

# Customer 360 : Salesforce propose une expérience unifiée

Dreamforce 2018 : Salesforce a profité de sa conférence annuelle qui se tient à San Francisco du 25 au 28 septembre, afin de lever le voile sur Salesforce Customer 360.

## **Des « expériences connectées »**

Disponible gratuitement pour les clients utilisant les produits cloud du leader mondial du CRM, Salesforce Customer 360 se présente comme un hub d'intégration des données hébergées dans les différents cloud de Salesforce ou extraites depuis d'autres sources extérieures.

Ce service doit aussi permettre aux clients de créer plus facilement des «expériences connectées», sans avoir à recourir à des développeurs ou à des outils d'intégrateur de systèmes.

*« En plaçant le client au centre de ses activités, le Customer 360 permettra aux entreprises d'introduire de nouveaux modèles d'engagement des clients dynamiques, associant le service, le marketing, le commerce et bien plus encore , »* explique ainsi le groupe dirigé par Marc Bienoff, P-DG de Salesforce.

En effet, avec Salesforce Customer 360, les administrateurs informatiques pourront créer des «connexions de confiance» entre diverses applications Salesforce et leurs organisations afin de mapper et de rapprocher les données sur différentes plates-formes de cloud computing. Cela vise à donner aux employés de l'entreprise un moyen facile d'accéder à toutes les données et interactions passées pour chaque client avec lequel ils traitent.

## **Identifiant unique**

Le service crée également un identifiant Salesforce 360 pour toutes les applications de Salesforce, permettant aux utilisateurs de reconnaître facilement un client en fonction de son nom, de son adresse électronique, de son numéro de téléphone ou de son nom d'utilisateur. Une fois que le client est reconnu, il peut facilement consulter l'historique complet et accéder aux données dont il a besoin pour aider cette personne.

De plus, les packages pré-configurés pour les équipes de service, marketing et commerce permettront aux entreprises de déployer ce que Salesforce appelle «des expériences communes».

*«En tant que consommateurs, nous savons qu'une marque a fait un effort supplémentaire pour offrir une expérience cross-canal incroyable, mais la création de cette vision unique du client est extrêmement difficile pour toute entreprise», [estime](#) Bret Taylor, président et chef de produit au sein de Salesforce. «Customer 360 facilitera la collaboration entre les entreprises, le commerce et le marketing pour offrir des expériences unifiées que leurs clients exigent – avec des clics et non du code. »*

# Anypoint de MuleSoft pour les clouds externes

Salesforce précise également qu'elle va intégrer Salesforce Customer 360 à la plate-forme Anypoint de MuleSoft, qui utilise des interfaces de programmation d'applications (API) pour connecter des applications, des données et des périphériques externes au cloud de Salesforce.

Pour rappel, [MuleSoft](#) était entré dans le giron de Salesforce en mars dernier pour 6,5 milliards de dollars.

La société est spécialisée dans l'intégration de données de provenance disparate. MuleSoft offre un service de cloud computing baptisé Anypoint qui permet aux développeurs de connecter différentes applications ensemble, afin que ces applications puissent partager des données. Dans une logique dite « API First », l'informatique a largement évolué vers les API (interface de programmation).

## La vision à 360 degrés embrassées par tous les acteurs

Salesforce n'est pas le seul éditeur de progiciels à proposer une vision transversale des données clients.

Avec Siebel CRM, Oracle mettait déjà en avant une visibilité à 360 degrés du client dès 2013.

Dans une volonté de tacler Salesforce, Bill McDermott, P-DG de SAP, expliquait, de son côté, que « nous sommes passés d'une vision à 360 degrés de l'automatisation des ventes, où certaines entreprises se concentrent sur une vue à 360 degrés du client réel ».

Microsoft, qui a fait l'article de sa plate-forme Dynamics ERP et CRM lors de sa conférence Ignite, est aussi convaincu de la nécessité d'une vue à 360 degrés du client. À l'aide d'ActiveDirectory et de son raccordement à Azure, Microsoft dispose aussi déjà d'un système d'identifiant client.