

## THEMATORIALS

### SAP **THEMA: HYPERGEPERSONALISEERDE CUSTOMER EXPERIENCE**

“SAP heeft een digitaal cloudplatform om klantprocessen over de hele breedte van een bedrijf te verbeteren”, zegt Maurits van den Berg, Head of SAP Customer Experience. “Dit platform bevat intelligente oplossingen op het gebied van omnichannel commerce, customer data, marketing, sales automation en customer service. Alles wat een bedrijf nodig heeft om een unieke customer journey voor haar klanten te creëren. We maken hierbij gebruik van de nieuwste technologieën, zoals AI en machine learning. Die creatieve vernieuwingsdrang heeft er mede voor gezorgd dat we marktleider zijn in e-commerce.”

SAP ondersteunt bedrijven om data op de juiste manier te verzamelen, onderhouden en slim te ontsluiten. “Het doel is om informatie uit alle kanalen te integreren in één helder klantprofiel”, zegt Van den

Berg. “Pas dan creëren bedrijven gepersonaliseerde ervaringen die beter bij klanten aansluiten. Dit leidt tot een hogere klant-engagement, -retentie en -loyaliteit. We zien de rol van e-commerce voor bedrijven steeds groter worden. Bedrijven omarmen nieuwe kanalen door het beschikbaar stellen van e-commerce op iedere locatie waar de klant interactie heeft. Ook in serviceprocessen zijn er vele kansen om de customer experience te optimaliseren. Sommige organisaties zien in wet- en regelgeving als de GDPR een belemmering voor het creëren van een goede customer experience. Echter, een bedrijf dat transparant is over data, wekt vertrouwen, zodat consumenten en partners bereid zijn meer gegevens te delen. Ook op dit vlak ondersteunen wij onze klanten. We zijn actief in retail & consumer products, maar werken ook voor veel B2B-organisaties, zoals energiebedrijven en groothandels.”

[WWW.SAP.COM/CX](http://WWW.SAP.COM/CX)



### SOMENTION

#### THEMA: STOP MET ZENDEN, START MET PRATEN!

“De tijd dat je social media er een beetje bij kon doen, is officieel voorbij”, aldus Diederik Chevalier, CEO van social mediabureau Somention. “Steeds meer merken worden zich ervan bewust dat social media een vak apart is. Elk kanaal kent zijn eigen aanpak en het vraagt enorm veel creativiteit om op te vallen tussen de hoeveelheid boodschappen. Door een breed scala aan internationale klanten, zowel binnen FMCG als B2B, weten we precies wat er scoort. We werken met multidisciplinaire brandteams die bestaan uit strategie, online marketing, art direction, copywriting en content management. Zo kunnen we verschillende expertises loslaten op een klant.”

Maar Somention gaat nog een stap verder dan dat... “Het is van groot belang dat je een relatie onderhoudt met je fans, eigenlijk net als in het echte leven”, zegt Chevalier. “We zien dat veel bedrijven alleen maar zenden: ze vergeten het gesprek aan te gaan. Wij zijn één van de weinige social mediabureaus dat community management op grote schaal aanbiedt. Onze (internationale) community managers worden per klant inhoudelijk getraind, er is geen reactie die ontsnapt aan hun aandacht. Ze reageren op een manier die precies past bij het merk: grappig, gevat of enthousiast. Dit doen we in inmiddels in 12 talen! Onze campagnes worden dan ook steeds internationaler. Wat werkt in Nederland, kun je met kleine aanpassingen relatief eenvoudig naar andere Europese landen doorvertalen. En deze aanpak slaat aan. We werken nu met 55 enthousiaste social natives en het is onze ambitie om dit aantal binnen twee jaar te verdubbelen. Wij hebben ons 100% vastgebeten in social en daar plukken we nu de vruchten van.”

[WWW.SOMENTION.COM](http://WWW.SOMENTION.COM)