Contenido MVA CRM

Módulo Básico

*La visión centrada en el cliente*

Octubre 2008

Tabla de Contenido

[Introducción a Microsoft Dynamics CRM 3](#_Toc213233795)

[Obtención de ventajas respecto a la competencia mediante CRM 3](#_Toc213233796)

[Relaciones con los clientes en Microsoft Dynamics CRM 4](#_Toc213233797)

[Equilibrio entre el uso y la generación de informes 4](#_Toc213233798)

[Administración de procesos con Microsoft Dynamics CRM 5](#_Toc213233799)

[Uso de Microsoft Dynamics CRM en un Mercado Global 9](#_Toc213233800)

[Descripción de la compatibilidad multilingüe en Microsoft Dynamics CRM 9](#_Toc213233801)

[Descripción de la compatibilidad multidivisa en Microsoft Dynamics CRM 10](#_Toc213233802)

[Configuración de opciones personales 11](#_Toc213233803)

[La Visión Centrada en el Cliente 14](#_Toc213233804)

[Visualización del cliente a través de Microsoft Dynamics CRM 14](#_Toc213233805)

[Microsoft Dynamics CRM en su organización 16](#_Toc213233806)

[Implementación de procesos para admitir Microsoft Dynamics CRM 18](#_Toc213233807)

[Descripción de los registros de clientes 20](#_Toc213233808)

[Relaciones entre los registros de clientes 24](#_Toc213233809)

[Descripción de propiedad de registros y asignación 27](#_Toc213233810)

[Uso de las actividades para realizar un seguimiento de las interacciones con los clientes 28](#_Toc213233811)

[Uso de flujos de trabajo 31](#_Toc213233812)

[Búsqueda y mantenimiento de datos 35](#_Toc213233813)

[Uso de la detección de duplicados 39](#_Toc213233814)

[Descripción del Árbol de temas 41](#_Toc213233815)

## La Visión Centrada en el Cliente

### Visualización del cliente a través de Microsoft Dynamics CRM

Microsoft Dynamics CRM proporciona a la organización una vista completa de todas las interacciones de ventas, marketing y servicios que una empresa mantiene con sus clientes. Todos los departamentos de una organización pueden tener acceso a esta base de datos centralizada para disponer de la información y las herramientas necesarias para incrementar su efectividad con los clientes.

***NOTA****: las herramientas de Microsoft Dynamics CRM son aptas para toda organización que desee controlar sus interacciones con las personas a las que ofrece productos o presta servicios. Entre ellas se incluyen empresas de la administración, organizaciones sin ánimo de lucro, asociaciones y centros pertenecientes a una organización donde cada departamento constituye un cliente. Para facilitar su denominación, en este curso nos referimos a estas funciones como marketing, ventas y servicios. Las funciones de marketing y ventas que incorpora la aplicación resultan útiles para la administración de una amplia variedad de solicitudes y otras tareas de administración de servicios.*

Microsoft Dynamics CRM permite realizar el proceso completo de marketing, ventas y servicios con un conjunto de módulos organizados por área funcional: ventas, marketing y servicios. Los módulos principales que permiten el control de las interacciones con los clientes son los siguientes:

* Cuentas: las cuentas representan un grupo de personas, una organización o una compañía con la cual la organización efectúa interacciones.
* Contactos: los contactos se usan para representar a las personas. Puede tratarse de clientes, empleados de cuentas o cualquier otra persona.
* Oportunidades: permite la administración de oportunidades, que representan las ventas potenciales de una cuenta o un contacto. Las oportunidades representan los ingresos potenciales que puede generar una cuenta o un contacto. Generalmente, las oportunidades suelen calificarse a partir de los clientes potenciales, mediante un proceso de ventas.
* Casos: permite administrar casos, que son las peticiones de servicio o las incidencias comunicadas por los clientes. Los casos permiten supervisar las actividades que los agentes de servicio al cliente tramitan para la resolución de problemas.

#### Otros módulos

Existen diversos módulos adicionales que permiten a los agentes de marketing y ventas usar clientes potenciales e incorporarlos en el proceso de ventas, con el fin de aportar ingresos a la empresa:

* Clientes potenciales: un cliente potencial suele ser una persona sobre la que se ha recopilado información pero cuyo interés en mantener relaciones comerciales con la empresa no está confirmado.
* Campañas: este módulo permite crear programas de marketing que usan vehículos de comunicación (como la publicación de anuncios o el envío de correcto directo), con el fin de lograr resultados determinados en períodos concretos, como puede ser la comercialización de nuevos productos.
* Listas de marketing: permite la creación de listas de cuentas, contactos o clientes potenciales que se ajustan a criterios específicos. Las listas de marketing pueden usarse en campañas de marketing o en tareas de ventas dirigidas a objetivos.
* Competidores: posibilita la administración de competidores, que son las empresas u organizaciones que compiten con nuestra empresa para lograr oportunidades de ventas. Los registros de competidores pueden vincularse a registros de oportunidades, productos o documentación de ventas, con el fin de disponer de ellos al competir por una venta.
* Documentación de ventas: permite administrar la documentación acerca de ventas, es decir, los documentos que se generan y distribuyen entre los clientes con el objeto de incrementar las ventas.
* Productos: permite administrar productos o, lo que es lo mismo, los artículos y servicios que produce o comercializa una organización. Los productos se pueden vincular a otros registros, como ofertas, campañas y casos.
* Ofertas: permite la administración de ofertas, que constituyen ofrecimientos formales de productos o servicios, conforme a las propuestas de precios y condiciones de pago correspondientes. Las ofertas pueden enviarse tanto a cuentas como a contactos.
* Pedidos: permite la administración de pedidos, que son las solicitudes confirmadas de bienes o servicios, conforme a las condiciones indicadas. Un pedido es una oferta que ha sido aceptada por un cliente.
* Facturas: le permite administrar facturas. En las facturas se registran las ventas a los clientes, incluidos los detalles sobre los productos o servicios adquiridos.

#### Contratos, servicios y Knowledge Base

Además de la gestión de casos, los módulos siguientes permiten a una organización conservar los clientes y satisfacer sus demandas, mediante la prestación de servicios de la máxima calidad y la respuesta efectiva a todas sus consultas:

* Contratos: le permite administrar contratos, que son acuerdos para la prestación soporte durante unas fechas determinadas, para un número especificado de casos o un período de tiempo determinado.
* Servicios: le permite administrar servicios, que son las tareas realizadas para un cliente por parte de uno o varios recursos de la organización. Microsoft Dynamics CRM facilita la programación de los servicios y recursos que se precisan.
* Knowledge Base: le permite administrar y usar la Knowledge Base, un repositorio de artículos importantes a disposición de empleados y clientes de la organización. La Knowledge Base permite elaborar borradores, así como enviar, revisar y publicar artículos en forma de preguntas frecuentes, instrucciones e información para la resolución de problemas.

No son necesarios todos los módulos. Cada organización es diferente, por lo que cada una decidirá los módulos que más le conviene usar.

Los módulos que usa una organización funcionan de forma conjunta y la información se almacena en una base de datos central. En todos los departamentos de la organización, los usuarios de Microsoft Dynamics CRM pueden consultar y usar esta información para la toma de decisiones orientadas a los clientes.

### Microsoft Dynamics CRM en su organización

Microsoft Dynamics CRM proporciona un amplio conjunto de funciones que pueden personalizarse de distintas maneras. La implementación de Microsoft Dynamics CRM en su organización no consiste solamente en la instalación y configuración del producto. Para una implementación correcta de Microsoft Dynamics CRM, deberán realizarse las tareas siguientes:

* Evaluar las necesidades de la organización.
* Determinar el mejor modo de uso de Microsoft Dynamics CRM para cubrir las necesidades.
* Implantar las funciones apropiadas del modo correcto.
* Personalizar determinadas áreas de la aplicación, si es necesario.
* Realizar la integración con otras aplicaciones usadas por la organización, en caso necesario.
* Incorporar procesos de soporte (mediante el flujo de trabajo de Microsoft Dynamics CRM y otras características que permiten la implantación y aplicación de estos procesos).

#### Partes interesadas clave

Para una implementación correcta, es importante cubrir las demandas de las partes interesadas clave de la organización. Estas partes interesadas son las personas cuyos objetivos organizativos se alcanzan mediante el uso de Microsoft Dynamics CRM y que, con frecuencia, son quienes adoptan la decisión de comprar.

Los objetivos de estos interesados suelen afectar a varios departamentos de la organización y puede que requieran la recopilación de datos o la implementación de procesos funcionales. Por ejemplo, puede que la organización desee aumentar las ventas mediante la implantación de un proceso de ventas estándar o mediante un mejor aprovechamiento de sus campañas de marketing. Para decidir las funciones que deben usarse y el modo de hacerlo, la organización debe conocer los objetivos que las partes interesadas clave tienen previsto lograr mediante el uso de Microsoft Dynamics CRM.

Por ejemplo, si el interesado desea aprovechar mejor las campañas de marketing y crear más y mejores campañas dirigidas a objetivos, es importante que los agentes comerciales proporcionen la información correspondiente sobre los clientes potenciales, por lo que deben especificar, por ejemplo, los datos de origen de los clientes potenciales. Si la mejora de las campañas constituye un objetivo estratégico decisivo de la organización, debe considerarse la creación de reglas de flujo de trabajo para lo cual es necesario que el personal de ventas especifique estos datos.

#### Una tensión necesaria

En la mayoría de las organizaciones de ventas, los administradores se ven obligados a analizar grandes volúmenes de datos. Estos datos aportan información relevante que permite a la organización mejorar sus procesos, aumentar las ventas y la eficacia del marketing y, en consecuencia, incrementar el volumen y la calidad de las ventas.

Tener que escribir grandes cantidades de datos suele ser un obstáculo para los empleados (como los agentes comerciales y de servicio al cliente), cuya responsabilidad es la de generar ingresos o resolver las incidencias de los clientes, no la de escribir información para su análisis posterior. Esto ocasiona un conflicto entre las aspiraciones de análisis del equipo de administración y el volumen de datos que un agente comercial está dispuesto a especificar.

La implementación de Microsoft Dynamics CRM incorpora la búsqueda del equilibrio entre estos dos puntos de vista. Microsoft Dynamics CRM permite incrementar la productividad de los empleados, de modo que les compense el tiempo invertido en escribir y actualizar datos en el sistema. Además, un gran número de las funciones de Microsoft Dynamics CRM están diseñadas para facilitar la captura de datos. Incluso con estas funciones, es probable que los empleados se vean abrumados por el gran número de requisitos que se les presentan a la hora de especificar los datos. Una vez que la organización ha adoptado las decisiones pertinentes y emprende las medidas correspondientes, Microsoft Dynamics CRM está en condiciones de contribuir al aumento de la eficiencia y la eficacia.

#### Aplicación de procesos en Microsoft Dynamics CRM

Con el fin de cumplir los objetivos de las partes interesadas y las aspiraciones de los empleados de la empresa y otros usuarios, puede que se imponga la necesidad de implantar procesos funcionales. Por eso, es importante plantear las siguientes preguntas:

* ¿Cuáles son los objetivos de las partes interesadas?
* ¿Cuáles son los objetivos de los grupos de usuarios implicados (agentes comerciales, personal de marketing, etcétera)?
* ¿Cuáles son los procesos empresariales actuales?
* ¿Qué procesos deben incorporarse o modificarse para cumplir los objetivos de todos los interesados respecto a Microsoft Dynamics CRM?

La organización deberá encontrar un equilibro en la implantación de los procesos idóneos, sin sobrecargar de tareas a los usuarios finales. En algunos casos, puede que la mejor opción sea la de un enfoque progresivo por fases, a la hora de agregar cambios organizativos relevantes.

Los usuarios finales deben tomar conciencia de las ventajas que les pueden aportar los procesos de flujo de trabajo. Los usuarios pueden crear procesos de flujo de trabajo propios para el desarrollo de sus actividades, dentro del contexto de los procesos de venta a gran escala de la empresa. Más adelante en este capítulo, se proporciona información detallada sobre los procesos de flujo de trabajo y el modo de crearlos.

### Implementación de procesos para admitir Microsoft Dynamics CRM

Para aprovechar al máximo las ventajas que aporta Microsoft Dynamics CRM, la organización deberá incorporar procesos consolidados. Aunque estos procesos serán exclusivos para cada empresa y cada unidad de negocio, resulta útil definirlos con claridad antes de la implementación de Microsoft Dynamics CRM. Afortunadamente, Microsoft Dynamics CRM resulta fácil de personalizar, por lo que estos procesos pueden modificarse y mejorarse progresivamente.

Para cada uno de los procesos de ventas, marketing y servicios de una organización deberán tenerse en cuenta diversos factores. En esta sección se ofrece una explicación de algunas de las cuestiones que deben considerarse:

##### Ámbito

Conocimiento de las entidades y fases y su significado. ¿Qué registros resultan afectados por el proceso?

##### Etapas y pasos

Los flujos de trabajo pueden usar procesos estándar o por etapas. Un proceso en etapas incluye distintas fases con un grupo de tareas que debe completarse para poder iniciar la siguiente etapa. Por ejemplo, puede que el proceso de ventas requiera el contacto con un cliente potencial para que exprese su interés en un producto, tras lo cual se procederá al envío de documentación y, posteriormente, un nuevo contacto con dicho cliente con el fin de convertirlo en una oportunidad.

#### Etapas

Dentro de cada etapa pueden incluirse varios pasos. Por ejemplo, después de que un cliente potencial se convierte en oportunidad, la organización puede disponer de un proceso estándar o recomendado para orientar la oportunidad hacia una venta. El proceso de una empresa de servicios podría incluir los pasos siguientes:

1. Validación del presupuesto e intento de compra
2. Reunión con los responsables de la toma de decisiones en la empresa para clarificar los objetivos
3. Presentación de la solución
4. Envío de la propuesta
5. Propuesta aceptada
6. Aceptación de la declaración del trabajo (SOW)

La organización puede reflejar el estado de la oportunidad mediante el uso de los siguientes indicadores:

* En curso
* En espera
* Cerrada:
	+ Lograda
	+ Perdida

#### Requisitos de entrada de datos

Los requisitos de entrada de datos incluyen la información que debe capturarse en las distintas fases del ciclo, con el fin de cumplir tanto los objetivos funcionales del empleado de la empresa, como los objetivos identificados de la parte interesada. Si se trata de un proceso por etapas, también debe incluir la información específica que debe disponer el usuario para avanzar en las distintas etapas del proceso. Por ejemplo, puede que la organización exija que un cliente potencial cuente con presupuesto para la compra del producto o que el cliente potencial muestre su interés en un producto concreto (y una cantidad), antes de que pueda marcarse como oportunidad. Por lo tanto, el presupuesto y los productos deben indicarse en todas las oportunidades. Asimismo, si el personal de marketing o las partes interesadas desean elaborar informes o análisis sobre los métodos de generación de orígenes de clientes potenciales, el control del origen de un cliente potencial será un requisito al especificar los datos.

Como parte del proceso de análisis, el usuario puede identificar información que la organización desea capturar, pero que no pertenece a los datos predeterminados admitidos por Microsoft Dynamics CRM. En este caso, pueden agregarse campos personalizados para la captura de este tipo de datos, o bien personalizar algunos de los listados de Microsoft Dynamics CRM, con el fin de reflejar información adicional. También se pueden crear áreas generales de entidades personalizadas que pueden incluir muchos campos de detalle. Asimismo, es posible crear relaciones entre estas entidades personalizadas y las entidades estándar incorporadas en el sistema.

***NOTA****: la personalización de Microsoft Dynamics CRM está fuera del ámbito de este curso.*

#### Integración con otros sistemas

La organización puede usar otros sistemas para ejecutar partes de un proceso o para suministrar datos. Por ejemplo, es posible que la empresa disponga de un sistema de realización de pedidos o un sistema ERP para su seguimiento. En tal caso, deben conocerse los puntos de integración de estos sistemas con Microsoft Dynamics CRM, así como la información que se intercambia o sincroniza entre ellos dentro del proceso integral de ventas.

##### Rigidez de procesos

También debe determinarse el grado de rigidez de los procesos utilizados. Un proceso rígido proporciona coherencia, puede aportar mayor eficiencia y permite asegurar la uniformidad y precisión de los datos destinados a informes. Sin embargo, un proceso rígido supone una carga para los usuarios, a la hora de especificar datos. Por esta razón, el uso de procesos rígidos debe considerarse minuciosamente con el fin de que sea apto para la totalidad de los usuarios en todas las circunstancias.

Una correcta definición de directivas y procedimientos de captura de datos contribuye a proporcionar un proceso de venta coherente y, en consecuencia, mejorar los resultados de las ventas y previsiones. Cree una directiva en torno a la norma, no a la excepción.

Es importante que las organizaciones revisen sus procesos con carácter periódico, para asegurar que siguen siendo efectivos. En concreto, el proceso deberá compararse con los objetivos organizativos establecidos, como, por ejemplo, el grado de aceptación del porcentaje de clientes potenciales calificados que se han convertido realmente en oportunidades.

### Descripción de los registros de clientes

Al proporcionar a las organizaciones una visión centrada en el cliente, Microsoft Dynamics CRM permite a los usuarios disponer de un método avanzado para almacenar y usar muchos tipos diferentes de datos acerca de los clientes. Las interacciones con los clientes pueden tratarse de relaciones tradicionales entre empresa y clientes, como en el sector del comercio minorista, o bien entre negocios, como los clientes de una empresa de consultoría técnica. Otro tipo de relaciones posibles son las de clientes no tradicionales, como los miembros de organizaciones sin ánimo de lucro o los pertenecientes a comunidades regidas por organismos públicos.

El núcleo de Microsoft Dynamics CRM está formado por el registro de clientes propiamente dicho. Existen dos tipos de registros de clientes: un registro de Cuenta representa una organización, mientras que un registro de Contacto se refiere a una sola persona. Las cuentas y los contactos pueden estar vinculadas a otras cuentas y otros contactos de diferentes maneras y conforman la estructura de relaciones comerciales de las organizaciones.

La mayoría de los otros tipos de registros usados en Microsoft Dynamics CRM representan las interacciones tanto directas como indirectas con los registros de clientes. Estos registros incluyen oportunidades de ventas y casos de servicio al cliente y diversas otras interacciones. Un registro de actividades es muy básico. Un registro de actividades representa una interacción básica con un cliente, por ejemplo, una cita, una llamada telefónica o un mensaje de correo electrónico.

En el resto de apartados de esta sección se ofrece información más detallada acerca de las cuentas y los contactos, con especial hincapié en el modo de usar las actividades para controlar sus interacciones correspondientes.

#### Descripción de las cuentas

Las cuentas son registros que permiten realizar el seguimiento de organizaciones. Una cuenta puede ser una empresa, un órgano de la administración, una organización sin ánimo de lucro, una asociación o una entidad similar. Las cuentas controladas en Microsoft Dynamics CRM suelen incluir:

* Clientes
* Proveedores
* Socios
* Revendedores

En un escenario de venta de negocio a negocio (B2B) o de prestación de soporte, los clientes representan cuentas.

##### Procedimiento: Crear una cuenta (continuación)

1. En el panel de navegación, haga clic en Ventas y, a continuación, en Cuentas.
2. En la barra de herramientas de acciones, haga clic en Nuevo.
3. En la ficha General, rellene la información correspondiente a la nueva cuenta:
* Nombre de cuenta: indique el nombre de la organización.
* Número de centralita: indique el número de teléfono principal de la organización.
* Nombre de dirección: escriba la información identificativa correspondiente a esta dirección como, por ejemplo, Principal o Facturación.
* Tipo de dirección: seleccione el tipo de dirección de la cuenta, para indicar si se trata de la dirección principal o corresponde a facturación, envío u otro propósito.
* Modo de envío: seleccione el método de envío preferido para la cuenta.
1. En la ficha Detalles, en el campo Descripción, puede indicar información adicional sobre la compañía, que puede resultar de utilidad a los usuarios.
2. En la ficha Administración, en Formas de contacto, seleccione los métodos de contacto preferidos, admitidos y no admitidos por la empresa.
3. En la ficha Administración, en Propietario, seleccione el usuario propietario de la cuenta, mediante el cuadro de diálogo Búsqueda. Si no se selecciona este valor, el usuario predeterminado será la persona que ha creado la cuenta.
4. Haga clic en Guardar y cerrar.

***PRÁCTICAS RECOMENDADAS:*** *al crear una cuenta, puede ser conveniente completar la sección de dirección y asignar un nombre a la dirección. Un nombre de dirección facilita la búsqueda futura de una dirección cuando se crea una oferta, un pedido, o una factura. Si opta por no crear un nombre para la dirección, podrá realizar la búsqueda de direcciones mediante la información del campo Calle.*

#### Subcuentas

Una subcuenta es una organización que forma parte de una organización superior. Esta función puede ser utilizada por organizaciones de cualquier tamaño. Por ejemplo, una subcuenta puede representar una pequeña oficina regional o una empresa de mayor tamaño, como la sucursal de campo de una consultoría o una gran empresa perteneciente a una corporación.

***PRÁCTICAS RECOMENDADAS:*** *se recomienda usar subcuentas para representar un segmento de una organización en la que las ventas o los elementos de servicio se supervisan de forma separada. Por ejemplo, si una oficina regional de una compañía dispone de presupuesto propio y de capacidad de compras, su seguimiento se realizará mediante una subcuenta. Si no es el caso, deberán agregarse varias direcciones a la cuenta. (Consulte la sección “Direcciones” que se explica más adelante para obtener información detallada.)*

##### Procedimiento: Crear una subcuenta

1. En el panel de navegación, haga clic en Ventas y, a continuación, en Cuentas.
2. Seleccione y abra un registro de cuenta en la lista de Cuentas.
3. En el panel de navegación, haga clic en Subcuentas.
4. En la barra de herramientas de acciones, haga clic en Nueva Cuenta.
5. En la ficha General, indique el Nombre de cuenta. Este campo es necesario.
6. El campo Cuenta primaria aparecerá con el valor de la cuenta abierta en el paso 2.
7. Indique cualquier dato adicional que desee aportar acerca de la subcuenta.
8. Haga clic en Guardar y cerrar.

***NOTA****: una cuenta puede ser una cuenta primaria en otro registro y puede incluir otras cuentas.*

#### Contactos

Los contactos son registros que permiten realizar el seguimiento de personas. Un contacto puede ser un cliente, un consultor, un proveedor de servicios u otra persona.

En los escenarios de relaciones entre empresas, cuando los clientes hacen referencia a cuentas, un contacto representa un empleado de la cuenta. En los escenarios de relaciones entre empresas (B2C), un contacto suele ser el cliente.

Microsoft Dynamics CRM también permite el control de jerarquías organizativas, mediante el uso de subcontactos. Esta característica permite realizar el seguimiento de las relaciones profesionales dentro de una organización.

##### Relaciones primarias y secundarias entre cuentas y contactos

A continuación se indican aspectos más concretos de las relaciones entre cuentas y contactos:

* Un contacto sólo puede incluir una cuenta o un contacto primarios.
* Si un registro de contacto incluye una cuenta o contacto primario, todos los registros de ventas, oportunidades, ofertas, pedidos o facturas relacionados con el registro de contactos quedarán vinculados de forma automática al primario.

Un contacto no se define como entidad subordinada de una cuenta. Las cuentas y los contactos pueden existir como registros separados e independientes:

#### Direcciones

Escriba al menos una dirección para cada registro de cuenta y de contacto. La dirección se usa al crear documentos de combinación de correspondencia. Si un registro no incluye una dirección, la combinación de correspondencia no funcionará correctamente.

Cada registro de cuenta o contacto puede almacenar varias direcciones. Las distintas direcciones se diferencian entre sí mediante la asignación de un Nombre de dirección y un Tipo de dirección a cada una de ellas, por ejemplo, Facturación y Envío. Las direcciones adicionales se indican en el área Más direcciones, en los detalles del registro de cuenta o contacto.

***PRÁCTICAS RECOMENDADAS:*** *utilice direcciones adicionales para almacenar ubicaciones de cuentas que no requieren un control independiente de las actividades de ventas o de servicio al cliente. Por ejemplo, si un cliente contiene tres ubicaciones pero solamente la ubicación de las oficinas centrales puede adquirir el producto, use Más direcciones para controlar las direcciones de la segunda y tercera ubicación. En este caso, no existe motivo para emprender los pasos adicionales necesarios para la creación de subcuentas.*

#### Notas y datos adjuntos

En Microsoft CRM, las notas son pequeños elementos de información que puede agregarse a un registro o a una actividad. Las notas pueden consultarlas todos los usuarios que dispongan de acceso al registro. Las notas se usan para almacenar información, como comentarios o ideas, así como para compartir información con otras personas. También pueden usarse notas para reflejar diversas interacciones informales con los clientes.

***PRÁCTICAS*** ***RECOMENDADAS:*** *las organizaciones deben almacenar interacciones formales, como las que forman parte de un flujo de trabajo o un proceso estándar, en forma de actividades, mientras que los datos claves se reflejarán con campos personalizados. La supervisión de las interacciones y datos informales puede realizarse mediante las notas. Las notas son complicadas de usar en informes o tareas de administración.*

También es posible adjuntar archivos a las notas. Cualquier archivo que pueda resultar útil a otros usuarios, como una captura de pantalla o una hoja de cálculo, puede agregarse como datos adjuntos.

### Relaciones entre los registros de clientes

En Microsoft Dynamics CRM, puede usar cuentas y contactos para configurar organizaciones complejas y sus relaciones correspondientes. Asimismo, es posible capturar las relaciones entre las distintas cuentas y contactos. Esta función permite mostrar relaciones como las siguientes:

* Asociaciones entre dos organizaciones
* Afiliaciones de un contacto a varias organizaciones, como las pertenencias al consejo
* La afiliación de un contacto a varios contactos diferentes, como los servicios profesionales o las relaciones familiares

Para usar las funciones de relación en Microsoft Dynamics CRM, un administrador primero debe definir los roles de relación disponibles para los usuarios.

##### Roles de relación

Los roles de relación permiten definir el modo de relación entre sí de registros específicos de cuentas, oportunidades y contactos en Microsoft Dynamics CRM. Al crear un rol de relación, debe asignarse un nombre a la relación y, a continuación, especificar la información correspondiente a la relación. Por ejemplo, puede que desee supervisar la relación entre dos tipos de contactos: médicos y pacientes. En este caso, podría establecer los roles de relación Médico y Paciente.

También puede definir la dirección de la relación, con el fin de que determinados roles queden limitados a tipos de registros concretos. Por ejemplo, si crea el rol Médico y selecciona Rol de contacto para: cuenta, indicará que un contacto puede ser Médico para una cuenta. Si selecciona otro rol para Médico, como Rol de contacto para: contacto, establecerá que un contacto puede ser Médico para otro contacto.

Estos roles se seleccionan en el formulario Rol de relación. Puede seleccionar las siguientes asociaciones para un rol de relación:

* Rol de cuenta para cuenta
* Rol de cuenta para contacto
* Rol de cuenta para oportunidad
* Rol de contacto para cuenta
* Rol de contacto para contacto
* Rol de contacto para oportunidad

Los roles de relación constituyen una herramienta que permiten describir el modo en que se relacionan entre sí las cuentas, las oportunidades y los contactos de la organización.

#### Tipos de relaciones

Al crear relaciones entre cuentas, oportunidades y contactos en Microsoft Dynamics CRM, es posible:

* Describir asociaciones simples entre clientes, como referencias.
* Crear relaciones entre contactos, como el paciente de un médico con los integrantes de la familia del paciente que comparten la misma dirección y datos del seguro, pero con registros sanitarios individuales. Con una relación jerárquica, también puede definir la relación de las dos partes implicadas, como la relación entre empresario y empleado.
* Crear una relación entre un contacto y una cuenta sin hacer que el contacto forme parte de la cuenta. Por ejemplo, la organización puede tener una cuenta con una empresa de fontanería que tiene varios contratistas en plantilla, y que también tiene una asociación con un electricista que no es un empleado.
* Ver los detalles de la relación desde los registros de cualquiera de las cuentas, las oportunidades y los contactos que forman parte de esa relación.
* Buscar un cliente en función de la relación del cliente con otra cuenta u otro contacto.
* Cuando se elimina un registro, también se eliminan todas sus relaciones. Al desactivar un registro, siguen disponibles todas las relaciones creadas mientras se encontraba activo; sin embargo, no es posible crear relaciones cuando una entidad está desactivada.

***NOTA:*** *si trabaja con Microsoft Dynamics CRM para Outlook con acceso sin conexión, podrá crear una relación y especificar los detalles, pero para que los cambios estén disponibles para otros usuarios, debe establecerse el acceso con conexión.*

##### Demostración: Agregar relaciones

En esta sección se explica el modo de usar roles de relación y relaciones para la definición de relaciones entre contactos y cuentas, de una manera más avanzada que las simples relaciones entre empresarios y empleados.

###### Escenario

[Nombre] es un ejecutivo de una empresa que usa Microsoft Dynamics CRM. En una visita a su cliente actual [Nombre de compañía], tiene una cita con [Nombre2], que ocupa el puesto de Director general de la empresa [Nombre de compañía]. De su conversación se desprende que [Nombre2] es miembro del Consejo de administración de su otro cliente [Nombre de compañía2]. Deberá agregar esta nueva relación en Microsoft Dynamics CRM.

###### Descripción del objetivo

En la demostración siguiente, deberá crear un rol de relación al que le agregará un contacto.

###### Pasos

El primer proceso consiste en la creación del rol de relación.

1. En el panel de navegación, haga clic en Configuración y, a continuación, en Administración de empresas.
2. En Administración de empresas, haga clic en Roles de relación.
3. En la barra de herramientas de acciones, haga clic en Nuevo.
4. En el cuadro Nombre del rol, indique el nombre del rol de relación. Deberá ser un nombre corto y descriptivo que refleje el punto de vista de la entidad desde la que se establecerá el rol. En este caso, definiremos el rol Miembro de consejo, para ello escriba el nombre del Miembro del consejo.
5. En Disponibilidad de rol, seleccione las entidades para las que estará disponible el rol, así como las entidades que pueden estar relacionadas con el rol. En este caso, en Rol de contacto para, seleccione Cuenta.
6. Haga clic en Guardar y en Cerrar.

El segundo proceso consiste en agregar el rol al usuario.

1. En el panel de navegación, haga clic en Ventas y, en Ventas, haga clic en Contactos.
2. Abra el registro correspondiente a [Nombre2]. Tenga en cuenta que la cuenta primaria ya se ha establecido para [Nombre de compañía].
3. En el panel de navegación del formulario, en Detalles (no la ficha Detalles), haga clic en Relaciones.
4. Haga clic en Nueva relación de cliente.
5. En Parte 1, aparecerá seleccionado el contacto actual.
6. En Parte 2, haga clic en el icono de búsqueda. En el cuadro de diálogo de búsqueda de registros en Buscar, seleccione Cuenta. En la lista de contactos, seleccione [Nombre de compañía2]. Haga clic en Aceptar.
7. En Rol 1, seleccione Miembro del consejo.
8. Haga clic en Guardar y cerrar.
9. Haga clic en Guardar y cerrar, para cerrar la cuenta y guardarla.

***NOTA****: al crear una relación entre cuentas y contactos, debe elegir una parte interesada antes de seleccionar su rol correspondiente.*

### Descripción de propiedad de registros y asignación

Cada registro del sistema, incluidos los de cuentas y contactos, son propiedad de un solo usuario. Cuando un usuario crea un registro, se convierte automáticamente en su propietario. Puede identificar qué usuario es el propietario de un registro mediante la consulta del campo Propietario, que suele estar ubicado en la ficha Administración de cada formulario.

El propietario de un registro puede compartirlo o asignarlo a otros usuarios. Cuando un registro se asigna a otro usuario, el nuevo usuario se convierte en su propietario. Cuando se comparte con otros usuarios, todos los usuarios podrán consultar y realizar acciones en un registro. El uso compartido de registros sólo es necesario cuando los permisos de seguridad de la organización no permiten a los usuarios acceder a los registros en propiedad de otros usuarios.

Las acciones de asignar y compartir puede realizarlas un supervisor, para distribuir cuentas entre los agentes de ventas o para que varios puedan actualizar información en la misma cuenta. Por ejemplo, es posible compartir cuentas con los compañeros de trabajo en vacaciones, con el fin de que los clientes no dejen de recibir asistencia durante el período de ausencia.

***NOTA:*** *el administrador del sistema será el encargado de definir los permisos de seguridad de los usuarios, así como de identificar las acciones que los usuarios pueden realizar en cada tipo de registro. Los permisos pueden conceder a determinados usuarios acceso de lectura a los registros, capacidad para eliminarlos o para realizar otras muchas acciones en diferentes registros.*

##### Procedimiento: Asignar un registro

1. En el panel de navegación, haga clic en Ventas y, a continuación, en Cuentas.
2. En la lista de cuentas, seleccione y abra una cuenta.
3. En la barra de herramientas estándar, en el menú Acciones, seleccione Asignar…
4. En el cuadro de diálogo, seleccione una de las opciones siguientes:
* Asignarme a mí: el usuario debe seleccionar esta opción para asignarse a sí mismo el registro.
* Asignar a otro usuario: seleccione esta opción para asignar el registro a otro usuario y, a continuación, indique el usuario al que desea asignar la cuenta. Puede hacer clic en el icono de búsqueda, con el fin de buscar a un usuario para asignarle la cuenta.

5. Haga clic en Aceptar y, a continuación, haga clic en Guardar y cerrar, en el registro.

***NOTA:*** *si un usuario o un equipo no aparecen en la lista, póngase en contacto con el administrador del sistema.*

### Uso de las actividades para realizar un seguimiento de las interacciones con los clientes

Las actividades son las distintas interacciones que pueden realizarse con los registros de Microsoft Dynamics CRM. Por ejemplo, una actividad puede consistir en el envío de una carta o en una llamada telefónica a un contacto o una cuenta. Los usuarios pueden crear actividades para ellos mismos o pueden asignar actividades a usuarios para que las completen. Las actividades también pueden compartirse con otros usuarios.

Una actividad es cualquier acción que pueda incluirse en un calendario o en una lista de tareas pendientes. Las actividades indican cuándo se ha producido una acción o cuándo está programado que tenga lugar. Los usuarios especifican esta información al crear una actividad. Los usuarios también especifican información básica para indicar la acción que representa la actividad.

Una actividad puede encontrarse en uno de los tres estados siguientes: Abierta, Completada o Cancelada. Cuando se completa una actividad, el usuario seleccionará uno de los distintos subestados adicionales disponibles, con el fin de indicar cómo se completó la actividad.

|  |  |
| --- | --- |
|  *Tipos de actividades* |  |
| Tarea | Carta |
| Fax | Cita |
| Llamada de teléfono | Actividad de servicio |
| Correo electrónico | Respuesta de la campaña |

Con frecuencia, las actividades implican la intervención de uno o varios participantes. En una actividad de reunión, los participantes son los contactos o usuarios asistentes a la reunión. En una actividad de llamada telefónica o de envío de fax, los participantes serán la persona que realiza la llamada y el destinatario de la misma.

Las reglas que regulan el modo en que los usuarios pueden obtener acceso a las actividades son:

* La persona que creó la actividad (el propietario) tiene acceso completo a ella.
* El propietario puede asignar la actividad a otro usuario.
* Después de registrar la actividad como completada, no se puede editar ni asignar a un nuevo propietario.

##### Procedimiento: Crear o editar una actividad

A continuación se indican los pasos para crear una actividad. Para editar una actividad abierta, siga el paso 1 y desplácese al área de trabajo. A continuación, abra el registro que desea editar. Use la información de este procedimiento como guía para especificar datos.

1. En el panel de navegación, haga clic en Área de trabajo y, en Mi área de trabajo, haga clic en Actividades.
2. En la barra de herramientas de acciones, haga clic en Nuevo.
3. En el cuadro de diálogo Nueva actividad, seleccione el tipo de actividad que desea crear y, a continuación, haga clic en Aceptar. Se abrirá una nueva ventana.
4. En la ventana, escriba información sobre la actividad, como por ejemplo:
* Asunto: escriba una descripción de la actividad.
* Duración: si esta actividad está relacionada con un caso, asegúrese de que registra en este cuadro el tiempo que invierte en la actividad. Si el caso está vinculado a una línea de contrato, la duración de todas las actividades de este caso se ajustan y se actualizan automáticamente en el contrato activo correspondiente. El total, que incluye los totales de cualquier otro caso relacionado con el contrato, se puede ajustar manualmente antes de facturar al cliente.
* Vencimiento: especifique la fecha y hora en que se espera realizar o completar la actividad. Puede ordenar el campo Vencimiento, al consultar las actividades.

***NOTA****: Cada actividad tiene campos diferentes. Para obtener más ayuda, consulte los archivos de ayuda de Microsoft Dynamics CRM.*

1. Indique el registro al que pertenece esta actividad. Según la actividad de que se trate, puede escribir esta información en Referente a, Requerido o Cliente.
2. Haga clic en Guardar y en Cerrar.

##### Demostración: La visión centrada en el cliente

En esta sección se explica cómo Microsoft Dynamics CRM permite a una organización mantener una vista exhaustiva de los clientes. Gracias a las funciones y herramientas de Microsoft Dynamics CRM, una organización puede recuperar y compartir datos valiosos sobre los clientes, a partir de una ubicación central.

###### Escenario

Una organización puede usar Microsoft Dynamics CRM para procesos tanto de ventas como de servicios al cliente. La empresa acaba de contratar a una nueva agente comercial a quien ha concedido la responsabilidad sobre determinadas cuentas actuales. La agente de ventas desea informarse sobre la cuenta, antes de realizar los contactos pertinentes.

La agente de ventas busca la cuenta en Microsoft Dynamics CRM y abre el registro correspondiente a la cuenta. De este modo puede consultar los contactos asociados, con el fin de familiarizarse con las personas que trabajan en ella. A continuación, busca en las oportunidades abiertas, para conocer las operaciones comerciales que se encuentran en curso. Por último, abre el historial de casos para localizar las posibles incidencias de servicio a clientes. Gracias a Microsoft Dynamics CRM, la agente comercial puede obtener con rapidez una vista completa de todas las interacciones que la empresa mantiene con los clientes.

###### Descripción del objetivo

El objetivo de esta demostración consiste en abrir un registro de cuenta y consultar contactos, oportunidades, casos y el historial de un caso.

###### Pasos

Para abrir un registro de cuenta, consultar los contactos, oportunidades, casos y el historial de un caso, siga los pasos siguientes:

1. En el panel de navegación, haga clic en Ventas y, en Ventas, haga clic en Cuentas.
2. En la lista, seleccione y abra la cuenta [Nombre de cuenta].
3. En el panel de navegación del formulario de cuenta, en Detalles, haga clic en Contactos. Se mostrará una lista de los contactos correspondientes a esa organización.
4. En el panel de navegación del formulario, en Ventas, haga clic en Oportunidades. Se mostrará una lista de las oportunidades correspondientes a esta cuenta.
5. Seleccione y abra una oportunidad para consultar sus detalles.
6. En el panel de navegación del formulario, haga clic en Historial. Se mostrará la lista de actividades completadas correspondientes a la oportunidad.
7. En el panel de navegación del formulario, haga clic en Actividades. Se mostrará la lista de las acciones requeridas correspondientes a la oportunidad.
8. Haga clic en Cerrar, para cerrar la oportunidad sin guardar el registro.
9. En el panel de navegación del formulario de cuenta, en Servicio, haga clic en Casos. Se mostrará una lista de los casos correspondientes a esta cuenta.
10. En la lista, seleccione y abra un caso para consultar sus detalles.
11. En el panel de navegación del formulario, haga clic en Historial. Se mostrará la lista de actividades completadas correspondientes al caso.
12. En la lista, seleccione y abra una actividad para consultar sus detalles.
13. Haga clic en Guardar, para cerrar la actividad.
14. Haga clic en Guardar, para cerrar el caso.
15. Haga clic en Guardar, para cerrar la cuenta.

***NOTA:*** *en la lección Administración de casos se ofrece una explicación más detallada sobre los casos.*

***PRÁCTICAS*** ***RECOMENDADAS:*** *al consultar un registro, debe tener en cuenta que si hace clic en Guardar y cerrar, existe el riesgo de sobreescritura de datos. Para evitarlo, cierre los registros que ha abierto para su lectura mediante el botón de cierre normal de ventana, indicado con una X en la esquina superior derecha de la ventana.*

### Uso de flujos de trabajo

Microsoft Dynamics CRM puede usarse para crear flujos de trabajo destinados a la realización de tareas rutinarias y la activación de procesos. Los flujos de trabajo permiten asegurar que la información correcta llega a las personas idóneas en el momento adecuado. Los flujos de trabajo también permiten a los empleados supervisar los pasos realizados para la finalización de sus trabajos. Mediante la creación de flujos de trabajo, es posible crear y aplicar la lógica empresarial y sus reglas correspondientes.

Mediante los flujos de trabajo, los administradores de la empresa pueden definir, automatizar y aplicar reglas, directivas y procedimientos empresariales concretos. Por ejemplo, los flujos de trabajo pueden elevar automáticamente a otras instancias solicitudes de servicio vencidas, avisar al personal de ventas acerca de aspectos de administración de la canalización y alertar al equipo de ventas sobre eventos clave.

Los usuarios individuales también pueden crear sus propios flujos de trabajo destinados a automatizar tareas repetitivas o realizar operaciones de modo automático, basándose en los eventos que se producen en el sistema. Por ejemplo, es posible crear un flujo de trabajo que cree automáticamente una nueva actividad de llamada telefónica, siempre que se crea un nuevo cliente potencial.

Con las herramientas de flujo de trabajo de Microsoft Dynamics CRM es posible:

* Definir directivas de empresa basadas en procesos establecidos.
* Asegurarse de que se cumplen los compromisos con los clientes.
* Elevar automáticamente a la dirección problemas, cuando sea necesario.
* Nivelar las cargas de trabajo entre equipos y zonas.
* Administrar directivas y procedimientos de empresa.
* Garantizar un proceso de servicio coherente.

#### Uso de flujos de trabajo

Existen dos tipos de flujos de trabajo:

* ***Procesos de flujo de trabajo:*** los procesos de flujo de trabajo estándar se usan para asignar registros de manera automática, enrutar registros y crear actividades para la mayoría de las entidades en el sistema Microsoft Dynamics CRM, incluidos los clientes potenciales, las cuentas, los contactos y las oportunidades.
* ***Procesos de flujo de trabajo en fases:*** estos procesos se usan para crear un conjunto de pasos secuenciales, a través de los cuales avanza una entidad como, por ejemplo, una oportunidad. Los flujos de trabajo por fases pueden desarrollarse para cualquier entidad del sistema.

Los procesos de flujo de trabajo por fases se caracterizan por su larga duración y pueden prolongarse durante días o semanas. Los procesos de flujo de trabajo estándar están diseñados para realizar una serie de acciones y completarse en un breve período de tiempo.

Los procesos de flujo de trabajo y los procesos de flujo de trabajo por etapas pueden programarse en el sistema para su inicio automático o puede iniciarlos el usuario de forma manual.

#### Flujos de trabajo personales

Además de tratarse de un método avanzado para automatizar las tareas de una organización, los flujos de trabajo de Microsoft Dynamics CRM también pueden constituir una herramienta efectiva que permite a los usuarios efectuar tareas menores de automatización. Mediante los flujos de trabajo, los usuarios individuales están en condiciones de desempeñar su trabajo con más eficacia, ya que cualquier tarea, por menor que sea, puede automatizarse mediante el flujo de trabajo.

Los flujos de trabajo personales cuentan con un “ámbito” que define cuándo se aplican. Un ámbito de nivel de usuario supone que el flujo de trabajo solamente se activa si la acción la realiza el usuario. Un ámbito de nivel de organización aplicará el flujo de trabajo, independientemente de quién sea el autor de la acción. Por ejemplo, si se crea un flujo de trabajo que activa un correo electrónico cuando se crea una cuenta y se trata de un ámbito de usuario, el flujo de trabajo sólo se activará cuando se cree una cuenta. Si el mismo ámbito de flujo de trabajo se establece para la organización, el flujo de trabajo se activará cuando cualquier miembro de la organización cree una cuenta.

##### Demostración: Flujos de trabajo personales

En la siguiente demostración se describe cómo crear, publicar y comprobar un flujo de trabajo de notificación sencilla.

***NOTA:*** *para poder crear flujos de trabajo, los usuarios deberán disponer de los permisos adecuados.*

###### Escenario

Un agente comercial desea realizar una llamada personal de seguimiento de sus clientes, a los tres días de cerrar una operación comercial, con el fin de asegurarse de que el cliente está satisfecho. Esta llamada no está incluida en las directivas estándar estipuladas por la organización respecto a la prestación de servicio al cliente. Para establecer un recordatorio automático dirigido a sí mismo, el comercial deberá definir un flujo de trabajo personal. El flujo de trabajo se puede configurar para ejecutarse en cualquier oportunidad del sistema, por si acaso otra persona cierre la venta, pero el agente debe comprobar que él es el propietario de la oportunidad, con el fin de que sólo él reciba los recordatorios de sus operaciones.

###### Descripción del objetivo

El objetivo de esta demostración es:

* Crear un flujo de trabajo personal que compruebe las condiciones y asigne registros basándose en criterios
* Publicar y comprobar el flujo de trabajo

###### Paso 1: Crear el flujo de trabajo

Para crear el flujo de trabajo siga los pasos siguientes:

1. En el panel de navegación, haga clic en Configuración y, a continuación, en Flujos de trabajo.
2. En la barra de herramientas de acciones, haga clic en Nuevo.
3. En el cuadro de diálogo Crear flujo de trabajo, en el nombre del Flujo de trabajo, escriba [nombre descriptivo del flujo de trabajo].
4. En Entidad, seleccione Oportunidad.
5. En Tipo, seleccione Nuevo flujo de trabajo en blanco.
6. Haga clic en Aceptar. Se mostrará el formulario de información de flujo de trabajo.
7. En la lista Iniciar al: seleccione Cambios de estado de registro y desactive las otras casillas. De este modo, el flujo de trabajo se activará cuando el estado de la oportunidad sufra una modificación.
8. En Ámbito, seleccione Organización.
9. En el cuadro de script del flujo de trabajo, haga clic en Agregar paso y seleccione Condición de comprobación.
10. Haga clic en Escriba aquí la descripción del paso y, a continuación, escriba Comprobación de estado.
11. Haga clic en <condición> (haga clic para configurar). Se mostrará el formulario Especificar condición de flujo de trabajo.
12. En el cuadro de diálogo Especificar condición de flujo de trabajo, haga clic en Seleccionar y en Entidad principal, seleccione Oportunidad.
13. En la siguiente columna situada a la izquierda, haga clic en Seleccionar y seleccione Razón para el estado.
14. En la siguiente columna situada a la izquierda, haga clic en Seleccionar y seleccione Es igual a.
15. En la siguiente columna de la izquierda, haga clic en Escribir valor. Haga clic en las elipses y se mostrará el cuadro de diálogo Seleccionar valores. En Valores disponibles, seleccione “Lograda” y, a continuación, haga clic en >> para trasladarlo al área Valores seleccionados. Haga clic en Aceptar.
16. Para agregar una condición que compruebe que el usuario es el propietario de la cuenta, haga clic en Seleccionar en la segunda fila y en Entidad principal, seleccione Oportunidad.
17. En la siguiente columna situada a la izquierda, haga clic en Seleccionar y elija Propietario.
18. En la siguiente columna situada a la izquierda, haga clic en Seleccionar y elija Es igual a.
19. En la siguiente columna a la izquierda, haga clic en Escribir valor. Haga clic en el icono Búsqueda. Se abre el cuadro de diálogo Buscar registros.
20. Haga clic en el icono de búsqueda para mostrar todos los usuarios del sistema. Seleccione el [vendedor] y, a continuación, haga clic
21. en para mover el registro al área Registros seleccionados. Haga clic en Aceptar.
22. Haga clic en Guardar y cerrar.
23. En los criterios que ha creado, haga clic en Seleccione esta fila y, a continuación, haga clic en Agregar paso. A continuación, en la barra de herramientas de acciones, haga clic en Agregar paso y seleccione Crear registro.
24. En Crear, seleccione Llamada de teléfono.
25. Haga clic en Establecer propiedades. Se mostrará la página de creación de llamada de teléfono.
26. Para definir al usuario como remitente de la llamada telefónica, como propietario del registro, haga clic en el campo de texto Remitente.
27. Mediante el Asistente de formulario, confirme que se ha seleccionado Oportunidad en el primer cuadro de texto Buscar: y seleccione Propietario en el segundo cuadro de texto.
28. Haga clic en Agregar y, a continuación, seleccione Aceptar. Se mostrará el campo Remitente {Propietario(Oportunidad)}.
29. Para establecer como destinatario de la llamada de teléfono al cliente, haga clic en el cuadro de texto Destinatario.
30. Mediante el Asistente de formulario, confirme que se ha seleccionado Oportunidad en el primer cuadro de texto Buscar y seleccione Cliente potencial en el segundo cuadro de texto.
31. Haga clic en Agregar y, a continuación, en Aceptar. Se mostrará el campo Destinatario {Propietario(Oportunidad)}.
32. Para crear la fecha de vencimiento de la actividad Llamada de teléfono, haga clic en el cuadro Vencimiento (no en el icono de calendario situado junto a él).
33. En Días, seleccione 3 y en la lista desplegable de Días situada más abajo, seleccione Después.
34. En Buscar, seleccione Oportunidad en el primer cuadro y, a continuación, seleccione Fecha de cierre real en el segundo cuadro.
35. Haga clic en el botón Agregar y, a continuación, haga clic en Aceptar.
36. En Asunto escriba: Realizar llamada de seguimiento.
37. En Propietario, haga clic en el icono de búsqueda para localizar al usuario correspondiente que, en este caso, será usted mismo.
38. En el cuadro de texto grande, escriba “Llamar al contacto principal”.
39. Haga clic en Guardar y cerrar para cerrar el formulario Llamada de teléfono.
40. Haga clic en Guardar para guardar el flujo de trabajo.
41. En la barra de herramientas estándar haga clic en Publicar.

***NOTA:*** *los flujos de trabajo no están disponibles hasta que se publican. Para editar un flujo de trabajo creado, primero debe anularse su publicación. Después de editarlo, debe volver a publicar el flujo de trabajo para que se apliquen los cambios.*

##### Demostración: Activación de un flujo de trabajo

Para activar el flujo de trabajo que ha creado siga los pasos siguientes:

1. En el panel de navegación, haga clic en Ventas y, a continuación, en Oportunidades. Asegúrese de que la vista actual es Mis oportunidades abiertas.
2. Abra una oportunidad.
3. En la barra de herramientas de acciones, seleccione Cerrar Oportunidad.
4. Configure Razón para el estado como Lograda.
5. Haga clic en Aceptar.

##### Demostración: Supervisión del flujo de trabajo

Busque el registro creado por el flujo de trabajo. De este modo se confirma que se ha creado correctamente el flujo de trabajo. Siga el siguiente procedimiento:

1. En el panel de navegación, haga clic en Área de trabajo y, a continuación, en Mi área de trabajo.
2. Haga clic en Actividades. En la lista deberá aparecer la llamada de teléfono que se ha creado como resultado del flujo de trabajo.

### Búsqueda y mantenimiento de datos

En Microsoft Dynamics CRM se pueden buscar registros mediante las funciones Autocompletar, Búsqueda rápida y Búsqueda avanzada. Estas herramientas permiten reducir el tiempo empleado en la búsqueda de registros.

##### Búsquedas con Autocompletar

Las búsquedas son campos de un registro que hacen referencia a otro registro. Por ejemplo, el campo Cuenta primaria de un registro de contacto es un campo de búsqueda que hace referencia a una cuenta. Los datos de este campo indican la relación entre el contacto y la cuenta.

La función Autocompletar permite completar campos de búsqueda rápidamente mediante la localización del registro correspondiente al texto escrito. Por ejemplo, si dispone de la cuenta denominada [Nombre de compañía] y escribe [primeras cinco letras] en un campo de búsqueda, al salir del campo, se localizarán todos los registros que incluyan en su nombre [primeras cinco letras]. A continuación podrá seleccionar el nombre correcto en la lista que se muestra.

##### Demostración: Uso de la función Autocompletar para rellenar datos en un campo

En la demostración siguiente se usará la función Autocompletar para rellenar un campo.

###### Escenario

Un agente de ventas está creando una cuenta. Tiene prisa por asistir a su próxima reunión, por lo que usa la función Autocompletar para completar con rapidez la información necesaria. El contacto ya existe, pero todavía no se ha creado la cuenta.

###### Descripción del objetivo

El objetivo de esta demostración consiste en crear una cuenta y usar la función Autocompletar, para incluir rápidamente datos en los campos del formulario.

######  Pasos

1. En el panel de navegación, haga clic en Ventas y, a continuación, en Cuentas.
2. En la barra de herramienta de acciones, seleccione Nuevo, para crear la nueva cuenta.
3. En Nombre de cuenta, indique el nombre de la nueva cuenta.
4. En Contacto principal, escriba [primera parte del nombre de un contacto, único en el sistema, que sólo puede obtener una coincidencia] y, a continuación, pulse la tecla Tabulador. El campo se rellena automáticamente con el nombre completo del contacto.
5. En la ficha Detalles, en Zona de ventas, escriba [primera parte del nombre de una zona de ventas que tiene varias coincidencias posibles] y, a continuación, pulse la tecla Tabulador. En el cuadro se mostrará el icono Se encontró más de una coincidencia. Haga clic en el icono para ver todos los resultados coincidentes de la búsqueda y, a continuación, seleccione [zona de ventas] en la lista.

Si el sistema no encuentra coincidencias, se mostrará un icono con una X de color rojo. Si hace clic en el icono se abrirá el cuadro de diálogo de búsqueda de registros, desde el cual se pueden examinar y crear registros.

##### Búsqueda rápida

La herramienta Búsqueda rápida está disponible en muchas secciones de Microsoft Dynamics CRM, como las de cuentas, contactos y flujos de trabajo. La herramienta Búsqueda rápida se encuentra localizada en la parte superior de la lista de registros. Para usar la búsqueda rápida, haga clic en el campo en el que aparezca indicado Buscar registros, escriba el nombre del registro que desea localizar y presione Entrar o haga clic en el icono de búsqueda.

La herramienta localiza los registros que coincidan con la búsqueda en la entidad en la que se trabaja. Por ejemplo, si se encuentra en la sección Contactos, la búsqueda rápida solamente buscará registros de contactos. La función Búsqueda rápida admite el uso de caracteres comodín (\*).

***NOTA:*** *el administrador del sistema define los campos que pueden ser objeto de búsqueda dentro de los registros de sección, cuando los usuarios realizan búsquedas rápidas. Si desea incluir otros campos diferentes para que estén disponibles en las búsquedas, póngase en contacto con el administrador del sistema.*

#### Uso de la búsqueda avanzada

Puede utilizar las capacidades de Búsqueda avanzada para encontrar actividades y registros específicos en Microsoft Dynamics CRM. El uso de Búsqueda avanzada permite especificar una o varias condiciones o criterios de búsqueda. Por ejemplo, puede buscar elementos por el nombre de cuenta, la ciudad o la región, así como por el nombre del agente comercial responsable de la cuenta. Puede buscar una actividad basándose en la última vez que trabajó en ella, o bien buscar una carta que contenga texto específico.

Puede utilizar la Búsqueda avanzada para ampliar las capacidades de búsqueda de las siguientes formas:

* Puede realizar la búsqueda por cualquier campo o combinación de campos.
* Puede utilizar caracteres comodín, cadenas exactas y operadores (como Y, O y NO).
* Puede hacer una consulta más específica mediante el uso de varias filas de criterios.
* Puede efectuar búsquedas entre entidades relacionadas y establecer que los resultados de la búsqueda de ambas entidades se muestren en columnas personalizadas.
* Puede guardar las consultas realizadas mediante Búsqueda avanzada para volver a usarlas en el futuro.

##### Procedimiento: Crear una consulta nueva de Búsqueda avanzada

1. En la barra de herramientas estándar de la ventana de Microsoft Dynamics CRM, haga clic en Búsqueda avanzada.
2. En la ficha Buscar, haga clic en Nuevo.
3. En Buscar, seleccione la entidad cuyos registros desea buscar, como cuentas, clientes potenciales o usuarios.
4. En la barra de herramientas de acciones, haga clic en Editar columnas, para seleccionar las columnas que se mostrarán para cada registro devuelto por la búsqueda.
5. En Tareas comunes, haga clic en Agregar columnas.
6. En el cuadro de diálogo Agregar columnas, puede agregar campos para que se muestren como columnas en el resultado de la búsqueda. Puede agregar cualquier campo de la entidad principal que haya seleccionado en el paso 3. También puede agregar campos de entidades relacionadas.
* Para agregar un campo de la entidad principal, seleccione en la lista los campos que desea agregar.
* Para agregar un campo de una entidad relacionada, en Tipo de registro, seleccione una entidad relacionada. La lista que aparece a continuación cambia para mostrar los campos disponibles para esta entidad. Para agregar un campo, selecciónelo en la lista.

Cuando termine la selección de campos, haga clic en Aceptar.

1. Los campos se muestran en el cuadro. Si lo desea, seleccione una columna y haga clic en Cambiar propiedades y, a continuación, use el cuadro de diálogo para modificar el ancho de la columna.
2. Haga clic en Aceptar para cerrar el cuadro de diálogo Editar columnas.
3. En el cuadro de criterios, agregue filas para especificar los criterios. Puede agregar tantas filas (criterios) como sean necesarias.
* En el área Detalles, haga clic en Seleccionar y, a continuación, seleccione el campo que desea buscar (por ejemplo: Nombre de cuenta o Ciudad).
* En la columna siguiente, haga clic en Seleccionar y elija el operador que se aplicará para comparar el campo y el valor.
* En la siguiente columna, haga clic en Escribir valor y, a continuación, escriba o seleccione el valor con el que se va a comparar el campo.
1. De manera predeterminada, las filas de criterios usan la función Y. Para que la búsqueda devuelva resultados, los registros deben cumplir todos los criterios especificados.

Puede usar los operadores lógicos Y y O para definir con más precisión los criterios de búsqueda.

* En los criterios con Y, así como en cada fila con Y, haga clic en la flecha situada a la izquierda de la fila y, a continuación, seleccione Selec. fila. Una vez escogidas todas las filas, en la barra de herramientas de acciones, haga clic en Agrupar con Y.
* En los criterios con O y en cada fila con O, haga clic en la flecha situada a la izquierda de la fila y, a continuación, seleccione Selec. fila. Una vez escogidas todas las filas, en la barra de herramientas de acciones, haga clic en Agrupar con O.

***NOTA:*** *Al crear agrupaciones con Y y O en una consulta de varias entidades, solamente se podrán agrupar campos correspondientes a la misma entidad.*

En el área Detalles, Microsoft Dynamics CRM reorganiza las filas seleccionadas, con el fin de agruparlas del modo especificado por el usuario. Se convertirán en grupos con Y o con O. Tenga en cuenta que en estos grupos también puede usar operadores lógicos.

1. Cuando termine de escribir criterios, en la barra de herramientas de acciones, haga clic en Guardar como.
2. En el cuadro de diálogo Propiedades de la consulta, en Nombre, escriba el nombre de la búsqueda. Si lo desea, en Descripción, escriba una descripción breve. Después, haga clic en Aceptar.
3. La búsqueda se guarda como una vista y aparece en la ficha Vistas guardadas.
4. Haga clic en Buscar. Se muestran los registros seleccionados.
5. Haga clic en Volver a la consulta para regresar a la ficha Buscar.

### Uso de la detección de duplicados

La herramienta Detección de duplicados permite garantizar la integridad de los datos, mediante el envío de notificaciones sobre registros duplicados a los usuarios. El administrador del sistema es el encargado de configurar la detección de duplicados para ponerla a disposición de todos los usuarios del sistema.

El administrador del sistema o el encargado de la personalización del sistema decidirá las entidades que pueden aplicarse a la función Detección de duplicados y podrá agregar reglas adicionales de interés para la organización.

La detección de duplicados estará disponible en las situaciones siguientes:

* Cuando un registro se crea, actualiza o supervisa. La Detección de duplicados se presenta a los usuarios automáticamente, antes de guardar o importar los posibles registros duplicados.
* Cuando Microsoft Dynamics CRM para Outlook con o sin conexión pasa de desconectado a conectado. Todos los usuarios deben configurar el modo de aplicación de las reglas de detección de duplicados cuando se sincronizan sus datos. De manera predeterminada, los duplicados no se detectan durante la sincronización.
* Durante la importación de datos. Cada vez que los usuarios definen una importación, disponen de la opción de comprobación de duplicados.

Puesto que puede ocurrir que los usuarios creen registros duplicados, los administradores de sistemas pueden programar trabajos de detección de duplicados para que se ejecuten en segundo plano. Por ejemplo, el administrador puede programar un trabajo de detección de duplicados para que se ejecute todos los días a medianoche.

Cuando se completa un trabajo de detección de duplicados, puede recibir una notificación por correo electrónico para que revise los resultados.

##### Demostración: Uso de la Detección de duplicados al crear un contacto

En la siguiente demostración se explica cómo aprovechar las posibilidades de detección de duplicados en tiempo real que ofrece Microsoft Dynamics CRM.

##### Escenario

Un agente de ventas acaba de adquirir la responsabilidad de una cuenta procedente de otro agente. Tras reunirse con un contacto de la cuenta, el agente desea agregar el contacto en Microsoft Dynamics CRM. Pero ocurre que, sin el conocimiento del agente comercial, el contacto ya ha sido agregado. En este ejemplo, el agente de ventas intenta crear el contacto y, al comprobar que ya existe, decide actualizarlo con la nueva información.

###### Descripción del objetivo

Aprender a usar la detección de duplicados en tiempo real y emprender las acciones necesarias.

###### Pasos

Para detectar un registro duplicado al crear un contacto, siga los pasos siguientes:

1. En el panel de navegación, haga clic en Ventas y, a continuación, en Contactos.
2. En la barra de herramienta de acciones, seleccione Nuevo, para crear el nuevo contacto.
3. Escriba [Nombre] en el campo Nombre y [Apellido] en el campo Apellido. Escriba [correo electrónico] en el campo Correo electrónico.
4. Haga clic en Guardar y cerrar.
5. Se abre la ventana Detección de duplicados.
6. Supongamos que los nuevos datos que introduce son los más recientes y que desea quitar el contacto antiguo. En Posible registro duplicado, seleccione el contacto antiguo.
7. Si desea eliminar permanentemente el registro antiguo, haga clic en el icono de eliminación y haga clic en Eliminar. Se mostrará el cuadro de diálogo Seleccione Eliminar o Desactivar. Tiene la opción de desactivar el registro. La desactivación del registro le permitirá consultar el registro con posterioridad. La eliminación del registro suprime todas las referencias al registro.
8. Haga clic en Aceptar, para cerrar el cuadro de diálogo de confirmación.
9. Haga clic en Guardar registro. El registro antiguo se ha quitado y el nuevo ha quedado guardado.

### Descripción del Árbol de temas

En Microsoft Dynamics CRM, el árbol de temas es una jerarquía que proporciona un enfoque estructurado para la agrupación y administración de registros en Microsoft Dynamics CRM. Se usa en diversas áreas del sistema, como en documentación de ventas, casos, productos y en la Knowledge Base. La jerarquía del árbol de temas se creará conforme a las necesidades empresariales específicas de la organización. El árbol de temas define el modo en que los usuarios pueden examinar registros y filtrarlos para los informes. Sólo puede existir un árbol de temas para cada organización y su uso es compartido por todas las unidades de negocio.

Un árbol de temas óptimo permite a los usuarios buscar con rapidez diferentes tipos de datos que están relacionados con el mismo tema. Por ejemplo, si una organización vende bicicletas y monociclos, la jerarquía de temas se establecerá inicialmente para estas dos categorías principales de temas. A continuación, a cada uno de esos dos temas pueden agregarse más categorías de temas, por ejemplo bicicletas de montaña, de carreras, etcétera. A partir de ahí podrá profundizarse hasta los productos reales. Una vez realizada esta definición, cada vez que un usuario crea un caso, agrega un artículo de la Knowledge Base o publica un documento de ventas, el usuario podrá seleccionar uno de esos temas, para clasificar la información.