

Demo Script Madsack Sales

Demo Org :

>>> Login Sales Cloud Org (SDO):

Demo Org :

>>> Login Sales Cloud Org (SDO direct login, only works from Salesforce VPN): <https://clicktologin.herokuapp.com/?un=trailsignup.3aed582f8aff73@salesforce.com&pw=Salesforce1>

Manual login from external: Go to Salesforce Login,

User Name:



trailsignup.3aed582f8aff73@salesforce.com


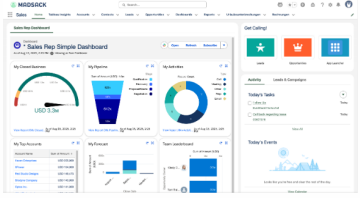

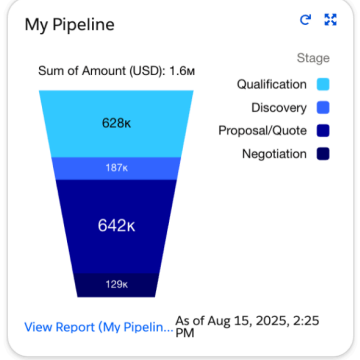
Password:

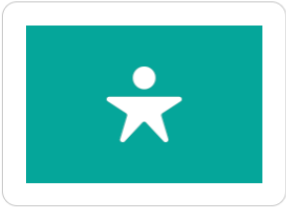
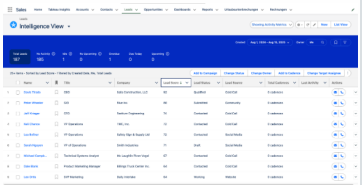

Salesforce1

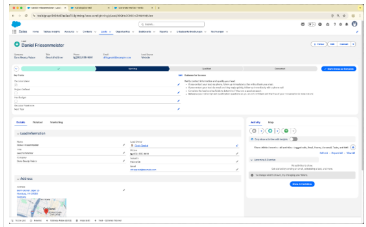

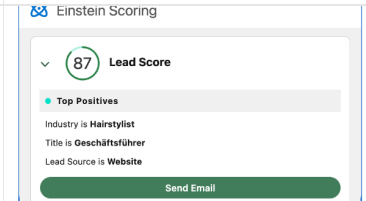

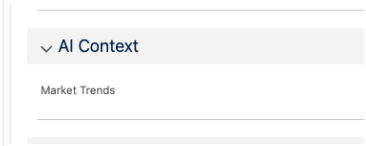
 Demo Personas









Persona Imagery: [Design Center Persona Library](#)

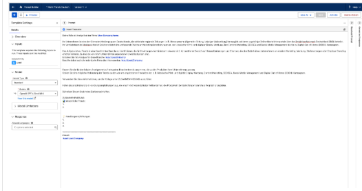

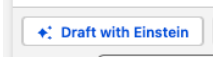
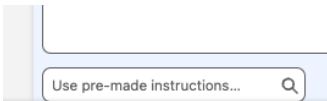
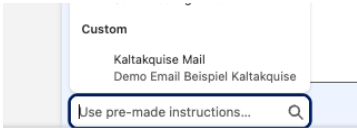
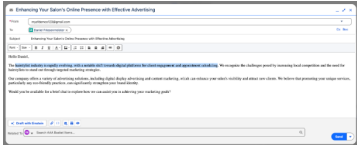
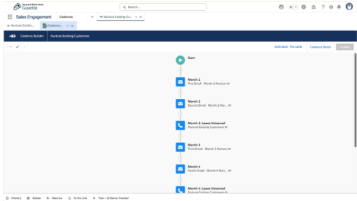
	Name	Role	Information
	Lauren Bailey	Customer	Lauren Bailey is the customer in this demo script. Use second Chrome profile
	You	Service Agent, Manager	You can demo both the Service Agent, Manager, and Admin flows as your Admin User
	VRM Gazette	Company	VRM Gazette, our fictional Media Company

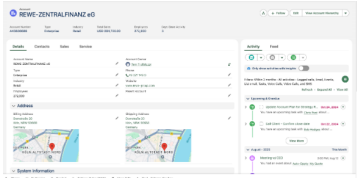

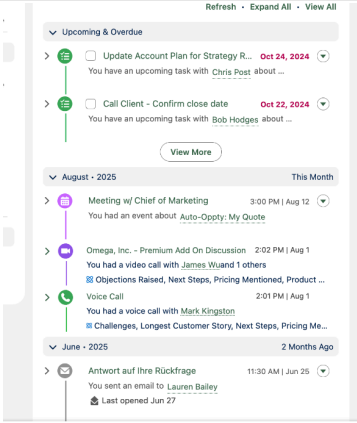

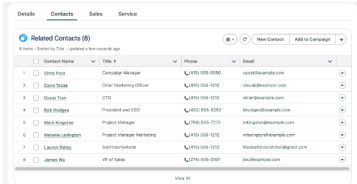
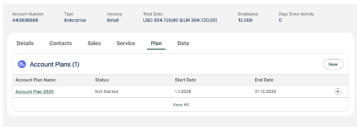
	A	B	C
1			
2	Chapter 1	Persona	Device
3	Customer Lauren Bailey Flow	 Lauren Bailey	Desktop
4			
5	Click Path/Screen	Talk Track	Screen shot
6			
7	Schritt 1: Lead Scoring		
8	Startseite	<p>Ich bin jetzt also in der Rolle eines Vertriebsmitarbeiters und habe mich morgens mit meinem Webbrowser in Salesforce eingeloggt.</p> <p>Nach dem Login sehe ich meine für mich angepasste Startseite, mit allen wichtigen Kennzahlen, die mich betreffen.</p> <p>Das ist so so was wie mein persönliches Cockpit, mit dem ich meine wichtigsten Zahlen und Aktivitäten immer im Blick habe.</p>	
9		<p>Was wichtig ist zu verstehen ist, dass die Salesforce Oberfläche hier und auch auf den anderen Bildschirmen in hohem Maße anpassbar ist.</p> <p>Welche Tools oder Daten ich hier sehe, kann frei bestimmt werden.</p> <p>Das Ziel ist, dass jeder Nutzer genau das angezeigt bekommt, was er für seine tägliche Arbeit braucht.</p> <p>Genau das habe ich jetzt für diese Demo auf Basis unseres Vorgesprächs vorbereitet.</p>	
10		<p>Die Idee ist, dass jeder Mitarbeiter Arbeitsplatz so eingerichtet bekommt, dass man wenig scrollen und selten das Fenster wechseln muss.</p> <p>So kann man besonders schnell und effizient arbeiten.</p>	
11		<p>Als Vertriebsmitarbeiter interessieren mich natürlich meine bisherigen Abschlüsse in diesem Jahr.</p> <p>Die sind hier als "Tacho" visualisiert.</p> <p>Wie wir auf einen Blick sehen, ist hier alles im grünen Bereich.</p>	
12		<p>Wir können aber nicht nur zurück blicken, sondern auch in die nahe Zukunft.</p> <p>Dafür gibt es einen sogenannten "Pipeline Report". Der zeigt mir, welche meiner offenen Deals sich in welcher Phase befinden, also in der Verhandlungsphase, der Angebotsphase oder noch davor.</p> <p>Der erwartete Gewinn pro Phase kann hier angezeigt werden.</p>	
13		<p>Diese "Pipeline Logik" kann natürlich auch verwendet werden, um eine Prognose für die nächsten Monate zu erstellen. Den sogenannten Forecast.</p> <p>So kann ich heute schon erkennen, wie sich das Geschäft entwickeln wird und entsprechende Maßnahmen ableiten.</p>	
14		<p>Ich könnte auch einen Vergleich meiner Vertriebsabschlüsse mit dem Team-Durchschnitt angezeigt bekommen, um meine Leistung besser einschätzen zu können.</p>	
15		<p>Grundsätzlich gilt:</p> <p>Egal welche Daten ich für meine tägliche Arbeit brauche, ich kann sie mir visualisieren und anzeigen lassen.</p> <p>Sie müssen nur in Salesforce verfügbar sein</p>	
16			

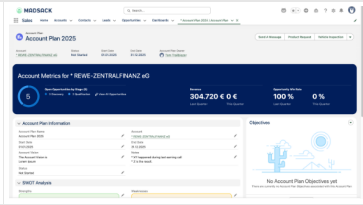
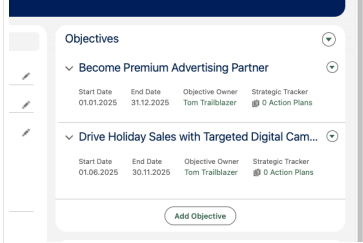
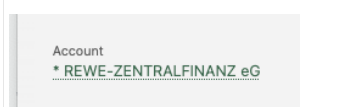
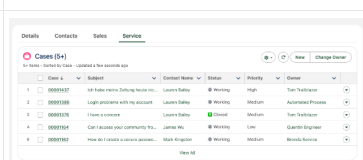
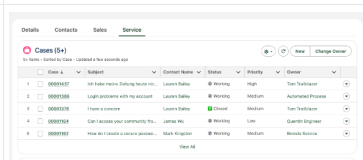
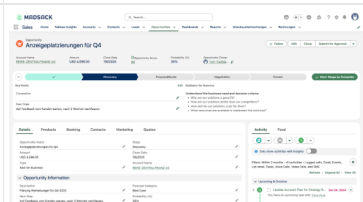

17	Leads Liste		<div><div>Get Calling!</div><div></div><div>Leads</div></div>
18	Lead Liste	<p>Ich sehe eine lange Liste mit neuen Leads, also potentiellen Neukunden.</p> <p>Sie können aus verschiedenen Gründen angelegt worden sein, z.B. als resultat von erfolgreichen Marketing-Kampagnen oder auch aus Konkurrenzbeobachtung, wenn ein Kunde bei einem anderen Medium Anzeigen schaltet.</p>	
19		Optional - Telefonnummer eines Contacts anklicken, CTI Simulation zeigen	<div><div>Open CTI Softphone: Av...</div><div> Bob Hodges Dialing ... 0:03</div><div>End</div></div>
20		<p>Oft gibt es mehr Leads, als unser Sales Team abarbeiten kann. Daher gibt es die Funktion des "Einstein Lead Scorings"</p> <p>Er hilft mir, die aussichtsreichsten Leads nach oben zu priorisieren, damit ich meine Zeit optimal investieren kann.</p> <p>Hier kann uns unsere künstliche Intelligenz "Einstein" helfen, die fester Teil der Salesforce Plattform ist.</p> <p>Einstein kann aus den vielen vorherigen Leads automatisch Muster erkennen und einen Score zwischen 0 und 100 ermitteln, wie wahrscheinlich eine Geschäftserfolg unter den bekannten Bedingungen wäre.</p>	
21			

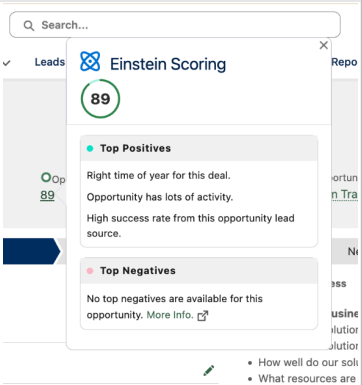
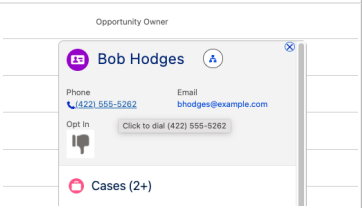
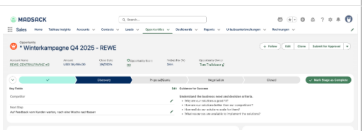
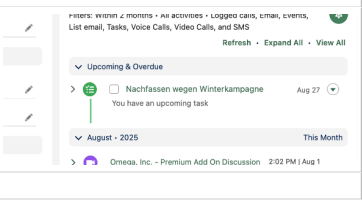
22			
23			
24			
25			
26	Schritt 2: Lead anreichern & Kaltakquise		
27	<p>Lead Detail Screen</p> <p>https://trailsignup-5464c67aa5aa73.lightning.force.com/lightning/r/Lead/00QH000003rxZHiMAM/view</p>	<p>Auf Lead "Daniel Friesenmeister"</p> <p>-Ein neuer Lead ist ins System gekommen. Quelle kann z.B. Marktbeobachtung sein, Lead hat Anzeigen bei der Konkurrenz geschaltet</p>	
28			
29		<p>Lead-Phasen zeigen, Phase anklicken, andere Felder werden nach oben gezogen, Guidance for Success</p> <p>Darunter sehen wir auf einen Blick, in welcher Phase sich der Lead befindet.</p> <p>Je nach Phase werden die dafür wichtigen Felder automatisch nach oben gezogen - so muss ich nicht suchen und scrollen.</p> <p>Auch eine Beschreibung der jeweiligen Phase kann angezeigt werden. Was ist wann zu tun?</p> <p>Das ist besonders gut für neue Kollegen, oder um zu garantieren, dass das Verständnis über die Schritte bei allen gleich ist.</p>	
30		<p>Der ist ja sehr hoch, und unsere künstliche Intelligenz Einstein zeigt uns hier auch gleich die stärksten Faktoren an, die zur Berechnung des Scores geführt haben.</p> <p>Der Score erklärt sich hier: Warum ein hoher Wert? Die wichtigsten Faktoren sind: Der Titel unseres Leads ist "Geschäftsführer" und Friseure buchen gerne bei uns regionale Anzeigen.</p> <p>(Wichtig für Madsack, Erklärbarkeit von KI Scores ist ein Kritikpunkt ihrer Bestandssysteme)</p>	
31		<p>Unser Lead, Daniel, ist also Geschäftsführer in der Friseurbranche. Viel mehr Informationen haben wir im Augenblick noch nicht.</p>	
32	Textfeld "Market Trends"	<p>Wie können aber generative AI nutzen, um mehr Kontext zu unserem Lead zu recherchieren.</p>	

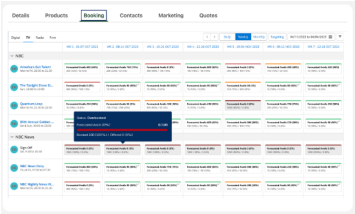
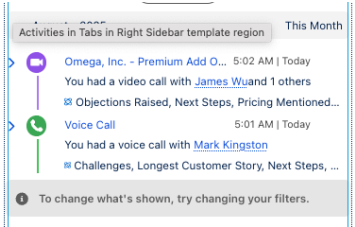
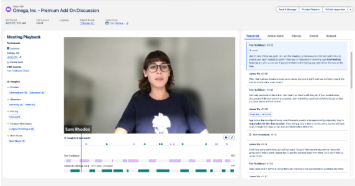
33	Klick auf GenAI Edit Button		
34		Mein Agentforce Employee Agent erstellt für mich ein individuell auf meine Produkte angepasstes Briefing über die Industrietrends aus der Industrie des Kunden. (in diesem Fall manuell, kann aber natürlich auch automatisiert erstellt werden)	<div>Here is what I came up with</div> <div> JOINT SUMMARY:  Overall Trends:<ul style="list-style-type: none">- The hairstylist industry is increasingly adopting digital platforms for appointment scheduling and client engagement, necessitating a stronger online presence.- Local competition is intensifying, prompting hairstylists to differentiate their services through targeted marketing strategies and personalized customer experiences.- There is a growing emphasis on sustainability and eco-friendly practices, which can be leveraged in branding and marketing efforts to attract environmentally conscious consumers. Suggested Actions:<ol style="list-style-type: none">1. Promote digital display advertising to enhance local visibility and attract new clients through targeted campaigns on social media platforms.2. Offer content marketing services that highlight unique selling points, such as eco-friendly practices or specialized services, to strengthen brand identity.3. Utilize SEO/SEA strategies to improve online search rankings, ensuring that local clientele can easily find hairstylist services in their area.</div> <div>Use</div> <div>Describe your task or ask a question... </div>
35	use	Das kann ich überfliegen, und ggf. anpassen lassen - mach es kürzer, mach es ausführlicher etc. Oder ich nutze es direkt.	<div>Use</div>
36	Save Record		<div>Cancel Save</div>
37		Jetzt haben wir also Kontext zu unserem Lead und der Herausforderungen aus seiner Industrie. Die kann natürlich ein menschlicher Mitarbeiter nutzen, um einen guten Gesprächseinstieg zu finden - oder unsere KI nutzt diese Daten, um automatisiert den Lead anzusprechen.	<div>AI Content</div> <div> Here is what I came up with</div> <div> Overall Trends:<ul style="list-style-type: none">- The hairstylist industry is increasingly adopting digital platforms for appointment scheduling and client engagement, necessitating a stronger online presence.- Local competition is intensifying, prompting hairstylists to differentiate their services through targeted marketing strategies and personalized customer experiences.- There is a growing emphasis on sustainability and eco-friendly practices, which can be leveraged in branding and marketing efforts to attract environmentally conscious consumers. Suggested Actions:<ol style="list-style-type: none">1. Promote digital display advertising to enhance local visibility and attract new clients through targeted campaigns on social media platforms.2. Offer content marketing services that highlight unique selling points, such as eco-friendly practices or specialized services, to strengthen brand identity.3. Utilize SEO/SEA strategies to improve online search rankings, ensuring that local clientele can easily find hairstylist services in their area.</div>
38			

39	Prompt Template zeigen https://trailsignup-5464c67aa5aa73.lightning.force.com/lightning/setup/EinsteinPromptStudio/0hfiHu000000Xi9bIAC/edit?c__versionId=3vNHu000000YlrMMAW	Dahinter steckt ein sogenanntes Prompt Template. (Deutsches Beispiel zu Demonstartionszwecken) - Einfache Menschliche Sprache als Anleitung für LLMs - Sicherer Zugriff auf Daten aus Salesforce über die Feld-Ebene, Zugangsrechte werden immer berücksichtigt. - LLMs können frei ausgewählt werden. - Zero Retention Mode, LLMs werden niemals mit Ihren Daten trainiert.	
40			
41		So können wir hier eine Email generieren, die individuell für den Kunden auf Basis der Daten erstellt wird	
42	Email anklicken		
43		Ich kann mir, auf Basis eines weiteren Prompts, eine Kalt-Akquise Email generieren lassen. Dabei werden die individuellen Industrie-Daten des Leads berücksichtigt und eine Verbindung zu unseren Produkten hergestellt.	
44			
45			
46			
47	Cadence zeigen		
48	https://trailsignup-5464c67aa5aa73.lightning.force.com/lightning/page/cadenceBuilder?hvs_cadenceId=77CHu000000ZgkAMAS&ws=%2Flighting%2F%2FactionCadence%2F77CHu000000ZgkAMAS%2Fview%3FqueryScope%3DuserFolders	So kann ich mich "halbautomatisiert" um das Generieren von Neugeschäft kümmern. Ich kann meine Kunden auch zu sogenannten "Cadences" hinzufügen. So werden sie automatisch in definierten Schritten weiter bespielt. Das können automatisierte Emails sein, oder auch manuelle Aufgaben wie Anrufe, die mir oder einem Kollegen automatisch als Aufgaben zugewiesen werden.	
49			
50			
51	Schritt 3: Key Account Management einer Opportunity		

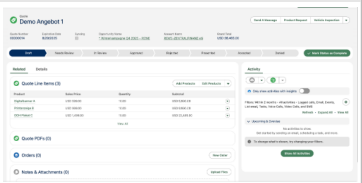
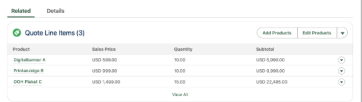
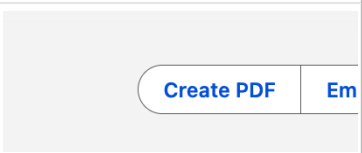
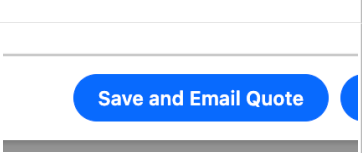
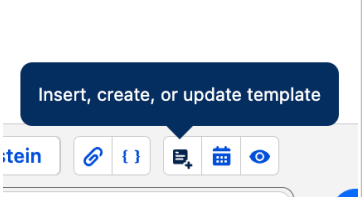
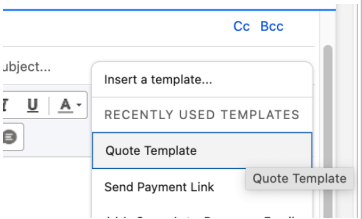
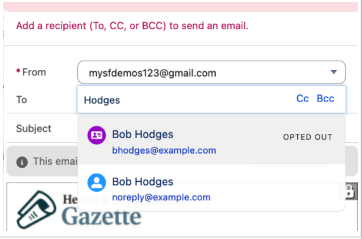
52	<p>https://trailsignup-5464c67aa5aa73.lightning.force.com/lightning/r/Account/001Hu00003c5jRQIAY/view</p> <p>Account zeigen</p>	Als Key Account Manager von Großkunden habe ich natürlich langjährige Beziehungen aufgebaut.	
53		Account hierarchie zeigen	
54	a	<p>Wie bei allen Salesforce Datensätzen kann ich die Aktivitäten sehen, die im Rahmen dieser Firma geschehen sind. Ich sehe meine Termine, getätigte Anrufe oder auch Video Calls (bei Integration via ECI), automatisch geloggte Emails mit wichtigen Informationen etc.</p> <p>Je nachdem wie transparent ich meine Salesforce-Instanz gestalten möchte, könnte ich auch die Aktivitäten meiner Kollegen sehen, wenn sie mit mir am gleichen Kunden arbeiten sollten.</p> <p>So weiss man auf einen Blick, was besprochen wurde und vermeidet, den Kunden mit zu vielen Ansprachen zu verärgern.</p>	
55	Contacts Tab		
56		Natürlich kann ich die Ansprechpartner sehen, die wir in der Firma kennen.	
57	Plan Tab	<p>Für das Key Account Management sind Accountpläne unerlässlich.</p> <p>Hier kann ich meine Account-Pläne sehen</p>	


58	<p>Klick in Account Plan</p> <p>https://trailsignup-5464c67aa5aa73.lightning.force.com/lightning/r/AccountPlan/252Hu00000wzAAIAY/view</p>	<p>Im Account Plan kann ich die Jahresziele meines Accounts definieren.</p>	
59		<p>Strategisch wichtige "Objectives" können definiert und über das Jahr gemessen und nachgehalten werden - wer macht was bis wann?</p> <p>Wenn man möchte, kann man auch eine SWOT Analyse des Kunden anlegen.</p> <p>Natürlich kann man generative AI verwenden, um hier schneller voran zu kommen.</p>	
60	<p>Zurück zum Account</p>		
61	<p>Service Tab</p>	<p>Als Key Account Manager interessiert es mich natürlich, ob es aktuell Probleme bei meinem Kunden gibt. Ein Blick in den Service Reiter zeigt mir offene Tickets beim Kundendienst, über die ich vielleicht Bescheid wissen sollte.</p>	
62	<p>Sales Tab</p>	<p>Auf der "Sales" Reiter finde ich dann schließlich die Deals, an denen ich mit meinem Kunden gearbeitet habe.</p> <p>In den aktuellen Deal, die Winterkampagne, schaue ich jetzt mal genau rein.</p>	
63	<p>Auf Opportunity springen</p>		
64	<p>https://trailsignup-5464c67aa5aa73.lightning.force.com/lightning/r/Opportunity/006Hu00001gTbXIAS/view</p> <p>Opportunity zeigen</p>	<p>Demo Opportunity</p>	
65	<p>Path Element</p>		

66		Genau wie bei Leads hilft mir Einstein Opportunity Scoring, die Erfolgsschancen des Deals auf Basis vergangener abgeschlossener Deals einzuschätzen.	
67		Telefonnummer sind klickbar, wenn eine Integration zur Telefonanlage vorliegt oder eine Softphone Lösung verwendet wird, dann kann ich direkt mit einem Klick meine Kunden anrufen.	
68		Am "Pfad" Element sehe ich, das sich der deal in einer frühen Phase befindet. Die wichtigsten Felder, diese Phase betreffend werden automatisch nach oben auf den Bildschirm gezogen - hier ein "next Steps" Feld.	
69	Task zeigen	Im System ist für dieses Nachfassen auch schon eine Aufgabe für mich hinterlegt, damit es mir nicht durchrutscht.	
70			

71	Booking Tab	<p>Bislang haben wir die Standard-Funktionen der Sales Cloud gezeigt.</p> <p>Der Werbevertrieb kommt aber natürlich mit seinen eigenen Logiken und Ansprüchen.</p> <p>Um in einem späteren Schritt komplexe Tätigkeiten, wie z.B. das Buchen von Cross-Channel Kampagnen in einem Buchungskalender direkt in der Sales Cloud umzusetzen, gibt es mehrere Optionen.</p> <p>Zum einen bietet Salesforce mit Media Cloud eine eigene Add-On Lösung zur Sales Cloud, speziell für den Werbevertrieb an.</p> <p>Weiter gibt es zahlreiche Drittanbieter, die im Salesforce App Exchange spezielle Lösungen für den Ad-Sales Bereich anbieten.</p> <p>Und natürlich ist es möglich, bestehende Systeme via APIs in die Sales Cloud zu integrieren.</p> <p>Welche Lösung in Zukunft die richtige für Euch ist, evaluieren wir gerne mit Euch.</p> <p>Der erste Schritt sollte aber eine stabile Sales Cloud Basis sein - alles Weitere kommt optional und danach.</p>	
72		(??)	
73			
74		Einstein Conversation Insights: Aufgezeichnete Video-Calls oder Anrufe zu dem Deal sind verknüpft	
75	https://trailsignup-5464c67aa5aa73.lightning.force.com/lightning/r/VideoCall/6qrHu000000CbiNIAS/view	<p>Auf Video Call:</p> <ul style="list-style-type: none">-Time Line mitAnmerkungen- Transkription des Gesprochenen	

76		Action Items aus dem Gespräch	<div> <div>Transcript</div> <div> <div>Action Items</div> <div>Chatter</div> <div>Details</div> <div>Related</div> </div> </div> <div> <div> <div>Needs Attention (2)</div> <div> <p>"Appreciate that so all purchases, even renewals, needs to be approved by corporate, they're responsible for the final decision. They will approve it, that's not the worry, but we will have to go through the steps on our side and those take a little time."</p> <p>James Wu 01:09</p> <p>Create Task</p> </div> </div> <div> <p>"That's correct but looks like we will only need to add an additional 5 licenses for now, we may need another 10 in a few months, but I don't think we need any more at this stage for now, we just like to bump up our number of user licenses to 40."</p> <p>James Wu 02:13</p> <p>Create Task</p> </div> </div> <div> <div> <div>Follow Ups (2)</div> <div> <p>"No worries have already written down in the meantime I'll email you over some more information about the Advanced Subscription and the Premium Add On, in case Alice would like to see some of those material, do you have the time on your calendar for next week for a demo?"</p> <p>Tom Traiblauser 04:12</p> <p>Send Email</p> </div> <div> <p>"Awesome, so I'll send over a calendar invite for next week looking forward to speaking with you then and moving your Renewal process along."</p> <p>Tom Traiblauser 04:30</p> <p>Send Email</p> </div> </div> </div>																												
77																															
78																															
79	Schritt 4: Kampagnen an einer Opportunity																														
80	Marketing Tab auf Opportunity	<p>Ein riesiger Vorteil bei Salesforce ist, dass alles auf einer gemeinsamen Plattform geschieht.</p> <p>So auch Marketing Aktivitäten und Sales Aktivitäten.</p> <p>Wir können daher messen, welche Marketing-Kampagnen einen Einfluss auf das Entstehen einer Verkaufschance hatte - und wie hoch der Umsatz war, der daraus entstanden ist.</p> <p>So kann man nahtlos nachvollziehen, welche unserer B2B Kampagnen zu neuen Deals geführt haben, und welche Marketing-Aktivitäten wir daher verstärkt durchführen sollten.</p>	<div> <div>Details</div> <div>Products</div> <div>Booking</div> <div>Contacts</div> <div>Marketing</div> <div>Quotes</div> </div> <div> <div>Campaign Influence (\$)</div> <table> <thead> <tr> <th>Campaign Name</th> <th>Contact Name</th> <th>Executive Role</th> <th>Requested</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Advanced Business Campaign (B)</td> <td>Bob Tridgely</td> <td>Executive Sponsor</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Advanced Business Campaign (B)</td> <td>Lauren Kelly</td> <td>Executive Mentor</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Simple Internally</td> <td>Bob Tridgely</td> <td>Executive Sponsor</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>WFL - 4000 Business Campaign</td> <td>Bob Tridgely</td> <td>Executive Sponsor</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Initiation to Annual Customer (C)</td> <td>Bob Tridgely</td> <td>Executive Sponsor</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Marketing Hub Newton 2025</td> <td>Lauren Kelly</td> <td>Executive Mentor</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table> <p>View All</p> </div>	Campaign Name	Contact Name	Executive Role	Requested	Advanced Business Campaign (B)	Bob Tridgely	Executive Sponsor	<input type="checkbox"/>	Advanced Business Campaign (B)	Lauren Kelly	Executive Mentor	<input type="checkbox"/>	Simple Internally	Bob Tridgely	Executive Sponsor	<input type="checkbox"/>	WFL - 4000 Business Campaign	Bob Tridgely	Executive Sponsor	<input type="checkbox"/>	Initiation to Annual Customer (C)	Bob Tridgely	Executive Sponsor	<input checked="" type="checkbox"/>	Marketing Hub Newton 2025	Lauren Kelly	Executive Mentor	<input checked="" type="checkbox"/>
Campaign Name	Contact Name	Executive Role	Requested																												
Advanced Business Campaign (B)	Bob Tridgely	Executive Sponsor	<input type="checkbox"/>																												
Advanced Business Campaign (B)	Lauren Kelly	Executive Mentor	<input type="checkbox"/>																												
Simple Internally	Bob Tridgely	Executive Sponsor	<input type="checkbox"/>																												
WFL - 4000 Business Campaign	Bob Tridgely	Executive Sponsor	<input type="checkbox"/>																												
Initiation to Annual Customer (C)	Bob Tridgely	Executive Sponsor	<input checked="" type="checkbox"/>																												
Marketing Hub Newton 2025	Lauren Kelly	Executive Mentor	<input checked="" type="checkbox"/>																												

87	In Angebot (Quote) gehen		
88		Die Angebotspositionen wurden automatisch von der Opportunity übernommen.	
89			
90			
91			
92			
93			
94	Bob Warkentine als Empfänger eintragen		
95			

96			<div><div></div><div>Send</div><div></div></div>
97			<div><div></div><div><div>Filters: Within 2 months • All activities • Logged calls, Email, Events, List email, Tasks, Voice Calls, Video Calls, and SMS</div><div>Refresh • Expand All • View All</div><div>Upcoming & Overdue</div><div>No activities to show. Get started by sending an email, scheduling a task, and more.</div><div>August - 2025This Month</div><div>>  Your Quote from HRM Gazette 2:45 PM Today</div><div>You sent an email to Bob Warrentine</div><div>Unopened</div><div>To change what's shown, try changing your filters.</div></div></div>