

# Nová éra prodeje: Nabídněte zákazníkům vynikající zákaznickou zkušenost

Vydáno v září 2014

Pro nejčerstvější informace navštivte  
[www.poznej-zakazniky.cz](http://www.poznej-zakazniky.cz).



Nová éra prodeje:  
Nabídněte zákazníkům vynikající zákaznickou  
zkušenost

# Obsah

Úvod do problematiky	3
Dnešní kupující v segmentu B2B	4
Prodej podle Microsoftu	5
Proměňte poznaty ze sociálních sítí v zakázky	6
Prodávejte jako tým	7
Transformace prodejních procesů	8
Zcela nový pohled na data o prodejích a obchodu	9
Vaše prodejní kancelář – kdykoli a kdekoli	10
Závěr	12
Další zdroje informací	13

# Úvod do problematiky

Technologie od základu mění fungování obchodně-prodejních týmů. Zvyšují náročnost prodeje, protože zákazníkům často jako podklad k rozhodování stačí informace, které najdou na internetu. Při správném uplatnění ale mohou technologie prodejcům pomoci přizpůsobit se změnám tím, že zjednodušují proces prodeje a umožňují jim pracovat efektivněji a úspěšněji než kdy dřív.

Na webu nebo v sociálních sítích jsou dnes široce dostupné informace jako popisy produktů, zákaznické recenze nebo srovnání s konkurencí. Kupující tyto informace využívají, když si utvářejí názory a postupně zužují pole možností, z nichž vybírají – dlouho před tím, než osloví konkrétního dodavatele.

Když se pak kupující s prodejcem spojí, očekává rychlou reakci a nabídku přesně na míru potřebám své organizace. Chtějí-li obchodní oddělení a prodejci s těmito lépe informovanými a náročnějšími zákazníky efektivně komunikovat, musejí změnit styl své práce. Potřebují pracovat se sociálními sítěmi a těžit ze vztahů, které v nich budují, a využít dostupné technologie k tomu, aby na požadavky zákazníků dokázali pohotově reagovat. Tento dokument představuje vizi společnosti Microsoft, jak mohou obchodní oddělení uplatnit technologie tak, aby s menším úsilím získala více zakázek – aby byla produktivnější. Nabízíme v něm konkrétní příklady ukazující, jak úspěšní prodejní lídři transformují svou práci díky řešením společnosti Microsoft.

## Dnešní kupující v segmentu B2B

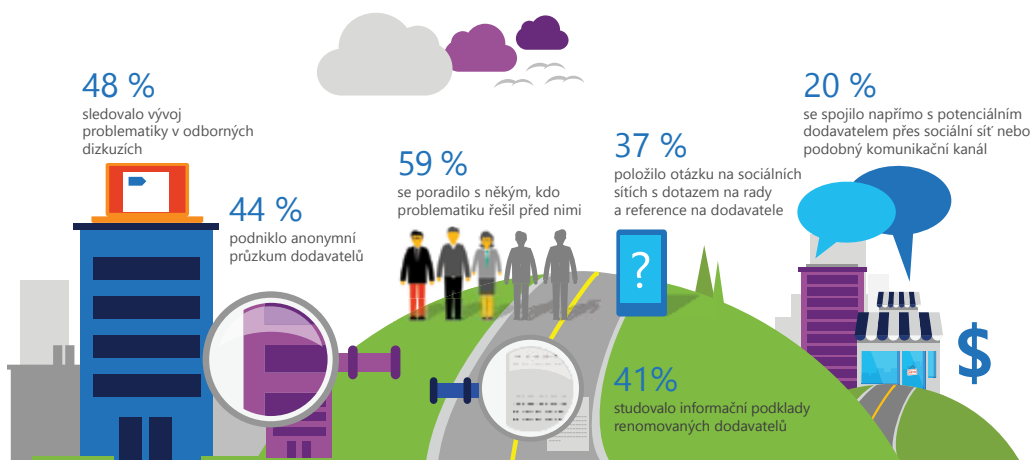
Prodejci dobře vědí, že s nástroji minulosti, jako jsou nevyžádané telefonáty, už dnes neuspějí. Obchodní zástupce má při prodeji po telefonu šanci pouhých 3 %, že potenciální zákazník hovor vůbec přijme. Míra odezvy na marketingové e-maily je méně než 3 %.<sup>11</sup> Telefonát potenciálnímu zákazníkovi, aniž přesně víme, co potřebuje, nemá valnou naději na úspěch.

Zákazníci obvykle sami identifikují své potřeby a aktivně hledají to nejlepší řešení ještě předtím, než kontaktují vybraného dodavatele. Hledají při tom informace na webových stránkách dodavatelů, dotazují se kolegů v obdobném postavení a sledují nebo rovnou iniciují diskuse v sociálních sítích.

Vzhledem k tomu, kolik informací si zákazníci mohou obstarat sami, by nás nemělo překvapit, že v okamžiku, kdy osloví vybranou společnost, už za sebou mají až 57 % nákupního procesu.<sup>111</sup> Ve skutečnosti vyjde u 80 % kupujících první kontakt s potenciálním dodavatelem z jejich strany a často při něm už mají jasnou představu, jaké řešení potřebují.<sup>11V</sup>

Představa, že nemá pod kontrolou více než polovinu procesu prodeje a měl by čekat na telefonát od potenciálního zákazníka, nenaplní nadšením žádného zkušeného prodejce. Vždy si bude vědom množství unikajících příležitostí. Společnost Microsoft nabízí řešení, které pomohá procesy spojené s prodejem modernizovat tak, aby se uplatnily ve změněném prostředí 21. století.

### Na cestě k nákupu v B2B segmentu <sup>1</sup>



# Prodej podle Microsoftu

Se správným řešením na podporu produktivity prodeje mohou prodejní oddělení od základu proměnit styl své práce. Řešení Microsoft pro prodejce zlepšuje jejich možnosti v pěti hlavních oblastech: v sociálních sítích, identifikaci příležitostí, spolupráci, automatizaci procesů a při použití mobilních technologií. Zlepšení těchto funkcí v rámci uceleného řešení dovoluje zacílit na potenciální zákazníky dříve než konkurence, získat je rychleji díky týmové spolupráci na tvorbě přesně zacílených nabídek, které se odlišují od konkurentů, a díky tomu všemu zvýšit prodej.

Microsoft nabízí snadno ovladatelné prostředí služby Microsoft Dynamics CRM, která je interoperabilní se službami Microsoft Office 365, Yammer a PowerBI. Prodejci tak na jednom místě najdou všechny své úkoly, od zobrazení prodejních příležitostí přes přehled o společnostech, vyhledávání kontaktů v sociálních sítích, komunikaci s potenciálními zákazníky a analýzy prodeje až po tvorbu prodejních nabídek. Není tak nutné přepínat mezi aplikacemi – moderní uživatelské prostředí prodejcům poskytne všechny informace v souvislostech.

## Řešení Microsoft na podporu produktivity prodeje splňuje potřeby celého prodejního oddělení <sup>v</sup>

### Šéfové prodeje

- Přesný přehled a obraz o výkonnosti firmy
- Schopnost objevovat nové příležitosti a korelace souvislostí
- Prodejní oddělení orientované na zákazníka

### Manažeři prodeje

- Nástroje pro plánování a řízení s ohledem na různá KPI
- Přehled pro vyšší konkurenceschopnost
- Produktivní prodejci, kteří jsou úspěšní jako tým
- Vyšší úspěšnost získávání nových zákazníků a zakázek

### Prodejci

- Ověřené obchodní příležitosti
- Přehled pro rychlejší uzavírání větších zakázek
- Ucelený 360° pohled na zákazníka
- Větší prodeje a méně stresu
- Přístup k CRM odkudkoli

## Proměňte poznaty ze sociálních sítí v zákazky

Vaši zákazníci využívají sociální sítě k vyhledávání informací o vás a vašich produktech a zanechávají za sebou „digitální stopu“. Neměli byste toho využít k získání poznatků o svých zákaznících? Možná se dozvíte, že potenciální klient není spokojen s konkurenčním produktem, nebo zjistíte, že má výhrady k vašemu řešení. Můžete si také přechystat, že zákazník vaše řešení doporučil někomu ze svých známých, a získat tak novou obchodní příležitost. Prodejní tým teď může mít v reálném čase přehled o aktivitě vašich kontaktů a zákazníků v sociálních sítích a komunikovat se zákazníky například na LinkedInu a Twitteru přímo ze systému CRM.

Díky integraci dat ze sociálních sítí do systému CRM se z nich stává přirozená součást prodejního procesu. CRM vás informuje o nejnovějších tématech, o nichž se na trhu diskutuje, a k tomu vám poskytuje obchodní informace o firmách, takže máte stále přehled o aktivitách svých zákazníků. To, zda máte tyto informace v reálném čase, může rozhodnout o tom, zda předstihnete své konkurenty.

Funkce sledování sociálních sítí (social listening) navíc prodejcům pomáhají získat včasný vhled do problémů, kterým zákazníci čelí, a být v kontaktu s nejvlivnějšími členy komunity. Zaznamenávají také signály nákupu, které se v sociálních sítích projeví. Když lidé vyšlou signál, že mají o něco zájem, nejsou spokojeni se stávajícím řešením nebo hledají víc informací k nějakému tématu, znamená to pro prodejce příležitost zapojit se. Funkce pro sledování sociálních sítí jsou v řešení Microsoft integrovány tak, že jsou dostupné všem uživatelům.

V programu Yammer mohou prodejci se zákazníky konverzovat ve vyhrazeném pracovním prostoru online (mimo běžné sociální sítě, avšak se stejným komfortem okamžitých reakcí). S integrací programů Microsoft Lync a Skype do systému CRM získávají prodejci další obrovskou výhodu. Funkce federování v Lyncu nebo konektivita programů Lync a Skype propojují komunikační prostředí mezi vámi a vašimi zákazníky, takže máte vždy k dispozici informace, zda je zákazník online, nebo pokročilé funkce chatu a konferenčních hovorů. Se svými zákazníky se pak spojíte jediným kliknutím.

E-mail odeslaný interní poštou v síti LinkedIn vašemu kontaktu 2. stupně (tedy člověku, kterého zná někdo z vašich známých) má v případě, že se na společného známého ve zprávě odkážete, neuvěřitelnou 67% míru odezvy!<sup>VI</sup>

# Prodávejte jako tým

Prodejci dnes ve většině případů neuspějí individuálně. Kupující očekávají řešení překlenující tradiční rozpor v různých fázích životního cyklu zákazníka, jako jsou fáze prodeje, fáze využívání/odběru služby, nebo fáze poprodejní podpory, a úspěch prodejců tak závisí na spolupráci celé organizace.

Prodejní oddělení potřebují vhodné nástroje pro spolupráci a komunikaci, aby mohla fungovat ve spojení se zbytkem firmy. Tyto nástroje musejí být mobilní a měly by být součástí systému CRM. V řešení Microsoft jsou do systému CRM integrovány základní funkce, včetně programů Lync a Skype, Yammer a Microsoft SharePoint a Office365, které prodejcům umožní pracovat v prostředí aplikace CRM jako tým.

Lync a Skype nabízejí jednoduchý a výkonný způsob interakce s kolegy, partnery a dalšími kontakty. Prodejci mohou u klienta rychle vyhledat odborníky na konkrétní témata nebo pracovníky s rozhodovací pravomocí a uspořádat pro ně schůzku, kde se zodpoví poslední dotazy, a mohou uzavřít zakázku mnohem rychleji. Uživatelé v aplikaci vidí ikony označující, zda jsou kolegové přítomni, a mohou zahájit interakci jediným kliknutím.

Členové týmu mohou přímo ze systému CRM komunikovat také pomocí Yammeru. Yammer prodejcům umožňuje čerpat ze znalostní báze celé organizace, ať už jsou kdekoli. Konverzace lze uspořádat podle kontaktů, zákazníků nebo dalších filtrů, takže vždy získáte potřebné informace o těch správných lidech v tu správnou dobu.

Díky informačním kanálům Yammeru vestavěným do řešení Microsoft Dynamics CRM například týmy společnosti Trek Bicycle sdílejí nápady, spolupracují na projektech a mohou rychleji přijímat rozhodnutí. „Věci se posouvají vpřed, protože všichni máme nebyvalý přehled o dění v celé pracovní skupině,“ potvrzuje Steve Novoselac, manažer pro business intelligence a vývoj v prostředí .NET ve společnosti Trek Bicycle.<sup>viii</sup>

Správa dokumentů a informací je jednou ze základních součástí prodeje. Díky integraci řešení SharePoint do systému CRM nejsou týmy nuceny používat pro správu dokumentů další aplikaci. Každý člen týmu, který pracuje na prodejním dokumentu, například na prezentaci nebo nabídce, tak může využívat výkonné funkce spoluvytváření dokumentů a správy verzí.

„Na prvním místě je integrace. Dynamics CRM celé řešení zastřešuje, ale v zákulisí nezapomínáme komunikovat se všemi zainteresovanými přes Yammer, jako základ systému pro správu znalostí využíváme SharePoint, Lync nám slouží k tomu, abychom měli přehled o přítomnosti kolegů – páteří naší kancelářské infrastruktury jsou služby Office 365.“

— Paul Marriott-Clarke, obchodní ředitel, Metro Bank<sup>vii</sup>

# Transformace prodejních procesů

V ideálním případě potřebují prodejci snadno ovladatelné nástroje, které jim poskytnou obsah relevantní pro tu fázi prodejního cyklu, ve které se právě nacházejí. Tomu může napomoci dobře definovaný proces. Procesy podporují uplatňování doporučených a osvědčených postupů a jednotný přístup k problematice napříč organizací. Zároveň prodejci umožňují pracovat flexibilně tak, aby zákazníkům nabídli skvělé služby.

Tradiční byznys procesy používané v CRM, jako je správa obchodních příležitostí, však často stály na těžkopádných a nepřehledných pracovních postupech. Vyžadovaly tak rozsáhlé školení uživatelů, kteří je nepřijímali právě ochotně. Microsoft Dynamics CRM nabízí k procesům intuitivní grafické návody, což zaručuje rychlé a široké osvojení řešení v řadách prodejců. Systém uživatele provádí procesem krok za krokem, takže si prodejci práci v něm rychle „osahají“ a nejsou nutná nákladná školení.

Systém CRM lze navíc snadno integrovat s dalšími aplikacemi Microsoft, například s Outlookem. Prodejci tak mají na jednom místě k dispozici kalendář, e-mail a další nástroje. Prodejci tak vůbec nemusí opustit aplikaci, na kterou jsou zvyklí již mnoho let.

„Množství kritérií stanovených našimi týmy nás logicky dovedlo k volbě Microsoft Dynamics CRM. Naprosto zásadní faktorem byla integrace se sadou Microsoft Office, zejména s aplikací Outlook. Lidé odmítali spravovat dva oddělené kalendáře a chtěli mít možnost ukládat si do systému CRM e-maily. Dynamics CRM těmito funkcemi disponuje,“ popisuje Isabelle Dufexová, vedoucí vztahů s institucionálními klienty ve společnosti Sociétés Générale Corporate & Investment Banking.<sup>x</sup>

Systém CRM obsahuje předpřipravené šablony byznys procesů s doporučenými postupy pro jednotlivá odvětví. Kroky procesů si lze přizpůsobit, případně jednoduchým ovládním typu „ukaz a klikni“ vytvořit nové procesy. Oddělení prodeje tak mohou pružně a pohotově reagovat na veškeré požadavky. Pokud organizace odhalí nový trend, na který je potřeba rychle reagovat, je možné byznys proces okamžitě upravit tak, aby zahrnoval nově požadované kroky nebo výsledky.

„Očekáváme, že prostřednictvím řešení Microsoft Dynamics CRM poskytneme všem kolegům naše standardní procesy a pracovní postupy.“

— David Peterson  
manažer podnikové spolupráce  
Trek Bicycle Corporation <sup>ix</sup>



# Zcela nový pohled na data o prodejích a obchodu

Aby získali co nejpřesnější přehled o stavu firmy, potřebují manažeři proměnit data v informace a ty pak využít k rychlejšímu přijímání lepších a rozhodnutí. Řešení Microsoft pomáhají manažerům prodeje zaměřit se na podstatné informace. Poskytují jim k tomu výkonné řídicí panely s vizualizacemi v reálném čase.

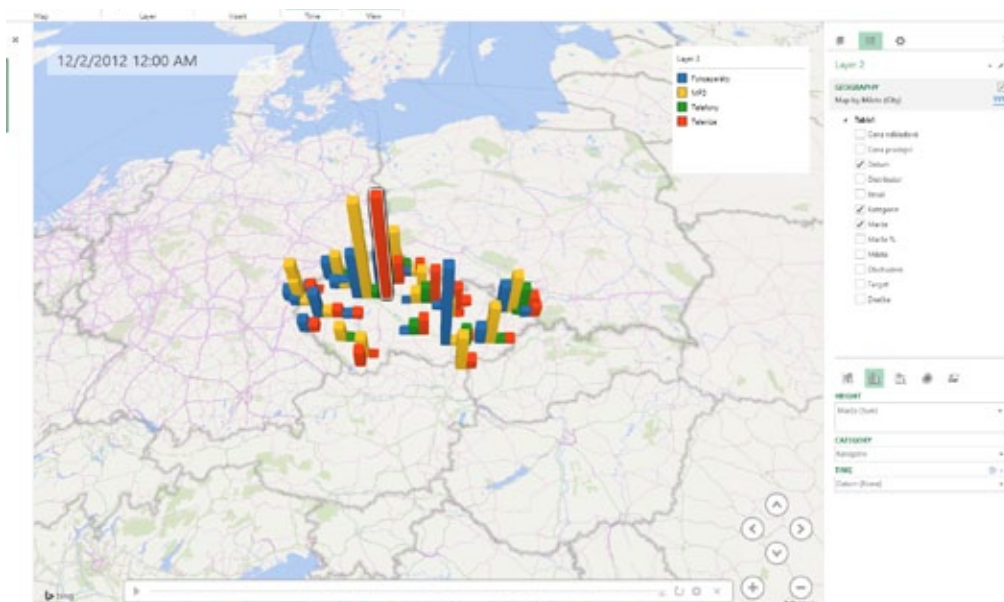
Organizace mohou nastavit prodejní oblasti, týmy a ceníky s ohledem na optimální efektivitu a přehlednou správu nabídek v rámci CRM. Systém zároveň poskytuje vestavěné přehledy o prodeji, které dovolují zpracovávat pokročilé analýzy bez asistence IT.

„V každém okamžiku [díky Microsoft Dynamics CRM] víme, jaké tržby potřebujeme generovat. Dokážeme odhadnout šanci na úspěch při získání nové zakázky i její finanční efekt na náš provoz,“ uvádí Jason Taylor, ředitel informatiky, SAGE Automation.<sup>xI</sup>

Manažeři prodeje mohou s grafy a sestavami interaktivně pracovat tak, aby se zaměřili přesně na ty statistiky, které potřebují, a správně rozhodli o dalších krocích. Pro komplexnější analýzu se data dají jednoduše exportovat do Excelu a využít doplněk Power BI pro Office 365.

„Informace, které nyní dokážeme získat [díky Microsoft Dynamics CRM], nám pomáhají zachytit trendy na trhu a všimnout si nových příležitostí,“ pochvaluje si James Fleming, vedoucí skupiny IT, Victrex.<sup>xII</sup>

## Vizuální nástroje umožňují snadné zobrazení dat a jsou snadným způsobem nahlížení na chod firmy



# Vaše prodejní kancelář – kdykoli a kdekoli

Zákazníci jsou náročnější než kdy dřív. Konkurence narůstá. S vyřizováním některých záležitostí už není přijatelné počkat, až se vrátíte z terénu do kanceláře. Vzhledem k těmto výzvám se aplikace CRM v mobilních zařízeních stávají stále nepostradatelnějšími prodejními nástroji.

Díky systému CRM mohou být prodejci i manažeři produktivní a pohotově reagovat, ať jsou kdekoli. V mobilním telefonu nebo tabletu zobrazí potřebné informace v reálném čase. Uživatelské rozhraní přitom napříč zařízeními zůstává jednotné.

„[Microsoft Dynamics CRM] mně jako generálnímu řediteli během návštěv u klientů umožňuje získat přehled o celkovém vztahu s daným klientem. Takovou možnost jsem nikdy dříve neměl,“ vyzdvihuje Bob Gogel, generální ředitel, Integreon.<sup>xiii</sup>

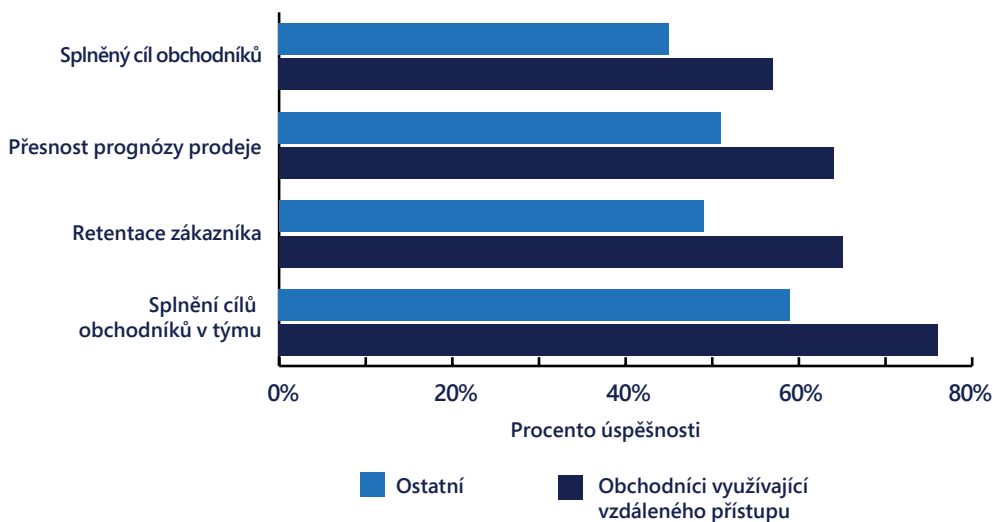
Díky možnosti sledovat v telefonu oznámení, která si nastaví, mají prodejci přehled o všem, co se právě děje. Cestou na schůzku s potenciálním klientem uvidí otázku, kterou tento zákazník právě publikoval v síti LinkedIn, takže si ujasní, jaké obavy bude během schůzky třeba rozptýlit.

Když prodejci aktualizují informace o svých aktivitách, kontaktech a příležitostech přímo v terénu, má celý tým přehled v reálném čase a může pracovat s vysokou produktivitou i mimo kancelář. Když během schůzky publikujete dotaz na Yammeru, můžete dostat okamžitou odpověď, která zákazníka podpoří v rozhodnutí. Všechny tyto funkce zároveň pomáhají organizacím sledovat prodejní aktivitu svých zaměstnanců.

„Microsoft Dynamics CRM nám umožňuje řídit, monitorovat a podporovat prodejní týmy na dálku. Když jsme na nový systém přešli, výrazně to zvýšilo počet hovorů, které prodejci zvládnou, protože nové řešení je integrované a snadno se používá,“ komentuje Nick Cassidy, generální ředitel, Core Cost Management.<sup>XIV</sup>

S řešením produktivity prodeje od Microsoftu mohou prodejci těžit z dostupných dat a z podpory kolegů z týmu, i když jsou právě v terénu. Důležité postřehy se neztratí, otázky jsou okamžitě zodpovězeny a zadávání dat je zcela přesné.

### Mobilní přístup podporuje úspěšný prodej<sup>XV</sup>



## Závěr

Řešení Microsoft Dynamics CRM Online v kombinaci se službami Office 365 poskytuje prodejčům intuitivně ovladatelné prostředí orientované na procesy, které je provede potřebnými úlohami a nabídne jim informace potřebné k tomu, aby se mohli plně soustředit na uzavírání obchodů. Společnost Microsoft je lídrem v řešeních na podporu produktivity a spolupráce už desítky let a CRM spojuje její inovace v systému, který prodejčům dovoluje spolupracovat v týmu online i offline, v kanceláři i kdekoli na světě. Díky tomu, že jsou do prostředí CRM integrovány programy Microsoft Outlook, Lync, Skype, SharePoint a Yammer, jsou všechny vaše kontakty i potřebné informace dostupné jediným kliknutím.

S řešením Microsoft už prodejci nemusejí při plnění svých úkolů neustále přepínat z aplikace do aplikace. Všechny důležité informace mají k dispozici v souvislostech v přehledném uživatelském prostředí.

- Integrované nástroje zajišťují sledování aktivity v sociálních sítích.
- Funkce pro spolupráci urychlují odezvu a předcházejí zdvojení práce.
- Automatizace procesů prodejčům umožňuje zaměřit se na prodej a zajišťuje používání doporučených postupů.
- Vizualizace dat usnadňuje přehled o podniku a o situaci u jednotlivých zákazníků.
- Díky mobilním funkcím mají prodejci vždy přístup ke svým nástrojům a kolegům z týmu v jednotném a známém uživatelském rozhraní.

S těmito funkcemi mohou prodejní oddělení zacílit na ty správné zákazníky, získat je rychleji a prodat více.

### Další informace

Ve společnosti Microsoft je naší prioritou pomáhat organizacím v transformaci tak, aby prodejci mohli efektivněji prodávat a manažeři měli potřebné informace k rozhodování. Další informace o řešeních Microsoft pro produktivitu prodeje vám podá váš zástupce společnosti Microsoft. Můžete navštívit také web <http://www.microsoft.cz/dynamics>.

Řešení popsané v tomto dokumentu zahrnuje následující součásti:

- Microsoft Dynamics CRM
- Microsoft Office 365 E3 (obsahuje Lync Online, SharePoint Online, Exchange Online, Power BI pro Office 365, Yammer Enterprise a Office 365 ProPlus)

## Další zdroje informací

- I Buyer 2.0 and Solution Selling, Sales Performance International, 2013 <http://www.spisales.com/Sales-Process-and-Buyer-2.0/>
- II Dynamický prodejní tým, Microsoft, 2013, [http://download.microsoft.com/download/5/6/8/568082B5-F551-4423-8DBF-F634D7EE1B87/Whitepaper\\_Dynamicky-prodejni-typ\\_web.pdf](http://download.microsoft.com/download/5/6/8/568082B5-F551-4423-8DBF-F634D7EE1B87/Whitepaper_Dynamicky-prodejni-typ_web.pdf)
- III The New High Performer Playbook, CEB, Arlington, Virginie, 2012, <http://www.executiveboard.com/exbd/sales-service/challenger/new-decision-timeline/index.page>
- IV Kupující 2.0 a prodej řešení, Sales Performance International, 2013 <http://www.spisales.com/Sales-Process-and-Buyer-2.0/>
- V Dynamický prodejní tým, Microsoft, 2013, [http://download.microsoft.com/download/5/6/8/568082B5-F551-4423-8DBF-F634D7EE1B87/Whitepaper\\_Dynamicky-prodejni-typ\\_web.pdf](http://download.microsoft.com/download/5/6/8/568082B5-F551-4423-8DBF-F634D7EE1B87/Whitepaper_Dynamicky-prodejni-typ_web.pdf)
- VI Dynamický prodejní tým, Microsoft, 2013, [http://download.microsoft.com/download/5/6/8/568082B5-F551-4423-8DBF-F634D7EE1B87/Whitepaper\\_Dynamicky-prodejni-typ\\_web.pdf](http://download.microsoft.com/download/5/6/8/568082B5-F551-4423-8DBF-F634D7EE1B87/Whitepaper_Dynamicky-prodejni-typ_web.pdf)
- VII <http://www.microsoft.com/en-us/dynamics/metrobank.aspx>
- VIII [http://www.microsoft.com/casestudies/Case\\_Study\\_Detail.aspx?CaseStudyID=710000004000](http://www.microsoft.com/casestudies/Case_Study_Detail.aspx?CaseStudyID=710000004000)
- IX [http://www.microsoft.com/casestudies/Case\\_Study\\_Detail.aspx?CaseStudyID=710000004000](http://www.microsoft.com/casestudies/Case_Study_Detail.aspx?CaseStudyID=710000004000)
- X [Http://www.microsoft.com/casestudies/Dynamics-CRM/SOCIETE-GENERALE/Soci-t-G-n-rale-Corporate-u0026-Investment-Banking-takes-control-of-customer-relationships-using-Microsoft-CRM-solution/710000002814](http://www.microsoft.com/casestudies/Dynamics-CRM/SOCIETE-GENERALE/Soci-t-G-n-rale-Corporate-u0026-Investment-Banking-takes-control-of-customer-relationships-using-Microsoft-CRM-solution/710000002814)
- XI <http://www.microsoft.com/casestudies/Microsoft-Dynamics-CRM-2011/Sage-Automation/Dynamics-CRM-Online-helps-engineering-firm-enhance-sales-visibility-and-planning/710000003244>
- XII [http://www.microsoft.com/casestudies/Case\\_Study\\_Detail.aspx?CaseStudyID=710000004163](http://www.microsoft.com/casestudies/Case_Study_Detail.aspx?CaseStudyID=710000004163)
- XIII <http://www.microsoft.com/casestudies/Microsoft-Dynamics-CRM-Online/Integreon/Microsoft-Dynamics-CRM-drives-productivity-for-professional-services-company/710000001671>
- XIV <http://www.microsoft.com/casestudies/Microsoft-Dynamics-CRM-Online/Core-Cost-Management/Telecoms-Consultancy-Improves-Sales-Performance-with-Integrated-Solution/710000002589>
- XV CRM in the World of Buyer 2.0, Microsoft, 2013

The information contained in this document represents the current view of Microsoft Corporation on the issues discussed as of the date of publication. Because Microsoft must respond to changing market conditions, it should not be interpreted to be a commitment on the part of Microsoft, and Microsoft cannot guarantee the accuracy of any information presented after the date of publication.

This white paper is for informational purposes only. Microsoft makes no warranties, express or implied, in this document.

Complying with all applicable copyright laws is the responsibility of the user. Without limiting the rights under copyright, no part of this document may be reproduced, stored in, or introduced into a retrieval system, or transmitted in any form or by any means (electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise), or for any purpose, without the express written permission of Microsoft Corporation.

Microsoft may have patents, patent applications, trademarks, copyrights, or other intellectual property rights covering subject matter in this document. Except as expressly provided in any written license agreement from Microsoft, the furnishing of this document does not give you any license to these patents, trademarks, copyrights, or other intellectual property.

© 2014 Microsoft Corporation. All rights reserved.