

Business Model Innovation: de leidraad voor de toekomstgerichte CFO



Doelgroep van dit eBook

CFO's en personen uit het hoogste management die hun financiële en operationele modellen willen optimaliseren om te profiteren van nieuwe inkomstenstromen op basis van projecten en services.



Geschatte leestijd:
15 minuten

Inhoud

De overstap naar diensten maken	3
Verstorende nieuwe bedrijfsmodellen	4
De Business Operations	
Experience: vijf strategieën voor optimalisatie van financiële en operationele modellen voor een op services gebaseerde wereld	5
Strategie 1	
Een strategie voor veranderingskatalysatoren opstellen	7
Strategie 2	
Klantinzichten activeren	9
Strategie 3	
Financiële modellen vernieuwen	11
Strategie 4	
Operationele modellen transformeren	13
Strategie 5	
Organisatiestructuren afstemmen	16
Alle onderdelen samenvoegen.....	18

De overstap naar diensten maken

Kleine en grote organisaties in alle sectoren zoeken manieren om hun markten te verstoren met niet-traditionele bedrijfsmodellen op basis van digitale technologieën, abonnementen, projecten en services. Deze trend is begonnen in het IT-universum. Tegenwoordig creëren allerlei bedrijven, niet alleen IT-organisaties, nieuwe bedrijfsmodellen met behulp van data. Ze verstoren de manier waarop producten en diensten worden verkocht, ze vervagen de grenzen tussen sectoren en transformeren klantervaringen.

Door op services gebaseerde bedrijfsmodellen in te voeren, kunnen bedrijven voorspelbare, zich herhalende inkomsten genereren, in plaats van eenmalige inkomsten uit transacties. Modellen voor terugkerende inkomsten omvatten abonnementsservices, producten die worden verkocht via abonnementen, projectgebaseerde services die worden verkocht via een consumptiemodel en projectgebaseerde services die worden verkocht via modellen met een vaste vergoeding. Deze nieuwe modellen stellen bedrijven in staat klanten op nieuwe wijzen aan te spreken en zo loyale, langdurige relaties met hen op te bouwen.

Met traditionele ERP-systemen en zakelijke methoden is echter niet de snelle verandering te realiseren die nodig is om bedrijfsmodellen te transformeren. Of het nu is vanwege een gebrek aan zakelijke zichtbaarheid en inzichten of dat handmatige en foutgevoelige processen in de weg zitten, traditionele systemen zijn vaak obstakels voor echte transformatie. Bedrijven moeten nu de juiste ERP vinden voor hun servicegerichte organisatie: oplossingen waarin financieel beheer, sales, projectmanagement, resourcing en personeelsbeheer zijn geïntegreerd om financiële, operationele en organisatorische successen te boeken.

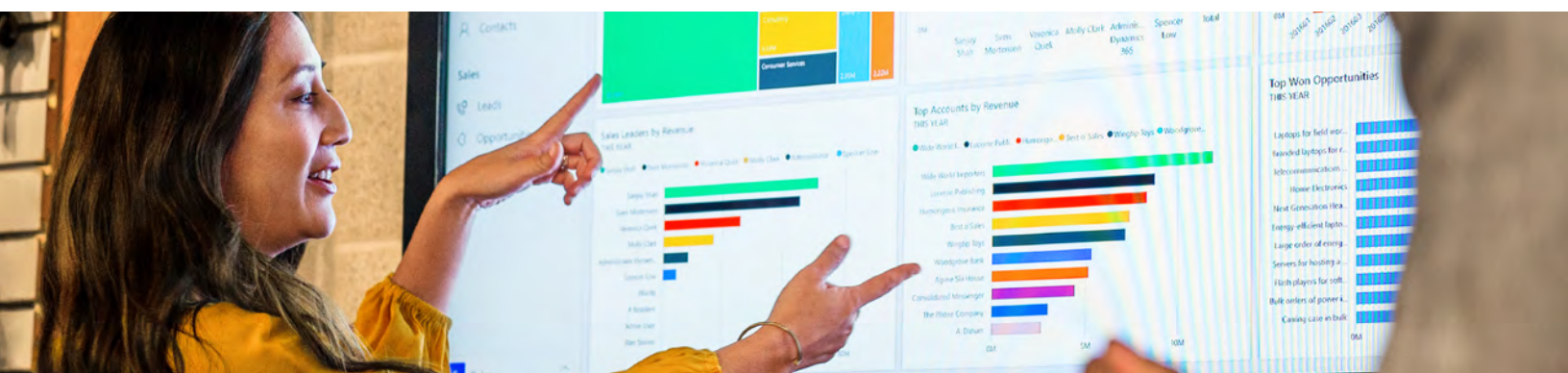
Deze nieuwe bedrijfsmodellen vereisen een aanzienlijke verschuiving in operationele en organisatorische structuren. Bedrijfsmodellen met terugkerende inkomsten vereisen dat financiële indicatoren worden gekoppeld aan onderliggende operationele statistieken, iets waarvoor legacy ERP-systemen niet zijn ontworpen. Als je inzichten en mogelijkheden voor verbetering wilt ontsluiten die waarde toevoegen aan het servicegebaseerde bedrijfsmodel, moet je absoluut je financiële, operationele en organisatorische data kunnen samenvoegen.



Verstorende nieuwe bedrijfsmodellen

Verstorende bedrijfsmodellen zetten het bedrijfsleven zoals we dat nu kennen op zijn kop. Deze nieuwe modellen omvatten de volgende elementen:

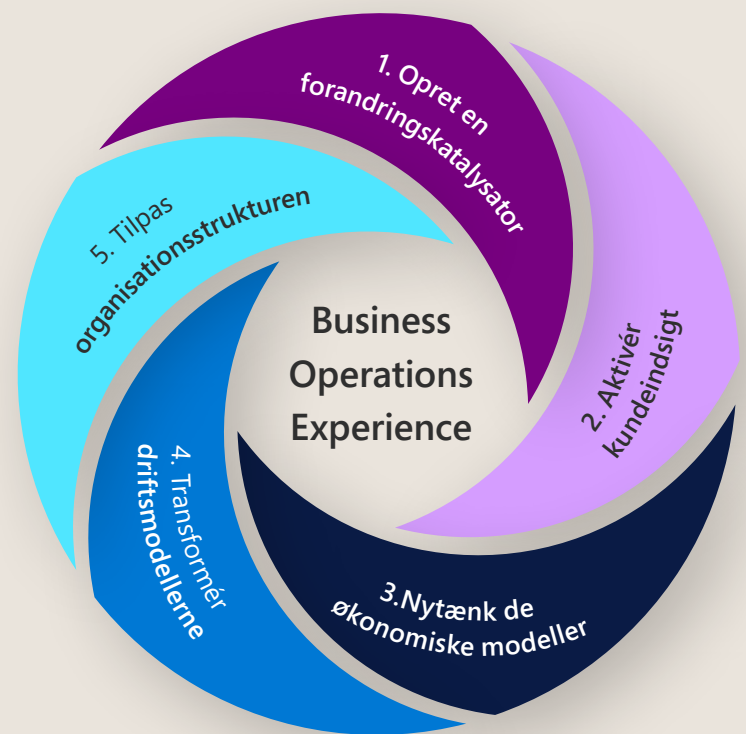
- **Abonnementsmodellen.** Bedrijven gebruiken steeds vaker abonnementsmodellen om nieuwe inkomsten te genereren, in de vorm van as-a-service-aanbiedingen die worden verkocht als abonnement of producten die worden verkocht via abonnementen.
- **Marketplacemodellen.** Door gebruik te maken van online marketplaces kunnen bedrijven kopers en verkopers met elkaar in contact brengen op een centraal platform. Zo kunnen aanbieders kopers bereiken op sociale media, in gaming en in virtuele werelden.
- **Ervaringsmodellen.** Klanten willen meer dan een product, ze willen een ervaring die hun voorkeuren en behoeften vervult. Bedrijven moeten unieke digitale gebruikerservaringen maken om klanten naar hun platforms te blijven lokken.
- **Deelmodellen.** Modellen voor delen zijn gebaseerd op het idee dat mensen of organisaties goederen of diensten kunnen inkopen bij een grote, open groep deelnemers. Crowdsourcing en de gig-economie zijn voorbeelden van hoe modellen voor delen functioneren.
- **Connectiviteitsmodellen.** Data en AI transformeren de manier waarop bedrijven tegenwoordig hun producten en services leveren. Deze trend reikt in alle verticale bedrijfssegmenten al verder dan de consumentenmarkten. Bedrijven maken steeds meer gebruik van connectiviteitsmodellen op basis van AI en machine learning om hun klanten effectiever te bereiken.



De Business Operations Experience: vijf strategieën voor optimalisatie van financiële en operationele modellen voor een op services gebaseerde wereld

Om deze uitdagingen het hoofd te bieden, legt de Business Operations Experience de basis voor betere resultaten met klanten. Dit is een strategie die in kaart brengt hoe een organisatie waarde levert aan zijn klanten, zoals hoe waarde wordt vastgelegd (financiële modellen), de manier waarop het bedrijf wordt geleid (operationele processen) en hoe mensen werken (organisatiestructuren).

De Business Operations Experience omvat vijf strategieën om financiële en operationele modellen te optimaliseren, die je helpen je weg te vinden in het snel veranderende zakelijke landschap.



Strategie 1

Een katalysator voor verandering scheppen

Als je financieel, operationeel en organisatorisch leiderschap verbindt door snelle inzichten in de meest urgente trends, mogelijkheden en uitdagingen waarmee je organisatie wordt geconfronteerd, kun je proactief continue digitale transformatie realiseren.

Strategie 2

Klantinzichten activeren

Als je gebruik kunt maken van een diepgaand inzicht in je klanten, kun je een steeds meer digitaal opgezette, gepersonaliseerde, naadloze en op de persoon gerichte ervaring creëren waarmee ze hun hele leven abonnees blijven.

Strategie 3

Financiële modellen vernieuwen

Door gebruik te maken van financiële inzichten en modellering kun je nieuwe manieren vinden waarop waarde wordt vastgelegd, door modellen op basis van abonnementen en projecten in te voeren die inkomsten genereren uit data en door robotgestuurde procesautomatisering te gebruiken om sneller op te schalen en je bedrijfsvoering wereldwijd te hervormen.

Strategie 4

Operationele processen transformeren

Door je bedrijfsvoering te verschuiven van leveren per individuele transactie naar verhogen van de Customer Lifetime Value (CLV) via wrijvingsloze processen, kun je belofde resultaten realiseren met nieuwe bedrijfsmodellen.

Strategie 5

Organisatiestructuren afstemmen

Als je mensen en financiële middelen op elkaar afstemt in reactie op veranderende behoeften binnen de organisatie, kun je nieuwe rollen en verantwoordelijkheden creëren en bepalen welke vaardigheden en competenties nodig zijn om nieuwe strategieën in werkelijkheid om te zetten.

Strategie 1

Een strategie voor veranderingskatalysatoren opstellen



Organisaties die zich kunnen aanpassen aan veranderende omstandigheden ontstaan niet per ongeluk. Ze zijn zo opgezet. Een veranderingskatalysator is een strategie die een blauwdruk biedt voor continue optimalisatie van de Business Operations Experience, zoals hoe je gebruik kunt maken van inzichten in de markt, financiën, bedrijfsvoering en klanten als katalysatoren voor verandering. Hierin worden ook de veranderingskatalysatoren geïdentificeerd die momentum scheppen en teams bijeenbrengen rond digitale transformatie-initiatieven.

Met de volgende stappen kun je je blauwdruk voor optimalisatie opstellen:

- Wijs een leider voor de digitale transformatie aan en stel een functieoverschrijdend droomteam van veranderingskatalysatoren samen.
- Creëer een ritme voor je zakelijke activiteiten met updates voor inzichten in de markt, klanten, financiën en bedrijfsvoering.
- Integreer onderzoek naar en aanbevelingen uit financiële modellen in je plannings- en prognosecyclussen.
- Stel een BX-kaart (Business Operations Experience) op met een overzicht van financiële, operationele en organisatorische processen, kanalen, partners en prestatimetrieën die het makkelijker maken om te optimaliseren.
- Definieer organisatiestructuren die je eenvoudig kunt op- of afschalen op basis van initiatieven voor groei.
- Stel strategieën op voor waar je tussen bedrijfsmodellen kunt switchen en waar je de uitvoering kunt versnellen.

Je droomteam samenstellen

Om een effectief team samen te stellen waarmee je bedrijfsmodellen kunt verstoren, moet je financieel, operationeel en organisatorisch leiderschap met elkaar kunnen verbinden via functieoverschrijdende samenwerking.

Leiders voor financiën

Leiders voor financiën staan op een tweekop. In plaats van tijd te besteden aan hun traditionele mandaten, worden financiële leiders changemakers die groei versnellen. De verschuiving naar services vereist dat ze traditionele financiële modellen heroverwegen, nieuwe mogelijkheden identificeren en ervoor zorgen dat financiële data tijdig beschikbaar zijn voor een breder publiek dan voorheen.

Leiders voor bedrijfsvoering

Organisaties stappen steeds meer over op abonnements- en projectgerichte bedrijfsmodellen. De rol van de COO verandert mee doordat de focus steeds meer verschuift van individuele transacties naar de Customer Lifetime Value. Deze verschuiving vereist een andere kijk op de levering van producten en services. Leiders op gebied van bedrijfsvoering spelen een belangrijke rol bij de optimalisatie van resources, zoals de ontwikkeling van vaardigheden, bijscholing en bepalen in welke regio's meer mensen nodig zijn om projecten op tijd op te leveren.

Leiders voor mensen

Wanneer abonnements- en projectgerichte modellen worden ingevoerd, kan HR mensen en informatiebronnen helpen te voldoen aan een steeds sneller tempo van veranderingen. HR-leiders kunnen ook de nieuwe rollen en verantwoordelijkheden definiëren en de vaardigheden en competenties aanwijzen die nodig zijn om nieuwe strategieën in werkelijkheid om te zetten.



Strategie 2

Klantinzichten activeren



Consumenten eisen digitale, naadloze en op hun persoon toegesneden ervaringen. Volgens een recent Forrester-rapport presteerden bedrijven met effectieve digitale ervaringen beter tijdens de pandemie en zijn ze beter voorbereid op toekomstige groei.

Om deze ervaringen te kunnen creëren, die het hart van digitale bedrijfsmodellen vormen, is een diepgaand en zeer actueel inzicht in je klanten vereist. Tegelijkertijd leidt servitization tot een explosieve toename in de hoeveelheid data die moet worden verzameld, opgeslagen en beheerd. Met een realtime klantendataplatform (CDP) kun je deze data vastleggen en de uitgebreide gedrags- en demografische data genereren die nodig zijn om je bedrijfsvoering te optimaliseren.

Volg de onderstaande 5 stappen om klantinzichten in realtime te activeren met behulp van een CDP:

- **Stel een compleet beeld op van je klanten:** Overal zijn data te vinden, over demografie, activiteit, locatie, apparaten, interesses en meer. Het lastigste is als je te veel tools hebt die niet samenwerken en die informatie-silo's creëren zonder bruikbare inzichten. Om je doelgroep te begrijpen, moet je eerst gedifferentieerde ervaringen en services creëren. Breng data over transacties, gedrag en demografie in realtime samen om een totaalbeeld van je klanten te krijgen.

- **Verrijk klantweergaven met unieke signalen:**

Genereer een meer gedetailleerd beeld van je klanten door klantprofielen te verrijken met eigen en externe databronnen, zodat je unieke interesses en voorkeuren kunt ontdekken. Implementeer een proces om continu realtime feedback te kunnen verzamelen, analyseren en volgen. Met tools en processen voor de stem van de klant weet je zeker dat je naar elke klant luistert en weet wat zij van jouw services denken.

- **Ontketen krachtige inzichten met analytics:**

Maak inzichten op basis van AI mogelijk voor zakelijke gebruikers om de intentie van de klant te voorspellen, inclusief de CLV, het risico op verloop en de volgende beste actie. Bied dataprofessionals de mogelijkheid diepere inzichten te verkrijgen door de enorme hoeveelheden data te analyseren die overal in het bedrijf worden gegenereerd, zoals data van klanten, financiën, bedrijfsvoering en ongestructureerde IoT-data (Internet of Things).

- **Voer zinvolle acties met vertrouwen uit:**

Benut de inzichten die de analytics genereren voor weloverwogen beslissingen om de klant persoonlijk aan te spreken in alle kanalen en klantgerichte ervaringen te automatiseren.

- **Win het vertrouwen van je klanten met een veilig CDP:**

Houd het vertrouwen hoog met principes voor het verzamelen en gebruiken van data om de privacy van je klanten te beschermen. Respecteer de toestemming van de klant met ingebouwde configureerbare tools waarmee hun toestemming automatisch wordt opgeslagen en beheerd in alle zakelijke workflows.



Met Dynamics 365 Customer Insights kunnen we vooruit- en achteruitkijken en zo een unieke en onvergetelijke klantervaring creëren. " —

**Bernt Bisgaard Caspersen,
hoofd Solution Team &
Architecture, Tivoli**

Strategie 3

Financiële modellen vernieuwen



Om in het steeds hogere tempo van het moderne bedrijfsleven de boel te kunnen verstoren, moet je investeren in finance-first innovatie. Als je klantinzichten activeert, helpt dat je te begrijpen wat je klanten willen. De juiste financiële modellen garanderen dat je optimale waarde kunt vastleggen om bedrijfsgroei te stimuleren.

Om finance-first innovatie mogelijk te maken, moet je financiële zichtbaarheid en winstgevendheid maximaliseren.

Dit kun je als volgt bereiken:

- **Ontketen aanpassingsvermogen:**
Stimuleer een cultuur van verandering en continue verbetering in je financiële team. Innovatie begint met een visie en wordt gevoed door inspiratie. Maar het vergt ook samenwerking, flexibiliteit en tijd om te implementeren. Moedig je team aan om sterke netwerken op te bouwen en werk vaak samen met de belangrijkste stakeholders aan de ontwikkeling van flexibelere bedrijfsmodellen. Maak flexibiliteit mogelijk met technologie voor adaptief financieel beheer die nieuwe bedrijfsmodellen ondersteunt voor al je wereldwijde activiteiten. Teams die de tijd krijgen en worden beloond als ze werken aan voortdurende optimalisatie van de bedrijfservaring, leveren innovatieve ideeën aan.

- **Focus op de impact:** De BX-kaart (Business Operations Experience) helpt je beter dan een traditioneel bedrijfs- of strategieplan om knelpunten, sterke punten en mogelijkheden voor transformatie binnen je financiële activiteiten te identificeren. Maak gebruik van de kaart van je strategie voor een veranderingskatalysator om prioriteit te geven aan initiatieven die de meeste verandering teweegbrengen. Selecteer belangrijke prestatie-indicatoren waarmee je je team op één lijn zet met de transformatiedoelstellingen.
- **Omarm digitalisering en snelheid:** Gebruik de BX-kaart om sneller reagerende rapportage en snellere cyclustijden te creëren met behulp van Robotic Process Automation (RPA) om redundantie te elimineren en tijdrovend en foutgevoelig werk te stroomlijnen.
- **Stimuleer governance en standaardisatie:** Complexiteit van systemen en processen heeft invloed op efficiëntie, reactievermogen en flexibiliteit; maar gescheiden systemen hoeven echter niet de boel te blokkeren. Met beveiligde beheerde dataplatforms in de cloud kun je data harmoniseren en standaardisatie bevorderen binnen dochterondernemingen over de hele wereld. Wanneer je toegang hebt tot geharmoniseerde data, kun je Centres of Excellence creëren voor processen zoals verzamelen, in plaats van dat afdelingen gescheiden van elkaar dezelfde taken uitvoeren.
- **Vind je weg naar inzichten:** Alleen met de juiste inzichten kun je flexibel strategieën opstellen, risico's in real time beoordelen en sneller beslissen. Je legt het fundament door de digitalisering te versnellen, maar je moet ook geavanceerde data-analytics en AI implementeren om finance-first innovatie te stimuleren. De dagen dat analytics werden

uitgevoerd door een gespecialiseerd team, liggen achter ons. Moderne tools verbinden stakeholders met elkaar en helpen hen om financiële data beter te begrijpen, te interpreteren en te gebruiken om vol vertrouwen operationele beslissingen te nemen.



Een van onze belangrijkste aandachtspunten was de digitalisering van bedrijven. Dit betekent uiteraard digitalisering op alle zakelijke gebieden en, nog belangrijker, digitalisering voor de klant, nieuwe marktroutes creëren en de bestaande marktroutes verbeteren. " —

Joshua Motsuenyane,
CIO, Coca-Cola Beverages Africa

Strategie 4

Operationele modellen transformeren



Op services gebaseerde operationele modellen vereisen nieuwe benaderingen voor hoe je klanten waarde kunt leveren. Hoewel supply chain management voor veel industrieën cruciaal blijft, vereist de overstap naar een servicegericht leveringsmodel meer focus op je vermogen om projecten te beheren. Operationeel succes verschuift van herhaalde individuele leveringen naar continue betrokkenheid en geslaagde projecten.

Volg deze vijf stappen om data te verbinden vanaf het eerste klantcontact tot en met de operationele levering:

- **Implementeer adaptief levenscyclusbeheer voor projectactiviteiten:** Maak een succesvol operationeel model op basis van services mogelijk met een nieuwe aanpak die zakelijke activiteiten rond bruikbare data echt opnieuw vormgeeft.
- **Spreek je klanten aan:** Creëer een consistente, naadloze klantervaring die loyaliteit en vertrouwen stimuleert. Aangezien de verkoop van services meer precisie vereist, kun je met verbonden data en operationeel inzicht meer biddingen binnenhalen met beter contractbeheer en nauwkeurigere projectoffertes, -prognoses en -schattingen.

- **Bied je mensen meer mogelijkheden:** Zorg ervoor dat je mensen de juiste tools hebben om services te personaliseren, samen te werken, kennis te delen, de kwaliteit van het werk te verbeteren en tijd en kosten op tijd in te dienen. Je mensen kunnen niet op hun best presteren, als tools voor project-, tijd- en onkostenbeheer niet met het systeem communiceren. Verbonden oplossingen bieden contextuele inzichten binnen de stroom van het werk, zodat je mensen met vertrouwen beslissingen kunnen nemen, en verbeteren tegelijk ook de samenwerking en flexibiliteit.
- **Optimaliseer de financiële gegevens van projecten voor maximale winstgevendheid:** Terugkerende inkomsten en inkomsten uit abonnementen en projecten vereisen een andere benadering van facturering en boeking van inkomsten. De mogelijkheid om factureringwachtrijen te beheren en ad-hoc transacties toe te voegen, maakt je facturering nauwkeuriger. En je moet ervoor zorgen dat je systeem een combinatie van boekhoudregels ondersteunt voor kosten en inkomsten, toerekening en boekingen.
- **Transformeer services:** Het belangrijkste is dat je een nieuwe set KPI's nodig hebt om de kosten van je servicelevering te reduceren, de time-to-market te verkorten, de focus te zetten op de meest winstgevende projecten en nieuwe, digitale inkomstenstromen te genereren.



Met Dynamics 365 bieden we volledige transparantie voor al onze resources, zodat we kunnen zien wat iedereen doet, de winstgevendheid van projecten kunnen bepalen en op basis van die data aanpassingen kunnen doorvoeren in onze services. " —

**Nina Hiesener,
projectmanager, SoftwareONE**

Hoe industrieën verandering omarmen

Hier zie je hoe enkele belangrijke bedrijfssegmenten veranderingen in de sector omarmen die verband houden met bedrijfsmodellen voor terugkerende inkomsten.

Financiële dienstverlening

Verzekeringsmaatschappijen schakelen over van polisterminologie naar abonnementen en stappen over op apps waarin AI en machine learning zijn geïntegreerd om klanten te onboarden en claims te honoreren. Banken maken bundels met digitale services die algoritmes voor financiën, juridisch zaken en het kopen van woningen bevatten die waarschuwingen geven voor een laag rekeningsaldo, budgetteringstips en meer.

Productie

In de komende jaren stappen fabrikanten over van het verkopen van niet-verbonden producten naar producten compleet met connectiviteitsservices, en van het verkopen van afzonderlijke producten naar het verkopen van producten als service. Producenten gaan ook projecten verkopen voor het vervangen van verouderde machines en technologie.

Gezondheidszorg

Zorgorganisaties maken steeds vaker gebruik van technologieplatforms om telezorg te leveren. Met behulp van beeldbellen kunnen zorgprofessionals op een virtueel spreekuur meer patiënten behandelen en tegelijkertijd het risico van blootstelling voor zichzelf en andere patiënten tot een minimum beperken.

Professionele dienstverlening

Organisaties op gebied van juridische zaken, bedrijfsleven, architectuur, media, techniek en consultancy stappen over op abonnementsmodellen of projectgebaseerde modellen met terugkerende inkomsten. Dit betekent dat je als consument nu abonnementen kunt nemen op alles van juridische diensten tot massages en interieurontwerp.

Retail

Veel retailers bieden nu naast productaankopen ook abonnementen aan. Sommige retailers bieden ook conciërgeservices aan waarmee consumenten professionele diensten voor styling, inkopen of huidverzorging worden geboden. Je kunt je nu ook aanmelden voor services voor levering van printerinkt, tandenborstels, scheermesjes en schoonmaakmiddelen.

Strategie 5

Organisatiestructuren afstemmen



Omdat servicegerichte bedrijfsmodellen de kloof tussen werknemers en klanten dichten, zijn je mensen belangrijker dan ooit. Met effectieve resourcing, verbetering van vaardigheden, kennisbeheer en verbetering van de werknemerservaring kun je toptalent langer behouden en effectief inzetten. Met behulp van selfservicetools voor het verbeteren van welzijn, productiviteit en samenwerking kunnen je mensen hun beste werk leveren. Meer in het algemeen moeten organisatiestructuren zich aanpassen en meer verbonden en vloeiend worden, omdat servitization de grenzen tussen traditionele afdelingen doet vervagen.

Als je organisatiestructuren op elkaar afstemt, kun je de transformatie van je personeel mogelijk maken zodat je teams snel kunt op- en afschalen op basis van de behoefte in je activiteiten. Om een echt servicegericht bedrijf te worden, moet je het volgende doen:

- **Trek toptalent aan:** Getalenteerde mensen zoeken organisaties die aansluiten bij hun doel en een bedrijfscultuur bieden waarin ze hun beste werk kunnen leveren.
- **Breng je mensen op één lijn voor impact:** Nieuwe financiële en operationele modellen vereisen verschillende rolprofielen, teamdynamiek en vaardigheden. Als je rollen direct afstemt op doelstellingen en belangrijkste resultaten (Objectives and Key Results, OKR's) en op de nieuwe Business Operations Experience (BX), verbeter je de klantervaring (CX).

- **Geef je mensen meer mogelijkheden:**
Operationele uitmuntendheid vereist dat alle stakeholders inzicht hebben in beloofde klantresultaten, project- of servicevereisten, tijdlijnen en budgetten. Met deze zichtbaarheid kunnen mensen het best presteren omdat ze gericht zijn op resultaten, terwijl je organisatie de resultaten krijgt die je nodig hebt.
- **Optimaliseer je projectresourcing:**
Pas dynamische planning toe om ervoor te zorgen dat je de juiste mensen hebt, met de juiste vaardigheden, die op het juiste moment aan de juiste projecten werken om optimale klantresultaten te leveren. Dynamische resourceplanning houdt niet alleen je klanten tevreden, maar vermindert ook het verloop onder je personeel en de operationele kosten.
- **Maak gebruik van personeelsinzichten:**
Pas inzichten in resourcing, productiviteit en welzijn toe om beter voor je mensen te zorgen. Zorg ervoor dat mensen op alle locaties de kans krijgen om te werken aan spannende projecten en implementeer inzichten voor productiviteit in de plannen voor projectoplevering om de bedrijfsvoering in de loop van de tijd te optimaliseren.



Alle onderdelen samenvoegen

Als je financiële en operationele modellen optimaliseert met behulp van de vijf strategieën in de Business Operations Experience, kun je de inzichten verkrijgen die nodig zijn om succesvol te opereren in een wereld waarin alles een service is. Met deze aanpak kun je je bedrijfsmodellen opnieuw vormgeven en zo de groei van je bedrijf stimuleren,

je branche verstoren en je klanten en services beter van dienst zijn. Deze trend reikt in alle verticale bedrijfssegmenten al verder dan de consumentenmarkten. Bedrijven maken steeds meer gebruik van connectiviteitsmodellen op basis van AI en machine learning om hun klanten effectiever te bereiken.



Optimaliseer sneller met Microsoft Dynamics 365

Met Microsoft Dynamics 365 kun je financiële en operationele modellen optimaliseren om veerkracht en innovatie te stimuleren. Verbeter de financiële flexibiliteit, operationele bekwaamheid en het succes van projectgerichte services door snel beslissingen te nemen met behulp van uitgebreide, realtime rapportage, embedded analytics en inzichten op basis van AI.

Dynamics 365 biedt veel kracht dankzij de manier waarop data van binnen en buiten de Microsoft-cloud worden verbonden en omgezet in bruikbare inzichten waarmee je mensen effectievere resultaten kunnen behalen. Met de juiste digitale mogelijkheden win je aan flexibiliteit in tijden van verandering, zodat je complexe operaties behendig en snel kunt in jouw voordeel kuren en je klanten levenslang aan je bindt met abonnementen.

Stap vol vertrouwen over naar de cloud en optimaliseer digitale bedrijfsprocessen en verkrijg de inzichten die nodig zijn voor snellere aanpassing, slimmer werken en betere prestaties.

[Vraag een live demo aan >](#)



© 2021 Microsoft Corporation. Alle rechten voorbehouden. Dit document wordt 'in de huidige staat' geleverd. Informatie en meningen in dit document, inclusief URL's en andere verwijzingen naar websites, kunnen zonder kennisgeving worden gewijzigd. Gebruik is op eigen risico. Dit document geeft je geen enkel recht op enig intellectueel eigendom van welk Microsoft-product dan ook. Je mag dit document kopiëren en gebruiken voor je eigen interne referentiedoeleinden.