

# NEMT I GANG MED CRM MED UNBOX SALES



MICROSOFT DYNAMICS 365 SALES

**abakion**

# INDHOLDSFORTEGNELSE

## 1 Indledning

*"Du får en pakkeløsning, hvor vi holder dig i hånden gennem processen og deler vores erfaringer med opstart af CRM-modulet i Microsoft Dynamics 365."*

## 2 Hvad indeholder løsningen?

*"Vi har derfor forberedt en udgave af CRM-løsningen til dig, hvor vi har skjult alt det, som virksomheder som regel ikke skal bruge i første omgang. Intet er fjernet – kun skjult."*

## 4 Sådan gør vi

*"I projektet mødes vi 8 dage, og for at have god tid – men også holde momentum – fordeles disse dage på 4 kalenderuger."*

## 5 Hvem passer det til?

*"Nogle virksomheder finder pakken dækkende for deres behov, mens større virksomheder med mere komplekse salgsprocesser vil bruge Unbox Sales som det første skridt."*

## 6 Unbox projektmodellen

*"Et Unbox Sales-projekt opnår i højere grad dine CRM-målsætninger end et traditionelt CRM-projekt, fordi det har 2 ligeværdige aspekter: Teknik og Adfærdsforandringer."*

## 8 Fase 1: Scoping

*"Scopingdagen er i praksis et kvalificeringsmøde, hvor vi stiller alle de vigtige spørgsmål, som kan afdække dit behov og afgøre, om Unbox Sales-pakken er det rette valg for dig."*

## 11 Fase 2: Design

*"Vi gennemgår procesområderne for at sikre et godt match mellem dine forretningsprocesser og den fremtidige CRM-løsning. I en forandringsworkshop kortlægger vi de forventede reaktioner på forandringerne."*

## 15 Fase 3: Implementering

*"I implementerings-fasen gør vi CRM-løsningen klar til dig. Vi udfører de aftalte ændringer, indlæser data – og gør i det hele taget løsningen klar til brug."*

## 16 Økonomien

*"Så mangler vi kun at snakke om prisen."*

# UNBOX SALES

Unbox Sales er den nemme og sikre måde at komme i gang med CRM-løsningen Microsoft Dynamics 365 Sales.

Du får en pakkeløsning, hvor vi holder dig i hånden gennem processen og deler vores erfaringer med opstart af CRM-modulet i Microsoft Dynamics 365.

Vi har hjulpet virksomheder med CRM i 15 år, og det er vores erfaring, at det altid er de samme funktionsområder, virksomheder har behov for i den første fase af rejsen med CRM. Det har vi samlet i denne pakke, der dækker de funktioner, sælgerne typisk har behov for.

- ★ Få overblik over kundeemner, hvilken kilde de kommer fra, hvornår de er kvalificeret, osv.
- ★ Gør overdragelse af et kundeemne til en kollega nem.
- ★ Få overblik over kunder og tilhørende kontaktpersoner, deres roller osv.
- ★ Segmentér kunder og kontaktpersoner efter alle mulige kriterier.
- ★ Få overblik over hele aktivitetshistorikken, så alle ved, hvad de andre i virksomheden foretager sig.
- ★ Skab gennemsigtighed, så alle kan se hvad aktuel status er på en kunde.
- ★ Styr fremdriften i salgssager og skab overblik over pipeline.
- ★ Skab en professionel arbejdsgang via en ensartet salgsproces, hvor alle i salgsteamet følger virksomhedens skabelon for salgsprocessen.
- ★ Skab grundlag for pålidelige prognoser for, hvor meget der bliver solgt i kommende perioder.
- ★ Brug din nye viden og gennemsigtighed i data til at skabe opsalg og krydssalg.

Unbox Sales er CRM for dig, der ønsker at begynde enkelt og hurtigt - men være forberedt til vækst. Unbox Sales er en praktisk tilgang med lav risiko og hurtig implementering.

# HVAD INDEHOLDER LØSNINGEN?

## Begynd enkelt

CRM-løsningen Microsoft Dynamics 365 Sales er en løsning, som kan rigtig meget. Den kan sikkert mere, end du har behov for i første omgang. Men det er også rart at vide, at der er plads til at vokse.

Vi har derfor forberedt en udgave af CRM-løsningen til dig, hvor vi har skjult alt det, som virksomheder som regel ikke skal bruge i første omgang. Intet er fjernet – kun skjult – og du kan nemt hente det frem igen, hvis du senere ønsker at bruge mere avancerede funktioner.



Det er meget nemmere for brugerne at komme i gang med en ny CRM-løsning, når den kun indeholder det, de har behov for. Løsningen må ikke føles unødvendig kompleks. Derfor er Unbox-udgaven af Microsofts CRM-løsning perfekt til at din virksomhed kan begynde med styre relationer, aktiviteter og salgsprocesser.

Relationsstyring	Vedligeholdelse af stamdata	Segmentering og ejerskab		
Aktivitetsstyring	Registrering af aktiviteter og viden	Prioritering af dagligt arbejde		
Salgsproces	Håndtering af nye leads	Oprettelse og vedligehold af salgsmuligheder	Registrering af fase i salgsprocessen	Tilbudsgivning, skabeloner, produkter og prislister
Salgsledelse	Evaluering af performance	Evaluering og vægtning af pipeline	Salgsforecasting	Opgørelse af KPI'er for salgsprocessen

## ✓ Relationsstyring

Med CRM-løsningen kan du styre dine relationer med kunder og kundeemner. Du kan registrere firmaer (accounts) og kontaktpersoner (contacts), vedligeholde stamdata og skabe overblik over din relation med hvert firma og person. Du kan segmentere og styre, hvilke sælgere der tager sig af hvilke kunder og segmenter.

## ✓ Aktivitetsstyring

Du kan registrere mange forskellige typer af aktiviteter i CRM, og det betyder, at du på alle kunder og emner kan se, hvilke aktiviteter der har fundet sted, hvem der har været dialog med, og du kan bruge indsigten til at planlægge, hvilke kundeemner det er bedst at bruge salgstid på.

En af de store styrker ved at vælge en Microsoft-løsning er, at den spiller sammen med andre Microsoft-løsninger. Microsoft Dynamics 365 Sales er den eneste løsning, der virker 100% sammen med andre Microsoft-løsninger som fx Outlook, Excel, OneNote, Teams osv. Du kan fx synkronisere kalenderaftaler og opgaver mellem Outlook og CRM.

## ✓ Salgsproces

CRM-løsningen giver dig mulighed for at registrere potentielle leads. Når kundeemnet viser interesse for et produkt eller en service, får du mulighed for at kvalificere kundeemnet. Derved samler CRM informationerne og opretter et firma, en kontaktperson og en salgsmulighed.

Det hele er automatisk forbundet med hinanden, så du fx på firmaniveau kan se samtlige kontaktpersoner, aktiviteter og salgsmuligheder for pågældende firma.

Salgsmuligheden giver dig mulighed for at følge kundeemnets fremdrift i din salgsproces, og du får bedre overblik over virksomhedens salgspipeline.

Du kan også styre produkter og priser i CRM, som du kan anvende til at danne dit tilbud ud fra en tilbudskabelon.

## ✓ Salgsledelse

Til salgsledelsen er der værktøjer til at følge op på KPI'er for salgsafdelingen og salgsprocessen. Der følger et dashboard til salgsledelsen med løsning, og der er funktioner til at vægte og evaluere pipeline, og danne salgsprognoser ud fra pipeline.

# SÅDAN GØR VI

## Kort forløb med skabeloner

Unbox er en projektmetode, hvor alle aktiviteter er tilrettelagt med skabeloner, og vi gennemfører hele forløbet på kort tid.

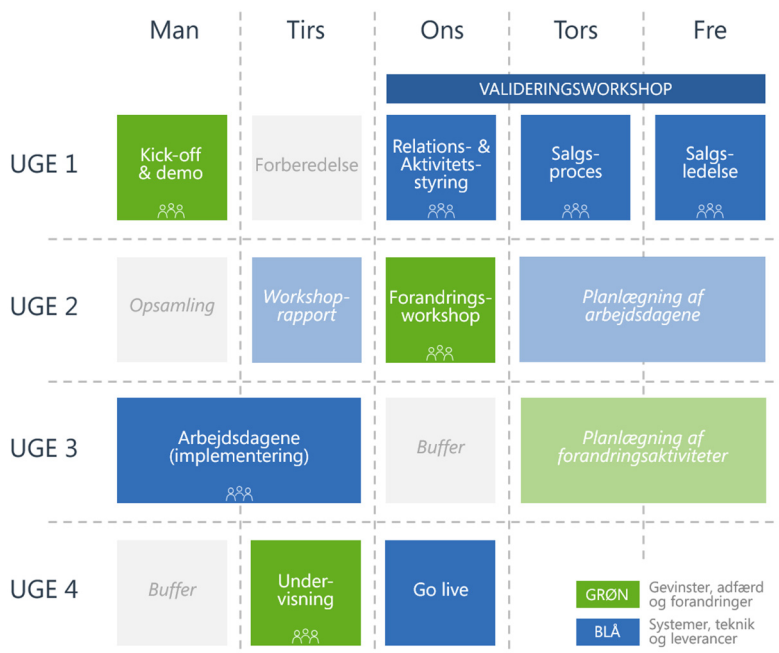
Langstrakte projekter kan lægge pres på en organisation i lang tid, og det går ud over dine medarbejderes performance. Derfor er det vigtigt for os, at processen er komprimeret og ikke varer særlig mange kalenderdage, så vi kan mindske presset på projektdeltagerne fra din virksomhed.

## Forløb over 4 uger

Vi begynder med at afholde en scopingdag, som er et kvalificeringsmøde, hvor vi afdækker dit behov, og vi afgør om Unbox Sales-pakken er det rette for dig.

Derefter kan du træffe beslutning om at købe Unbox Sales eller ej. Scopingdagen forpligter dig ikke. Hvis du ønsker at fortsætte, så booker vi design- og implementeringsfasen af Unbox Sales i kalenderen.

I projektet mødes vi 8 dage, og for at have god tid – men også holde momentum – fordeles disse dage på 4 kalenderuger.



I løbet af de 4 uger opsætter vi CRM-løsningen, introducerer dig til den, indlæser data, tilpasser løsningen til dine behov, får CRM til at virke med din Outlook, og underviser dig i løsningen. Vi slutter arbejdsdagene med at sætte CRM-løsningen i drift, og så er den klar til, at du og dine salgskolleger møder på arbejde.

# HVEM PASSER DET TIL?

Unbox Sales er for små og mellemstore virksomheder. Du har enten en virksomhed med en mindre salgsafdeling, eller du har en mellemstor virksomhed på en vækstrejse – og vil gerne nemt i gang med at bruge grundlæggende CRM.

Denne pakke er ikke for virksomheder med komplekse salgsafdelinger med mange sælgere og mange varianter af salgsprocessen. Eller – det er det måske alligevel. Du kan vælge at anvende Unbox Sales som grundlaget i dit CRM-projekt, og bygge det ovenpå, som gør din salgsafdeling "kompleks".

Et Unbox-projekt er det helt rigtige, hvis du kan se dig selv i følgende 4 kriterier:

- ✓ Du ønsker en CRM-løsning, hvor du kan begynde enkelt og hurtigt, men som er forberedt til din vækst i fremtiden.
- ✓ Du ønsker CRM som en cloud-løsning, så den er tilgængelig online på både din computer og mobiltelefon.
- ✓ Dit funktionsbehov er i første omgang dækket af CRM-løsningen som standard, dog med det omfang af tilpasning, vi har inkluderet.
- ✓ Din organisation er indstillet på at klare alt på 4 uger, og deltagerne er afklarede og beslutningsdygtige.

Mange bruger Unbox Sales som det første trin i rejsen med CRM. Nogle virksomheder finder pakken dækkende for deres behov, mens større virksomheder med mere komplekse salgsprocesser vil bruge Unbox Sales som det første skridt.

Med Unbox Sales kommer du nemt og hurtigt i gang med det grundlæggende CRM til styring af relationer, aktiviteter og salgsprocessen. Du kan begynde enkelt – og tilføje kompleksitet senere.

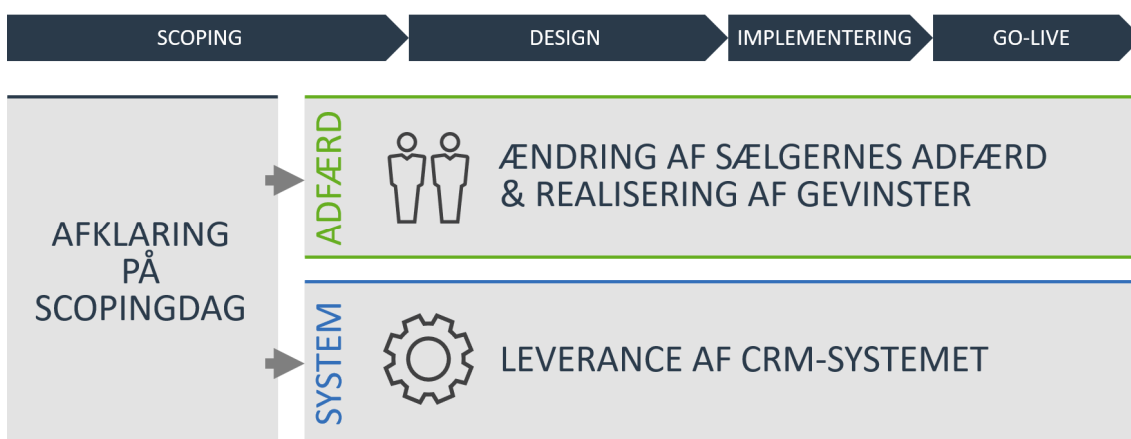
Du kan tage løsningen i brug i hverdagen, få erfaringer, og samle input til, hvordan din virksomhed bedst fortsætter rejsen med CRM. Det er som regel bedst, fordi man bliver klogere undervejs. Så kan du også høste de første gevinster tidligt i processen.

# UNBOX PROJEKTMODELLEN

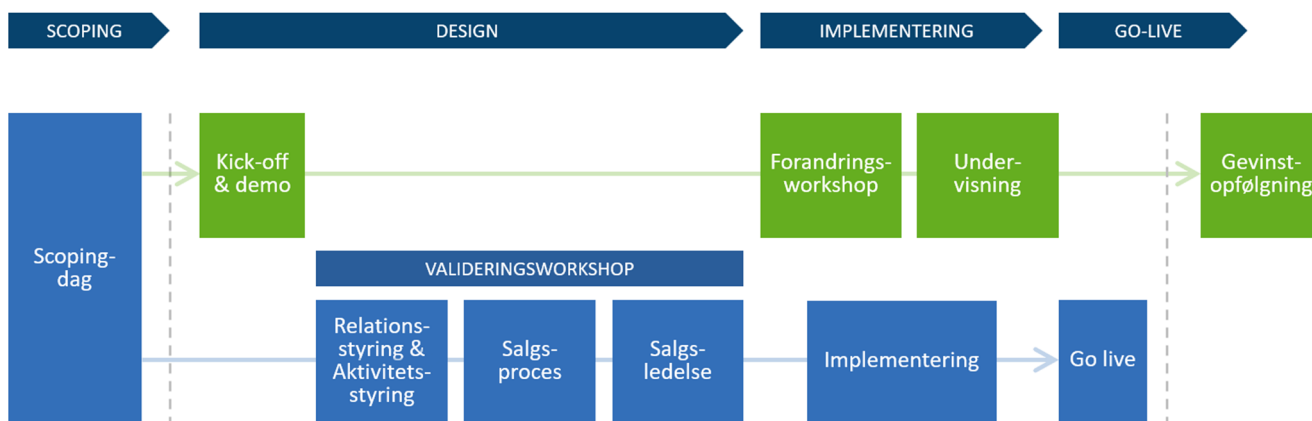
Et Unbox Sales-projekt opnår i højere grad dine CRM-målsætninger end et traditionelt CRM-projekt, fordi det har 2 ligeværdige aspekter, der i denne oversigt har hver sin farve:

 Gevinster, adfærd og forandringer

 Systemer, teknik og leverancer



Projektmodellen for Unbox Sales indeholder følgende aktiviteter:



## Systemer, teknik og leverancer

Leverancen i Unbox Sales er grundlæggende en Microsoft Dynamics 365 Sales CRM-løsning. Men det er jo bare teknikken, og det er den nemme del.



Det er som regel manglende fokus på det andet aspekt med gevinster og menneskelige adfærdsændringer, der bringer CRM-projekter i problemer. Det er grunden til, at vi gerne vil have, at du fokuserer på begge aspekter.

## Gevinster

Vi har fokus på, at du skal opleve en gevinst ved dit CRM-system allerede på kort sigt.

CRM-projekter kan nemt blive for store og komplekse, og så fejler de. Det er som regel en god idé at begynde med det grundlæggende CRM, skabe gevinst hurtigt og få erfaringer med løsningen. Så er det meget nemmere at hæve ambitionerne efterfølgende.

Vi rådgiver dig. Vi sørger for at bringe vores erfaring og viden i spil. Vi kan ikke garantere, at denne pakke løser alt, hvad du har behov for, men vi sørger for, at den ikke spænder ben for dine fremtidige ambitioner og din forandringsparathed.

Du kan sagtens finde en CRM-pakke, der er billigere andre steder, men så kommer du ind i pølsemaskinen og får en ukritisk leverance. Man får som regel nogenlunde, hvad man betaler for.

Vi tillader os at udfordre dig, så du får mere værdi af løsningen. Derfor vil du møde en konsulent, som har forretningsmæssig forståelse og erfaring til at rådgive dig til den rette løsning.

## Adfærdsændringer

Det er ofte uvilje til at ændre adfærd, der bringer CRM-projekter i problemer.

Hvis du har salgsmedarbejdere, der ikke er parate til digitalisering, eller som ikke vil opgive deres personlige Excel-liste eller Outlook-kontaktliste, så skal du arbejde med adfærdsændring for at få succes med CRM.

Derfor afholder vi en forandringsworkshop med dig, hvor du får konkret input til, hvordan du skaber varige adfærdsændringer hos medarbejderne.

Men det vender vi tilbage til. Lad os gennemgå faserne i projektet, så du ved, hvad der skal ske.

# FASE 1: SCOPING

## Scopingdag

Scopingdag er i praksis et kvalificeringsmøde, hvor vi stiller alle de vigtige spørgsmål, som kan afdække dit behov og afgøre, om Unbox Sales-pakken er det rette valg for dig.

### Forretningsmæssigt mål

Vi vil begynde med at udfordre dig på, hvad målet med CRM-projektet konkret skal være. Det lyder jo meget nemt at svare på, men vi tænker ikke på det løsningsmæssige formål (at I vil have nyt CRM-system), men det forretningsmæssige formål.

Det kunne fx handle om:

- ★ Omsætning
- ★ Vækst
- ★ Vægtet pipeline
- ★ Lead-kanalers effektivitet
- ★ Lead responstid
- ★ Salgsaktivitet
- ★ Varighed af salgsprocessen
- ★ Win-rate
- ★ Cost-of-sale
- ★ Præcision af estimer i tilbud
- ★ Budgetopnåelse

... eller noget helt andet, som er vigtigt for din forretning.

### Gevinstafklaring

Fra det forretningsmæssige mål skal vi et spadestik dybere i jorden. Vi skal gøre målet konkret – og helst også målbart.

Som forberedelse til scopingdagen skal nøglepersoner på ledelsesniveau sammen definere, hvilke gevinster projektet skal give, og hvordan vi skal følge op på målsætningerne.

Hvis du tænker, at det lyder lidt trivielt, så vil vi gerne pointere, at vi meget ofte oplever, at der på ledelsesniveau ikke er enighed om formålene – så det er nogle timer af jeres tid, der er virkelig godt investeret.

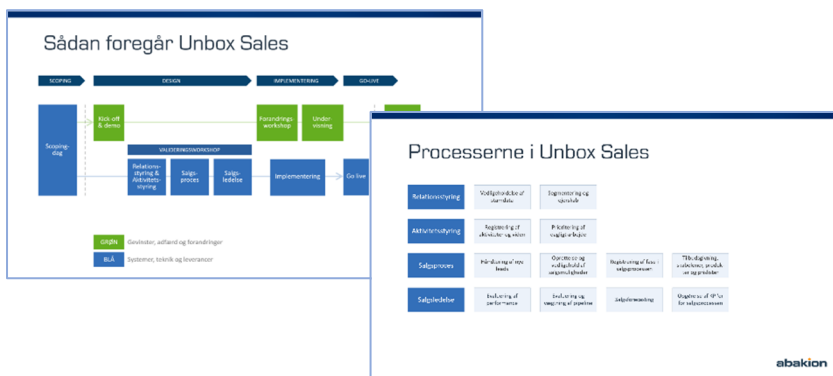
Overordnet vil vi gerne opnå, at I begynder at tænke mere i gevinster end tekniske leverancer, og at I får overblik over, hvor stor en forandringsopgave, jeres organisation står over for.

På scopingdagen hjælper vi dig med at få gevinstmålsætningerne på plads:

- **Det overordnede formål**, som er et forretningsmæssigt mål.
- **Definition af gevinster**. Vi aftaler projektets gevinster, som er noget der kan måles. Det kan fx handle om økonomi eller kvalitet.
- **Gevinstejerskab**. Vi udpeger en ejer for hvert af områderne i procesmodellen. Det kan sagtens være den samme person i flere områder.

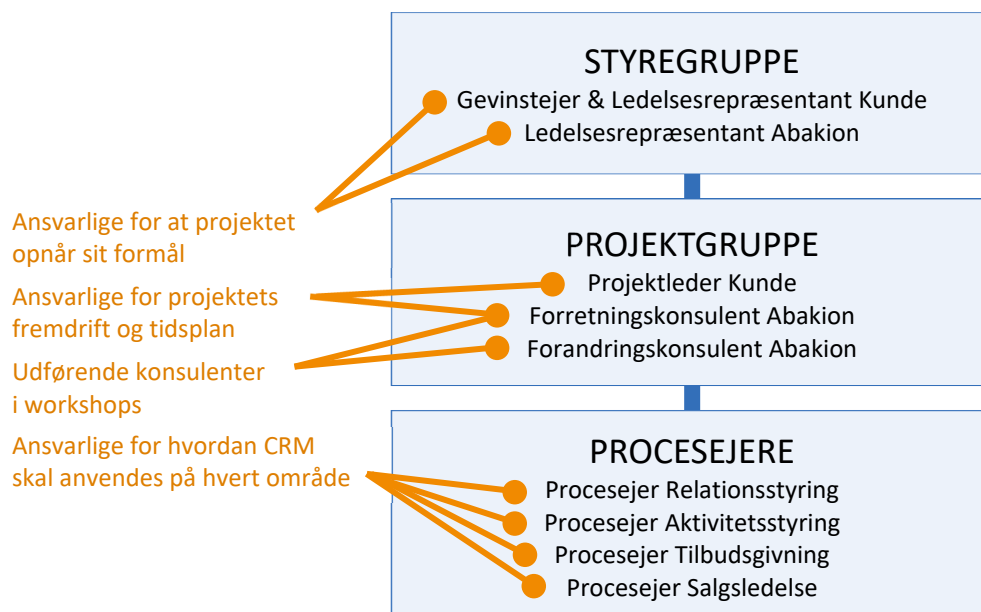
## Overblik

Vi sørger også for, at du har overblik over, hvordan Unbox Sales-projektet vil forløbe, og hvad det præcist omfatter. Vi skal se på projektplanen, tidsplanen, procesmodellen osv.



## Nøglepersoner

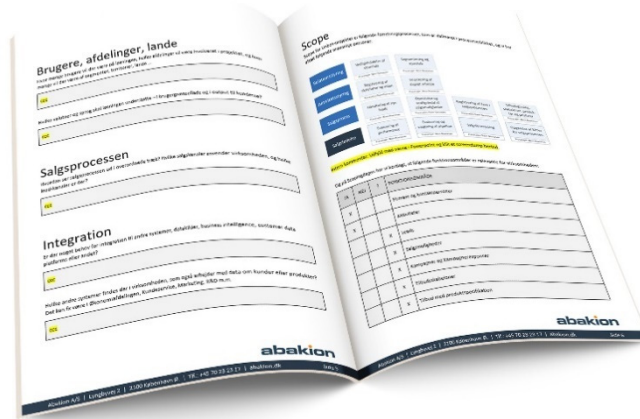
Vi skal også kortlægge, hvilke nøglepersoner skal være involveret i projektet. Vi skal tale om de forskellige procesområder, og hvem der kunne være procesejere, ambassadører og interessenter. Det tegner et billede af, hvor komplekst dit projekt bliver, og det er naturligvis væsentligt at vide.



## Afklarende spørgsmål

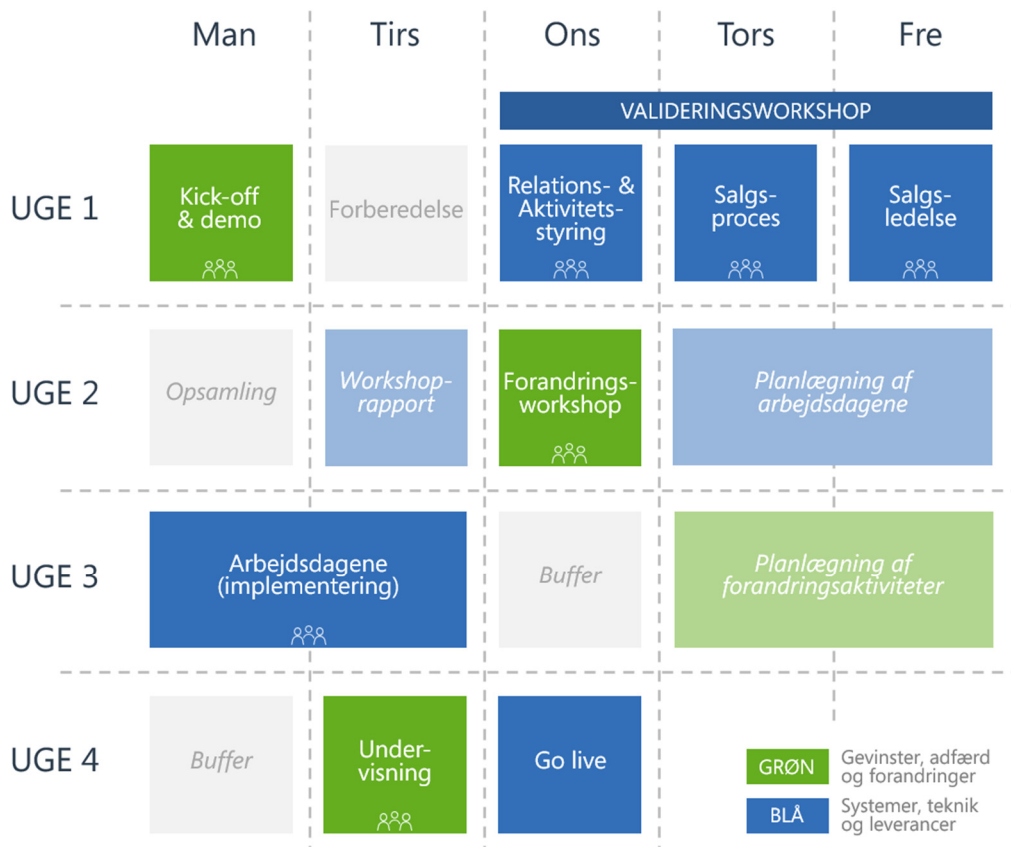
Og så har vi en række emner, vi skal tale om, som giver os overblik over, hvor godt Unbox Sales passer til din virksomhed.

Vi skal fx tale om brugere, din organisation, lande, sprog, valutaer, din salgsproces, salgskanaler, lead-kanaler, integrationsbehov, andre it-systemer i firmaet, m.m.



## Dokumentation

Vi dokumenterer det hele i et dokument, som du får udleveret bagefter. Det indeholder alle dine valg, vores anbefalinger, og prisen på din kommende CRM-løsning. Derefter kan du vælge, om du ønsker at igangsætte projektet.



# FASE 2: DESIGN

## Internt kick-off

Designfasen i projektet begynder med, at vi samler alle projektdeltagerne til et halvdags, internt kick-off. Formålet er at samle deltagerne om den opgave, vi står over for.

Vi skal sørge for, at alle har en fælles forståelse af projektets forløb og de roller og opgaver, hver deltager har. Vi skal også sørge for, at alle deltagerne har den nødvendige viden til at deltage i projektet.

Det interne kick-off er styret af Abakions forretningskonsulent, og agendaen ser således ud:

- **Formål:** Alle skal kende formålet med CRM-projektet.
- **Gennemgang af projektets aktiviteter:** Vi fortæller trin-for-trin, hvad der vil ske i projektet, og hvordan tidsplanen ser ud.
- **Organisation og roller:** Alle skal vide, hvad de kan forvente, og hvad der forventes af dem.
- **Data-import:** Vi introducerer jer til Excel-skabelonerne, som I skal udfylde med de data, der skal importeres i CRM-løsningen, og vi skal have udnævnt en person, som er ansvarlig for opgaven.
- **Tilbudsskabelon:** Vi forklarer, hvordan tilbudsskabelonen anvendes i CRM-løsningen, og vi skal have udnævnt en person, som er ansvarlig for at forberede en tilbudsskabelon til den senere workshop.
- **Demonstration:** Vi bruger en god del af tiden på at demonstrere CRM-løsningen, så alle projektdeltagerne har et basalt kendskab til løsningen – og er klædt på til at deltage i workshops.

## Workshops

En Unbox Sales indeholder en række procesområder, og dem skal vi nu gennemgå på en række workshops, så vi er sikre på, at der er et godt match mellem dine forretningsprocesser og den fremtidige CRM-løsning.

Vi kommer til at afholde følgende workshops, hvor du skal stille med procesejere og andre relevante personer for hvert område:

- Relationsstyring
- Aktivitetsstyring
- Salgsproces
- Salgsledelse

Vi kalder metoden for "valideringsworkshop", fordi vi fremviser hvordan forretningsprocesserne fungerer i CRM-løsningen, og så kan du og dine kolleger evaluere, om der skal foretages ændringer i løsningen, for at den passer til jer.

Du behøver ikke kunne svare på alle de spørgsmål, vi opremser om lidt. Du kan sagtens læne dig op ad, hvordan standardløsningen som udgangspunkt fungerer.

INPUT	DEMO	OUTPUT
<p>De procesområder, som er inkluderet i Unbox Sales.</p> <p>Du vurderer hvilke roller, hvert procesområde involverer, og inviterer relevante repræsentanter for rollerne.</p>	<p>Demonstration af CRM-løsningen ud fra en standardløsning-tilgang.</p>	<p>Enten godkender procesejeren den måde, som CRM-løsningen fungerer på. (Fit)</p> <p>Eller også noteres et behov for ændring i løsningen. (Gap)</p>

## Relationsstyring

- **Vedligeholdelse af stamdata:** Hvilke stamdata skal registreres på firmaer, kontaktpersoner, leads, salgsmuligheder osv? Er der specielle behov for at gemme information? Hvem har ansvaret for at holde data opdaterede? Hvem har ansvaret for at berige med data vi mangler? Hvordan håndhæver vi processer for at registrere data?
- **Segmentering og ejerskab:** Hvad er processen for segmentering af kundeemner? Hvem tildeler ejerskab af kundeemner, sager og segmenter?

## Aktivitetsstyring

- **Registrering af aktiviteter og viden:** Hvad skal registreres, når en sælger har udført en aktivitet med et kundeemne? Hvordan skal opfølgingsaktiviteter styres? Hvordan skal man få overblik over aktiviteter på et kundeemne? Hvordan skal aktiviteter i Outlook gemmes i CRM?
- **Prioritering af dagligt arbejde:** Hvordan skal sælgeren prioritere sit daglige arbejde, så tiden bliver anvendt mest effektivt? Hvordan skal salgsledelsen styre eller bidrage til at prioritere salgsindsatsen?

## Salgsproces

- **Håndtering af nye leads:** Hvordan ender nye leads i CRM, hvordan skal leadkilder registreres, og hvordan tildeles leads til sælgerne? Hvem skal reagere på leads og hvor hurtigt? Hvornår skal leads konverteres til salgsmuligheder, og hvornår skal data kontaktpersoner og firmaer føres ind?
- **Oprettelse og vedligehold af salgsmuligheder:** Hvad er datakravet til oprettelse af en salgsmulighed? Hvordan skal potentialet i salgsmuligheder vurderes, og hvor ofte skal det opdateres for at give validt input til pipeline?
- **Registrering af fase i salgsprocessen:** Hvordan passer faserne i CRM-løsningens salgsproces? Er der behov for flere forskellige salgsprocesser? Hvad er kriterierne for at en salgsmulighed skal skifte fase i salgsprocessen?
- **Tilbudsgivning, skabeloner, produkter og prislister:** Hvordan skal tilbud registreres? Skal produkter og prislister anvendes i CRM? Hvilke skabeloner for tilbud skal være tilgængelige for sælgerne, og hvordan skal de anvende dem? Skal flere valutaer eller sprog håndteres?

## Salgsledelse

- **Evaluering af performance:** Hvordan skal sælgernes effektivitet måles, og skal data anvendes til beregning af bonus eller provision? Hvilke dashboards eller indsigt i nøgletal har salgsledelsen behov for?
- **Evaluering og vægtning af pipeline:** Hvordan vil salgsledelsen overskue og følge op på pipeline? Hvordan skal salgsmuligheder vægtes? Hvordan skal pipeline-indsigt omsættes til salgsledelse?
- **Salgsforecasting:** Hvordan skal salgsledelsen rapportere forecasts til finans og leverancen?
- **Opgørelse af KPI'er for salgsprocessen:** Hvordan skal salgsledelsen følge op på de gevinstmålsætninger, som er defineret i dette projekt?

### Vurdering af forandringer

Når vi taler om et procesområde, så beder vi dig også vurdere, hvor stor en forandring for organisationen, du forventer at CRM-løsningen vil være.

- **Definition af adfærd.** Vi kortlægger, hvem der fremover skal gøre noget nyt. Hvilke medarbejdergrupper skal følge nye arbejdsprocesser?
- **Estimering af ændringens størrelse.** Vi kortlægger størrelsen af hver af de definerede adfærdsændringer, så vi har overblik over, hvor de største udfordringer vil være.

Disse vurderinger danner grundlag for forandringsworkshoppen, som vi kommer til lige om lidt.

## Beskrivelse af opgaver

Efter rækken af valideringsworkshops beskriver vi de aftalte ændringer til CRM-løsningen. Vi leverer et dokument med en gennemgang af alle ændringerne, og vi kommer med en vurdering af, om alt kan nås inden for de 2 aftalte arbejdsdage. Så kan du tage stilling til, om vi skal udføre disse ændringer på arbejdsdagene.

## Forandringsworkshop

Efter at du har modtaget dokumentationen fra valideringsworkshoppen, så afholder vi en forandringsworkshop, der skal hjælpe dig med at skabe de nødvendige adfærdsændringer i din organisation.

Forandringsledelse er et udtryk for de ledelsesopgaver, du har i en periode, hvor medarbejdernes situation forandrer sig.

Vi kan hjælpe med at skabe overblik, struktur og inspiration – men den udførte forandringsledelse er nødt til at komme fra mellemlederne i din organisation. Kommunikation og instruktioner er mest effektive, når de kommer fra den nærmeste leder.

I en forandringsworkshop kortlægger vi de forventede reaktioner på forandringerne. Dermed kan du planlægge de nødvendige forandringsaktiviteter.

Du kommer til at lære om forandringsledelse, og du får helt sikkert flere aha-oplevelser undervejs, og mellemlederne bliver klædt på til at lægge en plan for, hvordan de skal gribe processen an.

Agendaen for forandringsworkshoppen ser således ud:

- Introduktion til forandringsledelse, 7 adfærdsprincipper, og AFL-modellen.
- Workshop om de største forandringer for organisation.
- Brainstorm om forandringsaktiviteter og håndtering af modstand.

## Din forberedelse til arbejdsdagene

Når vi kommer til næste fase, så gør vi løsningen klar til drift, og mellemtiden skal du bruge til at gøre nogle ting klar.

I implementeringsfasen indlæser vi data fra dit tidligere system, og det er nu, at du skal lægge sidste hånd på at udfylde Excel-skabelonerne med de data, som skal importeres i det nye system.

Hvis du vil være ekstra godt forberedt, så få procesejerne til at udarbejde instruktioner i, hvordan CRM-løsningen skal anvendes hos jer. En instruktion er kortfattede beskrivelser af arbejdsprocesser på 1 eller 2 sider med skærbillede-eksempler. De er en god støtte i både undervisning og den daglige brug af løsningen.

Instruktioner er en kombination af, hvordan løsningen skal betjenes, og hvordan jeres arbejdsprocesser ser ud.



# FASE 3: IMPLEMENTERING

I implementerings-fasen gør vi CRM-løsningen klar til dig. Vi udfører de aftalte ændringer, indlæser data – og gør i det hele taget løsningen klar til brug. Vi afrunder denne fase med en undervisningsdag, og så er din virksomhed klar til at tage løsningen i anvendelse.

## Arbejdsdagene

De ændringer, vi har aftalt i valideringsworkshoppen, implementerer vi på 2 arbejdsdage, som foregår hos dig. Du er med til at prioritere, og du kan følge med i, hvor meget vi når i løbet af de 2 arbejdsdage. Når vi er færdige med tilpasningerne, får du mulighed for at godkende det hele.

Det er vigtigt at pointere, at tilretninger i CRM-løsningen ikke er udvikling / programmering. I Microsofts CRM-løsning kan man som standard udføre tilpasninger, typisk med drag'n'drop, og det giver os mulighed for at tilpasse brugergrænsefladen, så den matcher dine ønsker. Denne type tilpasninger er 100% supporteret af Microsoft og har ingen indflydelse på fremtidige opgraderinger.

Der er 15 timers tilpasning inkluderet i pakken, hvilket bør være passende i de fleste tilfælde. Men hvis du i valideringsworkshops har ønsket ændringer for mere end de 15 timer, så kan vi aftale ekstra arbejde. Der er buffer i tidsplanen, som for det meste gør det muligt uden forsinkelser.

## Indlæsning af data

Når ændringerne er godkendt, så indlæser vi dine eksisterende firmaer (kunder) og kontaktpersoner i CRM. Her bruger vi den indbyggede importfunktionalitet i Dynamics 365 Sales.

Det foregår ved, at du tidligere har fået udleveret Excel-skabeloner, hvor du kan kopiere data over og sende dem retur til os.

Vi indlæser data, som de forefindes i Excel-arkene, og vi vil derfor anbefale, at du bruger tid på at sikre, at dine data har en god kvalitet, fx at der ikke er dubletter.

## Opsætning af Outlook CRM-integration

CRM-løsningen har en standardintegration til Outlook. Vi sørger for, at appen er konfigureret og klar til anvendelse.

## Undervisning

Som afrunding af implementeringsfasen underviser vi dine medarbejdere i at anvende CRM-løsningen. Hvis dine procesejere på dette tidspunkt har produceret

instruktioner – eller kan fortælle hvad virksomhedens retningslinjer for anvendelsen af CRM er – så bliver undervisningen endnu mere effektiv.

Vi bliver ofte spurgt, om vi kan “flytte” sælgerne nok på en halv dags undervisning. Som udgangspunkt svarer vi ja med sikkerhed i stemmen. Det kan vi godt.

Udfordringen er naturligvis, at jo flere processer du skal ændre, des mere uddannelse har dit hold behov for. Udgangspunktet for dette projekt er dog, at vi ikke ændrer på særlig mange af dine processer, så derfor føler vi os sikre på, at du kan komme i mål på 4 timer. Mange af deltagerne vil også have været en del af processen, hvilket altid hjælper.

## Go-live

Du vælger principielt selv, hvornår du ønsker at gå i drift med løsningen, men vi anbefaler meget, at du tager løsningen i anvendelsen inden for den 4-ugers periode, som Unbox Sales bliver afviklet på. Alt andet ville være ærgerligt.

## Gevinstopfølgning

Når du har været i drift med CRM-løsningen i et stykke tid, så skal vi have en snak om gevinstmålsætningerne.

Vi skal se på, hvad status på gevinstmålsætningerne er. Nogle skal være opfyldt, og andre kan måske først opgøres efter en længere periode, men det er vigtigt at konstatere, om projektet har givet den ønskede effekt.

Denne opfølgning skal også være en projektmodning. Når din organisation har haft lejlighed til at gøre sig nogle erfaringer, så skal der som regel justeres på løsningen enkelte steder. Det skal vi sørge for at samle op på.

# ØKONOMIEN

Så mangler vi kun at snakke om prisen.

Vi har tilrettelagt alt, så arbejdet kan udføres hurtigt. Og vi anvender standardmetoder og sørger for, at du er forandringsparat.

Standardprisen for et Unbox Sales-projekt er kr. 10.000 for Scopingdagen og kr. 80.000 for det resterende implementeringsprojekt. Alle priser er ekskl. moms.

Vi gennemfører projektet til fast pris og aftalt tid.

Hvis din adresse er mere end 30 km fra vores kontor i København, så kan møder hos dig medføre transportudgifter. Dette aftaler vi særskilt. Og du er også velkommen i vores dejlige lokaler i København.