

DE BESTE OMNICHANNEL- WINKELERVARING MET SALESFORCE COMMERCE CLOUD



DEPT

INTRODUCTIE

Salesforce Commerce Cloud biedt merken en retailers een hoog schaalbaar e-commerceplatform om hun klanten een uniforme winkelervaring te bieden. Met ingebouwde predictive intelligence verbindt dit cloudgebaseerde e-commerceplatform e-commerce met zowel digitale als fysieke platforms. Zo wordt een slimmere koopervaring geboden, de klantervaring verbeterd en conversiepercentages verhoogt. Als je een internationaal merk hebt dat op zoek is naar een commerce-oplossing die omnichannel en branded commerce ondersteunt, zal je deze oplossing waarschijnlijk verder willen onderzoeken. Want: wat levert Salesforce Commerce Cloud je eigenlijk op?

De digitale trends die momenteel de klantervaringen boosten, zullen bekend in de oren klinken. Via een groeiend aantal kanalen en touchpoints verwachten consumenten tegenwoordig betere en meer gepersonaliseerde ervaringen. Cross-border e-commerce neemt sterk toe, waardoor merken worden gedwongen een sterkere lokale aanwezigheid in verschillende landen te creëren. En naarmate het gebruik en de diversiteit van digitale kanalen versneld, wordt de innovatiecyclus korter. Bovendien zijn branding en content cruciaal om e-commerce naar het volgende niveau te brengen: branded commerce.

Deze ontwikkelingen zetten extra druk op de performance van commerce-oplossingen. Merken die hun e-commerce willen laten groeien en merken die hun eerste webshop lanceren, zullen zeker gehoord hebben van Salesforce Commerce Cloud (SFCC). Hoe goed SFCC bij je specifieke behoeften past, hangt af van de producten, markt, mate van digitale volwassenheid en digitale ambities van je bedrijf. Als een *mid to high-end*-oplossing met zeer uitgebreide out of the box-functionaliteiten, biedt SFCC een snelle time-to-market en een krachtig en hoog schaalbaar e-commerceplatform.

INHOUD

| | |
|--|----|
| 1. WAT IS SFCC? | 4 |
| 2. SFCC WORDT GELEVERD MET DE STRATEGISCHE KEUZE VOOR CLOUD | 6 |
| 3. ZEVEN REDENEN OM TE KIEZEN VOOR SFCC | 8 |
| 4. SNELLE LANCERING VAN DE WEBSHOP VAN ETOS | 11 |
| 5. FYSIEKE WINKELS VERBINDEN MET WEBSHOPS | 12 |
| 6. VIER ELEMENTEN OM REKENING MEE TE HOUDEN | 13 |
| 7. PAST SFCC BIJ JOUW ORGANISATIE? | 15 |

WAT IS SFCC?



SFCC was voorheen bekend als Demandware, gekocht door Salesforce in 2016 voor \$2,8 miljard en opgenomen in de volledige applicatie suite. De rebranding naar Salesforce Commerce Cloud heeft de oplossing afgestemd op het krachtige merk van Salesforce. Als Software as a Service-oplossing (SaaS) biedt SFCC alle schaalbaarheid, flexibiliteit, stabiliteit en beveiliging die je van een cloud-oplossing mag verwachten.

De acquisitie van Demandware betekende de intrede van Salesforce in de e-commercesector. In september 2018 noemde Forrester SFCC een leider in The Forrester Wave™ – een evaluatie op basis van 31 criteria van leveranciers van B2C-commercesuites. Met een sterker aanbod en een sterkere strategie overtrof SFCC concurrenten zoals SAP, IBM en Magento.

Via verschillende modules biedt SFCC tools voor het opbouwen van e-commerce, marketing, merkloyaliteit, klantenservice, order- en gegevensverwerking en community-ontwikkeling. Je kunt deze modules toevoegen naarmate je e-commerce groeit. Functies dekken e-commerce behoeften zoals debit- en creditcardverwerking, online winkelwagentjes, online store builder, leadbeheer, marketing automation, workflow, PoS-systemen en marketing- en verkooptools. SFCC heeft een flexibel prijsmodel, wat betekent dat je meer betaalt naarmate je meer online-inkomsten genereert. Salesforce helpt daarnaast haar klanten om hun e-commerce omzet te vergroten door het delen van best practices.

SFCC is nu actief op meer dan 3.000 locaties in 53 landen, en het heeft in 2017 meer dan \$21 miljard aan bruto online omzet verwerkt via het platform. Bekende gebruikers van SFCC zijn mode- en lifestylemerken zoals Adidas, Hugo Boss, Weber, O'Neill, GoPro en Panasonic. SFCC past goed bij de ambities van webwinkels die cross-border en omnichannel-commerce bedrijven, en verschillende magazijnen en een complex landschap hebben. Het richt zich specifiek op behoeften zoals multi-valuta, meertaligheid en multi-stores, en verbindt e-commerce met andere customer touchpoint zoals social mediaplatforms, mobiel, offline en productdata-beheer.

SFCC WORDT GELEVERD MET DE STRATEGISCHE KEUZE VOOR CLOUD



Als het om SFCC gaat, wordt meestal gerept over features, schaalbaarheid en klanten. Hoewel dit de oplossing stevig op de kaart zet, is de grote vraag natuurlijk: wanneer is SFCC een goede keuze voor jouw organisatie? Het eerste dat je moet overwegen, is de implementatie in de cloud.

Zoals alle Salesforce-producten is SFCC een volledig gehoste SaaS-oplossing. Dit betekent dat de overheadkosten voor hosting en beheer worden afgehandeld door het interne team van Salesforce, in plaats van door de gebruiker of integratiepartners. De Service Level Agreements hebben betrekking op onderhoud en doorontwikkeling van het platform. Elke plotselinge toename van de vraag van de klant en pieken in traffic worden geruisloos verwerkt zonder enige onderbreking. Op de achtergrond rolt Salesforce acht tot tien keer per jaar nieuwe releases uit waar nieuwe functies worden aangeboden via de Business Manager, die je als klant eenvoudig kunt inschakelen met een minimale (technische) inspanning. Daarmee hoeven organisaties zich niet bezig te houden met het technisch onderhoud en upgrades van het platform. Organisaties die zich liever op hun bedrijf concentreren in plaats van op IT, zullen dit ideaal vinden. De cloud biedt een korte time-to-market met snelle schaalbaarheid.

In tegenstelling tot SFCC vragen traditionele implementaties op basis van on-premise installaties (dus geen SAAS) meer van je IT-afdeling. Hierdoor heeft je organisatie tegelijkertijd ook meer controle over infrastructuur, ontwikkeling en beveiliging. De strategische keuze voor cloud wordt waarschijnlijk gemaakt op basis van de wensen naar schaalbaarheid en gebruiksgemak, waardoor e-commerce snel kan groeien zonder IT-zorgen.

ZEVEN REDENEN OM TE KIEZEN VOOR SFCC



In vergelijking met zijn concurrenten wordt SFCC door Forrester beschouwd als een leader op het gebied van B2C-commerce suites. SFCC scoort hoger op zijn totale aanbod en blinkt met name uit in business intelligence en analytics, kunstmatige intelligentie (AI), machine learning, personalisatie en commerce-management. Je kunt de redenen om voor SFCC te kiezen in zeven hoofdpunten samenvatten:

- ▶ **Snellere time-to-market:** naast de bekende voordelen in het besparen van tijd met schaalbaarheid en flexibiliteit die bij de cloud horen, biedt SFCC een complete oplossing voor snelle implementatie genaamd Storefront Reference Architecture (SFRA). Dit is een applicatie met talloze sjablonen die direct te gebruiken is, met standaard bedrijfslogica en vooraf gebouwde integraties die samen een volledig functionerend e-commerce platform kunnen leveren in een relatief korte tijd. Dit verlaagt de implementatiekosten en zorgt voor een snelle inzet van nieuwe commerce mogelijkheden.
- ▶ **Veel integraties beschikbaar:** vanwege de volwassenheid en hoge acceptatie van SFCC in de zakelijke markt, is er een aanzienlijk aantal integraties beschikbaar die direct te gebruiken zijn. Dit biedt snelle toegang tot mogelijkheden zoals adresverificatie, beoordelingen, loyaliteitsprogramma's, bestelgeschiedenis, complexe productdata, vertalingen, cross-border fulfilment, site-monitoring en analyse.

- ▶ **Integratie van data voor personalisatie:** door klantbetrokkenheid via meerdere kanalen kan SFCC data verzamelen om klantprofielen te maken. Deze kunnen vervolgens worden toegepast voor verschillende cases: segmentatie op gedrag, gevulde winkelwagentje-mailings, guided selling, gepersonaliseerde aanbevelingen en content, en gerichte marketinginspanningen. Je kunt bijvoorbeeld klanten uitsluiten die vaak producten retourneren, of korting bieden specifiek aan twijfelende klanten die een extra duwtje nodig hebben. Deze customized aanbiedingen bieden meer relevante content aan de bezoeker, terwijl ze (hopelijk) een terugkerende klant worden. Salesforce wordt momenteel beschouwd als de betere keuze in het aanbieden van personalisatiemogelijkheden, in vergelijking met de meeste van zijn concurrenten.
- ▶ **Omni-channel enablement:** SFCC verbindt commerce met distributeurs, sales-teams, buitendiensten en klantenservice. Het integreert deze met de klantgerichte kanalen: fysieke winkels, internet, mobiel, social media en e-mail. Door deze integraties maakt SFCC het mogelijk om een verbonden, merkgerelateerde commerce-ervaring te leveren, wat betekent dat het gepersonaliseerd en naadloos is. Via alle kanalen. Zo kunnen bijvoorbeeld content-slots op productpagina's worden gepersonaliseerd op basis van eerdere interacties. Of een klant kan een product online kopen en het vervolgens terugbrengen naar de fysieke winkel.
- ▶ **Continue optimalisatie:** om de conversie te verhogen, biedt SFCC A/B-testen zonder technische ondersteuning om promoties, content-slots en sorteerregels te optimaliseren. Met custom scripts kun je bedrijfslogica, visuele elementen of andere gebruikerservaringen veranderen op basis van deelname aan de testgroep. Visuele A/B-testen zijn beschikbaar via oplossingen van derden.
- ▶ **AI-aangedreven commerce:** Salesforce heeft bewezen zeer gefocust te zijn op AI met zijn Commerce Cloud Einstein-module. Einstein is ontworpen om zelflerend en tijdbesparend te zijn, en kan worden gebruikt zonder dat een data scientist betrokken moet zijn. Op de achtergrond analyseert Einstein klantgedrag, productdata en bestelgeschiedenis. Alles in realtime. Met de verkregen inzichten past Einstein automatisch productaanbevelingen aan, automatiseert het merchandising en productgroepen, customized zoek- en categoriepage's en werkt het klantsegmenten bij. Dit resulteert in een hogere relevantie en verhoogde omzet en klanttevredenheid.
- ▶ **Een volledig pakket aan cloudservices:** als onderdeel van de Salesforce-familie kan SFCC eenvoudig worden geïntegreerd in de andere SaaS-services van Salesforce, zoals Marketing Cloud, Sales Cloud, Service Cloud en Heroku (PaaS van Salesforce). Samen met de integratie met derden biedt Salesforce een geïntegreerd en geoptimaliseerd digitaal ecosysteem.

Met deze zeven voordelen is SFCC een toonaangevende oplossing voor B2C-commerce. Maar hoe profiteren organisaties in de praktijk van deze functies? De volgende twee klantcases demonstreren de toepassing van SFCC voor zowel een snelle lancering als het creëren van een naadloze cross-channel winkelervaring.

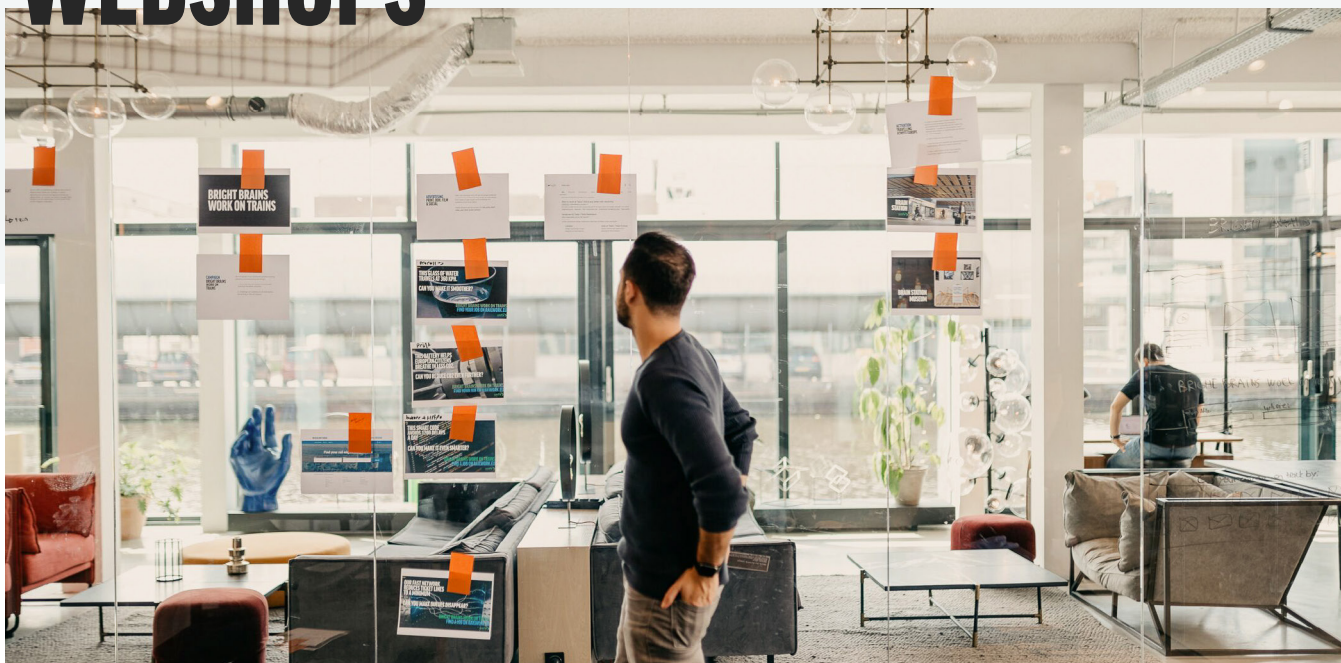
SNELLE LANCERING VAN DE WEBSHOP VAN ETOS



Etos heeft zeven keer de titel van ‘beste drogisterij van Nederland’ gewonnen en is een bekend merk in de Nederlandse winkelstraten. In 2018 werkte de keten samen met Dept om zijn offline-succes aan te vullen met een online platform dat een persoonlijke winkelervaring biedt. Dit was een uitdagende taak omdat [Etos](#) hiervoor geen webshop had en dus de infrastructuur miste om online bestellingen te ondersteunen.

Omdat de Etos-webshop snel moest worden gelanceerd, was SFCC een logische keuze. Dankzij de snelheid, schaalbaarheid, vele merchandising-opties en kant-en-klare functies kon een eerste versie zeer snel worden ontwikkeld. Het enorme assortiment is inmiddels beschikbaar in vier hoofdcategorieën: schoonheid, persoonlijke verzorging, gezondheid en baby. Tijdens het scrollen door de producten wordt de klant verrast door inspirerende content, handige tips en interessante producten; volledig afgestemd op zijn of haar behoeften. Het zoeken is snel en eenvoudig omdat alle belangrijke stappen in de customer journey uitgebreid zijn getest en geoptimaliseerd. Het hele concept – van ontwerp tot platform – is gericht op een gebruikerservaring die advies, inspiratie en slimme besparingen combineert. Als klant van Etos.nl ervaar je hetzelfde niveau van persoonlijk advies, (merk) inspiratie en gebruiksgemak als in de fysieke winkels. De ontwikkeling, het ontwerp en het concept van het platform werden binnen een periode van slechts zes maanden gerealiseerd.

FYSIEKE WINKELS VERBINDEN MET WEBSHOPS



In augustus 2018 heeft [Tiger of Sweden](#) zijn online shop opnieuw gelanceerd met een nieuwe look. De winkel toont de nieuwe visuele identiteit van het Zweedse modehuis en biedt ook meer content dan voorheen. De grootste verbetering was het koppelen van de fysieke winkels met het online kanaal. Om een naadloze, cross-channel winkelervaring te creëren, heeft Dept de huidige SFCC-implementatie uitgebreid met de Digital Store-oplossing.

Deze tablet-app breidt de prestaties van de Salesforce Commerce Cloud uit naar de fysieke winkel. De inspiratie voor de digitalisering van de winkels kwam van de flagshipstore op de luchthaven van Kopenhagen. Deze locatie heeft veel potentie, maar klanten waren enigszins terughoudend om door de douane te gaan en te winkelen vanwege de extra bagage.

Klanten kunnen nu kiezen uit het volledige offline- en online-assortiment in de betreffende vestiging, en de gekochte goederen laten afleveren in de winkel, of op hun thuis- of reisadres. Om het orderbeheer te vereenvoudigen, heeft Dept ook een speciale OMS-module geïmplementeerd in het Salesforce Commerce Cloud-platform. Bovendien werd een plug-in geïmplementeerd ter ondersteuning van retourbeheer en werden CRM- en PIM-systemen geïntegreerd. Het resultaat: meer sales in de winkel en een betere winkelervaring. En aangezien alle verbeteringen direct beschikbaar zijn voor winkels op internationaal niveau, leidde dit tot een sterkere internationale merkoriëntatie.

VIER ELEMENTEN OM REKENING MEE TE HOUDEN



Ondanks de schijnbare populariteit en leidende positie is SFCC natuurlijk niet voor iedereen. Net als elke andere oplossing zijn er ook nadelen waardoor het platform niet ideaal is voor elke situatie of organisatie. Houd daarom de volgende vijf punten in gedachten wanneer je SFCC overweegt:

- ▶ **Development:** een bijkomend aspect om rekening mee te houden is dat Salesforce Commerce Cloud meer een gesloten omgeving is. Dit betekent dat het moeilijker is om ervaren developers te vinden die ermee kunnen werken. De developers- en merchandising-community van SFCC is daarentegen groter in omvang vergeleken met concurrerende platformen. Klanten hebben hierbij de keuze uit een breed scala aan implementatiepartners.
- ▶ **Roadmap:** al vanaf het begin gaf Salesforce blijk van een sterke productvisie. Momenteel ligt de focus op microservices en AI-aangedreven personalisatie met Einstein. Hoewel Salesforce suggesties van klanten ter harte neemt, wordt de roadmap uiteindelijk door henzelf bepaald.
- ▶ **De totale kosten voor ownership:** het flexibele prijsmodel betekent dat Salesforce erop is gericht je te helpen je commerce-inkomsten te laten groeien. Op basis van de data van al hun klanten, bieden hun teams proactief advies en ondersteuning.

Deze services voor de detailhandel, de voordelen van een SaaS-platform voor ondernemingen, Einstein, en de uitgebreide reeks merchandising mogelijkheden hebben een prijs. In vergelijking met andere oplossingen wordt SFCC als prijziger ervaren.

- ▶ **Buried features:** SFCC wordt geleverd met een uitgebreide catalogus waarin het moeilijk kan zijn om functies te organiseren en/of te vinden. Het beheer van je webshop kan soms wat minder intuïtief aanvoelen.

PAST SFCC BIJ JOUW ORGANISATIE?



SFCC is het beste voor retailers en merken die op zoek zijn naar een kant-en-klaar, cloudgebaseerd commerceplatform met turnkey-functionaliteiten, die bereid zijn om een flexibel verdienmodel te accepteren. Vooral organisaties met sterke product winstmarges zullen dit prijsmodel aantrekkelijk vinden. Dit zijn waarschijnlijk bedrijven en merken die schoonheidsproducten, mode- en luxegoederen verkopen. Voor retailers met een groot volume of een kleine marge of B2B-organisaties waar de marges traditioneel veel lager liggen, is SSFC soms minder geschikt.

Omdat de roadmap voor functies grotendeels gericht is op wat de meeste B2C-retailers nodig hebben, is het SaaS-karakter van SFCC momenteel mogelijk niet geschikt voor niet-standaard of niche-bedrijfsmodellen of doelgroepen. Als je echter op zoek bent naar een commerciële oplossing die complex orderbeheer ondersteunt en omnichannel-winkelen mogelijk maakt, dan is SFCC hét platform voor jou. Met de geïntegreerde set van tools en processen kun je een omnichannel-strategie aansturen en een consistente merkervaring creëren in alle kanalen en landen. De time-to-market is snel. Als een echt enterprise SaaS-platform vervult het de behoefte van het beheren van een eigen infrastructuur. Hierdoor kan je organisatie zich volledig concentreren op het eigen merk en klanten.

Als Premier Solution Partner en European Delivery Partner heeft Dept meer dan 190 sites geïmplementeerd op basis van het cloudgebaseerde e-commerceplatform – meer dan 15% van alle wereldwijde winkels. Van strategie tot implementatie en optimalisatie: elk facet van Salesforce Commerce Cloud wordt ondersteund. [Hier kun je meer lezen over de samenwerking van Dept met Salesforce.](#)

HEB JE VRAGEN?



Neem contact op met onze managing director
Tim de Kamper als je meer
wilt weten. Hij helpt je graag!

+31 6 21265923
tim.dekamper@deptagency.com

HALLO, WIJ ZIJN DEPT



Wij zijn Dept. Een fully integrated digital agency met meer dan 1500 ervaren denkers en doeners. Een agency dat creativiteit, technologie en data combineert. Onze teams bestaan uit de beste professionals op het gebied van design, digital, marketing en commerce.



www.deptagency.com



www.linkedin.com/company/deptagency



www.instagram.com/deptagency



www.facebook.com/Deptagency

DEPT