

ENGIE ENERGIE B2B GEREED VOOR DE TOEKOMST

Flexibilisering van IT-landschap



- Klant** ENGIE Energie B2B
- Oplossing** Salesforce Sales Cloud, Service Cloud en Marketing Cloud
- Doel** Informatievoorziening flexibeler, gebruiksvriendelijker en toegankelijker maken voor zowel medewerkers als klanten.
- Doelgroep** Zakelijke markt

ENGIE over Salesforce: 'Er is nu altijd een eenduidig beeld van de klant'

Of klanten nu bellen of in hun B2B 'mijnomgeving' inloggen: er is dankzij Salesforce altijd een eenduidig beeld van de klant bij ENGIE ENERGIE B2B. Daarom stapte ENGIE over op Salesforce met de hulp van Cobra CRM. 'Ze maken waar wat ze beloven en denken met ons mee', aldus Leon ten Hove, manager projecten en change bij ENGIE.



ENGIE Energie Nederland is energieleverancier voor particulieren en bedrijven, waarbij ze deels ook zelf groene energie opwekken. ENGIE heeft totaal ruim 155.000 zonnepanelen en daarnaast nog eens de PPA's van 1,15 miljoen panelen. Per 2021 komt daar nog eens een PPA van 101MW (320.000 panelen) bij. Zoals de energieopwekking innoveert, zo wilde ENGIE ook de manier waarop ze hun medewerkers en klanten ondersteunen vernieuwen. Bijvoorbeeld door klanten meer inzicht te geven in hun energieverbruik.

TOEGANKELIJKER EN GEBRUIKSVRIENDELIJKER VOOR KLANTEN

Alleen stond het huidige IT-landschap de innovatie van de klantprocessen in de weg, vertelt Leon ten Hove, manager projecten en change bij ENGIE. 'De meeste oplossingen waren meer dan tien jaar oud en dat stond digitale vernieuwingen in de weg. Daarom hebben we zo'n drie jaar geleden een plan gemaakt om het landschap flexibeler te maken voor onszelf en toegankelijker en gebruiksvriendelijker voor onze klanten.'

Het plan? SAP vervangen door Salesforce. 'We hebben verschillende oplossingen tegen elkaar afgewogen. Daarbij is het wel een gegeven dat vanuit de ENGIE-groep, in het belang van uniformiteit, de voorkeur uitgaat naar een beperkt aantal leveranciers: kies Salesforce of

SAP, tenzij er een goede reden is om voor een andere oplossing te kiezen. Salesforce stond dus al op onze lijst, maar ze laten ook zien dat ze vooruitstrevend zijn en goed passen bij onze behoeften. De keuze was dus snel gemaakt.'

ZELF DE REGIE HOUDEN

Ten Hove heeft een eigen team dat uitgerust werd met de kennis om Salesforce uit te rollen. 'We hebben de cultuur dat we in alles zelf de regie willen houden. We werken met agile-methoden en dat geldt ook voor de uitrol en doorontwikkeling van Salesforce. We besteden daarom zo min mogelijk uit.' Toch werd Cobra CRM gevraagd om specialisten aan te leveren om de capaciteit van het Salesforce-team aan te vullen.

'Via één van onze directeuren kwam ik in contact met Cobra CRM. Ik had een gesprek met Vincent en het klikte meteen. Hij dacht mee en had goede plannen. Ze leveren specialisten aan, waarvan de meesten zijn blijven zitten of weer terugkomen. Ze zijn goede sparringpartners die meedenken over de ontwikkelingen. Ik ben zeer tevreden over de medewerkers en hun expertise. Wat ze beloven, maken ze waar.'

EEN VOLLEDIG KLANTBEELD REALISEREN

De eerste stap die ENGIE zette in de overstap naar

Salesforce was het realiseren van een 360-graden klantbeeld. 'Het definiëren daarvan was de eerste uitdaging. Op basis daarvan werd de data opgeschoond en aangevuld. Dit legde de basis voor de uitrol van Salesforce, waarbij we eerst verkoopprocessen hebben opgepakt, omdat dit redelijk losstond van de rest. Dat was een eenvoudig eerste project.'

Het eerste project was succesvol en gaf de organisatie vertrouwen dat de keuze voor Salesforce de juiste was. ENGIE heeft modules uit de drie centrale clouds (Sales Cloud, Service Cloud en Marketing Cloud) van Salesforce in gebruik genomen. Neem bijvoorbeeld Case Management voor de zakelijke markt, vertelt Ten Hove: 'Of klanten nu bellen of in hun 'mijnomgeving'



heeft Cobra CRM specialisten aangeleverd. Ze richten zich voornamelijk op configuratie, ontwikkeling en het overbrengen van kennis over Salesforce aan medewerkers van ENGIE. Ook voor toekomstige ontwikkelingen wordt Cobra CRM ingeschakeld. 'Op de roadmap staan nog Configure, Price and Quoting (CPQ) en CRM voor de zakelijke markt.'

Zo dragen de specialisten van Cobra CRM indirect bij aan de energietransitie, want het zijn de klanten die uiteindelijk het meest gebaat zijn bij de optimale inrichting van Salesforce, vertelt Ten Hove. 'Klanten moeten op termijn zelfs kunnen handelen op het platform. Zo maken we de energietransitie toegankelijker en gebruiksvriendelijker, voor onszelf, maar vooral voor de klant. En daar draait het uiteindelijk toch om.'



We maken de energietransitie toegankelijker en gebruiksvriendelijker, voor onszelf, maar vooral voor de klant. En daar draait het uiteindelijk toch om.

Leon ten Hove

kijken: er is altijd een eenduidig beeld.'

KENNIS OVERBRENGEN NAAR DE ORGANISATIE

Voor elke stap richting de volledige uitrol van Salesforce

