



# Whitepaper

combit CRM

E-Mail-Autopilot - Tipps für Einsatz und Konfiguration

# Inhalt

Einleitung .....	3
Allgemeine Checkliste.....	4
Checkliste für Web-Administratoren .....	5
Checkliste für die Programmierung von Scripten .....	6

## Einleitung

Der E-Mail-Autopilot von combit CRM ist ein äußerst mächtiges und leistungsstarkes Werkzeug für verschiedenste Anwendungsbereiche, das bereits in der Professional Edition von combit CRM mit enthalten ist.

Der E-Mail-Autopilot läuft als Anwendung oder Dienst auf einem Server und überwacht ein E-Mail-Postfach. Er kann einen Workflow bzw. ein Script starten, welcher durch eine E-Mail mit einer bestimmten Betreffzeile angestoßen wird.

Nachfolgend finden Sie typische Anwendungsgebiete des E-Mail-Autopiloten:

- Übermittlung von Daten, die in einem Web-Formular eingegeben werden, an combit CRM via "Transaktions-E-Mail" (Eventanmeldungen, Bestellungen, Newsletteranmeldungen etc.)
- Verarbeitung von Mailing-Rückläufern (Bounce-Management)
- Double-Opt-In-Verfahren für die Newsletteranmeldung
- Vollautomatische Ablage von eingehenden E-Mails in combit CRM
- Ansteuern eines komplexen Workflows durch einfaches Senden einer E-Mail an den E-Mail-Autopiloten

Viele weitere hoch individuelle Prozesse lassen sich mit diesem Werkzeug umsetzen.

Der E-Mail-Autopilot wird lizenzrechtlich wie ein Arbeitsplatz behandelt, d. h., wenn auf einem Arbeitsplatz eine oder mehrere Programminstanzen mit dem gleichen Benutzernamen (Login) laufen, so verbrauchen diese Instanzen gemeinsam genau eine Benutzerlizenz.

Die nachstehenden Checklisten sollen Ihnen dabei helfen, den E-Mail-Autopiloten zu konfigurieren, und richten sich an Anwender, die den E-Mail-Autopiloten einführen möchten, d. h. in der Regel an Web-Administratoren und an Script-Entwickler. Grundlagen aus dem combit CRM-Handbuch (Kapitel zum E-Mail-Autopiloten) werden vorausgesetzt.

## Allgemeine Checkliste

Punkt	Beschreibung	Erledigt
1	Für den Empfang von E-Mails benötigt der E-Mail-Autopilot idealerweise ein eigenes Postfach (z. B. crmautopilot@relationship-manager.net).	<input type="checkbox"/>
2	Das Postfach für den Empfang der E-Mails sollte in keine weitere Applikation (z. B. Microsoft Outlook) eingebunden werden. Der überwachende Zugriff sollte nur durch Administratoren und, wenn möglich, am besten nur über ein Webportal erfolgen.	<input type="checkbox"/>
3	Für den Empfang empfiehlt sich die Verwendung des IMAP-Protokolls. Im Gegensatz zu POP3 werden hier (in der Regel) die E-Mails nicht vollständig vom Server geladen und anschließend gelöscht. Die Nachricht verbleibt weiterhin auf dem Server und kann so jederzeit wieder von dort abgerufen werden. Der E-Mail-Autopilot bietet zudem die Unterstützung von TLS- und SSL-Verschlüsselungen an.	<input type="checkbox"/>
4	Für den Versand von E-Mails aus dem E-Mail-Autopiloten heraus (z. B. Bestätigungen) verwendet man idealerweise ein separates Postfach (z. B. eventmanagement@relationship-manager.net oder noreply@relationship-manager.net). Für dieses Postfach müssen die SMTP-Zugangsdaten vorliegen. Es sollte auf keinen Fall das gleiche Konto für Empfang und Versand verwendet werden! Die abweichenden Anmeldedaten können im E-Mail-Autopilot eingetragen werden.	<input type="checkbox"/>
5	Über SMTP versandte E-Mails sollten automatisch auf dem E-Mail-Server in einem Ordner mit den gesendeten Objekten landen und nicht vom E-Mail-Server verworfen werden. Wenn der E-Mail-Autopilot selbst E-Mails verschicken soll, so sollte diese Thematik auf jeden Fall vorab geprüft werden. Finden sich vom E-Mail-Autopilot versandte E-Mails nicht in den gesendeten Objekten wieder, so wird eine Nachvollziehbarkeit des Versands unmöglich. Mögliche Fehler bleiben für immer unentdeckt. Deshalb ist dies ein nicht zu unterschätzender Punkt.	<input type="checkbox"/>
6	Bei konsequenter Prüfung aller Benutzereingaben über ein Webformular selbst sollte es in der Regel keine Ausnahmen geben. Sollte es dennoch bei der Verarbeitung von Transaktions-E-Mails zu Fehlern oder Unstimmigkeiten kommen, so muss proaktiv geklärt werden: Wie und wem sollen diese Unstimmigkeiten auffallen? Wer kümmert sich dann darum?	<input type="checkbox"/>
7	Der vollautomatisierte Prozess sollte fortlaufend überwacht werden (z. B. Sichtung der Protokolle, Stichproben im combit CRM-Datenbestand, stichprobenartige Sichtung der ausgehenden E-Mails). Zu klären ist: Wer übernimmt dies zuverlässig?	<input type="checkbox"/>
8	Planen Sie ausreichend Zeit zum Testen ein. Erzeugen Sie z. B. über das Webformular Testanfragen mit Testdaten. Starten Sie nicht gleich mit echten Anfragen. Prüfen Sie, ob der gesamte Prozess so wie von Ihnen gewünscht funktioniert.	<input type="checkbox"/>
9	Tipp: Richten Sie den E-Mail-Autopilot mittel- und langfristig als Dienst ein. Da der E-Mail-Autopilot rund um die Uhr laufen sollte, stellen Sie so dauerhaft einen professionellen Betrieb sicher. Weitere Informationen hierzu finden Sie im combit CRM-Handbuch.	<input type="checkbox"/>

## Checkliste für Web-Administratoren

Punkt	Beschreibung	Erledigt
1	Eine Transaktions-E-Mail z. B. mit Webformulardaten, die der Webserver an ein vom E-Mail-Autopiloten überwacht E-Mail-Postfach versendet, sollte immer im TEXT-Format vorliegen. Liegt sie z. B. im HTML-Format vor, erhöht sich der Aufwand, da ggf. für die Datenbank HTML-Code zunächst in TEXT umgewandelt werden muss.	<input type="checkbox"/>
2	Alle Webformulareingaben, die über eine Transaktions-E-Mail an den E-Mail-Autopiloten geliefert werden, sollten ohne Umbruch in die Transaktions-E-Mail geschrieben werden - auch wenn die Inhalte sehr lang sind. Lässt es sich nicht vermeiden und muss der Inhalt eines Feldes innerhalb der Transaktions-E-Mail umgebrochen werden, so gibt es die folgenden Alternativen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es werden in der Transaktions-E-Mail mehrere Zeilen fest für 1 Feld reserviert (z. B. die 4., 5. und 6. Zeile fest für eine "Anmerkung").</li> <li>• Statt Umbrüchen verwenden Sie in der Transaktions-E-Mail Kommata. Damit können Sie die Inhalte später z. B. über die "Split"-Funktion im Script in ein Array schreiben.</li> <li>• Setzen Sie den Inhalt mit möglichen Umbrüchen ganz an das Ende der Transaktions-E-Mail (z. B. alles ab der 8. Zeile bis zum Ende der E-Mail gehört zum Feld "Anmerkung").</li> </ul>	<input type="checkbox"/>
3	Jede Eingabe sollte bereits vor dem Absenden des Webformulars validiert werden, z. B.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anzahl (z. B. Teilnehmer): Es dürfen nur (positive) Zahlen eingegeben und in die Transaktions-E-Mail übernommen werden.</li> <li>• Maximalwerte: Es dürfen z. B. nur max. 5 Prospekte angefordert werden.</li> <li>• Feldlängen: beim Webformular schon während der Eingabe auf zu lange Eingaben hinweisen. Zu lange Eingaben nicht akzeptieren. Auf keinen Fall zu lange Eingaben in die Transaktions-E-Mail übertragen.</li> <li>• Sonderzeichen: Nicht erwünschte Sonderzeichen sollten schon während der Eingabe nicht akzeptiert werden.</li> <li>• E-Mail-Adressen: Es sollte schon während der Eingabe ins Webformular die Gültigkeit einer E-Mail-Adresse überprüft werden. Ansonsten kann es später zu Versandproblemen kommen (z. B. beim vollautomatischen Versand einer Bestätigungs-E-Mail).</li> <li>• Auswahlfeld sinnvoll?: Kommen nur bestimmte Eingaben in Betracht, so sollte schon während der Eingabe geprüft werden, ob die Benutzereingabe richtig ist oder nicht (z. B. Gutschein-Code, Promocode, usw.)</li> </ul> <p>Fazit: Die umfangreiche und extrem konsequente Überprüfung der Benutzerangaben während und nach der Eingabe beim Webformular ist zwingende Voraussetzung für einen erfolgreichen vollautomatisierten Prozess! Alles andere wird zu Fehlern und Mehraufwand führen!</p>	<input type="checkbox"/>
4	Über mögliche Angriffe auf das Webformular bzw. Missbrauch nachdenken <ul style="list-style-type: none"> <li>• Werden bereits automatisierte Anmeldevorgänge verwendet?</li> <li>• Gibt es Schutz vor Eingabe möglicher Fake-Daten etc.</li> <li>• Wird die Eingabe von automatisierten Informationen gegengeprüft? Ggf. Absicherung über Captcha oder ähnliches?</li> </ul>	<input type="checkbox"/>

## Checkliste für die Programmierung von Scripten

Punkt	Beschreibung	Erledigt
1	Idealerweise sollte vorab in Ihre combit CRM-Solution eine Protokollierungsansicht eingebaut werden, in die alle Fehler usw. geschrieben werden. Das macht die Sache sehr übersichtlich und bequem. Das klassische Log des E-Mail-Autopilots ist die Alternative (Textdatei). Diese Textdatei hat jedoch Nachteile: sie ist nicht sortierbar, kritische Fehler sind nicht filterbar, sie ist ggf. nur auf dem Server abrufbar etc.	<input type="checkbox"/>
2	Es empfiehlt sich - zumindest kritische Werte einer Transaktions-E-Mail - nochmals im Script zu validieren, auch wenn eine Überprüfung bereits durch das Webformular selbst stattgefunden hat.	<input type="checkbox"/>
3	Wichtige Rückgabewerte von Eigenschaften und Methoden sollten abgesichert werden! Bei Unstimmigkeiten und Fehlern: Ordnungsgemäß Objekte aufräumen, mit "WScript.Quit" beenden und vorher einen kritischen Logeintrag schreiben lassen!	<input type="checkbox"/>
4	Arbeiten Sie mit absoluten(!) Pfaden. Die Zuweisung sollte im Script möglichst an einer zentralen Stelle erfolgen, um die Wartbarkeit zu verbessern. Ggf. macht die Verwendung der Eigenschaft "ProjectDir" aus dem "Project"-Objekt Sinn.	<input type="checkbox"/>
5	Wenn Sie Scripte für den E-Mail-Autopiloten schreiben, handelt es sich ggf. um Scripte, die sehr häufig vollautomatisiert durchlaufen werden. Die Anforderungen an die Qualität sind dementsprechend hoch. Wenn Sie die Möglichkeit haben: Lassen Sie Ihr Script durch eine dritte erfahrene Person überprüfen.	<input type="checkbox"/>

combit GmbH Bücklestr. 3-5 78467 Konstanz Deutschland

© combit GmbH. combit macht keine Angaben zu einer bestimmten Eignung obiger Informationen. Irrtümer und Fehler bleiben ausdrücklich vorbehalten, die Angaben erfolgen ohne Gewähr und enthalten keine Zusicherung. Die Angaben stellen nur Beschreibungen dar und enthalten keine Garantie der Beschaffenheit der Produkte. Die Informationen können z. T. auch ein Versuch sein, Ihnen bei einer Aufgabenstellung zu helfen, selbst wenn das Produkt eigentlich nicht für diesen speziellen Zweck vorgesehen wurde. Alle genannten Produkte und Produktbezeichnungen sowie Logos sind Marken, eingetragene Warenzeichen oder Eigentum der jeweiligen Hersteller.

[combit.net](http://combit.net)