

Cloud is niet langer een obstakel, eerder een voorwaarde. In steeds meer offerteverzoeken wordt specifiek om de cloud gevraagd. Deze omslag heeft in de laatste twee jaar plaatsgevonden. De grote cloudaanbieders verkopen niet meer uitsluitend omdat hun aanbod in de cloud staat. Het is wel zo dat je als aanbieder van software in het nadeel bent als je géén cloudoplossing hebt.

Cloud 2 is sociaal, mobiel en open

Hans Brouwer, Salesforce.com

De cloudaanbieders van het eerste uur concen-
treren zich inmiddels op de volgende fase:
de cloud in de post-pc revolutie.

“Sociaal, mobiel, open. Dat zijn de thema’s, die nu een grote rol spelen in de cloudontwikkeling. De enorme adoptie van social media heeft een verschuiving binnen de industrie teweeg gebracht, een verschuiving naar Cloud 2. De eerste fase van cloud computing had betrekking op het inzetten van technologieën die goedkoper waren, sneller en eenvoudig te gebruiken op de desktop. Cloud 2 vertegenwoordigt de volgende generatie van cloud computing, die sociaal, mobiel en open is”, vertelt Hans Brouwer, VP Sales Nordics en Benelux bij Salesforce.com. “Het cloudmodel heeft zichzelf nu wel bewezen. Dat geldt niet alleen voor de diensten van Salesforce, maar ook die van andere aanbieders. Het is nu dus zaak om te differentiëren, om je van de concurrentie te onderscheiden. Wij doen dat dus met deze drie thema’s”.

Sociale media

Sociaal wil zeggen: de sociale media bij je product betrekken. Terwijl tien jaar geleden Amazon.com nog als voorbeeld voor de cloud gold, gaat het er nu om een applicatie zo makkelijk en leuk te maken als Facebook. Salesforce bijvoorbeeld heeft nu Chatter, een intern en goed beveiligd netwerk voor de sociale samenwerking, dat door alle producten en lagen van Force.com heen loopt

Onder ‘sociaal’ verstaat Hans Brouwer ook dat zijn klanten het gereedschap in handen krijgen, waarmee zij zelf aan de slag kunnen. Daarvoor is Radian6 overgenomen, dat zich bezig houdt met Social

Media Monitoring of SMM. “Die afkorting is mij ook pas sinds kort bekend. Waar het op neerkomt is dat sociale media als Facebook, YouTube, Twitter, LinkedIn, blogs en online communities worden ‘uitgeluisterd’. De kennis die hieruit voortkomt is van grote waarde om marketing en verkoop te optimaliseren. Omdat de onderneming weet wat de buitenwereld denkt over het merk, product, concurrentie en diensten, kan zij hier snel en efficiënt op reageren. De hoeveelheid informatie die op je afkomt is zo groot, dat deze niet zonder meer inzicht geeft. Radian6 doet dat wel en kan praten met onze CRM. Hierdoor krijg je veel nuttige informatie uit de markt aangereikt”, aldus Brouwer.

Welke invloed de social media op het bedrijfsleven kunnen hebben blijkt onder meer uit deze cijfers: Facebook heeft meer dan 500 miljoen gebruikers, Twitter meer dan 175 miljoen en LinkedIn meer dan 100 miljoen.

Mobiel

In hoog tempo ook neemt het aantal smartphones en tablets de markt over. De verkopen van de mobiele apparaten beginnen de verkopen van pc’s te overstijgen. En dat is niet alleen een kwestie van particuliere belangstelling. In de Verenigde Staten was vorig jaar acht procent van de in het bedrijfsleven aanwezige iPads aangeschaft door ‘de baas’. Dit jaar zal dat cijfer verdubbelen, zo wordt algemeen aangenomen. Had in 2010 77% van de Amerikaanse bedrijven geen voorzieningen voor iPads of waren ze domweg verboden, dit jaar zal dat cijfer dalen tot 31%. Nederlandse cijfers zijn er niet, maar Salesforce verwacht dat deze niet veel zullen afwijken.

«



Robert de Ruiter
Hoofdredacteur Release.

“We investeren dus veel om informatie en applicaties beschikbaar te maken op allerlei soorten apparaten: de iPad, de iPhone, Blackberry en we zijn bezig met Androïd. We denken dat de wereld veel mobieler wordt en zich van de traditionele pc afwendt”.

Open

“Met ‘Open’ bedoelen we integratie met externe systemen zoals bijvoorbeeld open social media, maar ook met interne systemen: koppeling met SAP, Oracle, Exact, Unit4. Ons platform Force.com, dat wordt gebruikt om integraties te bouwen, hebben

we heel erg uitgebreid. Zo hebben we Heroku overgenomen, waardoor nu ook met Ruby sociale en mobiele applicaties kunnen worden gebouwd. Het platform is sowieso heel belangrijk voor ons. We zien steeds meer Independent Software Vendors (ISV's) die het platform oppakken om er dingen op te bouwen. Unit4 is wat dit betreft een mooi voorbeeld. Zij zijn zo succesvol dat we een joint-venture met hen zijn begonnen: Financial Force. Maar ook bedrijven als BMC en CA zijn druk bezig om een nieuwe generatie producten op ons platform te bouwen. Het is dus belangrijk dat het platform qua functionaliteit blijft groeien”.

“We kregen voorheen wel eens het verwijt dat Force.com uitsluitend met ‘proprietary software’ werkte (waar eigendomsrechten op rusten – red.). Met de komst van Heroku en Ruby hebben we nu dus een open source ontwikkeltaal in huis. We denken ook meer duidelijkheid te hebben gecreëerd door de database-laag in Database.com onder te brengen. Er zijn nu twee duidelijk zichtbare lagen: de programmeeromgeving en de database. Je kunt Database.com nu aanspreken vanuit een heel andere omgeving dan Salesforce”.

Groei

Als gevolg van de enorme belangstelling voor de cloud maakt Salesforce al jarenlang een stevige groei door. Op dit moment werken er circa 5.500 mensen; vier jaar geleden was dat ongeveer de helft. Het bedrijf telt inmiddels 97.700 klanten, hetgeen een toename betekent van 26% ten opzichte van een jaar geleden. De groei doet zich eigenlijk in alle gebieden voor.

“We zijn begonnen als CRM-bedrijf en nog steeds komt een groot deel van onze omzet uit deze hoek. Met het platform zijn we ongeveer vier jaar geleden gestart. Daar zien we groei op verschillende gebieden. Om te beginnen de eerder genoemde ISV's, die het platform gebruiken om hun eigen producten te bouwen en aan te bieden. We zien ook dat CRM-klanten iets meer maatwerk willen bouwen op ons Force.com platform. En we zien meer bedrijven die ons platform kopen om intern hun eigen applicaties te bouwen. Een van onze klanten is bijvoorbeeld een groot chemisch bedrijf, dat regelmatig grote investeringen pleegt en een ingewikkeld proces daaromheen heeft gebouwd om allerlei goedkeuringen voor die investeringen te krijgen. Vanwege het internationale karakter is het handiger om dit op de cloud te hebben dan op interne servers”.

Het is hard werken om de enorme vraag naar haar producten te kunnen bijhouden, vertelt Brouwer eerlijk. En ondanks de verdubbeling van het personeelsbestand in vier jaar tijd zal dat voorlopig ook nog wel zo blijven. “We zijn druk bezig om het ondersteunend apparaat te bouwen. Belangrijk voor ons is dat de datacenters goed draaien.

Service Cloud 3

Salesforce heeft eerder dit jaar Service Cloud 3 geïntroduceerd: een nieuwe generatie van social contactcenters. Service Cloud 3 verbindt organisaties met klanten door middel van alle denkbare social media, waaronder Twitter, Facebook en andere social networks via Radian6. Bedrijven hebben ook de mogelijkheid om snel en gemakkelijk hun werkzaamheden te schalen en een groot aantal diensten te beheren. Dit is inclusief de miljoenen conversaties die dagelijks op social media websites plaatsvinden. Door gebruik te maken van ingebouwde social analyses, kunnen agents prioriteit geven aan interacties binnen alle kanalen.

Volgens Salesforce.com is de consument door Facebook en Twitter gewend geraakt aan het gegeven dat customer service real-time kan worden geleverd. Met Service Cloud 3 kunnen bedrijven prioriteit geven en een groter aantal klantproblemen beheren binnen de sociale kanalen. De KLM heeft het product al geïmplementeerd en is daar positief over. “Door gebruik te maken van de Service Cloud 3 zijn we in staat om patronen te herkennen, cases via social media af te handelen met verschillende teams en commerciële kansen te ontdekken. We zijn er van overtuigd dat we onze dienstverlening naar de klanten kunnen verbeteren”, zegt Martijn van der Zee, vice president E-Commerce bij KLM.

Service Cloud 3 heeft verschillende mogelijkheden:

Alle networks. Volg en verbind meteen met klanten binnen het social web. Organisaties kunnen binnen Service Cloud 3 gesprekken over hun merk op Facebook en Twitter monitoren en opslaan. Ook kunnen zij Radian6 voor Salesforce gebruiken voor het monitoren van blogs, forums en discussiegroepen. Agents kunnen zich direct verbinden met klanten, ongeacht het device, waaronder de iPad 2, om in real-time customer service te bieden.

Salesforce for Facebook. Facebook is met meer dan 500 miljoen leden het snelst groeiende social network ter wereld. Organisaties kunnen interacties met hun fans in real-time beheren door wall posts en commentaren op Facebook te converteren naar cases binnen Service Cloud 3.

Salesforce for Twitter. Per dag worden er meer dan 110 miljoen tweets op Twitter geplaatst. Agents kunnen meedoen aan de gesprekken met klanten op Twitter door cases aan te maken en kennis te delen.

Radian6. Met deze nieuwe AppExchange-applicatie kunnen agents volledig in de Service Cloud 3 werken en in contact komen met klanten via Twitter, Facebook en andere social kanalen zoals blogs en websites voor het delen van foto's en video's. Het volledig automatisch creëren van cases zorgt ervoor dat social media-content automatisch wordt toegevoegd aan Service Cloud 3. Dit is gebaseerd op de aanpasbare Radian6 workflow rules engine.

Service Cloud 3 is al beschikbaar. Salesforce for Facebook is er in het eerste kwartaal van het fiscale jaar 2012, zonder extra kosten op de AppExchange for Professional, Enterprise en Unlimited Edition-klanten. Radian6 for Salesforce komt in het derde kwartaal van het fiscale jaar 2012 op de AppExchange.



Hans Brouwer: “Nog nooit grote incidenten meegemaakt”.

Dat deze leveren wat de klanten bij ons kopen. Als we moeten kiezen waar we onze middelen aan moeten besteden, gaat onze aandacht eerst uit naar die datacenters. Dit is nu al zo'n tien, twaalf jaar goed geregeld”.

Datacenters

In de achterliggende periode is veel ervaring opgedaan met de bouw van datacenters. Dit voordeel komt goed van pas om de sterk stijgende vraag naar de Salesforce-diensten te kunnen bijhouden. “We hebben zo veel ervaring en mensen die dat goed kunnen bolwerken. Op het ogenblik verwerken we

bijna 500 miljoen transacties per dag in onze datacenters. De gemiddelde responsetijd is 300 milliseconden. Daaraan kun je zien dat we dat goed schalen. De performance is ook stabiel. Daar ben ik best trots op. We hebben nog nooit grote incidenten meegemaakt. Vraag het maar eens aan de klanten. De die-hards spreken wel eens over een situatie drie jaar terug, waarin Salesforce veertig minuten uit de lucht was. Dat vinden we natuurlijk veertig minuten te veel, maar als het niet erger wordt dan dat... We blijven er natuurlijk wel alles aan doen om te voorkomen dat zich nog eens zo'n situatie voordoet”.

**De ‘harde IT’
verplaatst
zich van de
business
naar de
cloud.**

Toyota Friend

Salesforce.com en Toyota Motor Corporation gaan samen Toyota Friend bouwen. Toyota Friend is een besloten social network voor Toyota-kanten en hun auto's. Toyota Friend maakt gebruik van het besloten social network Salesforce Chatter wordt gebruikt door bedrijven. Het social network is vanaf 2012 beschikbaar, allereerst in Japan, aanvankelijk met Toyota's elektrische voertuigen (EV) en plug-in hybride voertuigen (PHV).

Toyota Friend wordt een besloten social network dat de schakel vormt tussen Toyota-kanten en hun auto's, hun dealer en de fabrikant. Toyota Friend zal verschillende product- en service-informatie bieden, maar ook belangrijke tips voor onderhoud. Wanneer bijvoorbeeld de accu van een EV of een PHV bijna leeg is, waarschuwt Toyota Friend de bestuurder in de vorm van een tweet dat de auto moet worden opgeladen. Toyota Friend is een besloten social network, maar klanten kunnen er voor kiezen om hun communicatie uit te breiden naar familie en vrienden via publieke social networks zoals Twitter en Facebook. De dienst is ook toegankelijk via smartphones, tablets en andere geavanceerde mobiele devices.

“We zijn ook heel open over de risico's – waarvan wij denken dat die heel beperkt zijn – en hoe wij die kunt dichttimmeren. Op onze trust.com website geven we de klanten alle informatie die ze nodig hebben op het gebied van performance en beveiliging. Vertrouwen komt alleen maar met transparantie.

System integrators

De laatste jaren krijgen system integrators een steeds grotere rol op de cloud. Vier jaar geleden waren er in de Benelux misschien tien consultants, die hun geld verdienden door voor klanten Salesforce-pro-



“De afweging tussen cloud of on-premise is net zoiets als die tussen vliegen of de auto nemen”.

ducten te configureren, in te richten of aan te passen. Dat zijn er nu al meer dan 150. Die mensen zijn dus niet in dienst van Salesforce, maar van bedrijven als Deloitte, Accenture en andere system integrators. Die doen daar vaak ook hele grote projecten. In de praktijk komt het erop neer dat doordat de system integrators opschalen naar de cloud, zij een deel van de groei – en dan met name op het servicevlak – van Salesforce opvangen.

Naarmate er meer klanten komen met duizenden gebruikers, wordt de technologie spannender en het organisatorische gedeelte gecompliceerder. Daar komen de system integrators, die Salesforce in hun pakket hebben zitten, goed van pas, want Salesforce zelf ziet serviceverlening op dit niveau niet als een van haar kerntaken. Er ontstaat bij de integrators nu ook vraag naar gespecialiseerde cloud-architecten, signaleert Brouwer. Zij moeten de klanten kunnen adviseren over de applicatie-omgeving, de database-omgeving, etc. In de toekomst zullen we niet veel ‘harde IT’ meer vinden bij de business. Het programmeren zal zich verplaatsen naar de aanbieders in de cloud. “Dat is ook iets om rekening mee te houden als je overweegt een carrière in de IT op te bouwen. De cloud verandert het IT-landschap op verschillende fronten. Het zou ook een goede zaak zijn als het hoger beroepsonderwijs en de universiteiten hier snel op inspelen, vindt Brouwer.

Vliegen of rijden?

Pratend over de cloud kun je nog steeds niet om een vraag over de beveiliging heen. De IT-sector heeft daar weinig twijfels meer over, de business is nog niet altijd overtuigd dat hun gegevens veilig genoeg zijn ondergebracht. Salesforce heeft een backup-service, waarmee op verschillende manieren het behoud van de data kan worden gegarandeerd.

“Ik hoorde laatst een aardige analogie over cloud en on-premise computing. Dat is net zoiets als vliegen of met de auto gaan. Iedereen weet ondertussen wel dat vliegen veiliger is. Dat het echt niet nodig is om te applaudisseren als het toestel veilig op de startbaan is geland. Maar het feit dat je niet zelf aan het stuur zit, geeft je toch een minder veilig gevoel”. «

De datacenters verwerken nu zo'n 500 miljoen transacties per dag.