

GIDS

Data Activation voor Service

Verhoog de klanttevredenheid
en zorg ervoor dat service
bijdraagt aan de omzet.

salesforce



Snowflake
Connect directly to Snowflake
access data stored elsewhere



Ohana.com
Bankrekeningen



Neem contact op
Amar Kapoor
Director of Strategy & Implementation

Beste tijd voor contact:

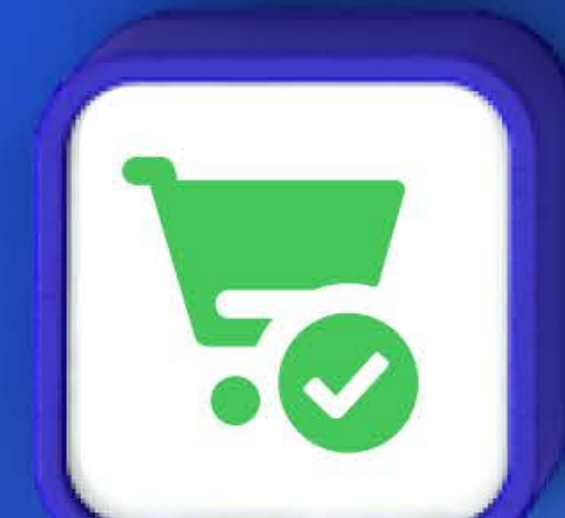
Moment 12.00 uur 4.00 uur 8.00 uur 0.00 uur 16.00 uur 20.00 uur 12.00 uur
op de dag



Toestand van de rekening

88,7%

Knowledge-artikel versturen ➤



Inleiding

Verbeter je salesactiviteiten en benut de kracht van al je data.

Stel je voor dat je een chef-kok bent in een drukke keuken en dat je zo snel mogelijk een vijfsterrendiner op tafel moet zetten. Er is alleen één probleem: al je ingrediënten liggen verspreid over tientallen voorraadkasten, die stuk voor stuk op slot zitten en door verschillende teams worden beheerd. Je weet dat de specerijen, verse kruiden en premium stukken vlees die je nodig hebt ergens in die kasten liggen, maar hoe kom je erbij? Dat is nog maar de vraag.

Dit is precies wat er gebeurt met klantdata die verspreid liggen over systemen waar je geen toegang toe hebt. Als servicemanager weet je hoe belangrijk een goede customer experience is. Daarvoor heb je snelle toegang tot data nodig, zodat je kunt inspelen op de behoeften van je klanten. Maar vaak voelt het alsof die data net buiten je bereik blijven, verspreid over systemen die niet goed met elkaar samenwerken. Dit belemmert niet alleen je snelheid, maar zorgt er ook voor dat je waardevolle kansen misloopt om klanten aan je te binden op een manier die loyaliteit bevordert en omzet oplevert. Het is alsof je een ingewikkeld gerecht probeert te maken met één hand op je rug. Vanaf het begin heb je al een achterstand.

80%

van de klanten zegt dat de ervaring die een bedrijf biedt net zo belangrijk is als de producten of diensten.

Salesforce State of the Connected Customer Report, vijfde editie**

salesforce



Inleiding

Stel je nu eens voor dat je al je essentiële data op één centrale plek hebt: servicetickets, transactiegeschiedenis, interactielogboeken, e-mails en chattranscripties. Vanuit die centrale plek, die voor iedereen veilig toegankelijk is, kunnen je teams self-serviceopties aanpassen, communicatie op maat bieden en proactieve workflows opstarten. Wat betekent dat in de praktijk? Een snellere afhandeling van problemen, service die in realtime is afgestemd op de behoeften van de klant, en een transformatie van klantenservice van kostenpost naar inkomstenbron. Dit is mogelijk door data te activeren: een proces waarbij uniforme data via één gecentraliseerd CRM toegankelijk worden voor al je serviceteams.

In dit e-book ontdek je hoe dat werkt en leer je strategieën om:

1. Doorbreek de datasilo's die klantinzichten en personalisatie in de weg staan.
2. Maak uniforme data toegankelijk voor alle serviceteams.
3. Ontdek praktische use cases om data te gebruiken voor omzetgroei, snellere probleemoplossing en efficiëntie.
4. Pak uitdagingen in data-activatie aan met ons hyperscale dataplatform, [Data Cloud](#).

salesforce

Databricks
Ingest data from a Databricks
Lakehouse to Data Cloud



Alexandra
Wentz



Klant-ID 02567418



E-mailadres awentz@gmail.com



Telefoonnummer 315.545.1254



Customer Lifetime Value

\$2.397,09 Gemiddeld \$1.852



Koopbereidheid

Waarschijnlijker



Engagement score **79%**



Matig betrokken

In vergelijking met een soortgelijk
12k-publiek



Klantbetrokkenheid



Websitebezoeken (2)

In de afgelopen 30 dagen



Merchandise gekocht (17)

In de afgelopen 30 dagen

[Alles weergeven](#)

Next Best Action



Segmentaanvulling

In de afgelopen 30 dagen



Promotionele aanbeveling

In de afgelopen 30 dagen

[Alles weergeven](#)

Activiteit



Activiteit per kanaal

Afgelopen 12 maanden

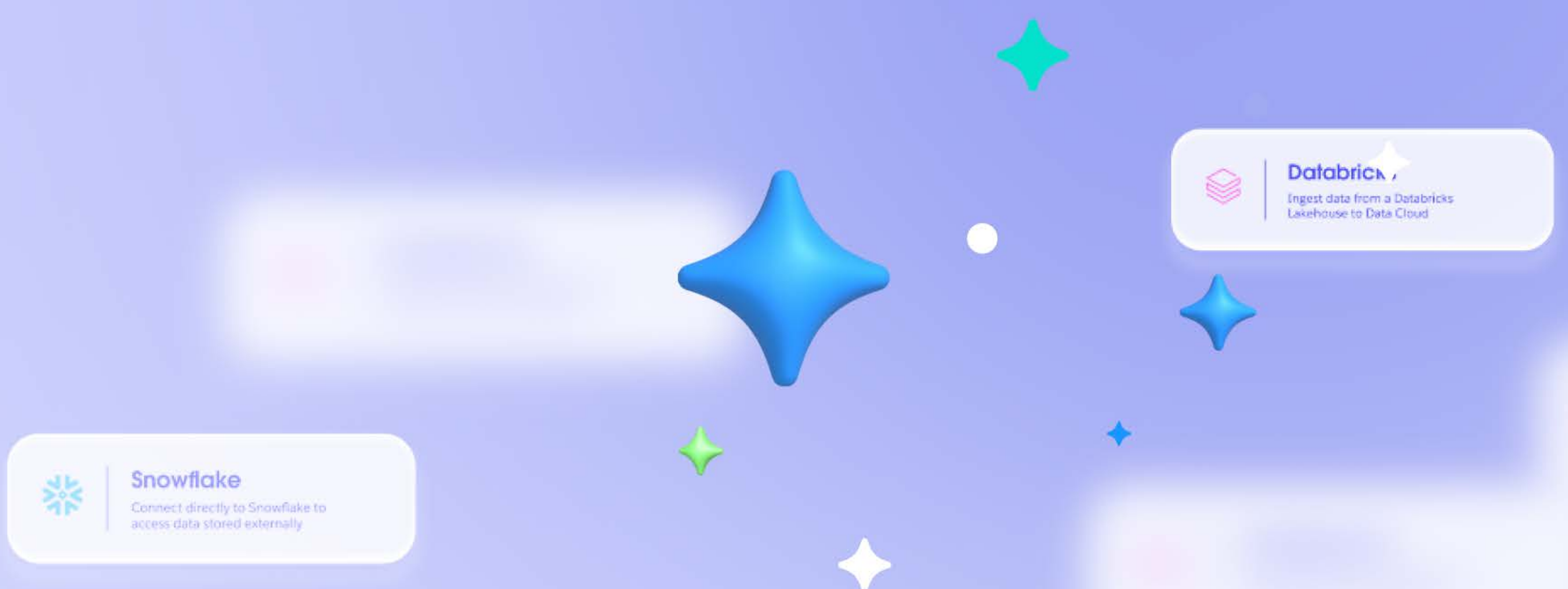
Boeking

Type reservering

Duur van het verblijf

Gebouw 1

Gebouw 2



Wat je in dit e-book leest

Hoofdstuk 1

Datasilo's belemmeren je serviceteam

5

Hoofdstuk 2

Ontsluit opgesloten data met data-activatie

8

Hoofdstuk 3

Verhoog de klanttevredenheid: zet je uniforme klantdata aan het werk

12

Hoofdstuk 4

Verhoog de omzet en lever proactieve service met Data Cloud

22

Hoofdstuk 1

Datasilo's belemmeren je serviceteam

salesforce

Hoofdstuk 1

Datasilo's belemmeren je serviceteam

De impact van datasilo's op serviceteams.

Het belang van data is bij serviceteams bekend. 80% van hen denkt dat toegang tot data van andere afdelingen hun werk zou verbeteren. Toch staan datasilo's en verspreide systemen echte datagedreven service vaak in de weg:

Datasilo's: het gemiddelde bedrijf gebruikt meer dan 1.000 applicaties, waarvan 70% niet is verbonden. Als klantdata op verschillende plekken wordt verzameld – zoals apps, datawarehouses of datalakes – blijven waardevolle inzichten opgesloten. Dit beperkt zicht op de customer journey en beperkt kansen voor personalisatie.

Datakwaliteit: slechts 42% van de servicemedewerkers heeft volledig vertrouwen in de nauwkeurigheid van hun data.

Versnipperde systemen: in slecht presterende organisaties moeten 58% van de servicemedewerkers tussen meerdere schermen schakelen om benodigde informatie te vinden, vergeleken met 36% in goed presterende organisaties.

Datasilo's werken als blinde vlekken: servicemedewerkers missen cruciale informatie die hun interacties kunnen verbeteren. Het resultaat is een frustrerende ervaring voor de klant. Bijvoorbeeld wanneer een klant een andere afdeling belt voor een vervolg op een probleem en de nieuwe servicemedewerker geen toegang heeft tot eerdere interacties. Dit dwingt de klant om zijn verhaal te herhalen, terwijl de medewerker kostbare tijd verliest met het verzamelen van gegevens.



Activiteit op social media

Databron:  Meta

84 dagen geleden



Servicegeschiedenis

Databron:  aws

14 dagen geleden



Voertuigtelemetriedata

Databron:  REPLY
ARLANIS

84 dagen geleden



Oproeptranscripten

Databron:  zoom

21 dagen geleden



Loyaliteitsaccount

Databron:  snowflake

84 dagen geleden



Hoofdstuk 1

Daarnaast zorgt deze fragmentatie voor **inconsistentie**. Denk aan situaties waarin je met verschillende klantenservicemedewerkers spreekt en telkens een ander antwoord krijgt. Dit soort ervaringen schaadt het vertrouwen en de tevredenheid van de klant, die verwacht dat zijn vraag snel en consistent wordt afgehandeld.



In een omgeving waar succes niet alleen afhankelijk is van de kwaliteit van service, maar ook van de snelheid, kan een gebrek aan directe toegang tot data tot vertragingen leiden. Stel dat je belt met een vraag over een factuur en de servicemedewerker moet wachten op informatie van de financiële afdeling, met als resultaat dat ze pas over een paar dagen kan terugbellen. Dit soort vertragingen kunnen klanten frustreren en hun loyaliteit schaden.



Met 85% van de besluitvormers die verwacht dat service een grotere rol in omzet gaat spelen, is dit een probleem dat bedrijven zich niet kunnen veroorloven.



Ontsluit opgesloten data met data-activatie

Ontsluit opgesloten data met data-activatie

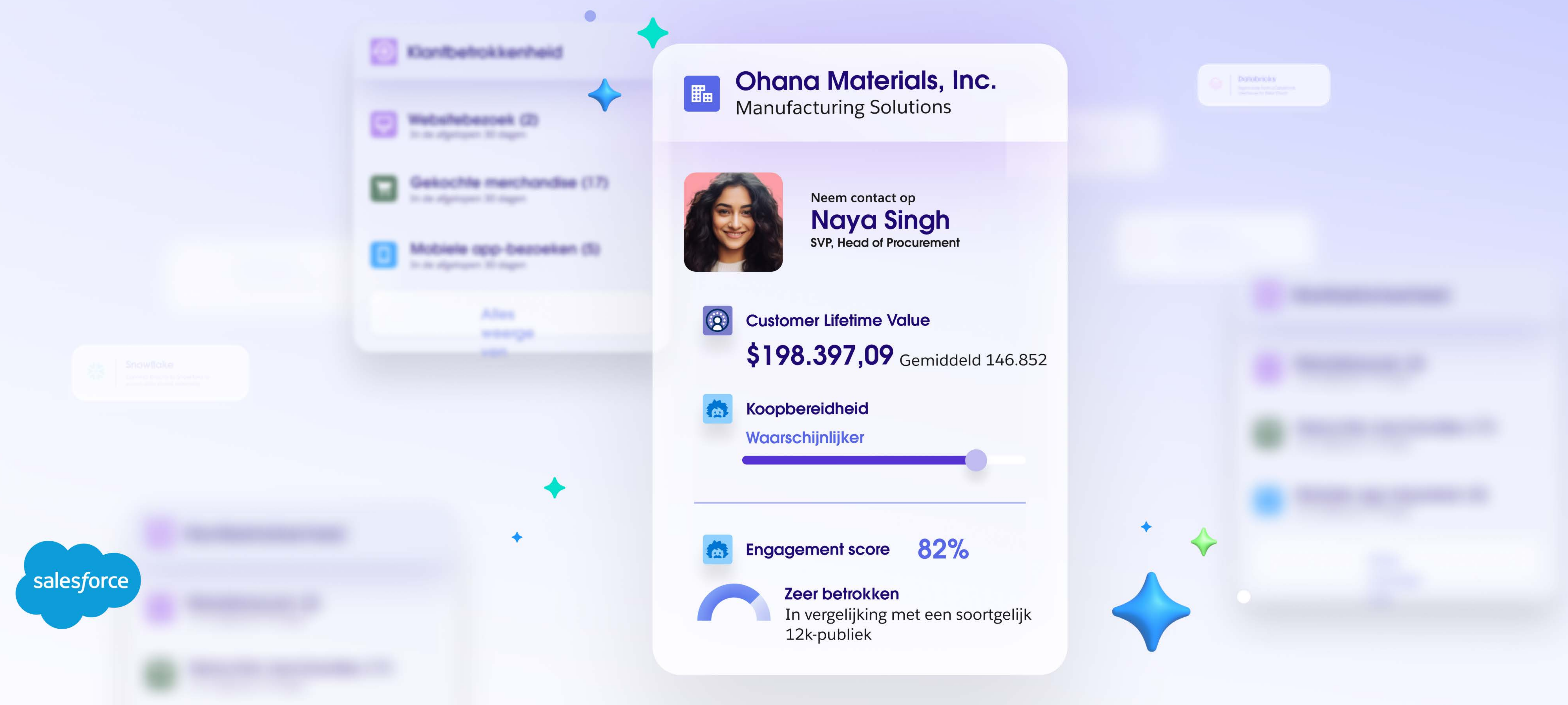
Start met de juiste basis: uniforme data.

Om de uitdagingen van datasilo's op te lossen, hebben serviceteams een holistische databenadering nodig. Door alle klantdata samen te brengen, ontstaat er één compleet beeld van elke klant waarmee service-, marketing-, en salesteams kunnen werken.

Dit voorkomt dat medewerkers tijd verliezen met het zoeken naar informatie die in verschillende systemen verspreid ligt, en maakt het mogelijk om klanten een consistente ervaring te bieden.

Maar alleen het centraliseren van data is niet voldoende. Om echt impact te hebben, moet de data toegankelijk zijn voor elke servicemedewerker en geïntegreerd worden in hun dagelijkse werkprocessen. Hier lopen veel organisaties tegenaan: tools zoals Snowflake en DataBricks zijn technisch en vereisen vaak IT-beheer.

Dit creëert weer een nieuwe silo die juist verhindert dat serviceteams eenvoudig toegang hebben tot klantinzichten. **Een uniforme strategie voor data-activatie biedt hier een oplossing.**



Wat is data-activatie?

Data-activatie houdt in dat al je klantdata op een veilige manier in je CRM wordt verzameld, waar teams deze in hun dagelijkse workflows kunnen gebruiken. Dit biedt een centraal punt voor klantinteracties en geeft servicemedewerkers direct toegang tot relevante klantinformatie.

Dit zijn voorbeelden van data die je kunt activeren om je service en concurrentiepositie te verbeteren, allemaal vanuit je CRM:



Wereldwijde servicedata van verschillende Salesforce-organisaties

Breng klantinformatie samen uit verschillende Salesforce-organisaties, zoals aankoopgeschiedenis, service-interacties en klantfeedback. Deze data geven je inzicht in veelvoorkomende klantbehoeften, problemen en vragen over verschillende contactmomenten. Dit maakt het voor serviceteams makkelijker om patronen te herkennen en sneller in te spelen op de specifieke verwachtingen van klanten.



Data over webbetrokkenheid

Gebruik inzichten uit online gedrag, zoals verkeersbronnen, gebruikersstromen, paginaweergaves en doorklikpercentages, om je online klantenservice verder af te stemmen op het surfgedrag van klanten. Dit helpt je om gerichte service te bieden op basis van de online betrokkenheid van klanten, zodat je klantreis vloeiender en effectiever wordt.



Niet-gestructureerde data van externe systemen

Verrijk je klantinzicht met geïntegreerde data uit externe bronnen, zoals gesprekslogboeken en helpcenter-artikelen. Deze onbewerkte data geven serviceteams toegang tot een breed scala aan informatie, waardoor zij beter in staat zijn om op maat gemaakte oplossingen en ondersteuning te bieden.

salesforce



Beheer van productinformatie en ERP-systemen

Zorg dat gedetailleerde productinformatie en voorraaddata direct beschikbaar zijn voor je serviceteams. Hierdoor kunnen zij altijd accurate informatie over producten en actuele voorraadstatus delen met klanten, wat leidt tot een betrouwbare en consistente service-ervaring.



Voorraadbeheer

Maak voorraaddata inzichtelijk om klanten snel en volledig te informeren over de beschikbaarheid en verwachte levertijden van producten. Dit draagt bij aan transparantie en tevredenheid, omdat klanten precies weten wat ze kunnen verwachten.

Waarom data activeren?

Hier volgen enkele voordelen van geactiveerde data voor service:



Verbeterde personalisatie

Door het samenvoegen van databronnen kunnen klantenserviceteams een beter inzicht krijgen in de voorkeuren, eerdere interacties en gedrag van elke klant, waardoor zowel de service experiences als de klantretentie worden verbeterd.



Snellere responstijden

Met alle relevante klantinformatie overzichtelijk op één plek, kunnen servicemedewerkers sneller inspelen op klantbehoeften zonder herhaalde vragen te hoeven stellen. Dit verhoogt de efficiëntie en verbetert de klanttevredenheid aanzienlijk.

Waarom data activeren? (vervolg)



Verhoogde efficiëntie

Met gecentraliseerde data hoeven klantenservicemedewerkers niet langer tussen verschillende systemen te schakelen. Dit stroomlijnt hun workflow, versnelt de dienstverlening en vermindert de kans op fouten.



Proactieve dienstverlening

Geactiveerde data stellen bedrijven in staat om klantbehoeften te voorspellen en mogelijke problemen te identificeren door trends en patronen te analyseren.



Meer omzet door serviceverlening

Uitstekende service versterkt niet alleen de klantenbinding, maar creëert ook nieuwe verkoopkansen. Tevreden klanten staan vaak open voor aanvullende aanbiedingen, wat bijdraagt aan een hogere omzet uit service.



Consistente customer experiences

Door uniforme data te gebruiken, kunnen serviceteams klanten op elk contactpunt een consistent antwoord bieden. Dit komt doordat iedereen vanuit hetzelfde overzicht werkt, wat een betrouwbare en consistente klantervaring garandeert.



Betere besluitvorming

Toegang tot uniforme klantdata geeft serviceteams de mogelijkheid om geïnformeerde keuzes te maken over hun service-strategieën en het optimaal inzetten van resources.



Meer betrokkenheid

Inzicht in klantgedrag en voorkeuren maakt het mogelijk om klanten relevante informatie en aanbiedingen te bieden. Dit versterkt de klanttevredenheid (CSAT), omdat klanten zich begrepen en gewaardeerd voelen.



Opbouwen van langdurige relaties

Door keer op keer te voldoen aan klantverwachtingen of deze te overtreffen met persoonlijke, efficiënte en proactieve service, bouwen bedrijven sterkere relaties op. Deze relaties, gebaseerd op vertrouwen en tevredenheid, leiden tot een hogere klantloyaliteit en een grotere levenslange waarde.



Hoofdstuk 3

Verhoog de klanttevredenheid: Zet je uniforme klantdata aan het werk

salesforce

Hoofdstuk 3

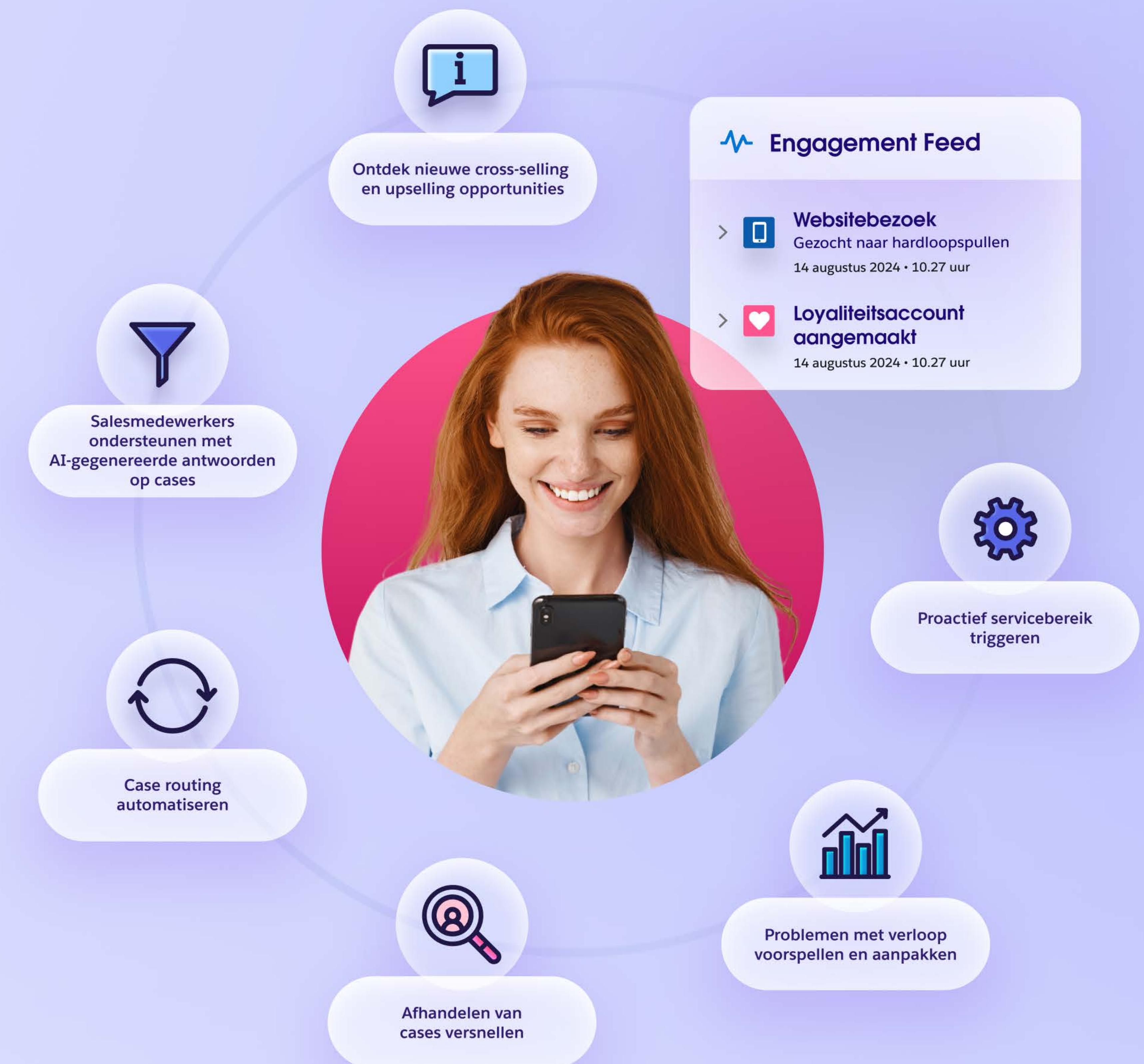
Verhoog de klanttevredenheid: zet je uniforme klantdata aan het werk

Nu je begrijpt hoe datasilo's je serviceteams belemmeren en welke voordelen data-activatie kan bieden, is de volgende stap om deze inzichten toe te passen. Hoe gebruik je geïntegreerde data om belangrijke servicedoelen te bereiken, zoals het omzetten van cases in omzet, het mogelijk maken van proactieve service en personalisatie, en het verbeteren van de service-efficiëntie?

Het antwoord is eenvoudig: met Data Cloud. Dit hyperscale data-platform, ingebouwd in Salesforce, maakt het mogelijk om al je uniforme data – van vrijwel elke interne of externe bron – te benutten in de CRM-workflows en -applicaties die je teams dagelijks gebruiken. Wat levert dit op? Transformerende bedrijfsresultaten.

Door datasilo's te elimineren via Data Cloud en je serviceteams te voorzien van uniforme data, kun je:

- **Uniforme data analyseren** om dalingen in klanttevredenheid vroegtijdig te signaleren en proactief bij te sturen.
- **Automatisering implementeren** om ervoor te zorgen dat elke klantinteractie is verrijkt met de meest recente en relevante data, zodat elk contact zeer persoonlijk aanvoelt.
- **AI-ondersteunde tools en toepassingen inzetten** op basis van veilige, goed beheerde data voor het genereren van inzichten, voorspellingen en aanbevelingen die betere besluitvorming ondersteunen.
- En nog veel meer.



In dit hoofdstuk vind je drie use cases die laten zien hoe het activeren van data in de praktijk werkt, gevolgd door praktische tips voor het bouwen van je eigen use cases met Data Cloud. Verken de cases die aansluiten bij je huidige behoeften en laat je inspireren om vergelijkbare strategieën binnen je organisatie te implementeren. Klaar om te starten? Activeer!

Bekijk use cases en best practices.

- **Use case 1: zorg voor hogere omzet door klantenservice**
- **Use case 2: verhoog de omzet met proactieve service**
- **Use case 3: Bouw AI-ondersteunde selfservice-apps voor probleemloze intelligente service-activiteiten**
- **Zes tips om use cases m.b.t. het activeren van data voor je serviceteam te creëren**



Use case 1

Zorg voor hogere omzet door klantenservice



Service-uitdaging

“We willen service transformeren van een kostenpost naar een omzetgenerator voor ons bedrijf.”



Oplossing

Gebruik gedetailleerde klantdata om inzicht te krijgen in toekomstige behoeften van klanten en focus op opportuniteiten die zorgen voor hogere klanttevredenheid én omzet.



Context

Een autobedrijf ervaart problemen met het onderhouden van goed klantcontact door een gebrek aan een uniforme kijk op klantinteracties. Dit leidt tot ontevreden klanten vanwege lange wachttijden en inconsistente hulp. Het bedrijf wil data gebruiken om klanttevredenheid beter te voorspellen, te verbeteren en extra aankopen aan te bevelen tijdens servicegesprekken, waardoor interacties omzetkansen worden.

salesforce

Hoe het bedrijf zijn data activeert.

Met Data Cloud integreert het bedrijf zowel gestructureerde als ongestructureerde data in een uniform CRM-systeem. Deze integratie maakt het toepassen van CRM-analytics en AI-modellen mogelijk, wat bruikbare inzichten oplevert. Tot de belangrijkste databronnen behoren:

- **Realtime CRM data:** deze bevatten actuele klantgegevens, zoals details over interacties, onderhoudsgeschiedenis en transacties, waardoor serviceteams direct kansen kunnen ontdekken voor aanvullende services of producten.
- **Telemetriedata van auto's:** door gebruikspatronen en onderhoudsinformatie te analyseren, kunnen teams voorspellen wanneer klanten onderhoud nodig hebben en proactief aanbiedingen doen.



Use case 1

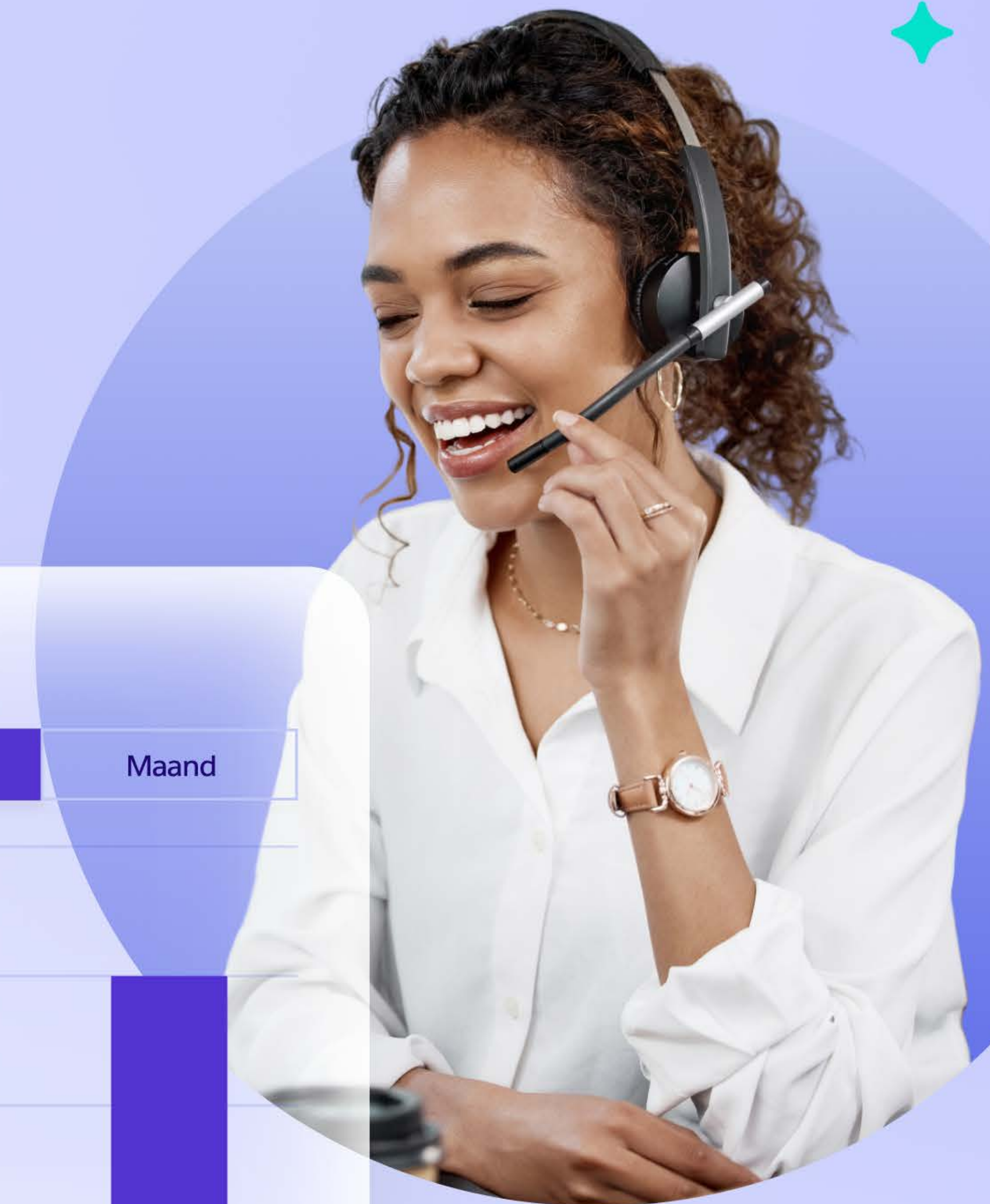
Zorg voor hogere omzet met klantenservice (vervolg)

- **Sales- en servicerecords:** deze gegevens geven inzicht in koopgedrag en tevredenheid, essentieel voor het identificeren van upselling- en cross-selling-mogelijkheden.
- **Klantfeedback:** inzichten uit klantonderzoeken en sociale media helpen bij het afstemmen van aanbiedingen op de specifieke wensen van klanten.

Behaalde resultaten

- **Hogere omzet:** door data-analyses in te zetten, kan het team servicebezoeken omzetten in saleskansen, wat bijdraagt aan meer omzet per klantinteractie.
- **Betere service en tevredenere klanten:** met de juiste data kan het team klantproblemen sneller oplossen, saleskansen ontdekken en zo klanttevredenheid en loyaliteit verhogen.
- **Gepersonaliseerde service:** door een gedetailleerd klantbeeld kunnen serviceteams zeer persoonlijke suggesties doen, wat leidt tot meer tevreden klanten en langdurige relaties.

Salesanalyse



Klanttevredenheid

Zeer tevreden



Use case 2

Verhoog de omzet met proactieve service



Service-uitdaging

"Onze data voor assetonderhoud zijn verspreid, wat leidt tot dure en handmatige processen en onvolledige bedrijfsinzichten."



Oplossing

Gebruik betrouwbare data om aan te geven wanneer onderhoud nodig is, zodat assets van klanten langer probleemloos blijven functioneren.



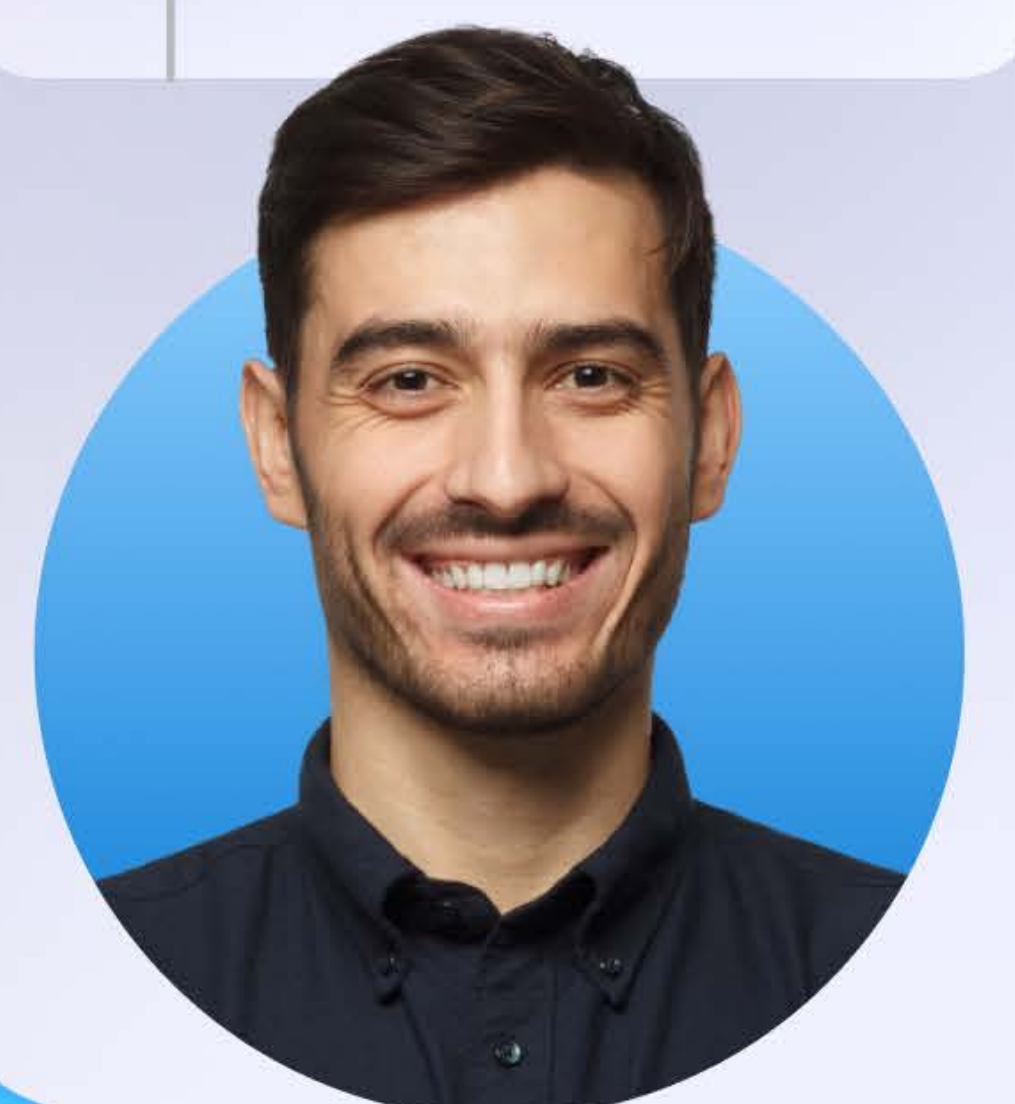
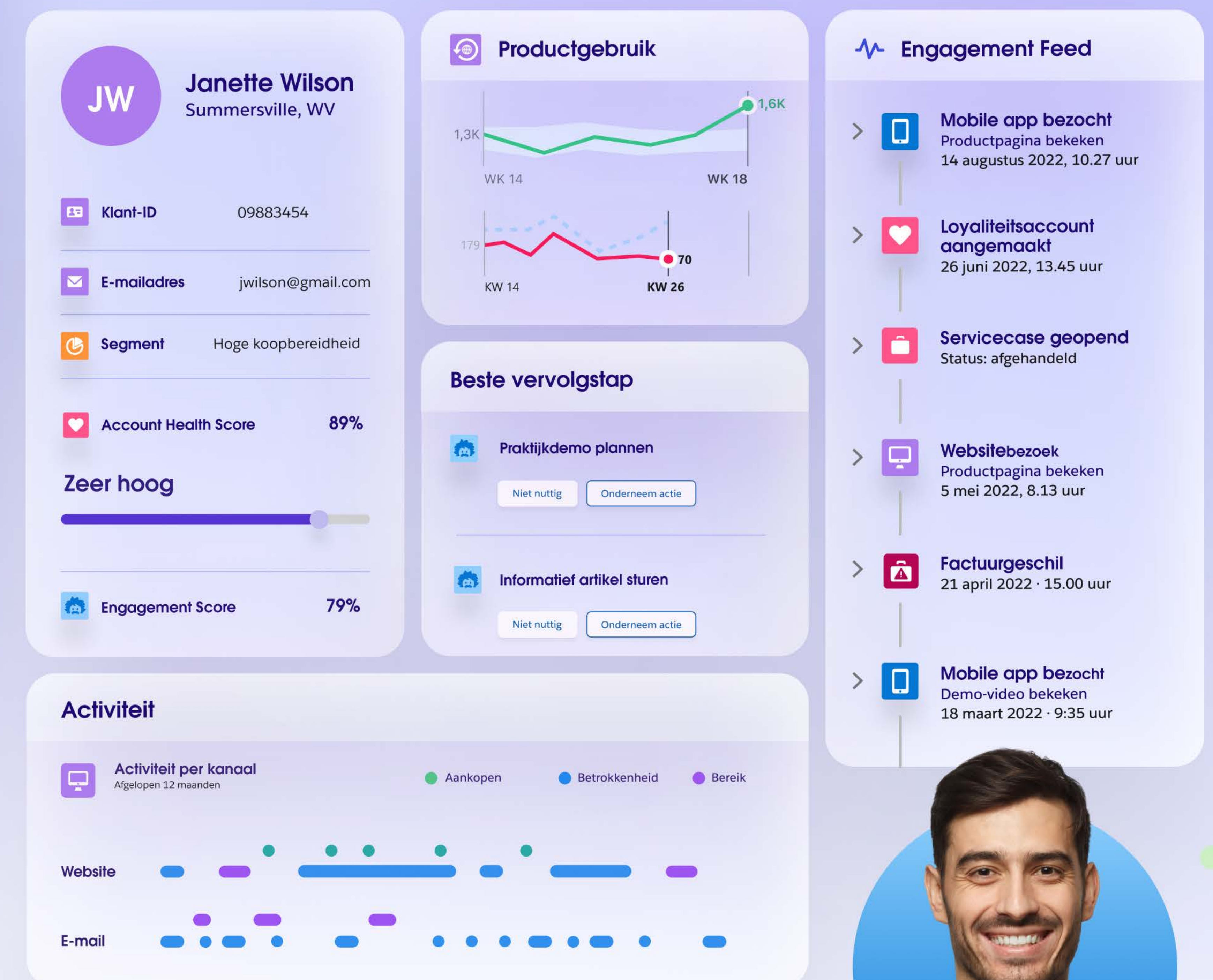
Context

Een wereldwijd technologiebedrijf, dat datacenterservers verkoopt, wil overstappen van een reactief naar een proactief servicemodel vanwege klantklachten en inefficiënte resources. Het bedrijf zet data-analytics in voor een proactieve, margerijke service die services voorspelt en interacties automatiseert via Customer Relationship Management (CRM), door een complex netwerk van interne en externe datasystemen te integreren, zoals Supply Chain Management (SCM), Enterprise Resource Planning (ERP), Enterprise Asset Management (EAM), en Application Performance Management (APM).

salesforce

Hoe het bedrijf zijn data heeft geactiveerd.

- **Integratie van diverse databronnen:** met Data Cloud verzamelt het bedrijf data uit SCM, ERP en asset management-systemen, wat een volledig beeld geeft van leeftijd, gebruik, onderhoudsgeschiedenis en prestaties van assets.
- **Berekening van assetgezondheidsscores:** voorspellende analytics berekenen een gezondheidsscore per asset, op basis van gebruikspatronen en prestatiegegevens.



Use case 2

Verhoog de omzet met proactieve service (vervolg)

Automatisering binnen CRM

Op basis van de score voor assetgezondheid automatiseert het bedrijf verschillende acties binnen zijn CRM, waaronder:

- **Proactieve serviceplanning:** als een assetgezondheidsscore daalt, plant de CRM automatisch een onderhoudscontrole.
- **Incidentdetectie en -reactie:** het systeem detecteert prestatieafwijkingen en initieert direct actie om uitval te voorkomen.
- **Proactieve klantcommunicatie:** CRM stuurt onderhoudsherinneringen en upgradesuggesties naar klanten met risicovolle assets.
- **Aansturen van cross-selling-/upselling-programma's:** Op basis van assetdata doet de CRM gepersonaliseerde upgrade- of vervangingsvoorstellen.

Behaalde resultaten

- **Betere klantervaringen:** minder onderbrekingen en een attentere service zorgen voor hogere klanttevredenheid en loyaliteit.
- **Verhoogde operationele efficiëntie:** proactief onderhoud beperkt uitval en noodreparatiekosten.
- **Hogere inkomsten door service en upselling:** door proactief onderhoud en strategische upselling realiseert het bedrijf hogere omzet uit servicecontracten en apparatuur-upgrades.
- **Verbeterde productiviteit:** met geïntegreerde assetdata kan het bedrijf strategische beslissingen nemen en resources efficiënter inzetten.



Bouw AI-ondersteunde selfservice-apps voor probleemloze intelligente service-activiteiten



Service-uitdaging

“Ons serviceteam wordt overspoeld met te veel directe supportgesprekken.”



Oplossing

Gebruik kunstmatige intelligentie (AI) om selfservice-platforms slimmer en persoonlijker te maken.

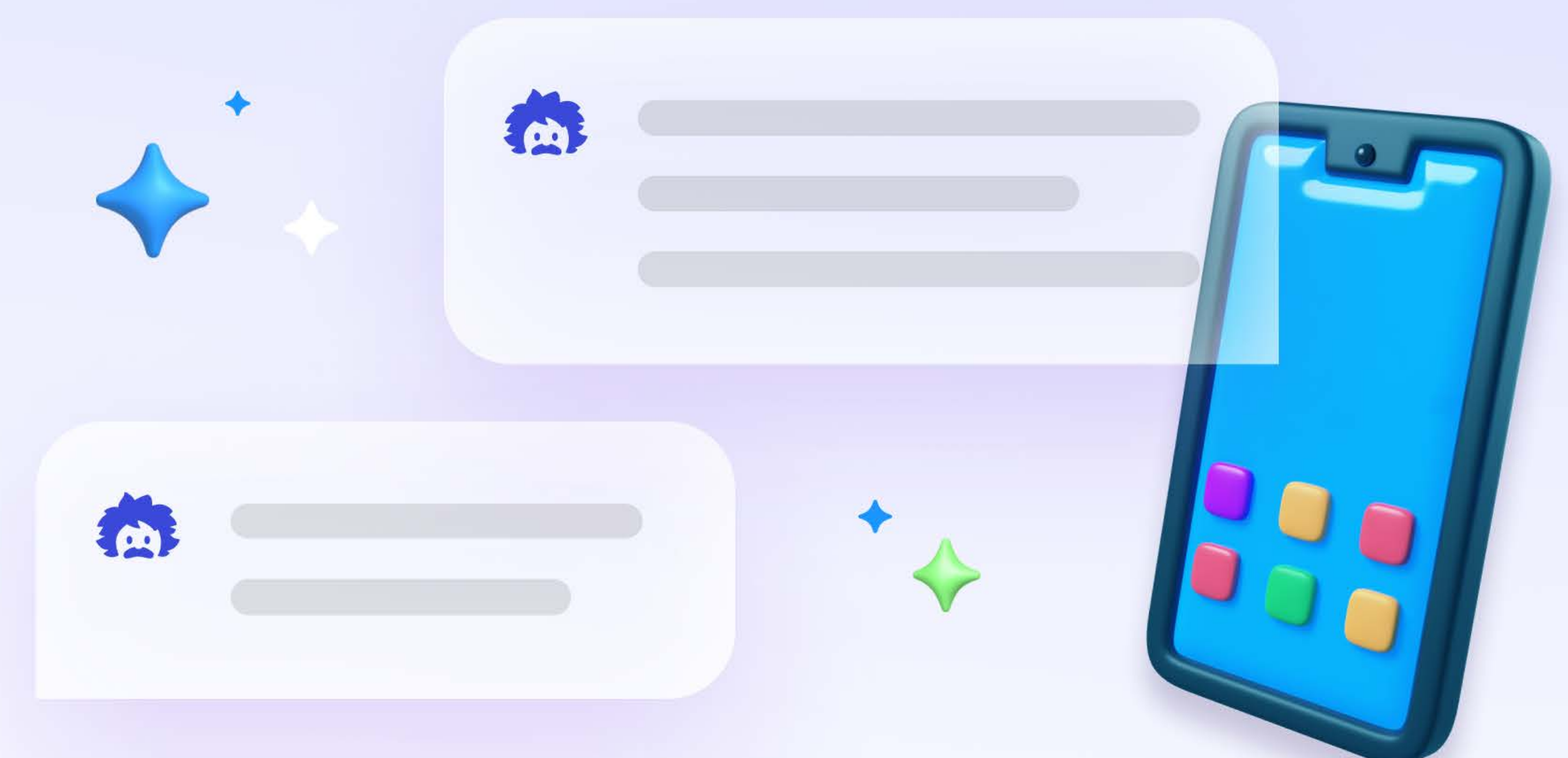


Context

Een wereldwijd retailbedrijf met een breed scala aan producten en complexe datasystemen heeft moeite om de grote hoeveelheid serviceverzoeken af te handelen. Het wil zijn selfserviceportalen verbeteren om ze effectiever en persoonlijker te maken, zodat het serviceteam minder wordt belast. Hiervoor moet het bedrijf data uit verschillende bronnen integreren, zoals Customer Relationship Management (CRM), Product Information Management (PIM) en Enterprise Resource Planning (ERP), in één gecentraliseerd CRM. Het bedrijf maakt gebruik van AI om nuttige content voor klanten in realtime te voorspellen en dynamisch te genereren.

Hoe het bedrijf zijn data activeert.

1. Integratie van diverse datasets: het bedrijf gebruikt Data Cloud om verschillende datasets samen te voegen in het CRM, waardoor het proces van het afstemmen van content op de behoeften van klanten wordt geautomatiseerd. De datasets bevatten:
 - **Klantprofielen:** data over demografische informatie, aankoopgeschiedenis en eerdere service-interacties worden uit het CRM gebruikt om selfservice-content, zoals veelgestelde vragen (FAQ's) en e-books, af te stemmen op elke klant.
 - **Webbetrokkenheid:** door de data van websitenavigatiepaden en eerdere selfservice-sessies te analyseren, kan het bedrijf de content beter afstemmen op wat klanten nuttig vinden.
 - **Productinformatie en voorraad:** het bedrijf gebruikt gedetailleerde productspecificaties, voorraadstatus en historische data over productproblemen of veelvoorkomende vragen om ervoor te zorgen dat de selfserviceportal accurate en relevante informatie biedt.
 - **Niet-gestructureerde data:** feedback van klanten uit sociale media en andere platforms helpt om de content van de selfservice actueel en relevant te houden.

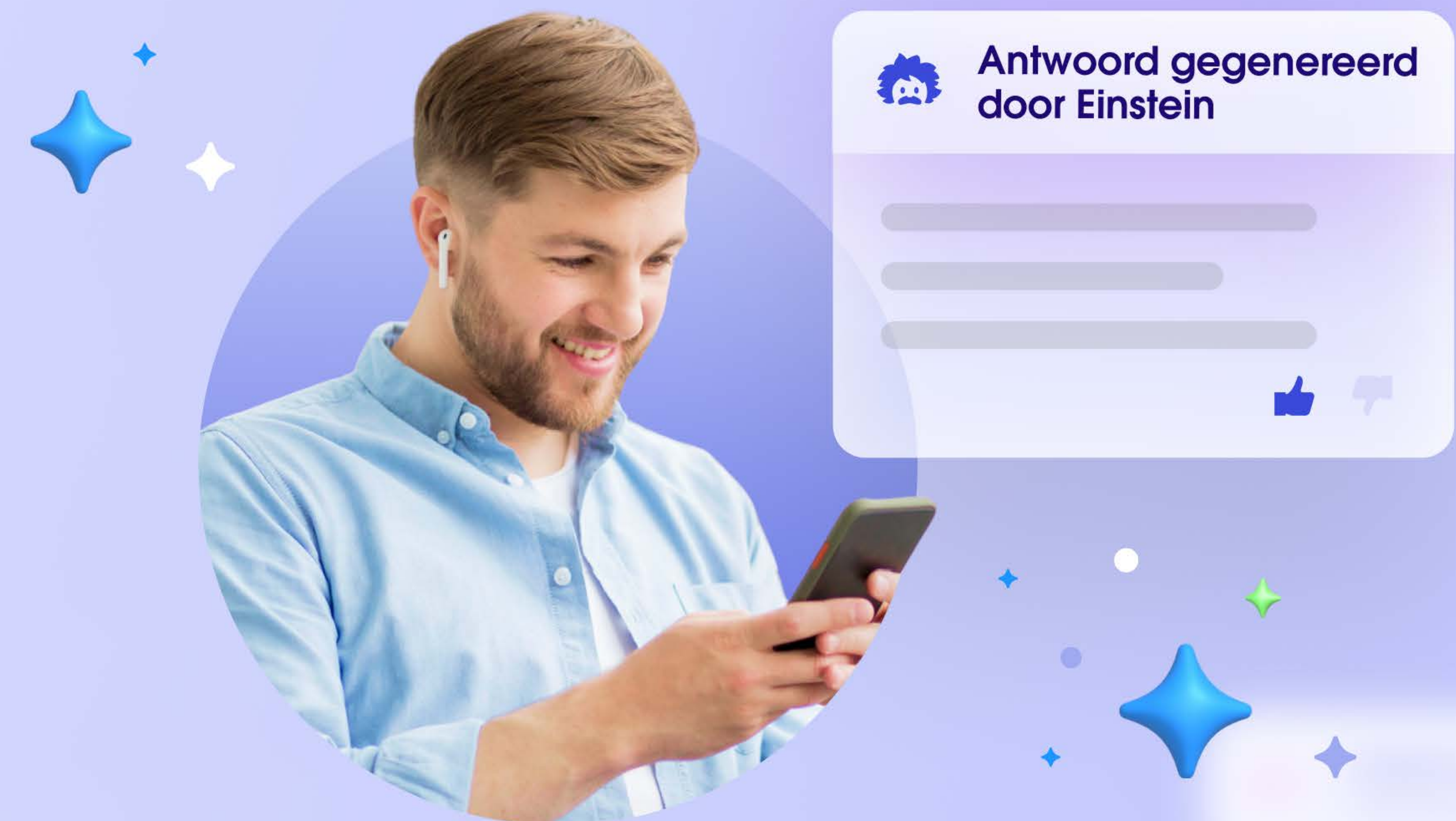


Use case 3

Bouw AI-ondersteunde selfservice-apps voor probleemloze intelligente service-activiteiten (vervolg)

2. Het bedrijf past AI toe om nuttige content voor te stellen, op verzoek gepersonaliseerde content te genereren en de content zelfs in realtime aan te passen aan het gedrag van klanten. De volgende selfservice-functies worden ondersteund door CRM, AI en data:

- **Voorspellende contentgeneratie:** op basis van klantprofielen, recente aankopen of opkomende trends biedt het systeem automatisch nuttige content zoals FAQ's of e-books voor probleemoplossing nog voordat de klant erom vraagt.
- **Realtime personalisatie:** Terwijl een klant interactie heeft met het portal, wordt de content in realtime aangepast aan diens acties en behoeften.
- **Contentfeedback-lussen:** wanneer specifieke content regelmatig leidt tot een oplossing, krijgt deze prioriteit in de zichtbaarheid en wordt deze mogelijk geoptimaliseerd. In tegenstelling tot deze content, wordt materiaal dat leidt tot extra contacten met de klantenservice gemarkeerd voor herziening en verbetering, zodat het bedrijf voortdurend kan leren en de kwaliteit van de selfservice kan verbeteren.



Behaalde resultaten

- **Verbeterde personalisatie en klanttevredenheid:** de integratie van CRM, PIM, ERP en andere data stelt het bedrijf in staat om dynamisch en in realtime op maat gemaakte content te genereren. Dit verbetert de klantervaring en vermindert het aantal servicegesprekken aanzienlijk.
- **Snelle service met minder resources:** AI en machine learning helpen klanten snel de informatie te vinden die ze nodig hebben, waardoor de behoefte aan directe support afneemt.
- **Datagedreven inzichten voor continue verbetering:** voortdurende analyse van klantinteracties en feedback helpt het bedrijf zijn producten en diensten voortdurend te verbeteren.

Kijk wat je kunt doen met Data Cloud

Van gepersonaliseerde ervaringen tot geautomatiseerde workflows, Data Cloud voorziet in krachtige use cases in elke sector.

[Alle use cases bekijken](#)

 **Snowflake**
Connect directly to Snowflake to
access data stored externally



Zes tips om use cases m.b.t. het activeren van data voor je serviceteam te creëren

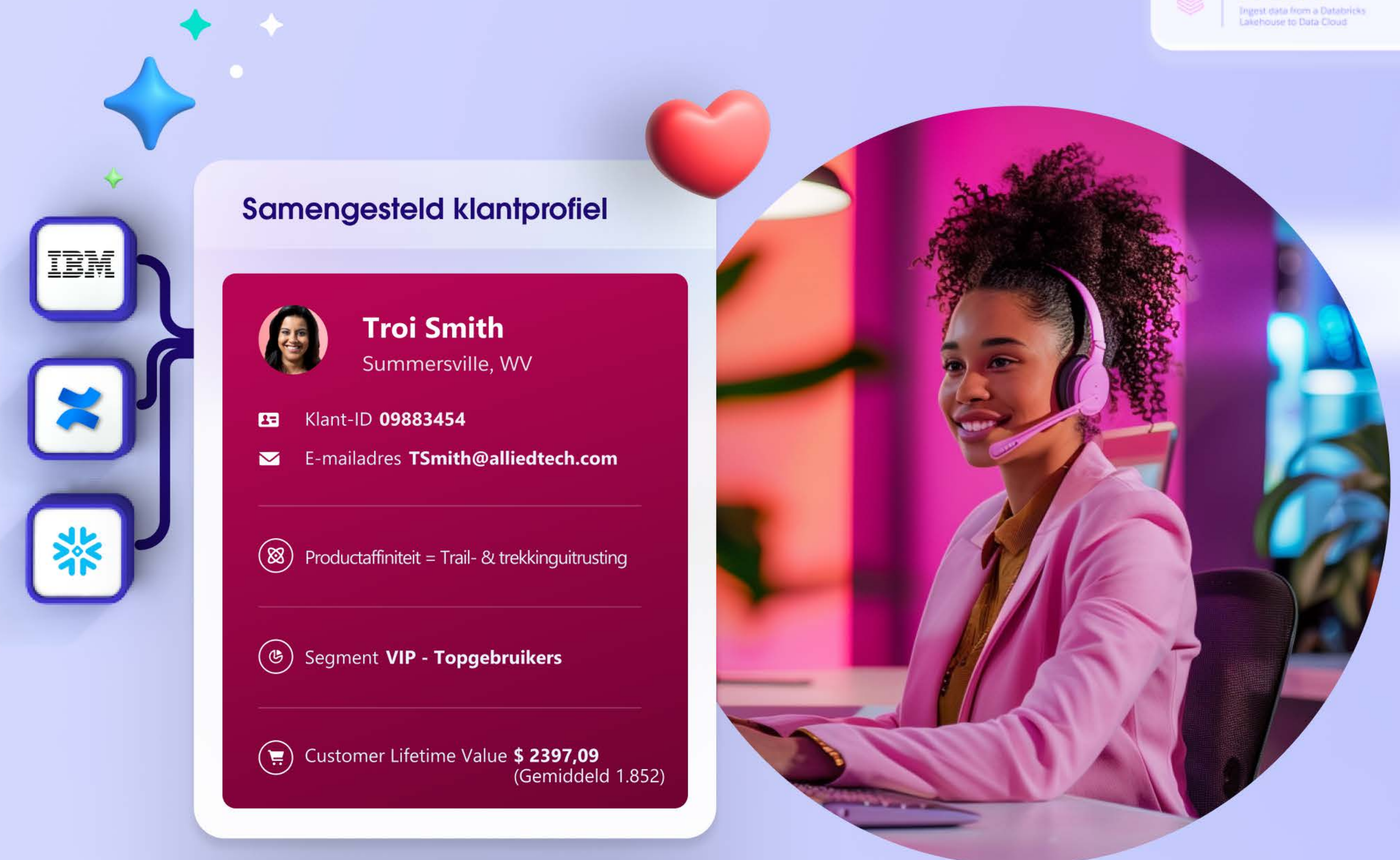
Nu je de use cases m.b.t. het activeren van data voor service hebt bekeken, zijn hier zes manieren om een strategie voor het activeren van data voor je serviceteam te ontwikkelen.

1. Stem je zakelijke doelen af op je service-datastrategie.

Als je belangrijkste doel is om servicegesprekken om te zetten in omzetkansen, richt je dan op hoe je data kunt gebruiken om betaalde serviceaanbiedingen aan te bevelen waarvan de klant zou kunnen profiteren. Moeten je serviceteams de afhandeltijden verkorten? Bedenk dan welke data zij nodig hebben voor efficiëntere service-interacties. Dit helpt je om prioriteiten te stellen en ervoor te zorgen dat je inspanningen de juiste resultaten opleveren.

2. Bepaal welke data je echt nodig hebt.

Dit hangt af van je zakelijke en servicedoelen. De benodigde data kunnen bestaan uit service-interacties, klantfeedback, aankoopgeschiedenis en selfservice-data. Het is belangrijk om de juiste datasets in je CRM op te nemen. Betrek ook andere bedrijfsonderdelen, zoals sales, commerce en IT. Zij hebben veel belang bij de serviceresultaten en kunnen je adviseren over de datasets die je nodig hebt.



3. Betrek je IT-team er vroeg bij.

Maak duidelijk wat je doelen zijn en welke informatie je zoekt, zodat zij je kunnen helpen bij het identificeren van de silo's die je moet ontsluiten. Je hebt ook hun hulp nodig om ervoor te zorgen dat al deze data niet alleen goed integreert, maar ook veilig en privé blijft.

4. Blijf communiceren.

Laat je serviceteams zien hoe je strategie hun werk gemakkelijker maakt en hun beslissingen slimmer. Of het nu gaat om hoge klanttevredenheidsscores (CSAT), kortere afhandeltijden of een lager klantverloop, laat hen de voordelen zien van datagestuurde service. Gebruik praktijkvoorbeelden of use cases om hen de mogelijkheden te tonen.

Zes tips om use cases m.b.t. het activeren van data voor je serviceteam te creëren (vervolg)

5. Bouw datavaardigheden op.

Zorg voor training die alles omvat, van het analyseren van data tot het toepassen ervan in dagelijkse service-scenario's. Het doel is om je team vaardig te maken in het gebruik van data, zodat ze de klant beter begrijpen en elke service-interactie kunnen personaliseren.

6. Zorg voor voortdurende feedback.

Zet een systeem op waarin je team input kan geven over de datatools en inzichten die ze gebruiken. Deze feedback is van groot belang, omdat deze helpt om je strategieën voortdurend aan te passen en te verbeteren. Controleer regelmatig de voortgang en pas zo nodig aan.

Door deze stappen te volgen, voorzie je je team niet alleen van data; je stelt ze ook in staat om deze effectief te gebruiken. Dit leidt tot betere serviceresultaten en een concurrentievoordeel. Laten we ervoor zorgen dat data voor je werkt.

Verhoog klantloyaliteit met proactieve service.



Bekijk de video

Data Cloud, het enige dataplatform dat native is voor 's werelds beste AI CRM, helpt je al je data samen te brengen en te activeren. In deze korte video leer je hoe Data Cloud getriggerde acties, doelgroepsegmentatie en CSAT-meting mogelijk maakt en je kan helpen om proactieve service te leveren. Zo behoud je loyale klanten en laat je ze groeien.

Hoofdstuk 4

Verhoog de omzet en lever proactieve service met Data Cloud

salesforce

Hoofdstuk 4

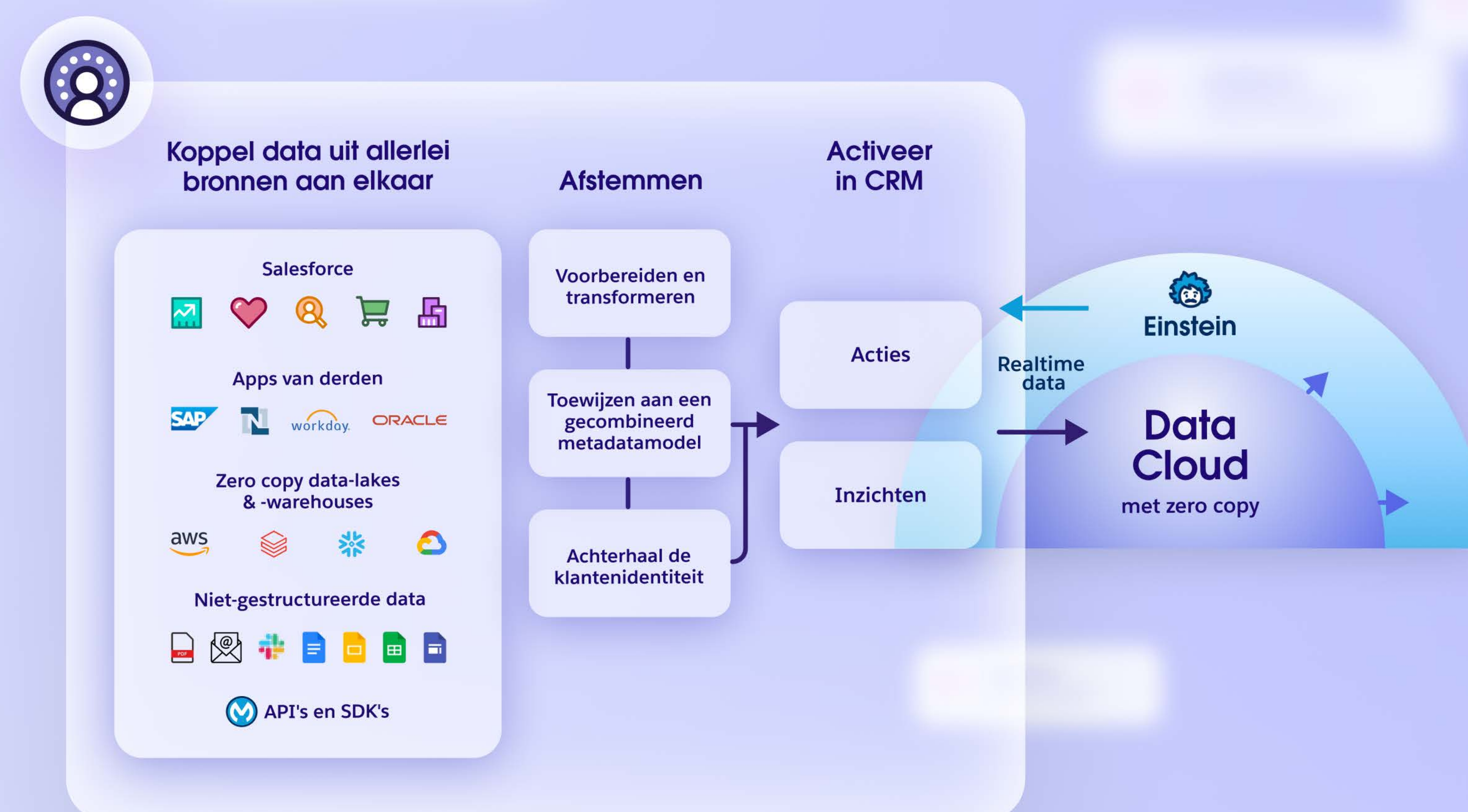
Verhoog de omzet en lever proactieve service met Data Cloud

Het activeren van servicedata begint met Data Cloud.

Data Cloud brengt al je opgesloten data samen in Salesforce, ongeacht waar deze zich bevindt, zodat je je data vanaf één centrale locatie kunt activeren. Ons unieke, open platform in combinatie met zero copy voor Snowflake, Amazon RedShift en Google BigQuery maakt het eenvoudiger dan ooit om je data te activeren voor je serviceteams. Geen data-eilanden meer. En het belangrijkste is, is dat het gebaseerd is op vertrouwen.

Met Data Cloud kun je:

- CSAT en de productiviteit van het serviceteam maximaliseren met realtime data en inzichten
- De customer experience verbeteren – van selfservice tot de klantenservice en de buitendienst – door je verschillende datasets samen te brengen
- Je serviceteam versterken met nauwkeurige inzichten en AI-aanbevelingen op maat, gebaseerd op je data



Zo ontsluit Data Cloud opgesloten servicedata:

1. Data Cloud koppelt alle gestructureerde data, zoals servicetickets, transactiegeschiedenissen en interactielogs, met niet-gestructureerde data, zoals e-mails, servicetranscripties en chatlogs.
2. Na de koppeling worden de gegevens in Data Cloud geharmoniseerd via zero copy-processen, wat betekent dat je de data veilig kunt integreren zonder deze te kopiëren of verplaatsen.
3. Alle data wordt samengebracht in een gemeenschappelijk datamodel voor een eenduidig klantbeeld.
4. Deze rijke data is vervolgens klaar voor activatie in je CRM-apps.
5. Wijzigingen in de data triggeren automatisch acties in je CRM, zonder dat handmatige processen nodig zijn.

Waarom Data Cloud?

Breng al je data samen voor een holistisch beeld waarop je actie kunt ondernemen.

Prebuilt connectors

Integreer klantdata veilig en op schaal met onze prebuilt connectors. Koppel data uit verschillende Salesforce-omgevingen, je website, ERP-systemen en datalakes. Hierdoor kun je relevante data snel in je CRM opnemen om klantenservicevragen efficiënt op te lossen in Service Cloud.

Uniforme profielen

Combineer al je data in een uitgebreid klantoverzicht. Gebruik matching- en afstemmingsregels om data aan de juiste klant te koppelen en de beste vervolgstappen te bepalen.

Data Cloud

Woning

Datastromen

Gegevensvoorbereiding

Dataoverdracht

Overzicht

131

Datastromen

861

Segmenten

16

Activeringen

Datastromen

Naam datastroom	Laste uitvoering...	Datast
1 Account_00Do0Hxle	Klantsucces	Actief
2 BenefitType_00Do0Hxle	Klantsucces	Actief
3 Benefit_00Do0Hxle	Klantsucces	Actief
4 Campaign_00Do0Hxle	Klantsucces	Actief
5 Catalog_00Do0Hxle	Klantsucces	Actief

Lauren Boyle

San Francisco, CA

Klant-ID

TE99012

E-mailadres

lbouma@example.com

Telefoonnummer

(415) 111-1212

Loyaliteitsniveau

1

Segment

Explorer

Customer Lifetime Value

\$1.800

CSAT

90

Engagement score

92%

salesforce

Waarom Data Cloud? (vervolg)

Verhoog klanttevredenheid met proactieve experiences.

Service-antwoorden

Verbeter klanttevredenheid en verlaag de afhandelings tijd met AI-gegenereerde antwoorden op elk kanaal. Data Cloud stelt je in staat om data uit verschillende bronnen te harmoniseren, waardoor je een uniform klantprofiel kunt creëren. Einstein genereert gepersonaliseerde antwoorden op basis van klantdata en je kennisbank, zodat servicemedewerkers snel accurate en relevante antwoorden kunnen geven.

Pre-work briefing

Versnel de servicelevering en verhoog klanttevredenheid door buitendienstmedewerkers van essentiële klantdata, activageschiedenis en servicerecords te voorzien voordat ze aan een taak beginnen. Inzichten over onderhoud en eerdere interacties helpen hen om taken ter plaatse prioriteit te geven en de context te begrijpen om aan contractvoorwaarden te voldoen.



Waarom Data Cloud? (vervolg)

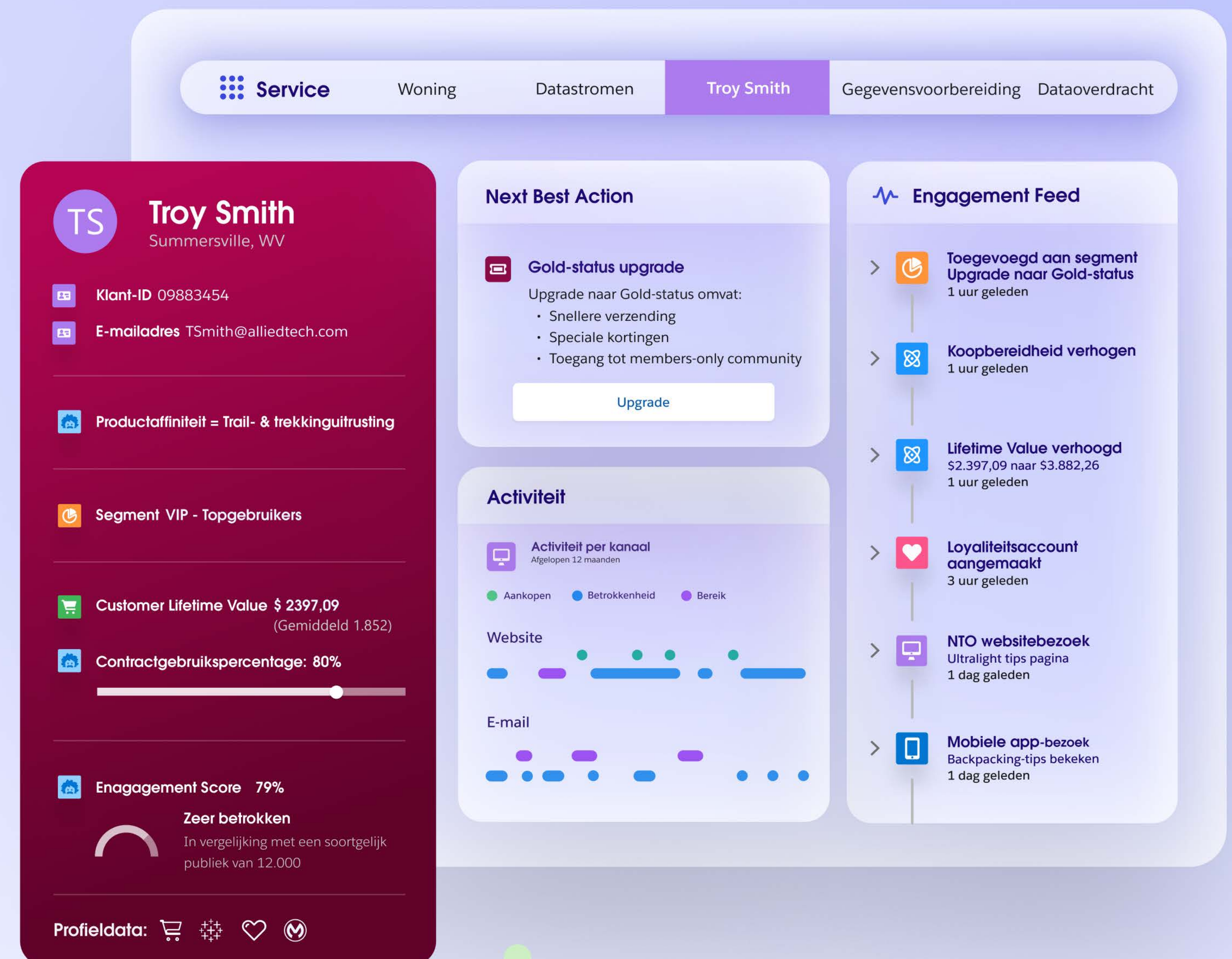
Maak datagedreven beslissingen sneller.

Ingebedde inzichten

Bespaar tijd en wees proactiever met AI-ondersteunde voorspellingen. Bied servicemedewerkers en buitendienstmedewerkers bruikbare inzichten, zoals de neiging om te escaleren, transactiegeschiedenis en klantloyaliteit, zodat ze gepersonaliseerde service kunnen bieden.

Uniforme data

Combineer al je interne en externe klantdata tot een uniform geheel met Data Cloud. Dit stelt je in staat om de communicatie met klanten te verbeteren op basis van hun behoeften en voorkeuren. Bied slimme service met diepgaandere inzichten en onderneem realtime actie met behulp van AI en automatisering, gebaseerd op betrouwbare klantgegevens.



Hoofdstuk 4

Jouw data is niet ons product — en dat is het ook nooit geweest.

In het tijdperk van AI zijn databeveiliging en -integriteit belangrijker dan ooit.

De Einstein Trust Layer biedt een sterke set functies en beschermingen die zorgen voor de privacy en veiligheid van je data. Deze laag verbetert de veiligheid en nauwkeurigheid van je AI-resultaten en bevordert verantwoord gebruik van AI binnen het Salesforce-ecosysteem.

Met functies zoals dynamische basis, het niet bewaren van gegevens en toxiciteitsdetectie helpt de Einstein Trust Layer je de kracht van generatieve AI te benutten, zonder afbreuk te doen aan je veiligheids- en beveiligingsnormen.

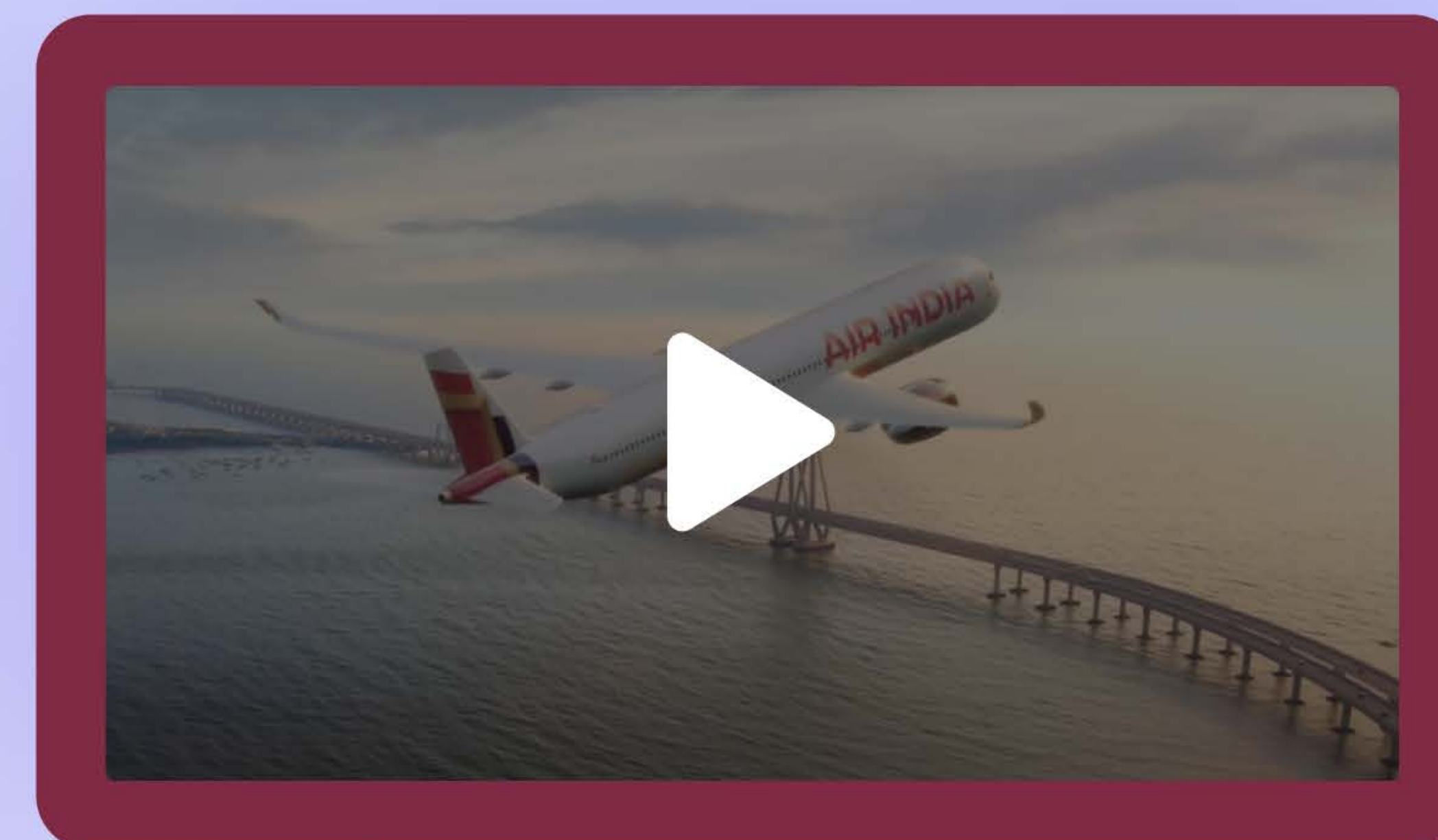
[Lees meer](#)



Datagedreven teams zijn succesvol met Data Cloud

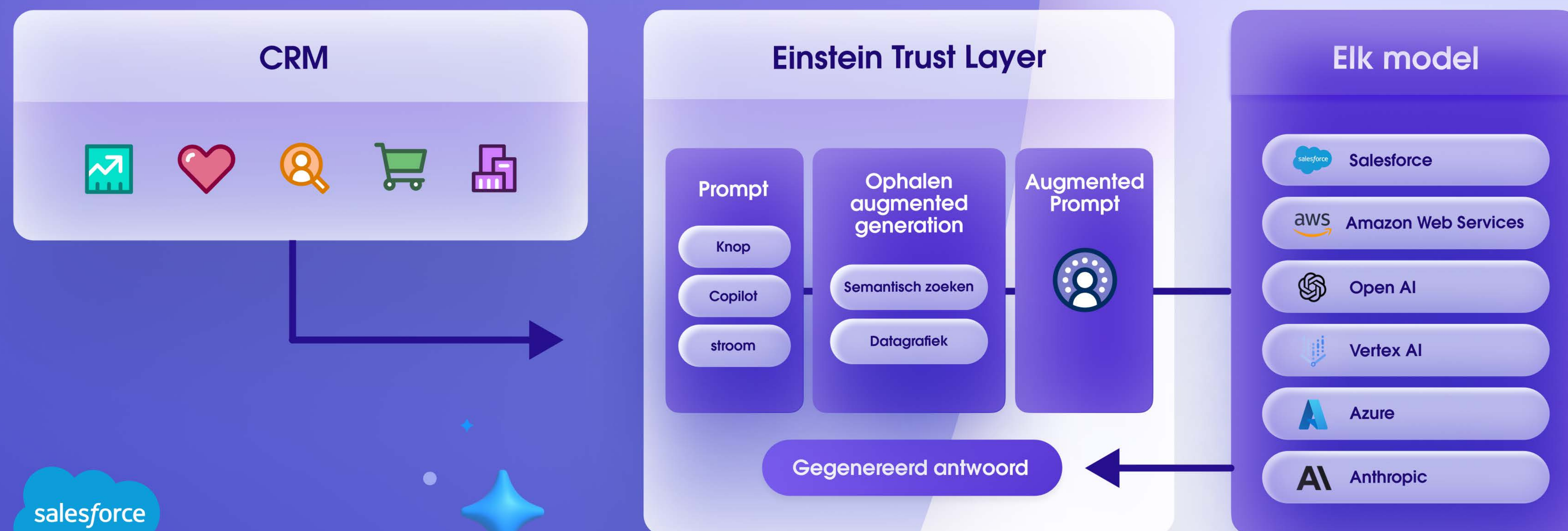
Air India biedt wereldklasse service met Einstein.

Ontdek hoe de luchtvaartmaatschappij data koppelt om generatieve AI te verbeteren en de productiviteit van servicemedewerkers te verhogen.



[Lees het volledige verhaal](#)

[Bekijk de video](#)



AI ondersteunde de schrijvers en redacteurs die dit artikel hebben gemaakt.



Haal het meeste uit je
servicedata met een
centraal platform.
Maak kennis met Data Cloud.

[Bekijk de demo](#)

