

In Microsoft Dynamics CRM è possibile impostare servizi e risorse in modo da tenere conto delle diverse dimensioni delle attrezzature o del livello di esperienza degli utenti. Questa funzionalità è la pianificazione della capacità, un'unità relativa che deve essere definita. È possibile, ad esempio, definire la capacità di un'officina per riparazioni di biciclette come il numero di biciclette che l'officina può accettare contemporaneamente.

Mediante la capacità è anche possibile misurare il livello di competenze. Un tecnico apprendista che ripara biciclette, ad esempio, è in grado di eseguire la revisione di una bicicletta all'ora, mentre un tecnico esperto può eseguire la revisione di quattro biciclette all'ora. Se in un'ora è necessario eseguire la revisione di due biciclette, saranno necessari due tecnici apprendisti o un tecnico esperto, in grado di eseguire le revisioni in metà tempo.

Lavoro richiesto

Quando si aggiunge il lavoro richiesto alla regola di selezione, ogni volta che un utente cerca un orario disponibile per un'attività servizio, le regole di selezione analizzano le risorse per individuare la capacità disponibile. Se la risorsa viene pianificata, la relativa capacità viene ridotta del lavoro richiesto per il servizio.

Definire la disponibilità delle risorse

È possibile definire la disponibilità di ogni risorsa, incluse ferie, indisponibilità, ore lavorative, capacità e manutenzione.

È possibile visualizzare la pianificazione delle risorse, confrontarla con quella di altre risorse e verificare l'eventuale presenza di conflitti. In Microsoft Dynamics CRM è possibile determinare quali risorse o combinazioni di risorse sono disponibili per l'esecuzione di un servizio in una data e in un'ora specifiche.

È inoltre possibile impostare i giorni in cui l'organizzazione è chiusa per ferie o per altri eventi, nonché escludere singole risorse dalla pianificazione delle chiusure.

Scenari di pianificazione dei servizi

In questa sezione vengono descritti quattro esempi di aziende di servizi. È utile confrontare la propria azienda con le descrizioni presenti in ogni esempio e cercare l'azienda più simile alla propria.

Lavoratore singolo

Lo scenario Lavoratore singolo rappresenta la situazione di base in cui è necessario pianificare una singola risorsa per l'incontro con clienti o altri appuntamenti. Questo scenario si riferisce a un'azienda con le caratteristiche seguenti:

- I lavoratori singoli incontrano un cliente alla volta.
- L'unico locale necessario è l'ufficio del lavoratore.
- Non sono necessarie altre attrezzature specializzate.
- Non è necessaria la pianificazione di sale conferenze o altre risorse condivise.

Alcuni esempi di aziende di questo scenario sono:

- Consulente fiscale
- Commercialista
- Avvocato
- Assistente sociale
- Psicologo

Turni e competenze

Lo scenario Turni e competenze rappresenta un'azienda in cui è necessario pianificare lavoratori con diversi insiemi di competenze e con turni di lavoro diversi. Questo scenario si riferisce a un'azienda con le caratteristiche seguenti:

- I lavoratori hanno diversi insiemi di competenze, credenziali o licenze di lavoro. Non tutti i lavoratori possono svolgere tutti i servizi.
- I lavoratori hanno turni di lavoro diversi.
- Il lavoratore di ogni turno ha un proprio spazio di lavoro. Il lavoratore del turno di giorno e quello del turno di notte, ad esempio, possono utilizzare lo stesso spazio di lavoro e le stesse attrezzature poiché non sono presenti contemporaneamente nello stesso luogo.
- Non sono necessarie altre attrezzature specializzate.
- Non è necessaria la pianificazione di risorse condivise.

Alcuni esempi di aziende di questo scenario sono:

- Officina per riparazioni di autoveicoli
- Centro di assistenza computer
- Centro di donatori di sangue

Pianificazione complessa

Lo scenario Pianificazione complessa riguarda le aziende in cui è necessario pianificare lavoratori con insiemi di competenze diverse che utilizzano attrezzature specializzate in diversi siti. Questo scenario si riferisce a un'azienda con le caratteristiche seguenti:

- I lavoratori hanno diversi insiemi di competenze, credenziali o licenze di lavoro. Non tutti i lavoratori possono svolgere tutti i servizi.
- I lavoratori hanno turni di lavoro diversi.
- I lavoratori si trovano in siti aziendali diversi.
- Ogni lavoratore può svolgere il proprio lavoro in più luoghi, ma ovviamente in un solo luogo alla volta. Un lavoratore, ad esempio, può spostarsi da un ufficio o da un luogo di lavoro a un altro.
- L'azienda ha più siti di lavoro, ad esempio più uffici o negozi.
- È richiesta la pianificazione di risorse condivise, ad esempio di attrezzature specializzate.

Alcuni esempi di aziende di questo scenario sono:

- Studio dentistico con uno o più dentisti, assistenti odontoiatrici e odontotecnici con varie qualifiche e requisiti di apparecchiature specializzate
- Aziende che offrono servizi multipli in diversi luoghi con pianificazione centralizzata
- Pronto soccorso di un ospedale

Servizio a domicilio

Lo scenario Servizio a domicilio riguarda le aziende in cui è necessario pianificare lavoratori con insiemi di competenze diversi che operano con attrezzature specifiche in loco. Questo scenario si riferisce a un'azienda con le caratteristiche seguenti:

- I lavoratori possono avere diversi insiemi di competenze, credenziali o licenze di lavoro. Non tutti i lavoratori possono svolgere tutti i servizi.
- I lavoratori possono lavorare in piccoli team.
- I lavoratori possono avere turni diversi.

- I lavoratori svolgono la loro attività presso le sedi dei clienti.
- A ogni lavoratore chiave può essere assegnata attrezzatura specifica, ad esempio un furgone di servizio.
- Può essere richiesta la pianificazione di risorse condivise, ad esempio di attrezzature specializzate.
- Durante la pianificazione è necessario considerare il trasferimento da un luogo di lavoro all'altro.
- Durante la pianificazione è necessario pianificare la distanza del luogo di lavoro. Non è consigliabile, ad esempio, pianificare l'impegno di un lavoratore che deve effettuare un lungo viaggio tra un sito di lavoro e un altro se è presente un lavoratore più vicino, a meno che non siano richieste competenze o attrezzature specifiche specializzate.

Alcuni esempi di aziende di questo scenario sono:

- Edilizia
- Imprese di pulizia
- Servizi di giardinaggio
- Imprese di decorazione

Flusso del processo di pianificazione dei servizi

Uno dei principali punti in comune fra le aziende di servizi è un ciclo di vita dei servizi piuttosto simile costituito da:

- Progettazione
- Pianificazione
- Fornitura
- Completamento

Progettazione

- Definire le offerte di servizi
- Definire i vincoli relativi alla pianificazione di risorse e personale
- Analizzare i processi, le prestazioni e la redditività
- Valutare le prestazioni del personale

Pianificazione

- Determinare la disponibilità di personale e risorse
- Identificare il personale migliore
- Assegnare il personale e le risorse
- Attribuire la priorità appropriata alle attività del servizio

- Riassegnare in modo appropriato le attività del servizio
- Mantenere la conformità con il contratto del livello di servizio (SLA)

Fornitura

- Accedere alle informazioni relative a clienti e soluzioni
- Creare l'infrastruttura per la collaborazione (interna e con i clienti)
- Registrare i dettagli del servizio, inclusa la manodopera e i materiali
- Emettere la fattura per il servizio

Completamento

- Registrare le statistiche sulla fornitura dei servizi
- Definire ciò che soddisfa i clienti
- Inserire i clienti in campagne di marketing appropriate

Esercitazione pratica

Scenario

Adventure Works Cycle ha implementato da poco Microsoft Dynamics CRM ed è necessario aggiungere utenti e risorse alla pianificazione lavorativa in Microsoft Dynamics CRM in modo che siano disponibili per la pianificazione dei servizi. L'aggiunta di utenti fa parte dell'installazione di Microsoft Dynamics CRM ed è illustrata nel corso relativo all'installazione e alla configurazione.

Dopo l'aggiunta di utenti e risorse alla pianificazione, l'amministratore dei servizi deve determinare il tipo di lavoro da pianificare e vendere ai clienti. Il servizio deve essere quindi inserito in Microsoft Dynamics CRM.

Prima di salvare il servizio, il responsabile della pianificazione dei servizi deve definire una regola di selezione per determinare la modalità di selezione delle risorse per le attività servizio.

L'addetto alla pianificazione dei servizi può ora iniziare a pianificare servizi per i clienti di Adventure Works Cycle.

Al termine della giornata il responsabile della pianificazione dei servizi dedica alcuni minuti alla revisione di un report sul volume delle attività servizio.

1. Immettere un nuovo servizio in Microsoft Dynamics CRM. Il nome del servizio è Allineamento ruote.
2. Definire le regole di selezione delle risorse per il servizio. In questo esempio il tecnico del servizio biciclette Mathew Pereira è l'unica risorsa necessaria per l'esecuzione del servizio.
3. Pianificare un servizio per la società Biciclette ABC in Microsoft Dynamics CRM per l'intervallo di tempo disponibile successivo.
4. Aprire il report Volume attività servizio.

Creare un servizio

I servizi offerti ai clienti possono essere pianificati come attività servizio.

Per creare il servizio, eseguire la procedura seguente:

1. Effettuare l'accesso all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM: ID utente: Roger Password: Pa\$\$w0rd
2. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
3. In **Impostazioni** fare clic su **Impostazioni** e quindi, nell'area **Impostazioni**, fare clic su **Servizi**.
4. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
5. Nella scheda **Generale** immettere le informazioni nei campi seguenti: **Nome:** Allineamento ruote, **Motivo stato iniziale:** Richiesto, **Durata predefinita:** 2 ore, **Frequenza inizio attività:** 30 minuti, **Ora di inizio:** 8.00
6. Immettere "Servizio di allineamento ruote per biciclette del 2005 e 2006" nella casella **Descrizione**.
7. Salvare il servizio.

Definire la regola di selezione

Per ogni servizio è necessario definire almeno una regola di selezione e selezionare uno o più utenti e attrezzature per l'esecuzione del servizio.

Passaggi per aggiungere una semplice regola di selezione:

1. Nel modulo del servizio Allineamento ruote fare clic sulla scheda **Risorse necessarie** e quindi fare doppio clic sulla prima regola di selezione nel riquadro a destra.
2. Nella finestra di dialogo **Modifica regola di selezione** immettere le informazioni seguenti: **Quantità:** 1. Se si seleziona Tutte, tutte le risorse selezionate verranno incluse nell'attività servizio.
3. Specificare il tecnico delle biciclette **Mathew Pereira**, l'unica risorsa necessaria per eseguire il servizio, nella casella **Descrizione**.
4. Selezionare **Qualunque sito** nell'elenco **Sito per la selezione**. Questa opzione consente di stabilire se tutte le risorse devono appartenere allo stesso sito o se possono appartenere a un sito qualunque della Business Unit.
5. Fare clic su **OK**.
6. Per aggiungere singoli utenti, attrezzature o team alla regola di selezione, fare clic su **Aggiungi risorse**.
7. Nella finestra di dialogo **Cerca record** selezionare **Mathew Pereira** e fare clic su **OK**.
8. Salvare e chiudere il modulo del servizio.

Pianificare un servizio

Dopo l'impostazione di servizi e pianificazioni, è possibile pianificare i servizi con le risorse e i clienti.

Passaggi per pianificare un servizio:

1. Effettuare l'accesso all'applicazione Web Microsoft® CRM: ID utente: Roger Password: Pa\$\$w0rd.
2. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi su **Calendario servizi**.
3. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Pianifica**.
4. Nel modulo **Pianifica elemento Attività servizio** immettere le informazioni seguenti: **Clienti:** Biciclette ABC, **Servizio:** Allineamento ruote, **Risorse:** è possibile selezionare il record di Mathew Pereira in un elenco filtrato nel riquadro **Informazioni e selezione rapida** oppure fare clic sul pulsante di ricerca per cercare il record.
5. Fare clic su **Trova orari disponibili**. Verranno visualizzati i primi orari disponibili.
6. In **Orari disponibili** selezionare il servizio per il quale è pianificata l'ora di inizio 8.00.
7. Fare clic su **Pianifica**. Specificare **Allineamento ruote per Biciclette ABC** nella casella **Oggetto**.
8. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.
9. Inserire le informazioni seguenti nel calendario servizi: **Cerca i record:** Allineamento, **Tipo:** Attività servizio, quindi fare clic su **Inizia ricerca**.
10. Individuare e aprire l'attività servizio **Allineamento ruote per Biciclette ABC**.

Report per la pianificazione dei servizi

Per la pianificazione dei servizi è disponibile un report predefinito, ovvero Volume attività servizio. Questo report consente di registrare il volume delle attività servizio.

Se i report predefiniti non contengono le informazioni desiderate, eseguire una ricerca avanzata ed esportare i risultati in Microsoft® Office Excel.

Passaggi per eseguire un report:

1. Effettuare l'accesso all'applicazione Web Microsoft® CRM: ID utente: Roger Password: Pa\$\$w0rd.
2. Nel riquadro di spostamento selezionare **Area di lavoro**, quindi **Report**.
3. Nell'area **Report** scegliere: **Report servizi** dall'elenco **Visualizza**.

4. Selezionare il report **Volume attività servizio**.
5. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Altre azioni** e quindi fare clic su **Esegui report**.

Riepilogo

L'obiettivo di questa lezione è stato di offrire informazioni generali relative alle funzionalità disponibili in Microsoft Dynamics CRM che consentono alle organizzazioni di registrare il processo di pianificazione dei servizi. Nella lezione sono state illustrate le funzioni seguenti:

- Creazione e definizione di servizi
- Aggiunta di risorse a tali servizi
- Pianificazione di servizi
- Esecuzione di report per verificare i livelli di attività servizio

Prova pratica: Terminologia relativa alla pianificazione

Scenario

Prove pratiche per utenti esperti

Istruzioni

In questa prova pratica gli utenti devono associare ogni termine relativo alla pianificazione alla descrizione appropriata.

Tipo di intervallo di tempo	
Blocco di tempo	
Calendario	
Risorsa	
Gruppo di risorse	
Appuntamento	
Pianificazione	
Capacità	

A	Utilizzato per descrivere un periodo di tempo. Può contenere anche proprietà aggiuntive.
B	Utilizzato per descrivere un'entità pianificabile, con un calendario e vincoli propri.
C	Utilizzato per descrivere un insieme di regole che definisce la pianificazione o le ore di lavoro.
D	Utilizzato per descrivere un obbligo che rappresenta un intervallo di tempo associato a un insieme di risorse.
E	Utilizzato per descrivere l'interfaccia del modulo di gestione principale, che costituisce un componente di base del modulo di gestione dei servizi.
F	Utilizzato per descrivere un insieme di risorse che supporta la pianificazione parziale per i membri del gruppo.
G	Utilizzato per descrivere una prenotazione a livello di pianificazione per le risorse partecipanti che possono essere bloccate o parzialmente utilizzate per un appuntamento.
H	Utilizzato per descrivere gli orari disponibili, non disponibili, lavorativi e provvisori.

Suggerimenti

Terminologia relativa alla pianificazione	Descrizione
Tipo di intervallo di tempo	A
Blocco di tempo	H
Calendario	C
Gruppo di risorse	F
Appuntamento	B
Pianificazione	E
Capacità	G

A	Utilizzato per descrivere un periodo di tempo. Può contenere anche proprietà aggiuntive.
B	Utilizzato per descrivere un'entità pianificabile, con un calendario e vincoli propri.
C	Utilizzato per descrivere un insieme di regole che definisce la pianificazione o le ore di lavoro.
D	Utilizzato per descrivere un obbligo che rappresenta un intervallo di tempo associato a un insieme di risorse.
E	Utilizzato per descrivere l'interfaccia del modulo di gestione principale, che costituisce un componente di base del modulo di gestione dei servizi.
F	Utilizzato per descrivere un insieme di risorse che supporta la pianificazione parziale per i membri del gruppo.
G	Utilizzato per descrivere una prenotazione a livello di pianificazione per le risorse partecipanti che possono essere bloccate o parzialmente utilizzate per un appuntamento.
H	Utilizzato per descrivere gli orari disponibili, non disponibili, lavorativi e provvisori.

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

CAPITOLO 21: PIANIFICARE I SERVIZI PER I CLIENTI

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Esplorare il calendario servizi e prenotare attività servizio.
- Pianificare un'attività servizio per i clienti
- In questa esercitazione pratica viene illustrato come creare e pianificare un'attività servizio utilizzando il calendario servizi in Microsoft Dynamics CRM.
- Chiudere o annullare un'attività servizio oppure modificarne la pianificazione
- In questa esercitazione pratica viene mostrato come modificare la pianificazione di un'attività servizio.
- Visualizzare appuntamenti e attività servizio
- Impostare le preferenze del cliente per un'attività servizio

Introduzione

In questa lezione viene esaminato il processo di pianificazione e in particolare la pianificazione delle attività servizio, che rappresentano i punti chiave del processo di pianificazione. La lezione inizia con la trattazione dei servizi di pianificazione per poi passare ad altre attività correlate alla pianificazione.

Pianificare i servizi

La funzionalità di pianificazione dei servizi di Microsoft® Dynamics CRM si basa sui concetti seguenti:

- Regole di selezione: consentono di raggruppare le risorse in insiemi. Questi insiemi di risorse vengono quindi utilizzati per gestire la pianificazione e la registrazione dei servizi.
- Risorse: includono le persone, ovvero la forza lavoro, le attrezzature e i team di forza lavoro.
- Gruppi di risorse: consentono di raggruppare le risorse individuali in modo tale che quando viene pianificata una risorsa, vengano pianificate anche tutte le altre risorse appartenenti al gruppo di membri.
- Ad esempio: gli utenti possono raggruppare un autista e un determinato veicolo. Quando l'autista viene pianificato per un lavoro specifico, viene pianificato anche il veicolo.

Le risorse sono rappresentate da attrezzature o utenti che eseguono il servizio o che sono necessari per eseguire un servizio. Ogni singola risorsa dispone di una pianificazione lavorativa che ne definisce la disponibilità. I gruppi di risorse e i team sono un pool di risorse i cui componenti possono essere pianificati con le stesse modalità.

Quando il servizio viene pianificato, può essere selezionata qualsiasi risorsa appartenente al pool o al gruppo di risorse. Le risorse necessarie per eseguire un servizio vengono definite nelle regole di selezione del servizio.

Per pianificare un'attività servizio, gli utenti selezionano innanzitutto il servizio e quindi cercano un orario disponibile. In Microsoft Dynamics CRM vengono utilizzate le regole di selezione del servizio e la pianificazione lavorativa della risorsa per presentare un elenco degli orari disponibili. Dopo avere selezionato l'orario desiderato, l'attività servizio viene aggiunta alla pianificazione.

Scenario

Prima dell'implementazione di Microsoft Dynamics CRM, il team addetto alla pianificazione dei servizi di Adventure Works Cycle consultava manualmente la pianificazione per verificare le risorse disponibili e in quali orari.

Con Microsoft Dynamics CRM gli addetti alla pianificazione dei servizi di Adventure Works Cycle possono selezionare il servizio e un orario approssimativo. Le risorse e gli orari disponibili vengono determinati automaticamente da Microsoft Dynamics CRM.

Un'attività servizio rappresenta l'appuntamento effettivo con il cliente per completare un'attività. Microsoft Dynamics CRM versione 4.0 contiene un modulo di pianificazione che supporta Adventure Works Cycle nella pianificazione delle attività servizio in base alle informazioni inserite dall'addetto alla pianificazione.

Esplorare il calendario servizi e prenotare attività servizio

Il calendario servizi consente agli utenti di visualizzare gli impegni e le attività di pianificazione dell'organizzazione. Il calendario delle attività servizio offre inoltre i vantaggi seguenti:

- Disponibilità di numerosi intervalli e visualizzazioni utili che consentono di visualizzare un periodo di tempo specifico senza che il contenuto sullo schermo venga modificato per adattarlo a una visualizzazione. Sono inoltre disponibili le visualizzazioni settimanale e giornaliera.
- Possibilità di visualizzare, modificare e creare elementi nel calendario.
- Possibilità di distinguere con facilità i diversi tipi di attività pianificate.

Il calendario servizi disponibile nell'area Servizi consente di pianificare servizi e appuntamenti per l'organizzazione. Nel calendario è possibile eseguire le operazioni e le attività seguenti:

- Visualizzare la pianificazione giornaliera, settimanale e mensile degli appuntamenti e delle attività servizio dell'organizzazione.
- Visualizzare le pianificazioni lavorative e dei servizi per varie risorse.
- Creare nuovi appuntamenti e pianificare attività servizio.
- Modificare lo stato di un'attività servizio esistente.
- Cercare conflitti nella pianificazione.

***Nota:** Microsoft Dynamics CRM blocca le tabelle in uso in modo da evitare l'immissione involontaria di prenotazioni in eccesso. Ad esempio: più di un utente di Microsoft Dynamics CRM può tentare di prenotare servizi nello stesso orario per la stessa risorsa.*

Visualizzare appuntamenti e attività servizio

All'apertura, nella parte sinistra del calendario servizi viene visualizzato un elenco di risorse in ordine alfabetico.

Se sono presenti più di 50 risorse, fare clic sulle frecce per visualizzare la pagina successiva. È inoltre possibile utilizzare l'indice selezionabile in fondo all'elenco per passare a una specifica lettera dell'alfabeto.

Nella parte centrale della pagina un calendario lineare visualizza la pianificazione per ogni risorsa. Questa visualizzazione è divisa in giorni e ore. Appuntamenti e attività servizio vengono visualizzati nel calendario lineare sotto forma di blocchi colorati contrassegnati da etichette. I colori indicano se si tratta di un appuntamento o un'attività servizio e ne segnalano lo stato corrente.

Nota: è possibile impostare visualizzazioni aggiuntive in base alle esigenze aziendali specifiche. La legenda dei colori e degli stati utilizzati nel calendario servizi è disponibile nella Guida in linea.

Visualizzare dettagli relativi a risorse, appuntamenti e attività servizio

Gli utenti possono visualizzare le risorse, gli appuntamenti e le attività servizio per tutti i membri dell'organizzazione. Nell'elenco **Tipo** selezionare **Risorsa** e quindi nell'elenco **Visualizzazione** selezionare la visualizzazione desiderata.

Per trovare una risorsa specifica, digitare le prime lettere del nome della risorsa nella casella **Cerca**. Nel calendario lineare verrà visualizzata la pianificazione della risorsa.

Per visualizzare i dettagli relativi a una risorsa, un appuntamento o un'attività servizio, selezionare il record nell'elenco a sinistra del calendario, quindi nella parte inferiore del calendario, sotto la barra dello zoom, fare clic per espandere il riquadro di anteprima. È inoltre possibile aprire un record facendo doppio clic su di esso.

Utilizzare il riquadro del calendario per modificare la visualizzazione della data

Il riquadro del calendario è disponibile nella parte destra del calendario. Per modificare la data, fare clic su una data nel controllo del calendario. Utilizzare le frecce sui due lati del mese per modificare il mese visualizzato.

Nel riquadro del calendario è possibile modificare il numero di giorni visualizzati nel calendario lineare, selezionando una delle opzioni seguenti:

- Oggi
Pianificazione giornaliera.
- Mensile
Pianificazione mensile.
- Settimanale
Pianificazione settimanale.
- Giornaliero
Pianificazione giornaliera di un individuo per un giorno selezionato.

Gli utenti possono utilizzare la funzione di **Zoom** per modificare l'intervallo di tempo visualizzabile. È possibile, ad esempio, impostare il calendario per visualizzare un'intera settimana o poche ore. Per visualizzare un'area più estesa del calendario, fare clic su un segno di graduazione più vicino all'estremità della scala contrassegnata dal segno più. Per visualizzare un'area meno estesa della pianificazione, fare clic su un segno di graduazione più vicino all'estremità della scala contrassegnata dal segno meno. Negli elenchi **Da** e **A** gli utenti possono selezionare intervalli di date specifici da visualizzare.

Modificare il diagramma di Gantt

Sul lato destro del riquadro principale gli utenti possono visualizzare la pianificazione delle risorse in un diagramma di Gantt. Per modificare il periodo di tempo visualizzato, utilizzare il calendario nel riquadro sinistro oppure gli elenchi a discesa **Da** e **A** nella parte superiore della pagina.

Prenotare attività servizio nel calendario servizi

Nell'area Servizi il calendario servizi visualizza tutte le attività servizio e gli appuntamenti pianificati come intervalli di tempo in una visualizzazione lineare del calendario giornaliero, settimanale o mensile.

Cercare un orario disponibile

Dopo aver selezionato il servizio che si desidera pianificare, è possibile selezionare una combinazione di criteri di ricerca che includa il primo orario disponibile, un'ora o una settimana specifica oppure i periodi di disponibilità per risorsa e sito.

- Se le preferenze del cliente sono state immesse nel relativo record, saranno presenti come opzioni nel riquadro Informazioni e selezione rapida.
- Se non è disponibile un periodo di tempo adatto, è possibile modificare i criteri di ricerca e riprovare.

Dopo aver selezionato l'orario desiderato dal cliente, pianificarlo e prenotarlo come attività servizio. L'attività servizio verrà visualizzata nel calendario servizi. Gli utenti possono inoltre creare un'attività servizio senza cercare un orario disponibile.

Attività servizio in conflitto

Durante la pianificazione un potenziale conflitto viene segnalato da un avviso. Gli utenti possono scegliere di selezionare un altro orario oppure prenotare comunque l'attività servizio.

La presenza di attività servizio o appuntamenti in conflitto può essere verificata in qualsiasi momento facendo clic su **Mostra conflitti** sulla barra degli strumenti **Azioni** nel calendario servizi. Gli utenti possono ripianificare qualsiasi attività servizio aperta o pianificata.

Visualizzare report e stampare informazioni sui servizi

Il report predefinito per le attività servizio è Dettagli volume attività servizio. Questo report consente di registrare l'andamento delle attività servizio.

Se i report predefiniti non contengono le informazioni desiderate, eseguire una ricerca avanzata ed esportare i risultati in Microsoft® Office Excel.

Oltre a tutti gli altri impegni di Microsoft Dynamics CRM, le risorse possono stampare le proprie attività servizio con tutti i dettagli pertinenti. Ciò è particolarmente importante per i tecnici che prestano assistenza a domicilio.

I dati selezionati per la stampa sono visualizzati in un modulo Anteprima di stampa, dal quale è possibile inviare il documento alla stampante utilizzando l'icona di stampa. In alternativa è possibile chiudere il modulo.

***Nota:** non è disponibile alcun comando diretto per stampare un elenco di appuntamenti. Utilizzare la ricerca avanzata per cercare un elenco di appuntamenti e quindi stampare i risultati della ricerca.*

Esportare le informazioni sui servizi

Microsoft Dynamics CRM offre l'integrazione con prodotti Microsoft Office come Excel. È possibile esportare in Excel i record dei servizi da qualunque schermata in cui sia visualizzata l'icona di **Excel**.

Esercitazione pratica: Creare e pianificare un'attività servizio con il calendario servizi

L'addetto alla pianificazione dei servizi ha ricevuto una telefonata dal proprietario di A Bike Store. Nel negozio sono presenti diverse biciclette che richiedono una semplice messa a punto e il proprietario desidera che il servizio sia eseguito da Ben Burton, il tecnico del servizio biciclette della zona nord.

A Bike Store ha una disponibilità limitata e preferirebbe che il servizio venga pianificato di mattina, preferibilmente alle 8.00, in modo che la messa a punto di tutte le biciclette possa essere completata prima dell'apertura, prevista per le 9.00.

Descrizione degli obiettivi

Pianificare un'attività servizio per A Bike Store in Microsoft Dynamics CRM utilizzando il calendario servizi.

Passaggi dell'esercitazione pratica

1. Accedere all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM come Roger Van Houten. ID utente: Roger, Password: Pa\$\$w0rd.
2. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Calendario servizi**.
3. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Pianifica**.

***Nota:** se si fa clic su **Nuovo** e quindi su **Attività servizio**, verrà creata un'attività servizio senza controllare gli orari disponibili.*

4. Nel modulo **Pianifica elemento Attività servizio** immettere le informazioni seguenti: in **Clienti** specificare A Bike Store, in **Servizio** specificare Messa a punto semplice, in **Risorse** specificare Ben Burton, in **Sito** specificare Centro di servizio zona nord e centrale
5. Fare clic su **Trova orari disponibili**. Verranno visualizzati i primi orari disponibili.
6. Selezionare 8.00 del giorno successivo come ora di **Inizio pianificato** per l'appuntamento.
7. Fare clic su **Pianifica**.
8. Nel modulo **Attività servizio** immettere le informazioni seguenti:
Oggetto: Messa a punto biciclette per A Bike Store, **Servizio:** Messa a punto semplice, **Risorse:** Ben Burton, **Sito:** Centro di servizio zona nord e centrale.
9. Salvare e chiudere l'attività servizio.
10. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Calendario servizi** e immettere le informazioni seguenti per individuare l'attività servizio: in **Cerca** specificare bicicletta, in **Tipo** specificare Appuntamento e attività servizio, in **Visualizzazione** specificare Tutti gli impegni.
11. Fare clic su **Inizia ricerca**.
12. Aprire e rivedere l'attività servizio.

Pianificazione di attività servizio

Un'attività servizio è un servizio pianificato che richiede una risorsa, un servizio e un orario nella pianificazione.

Gli utenti possono cercare un orario disponibile tramite criteri di ricerca comprendenti semplicemente la selezione di un servizio oppure definire un insieme di criteri più complesso.

Gli utenti possono inoltre creare un'attività servizio senza verificare la presenza di eventuali conflitti nel servizio pianificato. L'attività servizio viene visualizzata sotto forma di blocco colorato sia nel calendario servizi, sia nel calendario delle aree Impegni e Area di lavoro.

Procedura: Pianificare un'attività per il primo orario disponibile

Utilizzare questa procedura per cercare i primi orari disponibili per un servizio. Questo è il metodo più rapido per pianificare un'attività servizio.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Calendario servizi**.
2. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Pianifica**.

Se si fa clic su **Nuovo** e quindi su **Attività servizio**, verrà creata un'attività servizio senza controllare gli orari disponibili.

3. Nel modulo **Pianifica elemento Attività servizio** immettere le informazioni seguenti:
 - **Servizio**
Individuare e selezionare il servizio che si desidera pianificare. È possibile selezionare un record in un elenco filtrato nel riquadro Informazioni e selezione rapida oppure fare clic sul pulsante di ricerca per cercare altri record.
 - **Durata**
Non deselezionare la casella di controllo **Usa durata predefinita** e modificare la durata solo se si desidera pianificare una durata del servizio maggiore rispetto a quella predefinita.
4. Fare clic su **Trova orari disponibili**. Verranno visualizzati i primi orari disponibili.
5. In **Orari disponibili** fare clic sull'ora di inizio o di fine del periodo di tempo da pianificare e quindi fare clic su **Pianifica**. Se si fa clic sui collegamenti al servizio o alla risorsa, verrà aperto il modulo correlato.

Il modulo Pianifica elemento Attività servizio viene chiuso e le informazioni relative all'intervallo di tempo selezionato vengono automaticamente inserite nel modulo **Attività servizio**.

6. Nel modulo Attività servizio immettere eventuali informazioni aggiuntive sull'attività servizio.
7. Nella casella **Tema** della scheda **Dettagli** individuare e selezionare un record da collegare all'attività servizio. È inoltre possibile impostare una priorità per l'attività servizio e registrare una categoria e una sottocategoria.
8. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.

L'attività servizio viene visualizzata sotto forma di blocco colorato sia nel calendario servizi, sia nel calendario delle aree Impegni e Area di lavoro.

Procedura: Trovare e pianificare un'attività servizio per un periodo di tempo specifico

Utilizzare questa procedura per cercare in base a una data specifica o un intervallo di date il primo orario disponibile nel giorno, nella settimana o nel mese successivo.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Calendario servizi**.
2. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Pianifica**.

Se si fa clic su **Nuovo** e quindi su **Attività servizio**, verrà creata un'attività servizio senza controllare gli orari disponibili.

3. Nel modulo Pianifica elemento Attività servizio immettere le informazioni seguenti:
 - **Servizio**
Individuare e selezionare il servizio da pianificare. Selezionare un record in un elenco filtrato nel riquadro **Informazioni e selezione rapida** oppure fare clic sul pulsante di ricerca per cercare altri record.
4. Selezionare i criteri per gli orari desiderati in:
 - **Durata**
Non deselezionare la casella di controllo **Usa durata predefinita** e modificare la durata solo se si desidera pianificare una durata del servizio maggiore rispetto a quella predefinita.
5. Fare clic su **Trova orari disponibili**. Verranno visualizzati i primi orari disponibili.
6. In **Orari disponibili** fare clic sull'ora di inizio o di fine del periodo di tempo da pianificare e quindi fare clic su **Pianifica**. Facendo clic sul servizio o sulla risorsa, verrà aperto il modulo correlato.

Il modulo Pianifica elemento Attività servizio viene chiuso e le informazioni relative all'intervallo di tempo selezionato vengono automaticamente inserite nel modulo Attività servizio.

7. Nel modulo Attività servizio immettere eventuali informazioni aggiuntive sull'attività servizio.
8. Nella casella **Tema** della scheda **Dettagli** è possibile individuare e selezionare un record da collegare all'attività servizio. È inoltre possibile impostare una priorità per l'attività servizio e registrare una categoria e una sottocategoria.
9. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.

L'attività servizio viene visualizzata sotto forma di blocco colorato sia nel calendario servizi, sia nel calendario delle aree Impegni e Area di lavoro.

Procedura: Individuare un orario disponibile per una risorsa o un sito specifico o altri criteri

Utilizzare questa procedura per cercare il primo orario disponibile nella pianificazione di un utente specifico o di attrezzature specifiche.

Se, ad esempio, un cliente desidera che sia il capo meccanico a occuparsi di una bicicletta, è possibile cercare il primo orario disponibile nella pianificazione del capo meccanico.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Calendario servizi**.
2. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Pianifica**.

Se si fa clic su **Nuovo** e quindi su **Attività servizio**, verrà creata un'attività servizio senza controllare gli orari disponibili.

3. Nel modulo Pianifica elemento Attività servizio immettere le informazioni seguenti:
 - **Servizio** Individuare e selezionare il servizio da pianificare. Selezionare un record in un elenco filtrato nel riquadro **Informazioni e selezione rapida** oppure fare clic sul pulsante di ricerca per cercare altri record.
 - **Risorse** Individuare e selezionare l'utente o le attrezzature da pianificare. Selezionare un record in un elenco filtrato nel riquadro Informazioni e selezione rapida oppure fare clic sul pulsante di ricerca per cercare altri record.
 - **Durata** Non deselezionare la casella di controllo **Usa durata predefinita** e modificare la durata solo se si desidera pianificare una durata del servizio maggiore rispetto a quella predefinita.
4. Fare clic su **Trova orari disponibili**. Verranno visualizzati i primi orari disponibili nella pianificazione della risorsa selezionata.
5. In **Orari disponibili** fare clic sull'ora di inizio o di fine del periodo di tempo da pianificare e quindi fare clic su **Pianifica**. Fare clic sui collegamenti al servizio o alla risorsa per aprire il modulo correlato.

Il modulo Pianifica elemento Attività servizio viene chiuso e le informazioni relative all'intervallo di tempo selezionato vengono automaticamente inserite nel modulo **Attività servizio**.

6. Nel modulo Attività servizio immettere eventuali informazioni aggiuntive sull'attività servizio.
 - **Oggetto** È necessario immettere un oggetto. I primi 12 caratteri verranno visualizzati nel calendario servizi e nel calendario dell'area di lavoro dell'utente. È possibile salvare l'attività servizio in questo momento oppure continuare ad aggiungere informazioni.

- **Clients** Se l'attività servizio è per un cliente, è possibile individuare e selezionare l'account o il contatto selezionando un record in un elenco filtrato nel riquadro **Informazioni e selezione rapida** oppure fare clic sul pulsante di ricerca per cercare altri record.
 - **Luogo** Immettere l'indirizzo o il numero di ufficio presso il quale verrà eseguita l'attività servizio.
 - **Mostra periodo come** Per modificare lo stato iniziale dell'attività servizio, selezionare uno stato dall'elenco. Se si seleziona uno degli stati elencati in **Pianificato**, nella pianificazione l'intervallo di tempo verrà impostato in modo che un'altra attività servizio o un altro appuntamento non possa entrare in conflitto con l'attività servizio durante la pianificazione automatica. Potenzialmente le attività servizio e gli appuntamenti forzati potrebbero essere in conflitto.
 - **Sito** Non è consigliabile modificare il sito dopo aver selezionato un orario per l'attività servizio. Le risorse sono assegnate ai siti. Se le risorse selezionate non sono disponibili nel sito selezionato, potrebbero verificarsi conflitti. Per registrare l'ufficio specifico o l'indirizzo dell'attività servizio, immettere le informazioni nella casella **Luogo** del modulo Attività servizio.
 - **Note** Aggiungere ulteriori informazioni facoltative sul cliente e sull'attività servizio. Immettere, ad esempio, i sintomi di un problema, le particolari richieste del cliente o eventuali messaggi da comunicare alle risorse selezionate per il servizio.
7. Nella casella **Tema** della scheda **Dettagli** è possibile individuare e selezionare un record da collegare all'attività servizio. È inoltre possibile impostare una priorità per l'attività servizio e registrare una categoria e una sottocategoria.
 8. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.

L'attività servizio viene visualizzata sotto forma di blocco colorato sia nel calendario servizi , sia nel calendario delle aree Impegni e Area di lavoro.

Procedura: Creare un'attività servizio senza verificare la presenza di conflitti

Utilizzare questa procedura per creare un'attività servizio. Un'attività servizio salvata senza cercare gli orari disponibili nella pianificazione verrà visualizzata in quest'ultima senza verificare la presenza di eventuali conflitti.

L'impostazione forzata di un'attività servizio in un intervallo di tempo consente di inserire un'altra attività servizio nel tempo rimasto da un'attività servizio precedente.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Calendario servizi**.
2. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Nuovo** e quindi su **Attività servizio**.
3. Nel modulo Attività servizio immettere le informazioni seguenti:
 - **Oggetto** Digitare un oggetto. I primi 12 caratteri verranno visualizzati nel calendario servizi e nel calendario dell'area di lavoro dell'utente.
 - **Servizio** Individuare e selezionare il servizio che si desidera pianificare selezionando un record in un elenco filtrato nel riquadro **Informazioni e selezione rapida** oppure fare clic sul pulsante di ricerca per cercare altri record.
4. Nei campi seguenti è possibile immettere informazioni aggiuntive sull'attività servizio.
 - **Clienti** Se l'attività servizio è per un cliente, individuare e selezionare l'account o il contatto selezionando un record in un elenco filtrato nel riquadro Informazioni e selezione rapida oppure fare clic sul pulsante di ricerca per cercare altri record.
 - **Risorse** Individuare e selezionare l'utente o l'attrezzatura che si desidera pianificare selezionando un record in un elenco filtrato nel riquadro Informazioni e selezione rapida oppure fare clic sul pulsante di ricerca per cercare altri record.
 - **Luogo** Immettere l'indirizzo o il numero di ufficio presso il quale verrà eseguita l'attività servizio.
 - **Mostra periodo come** Per modificare lo stato iniziale dell'attività servizio, selezionare uno stato dall'elenco. Se si seleziona uno degli stati elencati in **Pianificato**, nella pianificazione l'intervallo di tempo verrà impostato in modo che un'altra attività servizio o un altro appuntamento non possa entrare in conflitto con l'attività servizio durante la pianificazione automatica. Le attività di servizio e gli appuntamenti forzati potrebbero essere in conflitto.
 - **Sito** Individuare e selezionare il sito per l'attività servizio. I siti vengono definiti in Microsoft Dynamics CRM e quindi assegnati alle risorse. È possibile selezionare solo le risorse appartenenti allo stesso sito. Per registrare l'ufficio specifico o l'indirizzo

presso il quale svolgere l'attività servizio, immettere tali informazioni nella casella **Luogo**. È possibile selezionare un record in un elenco filtrato nel riquadro Informazioni e selezione rapida oppure fare clic sul pulsante di ricerca per cercare altri record.

5. In **Informazioni sulla pianificazione** è necessario immettere l'ora di inizio e l'ora di fine, mentre le altre informazioni sono facoltative.
 - **Ora di inizio e Ora di fine** Selezionare la data e l'ora di inizio e di fine dell'attività servizio. La casella **Durata** viene aggiornata con la durata dell'attività servizio. Se si seleziona un'altra durata, l'ora di fine verrà modificata.
Se si tratta di un evento la cui durata corrisponde a una giornata intera, fare clic su **Giornata intera**. Un evento di questo tipo rappresenta l'intera giornata lavorativa della risorsa selezionata. Se la giornata lavorativa della risorsa inizia alle 8.00 e termina alle 12.00, la durata dell'evento sarà pari a quattro ore.
 - **Durata** È possibile posticipare l'ora di fine di un intervallo di tempo modificando la durata. La durata predefinita viene determinata in base al servizio selezionato.
 - **Note** In questa area è possibile aggiungere ulteriori informazioni sul cliente e sull'attività servizio. È ad esempio possibile immettere i sintomi di un problema, le particolari richieste del cliente o eventuali messaggi da comunicare alle risorse selezionate per il servizio.
6. Nella casella **Tema** della scheda **Dettagli** individuare e selezionare un record da collegare all'attività servizio. È inoltre possibile impostare una priorità per l'attività servizio e registrare una categoria e una sottocategoria.
7. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.

L'attività servizio viene visualizzata sotto forma di blocco colorato nel calendario servizi e nel calendario delle aree Impegni e Area di lavoro.

Chiudere o annullare un'attività servizio oppure modificarne la pianificazione

Un'attività servizio completata può essere chiusa e contrassegnata per la fatturazione. Un'attività servizio non completata può essere annullata. Se il cliente desidera modificare la pianificazione dell'attività, gli utenti possono cercare un nuovo intervallo di tempo.

Nota: l'attività servizio viene visualizzata nel calendario servizi ed è contrassegnata dal colore relativo allo stato corrente e dall'oggetto dell'attività servizio.

Procedura: Chiudere o annullare un'attività servizio

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Calendario servizi**.
2. Individuare e aprire l'attività servizio da chiudere.
3. Scegliere Chiudi record Attività servizio dal menu Azioni.
4. Nell'elenco **Stato** della finestra di dialogo di conferma Chiudi record Attività servizio eseguire una delle operazioni seguenti:
 - Se l'attività servizio è stata completata e può essere fatturata, selezionare **Completato**.
 - Se l'attività servizio non verrà completata e non può essere fatturata, fare clic su **Annullato**.
 - Se il cliente non è mai arrivato e l'attività servizio non può essere fatturata, selezionare **Non arrivato**.
5. Fare clic su **OK**.
6. Sulla barra degli strumenti **Standard** fare clic su **Chiudi**.

Modificare la pianificazione di un'attività servizio

Il processo di modifica alla pianificazione di un'attività servizio è simile alla pianificazione. L'utente può apportare modifiche al servizio che è stato prenotato e il sistema ignora tale prenotazione al momento del calcolo della disponibilità.

Procedura: Modificare la pianificazione di un'attività servizio

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Calendario servizi**.
2. Individuare e selezionare l'attività servizio di cui si desidera modificare la pianificazione.
3. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Modifica pianificazione**.
4. Nel modulo **Pianifica elemento Attività servizio** modificare le informazioni in base alle esigenze.

5. Fare clic su **Trova orari disponibili**.

Microsoft Dynamics CRM restituisce un elenco di tutti gli intervalli di tempo disponibili che soddisfano i criteri specificati nel modulo. Se non è disponibile un intervallo di tempo appropriato, modificare i criteri e riprovare.

6. Nell'elenco **Orari disponibili** selezionare un intervallo di tempo.
7. Fare clic su **Pianifica**.
8. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.

Esercitazione pratica: Modificare la pianificazione di un'attività servizio

Nota: questa esercitazione è una continuazione dell'esercitazione pratica: Creare e pianificare un'attività servizio con il calendario servizi

Scenario

L'addetto alla pianificazione dei servizi ha ricevuto una telefonata dal proprietario di A Bike Store. Il cliente ha appena parlato con un altro addetto alla pianificazione di Adventure Works Cycle e desidera modificare la pianificazione del servizio di messa a punto semplice.

Il cliente conferma che il servizio venga eseguito da Ben Burton, il tecnico del servizio biciclette della zona nord, ma desidera che il servizio venga spostato in un orario qualsiasi dopo le 14.00 del giorno successivo alla data pianificata originale.

Descrizione degli obiettivi

Modificare la pianificazione dell'attività servizio di messa a punto delle biciclette per A Bike Store in Microsoft Dynamics CRM utilizzando il calendario servizi.

Passaggi dell'esercitazione pratica

1. Accedere all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM come Roger Van Houten. ID utente: Roger, Password: Pa\$\$w0rd.
2. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Calendario servizi**.
3. Per individuare l'attività servizio per A Bike Store immettere le informazioni seguenti: in **Cerca** specificare bicicletta, in **Tipo** specificare Appuntamento e attività servizio, in **Visualizzazione** specificare Impegni personali.
4. Fare clic su **Trova**.
5. Aprire e rivedere l'attività servizio.
6. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Modifica pianificazione**.

7. Nel modulo **Pianifica elemento Attività servizio** modificare l'orario di inizio pianificato in 14.00 del giorno successivo.
8. Fare clic su **Pianifica**.
9. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.
10. Passare al calendario servizi e immettere le informazioni seguenti per individuare l'attività servizio: in **Cerca** specificare bicicletta, in **Tipo** specificare Appuntamento e attività servizio, in **Visualizzazione** specificare Risultati ricerca.
11. Fare clic su **Trova**.
12. Aprire e rivedere l'attività servizio per confermare il servizio per A Bike Store.

Visualizzare appuntamenti e attività servizio

Gli utenti possono visualizzare appuntamenti e attività servizio sia nel calendario dell'area di lavoro che nel calendario servizi dell'area Servizi.

Nel calendario dell'area di lavoro è possibile visualizzare, creare o modificare unicamente nuovi appuntamenti e nuove attività servizio.

Nel calendario servizi dell'area Servizi è invece possibile gestire le risorse, cercare conflitti e modificare lo stato delle attività servizio.

Procedura: Visualizzare appuntamenti e attività servizio

Nel calendario dell'area di lavoro vengono visualizzati gli appuntamenti e le attività servizio a cui partecipa l'utente.

1. Visualizzare il calendario dell'area di lavoro.

Nel calendario dell'area di lavoro vengono visualizzati gli appuntamenti e le attività servizio a cui partecipa l'utente corrente.

2. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro** e quindi in **Attività personali** fare clic su **Calendario**.
3. È possibile modificare il contenuto visualizzato nel calendario eseguendo una delle operazioni seguenti:
 - Modificare la visualizzazione del calendario. In Visualizzazioni calendario fare clic su una delle visualizzazioni disponibili:
 - **Mensile** Verrà visualizzato il calendario mensile.
 - **Settimanale** Verrà visualizzato il calendario settimanale.
 - **Giornaliero** Verranno visualizzate le ore relative a un unico giorno.
4. Visualizzare il riepilogo di un appuntamento. Nel calendario posizionare il cursore sull'appuntamento.
5. Visualizzare o modificare i dettagli di un appuntamento. Nel calendario fare clic sul collegamento dell'appuntamento. Verrà visualizzato il modulo **Appuntamento**.

6. Cambiare le date visualizzate nel calendario. Sul controllo del calendario fare clic sulle frecce o su una data specifica.
7. Visualizzare gli appuntamenti e le attività servizio del giorno corrente. Nel controllo del calendario fare clic su **Oggi**. Nel calendario verrà visualizzato un elenco suddiviso in ore per il giorno corrente.
8. Aggiornare il calendario. Nell'angolo superiore destro del calendario fare clic su **Aggiorna il calendario**.

Procedura: Visualizzare il calendario servizi

Nel calendario servizi sono visualizzati gli appuntamenti e le attività servizio dell'organizzazione.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Calendario servizi**.
2. È possibile modificare il contenuto visualizzato nel calendario eseguendo una delle operazioni seguenti:

Modificare la visualizzazione del calendario.

In **Visualizzazioni calendario** fare clic su una delle visualizzazioni disponibili:

- **Oggi** Pianificazione giornaliera.
- **Mensile** Pianificazione mensile.
- **Settimanale** Pianificazione settimanale.
- **Giornaliero** Pianificazione giornaliera di un individuo per un giorno selezionato.

Visualizzare il riepilogo di un appuntamento o di un'attività servizio.

Nel calendario posizionare il puntatore sull'appuntamento o sull'attività servizio.

3. Visualizzare o modificare i dettagli di un appuntamento o di un'attività servizio.

Nel calendario fare doppio clic sull'appuntamento. Verrà visualizzato il modulo **Appuntamento**.

4. Modificare le date visualizzate nel calendario servizi.

Nel controllo del calendario fare clic sulle frecce o su una data specifica.

5. Visualizzare gli appuntamenti e le attività servizio del giorno corrente.

Nel controllo del calendario fare clic su **Oggi**. Nel calendario verrà visualizzato un elenco suddiviso in ore per il giorno corrente.

6. Aggiornare il calendario.

Nell'angolo superiore destro del calendario fare clic su **Aggiorna il calendario**.

Procedura: Modificare lo stato di un'attività servizio

Dopo aver creato un'attività servizio, è possibile modificarla. Lo stato di un'attività servizio viene visualizzato nel calendario servizi e nel calendario dell'area di lavoro.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Calendario servizi**.
2. Nel **Calendario servizi** selezionare l'attività servizio che si desidera modificare.
3. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Cambia stato**.
4. Nell'elenco **Mostra periodo come** della finestra di dialogo **Cambia stato** selezionare il nuovo stato e quindi fare clic su **OK**.

Lo stato dell'attività servizio verrà aggiornato e verrà inoltre modificato il colore relativo all'intervallo di tempo del servizio attività.

Nota: quando si chiude un'attività servizio, essa viene impostata in sola lettura e non può essere modificata.

Procedura: Verificare la presenza di conflitti nella pianificazione

In Microsoft Dynamics CRM le attività servizio in conflitto vengono evidenziate in rosso nel calendario servizi.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi fare clic su **Calendario servizi**.
2. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Mostra conflitti**.

L'etichetta del pulsante diventerà **Nascondi conflitti** e le attività servizio, le risorse o gli appuntamenti con conflitti di pianificazione verranno evidenziati in rosso.

Impostare preferenze per le attività servizio per i clienti

Gli utenti possono offrire un servizio clienti personalizzato registrando le preferenze dei clienti relative ai servizi e agli orari dei servizi.

Tali preferenze vengono impostate come criteri predefiniti nelle successive pianificazioni di un'attività servizio per il cliente e sono disponibili nel riquadro Informazioni e selezione rapida.

Procedura: Impostare le preferenze di un cliente per un'attività servizio

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Area di lavoro** e in **Clienti** fare clic su **Account** o su **Contatti**.
2. Nell'elenco aprire il record desiderato.
3. In **Dettagli** fare clic su **Informazioni**.
4. In **Preferenze per i servizi** della scheda **Amministrazione** selezionare l'orario e il giorno preferiti dal cliente per gli appuntamenti.
5. Fare clic sulla casella **Servizio preferito**, **Attrezzature preferite** o **Utente preferito** per cercare il record appropriato selezionando un record da un elenco filtrato nel riquadro **Informazioni e selezione rapida** oppure fare clic sul pulsante di ricerca per cercare altri record.
6. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.

Riepilogo

La pianificazione dei servizi consente agli addetti alla pianificazione di restare costantemente aggiornati e informati attraverso le visualizzazioni calendario, che offrono una visione chiara di:

- Attività servizio con pianificazione settimanale
- Attività servizio con pianificazione mensile
- Attività servizio con pianificazione giornaliera

Il calendario servizi consente inoltre agli addetti alla pianificazione di risparmiare tempo, poiché offre loro informazioni aggiornate sui giorni e gli orari di non disponibilità.

La pianificazione dei servizi di Microsoft Dynamics CRM offre gli strumenti necessari per organizzare e registrare risorse, pianificazioni delle risorse, periodi di indisponibilità e chiusure aziendali.

Verifica

Calendario delle attività servizio

1. Quali sono le funzionalità offerte dal calendario delle attività servizio? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - () a. Possibilità di visualizzare, modificare, creare ed eliminare elementi nel calendario.
 - () b. Possibilità di visualizzare il calendario di Outlook della risorsa.
 - () c. Possibilità di avere una visualizzazione mensile, una visualizzazione primaria dei calendari lavorativi di una singola risorsa.
 - () d. Possibilità di distinguere con facilità i diversi tipi di attività del calendario.

Visualizzare il calendario servizi

2. Quali sono gli ausili visivi disponibili nel calendario servizi? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - () a. Il Registro appuntamenti è dotato di colori e sfondi diversi per l'indicazione dello stato.
 - () b. Le caselle Da e A possono essere utilizzate per modificare l'intervallo di date.
 - () c. Il pulsante Blocca risorse può essere utilizzato per prenotare una risorsa.
 - () d. La visualizzazione Anteprima consente di visualizzare più elementi.

Ricerca di informazioni

3. Quali sono le informazioni minime necessarie all'utente per cercare un intervallo di tempo libero?
 - () a. Nome del cliente
 - () b. Nome della risorsa
 - () c. Servizio da offrire
 - () d. Data del servizio

Menu del calendario servizi

4. Quale opzione di menu si utilizza per la prenotazione di attività servizio nel calendario servizi?
 - () a. Pianifica del menu Azioni
 - () b. Aggiungi record correlato del menu Azioni
 - () c. Trova del menu Azioni
 - () d. Prenota del menu Azioni

Attività servizio

5. Cosa è necessario indicare per pianificare un'attività servizio per un orario richiesto? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- a. Cliente
 - b. Risorsa
 - c. Orario richiesto
 - d. Descrizione dell'attività servizio

Immissione dati

6. Qual è il risultato dell'immissione di più informazioni sull'attività servizio?
- a. Maggiore è il numero di informazioni, maggiore è la soddisfazione del cliente
 - b. Maggiore è il numero di informazioni, migliore è la scelta della risorsa
 - c. Maggiore è il numero di informazioni, minore è il numero di intervalli di tempo disponibili
 - d. Maggiore è il numero di informazioni, maggiore è il numero di intervalli di tempo disponibili

Risolvere un'attività servizio

7. Quali azioni di risoluzione è possibile eseguire su un'attività servizio? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- a. Può essere chiusa
 - b. Può essere contrassegnata per la fatturazione
 - c. Può essere contrassegnata come Bloccata
 - d. Può essere contrassegnata come Scaduta

Modificare la pianificazione

8. La modifica della pianificazione di un'attività servizio è simile a un altro tipo di flusso. Quale?
- a. Annullamento di un'attività servizio
 - b. Chiusura di un'attività servizio
 - c. Pianificazione di un'attività servizio
 - d. Blocco di un'attività servizio

Modifiche dell'attività

9. Cosa è possibile modificare in un'attività servizio? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- a. Risorsa
 - b. Ora e data
 - c. Stato
 - d. Priorità

Visualizzazioni delle attività servizio

10. Quali sono le visualizzazioni disponibili per le attività servizio? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- a. Attività servizio personali
 - b. Attività personali ripianificate
 - c. Attività servizio chiuse
 - d. Attività servizio annullate

Preferenze dei clienti

11. In che modo vengono considerate le preferenze del cliente quando si pianifica una nuova attività servizio?
- a. Devono essere aggiornate
 - b. Devono essere selezionate
 - c. Vengono impostate sui valori predefiniti
 - d. Vengono lasciate vuote

Preferenze dei clienti

12. Cosa è possibile includere nelle preferenze del cliente? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- a. Servizio preferito
 - b. Attrezzature preferite
 - c. Condizioni di pagamento preferite
 - d. Utente preferito

Ricerca avanzata

13. Quali sono alcune delle funzionalità della ricerca avanzata? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- a. Gli utenti possono scegliere i criteri
 - b. Gli utenti possono specificare le proprietà
 - c. Tutti i record diventano la base della ricerca avanzata
 - d. Gli utenti possono ordinare i record risultanti

Prova pratica 21.1: Pianificare un'attività servizio per un caso

In questa prova pratica verranno creati nuovi servizi in Microsoft Dynamics CRM.

Scenario

L'addetto alla pianificazione dei servizi della zona nord di Adventure Works Cycle gestisce tutti i requisiti del servizio clienti per la zona nord.

Per gestire l'azienda di servizi, l'addetto alla pianificazione dei servizi pianifica appuntamenti di servizio in modo efficiente in base alle risorse disponibili e alla priorità della richiesta. Il suo ruolo è quello di responsabile dell'assegnazione delle attività, controllando i tecnici che prestano assistenza a domicilio in modo da ottenere la massima efficienza del servizio al costo minimo.

Descrizione degli obiettivi

L'addetto alla pianificazione dei servizi deve creare un'attività servizio Revisione totale per Eleventh Bike Store in base al caso "Problema di allineamento ruote". L'attività servizio ha come tema "Attività revisione per Eleventh Bike Store" e deve essere creata il più presto possibile. Il sito per questo servizio è il Centro di servizio zona nord e centrale e la risorsa è Chris Perry.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzando le informazioni precedenti, creare un'attività servizio dal caso. Accedere all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM come Roger Van Houten.

Nome utente per l'accesso	Roger
Password	Pa\$\$w0rd

Note:

Nelle prove pratiche illustrate in questo capitolo viene utilizzato l'utente "Roger", che dispone di privilegi di pianificazione basati sul relativo ruolo. L'utente può disporre o non disporre di tali privilegi e dipende dall'implementazione di Microsoft Dynamics CRM o dall'immagine di Virtual PC che si sta utilizzando. Per istruzioni specifiche, rivolgersi all'insegnante.

A seconda dell'implementazione di Microsoft Dynamics CRM o dall'immagine di Virtual PC che si sta utilizzando, alcuni dei servizi elencati nel set di dati di prova potrebbero non essere disponibili. Per completare gli esercizi delle prove pratiche potrebbe essere necessario aggiungere alcuni servizi al sistema. Per istruzioni specifiche, rivolgersi all'insegnante.

Suggerimenti

Istruzioni

Accedere all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM come Roger Van Houten.

1. Passare a **Servizi** e selezionare il **Caso** dal titolo “Problema di allineamento ruote”. **Numero del caso:** CAS-01035-GWF0S8.
2. Aprire il caso.
3. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Aggiungi impegno** e quindi selezionare **Attività servizio**.
4. Completare il modulo **Attività servizio** e pianificare l'attività.

Procedura dettagliata

1. Accedere all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM come Roger Van Houten. ID utente: Roger, Password: Pa\$\$w0rd.
2. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi**.
3. Fare clic su Casi. Modificare il filtro in Casi attivi.
4. Aprire il caso “Problema di allineamento ruote” il cui numero è CAS-01035-GWF0S8 per il cliente Eleventh Bike Store.
5. Per pianificare un'attività servizio per questo caso, fare clic su **Impegni** sul lato sinistro della finestra del caso.
6. Fare clic su **Nuovo elemento Impegno**. Fra le opzioni disponibili nella finestra di dialogo visualizzata selezionare **Attività servizio**.
7. Come oggetto dell'attività servizio digitare “Attività di revisione per Eleventh Bike Store”. Selezionare il servizio “Revisione totale”.
8. Fare clic su **Pianifica** sulla barra dei menu.
9. Impostare “Al più presto” come data di inizio e “Qualsiasi” come ora di inizio. Fare clic su **Trova orari disponibili**.
10. Nei risultati della ricerca verrà visualizzato un elenco di possibili opzioni per la pianificazione del servizio. Selezionare l'intervallo di tempo più in alto e fare clic su **Pianifica**.
11. Salvare e chiudere la finestra dell'attività servizio. L'attività è stata pianificata per questo caso ed è stata assegnata a **Chris Perry**, il tecnico del servizio biciclette.

Prova pratica 21.2: Creare e pianificare un'attività servizio

In questa prova pratica verrà creato un nuovo servizio in Microsoft Dynamics CRM e verranno aggiunte le informazioni relative alle risorse, al sito e all'orario.

Scenario

La società Cycles and Scooters ha contattato Adventure Works Cycle perché ha organizzato una conferenza per i tecnici del servizio biciclette. Desidera pianificare una sessione di formazione di quattro ore da svolgere nel pomeriggio durante la conferenza. La conferenza avrà luogo durante la settimana successiva.

Descrizione degli obiettivi

Creare un'attività servizio per un servizio di formazione sulle biciclette per Cycles and Scooters. Judith Walker, la responsabile del servizio biciclette della zona sud, è la migliore risorsa disponibile per questo servizio.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzando le informazioni precedenti creare un nuovo servizio e aggiungere le informazioni relative alla risorsa, al sito e all'orario. Accedere all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM come Roger Van Houten.

Nome utente per l'accesso	Roger
Password	Pa\$\$w0rd

Note:

Nelle prove pratiche illustrate in questo capitolo viene utilizzato l'utente "Roger", che dispone di privilegi di pianificazione basati sul relativo ruolo. L'utente può disporre o non disporre di tali privilegi e dipende dall'implementazione di Microsoft Dynamics CRM o dall'immagine di Virtual PC che si sta utilizzando. Per istruzioni specifiche, rivolgersi all'insegnante.

A seconda dell'implementazione di Microsoft Dynamics CRM o dall'immagine di Virtual PC che si sta utilizzando, alcuni dei servizi elencati nel set di dati di prova potrebbero non essere disponibili. Per completare gli esercizi delle prove pratiche potrebbe essere necessario aggiungere alcuni servizi al sistema. Per istruzioni specifiche, rivolgersi all'insegnante.

Suggerimenti

1. Accedere all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM come Roger Van Houten.
2. Passare all'area del calendario e creare una nuova attività servizio denominata "Servizio formazione bici per Cycles and Scooters" Utilizzare le informazioni nella tabella seguente per completare il modulo. Al termine salvare e chiudere il modulo Attività servizio.

Servizio	Servizio formazione bici
Sito	Centro di servizio zona sud
Clienti	Cycles and Scooters
Risorse	Judith Walker

3. Fare clic su **Pianifica**.
4. Utilizzare la tabella seguente per completare il modulo.

Durata	Usa durata predefinita
Data di inizio	Al più presto
Ora di inizio	Intervallo di tempo
Risorse	Judith Walker

5. Al termine salvare e chiudere il modulo **Attività servizio**.

Procedura dettagliata

1. Accedere all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM come Roger Van Houten. ID utente: Roger. Password: Pa\$\$w0rd.
2. Passare all'area del calendario. Utilizzare questa pagina per visualizzare o creare appuntamenti per giorno, settimana o mese.
3. Selezionare **Crea un nuovo elemento**: Attività servizio. Verrà visualizzato il modulo **Attività servizio**.

- Utilizzare le informazioni nella tabella seguente per completare il modulo **Attività servizio**. Digitare le informazioni da cercare nella casella **Cerca** e quindi fare clic su **Cerca i record**. Selezionare i record desiderati nell'elenco **Record disponibili** e spostarli nell'elenco dei record selezionati.

Oggetto	Servizio formazione bici per Cycles and Scooters
Servizio	Servizio formazione bici
Sito	Centro di servizio zona sud
Clienti	Cycles and Scooters
Risorse	Judith Walker

- Fare clic su **Pianifica**.
- Utilizzare la tabella seguente per completare il modulo e quindi fare clic su **Trova orari disponibili**.

Durata	Usa durata predefinita
Data di inizio	Al più presto
Ora di inizio	Intervallo di tempo
Risorse	Judith Walker

- Impostare l'inizio del servizio alle ore 13.00 a distanza di una settimana a partire dalla data corrente e la fine alle 16.00. Per trovare un orario disponibile, fare clic sulla freccia per passare ai record visualizzati nella pagina 2.
- Al termine salvare e chiudere il modulo Attività servizio.

Prova pratica 21.3: Completare appuntamenti, aggiungere note e modificare lo stato dei servizi

In questa prova pratica gli utenti aggiungeranno delle note a un'attività servizio e ne modificheranno lo stato.

Scenario

Chris Perry è un tecnico del servizio biciclette che presta assistenza a domicilio. Ha una pianificazione degli appuntamenti di servizio preparata dal responsabile dei servizi. Egli esegue gli appuntamenti di servizio e aggiorna lo stato. Al caricamento del calendario Chris visualizzerà tutti i suoi appuntamenti pianificati ma non ancora completati.

Descrizione degli obiettivi

Chris ha completato l'appuntamento di servizio "Rimozione e sostituzione pignoni" per il cliente More Bikes! e desidera modificarne lo stato e aggiungere alcune note.

Procedura

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzando le informazioni precedenti aggiungere delle note a un'attività servizio e modificarne lo stato. Accedere all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM come Chris Perry.

Nome utente per l'accesso	Chris
Password	Pa\$\$w0rd

Note:

Nelle prove pratiche illustrate in questo capitolo viene utilizzato l'utente "Roger", che dispone di privilegi di pianificazione basati sul relativo ruolo. L'utente può disporre o non disporre di tali privilegi e dipende dall'implementazione di Microsoft Dynamics CRM o dall'immagine di Virtual PC che si sta utilizzando. Per istruzioni specifiche, rivolgersi all'insegnante.

A seconda dell'implementazione di Microsoft Dynamics CRM o dall'immagine di Virtual PC che si sta utilizzando, alcuni dei servizi elencati nel set di dati di prova potrebbero non essere disponibili. Per completare gli esercizi delle prove pratiche potrebbe essere necessario aggiungere alcuni servizi al sistema. Per istruzioni specifiche, rivolgersi all'insegnante.

Suggerimenti

1. Accedere all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM come Chris Perry.
2. Passare all'appuntamento "Rimozione e sostituzione pignoni".
3. Aprire l'appuntamento di servizio e aggiungere una nota in cui si spiega che il servizio è stato completato con esito positivo.
4. Impostare lo stato dell'appuntamento di servizio come completato.
5. Chiudere il record.

Procedura dettagliata

1. Accedere all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM come Chris Perry. ID utente: Chris, **Password:** Pa\$\$w0rd.
2. Chris ha completato l'appuntamento di servizio "Rimozione e sostituzione pignoni" per il cliente More Bikes! e desidera modificarne lo stato e aggiungere alcune note.
3. Nella visualizzazione Attività è presente l'attività "Rimozione e sostituzione pignoni".
4. Aprire l'attività. Aggiungere la nota "Pignoni sostituiti" nella sezione **Note**.
5. Fare clic su **Azioni** sulla barra dei menu e scegliere **Chiudi record Attività servizio**. Selezionare **Completato** nell'elenco a discesa **Stato** e fare clic su **OK** per salvare le modifiche.
6. Chiudere la finestra.

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Calendario delle attività servizio

1. Quali sono le funzionalità offerte dal calendario delle attività servizio? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - a. Possibilità di visualizzare, modificare, creare ed eliminare elementi nel calendario.
 - b. Possibilità di visualizzare il calendario di Outlook della risorsa.
 - c. Possibilità di avere una visualizzazione mensile, una visualizzazione primaria dei calendari lavorativi di una singola risorsa.
 - d. Possibilità di distinguere con facilità i diversi tipi di attività del calendario.

Visualizzare il calendario servizi

2. Quali sono gli ausili visivi disponibili nel calendario servizi? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - a. Il Registro appuntamenti è dotato di colori e sfondi diversi per l'indicazione dello stato.
 - b. Le caselle Da e A possono essere utilizzate per modificare l'intervallo di date.
 - c. Il pulsante Blocca risorse può essere utilizzato per prenotare una risorsa.
 - d. La visualizzazione Anteprima consente di visualizzare più elementi.

Ricerca di informazioni

3. Quali sono le informazioni minime necessarie all'utente per cercare un intervallo di tempo libero?
 - a. Nome del cliente
 - b. Nome della risorsa
 - c. Servizio da offrire
 - d. Data del servizio

Menu del calendario servizi

4. Quale opzione di menu si utilizza per la prenotazione di attività servizio nel calendario servizi?
- a. Pianifica del menu Azioni
 - b. Aggiungi record correlato del menu Azioni
 - c. Trova del menu Azioni
 - d. Prenota del menu Azioni

Attività servizio

5. Cosa è necessario indicare per pianificare un'attività servizio per un orario richiesto? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- a. Cliente
 - b. Risorsa
 - c. Orario richiesto
 - d. Descrizione dell'attività servizio

Immissione dati

6. Qual è il risultato dell'immissione di più informazioni sull'attività servizio?
- a. Maggiore è il numero di informazioni, maggiore è la soddisfazione del cliente
 - b. Maggiore è il numero di informazioni, migliore è la scelta della risorsa
 - c. Maggiore è il numero di informazioni, minore è il numero di intervalli di tempo disponibili
 - d. Maggiore è il numero di informazioni, maggiore è il numero di intervalli di tempo disponibili

Risolvere un'attività servizio

7. Quali azioni di risoluzione è possibile eseguire su un'attività servizio? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- a. Può essere chiusa
 - b. Può essere contrassegnata per la fatturazione
 - c. Può essere contrassegnata come Bloccata
 - d. Può essere contrassegnata come Scaduta

Modificare la pianificazione

8. La modifica della pianificazione di un'attività servizio è simile a un altro tipo di flusso. Quale?
- a. Annullamento di un'attività servizio
 - b. Chiusura di un'attività servizio
 - c. Pianificazione di un'attività servizio
 - d. Blocco di un'attività servizio

Modifiche dell'attività

9. Cosa è possibile modificare in un'attività servizio? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- a. Risorsa
 - b. Ora e data
 - c. Stato
 - d. Priorità

Visualizzazioni delle attività servizio

10. Quali sono le visualizzazioni disponibili per le attività servizio? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- a. Attività servizio personali
 - b. Attività personali ripianificate
 - c. Attività servizio chiuse
 - d. Attività servizio annullate

Preferenze dei clienti

11. In che modo vengono considerate le preferenze del cliente quando si pianifica una nuova attività servizio?
- a. Devono essere aggiornate
 - b. Devono essere selezionate
 - c. Vengono impostate sui valori predefiniti
 - d. Vengono lasciate vuote

Preferenze dei clienti

12. Cosa è possibile includere nelle preferenze del cliente? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- a. Servizio preferito
 - b. Attrezzature preferite
 - c. Condizioni di pagamento preferite
 - d. Utente preferito

Ricerca avanzata

13. Quali sono alcune delle funzionalità della ricerca avanzata? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- a. Gli utenti possono scegliere i criteri
 - b. Gli utenti possono specificare le proprietà
 - c. Tutti i record diventano la base della ricerca avanzata
 - d. Gli utenti possono ordinare i record risultanti

CAPITOLO 22: GESTIRE UTENTI E RISORSE

Obiettivi

Gli obiettivi sono:

- Comprendere i concetti alla base della pianificazione di utenti e altre risorse in Microsoft[®] Dynamics CRM
- Impostare una pianificazione per un utente o per attrezzature
- Creare e aggiungere utenti o attrezzature a un gruppo di risorse
- Visualizzare pianificazioni relative a risorse
- Rimuovere risorse dai servizi pianificati
- Creare, modificare o aggiungere membri a un sito
- Impostare o modificare chiusure aziendali

Introduzione

In questa lezione vengono illustrati in dettaglio l'amministrazione della pianificazione, il processo di configurazione e le attività amministrative, che costituiscono i principali punti di partenza del processo di pianificazione. La lezione inizia con la selezione delle ore lavorative dell'azienda, delle risorse e così via e passa quindi a descrivere le altre attività che garantiscono che il modulo di pianificazione contenga tutte le informazioni necessarie per iniziare il processo di pianificazione.

Scenario

Situazione

In Adventure Works Cycle la pianificazione degli appuntamenti viene svolta in modo prevalentemente manuale e per registrare le attività servizio viene utilizzato un foglio di calcolo. A causa del processo di pianificazione manuale, la gestione dell'utilizzo delle risorse non è efficiente e sovente il numero di risorse disponibili al momento dell'esecuzione dei servizi presso i clienti è limitato.

Descrizione degli obiettivi

È necessario eseguire la migrazione dei processi di pianificazione esistenti di Adventure Works Cycle alla pianificazione dei servizi di Microsoft Dynamics CRM, in modo da ottimizzare gli obiettivi aziendali. Adventure Works Cycle, ad esempio, desidera ottenere l'utilizzo massimo delle risorse e delle attrezzature nella fase di fornitura dei servizi ai clienti.

Per garantire che la disponibilità delle risorse venga inclusa nelle ricerche relative alla disponibilità, il responsabile della pianificazione dei servizi deve impostare le informazioni seguenti in Microsoft Dynamics CRM:

1. Date delle chiusure aziendali.
2. Risorse, ad esempio forza lavoro e attrezzature, che partecipano al processo di pianificazione.
3. Risorse di gruppo. Ad esempio:
 - qualsiasi risorsa del gruppo
 - tutte le risorse del gruppo
 - un sottoinsieme di risorse
4. Requisiti riferiti a più luoghi o siti, comprese la selezione delle risorse appropriate e la gestione dei fusi orari.
5. Verifica delle proposte di servizio.

Pianificare utenti e altre risorse per i servizi

Le risorse sono rappresentate dagli utenti che possono offrire un servizio e dalle attrezzature necessarie per fornire tale servizio ai clienti. È possibile utilizzare Microsoft Dynamics CRM per gestire le pianificazioni, i servizi da eseguire e la disponibilità della forza lavoro.

Combinando le competenze del personale con le attrezzature e le strutture più idonee per eseguire i servizi, è possibile pianificare i servizi e fornirli ai clienti con maggiore efficienza.

Selezionare le risorse per l'esecuzione di servizi

Per ogni servizio offerto da un'organizzazione, selezionare le risorse necessarie, sia come risorse individuali sia come gruppi di risorse, per l'esecuzione del servizio. Per selezionare le risorse, creare regole di selezione per il servizio che definiscono la combinazione di personale, attrezzature e strutture o gruppi di risorse necessarie al momento della pianificazione del servizio. È ad esempio possibile impostare una regola in base alla quale la riparazione di una bicicletta richiede un tecnico e un insieme specifico di strumenti.

Se si dispone di gruppi di risorse con competenze o livelli di competenza simili che possono essere pianificati in modo intercambiabile, è possibile creare gruppi di risorse per facilitare la selezione. È ad esempio possibile inserire tutti i tecnici riparatori nel gruppo di risorse "tecnici". Al momento di definire le regole di selezione per i servizi, è possibile selezionare il gruppo "tecnici" anziché i singoli tecnici.

È possibile impostare i servizi e le risorse in modo che, al momento della pianificazione di un servizio, Microsoft Dynamics CRM sia in grado di valutare attrezzature con diverse potenzialità o il livello di esperienza degli utenti. Questa funzione viene definita pianificazione della capacità. La capacità è un'unità relativa che deve essere definita. In un'officina di riparazione delle biciclette, ad esempio, se il settore riparazioni ha una capacità di quattro unità e la revisione di una bicicletta richiede un'unità, il settore riparazioni può accettare quattro revisioni contemporaneamente. Mediante la capacità è anche possibile misurare il livello di competenze. Un tecnico apprendista, ad esempio, ha la capacità di un'unità, mentre un tecnico esperto ha la capacità di due unità. La revisione di una bicicletta richiede due unità. Per eseguire una revisione sono pertanto necessari due tecnici apprendisti oppure un tecnico esperto.

Definire i periodi di disponibilità delle risorse

Per gestire la pianificazione delle singole risorse, è possibile pianificare la disponibilità di ognuna di esse, includendo ferie, indisponibilità, ore lavorative, capacità e manutenzione.

È possibile visualizzare la pianificazione delle risorse, confrontarla con altre pianificazioni e verificare l'eventuale presenza di conflitti.

Grazie a queste informazioni, durante la pianificazione di un servizio Microsoft Dynamics CRM è in grado di determinare le risorse o la combinazione di risorse disponibili per eseguire il servizio in una data e in un orario specifici.

Pianificare le chiusure a livello di organizzazione

È possibile impostare i giorni in cui l'organizzazione è chiusa per festività e altri eventi. Dalla pianificazione delle chiusure è inoltre possibile escludere singole risorse.

Pianificazioni lavorative degli utenti

L'impostazione delle pianificazioni lavorative in Microsoft Dynamics CRM offre agli addetti alla pianificazione la possibilità di includere la pianificazione di utenti e attrezzature nelle ricerche sulla disponibilità al momento della pianificazione delle attività servizio.

Quando si utilizzano le pianificazioni, è importante tenere presenti le indicazioni seguenti:

1. Modulo di pianificazione settimanale, che è possibile utilizzare per definire le opzioni seguenti relative a una risorsa:
 - Ore lavorative
 - Giorni lavorativi
 - Intervalli di date
 - Fuso orario
2. Amministratore della pianificazione, che ha la possibilità di impostare una pianificazione ricorrente che può essere:
 - Uguale per ogni giorno lavorativo
 - Diversa per ogni giorno lavorativo

Ore lavorative degli utenti

Gli utenti, nel momento in cui vengono creati o aggiornati, dispongono per impostazione predefinita di un calendario lavorativo di 24 ore al giorno per 7 giorni alla settimana. Essi non vengono tuttavia collegati al calendario delle chiusure aziendali.

In Microsoft Dynamics CRM la durata del giorno ai fini della fatturazione dipende dalle ore lavorative impostate nelle opzioni personali. Se ad esempio la giornata lavorativa inizia alle 8.00 e termina alle 17.00, il giorno lavorativo comprende nove ore fatturabili.

Quando si impostano le ore lavorative per la risorsa, l'amministratore della pianificazione può decidere se la risorsa debba rispettare o meno le chiusure aziendali. Per ulteriori informazioni, vedere la sezione relativa alle chiusure aziendali.

Procedura: Impostare o modificare le ore lavorative per un utente o per attrezzature

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
2. Nell'area Impostazioni fare clic su Amministrazione, quindi su **Business Unit**, aprire la Business Unit desiderata e quindi fare clic su **Utenti** o su **Attrezzature**.
3. Nell'elenco aprire il record della risorsa da modificare.
4. In Dettagli fare clic su **Ore lavorative**.

5. Nella scheda **Visualizzazione mensile** fare doppio clic su una data del calendario che rappresenta il giorno di inizio desiderato per la nuova pianificazione o una data qualsiasi interessata dalla nuova pianificazione.
6. Nella finestra di dialogo Modifica pianificazione settimanale selezionare una delle opzioni seguenti e quindi scegliere **OK**.
 - a. **Solo questa data** Consente di modificare solo la data selezionata. Se si seleziona questa opzione, andare direttamente al passaggio 9.
 - b. **A partire da** Consente di modificare la pianificazione solo a partire dalla data selezionata.
 - c. **Intera pianificazione settimanale** Consente di modificare l'intera pianificazione dalla data di inizio a quella di fine.
7. Nella finestra di dialogo Pianificazione settimanale selezionare una delle opzioni seguenti:
 - a. **Uguali per ogni giorno** La nuova pianificazione è la stessa per ogni giorno della settimana. Dopo aver selezionato questa opzione, selezionare i giorni della settimana in cui la risorsa è disponibile.
 - b. **Diverse in base al giorno** La nuova pianificazione è diversa per uno o più giorni della settimana. Dopo aver selezionato questa opzione, selezionare i giorni della settimana in cui la risorsa è disponibile.
8. Fare clic sul collegamento delle ore lavorative per la pianificazione che si desidera modificare.
Se in precedenza non sono state impostate ore lavorative, il collegamento verrà visualizzato come "Imposta ore lavorative".
9. Nella finestra di dialogo Giornata lavorativa completare i campi seguenti:
 - a. **Inizio** Selezionare l'ora di inizio della giornata lavorativa.
 - b. **Fine** Selezionare l'ora di fine della giornata lavorativa.
10. Selezionare i giorni della settimana per cui è attiva questa pianificazione. Fare clic su **OK**.
11. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.

***Nota:** è possibile impostare tre diversi tipi di pianificazione: settimanale, mensile e giornaliera.*

Procedura: Pianificare una pausa per un utente o l'indisponibilità giornaliera di attrezzature

Durante una giornata lavorativa è possibile pianificare un periodo di tempo in cui una risorsa non è regolarmente disponibile per la pianificazione di un'attività servizio.

Può trattarsi di una pausa o del pranzo nel caso di un utente oppure della manutenzione giornaliera nel caso di strutture o attrezzature. È possibile pianificare una o più pause per ogni giornata lavorativa.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
2. In **Impostazioni** fare clic su **Gestione aziendale**, nell'area **Gestione aziendale** fare clic su **Attrezzature**.
3. Nell'elenco selezionare l'attrezzatura o l'utente da modificare.
4. In **Dettagli** fare clic su **Ore lavorative**.
5. Eseguire una delle operazioni seguenti:
 - Per aggiungere una pausa a una singola giornata lavorativa
 - Nel calendario fare doppio clic sul giorno specifico che si desidera modificare.
 - Nella pagina Modifica pianificazione settimanale selezionare **Solo questa data** e quindi fare clic su **OK**.
 - Per aggiungere una pausa a un'intera pianificazione
 - Nel calendario fare doppio clic sul giorno di inizio della pianificazione che si desidera modificare.
 - Nella pagina Modifica pianificazione settimanale selezionare **A partire da** e quindi fare clic su **OK**.
6. Nella finestra di dialogo Imposta ore lavorative e restrizioni di servizio accanto al periodo di tempo a cui si desidera aggiungere una pausa fare clic su **Aggiungi pausa**.

Al centro del periodo di tempo selezionato verrà aggiunta una pausa di 30 minuti.

7. Modificare l'ora di inizio e l'ora di fine in base alle esigenze.
8. Ripetere i passaggi 6 e 7 in base alle esigenze.
9. Fare clic su **OK**.
10. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.

Pianificare un'indisponibilità o un'indisponibilità temporanea

È possibile pianificare un periodo di tempo nella parte centrale di una pianificazione esistente in cui una risorsa non è disponibile per la pianificazione di un'attività servizio.

Può trattarsi di un giorno di malattia o di ferie nel caso di un utente oppure di un malfunzionamento nel caso di attrezzature.

Procedura: Pianificare un'indisponibilità o un'indisponibilità temporanea

Procedura: Pianificare un'indisponibilità o un'indisponibilità temporanea

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
2. In **Impostazioni** fare clic su **Gestione aziendale**, nell'area **Gestione aziendale** fare clic su **Attrezzature**.
3. Nell'elenco aprire le attrezzature da modificare.
4. In **Dettagli** fare clic su **Ore lavorative**.
5. Nella scheda **Visualizzazione mensile** selezionare una data nel calendario.
6. Sulla barra degli strumenti **Azioni** scegliere **Indisponibilità** dal menu **Configura**.
7. Nella finestra di dialogo Indisponibilità completare le caselle seguenti:

Motivo

Digitare una breve spiegazione per l'assenza della risorsa. Il testo verrà visualizzato nel calendario delle ore lavorative della risorsa e nel calendario servizi.

- **Giornata intera** Se la risorsa è disponibile per una parte di una o più giornate e si desidera selezionare ore specifiche, deselezionare questa casella di controllo.
Se la risorsa non è disponibile dalla mezzanotte alla mezzanotte di tutte le giornate, selezionare questa casella di controllo.
- **Inizio e Fine** Se la casella di controllo **Giornata intera** è selezionata, la risorsa non è disponibile da mezzanotte a mezzanotte nelle date selezionate. In caso contrario, è possibile impostare ore di inizio e di fine specifiche.
- **Durata** Se non si desidera calcolare la data di fine, selezionare il numero di giorni di indisponibilità della risorsa. In Microsoft Dynamics CRM vengono calcolate automaticamente la data e l'ora di fine.
- **Fuso orario** Se il fuso orario del luogo in cui si trova la risorsa è diverso da quello del luogo in cui si trova il resto dell'organizzazione, è possibile selezionare il fuso orario. In Microsoft Dynamics CRM vengono automaticamente modificate le ore nel calendario.

8. Fare clic su **OK**.
 - Nel calendario delle ore lavorative e nel calendario servizi i giorni interessati verranno contrassegnati con una cornice rossa.

*Nota: al termine del periodo di indisponibilità continua la pianificazione precedente. Per creare nuove pianificazioni, pause e periodi di indisponibilità, è inoltre possibile utilizzare il menu **Configura** sulla barra degli strumenti **Azioni**.*

Procedura: Limitare la disponibilità di una risorsa per la pianificazione di un servizio

È possibile limitare la disponibilità di una risorsa per un servizio specifico. La risorsa rimarrà comunque disponibile per la pianificazione di attività per altri servizi.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
2. Nell'area Impostazioni fare clic su Amministrazione, quindi su **Business Unit**, aprire la Business Unit desiderata e quindi fare clic su **Utenti** o su **Attrezzature**.
3. Nell'elenco aprire il record della risorsa da modificare.
4. In **Dettagli** fare clic su **Ore lavorative**.
5. Nella scheda **Visualizzazione mensile** fare doppio clic su una data nel calendario che corrisponde al giorno di inizio di limitazione del servizio oppure a una data in una pianificazione ricorrente.
6. Nella finestra di dialogo Modifica pianificazione settimanale selezionare una delle opzioni seguenti e quindi fare clic su **OK**.
 - **Solo questa data** Consente di modificare solo la data selezionata. Se si seleziona questa opzione, andare direttamente al passaggio 8.
 - **A partire da** Consente di modificare la pianificazione solo a partire dalla data selezionata.
 - **Intera pianificazione settimanale** Consente di modificare l'intera pianificazione dalla data di inizio a quella di fine.
7. Nella finestra di dialogo Pianificazione settimanale fare clic sul collegamento relativo alle ore lavorative della pianificazione che si desidera modificare.
8. Nella finestra di dialogo Giornata lavorativa fare clic sulla scheda **Restrizioni servizio**.
9. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
10. Nella finestra di dialogo Restrizione servizio individuare e selezionare un servizio. Fare clic sull'icona di ricerca per cercare un record.
11. Negli elenchi **Ora di inizio** e **Ora di fine** impostare l'ora in cui le attrezzature non sono disponibili e quindi fare clic su **OK**.
12. Fare clic su **OK** per chiudere la finestra di dialogo Giornata lavorativa.
13. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.

Aggiungere nuove attrezzature

Le attrezzature vengono utilizzate per la pianificazione dei servizi. Per aggiungere nuove attrezzature in Microsoft Dynamics CRM si utilizza il modulo Attrezzature.

Nota: per aggiungere attrezzature è necessario disporre dei privilegi di protezione dell'amministratore di sistema.

Procedura: Aggiungere nuove attrezzature

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
 2. Nell'area **Impostazioni** fare clic su **Amministrazione** e quindi nell'area Amministrazione fare clic su **Business Unit**. fare clic su **Attrezzature**.
 3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
 4. Nel modulo immettere informazioni nei campi seguenti:
 - **Nome** Immettere un nome costituito al massimo da 100 caratteri. Il nome deve essere significativo e univoco. Per impostazione predefinita, questi record vengono ordinati in base al nome nelle aree Attrezzature e Calendario servizi.
 - **Fuso orario** È possibile selezionare un fuso orario diverso se le attrezzature sono disponibili in un luogo con un fuso orario diverso da quello del luogo in cui si trova la Business Unit principale.
 - **Business Unit** Questo campo viene compilato automaticamente con il nome della Business Unit corrente. Se le attrezzature appartengono a una Business Unit diversa, è possibile modificare questa informazione. Per cercare un'altra Business Unit, fare clic sul pulsante di ricerca.
 5. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.
-

Nota: è inoltre possibile selezionare un sito per le attrezzature. Se si dispone di più siti, è consigliabile selezionare un sito per fare in modo che tutte le risorse relative a un'attività servizio si trovino nello stesso sito.

Se si desidera che un utente, ad esempio il responsabile delle attrezzature, riceva un messaggio di posta elettronica relativo a questa risorsa, immettere un indirizzo di posta elettronica primaria valido.

È possibile immettere una descrizione dettagliata delle attrezzature, incluso il numero di modello, le dimensioni della stanza o altre informazioni identificative.

Fusi orari

È possibile che i siti di un'organizzazione si trovino in zone con fusi orari diversi. L'appuntamento di servizio ha un proprio fuso orario, definito anche come il luogo di appuntamento corrispondente.

Quando si utilizzano i fusi orari, è importante tenere presenti le indicazioni seguenti:

- Orari degli appuntamenti
- Conversione dell'ora

In genere, l'organizzazione considera l'orario dell'appuntamento in termini di luogo della visita del cliente o di luogo in cui si trova il cliente. Potrebbe trattarsi del fuso orario del cliente per le chiamate di servizio a domicilio.

Il fuso orario del sito di destinazione viene considerato nella conversione dell'ora in ora locale per la presentazione delle informazioni relative all'orario dell'appuntamento. L'addetto alla pianificazione, ad esempio, è in grado di comunicare al cliente le informazioni sull'ora locale.

***Nota:** utilizzare la finestra di dialogo *Imposta ore lavorative per pianificare gli orari in cui una risorsa sarà disponibile*. È possibile impostare le ore lavorative, le pause e il fuso orario, suddividere le ore lavorative e aggiungere restrizioni per definire le condizioni in base alle quali i servizi della risorsa possono essere pianificati.*

Creare un gruppo di risorse che è possibile pianificare contemporaneamente

I gruppi rappresentano un pratico strumento per identificare le risorse che potrebbero eseguire un servizio specifico, ad esempio secondo una classificazione basata sulle competenze.

Se ad esempio si dispone di tecnici aventi tutti le stesse competenze e la stessa formazione, è possibile creare un gruppo di risorse "tecnici" in cui inserire tutti i tecnici.

Al momento di definire le risorse necessarie per i servizi sarà possibile selezionare il gruppo anziché i singoli tecnici. Eventuali nuovi tecnici assunti verranno aggiunti al gruppo di risorse e non a ogni servizio.

***Nota:** è possibile modificare un gruppo di risorse esistente eseguendo i passaggi 1 e 2 per passare all'area *Gruppi di risorse*. Aprire quindi il gruppo di risorse da modificare. Utilizzare le informazioni disponibili in questa procedura per immettere dati o apportare modifiche. Le modifiche apportate nell'area *Dettagli* non si applicano alle attività servizio create con questo gruppo di risorse, ma la rimozione di membri o l'eliminazione del gruppo di risorse può avere effetto sulle attività servizio esistenti.*

Creare un gruppo di risorse che è possibile pianificare contemporaneamente (continua)

Quando si utilizzano le risorse, i gruppi offrono i servizi seguenti:

- Opportunità per gli utenti di creare strutture organizzative più sofisticate.
- Possibilità per le organizzazioni di creare, organizzare e gestire la forza lavoro e le attrezzature che partecipano al processo di pianificazione.
- Supporto alle organizzazioni nella creazione di raggruppamenti dinamici delle risorse.

Procedura: Creare o modificare un gruppo di risorse

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
2. Nell'area **Impostazioni** fare clic su **Amministrazione** e quindi nell'area Amministrazione fare clic su **Business Unit**. Fare quindi clic su **Gruppi di risorse**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Nel modulo **Gruppo di risorse** immettere informazioni nei campi seguenti:
 - **Nome** Digitare un nome per il gruppo di risorse. Microsoft Dynamics CRM non verifica l'univocità del nome.
 - **Business Unit** Per individuare e selezionare una Business Unit, fare clic su **Cerca**.
 - **Descrizione** Digitare una descrizione dettagliata del gruppo di risorse che includa i criteri utilizzati per stabilire quali risorse aggiungere al gruppo.
5. Fare clic su **Salva**. Dopo il salvataggio del record, l'elemento Risorse verrà visualizzato in **Dettagli**.
6. Fare clic su **Risorse** e quindi fare clic su **Aggiungi risorse** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
7. Nella finestra di dialogo **Cerca record** selezionare gli utenti, le attrezzature, i team o gli altri gruppi di risorse da aggiungere a questo gruppo.
L'aggiunta di altri gruppi a un gruppo di risorse consente di gestire numeri elevati di risorse. È possibile ad esempio aggiungere i gruppi di risorse "tecnici esperti" e "tecnici apprendisti" al gruppo di risorse "tecnici".
8. Fare clic su **OK** per aggiungere le risorse selezionate al gruppo di risorse.
9. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.

Nota: potrebbe essere opportuno impostare restrizioni per un gruppo in modo da ottimizzare l'utilizzo delle risorse all'interno delle risorse necessarie.

Procedura: Aggiungere singoli utenti o attrezzature a un gruppo di risorse

È possibile aggiungere utenti o attrezzature a un gruppo di risorse dai record delle singole risorse. Questa operazione può essere utile durante la creazione dei record di nuovi utenti, strutture o attrezzature.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
2. Nell'area **Impostazioni** fare clic su **Amministrazione** e quindi nell'area Amministrazione fare clic su **Business Unit**. Aprire la Business Unit desiderata e quindi fare clic su **Utenti** o su **Attrezzature**.
3. Nell'elenco aprire il record che si desidera modificare.
4. In **Servizi** fare clic su **Gruppi di risorse**.
5. Fare clic su **Aggiungi a gruppo di risorse** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
6. Nella finestra di dialogo Cerca record selezionare i gruppi di risorse a cui si desidera aggiungere l'utente, la struttura o le attrezzature e quindi fare clic su **OK**.
7. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.

Procedura: Aggiungere più risorse a un gruppo di risorse

Utilizzare questa procedura per aggiungere o rimuovere più utenti, strutture o attrezzature in un gruppo di risorse.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
2. Nell'area **Impostazioni** fare clic su **Impostazioni** e quindi nell'area Impostazioni fare clic su **Impostazioni Business Unit**. Fare quindi clic su **Gruppi di risorse**.
3. Nell'elenco dei gruppi di risorse aprire il gruppo di risorse a cui si desidera aggiungere risorse.
4. In **Dettagli** fare clic su **Risorse**.
5. Fare clic su **Aggiungi risorse** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
6. Nella finestra di dialogo Cerca record aggiungere utenti, attrezzature, team o altri gruppi di risorse e quindi fare clic su **OK**.
7. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**. Procedura: Aggiungere più risorse a un gruppo di risorse (continua)

Esercitazione pratica: Aggiungere più risorse a un gruppo di risorse

In questa esercitazione pratica viene illustrato come aggiungere più risorse a un gruppo di risorse in Microsoft Dynamics CRM.

Scenario

Il responsabile della pianificazione dei servizi ha impegnato del tempo per raggruppare gli utenti in gruppi di risorse in Microsoft Dynamics CRM. Questa funzionalità disponibile in Microsoft CRM consente di aumentare la produttività degli amministratori delle pianificazioni nella gestione e nel raggruppamento di utenti.

Il responsabile della pianificazione dei servizi desidera raggruppare tre tecnici di Adventure Works Cycle in un unico gruppo di risorse per semplificare la pianificazione di risorse con un insieme di competenze specifico.

Descrizione degli obiettivi

Creare un gruppo di risorse Tecnici biciclette e aggiungervi Judith Walker, Chris Perry e Mathew Pereira.

Procedura

1. Effettuare l'accesso all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM: ID utente: Roger Password: Pa\$\$w0rd.
2. Nella pagina **Impostazioni** fare clic su **Impostazioni Business Unit** e quindi su **Gruppi di risorse**.
3. Fare clic su **Nuovo**.
4. Nella pagina **Gruppo di risorse** immettere Tecnici biciclette come nome del gruppo di risorse.
5. Selezionare **Adventure Works Cycle** come Business Unit.
6. Fare clic su **Salva**.
7. Sulla barra di spostamento sinistra fare clic su **Risorse**.
8. Individuare il gruppo di risorse Tecnici biciclette.
9. Fare clic su **Aggiungi risorse**.
10. Nella finestra di dialogo Cerca record selezionare **Utente** nell'elenco a discesa come tipo di record e quindi fare clic su **Trova**.
11. Nell'elenco **Record disponibili** fare doppio clic sui nomi per aggiungere Judith Walker, Chris Perry e Mathew Pereira ai **Record selezionati** e fare clic su **OK**.
12. Fare clic su **Salva e chiudi**.

Nota: gli amministratori delle pianificazioni potrebbero aggiungere team a un gruppo di risorse al solo scopo di raggruppare utenti.

Visualizzare le pianificazioni relative alle risorse

È possibile visualizzare la pianificazione di una risorsa, inclusi i dettagli relativi alla pianificazione giornaliera e settimanale.

Procedura: Visualizzare un elenco di risorse

È possibile visualizzare un elenco di risorse nell'area Calendario servizi. Il calendario servizi include una visualizzazione lineare e scalabile delle pianificazioni delle risorse.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi su **Calendario servizi**.
2. Nell'elenco **Tipo** selezionare il tipo di risorsa e quindi nell'elenco **Visualizzazione** selezionare il tipo di visualizzazione desiderato per la risorsa.
3. Nell'elenco delle risorse è possibile eseguire le operazioni seguenti:
 - Fare clic su una delle lettere disponibili nell'indice nella parte inferiore dell'elenco per passare alla sezione corrispondente dell'elenco.
 - Espandere il riquadro dell'elenco trascinando il margine destro per visualizzare altre colonne di informazioni.
 - Invertire l'ordine dell'elenco facendo clic sull'intestazione di una colonna.

Per visualizzare informazioni generali su una singola risorsa, selezionare la risorsa nell'elenco e quindi fare clic sulla freccia di espansione sotto la barra dello zoom.

Esportare gruppi di risorse

Il modulo Risorsa può essere utilizzato per esportare un elenco di risorse in un foglio di calcolo.

Procedura: Cercare e visualizzare la pianificazione lavorativa di una singola risorsa

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Servizi** e quindi su **Calendario servizi**.
2. Nell'elenco **Tipo** fare clic su **Risorsa**.
3. Nella casella di **ricerca** digitare il nome della risorsa o il cognome di un utente e quindi fare clic su **Inizia ricerca**.

Nella ricerca è possibile utilizzare l'asterisco (*) come carattere jolly.

4. Nell'elenco delle risorse aprire la risorsa che si desidera visualizzare.
5. Nel modulo relativo alla risorsa, in **Dettagli**, fare clic su **Ore lavorative**.

6. Nella scheda **Visualizzazione mensile** fare doppio clic su una data per visualizzare la pianificazione per quella settimana. Per visualizzare un altro mese, nella parte superiore del calendario fare clic sulle frecce di spostamento disponibili a destra e a sinistra del nome del mese visualizzato.

Gestire la modalità di allocazione delle risorse per le attività servizio

In Microsoft Dynamics CRM è possibile impostare servizi e risorse in modo da tenere conto delle diverse dimensioni delle attrezzature o del livello di esperienza degli utenti quando viene pianificato un servizio.

Questa funzione viene definita pianificazione della capacità. La capacità è un'unità relativa che deve essere definita.

È possibile, ad esempio, definire la capacità per un'officina di riparazione di biciclette come il numero di biciclette che il negozio può accettare contemporaneamente.

Se l'officina dispone di quattro postazioni per la riparazione delle biciclette, potrà accettare quattro biciclette contemporaneamente per la riparazione o la revisione.

Mediante la capacità è anche possibile misurare il livello di competenze. Un tecnico apprendista che ripara biciclette, ad esempio, è in grado di eseguire la revisione di una bicicletta all'ora, mentre un tecnico esperto può eseguire la revisione di quattro biciclette all'ora.

Se in un'ora è necessario eseguire la revisione di due biciclette, saranno necessari due tecnici apprendisti o un tecnico esperto, in grado di eseguire le revisioni in metà tempo.

Per assicurarsi che una risorsa venga utilizzata completamente prima che ne venga pianificata un'altra, è possibile impostare un'opzione per verificare quali sono le risorse più disponibili e quelle meno disponibili. Per impostazione predefinita, la risorsa disponibile successiva viene selezionata casualmente. Ad esempio, per assicurarsi che un tecnico venga impiegato il più possibile prima che ne venga pianificato un altro, è possibile selezionare l'opzione **Risorsa meno disponibile**.

Procedura: Impostare la capacità necessaria per un servizio

Per gestire la capacità in maniera efficace, potrebbe essere necessario impostare limiti specifici per un servizio in Microsoft Dynamics CRM.

Un limite normalmente utilizzato, ad esempio, è “non più di un appuntamento alla volta”. In questo modo si limita la produzione a una risorsa specifica.

Un altro esempio potrebbe essere il seguente: “pianificare solo questi tipi di servizi durante intervalli di tempo specifici” oppure “pianificare non più di un servizio durante un intervallo di tempo specifico”.

La capacità è un’unità di misura relativa definita da un’azienda. Per utilizzare questa funzionalità, impostare sia la capacità del servizio, sia la capacità delle risorse necessarie per il servizio.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
2. In **Impostazioni** fare clic su **Gestione aziendale** e quindi, nell’area Gestione aziendale, fare clic su **Servizi**.
3. Nell’area Servizi aprire il servizio che si desidera modificare.
4. Nella scheda **Risorse necessarie** del modulo **Servizio** fare doppio clic sulla regola di selezione che si desidera modificare. Le regole di selezione vengono visualizzate nell’albero.
5. Nella finestra di dialogo Modifica regola di selezione espandere l’area **Dettagli pianificazione**.
6. Nella casella **Capacità necessaria** immettere la capacità necessaria per questo servizio.
7. Fare clic su **OK**.
8. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.

Nota: poiché può succedere che più risorse pianifichino più appuntamenti contemporaneamente, è possibile riutilizzare la stessa risorsa più di una volta. Questo processo è spesso necessario per un utilizzo efficiente delle risorse.

Procedura: Impostare la capacità di una risorsa

La capacità è un’unità di misura relativa definita da un’azienda. Per utilizzare questa funzionalità, è necessario impostare sia la capacità del servizio, sia la capacità delle risorse necessarie per il servizio.

Per impostare la capacità del servizio, è necessario visualizzare la finestra Giornata lavorativa tramite le finestre di dialogo del modulo Servizio.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
2. Nell’area **Impostazioni** fare clic su **Amministrazione** e quindi nell’area Amministrazione fare clic su **Business Unit**. Aprire la Business Unit desiderata e quindi fare clic su **Utenti** o su **Attrezzature**.
3. Nell’elenco aprire il record della risorsa da modificare.
4. In **Dettagli** fare clic su **Ore lavorative**.
5. Nella scheda **Visualizzazione mensile** fare doppio clic sul collegamento alla data del calendario che rappresenta il giorno di inizio desiderato per la nuova pianificazione oppure su una data qualsiasi interessata da questa modifica.

6. Nella finestra di dialogo Modifica pianificazione settimanale selezionare una delle opzioni seguenti e quindi fare clic su **OK**:
 - **Solo questa data** Consente di modificare solo la data selezionata.

Se si seleziona questa opzione, andare direttamente al passaggio 8.

- **A partire da** Consente di modificare la pianificazione solo a partire dalla data selezionata.
- **Intera pianificazione settimanale** Consente di modificare l'intera pianificazione dalla data di inizio alla data di fine. Se si seleziona questa opzione, è possibile che vengano modificati i giorni trascorsi con conseguenze sui report relativi alle ore già lavorate.

7. Nella finestra di dialogo **Pianificazione settimanale** fare clic sul collegamento delle ore lavorative relative alla pianificazione da modificare.

Se in precedenza non sono state impostate ore lavorative, il collegamento verrà visualizzato come "Imposta ore lavorative". Prima di continuare è necessario impostare una pianificazione per un utente o per le attrezzature.

8. Nella finestra di dialogo **Giornata lavorativa** fare clic su **Mostra capacità** e quindi immettere la capacità nella colonna **Capacità**.
9. Fare clic su **OK**.
10. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.

Procedura: Impostare la modalità di allocazione delle risorse per le attività servizio

È possibile impostare i criteri di selezione delle risorse per un servizio. Ad esempio, per assicurarsi che un tecnico venga impiegato il più possibile prima che ne venga pianificato un altro, selezionare l'opzione Risorsa meno disponibile.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
2. In **Impostazioni** fare clic su **Gestione aziendale** e quindi, nell'area **Gestione aziendale**, fare clic su **Servizi**.
3. Nell'elenco dei servizi aprire il servizio che si desidera modificare.
4. Nella scheda **Risorse necessarie** del modulo Servizio fare doppio clic sulla regola di selezione da modificare. Le regole di selezione verranno visualizzate nell'albero accanto.
5. Nella finestra di dialogo Modifica regola di selezione espandere l'area **Dettagli pianificazione**.

6. Nella casella **Criteri di selezione** selezionare una delle opzioni seguenti per impostare il modo in cui Microsoft Dynamics CRM individuerà i risultati della ricerca di un intervallo di tempo disponibile per questo servizio:
 - **Casuale (predefinito)** Questa opzione consente di selezionare le attività servizio proposte in base al primo intervallo di tempo disponibile che soddisfa i criteri di pianificazione.
 - **Risorsa più disponibile** Questa opzione consente di selezionare le risorse per le quali è stato pianificato il minor numero di appuntamenti e attività servizio, nonché di creare un calendario in cui l'utilizzo delle risorse venga mantenuto bilanciato.
 - **Risorsa meno disponibile** Questa opzione consente di selezionare le risorse per le quali è stato pianificato il maggior numero di appuntamenti e attività servizio, nonché di creare un calendario in cui le singole risorse vengano utilizzate il più possibile.
7. Fare clic su **OK**.
8. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.

Rimuovere una risorsa da una pianificazione

Rimuovere una risorsa dalla pianificazione

Se una risorsa non è disponibile per la pianificazione dei servizi ma non si desidera eliminare il relativo record, sono disponibili tre opzioni:

Se la risorsa non può essere pianificata per un servizio specifico, ma è necessario pianificarla per un altro tipo di impegno, è possibile rimuoverla dall'elenco delle risorse di quel servizio. Tale operazione non ha alcun effetto sugli altri elementi di Microsoft Dynamics CRM o sulla possibilità di pianificare la risorsa per altri servizi. Se ad esempio Joe è stato promosso e non si occupa più di riparazioni di biciclette, è possibile rimuoverlo dall'elenco delle risorse necessarie per il servizio di riparazione delle biciclette.

Se la risorsa è temporaneamente non disponibile e non si desidera pianificare alcuna attività servizio, ma è necessario poter creare altri impegni per la risorsa, è possibile rimuovere la risorsa dalla pianificazione. Tale operazione non ha alcun effetto sugli altri elementi di Microsoft Dynamics CRM. Se ad esempio il reparto riparazioni è chiuso per tre giorni per lavori di imbiancatura, è possibile rimuoverlo dalla pianificazione per quei giorni.

Se la risorsa non è più disponibile, è possibile disattivarne il record. Tale operazione ha effetto su tutti gli elementi di Microsoft Dynamics CRM. I record esistenti non vengono modificati, ma la risorsa non può essere collegata a record nuovi o modificati e non è più disponibile per la pianificazione di attività servizio. Se la risorsa è un utente, non potrà accedere a Microsoft Dynamics CRM e utilizzare l'applicazione. Ad esempio, Vladimir è andato in pensione ma potrebbe tornare per lavori occasionali. È pertanto possibile disattivarne il record e riattivarlo in futuro.

Procedura: Sospendere una risorsa dall'esecuzione di un servizio

Per sospendere una risorsa dall'esecuzione di un servizio, rimuoverla da tale servizio.

Una risorsa può essere costituita da una risorsa singola o far parte di un gruppo di risorse. Assicurarsi di rimuovere la risorsa da ogni regola di selezione e gruppo di risorse ai quali appartiene per tale servizio.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**, su **Amministrazione** e quindi su **Utenti** o **Attrezzature**.
2. Nell'elenco aprire la risorsa desiderata.
3. In **Servizi** fare clic su **Servizi**.
4. Nell'elenco dei servizi aprire il servizio che si desidera sospendere per questa risorsa.
5. Rimuovere una singola risorsa.
 - a. Nella scheda **Risorse necessarie**, disponibile nel riquadro destro, selezionare la risorsa e fare clic su **Rimuovi elemento selezionato**.
 - b. Nella finestra di dialogo di conferma fare clic su **OK**.
6. Rimuovere una risorsa che fa parte di un gruppo di risorse.
 - a. Nella scheda **Risorse necessarie**, disponibile nel riquadro destro, aprire il gruppo di risorse.
 - b. In **Dettagli** fare clic su **Risorse**.
 - c. Nell'elenco dei membri selezionare la risorsa.
 - d. Sulla barra degli strumenti scegliere **Rimuovi risorse** dal menu **Altre azioni**.
 - e. Nella finestra di dialogo **Rimuovi risorse da gruppo di risorse** fare clic su **OK**.
 - f. Fare clic su **Salva e chiudi**. Il modulo **Gruppo di risorse** verrà chiuso.
7. Fare clic su **Salva e chiudi**. Il modulo **Servizio** verrà chiuso.
8. Fare clic su **Salva e chiudi**. Il modulo **Utente** o **Attrezzature** verrà chiuso.

Procedura: Rimuovere temporaneamente una risorsa dalla pianificazione

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**, su **Amministrazione** e quindi su **Utenti**.
2. Nell'elenco aprire la risorsa desiderata.
3. In **Dettagli** fare clic su **Ore lavorative**.

4. Nella scheda **Visualizzazione mensile** fare doppio clic su una data nel calendario corrispondente al primo giorno di limitazione dell'esecuzione del servizio da parte della risorsa oppure a una data di una pianificazione ricorrente.
5. Nella finestra di dialogo Modifica pianificazione settimanale selezionare una delle opzioni seguenti e quindi fare clic su **OK**.

Solo questa data

Questa opzione consente di modificare solo la data selezionata

Se si seleziona questa opzione, andare direttamente al passaggio 8.

A partire da

Consente di modificare la pianificazione solo a partire dalla data selezionata.

Intera pianificazione settimanale

Consente di modificare l'intera pianificazione dalla data di inizio alla data di fine.

Se si seleziona questa opzione, è possibile che vengano modificati i giorni trascorsi con conseguenze sui report relativi alle ore già lavorate.

6. Nella finestra di dialogo **Giornata lavorativa** fare clic sulla scheda Restrizioni servizio.
7. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
8. Nella finestra di dialogo **Restrizione servizio** individuare e selezionare un servizio. Fare clic sull'icona di ricerca per cercare un record.
9. Negli elenchi **Ora di inizio** e **Ora di fine** impostare l'ora in cui le attrezzature non sono disponibili e quindi fare clic su **OK**.
10. Fare clic su **OK** per chiudere la finestra di dialogo **Giornata lavorativa**.
11. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.

Creare, modificare o aggiungere membri a un sito

Un sito è il luogo fisico in cui utenti o attrezzature eseguono un'attività servizio. Quando i clienti fissano un appuntamento, hanno la possibilità di indicare presso quale sito desiderano ricevere il servizio.

L'utilizzo dei siti consente inoltre di garantire che tutte le risorse necessarie per eseguire un'attività servizio si trovino nello stesso luogo. Utilizzare il modulo Sito per creare, modificare e visualizzare i siti e aggiungere risorse.

Quando sono coinvolti più luoghi aziendali, gli elementi seguenti risultano critici nella pianificazione degli appuntamenti di servizio:

- Luogo
- Selezione delle risorse
- Fuso orario

L'appuntamento di servizio avviene in uno dei luoghi seguenti:

- Luogo del cliente, ovvero il luogo in cui il fornitore del servizio si reca per l'appuntamento con il cliente.
- Luogo del fornitore, ovvero il luogo aziendale in cui si reca il cliente.

È importante che l'informazione sul luogo venga comunicata al cliente. Questa informazione potrebbe avere effetti sulla selezione delle risorse durante la pianificazione di appuntamenti.

La definizione dei dati relativi al luogo in Microsoft Dynamics CRM consente al sistema di offrire un livello di automazione più elevato.

Procedura: Creare, modificare o aggiungere membri a un sito

Luogo del cliente e delle risorse

L'addetto alla pianificazione potrebbe avere l'esigenza di ottimizzare la pianificazione in funzione della sede del cliente, selezionando le risorse più vicine ad essa. È necessario prendere in considerazione i luoghi seguenti:

- Il sito in cui si trovano le risorse.
- Il luogo di residenza delle risorse. La pianificazione di tecnici di servizio viene spesso effettuata in modo che la loro giornata lavorativa inizi e termini non lontano dal luogo in cui vivono.
- Il luogo in cui si trovano o è previsto che si trovino le risorse nel momento che precede l'appuntamento, ad esempio per l'appuntamento precedente incluso nella pianificazione.

Procedura: Creare o modificare un sito

È possibile modificare un sito esistente eseguendo i passaggi 1 e 2 per visualizzare l'area Sito e aprendo quindi il sito che si desidera modificare.

Utilizzare le informazioni disponibili in questa procedura per immettere dati o apportare modifiche.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
2. In **Impostazioni** fare clic su **Gestione aziendale**. Nell'area **Gestione aziendale** fare quindi clic su **Siti**.
3. Scegliere **Nuovo** dal menu **Azioni**.
4. Nella scheda **Generale** immettere informazioni nelle caselle seguenti:

Nome Digitare un nome significativo per il sito. Il nome verrà visualizzato nell'elenco dei siti disponibili.

È possibile immettere informazioni di contatto, ad esempio numero di telefono, numero di fax e indirizzo di posta elettronica.

5. Nella scheda **Indirizzi** immettere l'indirizzo fisico del sito. Se il fuso orario del sito è diverso da quello del resto dell'organizzazione, è possibile modificarlo nell'elenco **Fuso orario**.
6. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.

Procedura: Aggiungere risorse a un sito

Dopo aver creato un sito, è possibile aggiungervi persone, ovvero utenti, e attrezzature.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
2. In **Impostazioni** fare clic su **Gestione aziendale**. Nell'area **Gestione aziendale** fare quindi clic su **Siti**.
3. Nell'elenco dei siti aprire il sito a cui si desidera aggiungere risorse.
4. In **Dettagli** fare clic su **Risorse**.
5. Fare clic su **Aggiungi risorse** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
6. Nella finestra di dialogo **Cerca record** selezionare gli utenti o le attrezzature da aggiungere e quindi fare clic su **OK**.
7. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.

Procedura: Rimuovere risorse da un sito

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
2. In **Impostazioni** fare clic su **Gestione aziendale**. Nell'area **Gestione aziendale** fare quindi clic su **Siti**.
3. Nell'elenco dei siti aprire il sito da cui si desidera rimuovere risorse.
4. In **Dettagli** fare clic su **Risorse**.

5. Nell'elenco delle risorse selezionare le risorse che si desidera rimuovere.
6. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Altre azioni** e quindi fare clic su **Rimuovi risorse**.
7. Nel messaggio di conferma fare clic su **OK**.
8. Fare clic su **Salva** o su **Salva e chiudi**.

Impostare o modificare chiusure aziendali

La funzionalità relativa alle chiusure aziendali offre uno strumento semplice per creare un elenco di festività e di altre chiusure aziendali. Le chiusure possono essere applicate alle pianificazioni delle risorse ed essere incluse nelle ricerche sulla disponibilità al momento della pianificazione delle attività servizio.

Questo consente alle organizzazioni di conoscere quando le risorse sono disponibili per essere pianificate per un servizio dal modulo di pianificazione. Questa funzionalità consente al modulo di gestione dei servizi di evitare di proporre intervalli di tempo durante le chiusure aziendali e offre inoltre i vantaggi seguenti:

- Le risorse non vengono pianificate durante le chiusure aziendali.
- Non è necessario elencare le chiusure nel calendario di ogni risorsa.
- Le risorse che hanno specificato di non rispettare le chiusure aziendali nelle relative pianificazioni lavorative sono le uniche risorse non interessate da questa funzionalità.
- Gli amministratori delle pianificazioni sono in grado di definire chiusure aziendali che bloccano la disponibilità nei calendari delle risorse.
- Il nome delle chiusure viene visualizzato nel calendario mensile e nel calendario servizi.

Tramite le pianificazioni settimanali viene definito lo schema di base delle ore lavorative, ad esempio lunedì-venerdì, 08.00-17.00, pausa: 12.00-13.00 e così via.

Ore fatturabili

Quando si utilizzano le ore fatturabili, è importante tenere presenti le indicazioni seguenti:

- Impostazione delle chiusure
- Pianificazioni settimanali
- Periodi di indisponibilità
- Pianificazioni di singole giornate lavorative
- Pianificazione delle risorse durante le festività

Se si imposta una chiusura dalle 8.00 alle 12.00, le ore lavorative fatturabili saranno 4.

Le regole relative ai periodi di indisponibilità sostituiscono le pianificazioni settimanali. Ad esempio, una risorsa che di solito lavora dal lunedì al venerdì, dalle 8.00 alle 17.00.00, non sarà disponibile il martedì successivo.

Le pianificazioni di singole giornate lavorative costituiscono delle eccezioni e sostituiscono le pianificazioni settimanali, i periodi di indisponibilità e le chiusure aziendali. Ad esempio, la giornata lavorativa di una risorsa che di solito lavora dal lunedì al venerdì, dalle 08.00 alle 17.00, subirà uno spostamento il venerdì successivo risultando compresa tra le 7.00 e le 16.00.

Per risorse quali le attrezzature utilizzate durante le festività, l'amministratore della pianificazione ha la possibilità di impostare un'opzione sulla risorsa che consente di non utilizzare il calendario delle festività per il blocco della disponibilità.

Nota: per impostazione predefinita, nel momento in cui gli utenti vengono creati o aggiornati, dispongono di una giornata lavorativa di 24 ore per 7 giorni alla settimana. Essi non vengono tuttavia collegati al calendario delle chiusure aziendali.

Procedura: Impostare o modificare chiusure aziendali

La procedura seguente consente di impostare le chiusure aziendali. È inoltre possibile modificare le chiusure aziendali esistenti eseguendo il passaggio 1 per visualizzare l'area Chiusure aziendali.

Aprire quindi la chiusura aziendale che si desidera modificare. Utilizzare le informazioni disponibili in questa procedura per immettere dati o apportare modifiche.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
2. Nell'area **Impostazioni** fare clic su **Gestione aziendale** e quindi nell'area **Gestione aziendale** fare clic su **Chiusure aziendali**.
3. Fare clic su **Nuovo** sulla barra degli strumenti **Azioni**.
4. Nella finestra di dialogo **Pianifica chiusura aziendale** digitare un nome nella casella **Nome**. I primi 12 caratteri del nome vengono visualizzati in ogni giorno di chiusura nella visualizzazione del calendario delle ore lavorative della risorsa interessata.
5. Nelle caselle **Inizio** e **Fine** immettere le date di inizio e di fine della chiusura.
 - Se si desidera specificare una durata anziché un'ora di fine, selezionare la durata della chiusura nella casella **Durata**. L'ora di fine verrà calcolata automaticamente.

- Se la durata della chiusura corrisponde a una giornata intera, selezionare la casella di controllo **Giornata intera**. Verrà automaticamente immessa una durata di 1 giorno.
- Se si desidera immettere un periodo di tempo specifico, deselezionare la casella di controllo Giornata intera. Verranno visualizzati due elenchi in cui sarà possibile specificare le ore di chiusura dell'organizzazione.

6. Per salvare la chiusura aziendale, fare clic su **OK**.

Nota: l'opzione Non rispettare non viene impostata automaticamente per le nuove risorse.

Personalizzazioni della pianificazione

Per impostazione predefinita, i ruoli di amministratore della pianificazione e di addetto alla personalizzazione del sistema dispongono dei privilegi necessari per eseguire le personalizzazioni. Per ulteriori informazioni, vedere il manuale Personalizzazione e configurazione in Microsoft Dynamics CRM 4.0.

Riepilogo

L'impostazione della pianificazione lavorativa garantisce che:

- Le risorse possano offrire servizi ai clienti.
- Le risorse vengano pianificate per la partecipazione alle attività servizio.
- Le organizzazioni possano realizzare una pianificazione più efficiente e ottimizzare la fornitura dei servizi ai clienti.

Verifica

Tipi di periodo

1. Quali sono i tipi di periodo utilizzati nell'amministrazione della pianificazione? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Disponibile
 - Malato
 - Bloccato
 - Provvisorio

Capacità

2. Che cosa implica la capacità? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Ore lavorative
 - Blocco di intervalli di tempo
 - Utilizzo di intervalli di tempo
 - Prenotazione di intervalli di tempo

Componenti necessari per la pianificazione

3. Quali fra i seguenti sono componenti necessari per la pianificazione dei servizi offerti dalla società? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
 - Risorse
 - Regole di selezione
 - Tecnici riparatori
 - Capacità

Pianificazione della capacità

4. Quali degli elementi seguenti vengono inclusi nella pianificazione della capacità?
 - Livello di competenza
 - Ore lavorative
 - Orari personali
 - Tariffe di fatturazione

Ciclo di vita dei servizi

5. Quali fra le seguenti sono fasi del ciclo di vita dei servizi? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Pianificazione
 - Completamento
 - Fatturazione
 - Fornitura

Componenti necessari per la pianificazione

6. Quali fra i seguenti sono componenti del processo di pianificazione? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Assegnare il personale e le risorse
 - Identificare le risorse di livello più alto
 - Attribuire la priorità appropriata alle attività del servizio
 - Determinare la disponibilità di personale e risorse

Durata del giorno ai fini della fatturazione

7. Su cosa si basa la durata del giorno ai fini della fatturazione in Microsoft Dynamics CRM?
- Calendario di Outlook degli utenti
 - Pianificazione degli utenti
 - Informazioni degli utenti comunicate all'addetto alla pianificazione
 - Opzioni personali degli utenti

Tipi di pianificazione

8. Quali sono i diversi tipi di pianificazione che è possibile impostare in Microsoft Dynamics CRM? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Giornaliera
 - Settimanale
 - Mensile
 - Annuale

Gruppi di risorse

9. Quali sono i vantaggi offerti dai gruppi di risorse? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Consentire alle organizzazioni di creare, organizzare e gestire la forza lavoro e le attrezzature
 - Consentire alle organizzazioni di impostare standard sulle competenze
 - Consentire agli utenti di realizzare strutture organizzative più sofisticate
 - Creare raggruppamenti dinamici di risorse

Opzioni di menu

10. Quali opzioni di menu in Impostazioni consentono di creare un gruppo di risorse?
- Impostazioni Business Unit
 - Argomenti
 - Aree
 - Personalizzazione sistema

Visualizzazioni del calendario servizi

11. Che tipo di risorse è possibile visualizzare nel calendario servizi? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Utenti
 - Tecnici
 - Strutture
 - Attrezzature

Tempo

12. Per quale intervallo di tempo è possibile modificare la pianificazione da una visualizzazione della pianificazione?
- Solo per un giorno
 - Solo per settimana
 - Per un intervallo di date
 - Solo per l'intera assegnazione

Rimuovere un gruppo di risorse

13. Quale delle seguenti affermazioni relative alla rimozione di una risorsa o di un gruppo di risorse è corretta?
- È possibile riattivare la risorsa o il gruppo di risorse
 - È possibile riassegnare i record associati
 - Si tratta di un'azione temporanea
 - I record associati vengono rimossi

Chiusura aziendale

14. Qual è lo scopo delle chiusure aziendali? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Possibilità di prevedere quando le risorse sono disponibili per essere pianificate per un servizio dal modulo di pianificazione.
 - Questa funzionalità consente al modulo di gestione dei servizi di evitare di proporre intervalli di tempo durante le chiusure aziendali.
 - Le chiusure vengono elencate in modo indipendente nel calendario di ogni risorsa.
 - Gli amministratori delle pianificazioni sono in grado di definire chiusure aziendali che bloccano la disponibilità nei calendari delle risorse.

Chiusura aziendale

15. Quali informazioni relative alle chiusure aziendali vengono collegate ai nuovi utenti creati?
- Quelle relative alla Business Unit di appartenenza
 - Nessuna
 - Quelle relative al gruppo di risorse di appartenenza
 - Quelle relative al team di appartenenza

Prova pratica 22.1: Pianificazioni lavorative degli utenti

In questa prova pratica è necessario completare le frasi riportate di seguito con le parole mancanti.

Scenario

Prove pratiche per utenti esperti

1. Il modulo di pianificazione settimanale può essere utilizzato per impostare le _____ lavorative e i _____ lavorativi delle risorse.
2. Gli amministratori della pianificazione possono impostare una pianificazione ricorrente che può essere _____ per ogni giornata lavorativa o _____ per ogni giornata lavorativa.
3. Per impostazione predefinita, nel momento in cui gli utenti vengono creati o aggiornati, dispongono di un calendario delle ore lavorative di _____.
4. Quando si impostano le ore lavorative per la risorsa, l'amministratore della pianificazione può decidere se la risorsa debba _____ o meno le chiusure aziendali.
5. In Microsoft Dynamics CRM la durata del giorno ai fini della fatturazione dipende dalle ore lavorative impostate in _____.
6. Durante una giornata lavorativa è possibile pianificare un periodo di tempo in cui una risorsa non è regolarmente disponibile per la pianificazione di un'attività _____.
7. È possibile _____ la disponibilità di una risorsa per un servizio specifico.
8. L'appuntamento di servizio ha un proprio _____, definito anche come il luogo di appuntamento corrispondente.

Suggerimenti

1. Il modulo di pianificazione settimanale può essere utilizzato per impostare le **ore lavorative** e i **giorni lavorativi**.
2. Gli amministratori della pianificazione possono impostare una pianificazione ricorrente che può essere **uguale per ogni giornata lavorativa** o **diversa** per ogni giornata lavorativa.
3. Per impostazione predefinita, nel momento in cui gli utenti vengono creati o aggiornati, dispongono di un calendario delle ore lavorative di **24/7**.
4. Quando si impostano le ore lavorative per la risorsa, l'amministratore della pianificazione può decidere se la risorsa debba **rispettare** o meno le chiusure aziendali.
5. In Microsoft Dynamics CRM la durata del giorno ai fini della fatturazione dipende dalle ore lavorative impostate in **Opzioni personali**.
6. Durante una giornata lavorativa è possibile pianificare un periodo di tempo in cui una risorsa non è regolarmente disponibile per la pianificazione di un'attività **servizio**.
7. È possibile **limitare** la disponibilità di una risorsa per un servizio specifico.
8. L'appuntamento di servizio ha un proprio **fuso orario**, definito anche come luogo di appuntamento corrispondente.

Prova pratica 22.2: Creare chiusure aziendali

In questa prova pratica verranno creati un servizio e una chiusura aziendale per Adventure Works Cycle. Dopo avere completato le istruzioni utilizzare le informazioni fornite nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi.

Scenario

Quest'anno Adventure Works Cycle ha deciso di chiudere per la vigilia di Natale ed è necessario non pianificare appuntamenti di servizio per questa festività.

Descrizione degli obiettivi

Il responsabile della pianificazione dei servizi deve inserire la chiusura in CRM in modo che il modulo di pianificazione non suggerisca disponibilità durante questo periodo di chiusura.

Dopo aver immesso la chiusura aziendale in Microsoft Dynamics CRM, non sarà necessario che il responsabile della pianificazione dei servizi inserisca la chiusura aziendale singolarmente per ogni risorsa. Il sistema inoltre non suggerirà la vigilia di Natale come disponibile per gli appuntamenti.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzare le informazioni precedenti per impostare una chiusura aziendale in Microsoft Dynamics CRM.

Effettuare l'accesso all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM come amministratore di sistema:

Nome utente per l'accesso	crmadmin
Password	Pa\$\$w0rd

Suggerimenti

1. Passare alla pagina **Chiusure aziendali**.
2. Creare una chiusura aziendale per la vigilia di Natale.
3. La chiusura copre l'intera giornata e la durata è di un giorno.
4. Salvare la chiusura aziendale in Microsoft Dynamics CRM.

Procedura dettagliata

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
2. Nell'area Impostazioni fare clic su **Gestione aziendale** e quindi fare clic su **Chiusure aziendali**.
3. Sulla barra degli strumenti **Azioni** fare clic su **Nuovo**.
4. Nella finestra di dialogo **Pianifica chiusura aziendale** digitare "Vigilia di Natale" nella casella **Nome**.
5. Immettere **24 dicembre** dell'anno corrente come **Inizio**.
6. Se la durata della chiusura corrisponde a una giornata intera, selezionare la casella di controllo **Giornata intera**. Verrà automaticamente immessa una durata di 1 giorno.
7. Per salvare la chiusura aziendale, fare clic su **OK**.

Prova pratica 22.3: Rimuovere una risorsa da un servizio pianificato

In questa prova pratica verrà rimossa una risorsa dalla pianificazione per Adventure Works Cycle. Dopo avere completato le istruzioni utilizzare le informazioni fornite nelle sezioni Scenario e Descrizione degli obiettivi.

Scenario

Adventure Works Cycle ha saputo che Mathew Pereira, tecnico del servizio biciclette della zona sud, sarà temporaneamente non disponibile per la pianificazione dei servizi per i tre giorni successivi, per motivi di salute. Adventure Works Cycle non desidera eliminare il record di Mathew Pereira da Microsoft Dynamics CRM, perché sarà necessario per eseguire i servizi futuri per l'azienda.

Inoltre, poiché Mathew Pereira è non disponibile solo temporaneamente, gli addetti alla pianificazione dei servizi devono comunque poter creare altre attività per la risorsa.

Descrizione degli obiettivi

Rimuovere temporaneamente Mathew Pereira dalla pianificazione per i tre giorni successivi.

Prove pratiche per utenti esperti

Utilizzare le informazioni per rimuovere temporaneamente Mathew Pereira dalla pianificazione in Microsoft Dynamics CRM.

Accedere all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM come Roger Van Houten.

Nome utente per l'accesso	roger
Password	Pa\$\$w0rd

Suggerimenti

Accedere all'applicazione Web Microsoft Dynamics CRM come Roger Van Houten.

1. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
2. In **Impostazioni** fare clic su **Amministrazione** e quindi fare clic su **Utenti**.
3. Nell'elenco aprire il record relativo a Mathew Pereira.
4. In **Dettagli** fare clic su **Ore lavorative**.
5. Nella scheda **Visualizzazione mensile** rimuovere la risorsa dalla pianificazione per il periodo di tempo specificato.

Procedura dettagliata

1. Accedere come amministratore di sistema.

Nome utente per l'accesso	Cradmin
Password	Pa\$\$w0rd

2. Nel riquadro di spostamento fare clic su **Impostazioni**.
3. In **Impostazioni** fare clic su **Amministrazione** e quindi fare clic su **Utenti**.
4. Nell'elenco aprire il record relativo a Mathew Pereira.
5. In **Dettagli** fare clic su **Ore lavorative**.
6. Nella scheda **Visualizzazione mensile** eseguire le operazioni seguenti:
 - Selezionare la data odierna nel calendario.
 - Sulla barra degli strumenti **Azioni** scegliere **Indisponibilità** dal menu **Configura**.
 - Nella finestra di dialogo Indisponibilità completare le caselle seguenti:
 - **Motivo** - Digitare una breve spiegazione per l'assenza della risorsa. Ad esempio: Mathew Pereira è assente per malattia.
 - **Giornata intera** - Poiché la risorsa non è disponibile per l'intera giornata, selezionare questa casella di controllo.
 - **Durata** - Se non si desidera calcolare la data di fine, selezionare il numero di giorni, in questo caso tre giorni lavorativi a partire da oggi.
 - **Fuso orario** - Poiché Mathew Pereira si trova nello stesso fuso orario, le ore nel calendario vengono modificate automaticamente.
7. Fare clic su **OK**.

Interazione rapida: Nozioni apprese

Scrivere tre nozioni fondamentali apprese in seguito alla lettura di questo capitolo:

1.

2.

3.

Soluzioni

Verifica

Tipi di periodo

1. Quali sono i tipi di periodo utilizzati nell'amministrazione della pianificazione? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)

Disponibile

Malato

Bloccato

Provvisorio

Capacità

2. Che cosa implica la capacità? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)

Ore lavorative

Blocco di intervalli di tempo

Utilizzo di intervalli di tempo

Prenotazione di intervalli di tempo

Componenti necessari per la pianificazione

3. Quali fra i seguenti sono componenti necessari per la pianificazione dei servizi offerti dalla società? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)

Risorse

Regole di selezione

Tecnici riparatori

Capacità

Pianificazione della capacità

4. Quali degli elementi seguenti vengono inclusi nella pianificazione della capacità?

Livello di competenza

Ore lavorative

Orari personali

Tariffe di fatturazione

Ciclo di vita dei servizi

5. Quali fra le seguenti sono fasi del ciclo di vita dei servizi? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)

Pianificazione
 Completamento
 Fatturazione
 Fornitura

Componenti necessari per la pianificazione

6. Quali fra i seguenti sono componenti del processo di pianificazione? Selezionare tutte le risposte appropriate. (Selezionare tutte le risposte appropriate.)

Assegnare il personale e le risorse
 Identificare le risorse di livello più alto
 Attribuire la priorità appropriata alle attività del servizio
 Determinare la disponibilità di personale e risorse

Durata del giorno ai fini della fatturazione

7. Su cosa si basa la durata del giorno ai fini della fatturazione in Microsoft Dynamics CRM?

Calendario di Outlook degli utenti
 Pianificazione degli utenti
 Informazioni degli utenti comunicate all'addetto alla pianificazione
 Opzioni personali degli utenti

Tipi di pianificazione

8. Quali sono i diversi tipi di pianificazione che è possibile impostare in Microsoft Dynamics CRM? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)

Giornaliera
 Settimanale
 Mensile
 Annuale

Gruppi di risorse

9. Quali sono i vantaggi offerti dai gruppi di risorse? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Consentire alle organizzazioni di creare, organizzare e gestire la forza lavoro e le attrezzature
 - Consentire alle organizzazioni di impostare standard sulle competenze
 - Consentire agli utenti di realizzare strutture organizzative più sofisticate
 - Creare raggruppamenti dinamici di risorse

Opzioni di menu

10. Quali opzioni di menu in Impostazioni consentono di creare un gruppo di risorse?
- Impostazioni Business Unit
 - Argomenti
 - Aree
 - Personalizzazione sistema

Visualizzazioni del calendario servizi

11. Che tipo di risorse è possibile visualizzare nel calendario servizi? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Utenti
 - Tecnici
 - Strutture
 - Attrezzature

Tempo

12. Per quale intervallo di tempo è possibile modificare la pianificazione da una visualizzazione della pianificazione?
- Solo per un giorno
 - Solo per settimana
 - Per un intervallo di date
 - Solo per l'intera assegnazione

Rimuovere un gruppo di risorse

13. Quale delle seguenti affermazioni relative alla rimozione di una risorsa o di un gruppo di risorse è corretta?
- È possibile riattivare la risorsa o il gruppo di risorse
 - È possibile riassegnare i record associati
 - Si tratta di un'azione temporanea
 - I record associati vengono rimossi

Chiusura aziendale

14. Qual è lo scopo delle chiusure aziendali? (Selezionare tutte le risposte appropriate.)
- Possibilità di prevedere quando le risorse sono disponibili per essere pianificate per un servizio dal modulo di pianificazione.
 - Questa funzionalità consente al modulo di gestione dei servizi di evitare di proporre intervalli di tempo durante le chiusure aziendali.
 - Le chiusure vengono elencate in modo indipendente nel calendario di ogni risorsa.
 - Gli amministratori delle pianificazioni sono in grado di definire chiusure aziendali che bloccano la disponibilità nei calendari delle risorse.

Chiusura aziendale

15. Quali informazioni relative alle chiusure aziendali vengono collegate ai nuovi utenti creati?
- Quelle relative alla Business Unit di appartenenza
 - Nessuna
 - Quelle relative al gruppo di risorse di appartenenza
 - Quelle relative al team di appartenenza