

SKILL4YOU

ACADEMY MICROSOFT DYNAMICS CRM ONLINE 2015



PERCORSO

ACADEMY MICROSOFT DYNAMICS CRM ONLINE 2015

A CHI E' RIVOLTO IL CORSO

Questo piano formativo si rivolge a tutte le persone che desiderano acquisire la piena conoscenza delle potenzialità ed uso della piattaforma Microsoft Dynamics CRM.

DESCRIZIONE

I partecipanti al corso apprenderanno l'uso dell'applicativo Dynamics CRM Online, le sue componenti e cosa vuole dire introdurre un sistema CRM in azienda. Poi seguendo la metodologia SureStep procederanno a personalizzarlo per adattarlo alle differenti esigenze.

PREREQUISITI

Non sono previsti prerequisiti specifici se non l'uso degli applicativi Office ed un minimo di dimestichezza con le applicazioni Web.

Una conoscenza di base di SQL aiuta nella parte di reportistica.

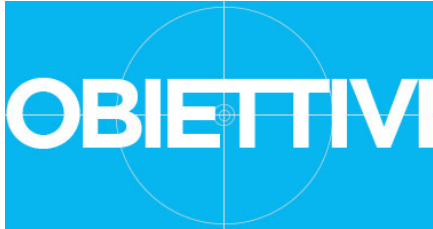
ACADEMY MICROSOFT DYNAMICS CRM ONLINE 2015

DURATA

9 giornate di formazione

CERTIFICAZIONI

Al termine del corso gli studenti avranno raggiunto la preparazione sufficiente per affrontare gli esami richiesti alla certificazione MS Dynamics Online.



OBIETTIVI

Al termine del corso gli allievi saranno in grado di:

- Comprendere il contesto dell'ambiente CRM
- Amministrare la piattaforma cloud Microsoft Dynamics CRM
- Identificare come i vari elementi dei Microsoft Dynamics CRM possono essere utilizzati per le relazioni con i clienti
- Gestire il processo di vendita
 - Conoscere il flusso base di vendita (dai Clienti potenziali all'ordine)
 - Conoscere l'uso delle opportunità e il ruolo dei record coinvolti.
 - Gestire il catalogo prodotti ed i listini prezzi
 - Utilizzare gli strumenti di analisi delle vendite (Metriche, Obbiettivi, Grafici, ...)
- Gestire le funzionalità di marketing
 - Creare e gestire campagne di marketing per diversi tipi di clienti ed eventi
- Gestire i servizi post vendita
- Casi come record fondamentale nella gestione del servizio
- Pianificare servizi
- Gestire i contratti
- Personalizzare l'ambiente per fare fronte alle specifiche esigenze



CASE STUDY

Il percorso formativo prevede l'implementazione del sistema CRM per la società "Bacco S.r.l." che produce e vende vini.

La società decide di implementare il sistema per rafforzare le capacità della forza vendita, fare operazioni di marketing per organizzare la partecipazioni a fiere.

I clienti sono rappresentati da enoteche o piccoli negozi ai quali vengono forniti anche alcuni tipi di gadget come magliette e cappellini.

Avendo una produzione ampia il management decide di tenere come etichette interne i vini più pregiati e ridistribuire con diverse etichette personalizzate i vini più comuni di ampia produzione e consumo.



MODULI DEL PROGETTO

1. Il cliente al centro
2. Automazione della forza vendita
3. Gli strumenti client
4. Marketing
5. Gestione dei servizi e dei casi
6. Amministrare CRM online
7. Gestire personalizzazioni e sicurezza
8. Creare, configurare e gestire le entità
9. Processi
10. Gli esami di certificazione

INTRODUZIONE

Prima dell'introduzione al prodotto si introduce il concetto di CRM: un comportamento e modo di pensare prima che un sistema.

Si procederà quindi ad introdurre la piattaforma Dynamics CRM ed al confronto tra i vantaggi del sistema OnLine e quello OnPremise.

Infine si procede con la familiarizzazione nei confronti dell'interfaccia del sistema e le sue funzionalità di base e comuni alle varie aree.

CASE STUDY

Il personale della "Bacco S.r.l." viene introdotto al perché' ed ai vantaggi di un sistema CRM per gestire le attività. Poi si faranno alcune operazioni base con l'interfaccia come la ricerca dei record, l'esportazione in Excel e l'uso dei menu di navigazione.

ARGOMENTI TRATTATI

- Introduzione all'applicazione
- Lavorare con Microsoft Dynamics CRM
- Lavorare con le entità'
- Ricerca e dati

INTRODUZIONE

Si introducono i componenti base del processo di vendita (Account, Contatti, Clienti potenziali, ...). Gestire i concorrenti e la letteratura di vendita nonché sfruttare le capacità social del sistema.

Lavorare con i clienti potenziali e le opportunità. Si vedrà come produrre preventivi, ordini e fatture nonché gestire il catalogo prodotti.

CASE STUDY

Il proprietario di un enoteca ha lasciato ad un nostro punto vendita la manifestazione di interesse per alcuni nostri vini. Inoltre vengono aggiunti al catalogo prodotti i gadget pubblicitari come magliette e cappellini disponibili in tre colori e quattro taglie.

ARGOMENTI TRATTATI

- Introduzione alla gestione del processo di vendita
- Clienti potenziali ed opportunità
 - Creare e gestire i clienti potenziali
 - Creare e gestire le opportunità
- Gestione del catalogo prodotti
 - Creare gruppi di unità;
 - Creare prodotti e aggiungerli al catalogo dei prodotti;
 - Gestire i listini prezzi;
 - Creare kit di prodotto e pacchetti di prodotti
- Gestione del processi e degli Ordini di vendita
 - Gestire opportunità e preventivi
 - Utilizzare ordini e fatture
- Analizzare gli andamenti delle vendite
 - Gestire le metriche e gli obiettivi di vendita
 - Utilizzare report e viste
 - Utilizzare grafici e dashboard

3

GLI STRUMENTI CLIENT

0,5 giorni

INTRODUZIONE

Quali sono gli strumenti client disponibili per Dynamics CRM online? Il client per Outlook, applicazione per smartphone e tablet

In questo modulo si affronterà la loro configurazione ed il loro utilizzo.

CASE STUDY

Per aumentare l'efficienza della forza vendita la Bacco S.r.l. decide che ogni commerciale deve lavorare in mobilità. Per chi ha già in dotazione un portatile sarà configurato il client per Outlook e l'applicazione per smartphone. Agli altri sarà fornito un tablet con la relativa applicazione.

ARGOMENTI TRATTATI

- Installare e distribuire altri strumenti client per Microsoft Dynamics CRM
- Identificare i requisiti hardware e software per il client Microsoft Outlook
- Installare e aggiornare il client Microsoft Outlook
- Modalità online e offline
- Installare e configurare il client per tablet e telefoni

4

MARKETING

1 giorno

INTRODUZIONE

In questo modulo si prenderà confidenza con gli strumenti messi a disposizione del sistema per gestire le attività di marketing

CASE STUDY

Il management decide di fare alcune operazioni di comunicazione:

1. Avisare le enoteche che sarà reso disponibile un nuovo gadget (cappellino)
2. Partecipare alla fiera VinItaly a Verona (VR).

ARGOMENTI TRATTATI

Configurare Microsoft Dynamics Marketing
Gestire le campagne
Gestire le mini campagne

INTRODUZIONE

Il software permette la gestione di servizi per i clienti che richiedono diversi tempi e risorse. In quest'area si gestiscono inoltre eventuali anomalie o problematiche

CASE STUDY

Emerge la necessita di gestire la manutenzione dei frigo cantina che vengono forniti alle enoteche con un manutenzione periodica da parte di tecnici specializzati.

Viene inoltre attivato un numero verde per la gestione di eventuali segnalazioni da parte di clienti per fare fronte ad ogni problematica.

ARGOMENTI TRATTATI

- Applicare la gestione dei servizi
 - Identificare i principali tipi di record
 - Utilizzare la gestione dei Servizi
 - Utilizzare i flussi di processo aziendali
- Utilizzare la pianificazione dei servizi
 - Concetti di pianificazione dei servizi
 - Gestire le operazioni di pianificazione dei servizi
 - Gestire i servizi e la pianificazione delle capacità
 - Pianificare le attività di servizio
- Gestire i casi di servizio
 - Utilizzare i casi
 - Utilizzare le code
- Gestire contratti e diritti
 - Gestire i diritti
 - Utilizzo dei contratti di servizio (SLA)
- Analizzare e generare report sulla gestione dei servizi
 - Gestire le metriche e gli obiettivi dei servizi
 - Utilizzare i rapporti di gestione dei servizi
 - Utilizzare grafici e dashboard

INTRODUZIONE

Saranno fornite le nozioni di base per identificare i piani di licenza ed i prerequisiti. Creare gli utenti e garantire gli accessi a Microsoft Dynamics CRM Online e differenziale i ruoli amministrativi da quelli operativi.

Gestire le istanze e perché devono essere implementate.

Gestire gli update e l'integrazione con l'ambiente Office 365: Exchange Online, Lync, SharePoint Online, and Yammer. Gestire lo spazio per i dati.

CASE STUDY

La società dopo un'analisi di mercato decide di appoggiare il suo sistema CRM sulla piattaforma Dynamics. Dopo la scelta di base e le configurazioni emergono i vantaggi dell'integrazione con l'intera piattaforma Office 365.

ARGOMENTI TRATTATI

- Amministrare Microsoft Dynamics CRM Online
 - Pianificare una distribuzione
 - Implementare Microsoft Dynamics CRM Online
 - Gestire le istanze di Microsoft Dynamics CRM Online
 - Gestire Microsoft Dynamics CRM Online
- Configurare e gestire la posta elettronica
- Installare e distribuire altri strumenti client per Microsoft Dynamics CRM
- Gestire e risolvere i problemi relativi a una distribuzione di Microsoft Dynamics CRM

INTRODUZIONE

Si forniranno ai partecipanti le nozioni su come il sistema Dynamics CRM gestisce la sicurezza e la visibilità dei dati.

Si introducono il concetto di soluzioni e di gestione delle personalizzazioni che saranno necessarie.

CASE STUDY

Dopo l'attivazione del sistema si dovrà implementare la politica di sicurezza indicata dalla dirigenza della "Bacco S.r.l." riguardante i ruoli delle persone coinvolte, i relativi permessi e le politiche di visibilità e protezione dei dati.

ARGOMENTI TRATTATI

- Gestire soluzioni
 - Pianificare la personalizzazione
 - Comprendere i requisiti aziendali
 - Comprendere i vantaggi delle soluzioni
 - Creare soluzioni, esportare soluzioni gestite e non gestite, importare soluzioni
- Gestire la sicurezza
 - Comprendere i concetti relativi alla sicurezza
 - Gestire l'accesso ed i permessi
 - Gestire la visibilità dei dati
 - Utilizzare la sicurezza a livello di campo

INTRODUZIONE

In questo modulo i partecipanti prenderanno confidenza con la gestione delle entità, quali tipologie e la loro personalizzazione. Come creare le entità necessarie, i tipi di attributi messi a disposizione e le relazioni tra le varie entità'.

Saranno poi introdotte le viste ed i moduli per la visualizzazione e la modifica dei dati.

CASE STUDY

I responsabili commerciali della Bacco S.r.l. decidono di permettere la produzione di bottiglie con etichette personalizzate. Per fare questo si dovrà mettere a disposizione dei commerciali la disponibilità dei vari tipi di vini all'interno dei tini. Si richiede quindi la creazione di tutte le entità', i moduli, le viste e le relazioni tra le stesse necessarie.

ARGOMENTI TRATTATI

- Personalizzare le entità
Personalizzare le entità predefinite
Creare e gestire entità personalizzate
- Personalizzare i campi
Creare e gestire i campi
Configurare le proprietà dei campi
Gestire i campi speciali
- Gestire le relazioni
Identificare diversi tipi di relazioni
Gestire le relazioni speciali
Creare e gestire relazioni
La mappatura dei campi
- Personalizzare i moduli
Descrivere la struttura di schede e sezioni
Gestire i campi presenti su un modulo
Creare e modificare moduli
Gestire più moduli
Gestire moduli mobili
- Le visualizzazioni
Utilizzare le visualizzazioni di sistema
Creare e configurare visualizzazioni personalizzate
- Personalizzare grafici e dashboard

9 PROCESSI

0,5 giorni

INTRODUZIONE

Si affrontano i vari tipi di processi che sono creabili e gestibili dentro il sistema CRM. Dopo una prima introduzione di procederà con la creazione dei diversi tipi di processo e le nozioni sul loro utilizzo.

CASE STUDY

Per facilitare l'operatività e ridurre gli errori da parte degli operatori viene richiesto di inserire alcuni processi nel sistema per facilitare la gestione dei casi, la qualifica dei lead ed il supporto al call center nella raccolta delle informazioni base per attivare un caso

ARGOMENTI TRATTATI

- Comprendere i concetti dei flussi dei processi aziendali
Descrivere lo scopo dei flussi dei processi aziendali
Distinguere tra diversi tipi di processi
- Creare e gestire flussi di processi aziendali
- Creare e gestire regole di business

Al termine del percorso gli studenti potranno conseguire la seguenti certificazioni

MB2-706 Microsoft Dynamics CRM Online Deployment

MB2-704 Microsoft Dynamics CRM Application

MB2-707 Microsoft Dynamics CRM Customization and Configuration