
MELLEMFOLKELIGT SAMVIRKE

Mellemfolkeligt Samvirke
CRM

Afdækkede behov

Version 3.0
Status: Klar til publicering
Dato: 3 marts 2023

Indholdsfortegnelse

1	INDLEDNING	3
1.1	Ordforklaring.....	3
2	DISCOVERY	5
2.1	Vision for CRM.....	6
2.2	Beskrivelse af eksisterende setup.....	6
2.3	Funktionelle krav til CRM	7
2.3.1	OnlineFundraising	7
2.3.2	Dialer.....	18
2.3.3	Validering af data.....	22
2.3.4	Bogføring.....	22
2.3.5	Permissionsstruktur	23
2.3.6	GDPR.....	25
2.3.7	Campaign Automation.....	26
2.3.8	Rapportering.....	33
2.3.9	Leadflow	34
2.3.10	Skatteindberetning	35
2.3.11	Brugerrettigheder	35
2.4	Tekniske krav til CRM.....	36
2.4.1	Hosting	36
2.4.2	CDS API	36
2.4.3	Performance	36
2.4.4	Unmanaged solutions.....	37
2.4.5	Optioner	37

1 Indledning

Mellemfolkeligt Samvirke ønsker i 2023 at erstatte vores eksisterende setup med CRM, datahåndtering samt mail- og sms-udsendelse med en løsning i Dynamics. Herunder er krav til det nye setup specificeret.

1.1 Ordforklaring

Forkortelse / Begreb	Forklaring
API Throttling	Begrænsning af hvor mange API kald der kan gøres inden for en given tidsperiode.
Autocomplete	Felt, der giver forslag baseret på det, der indtastes. Når der indtastes en del af en adresse, vises forslag på fuldstændige adresse, som brugeren kan vælge for at slippe for at skrive den fulde adresse.
Datadreven integration	Opdatering eller oprettelse af data i et system, trigger en synkronisering af data med et andet system.
Dialer	Dialer = telemarketingsystem.
Donationer	Der skelnes mellem øremærkede og ikke-øremærkede donationer. Det er vigtigt at kunne se forskel på de ikke-øremærkede donationer, der går til Mellemfolkeligt Samvirkes arbejde generelt, og de øremærkede donationer, der er målrettet specifikke projekter.
Faste støtter	Faste støtter har indgået en aftale, typisk månedlig støtte via MobilePay og Betalingsservice. Enkelte gennem en bankoverførsel, hvilket håndteres manuelt. Faste støtter kan være medlemmer, der betaler 290 kr. i medlemsbidrag årligt, der ikke er fradragsberettiget. Man kan også give støtte, der kun er fradragsberettiget, og så er man ikke medlem, men fast støtte. MS har flest medlemmer, men begge faste støttemuligheder er acceptable. Det er vigtigt at kunne skelne mellem de to.
Fundraiser	Telemarketing-fundraiser, dvs. telemarketing-medarbejder/phoner der kontakter leads og personer telefonisk. Disse arbejder i eksterne bureauer og ikke er ansat direkte af Mellemfolkeligt Samvirke.
GDPR	EU-forordning om beskyttelse af persondata
Integrationsmotor	Det forventes, at integrationerne implementeres med brug af et integrationslag, og det kaldes for integrationsmotor i dokumentet.
Kerneentiteter	Entiteter / tabeller der er de centrale elementer for et system.

Kollektive medlemmer	En organisation eller forening, der er medlem af Mellemfolkeligt Samvirke
Lead	Et lead er et <i>potentielt</i> medlem/fast støtte. Kilden kan være en person, der har skrevet under på en underskriftsindsamling på ms.dk, eller andre hjemmesider eller quizzes, en person, der har givet en enkelt donation eller købt i webshoppens. Dataene 'vaskes' for at sikre, at alle oplyste data er i et gyldigt format. Det kontrolleres, at de har givet tilladelser (eller ikke trukket tilladelse tilbage på 'stopfilen'). Endelig er der en kontrol af, at personen ikke er blevet videresendt til telemarketing inden for det seneste år. Modelleres som Contact i CRM.
Medlem	Medlem er en fast støtte, der giver et medlemsbidrag på 290 kr. årligt, som ikke er fradragsberettiget, og evt. også faste donationer oveni medlemsbidraget
Onboarding/Welcome Flow	Det e-mailkommunikationsforløb, der skal starte, når en person tegner en medlemsaftale
OnlineFundraising (OF)	Opkrævningssystem udviklet af FundraisingBureauet og som er meget udbredt blandt andre velgørhedsorganisationer i DK
Person	En person, der har engageret sig i Mellemfolkeligt Samvirke. Det kan være ved at give en underskrift, skrive sig op til et nyhedsbrev, give en enkelt donation, donere fast, udgøre et lead, være et medlem.
Segment	I CRM-regi, en marketingliste eller resultat af en avanceret søgning
Signup	Signup svarer til en tilmelding i en formular, typisk første gang en person tilmelder sig en betalingsaftale.
Solutions (Unmanaged og Managed)	Power Platformens løsning for at flytte tilpasninger mellem miljøer. Managed Solutions har begrænsede tilpasningsmuligheder og unmanaged solutions kan tilpasses. Se link
Transaktionelle og ikke-Transaktionelle	Transaktionel = noget der har med penge at gøre Ikke-transaktionel = en hændelse der ikke har med penge at gøre Bruges i forbindelse med indgående SMS og web, som både kan være donationer, en underskrift eller kontaktformular.
Underskrift	Det er en vigtig del af Mellemfolkeligt Samvirkes arbejde at indsamle underskrifter. Underskrifterne bruges samlet til fx overrækkelse til politikere, og

	som "vaskede" som leads, der kan konverteres til medlemmer.
Winback	En person, der opsagt sin betalingsaftale, og som forsøges genhvervet.

2 Discovery

Ud fra hvert emne er markeret, hvorvidt emnet er need-to-have (1) i CRM-implementeringen. Nice-to-have (2) angiver ikke vigtigheden, men kan af økonomiske eller andre ressourcemæssige årsager blive nødvendigt at udskyde til et senere tidspunkt. (3) er ønsker, såfremt en hensigtsmæssig løsning kan findes.

Område	Beskrivelse	Prioritering
Bogføring	Beskriver krav vedr. bogføring og fakturering i samspil med CRM og økonomisystem	2
Brugerstyring	Nuanceret brugerstyring med forskellige lag af visninger og adgang til data baseret på, hvilket team man sidder i, og hvilket sæt rettigheder man har	1
Campaign Automation	Beskriver de afdækkede krav til arbejdet med Campaign Automation	2
Dialer	Beskriver krav til integration mellem CRM à OnlineFundraising à Dialer	1 (for FTP-løsning med automatiserede filer) 2 for automatiseret flow direkte ind i TMPOs system
GDPR	Beskriver, hvordan Mellemfolkeligt Samvirke er GDPR-complaint	1
Leadflow	Beskriver krav til leadflow	1
Medlemsservice	Oprettelse af opgaver i Dynamics koblet til de relevante contacts i systemet, hvor dette er muligt	3
OnlineFundraising	Beskriver krav til integration mellem CRM à OnlineFundraising à Dialer	1
Online Fundraising SMS	Beskriver krav til integration mellem CRM -> Online Fundraising SMS	1
Permissionsstruktur	Beskriver krav til håndtering af permissions	1
Rapportering	Beskriver krav til rapportering i Dynamics samt til integration til PowerBI	2
Skatteindberetning	Beskriver krav til den årlige skatteindberetning	1 (men først til december 2023)

Validering af data	Beskriver, hvordan der sikres valide data	1
--------------------	---	---

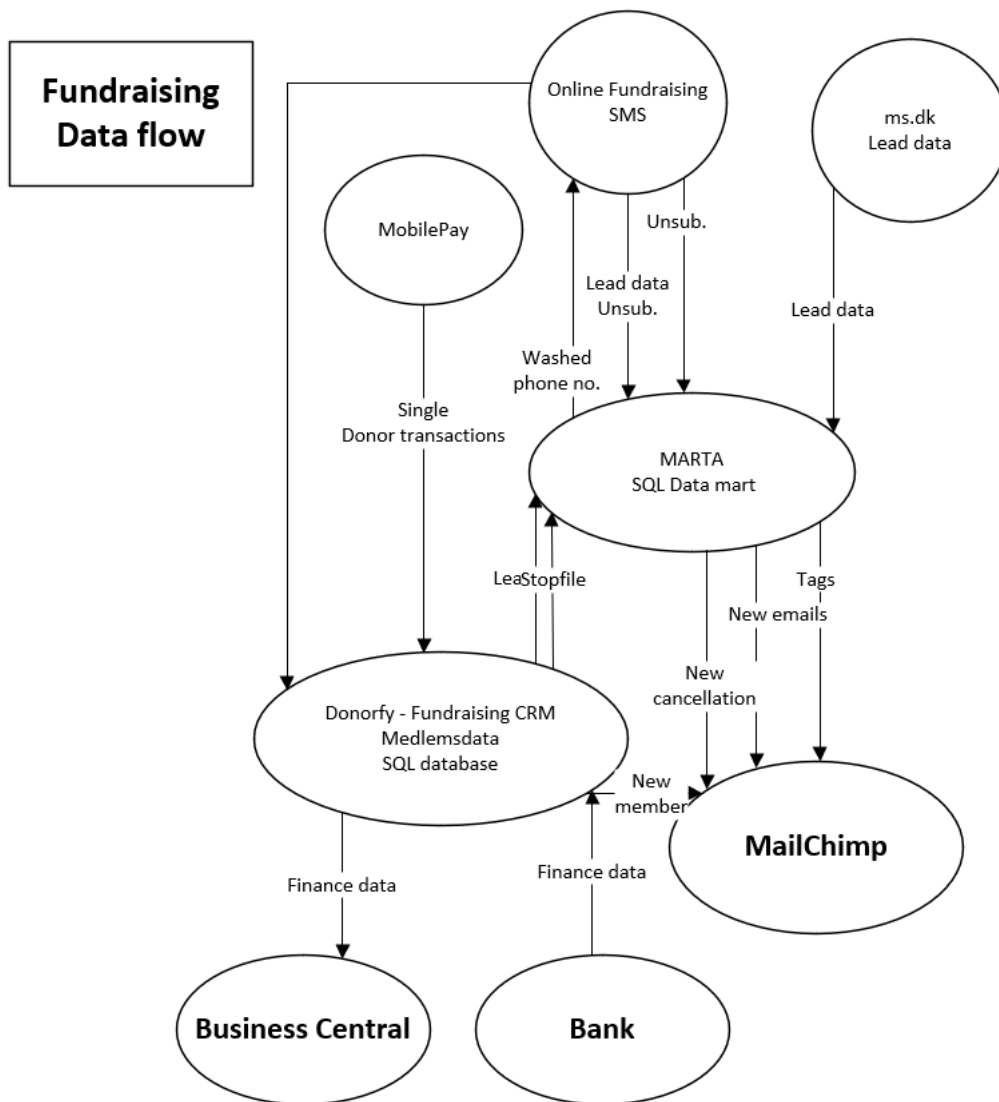
2.1 Vision for CRM

CRM skal understøtte, at Mellemfolkeligt Samvirke fortsat kan tilbyde en bred palette af donationsformer, engagement- og støttemuligheder samt kommunikationskanaler. Følgende skal gøre sig gældende for løsningen til CRM:

- Mellemfolkeligt Samvirke skal have en integration til OnlineFundraising og dermed adgang til alle betalingskanaler, som OnlineFundraising understøtter.
- Integrationsplatform skal være åben med henblik på at åbne op for videreudvikling og tilretning i forbindelse med fremtidige projekter.
- Samle Fundraisings data i ét system frem for som nu i et CRM, en datamart, Online Fundraising og i mailsystemet MailChimp

2.2 Beskrivelse af eksisterende setup

Vores nuværende system består af **Donorfy** (CRM bygget specifikt til velgørende organisationers og nonprofitorganisationers behov.), som fungerer sammen med **Online Fundraising**-formularer og onboarding og betalings-/subscriptionhåndtering for enkeltpersoner. Donorfy varetager opsætning af kampagnebehandling og statistik (som ikke findes i Online Fundraising). **Datamart** bruges til behandling af leads (modtagelse af detaljer om tilmeldinger fra ms.dk (og andre)), vask af data og generering af leads til et telemarketingfirma (i øjeblikket TMPO med backup fra AllEars). Detaljer om enkeltdonationer i Donorfy og webshop-køb går også via Datamart til telemarketing. **MailChimp** bruges til at sende e-mails (og håndterer også tilladelser, som også opbevares i Donorfy og Datamart). **Online Fundraising SMS** bruges til at sende SMS og håndtere svar (STOP-tilladelser og enkeltdonationer). Nogle rapporter og analyser udføres i **PowerBI**. Der er mange lagrede procedurer, API'er og manuelle processer til at kontrollere flow og vedligeholdelse af data (Excel, SQL Server osv.). **Drupal** bruges til at indsamle personoplysninger i webforms fx for underskriftindsamlinger og sign-up til nyhedsbrev eller kontaktformularer. Webforms ryddes jævnligt i Drupal. Der sendes data fra Drupal til Datamart hver morgen.



2.3 Funktionelle krav til CRM

2.3.1 OnlineFundraising

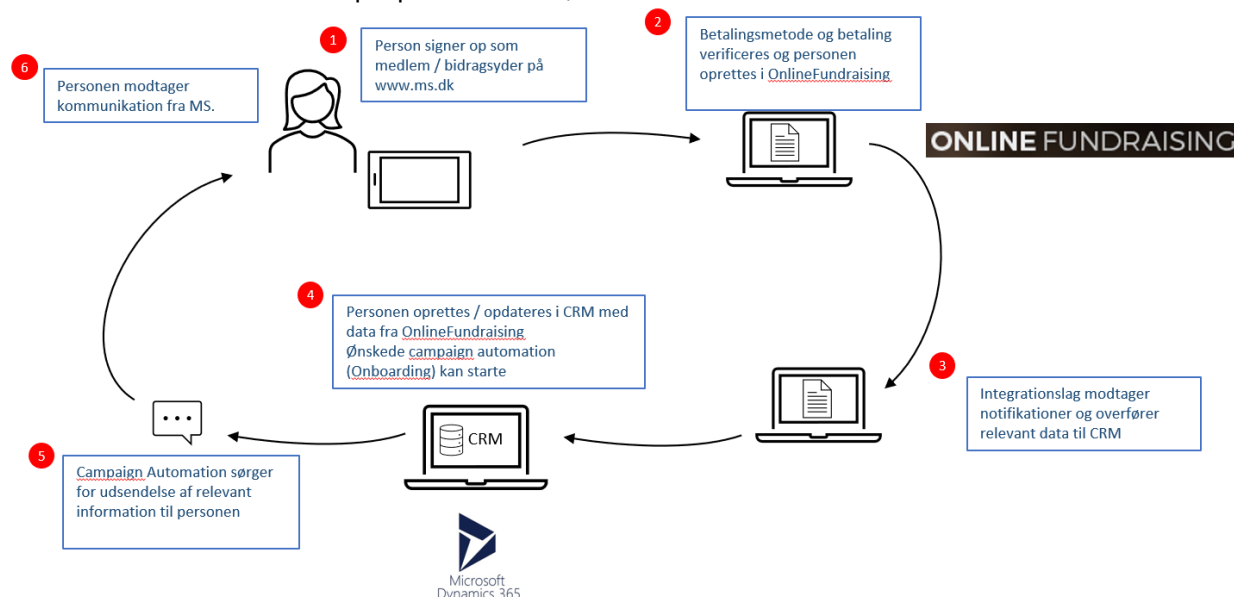
OnlineFundraising skal i CRM bruges til de betalingsmetoder som de tilbyder: BS, MobilePay, SMS, Kort mv.

Overordnede krav til integration:

- Datadreven integration, dvs. data skal overføres til CRM, når OnlineFundraising giver besked om ændringer
 - Kerneentiteter i OnlineFundraising skal spejles over i CRM for at give 360 graders overblik, give mulighed for at trigge campaign automation på hændelser i OnlineFundraising, og for segmenteringsmuligheder. Der skal abonneres på både Oprettelser og Opdateringer. Følgende er at betragte som kerneentiteter:
 - Contact
 - Agreement
 - Subscription
 - Payment Method

- Payment
- Add-on
- DataSet
- Relationerne mellem entiteterne i OnlineFundraising skal afspejles i CRM.
- Integrationsmotor skal sikre, at data ikke går out of sync mellem CRM og OnlineFundraising
- Det skal sikres, at Mellemfolkeligt Samvirkes skatteberegningsmodel fungerer ifbm implementeringen af OnlineFundraising (se krav om dette for uddybning)

Nedenstående viser et eksempel på et scenarie, der skal understøttes i CRM:



Figur 1 - Scenarier for OnlineFundraising understøttelse

2.3.1.1 Scenarie - Tilmelding på hjemmesiden med OnlineFundraising

ID	OnlineFundraising1			
Formål	Det skal være muligt at signe sig op i OnlineFundraising via webformular på hjemmesiden, og data fra OnlineFundraising skal synkroniseres over til CRM.			
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising
	X	Marketing Automation	X	Website
	X	Integrationsmotor		BetterNow
		Dialer		Webshop
		Billetsystem		
Beskrivelse	1. Person signer op som medlem / bidragsyder på ms.dk 2. Betalingsmetode og betaling verificeres, og personen oprettes i OnlineFundraising 3. OnlineFundraising sender notifikation om, at data er opdateret 4. Personen oprettes / opdateres i CRM med data fra OnlineFundraising. Det skal sikres at korrekt medlemskab kan oprettes / opdateres hvis relevant. Det skal være muligt at have to telefonnumre tilknyttet til en person. Et primært og et sekundært. 5. Det skal være muligt at starte en onboarding proces for person 6. Campaign Automation sørger for udsendelse af relevant information til personen			

	7. Personen modtager kommunikation fra MS.
Krav	• Det skal være muligt at spore, om personen kommer ind på hjemmesiden fra et kampagnelink (landingpage med kampagnespecifik contributionscode, som bliver koblet til personen, der handler, så det kan ses i CRM, når man slår op på personen) • Det skal være muligt at finde, hvilke permissions en person har afgivet i forbindelse med signup (default fra ms.dk) • Det skal være muligt at signe både virksomheder og privatpersoner op. Virksomheden skal oprettes eller opdateres automatisk og en kontaktperson der er angivet i formularen skal tilknyttes til virksomheden. • Der skal være dublettjek i CRM for om, personen findes i forvejen, og data skal knyttes til eksisterende person, hvis match findes ◦ Hvis den eksisterende person er i OnlineFundraising i forvejen, vil der være en dublet i OnlineFundraising, og det er et krav at de automatisk flettes i OnlineFundraising
Bemærk	• Sign-ups på kampagnespecifikke aftaler kan også ske via SMS (styret på keyword) eller MobilePay • Det skal være nemt at definere og omdefinere grundlaget for automatiske fletninger af dubletter og potentiale for manuel accept, men også genkende og markere et ikke-match, så disse ikke vil blive vist i fremtiden

2.3.1.2 Scenarie - Opkrævning med OnlineFundraising

ID	OnlineFundraising2			
Formål	Indbetalinger der opkræves løbende i OnlineFundraising skal synkroniseres over til CRM. Formålet er at få et overblik over indbetalinger i CRM, kunne bogføre fra CRM og følge op på betalinger der er afvist, har fejlet mv.			
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising (OF)
	X	Marketing Automation		Website
	X	Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	1. [OF] Person / Firma opkræves 2. [OF] Betalingsinformation sendes til betalingsgateway (BS, Kort, MobilePay, Forbrugsforening, SMS) 3. Integrationsmotor modtager notifikation omkring "Pending Payment" 4. Pending Payment oprettes i CRM og tilknyttes til Person / Firma 5. [OF] Betaling bekræftes / afvises fra Betalingsgateway 6. Integrationsmotor modtager notifikation fra OF om opdateret payment 7. Betaling opdateres i CRM 8. Campaign automation starter			
Krav	• Vigtigt at leverandøren ikke starter asynkrone arbejdsprocesser i CRM for hver oprettelse / opdatering af en Payment i CRM. Volumen af arbejdsprocesser vil have negative indflydelse på performance			

2.3.1.3 Scenarie - Håndtering af Betalingsmetode Afmeldt / Afvist

Som et vigtigt led i medlemsfastholdelsen arbejder Mellemfolkeligt Samvirke med processer i forbindelse med afviste BS-betalinger og afmeldte BS-aftaler. Tilsvarende processer skal indføres ved opsigelser af SMS- og MobilePay aftaler.

ID OnlineFundraising3				
Formål	Oprettelse og opdatering af Payment Method skal synkroniseres med CRM. Formålet er at kunne fange relevante hændelse som at betalingsmetoden er afmeldt, afvist mv.			
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising (OF)
	X	Marketing Automation		Website
	X	Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	[OF] Modtager betalingsmetode afvises / afmeldes fra Betalingsgateway [OF] Status på betalingsmetode og årsag opdateres på Payment Method - Integrationsmotor modtager notifikation omkring opdateret "Payment Method" - Betalingsmetode opdateres i CRM - Campaign automation starter for f.eks. Afmeldt / Afvist betalingsmetode efter tjek for bl.a. afdød			
Krav	Vigtigt at overveje performance ved start af asynkrone arbejdsprocesser til at trigge campaign automation			

2.3.1.4 Scenarie - Medlemsservice refunderer betaling

ID OnlineFundraising4				
Formål	Medlemsservice skal kunne tilgå OnlineFundraising fra CRM og ændre i data. CRM skal holde styr på, at krediterede indbetalinger kan bogføres og indberettes korrekt.			
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising (OF)
	X	Marketing Automation		Website
	X	Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	- Person kontakter Mellemfolkeligt Samvirke for refundering af indbetaling inden for frist for refundering (f.eks. 30 dage efter MobilePay-betaling) - Medlemsservice fremsøger person / virksomhed i CRM og åbner aktuel indbetaling. OnlineFundraising tilgås direkte fra indbetalingsformularen [OF] Medlemsservice klikker på refundering og status på betaling ændres til "Refunded" [OF] Betalingsgateway refunderer betaling til personen - Integrationsmotor modtager notifikation om statusændring af betaling			

	6. Betaling ændrer tilsvarende status i CRM. CRM sørger for automatisk oprettelse af en indbetaling med negative beløb, der relateres til den refunderede indbetaling.
Krav	Det skal være muligt at lave manuelle refunderinger vha. konteringsark, hvor det markeres i CRM, at personen har fået en refundering.

2.3.1.5 Scenarie - Person(er) anonymiseres i CRM og OnlineFundraising

ID		OnlineFundraising5		
Formål	Det skal være muligt at starte et anonymiserings-flow i CRM, der samtidigt sørger for anonymisering i OnlineFundraising			
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising (OF)
	X	Marketing Automation		Website
	X	Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	1. En person anonymiseres i CRM via en proces 2. Hvis personen er i OnlineFundraising, skal tilsvarende person automatisk anonymiseres i OnlineFundraising 3. Personen markeres som anonymiseret i OnlineFundraising			

2.3.1.6 Scenarie - Ringekampagne for Genhvervning og Opgradering

ID		OnlineFundraising6	
Formål	Justering af eksisterende aftaler fra Telemarketing Dialer		
Systemer	X	CRM	X OnlineFundraising (OF)
	X	Marketing Automation	Website
	X	Integrationsmotor	Webshop
	X	Dialer	
		Billetssystem	
Beskrivelse	1. Overførsel af ringeemner for Opgradering / Genhvervning igangsættes i CRM systemet 2. Integrationsmotor modtager information om ringeemner, der skal overføres til Dialer. Ringeemnet beriges med information om aftalen i OnlineFundraising og øvrig relevant data for aktuel ringekampagne 3. Fundraiser tilgår OF Onboarding App i Dialer 4. Fundraiser opgraderer / genhverver personen i Onboarding App 5. Personen bekræfter opdateringen til aftalen 6. Fundraiser lukke telefonopkald som succesfuldt i Dialer 7. Integrationsmotor modtager information om lukket succesfuldt opkald. a. Kampagnerespons oprettes på personen i CRM med udfald af opkald 8. [OF] Genopretter betalingsmetode / genstarter subscription / tilføjer en opgradering til Agreement		

	9. Integrationsmotor modtager information om opdateret aftaledate for person i OF 10. Data opdateres i CRM. Der skal sikres i CRM, at udfaldsdata fra OF skal kunne kobles til aktuel ringekampagne og id på aktuel phoner.
Krav	• Det skal være muligt at overføre OF Kampagneld til Dialer automatisk • Aktuelt OF SubscriptionId (den der skal opgraderes / genherves) skal overføres til Dialer • Det skal være muligt at lave dynamiske dataudtræk til Dialer fra CRM • Det skal være muligt at afmelde en Subscription i OnlineFundraising via Onboarding App • Det skal være muligt at identificere udfald fra Dialer i CRM, således at fx ikke kontaktede emner kan kontaktes via andre kanaler efter lukning af kampagne i Dialer

2.3.1.7 Scenarie - Udgående SMS – Enkeltvis

ID		OnlineFundraising7	
Formål	Systemet skal understøtte udsendelse af personaliserede SMS'er via OnlineFundraising med ShortenURL. SMS'er kan være relateret til transaktionelle og ikke-transaktionelle kampagner. SMS skal pre-konfigureres i CRM før de kan bruges i Campaign Automation		
Systemer	X	CRM	X OnlineFundraising (OF)
	X	Marketing Automation	Website
	X	Integrationsmotor	Webshop
		Dialer	
		Billetsystem	
Beskrivelse	1. Et Campaign Automation flow indeholder et trin for SMS-udsendelse 2. Integrationsmotor modtager information SMS, der skal sendes til personen 3. [OF] Evt. URL kortes og SMS sendes til modtager 4. Person modtager SMS 5. Integrationsmotor modtaget information om SMS er fejlet / succesfuld levereret 6. CRM opdateres med formål at kunne se, om SMS'et er succesfuldt sendt til personen 7. CRM opdateres med permission, hvis person enten på ms.dk via formular eller via svar på SMS med fx keyword "AFMELD" ikke ønsker at modtage sms'er længere.		
Krav	• Det skal være muligt at sende SMS'er fra Campaign Automation • Det skal være muligt med personalisering af SMS (f.eks. Hej Preben) • SMS'er skal kunne benytte ShortenURL, dvs. linket skal kunne forkortes, før udsendelse i OnlineFundraising. Det vil være ønskeligt, hvis den ShortenURL kan sikre link til pre-udfyldt landingpage. • Det skal være muligt at få ændret på sin permission, hvis man svarer på keyword og derved ændrer sin permission. Det skal sidenhen være muligt at fortryde sin afgivelse af permission og modtage SMS'er igen ved manuelt at få ændret sin permission af MS. Det skal ikke kræve et		

	særskilt CSV-fil med en liste af særlige permissions at sende en SMS ud til alle modtagere, der ønsker en sms. • Det skal være muligt nemt at vælge et specifikt segment, der skal modtage en sms. Fx alle, der har skrevet under på en bestemt underskriftindsamling, men som ikke er medlemmer. • Man skal kunne se SMS'en, inden den sendes, og kunne rette i den efter, at man har sat den op. • Man skal kunne lave en test-SMS med et lille beløb fx en krone • Det skal være muligt at inddele SMS-modtagere i segmenter baseret på deres interesser (campaign codes) og tidligere handlinger (afgivet donation over sms, medlem etc.) • Det er ønskeligt, at beløbet sættes i CRM, så man ikke skal i Online Fundraising for at lave dele af SMS'en, men ikke andre
--	--

2.3.1.8 Scenarie - Indgående SMS – Transaktionel

ID	OnlineFundraising8			
Formål	Mulighed for Mellemfolkeligt Samvirke at modtage donationer og medlemskaber via SMS			
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising (OF)
	X	Marketing Automation		Website
	X	Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	1. Person sender SMS med Keyword f.eks. "Medlem" til Mellemfolkeligt Samvirke 2. [OF] SMS-gateway modtager SMS og slår op og finder transaktionelt keyword "Medlem". 3. [OF] Opretter kerneentiteter for personen 4. Integrationsmotor modtager notifikationer og overfører relevant data til CRM 5. Indgående SMS med aktuelt Keyword oprettes på personen i CRM. Hvis det er en ny person, oprettes ny kontakt. Ellers merges kontakt med andre kontakter i databasen, hvis der er et match med telefonnummeret. Dette sker automatisk. 6. Campaign Automation kan starte			
Krav	• Det skal være muligt at knytte indkommende data fra OF til en kampagne, baseret på hvilket Keyword der er blevet brugt • Det skal være muligt at genbruge Keywords til andre kampagner, og det skal være muligt at planlægge overgang mellem kampagner frem i tid. • Det skal være muligt at få et overblik over keywords på kampagne pr. periode • Det skal være muligt at modtage en SMS med en ændring af permission fra brugeren og at overskrive denne permission manuelt efterfølgende, hvis personen fortryder.			

2.3.1.9 Scenarie - Indgående SMS – Ikke-Transaktionel

ID		OnlineFundraising9		
Formål	Mulighed for Mellemfolkeligt Samvirke at modtage SMS der trigger forskellige handlinger i CRM, herunder tilføjelse af en underskrift eller tilføjelse til en marketingliste			
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising (OF)
	X	Marketing Automation		Website
	X	Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	1. Person sender SMS med Keyword f.eks. "Klimahandling" til Mellemfolkeligt Samvirke 2. [OF] SMS-gateway modtager SMS og slår op og finder et ikke-transaktionelt keyword " Klimahandling". 3. [OF] Opretter et dataset med telefonnummer, modtagelsesdato, keyword og SMS-tekst 4. Integrationsmotor modtager notifikation omkring nyt dataset, som oprettes i CRM 5. Personen oprettes, hvis denne ikke findes i CRM 6. Indgående SMS med aktuelt Keyword oprettes på personen 7. Handling for aktuelt SMS keyword starter, f.eks. personen tilføjes til marketingliste for aktuel kampagne 8. Campaign Automation kan starte			
Krav	• Det skal være muligt at knytte indkommende data fra OF til en kampagne, baseret på hvilket Keyword der er blevet brugt • Det skal være muligt at genbruge Keywords til andre kampagner, og det skal være muligt at planlægge overgang mellem kampagner frem i tid. • Det skal være muligt at koble Keywords til handlinger, der skal ske i CRM-løsningen			

2.3.1.10 Scenarie - Donation med formål og kampagne

ID		OnlineFundraising10		
Formål	Det skal være muligt at donere til et specifikt formål og koble donationen til en specifik kampagne.			
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising (OF)
	X	Marketing Automation	X	Website
	X	Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	1. Mellemfolkeligt Samvirke kører en kampagne om deres klimaarbejde 2. Person skriver under på en underskriftindsamling om klima og kommer derefter til en takkeside, hvor vedkommende giver en donation.			

	3. Donationen kan være øremærket eller ikke-øremærket afhængig af, hvad MS har valgt. Hvis donationen er ikke-øremærket, skal det i CRM være synligt, hvilken specifik kampagne donationen er kommet fra, selvom donationen er kommet ind på en fælles betalingsformular i Online Fundraising for alle underskriftindsamlinger. Er donationen øremærket, skal dette også være synligt i CRM, men vil være på sin egen unikke betalingsformular. 4. Betalingsmetode og betaling verificeres og personen oprettes i OnlineFundraising 5. OnlineFundraising sender notifikation, om at data er opdateret 6. Personen oprettes / opdateres i CRM med data fra OnlineFundraising. 7. Indbetalingen i CRM skal kunne spores til aktuel kampagne og valgt formål 8. Det skal være muligt at starte campaign automation (Onboarding) for person, når dette er sket 9. Campaign Automation sørger for udsendelse af relevant information til personen. Der skal være et hierarki i emails, hvor man altid får en takkemail for underskrift og evt. donation, men hvis man samtidig er i andre kommunikationsflows, skal der være en prioritering mellem disse, så man ikke bliver spammet, fordi man fx har skrevet under på 3 underskriftindsamlinger samme dag. 10. Personen modtager kommunikation fra MS.
Krav	• Det skal være muligt at takke for doneret beløb • Formålsbestemte aftaler og donationer kan komme fra alle kanaler via OF • Formål skal fremgå af betaling i Business Central

2.3.1.11 Scenarie - Ændring af Subscription data i OnlineFundraising via CRM

ID		OnlineFundraising11			
Formål	Medlemsservice skal have mulighed for at afmelde en subscription fra CRM.				
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising (OF)	
	X	Marketing Automation	X	Website	
	X	Integrationsmotor		Webshop	
		Dialer			
		Billetsystem			
Beskrivelse	1. Medlemsservice modtager henvendelse fra person, der ønsker af afmelde sin aftale/betalingsaftale (afmelde deres subscription i OnlineFundraising) 2. Medlemsservice fremsøger personen og tilgår aktuel subscription fra personstamkortet i CRM. Det er muligt at fremsøge baseret på mail, telefonnummer, navn og medlemsnummer. 3. OnlineFundraising tilgås direkte fra Subscription-formularen i CRM via et sikkert link, se 0 4. Medlemsservice klikker på afmelding af subscription i OnlineFundraising 5. Medlemsservice har mulighed for at notere, hvad udmeldingen skyldes 6. [OF] Subscription afmeldes og opdateres				

	7. Integrationsmotoren modtager notifikation om ændringen og opdaterer tilsvarende subscription i CRM
	Medlemsservice benytter sig af en særlig bruger i CRM med begrænset adgang Det skal være muligt for Medlemsservice at sætte et medlem på pause. Hvis et medlem er sat på pause, igangsættes et automatisk flow med en mail inden igangsætning om, at pausen er ophørt og trækning vil finde sted i den næstkommende måned.

2.3.1.12 Scenarie - Opdatering af Person i CRM, der er i OnlineFundraising

ID		OnlineFundraising12		
Formål	Når personoplysninger der både er i CRM og i OnlineFundraising opdateres i CRM, skal tilsvarende informationer på Contact i OnlineFundraising opdateres. To-vejs-synkronisering.			
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising (OF)
	X	Marketing Automation		Website
	X	Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	1. Stamdata på en person opdateres i CRM 2. Hvis personen er i OnlineFundraising, skal notifikation sendes ud om opdatering af Contact 3. Integrationsmotor modtager information om opdatering af person der er i OnlineFundraising. Integrationsmotor kalder service i OnlineFundraising for opdatering 4. [OF] Opdater Contact i OF 5. Det skal være muligt at notere i Contact, hvis der er fejl i mail eller telefonnummer. 6. Der skal være en oversigt i CRM over Contacts, hvor der er fejl i mail eller telefonnummer. 7. Ved mange fejl i mails eller SMS'er skal der komme en meddelelse til udvalgte brugere 8. Medlemsservice skal kunne markere, hvis et telefonnummer fejler ved opkald. 9. Evt. Start af Marketing automation proces.			
Krav	• Leverandøren skal sikre, at opdatering ikke går i ring.			

2.3.1.13 Scenarie - Flet af Person i CRM der er i OnlineFundraising

ID		OnlineFundraising13		
Formål	I tilfælde af at to personer dubletflettes i CRM, skal systemet sikre, at koblingen til OnlineFundraising bevares. Der er tre scenarier: 1. Begge personer der flettes, er i OnlineFundraising 2. En af personerne er i OnlineFundraising 3. Ingen af personerne er i OnlineFundraising			
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising (OF)

	X	Marketing Automation	X	Website
	X	Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	1. To personer flettes i CRM 2. Scenarie 1: Begge personer er i OnlineFundraising a. Integrationsmotoren kalder fletningsmetoden på Contacts i OnlineFundraising b. [OF] AI data på arkiveret Contact i OnlineFundraising flyttes over på den aktive af Contact i henhold til regler for flytning, fx hvis flere aftaler er aktive c. CRM sikrer, at relaterede poster flyttes over til aktiv Person 3. Scenarie 2: En af personerne er i OnlineFundraising a. CRM sikrer, at OnlineFundraising-nøglen følger / bliver på den aktive Person b. Scenarie for opdatering af Person stamdata i CRM kører 4. Scenarie 3: Ikke relevant for integration med OnlineFundraising			
Krav	• Koblingen mellem OnlineFundraising Contact og Personen i CRM skal forblive entydig og på den aktive person i CRM. • Det skal kunne markeres, når en contact ikke er en dublet, så man ikke får besked om dén som potentiel dublet igen.			

2.3.1.14 Scenarie – Tilgå OnlineFundraising fra CRM

ID		OnlineFundraising14		
Formål	CRM-brugere skal kunne se OnlineFundraising post direkte fra CRM uden at logge på OnlineFundraising.			
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising (OF)
		Marketing Automation		Website
		Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	1. Medlemsservice eller ansat i Supporter Fundraising-teamet åbner stamkortet på en person, subscription, agreement, payment method, payment, add-on eller dataset i CRM 2. Medlemsservice klikker for at åbne OnlineFundraising 3. Systemet viser tilsvarende post over i OnlineFundraising			
Krav	• OnlineFundraising-posten skal kun vises for brugere, som har adgang til OnlineFundraising • Brugeren skal ikke behøve logge på manuelt for at tilgå OnlineFundraising-posten			

2.3.1.15 Scenarie – Ikke-transaktionelle formularer fra Drupal til CRM

ID	OnlineFundraising15
----	---------------------

Formål	Det skal være muligt at bruge ikke-transaktionelle formularer i Drupal til: • Underskriftsindsamlinger • Tilmelding til kommunikation • Øvrige formularer Formularerne skal kunne kobles til permissions. Formularerne kan fx sendes til Dynamics vha. API, men Drupal har også integrationer til Dynamics. Ved udfyldelse af ikke-transaktionelle forms, skal der kunne startes campaign automation i Marketing Automation. Det skal være muligt at kunne: • Identificer eksisterende personer i CRM og knytte posted form til denne • Opdater stamdatafelter på en eksisterende person i CRM • Tilføje nye personer i CRM • Når en person underskriver en formular på ms.dk afgives accept af at kunne modtage mails, sms'er og opringninger fra TM, med mindre vedkommende tidligere har takket nej.			
Systemer	X	CRM		OnlineFundraising (OF)
	X	Marketing Automation	X	Website
		Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	1. En person udfylder en ikke-transaktionel formular i Drupal 2. Drupal opretter et dataset og sender notifikation om, at nyt dataset er oprettet 3. Personen oprettes / opdateres i CRM med data fra Drupal. 4. DataSet oprettes i CRM og kobles til Person og kampagne 5. CRM skal kunne afgøre, om følgende skal ske automatisk: a. Underskrift oprettes til en kampagne b. Personen tilføjes til en marketingliste c. Permissions er afgivet og en permissionrecord skal oprettes og knyttes til personen, se afsnit 2.3.5.1			
Krav	• Felter på stamkortet på en Contact, der opdateres, skal kunne styres dynamisk. Dvs. det skal være muligt at styre om f.eks. fornavn og efternavn skal opdateres via denne formular, om personen eksisterer i forvejen			

2.3.2 Dialer

Det er besluttet, at OnlineFundraising Onboarding App skal bruges til at tegne og ændre i eksisterende aftaler. Samspil mellem Dialer og Onboarding App er en vigtig del af løsningen.

Overordnede krav til integration:

- Datadreven integration, dvs. når et lead processeres i Dialer, skal integrationsmotoren kunne overføre resultatet direkte til CRM
- Det API den valgte Dialer stiller til rådighed skal benyttes, og løsningen skal understøtte håndtering af throttling / rate-limiting på API'et. Vores Dialer bruger HeroBase.
- Det skal også være muligt at hente data manuelt ud af CRM og overføre til Dialer, hvor man vælger en ringekampagne i et bestemt datainterval og trækker ud og manuelt uploader til en anden telemarketingleveradør. Denne data skal fjernes fra den automatiserede overførsel til TMPO.
- Det skal være muligt at kunne tilpasse, hvilke data der skal overføres til Dialer i CRM

- Overførsel af emner fra CRM til Dialer skal kunne startes af Mellemfolkeligt Samvirke, og overførslen skal – hvis ønsket – gå i gang umiddelbart efter. Som udgangspunkt skal overførsel ske dagligt og automatisk.

2.3.2.1 Scenarie - Segment med emner fra CRM til Dialer

ID	Dialer1			
Formål	Et segment med ringeemner skal kunne overføres til ønsket kampagne i Dialer.			
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising
		Marketing Automation		Website
	x	Integrationsmotor		Webshop
	x	Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	1. En CRM bruger vælger ønsket ringesegment at overføre til Dialer. Det skal være muligt at fravælge personer, som inden for de seneste X måneder blevet kontaktet af telemarketing og som har sagt nej tak til telefonopkald eller andre kriterier 2. CRM-brugeren vælger, hvilken kampagne som segmentet skal overføres til i henholdsvis Dialer og Onboarding App 3. CRM-brugeren starter overførslen til Dialer 4. Integrationsmotoren modtager information om ringeemner, der skal overføres til Dialer. Ringeemnet beriges med ønsket data for aktuel ringekampagne. 5. Ringeemner overføres til Dialer			
Krav	• Det skal være muligt at kunne styre fra CRM, hvilken kampagne der skal bruges i Onboarding App, og til hvilken kampagne ringeemner skal overføres til i Dialer • Det skal være muligt at styre, hvilke data der skal overføres til Dialer fra CRM • Specificeret SubscriptionId på eksisterende OnlineFundraising-aftaler skal kunne overføres til Dialer, når ringekampagnen skal ændre på eksisterende aftaler (opgradering, genhervning)			

2.3.2.2 Scenarie - Enkeltvis overførsel af emne fra CRM til Dialer

ID	Dialer2			
Formål	Det skal være muligt at overføre enkeltvis ringeemner fra CRM til Dialer via Campaign Automation.			
Systemer	X	CRM		OnlineFundraising
	X	Marketing Automation		Website
	x	Integrationsmotor		Webshop
	x	Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	1. En person er kommet ind i en Campaign Automation, der kan overføre personen som et ringeemne til relevant kampagne i Dialer			

	- Personen er relevant for ringning, og der sendes notifikation til integrationsmotoren - Integrationsmotoren modtager information om ringeemnet, der skal overføres til Dialer. Ringeemnet beriges med ønsket data for aktuel ringekampagne.
Krav	- Det skal være muligt at overføre ringeemner til forskellige kampagner i Dialer, som skal understøtte både Ny-hvervning, Opgradering og Gen-hvervning (Dunning) scenarier i Onboarding App - Det skal være muligt manuelt at trække en liste ud med ringeemner, som sendes til en anden telemarketing-aktør, hvorefter disse emner ikke sendes til Dialer. - Det skal være muligt at styre, hvilke data der skal overføres til Dialer fra CRM - Specificeret SubscriptionId på eksisterende OnlineFundraising-aftaler skal kunne overføres til Dialer, når ringekampagnen skal ændre på eksisterende aftaler (opgradering, genhvervning)

2.3.2.3 Scenarie - Luk emner i Dialer fra CRM

ID	Dialer3		
Formål	Følgende skal være muligt at kunne udføre fra CRM - I forbindelse med overførsel af et segment, se Dialer1, skal åbne ringeemner, for den samme person i Dialer, kunne lukkes automatisk. F.eks. når en gen-hvervnings kampagne har forrang fremfor andre ringekampagner - Ved anonymisering eller nej tak til ringning, skal det være muligt at automatisk lukke samtlige åbne ringeemner i Dialer, og det skal opgraderes i permission for vedkommende, der takker nej. - Fra en Campaign Automation, skal det være muligt at automatisk lukke samtlige åbne ringeemner for en person i Dialer - En bruger skal fra CRM, kunne lukke et specifikt ringeemne i Dialer		
Systemer	X	CRM	OnlineFundraising
		Marketing Automation	Website
	x	Integrationsmotor	Webshop
	x	Dialer	
		Billetsystem	
Beskrivelse	- En proces i CRM starter for at lukke ringeemner for en person i CRM - Integrationsmotoren kalder Dialer per ringeemne, der skal lukkes - Dialeren giver besked tilbage om at et ringeemne, er lukket - CRM opdateres med besked om, at ringeemnet nu er lukket		
Krav	Lukning af ringeemnet skal ske datadrevet, dvs. det skal gennemføres straks efter, at processen er startet		

2.3.2.4 Scenarie: Medlemsservice

ID	Dialer4
Formål	Dialer varetager i dag store dele af vores medlemsservice. Det skal fortsat være muligt i det nye system

Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising
		Marketing Automation		Website
	x	Integrationsmotor		Webshop
	x	Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	I dag modtager Medlemsservice opkald og mails fra brugere, der gerne vil have rettet i deres medlemskab el. andet. De henvendelser, de selv kan håndtere i Online Fundraising, retter de. De øvrige sender de via et excel-ark over FTP til MS. I det nye setup er det ønskeligt, at Medlemsservice arbejder direkte i CRM. Alternativt at de fortsat arbejder i Online Fundraising, men at de i stedet for at sende henvendelser via excel-ark over FTP kan oprette opgaver i CRM med de henvendelser, de ikke selv kan løse.			
Krav	Hvis medlemsservice får en henvendelse, de ikke kan løse selv med deres rettigheder, vil det være ønskeligt, hvis de kan oprette en opgave i CRM knyttet til den person, henvendelsen drejer sig om. I fald vedkommende findes i CRM. Ellers oprettes opgaven uden tilknyttet person.			

2.3.2.5 Scenarie - Lukket ringeemne overføres til CRM

ID	Dialer5			
Formål	Opdater lukket ringeemne i CRM.			
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising
		Marketing Automation		Website
	x	Integrationsmotor		Webshop
	x	Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	- Et ringeemne i Dialer lukkes af en Fundraiser eller af systemet (max antal opkaldsforsøg er nået). Udfald kan bla. være: - Ja, tak - Nej, tak - Max opkaldsforsøg - Følgende skal være muligt at gøre fra Dialer - Tilmelding til Nyhedsbreve - Nej tak til fremtidige Telemarketing-opkald - Opdatering af stamdatafelter - Opret opgave til medlemsservice - Integrationsmotor modtager notifikation om lukket ringeemne i Dialer. Integrationsmotor sørger for at gøre følgende: - Opret en respons, gem udfald af opkald, og hvem der har foretaget telefonopkaldet - Eventuel opdatering af stamdata, permissions - Eventuel opgave der oprettes til medlemsservice			

Krav	• Data fra OnlineFundraising, der oprettes via Onboarding App, skal kunne spores til en ringekampagne, og hvilken Fundraiser der har hvervet personen • Det skal være muligt ved fremtidig segmentering at kunne fravælge de emner, som inden for de sidste X måneder blevet kontaktet af telemarketing. • Det skal være muligt at rense leads samt køre op mod stopfil.
Bemærk	• I øjeblikket opretholdes en stopfil, hvor en person ønsker 'Aldrig at blive kontaktet' via SMS eller Telemarketing. Dette vedligeholdes manuelt direkte på en databasetabel ved hjælp af SQL Server Management Studio (SQLMS). De data, der vedligeholdes, er navn (enten fornavn og efternavn eller fulde navn) telefonnummer, e-mailadresse, dato for anmodning, ja eller nej for SMS, ja eller nej for TM og 'kilde' til anmodning. Når en person anmoder om at blive anonymiseret, opdateres denne tabel specielt efter kundens ønske. Den mulighed skal også findes i det nye system.

2.3.3 Validering af data

Mellemfolkeligt Samvirke skal både kunne have danske og udenlandske adresser i CRM. Det samme gælder telefonnumre.

2.3.4 Bogføring

Indbetalinger bogføres på følgende parametre:

- Konto (Fordeles på hvad der betales til):
 - Medlemmer
 - Kollektive medlemmer
 - Fast støtte
 - Donationer
 - Etc.
- Sagsopgave (Budgetline) (her spores formåls- / kampagnekode, f.eks.)
- Sag
- Modkonto: Hver betaling har samtidigt en modkonto, som svarer til den betalingskanal, som pengene er kommet ind på, f.eks. NETS, GIRO, Faktura, SMS.

Som udgangspunkt skal indbetalinger automatisk køres ind i Business Central. Det skal være muligt at få udtrækket en CSV-fil over et datointerval der giver beløb per dag, og per dimensioner angivet oven:

Modkonto, Sagsopgave, Sag og Konto. Den summerer totalbeløb på alle indbetalinger aggregeret op per linje. Samtlige indbetalinger får en relation til den bogførings-linje, de hører til.

Følgende felter eksporteres ud i en resultatfil til indlæsning i bogføringssystemet:

- Indbetalingsdato
- Konto
- Klumpsum
- Kontobeskrivelse
- Sag
- Sagsopgave
- Modkonto

2.3.4.1 Kampagnemodellering

I den nuværende kampagnemodel i CRM benyttes kampagner til at styre formålet for aftaler og betalinger. I praksis foregår det ved, at bogførings-dimensioner (sag, konto, og sagsopgave) stemples på

kampagnen i CRM. Der bliver ligeledes oprettet aftaletyper for hver kampagne for at sikre, at formålsbestemte støtteaftaler bliver øremærket korrekt. Der findes 2 muligheder for donationer – NON-RESTRICTED eller RESTRICTED, som vi kan identificere og markere på navnet med henholdsvis _NRF og _RF. NRF er dog navngivet GF i dag, men vi ønsker fremadrettet at bruge NRF eller Non-Restricted for at følge organisationens generelle navngivningskonventioner. Vi kan identificere kilden til kampagnen f.eks. WEB, SMS, PHONE (via 'Dialer') eller SHOP. Vi kan i øjeblikket identificere, om donationen er en enkelt donation (ONE-OFF) eller fra faste støtter ved hjælp af DON og kan skelne mellem medlemmer, der betaler et årligt gebyr, ved at bruge MEM-DON. Disse identifikatorer er vigtige for skatteindberetning, men bruges også til statistiske formål og måling af succes. Det skal være muligt at se, hvor en RESTRICTED donation skal bogføres ved at kunne se dens "Sagsopgave" (budget line). Sagsopgaver skal automatisk følge med de relevante donationer, når MS har indtastet en sagsopgave og koblet den med en bestemt campaign code.

2.3.4.2 Refundering og bogføring

Når en indbetaling er kommet ind fra OnlineFundraising, er det muligt at refundere betalinger op til X dage (det varierer per betalingskanal) direkte i OnlineFundraising. For at sikre at bogføringen bliver korrekt, skal følgende ske:

- Oprettelse af den refunderede betaling som en ny betaling i CRM med negative beløb. OnlineFundraising ændrer kun status til "Refunderet", men det gør det sværere at styre bogføring og fradragsberegning.
- Dette er med til at sikre, at klumpsummen justeres, når den krediterede indbetaling bliver bogført ved næste månedsafslutning.
- Det er vigtigt af rapporteringshensyn, at fejldonationer, der refunderes, hurtigst muligt fjernes fra resultatoversigt.

Derudover skal være muligt at oprette en refundering udenom Online Fundraising, hvis det ikke er muligt at gennemføre refunderingen via Online Fundraising. Her vil Medlemsservice eller en ansat i Fundraising-teamet oprette den krediterede betaling i CRM samt oprette et konteringsark og sende til Finans, som herefter tilbagefører pengene til personen. Tilbageførslen skal fremgå af CRM og af samlet beløb, der indberettes til SKAT. Det vil være ønskeligt, hvis konteringsarket kan undgås, og der i stedet kan laves en refundering direkte fra CRM, hvis MS har modtaget kontooplysninger fra personen.

2.3.4.3 Betalinger udenom OnlineFundraising

Til orientering er der betalinger, der ikke kører over OnlineFundraising, som fx Faktura (inklusive EAN), indbetalinger direkte til banken og indbetalingskort (sidstnævnte for kollektive medlemmer)

Faktura og EAN-faktura opkræves i Økonomisystemet. Indbetalinger fra disse fakturaer, indlæses i CRM. De markeres dog som bogført før de indlæses og er ikke relevante for bogføringskørslen beskrevet tidligere.

2.3.5 Permissionsstruktur

Permissions kan afgives via forskellige kilder, som f.eks. OnlineFundraising-formular, underskriftformular på ms.dk, Playable (Lead:Family)-formular (hvor permission og data ikke automatisk hentes ind), Webshop-formular.

Permissions deles i to dele:

- Kanaler (SMS, Telefon, E-mail, postal mv.)
- Kommunikation (Nyhedsbreve, general email, Rådvalg mv.)

Kommunikationskanaler

- En person kan tilmelde sig til kommunikation direkte i formularer, men også indirekte som en del af en permissionstekst.

- Kommunikation skal kunne tilmeldes og afmeldes i forbindelse med udsendelse af e-mails fra eller via SMS frameldingskode eller vha. link til en side på ms.dk, hvorfra sms-modtageren afmelder sig.
- For hver afgivet permission, skal det være muligt at spore
 - Dato
 - Kanal
 - Permissionstekst der blev brugt (hvis der var en)
 - Hvilke permissions der er afgivet (f.eks. Nyhedsbreve, mv.)

MS ønsker at have kontakttilladelser registreret på den enkelt persons profil med dato- og tidsstempel samt kanal. Fx "Stop Udvisningerne Campaign Code 3 april 2023 kl. 15.02. Det gælder både for tilladelsens start og afslutningen. Dvs. at kontakttilladelsen ikke skal overskrives, men føres som en log.

2.3.5.1 Scenarie - Person afgiver permissions via en form

ID	Permissionsstruktur1			
Formål	Personer, som afgivet permissions via web forms, der integrerer med CRM skal kunne spores med dato, kilde, permissionstekst og hvilke permissions der er afgivet.			
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising
	X	Marketing Automation	X	Website
		Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	1. Person udfylder en form og tilmelder sig til nyhedsbrev hos Mellempfolkeligt Samvirke 2. Formulardata oprettes i CRM 3. Der oprettes en post i CRM med dato for permission, kanal, hvilke permissions der er valgt og et link til formulardata med udfyldte permissions 4. Det skal være muligt at skelne mellem permissions til telefon, SMS, mail og ingen permissions. Det skal være muligt at have en permission på telefon, der ikke kan overskrives af, at vedkommende afgiver en ny permission med en ny underskrift. Det skal dog kunne overskrives manuelt ved, at personen afgiver nyt samtykke til MS og specifikt beder om at få SMS, mail eller telefonopkald på ny. 5. Valgte kommunikationskanaler aktiveres i CRM 6. Det skal være muligt at starte en marketing automation på baggrund af tilmelding			
Krav	• Det skal være nemt at spore, hvorfra og hvornår en permission er givet • Det skal være hægtet op på brugerrettigheder, hvilke personer man må bruge i sine kommunikationsflows. En bruger fra Global Contact må fx ikke kunne målrette deres mails mod medlemmer af MS, da Global Contact er underlagt markedsføringsloven og derfor skal have særskilt tilladelse til kontakt.			

2.3.5.2 Scenarie - Person opdaterer permissions via form

ID	Permissionsstruktur2			
Formål	En person modtager en e-mail fra Mellemfolkeligt Samvirke og klikker på et link i mailen for opdatering af permissions.			
Systemer	X	CRM		OnlineFundraising
	X	Marketing Automation	X	Website
		Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
Beskrivelse	1. Personen afmelder Nyhedsbrev1 og tilmelder sig Nyhedsbrev2 2. Form oprettes i CRM via ClickDimensions eller Microsoft 365s standardfunktionalitet. Nyhedsbrev1 slås fra, og Nyhedsbrev2 meldes til. 3. Der bliver automatisk oprettet en permissionspost i systemet, der angiver dato og kilde.			
Krav	• Det skal være nemt at spore, hvorfra og hvornår en permission er givet • Når en person afmelder sig email, skal det være nemt at vælge, om det er alle mails eller specifikke mails			

2.3.6 GDPR

CRM skal bidrage til Mellemfolkeligt Samvirkes GDPR compliance. Et vigtigt element i dette er at kunne spore hvor permissions er kommet fra, jf. ovenstående afsnit. Derudover skal CRM understøtte, at personer kan anonymiseres enkeltvist og på et segment.

GDPRs regler for Anonymisering skal overholdes bl.a.:

- Hvis personen, der skal anonymiseres inden for de sidste 5 regnskabsår, har fået fradrag i SKAT, skal Mellemfolkeligt Samvirke bibeholde CPR-nummer på personen.
- Indbetalinger indenfor de sidste 5 regnskabsår skal opbevares i systemet.
- Øvrig personhenførbare data skal slettes/anonymiseres.
- Den proces, der skal implementeres, skal sikre at ovenstående regler overholdes og at alle personhenførbare data slettes på personen.

Det generelle princip hos Mellemfolkeligt Samvirke er, at hvert system, der har personhenførbare data, selv skal sørge for at kunne slette/anonymisere denne data. Processen for anonymisering skal dog kalde anonymiserings-flow i OnlineFundraising, se afsnit 0.

2.3.6.1 Scenarie: Anonymisering af en person eller segment

ID	GDPR1			
Formål	Proces for automatisering af anonymisering af personhenførbare data i CRM og i eksterne systemer.			
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising
		Marketing Automation		Website
		Integrationsmotor		Webshop

	Dialer		
	Billetsystem		
Beskrivelse	1. En person henvender sig til Mellemfolkeligt Samvirke og ønsker at blive anonymiseret 2. Medlemsservice fremsøger personen og starter proces for anonymisering på personen. 3. Processen sikrer, at CPR-nummer ikke fjernes, hvis personen har indberetninger til skat inden for de sidste 5 regnskabsår. 4. Processen sikrer, at personhenførbare data slettes / anonymiseres 5. Hvis personen ikke har indbetalinger de seneste 5 regnskabsår, skal personen anonymiseres fra systemet 6. Selvom vedkommende er anonymiseret, skal vedkommende stadig tælles med i vores underskriftindsamlinger. Nogle underskriftindsamlinger kører over flere år, og her skal man ikke forsvinde fra indsamling pga. GDPR.		
Krav	• Det skal være muligt at starte anonymiseringsflowet både på individuelle personer og på segmenter ud fra oplyste kriterier (normalt datodrevet)		

2.3.7 Campaign Automation

2.3.7.1 Situationen i dag

Mellemfolkeligt Samvirke bruger i dag MailChimp (til email) og OnlineFundraising (til SMS) til at sende personaliseret indhold ud til personer baseret på forskellige hændelser i CRM, fx at en person bliver medlem. Manuelle processer holder Mailchimp opdateret fra Datamart og Donorfy med tags til aktuelle situationer (f.eks. nye signaturer til en kampagne, nye medlemsabonnementer osv.). Afmelding og sletning håndteres inde i Mailchimp, men der er ingen proces til at synkronisere disse oplysninger.

Der vedligeholdes lister over alle gyldige SMS (kun telefonnumre), der er vasket mod en STOP-fil, men der er ofte behov for segmenteret output (for at minimere udgifterne til SMS'er og for at sikre relevant information for modtagerne) Dette involverer udtræk fra databasen af en specialist og manuel vask op mod 2 stoplister. I øjeblikket opbevares telefonnumre uden '45' som lande-id i Datamart (og også på stoplisten, der vedligeholdes der) og med '45' i Donorfy og SMS stoplisten, der er oprettet ud fra udtræk fra Online Fundraising). Dette er en besværlig proces, som kan tage mere end en halv dag.

2.3.7.2 Scenarie - Marketing automation generelt

ID	CampaignAutomation1			
Formål	I det nye setup skal det være muligt for MS at vedligeholde eksisterende flows og lave nye flows uden at der skal laves grundlæggende ændringer i løsningen eller trækkes på ekspertkompetencer til dataudtræk og -justeringer.			
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising
	X	Marketing Automation	X	Website
		Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		

		Billetsystem		
Beskrivelse	Mellemfolkeligt Samvirke vægter den personlige kommunikation højt. De overordnede behov til parametre til styring af indhold, udover stamdata, er: • Seneste donation (dato og beløb) • (Seneste) ringekampagne (dato og kampagnekode) • Frivilliginfo (start- og evt. slutdato for frivillighed) • Medlemskabstype Mulighed for at kunne sætte både komplicerede og simple automations op, så udsendelser kan ske automatisk på baggrund af målgruppens handlinger. Det skal også kunne ske på tværs af donationsdata, sms og email. Har du fx ikke åbnet en email, kan du måske en uge senere få en sms, eller hvis du ikke har doneret, kan du modtage en ny sms.			
Krav	• Det skal være muligt at opstille regler, så mennesker, der er i flere kommunikationsflows, ikke oplever at blive spammet. Fx ved kunne give udvalgte flows forrang frem for andre. • Det skal generelt være muligt at inddele mennesker, der modtager kommunikation fra MS, i segmenter baseret på interesser. Det sker gennem deres digitale handlinger (campaign codes) og evt. aktive markering af interesse (fx gennem webform på ms.dk eller via link i mail) • Sende personaliserede SMS'er via OnlineFundraising • Overføre personer til TM • Det skal være muligt at benytte workflows i CRM til at triggere Campaign Automation flows (i kombination med trigger "Tilføj til marketingliste"). Da det går ud over performance af løsningen at have mange (asynkrone) workflows kørende på en gang, skal det tænkes ind i løsningen, hvordan Campaign Automation kan blive triggeret på store tabeller med mange hændelser som fx betalinger. • Det skal være muligt for Mellemfolkeligt Samvirke at holde overblik over, hvor mange triggers der er kørende, og hvilke campaign codes der er i brug.			

2.3.7.3 Scenarie - Onboarding

ID		CampaignAutomation2		
Formål	Onboarding af nye medlemmer			
Systemer	X	CRM		OnlineFundraising
	X	Marketing Automation		Website
		Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	1. Person melder sig ind Mellemlfolkeligt Samvirke (som almindeligt medlem) 2. Det skal være muligt at starte et Onboarding flow i campaign automation, hvis medlemskabet er første medlemsgivende aftale. Er personen allerede fast støtte, skal flow ikke triggres.			

	- Campaign Automation sørger for udsendelse af relevant information til personen, på de(n) kanaler personen har givet tilladelse til. Det skal være muligt at tilpasse indholdet ud fra, hvilken kampagne personen er signet op via, hvilken type af medlem personen er mv. - Personen modtager kommunikation fra MS. - Flowet bliver stoppet for personen hvis personen melder sig ud mens Onboarding flowet er i gang.
Krav	Parametre til styring af content og flow: - Medlemskabstype - Tilladelser til kommunikationskanaler. Triggers: - Start/Stop af flow baseret på om person er medlem eller ej.

2.3.7.4 Scenarie - Afmeldt betalingsmetode

ID		CampaignAutomation3		
Formål	Opfølgning på afvist betalingsmetode			
Systemer	X	CRM		OnlineFundraising
	X	Marketing Automation		Website
		Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	1. Person afviser eller afmelder en betalingsmetode. 2. Det skal være muligt at starte marketing automation, når dette er sket. 3. Campaign Automation sørger for, at personen får kommunikation eller bliver automatisk overført til telemarketing, hvis personen har givet tilladelse til opringning. 4. Personen bliver ringet op til genhvervning af TM. Fundraiser behandler aftale baseret på om respons er positiv eller negativ (personen meldes ud). Se 2.3.7.7 for en uddybning af reaktiveringsflow. 5. Det skal være muligt at segmentere på alle personer, TM ikke kunne komme i kontakt med. 6. MS sørger for udsendelse af relevant information. 7. Person modtager information fra MS.			
Krav	Parametre til styring af content og flow: Tilladelser til kommunikationskanaler. Triggers: Start af flow når en person afviser/afmelder en betalingsmetode. Sikring af at flow ikke kører flere gange samtidig for en person der afviser flere betalingsmetoder. Det skal være muligt for os manuelt at afmelde folk fra en betalingsaftale.			

2.3.7.5 Scenarie - Pause i medlemskab

ID		CampaignAutomation4	
Formål	Person sætter medlemskab på pause		

Systemer	X	CRM		OnlineFundraising
	X	Marketing Automation		Website
		Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	1. Udsende tak for nu og på gensyn-mail 2. Sende mail før genstart af medlemskab med information om dette og tak for det genopstartede medlemskab			

2.3.7.6 Scenarie - Udmelding

ID CampaignAutomation5				
Formål	Person melder sig ud			
Systemer	X	CRM		OnlineFundraising
	X	Marketing Automation		Website
		Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	1. Udsende tak for nu mail 2. Mulighed for at udsende spørgeskema, der spørger til årsag til ophør af medlemskab			

2.3.7.7 Scenarie - Winback

ID CampaignAutomation6				
Formål	Sende person der har meldt sig ud til winback og reaktivering			
Systemer	X	CRM		OnlineFundraising
		Marketing Automation		Website
		Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	1. Person melder sig ud af Mellemfolkeligt Samvirke og ikke tegner noget nyt indenfor 1,5-2 år. 2. Det skal være muligt at lave et segment på disse personer i CRM. 3. Segment kan få kommunikation og overføres til TM. 4. Person bliver ringet op til winback og reaktivering af TM.			
Krav	Parametre til styring af content og flow: • Tilladelser til kommunikationskanaler. Det skal være muligt at segmentere på dato for udmeldelse af aftale i CRM.			

	Både reaktivering og winback er baseret på disse kriterier i dag: GROUP 1 (never paid): • RPI is active • Has never paid on this RPI • Has a RPI start date more than 2 months old (Looking failed payments) GROUP 2: (payment stopped): • Monthly RPI: • Has had at least one payment on this RPI • Has 3 missed consecutive payments Quarterly RPI: • Has had at least one payment on this RPI • Has at least one unpaid since last payment Half yearly RPI: • Has had at least one payment on this RPI • Has at least one unpaid since last payment Yearly RPI: • Has had at least one payment on this RPI • Has at least one unpaid since last payment GROUP 3 (stopped by bank): • Constituent stopped the payment in the bank: • Has a "Payment Collection Info" Activity type linked to the RPI with Note = Mandate cancelled by bank and Code1= Cancelled • The RPI in question does not have a Comment = Cancelled via MS. (Example of someone that has both these, hence is not in group 3: #1463421)
--	---

2.3.7.8 Scenarie - Underskrivere

ID		CampaignAutomation7		
Formål	Beskrivelse af flow for underskrivere			
Systemer	X	CRM		OnlineFundraising
	X	Marketing Automation	X	Website
		Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	Som underskriver afgiver man følgende informationer: 1. Fornavn 2. Efternavn 3. Telefon 4. Mail			

	5. Evt. CPR.nr. hvis man ønsker skattefradrag for sin donation på takkesiden
Krav	- Når en underskriver lander på en takkeside med en donationsmulighed eller modtager en opfordring til donation efter underskrift, skal det være muligt at se i CRM, hvilken kampagne der har skabt donationen. - En underskriver skal kunne modtage følgende kommunikationsflows efter underskrift: 1. Takkemail med donationsmulighed, hvis underskriver ikke har doneret på takkeside 2. Takkemail uden donationsmulighed, hvis underskriver har doneret på takkeside 3. Takkemail uden donationsmulighed, hvis underskriver ikke har doneret på takkeside, men med opfordring til at blive medlem, hvis vedkommende ikke allerede er medlem. 4. Resultatmails 5. Opfordring til støtte på SMS baseret på underskrift 6. SMS hvis man ikke har taget telefonen, når man er blevet ringet op af Dialer, med en opfordring til at blive medlem

2.3.7.9 Scenarie - Enkeltdonationer

ID		CampaignAutomation8			
Formål	Beskrivelse af flow for underskrivere				
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising	
	X	Marketing Automation	X	Website	
		Integrationsmotor		Webshop	
		Dialer			
		Billetsystem			
Beskrivelse	Ved at afgive en enkelt donation skal det være muligt at sende en takkemail med en opfordring til at blive medlem, hvis vedkommende ikke allerede er medlem. Det skal desuden være muligt at sende en mail om CPR.nr. hvis vedkommende ikke har afgivet sit CPR.nr.				

2.3.7.10 Scenarie - Medlemskab

ID		CampaignAutomation9		
Formål	Beskrivelse af flow for medlemmer			
Systemer	X	CRM	X	OnlineFundraising
	X	Marketing Automation	X	Website
		Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetssystem		
Beskrivelse	Når man bliver medlem af Mellempfolkeligt Samvirke, modtager man en serie velkomstmails. der byder én velkommen og præsentere organisationen.			

	Når man bliver medlem af MS, afgiver man følgende personinformation: 1. Fornavn 2. Efternavn 3. Mail 4. Telefonnummer 5. Cpr.nr. 6. Adresse
Krav	- Det er ønskeligt at kunne se churn prediction for medlemmer - Det skal være muligt at sende resultatmails til alle eller et segment af medlemmer. - Det skal være muligt at sende medlemmer en mail med deres MS-jubilæum, når de har været medlem af MS i x-år. - Det er ønskeligt at kunne sætte alerts op til ansatte, når medlemmer har været med i ekstraordinært lang tid, fx 20 år. - Det skal være muligt at indtaste sit cpr.nr. direkte i CRM frem for via ms.dk, når et medlem vil tilføje sit cpr.nr.

2.3.7.11 Scenarie – Mail- og SMS-udsender

ID		CampaignAutomation10	
Formål	Beskrivelse af, hvordan fundraiser hos MS arbejder med at sende mails og sms'er ud		
Systemer	X	CRM	X OnlineFundraising
	X	Marketing Automation	X Website
		Integrationsmotor	Webshop
		Dialer	
		Billetsystem	
Beskrivelse	Som ansat i MS skal det være nemt at have et overblik over de kommunikationsflows, der kører. Man skal lave sine mails og sms'er fra CRM frem for i mailklient og via Online Fundraising.		
Krav	Det skal være muligt at kontrollere hvor mange mails og sms'er der bliver sendt ud i en given periode, så vi ikke overstiger x antal Det skal være muligt at sætte en mail eller sms til at blive udsendt på et senere tidspunkt, samtidig med at der er en sikring af, at SMS'er ikke bliver sendt om natten. Der skal være et overblik over segmenter, og det skal være let at segmentere ens kommunikation. Der må ikke være en øvre grænse for, hvor mange modtagere der er i CRM. Det skal være nemt at opsætte en flot mail baseret på eksisterende skabeloner uden kendskab til CSS og HTML Det vil være ønskeligt, hvis der kan opsættes reminders til ansatte, når et flow har eksisteret i x antal måneder for at undgå flows med outdated indhold. Det vil være ønskeligt med et rating system for mailmodtageres engagement, så det kan ses, hvem der generelt åbner, hvem der klikker, hvis mails der altid		

	bouncer etc. Det vil være godt, hvis mails, der bouncer x antal gange kan samles, så der nemt kan laves en sletning af disse. Det vil være ønskeligt med en SMS skabelon, hvor alle faste informationer altid er med fra starten som fx afsender og beløb. Det skal være nemt at trække remarketinglister ud, som dynamisk opdateres. Listerne skal også manuelt kunne opdateres med det seneste data. Det skal være muligt et afgrænset flow – fx for unge medlemmer – som automatisk ryger videre til en anden mail, når flowet er slut
--	---

2.3.8 Rapportering

2.3.8.1 Scenarie: Udtræk af data

ID		Rapportering1	
Formål	Muliggøre behandling af data til rapporter og analyser		
Systemer	X	CRM	OnlineFundraising
		Marketing Automation	Website
		Integrationsmotor	Webshop
		Dialer	
		Billetssystem	
Beskrivelse	1. Det skal være muligt at trække data ud, så det kan behandles i excel og PowerBi til analyser og rapporteringer 2. Mulighed for at se udviklingen inden for specifikke segmenter, fx mennesker, der er kommet ind kun med mails, og opsætte kommunikationsflows, hvor vi får beriget data med telefonnummer, samt mulighed for at opsætte statistik for at følge performance 3. Mulighed for at sammenligne mailperformance på tværs af mails, så det er nemt at sammenligne åbningsrater, klikrater og frameldinger. Det er ønskeligt, hvis det også er muligt at sammenligne med markedet generelt. 4. Mulighed for at følge udvikling over tid og se frafald på flows.		
Krav	Mulighed for manuelt at tilføje data til rapoprtering fx donationer fra Facebook Fundraisers eller direkte til banken. Det er ønskeligt, hvis man kan opsætte brugerspecifikke dashboards og selv som bruger til- og fravælge de kampagner, man ønsker at følge via campaign codes.		

2.3.8.2 Scenarie - Skelne mellem medlemmer og faste støtter

ID		Rapportering2		
Formål	Skelnen mellem medlemmer og faste støtter			
Systemer	X	CRM		OnlineFundraising

		Marketing Automation		Website
		Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	Det skal være muligt at kunne skelne mellem, om en person er medlem (betaler 290 kr. årligt uden skattefradrag), er fast støtte oveni medlemskab, eller kun er fast støtte (får fuldt skattefradrag) Det skal nemt kunne trækkes ud i rapporter, hvor mange medlemmer og faste støtter, MS har. Det skal være nemt at ændre et medlem, der ønsker at blive til fast støtte og få fuldt skattefradrag. Bemærk, at hver donation kan markeres for et medlem eller ej !			

2.3.8.3 Scenarie – Import af enkeltdonationer

ID	Rapportering3			
Formål	Skelnen mellem medlemmer og faste støtter			
Systemer	X	CRM		OnlineFundraising
		Marketing Automation		Website
		Integrationsmotor		Webshop
		Dialer		
		Billetsystem		
Beskrivelse	MS modtager donationer via MobilePays numre (MobilePay Erhverv Platform). Disse donationer skal kunne læses ind i CRM og bruges i rapporter. Det samme gælder donationer overført direkte til en bankkonto.			

2.3.9 Leadflow

Heri er beskrevet vores eksisterende leadflow. Det er forretningskritisk, at flowet – med de forbedringer, der kommer af at samle data frem for at have dem i en datamart samt lave automatiseringer - findes i det nye setup.

Signaturer indsamles fra ms.dk eller andre kampagner (fx fra Playable, hvor det bliver uploadet/gemt som csv) fra forskellige kilder.

Alle signaturer gemmes i Datamart, hvor de 'vaskes' (eks. format checket for telefonnumre og email),

BEMÆRK de gemmes alligevel med et mærke for email_OK og phone_OK

Data gemt: Kilde, udtræksdato, kampagne, navn (for og efter), telefon og/eller e-mail

Der kontrolleres, at personen ikke er blevet videresendt til telemarketing inden for det seneste år, og at vedkommendes oplysninger (især telefonnummer) ikke er på stopfilen. Det er afgørende for MS, at folks ønske om ikke at blive kontaktet respekteres.

En automatisk proces, der køres hver nat, udtrækker nye signaturer og sender leads (via FTP eller SFTP) til telemarketing. Hver aktiv kampagne er grupperet, så en kvalificeret person inden for TM kan snakke med de forskellige leads om netop det emne, de har skrevet under på. Formålet er at hverve nye medlemmer.

Alle signaturer bør opbevares med tilstrækkeligt detaljerede oplysninger, så MS kan identificere den eller de kampagner, hvor en person har tilmeldt sig, så hvis der er et spørgsmål om, hvornår og hvorfor MS har kontaktoplysninger, kan det besvares.

Det skal være muligt for en person at trække sin underskrift tilbage, hvorfor det samlede antal underskrifter skal falde tilsvarende.

Det skal være muligt at se antallet af underskrivere på tre forskellige niveauer:

- Alle, der har skrevet under
- Alle, der har skrevet under fratrullet dupletter (baseret på telefonnummer og email)
- Alle nye leads fra en underskriftindsamling

2.3.10 Skatteindberetning

I december tjekkes alle bidrag, der er givet i det foregående år - medlemsdonationer (hvor der er kontingent, der ikke er fradragsberettiget), 'andre' donationer (enkeltdonationer (one off) og faste betalinger) samt webshopskøb. Det er vigtigt, at fortrudte donationer, der er refunderet, er trukket fra beløbet.

Der kontrolleres, om CPR er kendt. Der sendes en e-mail til alle, der er berettiget til skatteindberetning, med oplysninger om de beløb, de har givet, og hvad grænserne for skattefradrag er.

De, der ikke har informeret MS om CPR, opfordres til at gøre det via hjemmesiden eller Medlemsservice.

Tæt på SKATs deadline (i januar) for erhvervsskatteindberetning trækkes tallene ud igen og uploades til SKAT i deres automatiserede erhvervsproces. Hver klient, som er indberettet til SKAT, er markeret med en særlig transaktion så den er synlig for eventuelle opfølgende spørgsmål.

Selvom Global Contact har et 'obligatorisk' medlemskab hos os, går de ind i en separat proces.

2.3.11 Brugerrettigheder

Det er vigtigt at kunne oprette forskellige brugergrupper baseret på, hvilket team de hører til (med afsæt i ActiveDirectory og organizational units), samtidig med at der også findes forskellige brugere. Det er særligt vigtigt på sigt, i takt med at Dynamics bliver brugt af andre end Supporter Fundraising teamet. Det skal være muligt at følge data på tværs af teams, men uden at alle teams kan benytte dataen. Fx vil MS kunne se, om en person både har rejst med Global Contact, er blevet frivillig og giver donationer ved hjælp af en unique identifikationsmarkør per person, men det er afgørende, at vedkommende kun kan modtage kommunikation fra MS, inden for de områder, hvor vi har tilladelse. Særligt vigtigt er det her at skelne mellem de teams, der er underlagt markedsføringsloven, og dem, der ikke er.

Indledningsvist vil der være brug for disse brugere:

1. Administrator: Skal have så vidtgående rettigheder som muligt og tildeles kun én person hos Mellemfolkeligt Samvirke
2. Redaktør: Skal kunne oprette, ændre og slette kommunikationsflows, søge kontakter frem og ændre samt slette disse, tilgå og oprette samt ændre i rapporter
3. Redaktør light: Skal kunne ændre kommunikationsflows, søge kontakter frem og ændre i disse, samt kunne tilgå og læse rapporter

4. Analytiker: Skal kunne tilgå og læse rapporter
5. Medlemsservice redaktør: Skal kunne søge kontakter frem samt ændre i disse, skal kunne oprette nye aftaler i Online Fundraising samt ændre i disse, skal kunne oprette opgaver

Det skal være sat op, så der altid kan rulles en backup på, som overskriver menneskelige fejl, og så det kun er de færreste steder, hvor der arbejdes med rådata.

Det skal ikke være et krav for brugere, at de har en MS-adresse.

2.4 Tekniske krav til CRM

2.4.1 Hosting

Løsningen placeres i vores miljø i Azure og gøres tilgængeligt for systemejere, IT og Mellemfolkeligt Samvirkes IT-leverandør for tilfældet. Alternativt hos leverandøren som totalleverandør. Hvis leverandør hoster, ønsker der i tilbuddet en beskrivelse af håndtering af backups og restores, implementering af patches samt generel house keeping i databasen.

Der etableres efter behov et spejlet udviklingsmiljø og testmiljø i Azure med samme tilgængelighed som produktionssystemet.

Mellemfolkeligt Samvirke
Azure ID: 3c41b599-f42e-41c3-b837-b8a13451b079

Behovet for plugins, extensions, 3rd party tools begrænses for at nedbringe risikoen ved produktionsstop i forbindelse med opgradering o.l.

2.4.2 CDS API

Integrationsmotor skal kunne håndtere throttling, se [link](#), uden at data går tabt. Antal totale API kald per 24 timer, skal holdes på et forsvarligt niveau for at undgå ekstra omkostninger, se [link](#).

CRM-leverandøren skal redegøre for hvordan ovenstående adresseres.

2.4.3 Performance

Systemets performance påvirkes negativt, når en større mængde asynkrone processer (asynkrone workflows og plugins) eksekveres samtidigt i løsningen.

CRM-leverandøren skal redegøre for, hvordan ovenstående adresseres.

I det eksisterende setup opleves der svartider på over 20 minutter på simple forespørgsler. Det forventes at svartiden i det nye setup holdes på et absolut minimum og følger industristandarderne. Det forventes angivet i tilbuddet, hvad de forventede svartider vil være.

Der ytres ønske om gennemsigtighed i forhold til databasevedligehold og optimering, det skal derfor tænkes ind i aftalen, at der køres vedligehold med dokumentation med regelmæssige mellemrum, f.eks. hver halve år.

Der sendes store mængder mails ud og det er af stor vigtighed, at det står klart for brugere når mails bouncer, så der kan handles på det. Det skal derfor tænkes ind i designet, at returmails bliver korrekt fortolket og omsat til noget forståeligt.

Der ønskes en beskrivelse af, hvordan nedetider i systemet vil blive håndteret af leverandøren, herunder kommunikation til MS, i tilbuddet.

2.4.4 Unmanaged solutions

Mellemfolkeligt Samvirke skal gives adgang til et miljø der alle tilpasninger som udgangspunkt er tilgængelige som unmanaged solutions for tilpasning. Undtagelse kan gøres for komponenter der er proprietær. Dette for at sikre, at Mellemfolkeligt Samvirke er leverandøruafhængige og selv kan videreudvikle løsningen.

2.4.5 Optioner

På sigt kunne udbygges til at kunne rumme vores rejseprogram Global Contact (FileMaker Pro), vores udbygning af kurser, Global Platforms (Podio), samt CRM for Globalhagen Hostel og Café.

FileMaker Pro bruges af vores rejseprogram og indeholder oplysninger om personer der rejser ud i verden med Mellemfolkeligt Samvirke. Data modtages fra Jysk Rejsebureau.

Der skal integreres med mailflows og en integration med Drupal-sites og evt. en integration til ActionAid Learning.

Podio anvendes til bookning af træning for skoleklasser. Der skal på sigt tilbydes en lignende løsning der ikke involverer Podio. Udbygning af Dynamics CRM 365 til booking af disse aktiviteter (uden datamigrering) skal tænkes ind.

Vores hostel og café bruger unge frivillige og erfaringsmæssigt har disse frivillige en livscyklus hvor de en periode er frivillige, holder pause, vender tilbage og bliver måske sendt ud i verden og på sigt måske ansat. Der er ønske om et system der tilgodeser denne life cycle, både på kort sigt med registrering af personoplysninger, vagter og arbejdsopgaver o.l. og på længere sigt som frivilligdatabase.

FileMaker er en databaseapplikation, der bruges til at oprette brugerdefinerede databaser, der kan tilpasses forskellige forretningsbehov. Med FileMaker kan brugerne oprette en database fra bunden eller bruge en af de eksisterende skabeloner for at oprette en database til specifikke formål som projektledelse, lagerstyring, kundekontakter, salg og marketing, personaleadministration og mere.

Podio er en cloud-baseret samarbejdsplatform, der giver brugerne mulighed for at oprette og tilpasse arbejdsområder og applikationer til at håndtere forskellige forretningsprocesser og projektstyring. Det tilbyder en bred vifte af funktioner, herunder opgavehåndtering, tidsregistrering, filhåndtering, kalenderintegration og chat. Podio er kendt for sin fleksibilitet og tilpasningsdygtighed, hvilket gør det muligt for brugerne at oprette brugerdefinerede arbejdsområder og applikationer, der passer til deres specifikke behov. Det kan også integreres med andre applikationer og tjenester, såsom Dropbox, Google Drev og Salesforce, for at give en mere omfattende løsning til samarbejde og projektstyring. Podio blev oprindeligt lanceret i 2009 og blev senere erhvervet af Citrix Systems, Inc.