

Conferenceware

Integración con Microsoft CRM

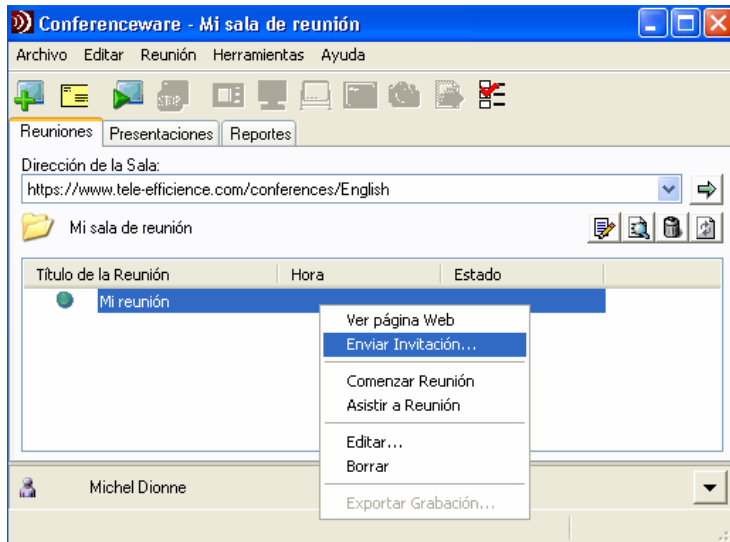


Tele-eficiencia)))

Tele-eficiencia ayuda a sus clientes a ganar tiempo, a mejorar su sinergia y a reducir los costos de desplazamiento. Ofrece servicios de WEBconferencia a precio fijo, bajo la marca *Conferenceware*, integrados con softwares de CRM así como Skype. Tiene una interfase en español, personalizada para su empresa. También ofrece gratuitamente, un periodo de prueba de 30 días seguido por un contrato de servicio trimestral o anual.

Desde Conferenceware

Conferenceware se integra con Microsoft CRM como cliente de correo electrónico por de facto o via Outlook. Genera automáticamente los datos de una invitación; la descripción, el horario y el modo de difusión de la voz en el marco de un nuevo mensaje.

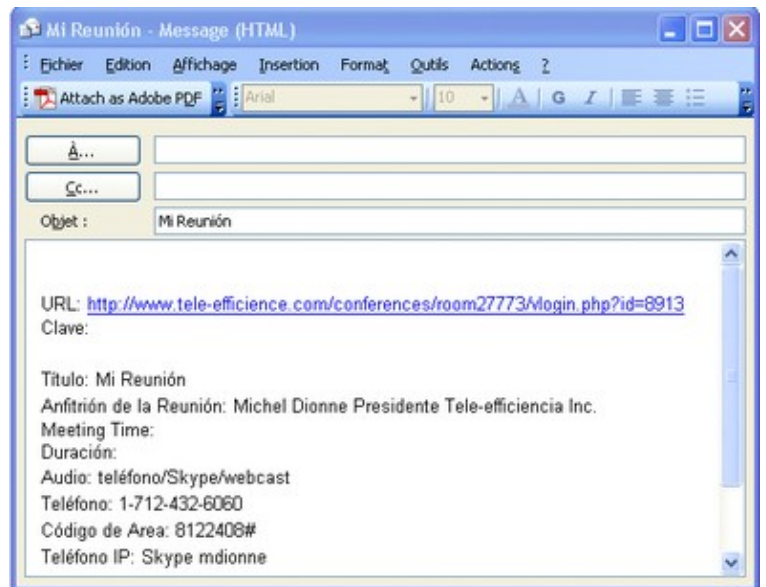


Usted invita a los asistentes de una reunión enviándoles un hiperlazo que los conduzca directamente hacia la reunión. Haga clic con el botón derecho del ratón en el nombre de una reunión, se oscurece cuando se le escoge, y seleccione *Enviar Invitación*.

A través de su software de correo electrónico

La información requerida por los asistentes, como el hiperlazo que los lleve hasta la reunión, la fecha y hora, la contraseña necesaria, según el caso, están ya escritas en el texto del correo electrónico que se abre en Microsoft CRM o Outlook.

De allá, usted tiene únicamente que seleccionar, dentro de sus contactos, el nombre de las personas que desea invitar. Consecuentemente, una copia de la invitación se guarda en el archivo de cada contacto, en Microsoft CRM.



Hasta Microsoft CRM

eCRM



Tele-eficiencia ayuda a sus clientes a ganar tiempo, a mejorar su sinergia y a reducir los costos de desplazamiento.

Ofrece servicios de WEBconferencia a precio fijo, bajo la marca Conferenceware, integrados con softwares de CRM así como con Skype. Su interfase es en español y se personalizada para su empresa. También ofrece gratuitamente, un período de prueba de 30 días seguido por un contrato de servicio *trimestral o anual*.

Conferenceware es una marca de comercio de Tele-eficiencia Inc. Las marcas mencionadas son propiedad de su fabricante respectivo. Para información, visite nuestro sitio WEB bajo Contactos.
© Copyright 2006 – Tele-eficiencia Inc. Todos los derechos reservados.
Reproducción autorizada con mención de la fuente.

Introducción

Customer Relationship Management es primero que nada, una estrategia de empresa soportada por la tecnología y no al contrario. Consiste en identificar el valor de los clientes, retenerlos, desarrollarlos y obtener nuevos. Bajo ésta perspectiva, la prospección para la adquisición de clientes se inicia con el [WEBinar](#) mientras que la venta propiamente dicha, principalmente la presentación a prospectos, se lleva a cabo en [eSales](#).

Preparación

Debemos distinguir entre el desarrollo de la clientela actual y la prospección del mercado. En el primer caso, los contactos ya están identificados y figuran en la cuenta del cliente. En éste momento es conveniente invitarlos a una presentación ya que Conferenceware genera automáticamente los datos de una invitación: descripción, horario y modo de difusión de la voz en el marco de un nuevo mensaje. De allí, usted solo tiene que seleccionar las personas que va a invitar de entre sus contactos. Una copia de la invitación se conserva en el archivo de cada contacto, dentro del software de CRM. En el caso de prospección por [WEBinar](#), la lista de personas inscritas se importa en formato CSV a fin de constituir automáticamente las fichas de contacto correspondientes en su software de CRM.

Desarrollo

Normalmente las presentaciones comerciales tienen como objetivo recoger información sobre la problemática de negocios del prospecto y de crear un mapa de poder que ilustre la red de influenciadores de las personas que intervienen en la decisión de compra. Es gracias al cuestionario interactivo que es posible evaluar las preocupaciones en términos de problemas así como los criterios de compra de cada persona de influencia participante. Mediante un intercambio, hacemos notar que estamos al corriente de su rol en la adquisición: usuario, evaluador; el nivel de conocimientos: principiante o experto, así como su actitud: aliado, neutral u hostil. En el caso de clientes ya adquiridos, el cuestionario interactivo es precioso para evaluar su lealtad particularmente su disposición a darle referencias.

Seguimiento

El reporte de una reunión indica no solamente los participantes sino también las respuestas que han dado a todas las preguntas hechas: problemas, criterios de compra adquiridos, índice de lealtad. Es cuando usted puede hacer una propuesta diferenciada, ilustrando, por medio de la pertinencia, su comprensión de las necesidades del cliente. Además, al grabar una reunión, en dónde voz e imagen están sincronizadas, se puede ver varias veces para percibir las sutilidades y guardarse en el expediente del cliente como una pieza más para la oportunidad.

- Product Information
- How to Buy
- Using Microsoft Dynamics CRM
- Services & Support
- Partners
- Community
- Find a Solution

Microsoft Dynamics Resources

- Microsoft Dynamics Home
- CustomerSource
- PartnerSource
- Worldwide
- Business & Industry Portal



[Product Information](#)

Microsoft Dynamics CRM 3.0 and Microsoft Office—great business partners

By [Douglas Gantenbein](#)

For a business that wants to grow and succeed, few things matter more than connecting with customers. But adopting CRM (customer relationship management) software has been difficult for many organizations. CRM software can be complex and difficult to learn. And employees might require time to gain proficiency. Employees can sometimes even resist adopting CRM software because it forces change in their work routines.

Microsoft has brought CRM software into a new era with Microsoft Dynamics CRM 3.0. It is a flexible CRM solution that works the way a company works, adapting to each business culture with its unique way of responding to customers.

Microsoft CRM 3.0 integrates well with Microsoft Office

programs, including Microsoft Office Outlook, Microsoft Office Word, Microsoft Office Excel, and powerful data-sharing tools such as Microsoft SharePoint and Microsoft SQL Server Reporting Services.

Here's a quick look at how Microsoft CRM 3.0 works with familiar Microsoft products to give any business a new way to stay connected with customers.

Microsoft CRM integration with Microsoft Office programs

Microsoft Office—the essential business tool used by millions worldwide. Now Microsoft Office programs can be combined with the power of Microsoft CRM 3.0 to give any business new insights into customer needs.

- **Make Microsoft Office Outlook a powerful CRM tool.** Microsoft Outlook messaging and collaboration client already provides businesses with a reliable tool for communicating with customers, storing customer contact information, and scheduling appointments. Now Outlook can do more. With the Microsoft Sales for Outlook client in Microsoft CRM 3.0, all customer information can be managed from Microsoft Outlook. Sales, lead information, marketing pitches—everything you need to stay connected with customers. And because this information can be available company-wide, all employees have the power to see client histories and respond effectively to questions and requests.
- **Enable Excel to analyze customer information.** Microsoft Office Excel spreadsheet software is a powerful tool that is widely used to analyze critical company data. Compiling important data often means searching through multiple sources. Now, Microsoft Excel works with Microsoft CRM 3.0 to give businesses a new way to understand the impact of changes in sales, pricing, clients, and contacts. Data about sales and other business activities is easily imported to Excel from Microsoft CRM 3.0, making it easy to run scenarios, reports, and graphs for all aspects of a business. And data can be imported into Excel in three ways: As a static table, a dynamic table, or a PivotTable dynamic view. With the latter two methods, Excel automatically updates data as it is changed within Microsoft CRM 3.0.
- **Enable your employees to customize customer communications using Word and Microsoft Publisher.** Use data from Microsoft CRM 3.0 to target customers for marketing and sales campaigns using Microsoft Office Word and Microsoft Office Publisher. It's easy to select customers for a letter or marketing initiative—and personalized messages take only

Related Links

- [Talk with a Microsoft representative](#)
- [Microsoft Dynamics CRM 3.0 overview and key features](#)
- [Microsoft Dynamics CRM 3.0 system requirements](#)
- [What's new in Microsoft Dynamics CRM 3.0](#)

minutes with Publisher.

Screenshot



[Click to open larger image.](#)

[↑ Top of page](#)

Microsoft CRM works the way your business works

Microsoft CRM 3.0 can be tailored to meet almost any situation. So a business doesn't have to change the way it operates to reap the benefits of a powerful CRM program. Microsoft CRM 3.0 can help a business:

- **Tailor forms and data to specific business needs.** Use intuitive, Web-based design tools to customize important forms or to change the way a business captures and looks at customer data.
- **Automate business processes.** With Microsoft CRM 3.0, a business can quickly capture and organize data that formerly was lost or disorganized upon arrival. Use Microsoft Office InfoPath information gathering program to create forms for entering data about a particular sale or customer service. This information is ported automatically into Microsoft CRM 3.0 where it is instantly available as part of the customer's record of business. The Microsoft InfoPath form also can be adapted to a Microsoft Windows Tablet PC device to collect to important data in the field.
- **Gain a better view of customer needs.** Microsoft CRM 3.0 works with powerful tools such as Microsoft SQL Server to give a business the capability to research customer data, develop new business intelligence, and understand what customers seek from a business.
- **Give managers a quick look from a dashboard.** Using Microsoft Office SharePoint Portal Server and Microsoft CRM 3.0, a business can create custom *dashboards* that provide quick summaries of all important performance metrics. Then a sales manager or executive can easily drill down into data to gain more detail about what really is driving sales or customer contacts.

Screenshot



[Click to open larger image.](#)

[↑ Top of page](#)

Work comes first, not technology

As powerful as Microsoft CRM 3.0 is, it does not get in the way of daily business tasks. Because Microsoft CRM is designed with the familiar user interface of Microsoft Office products, even new tasks are mastered quickly. And Microsoft CRM has streamlined installation processes and improved troubleshooting tools to help ensure that a business is up and operating fast—and stays that way.

Microsoft CRM 3.0 offers the latest in security features. Customer and business information is guarded with a fail-safe system that offers the best safety and confidentiality possible. Overall, Microsoft CRM 3.0 offers businesses a complete customer management tool, helping to find a new level of success through high-quality customer care. And Microsoft technology is your assurance for an affordable, effective CRM solution.

For More Information

- [Want more sales? Focus more on customers, less on processes](#)
- [Talking CRM with your team](#)
- [More than a smile: How to sustain service excellence](#)

Doug Gantenbein is a journalist based in the Seattle area who has contributed to many leading business publications including The Economist, The Wall Street Journal, and Business 2.0.

[↑ Top of page](#)

Was this information useful?



[Printer-Friendly Version](#)



[Send This Page](#)



[Add to Favorites](#)

[Manage Your Profile](#) | [Contact Us](#) | [Blog](#) | [Site Map](#)

© 2006 Microsoft Corporation. All rights reserved. [Terms of Use](#) | [Trademarks](#) | [Privacy Statement](#)

