

zei de optimistische topman Marc Benioff. Nog eens 15 miljoen mensen keken mee via het web. Bezoekers werden in de watten gelegd met flitsende presentaties over het uitdijende 'ecosysteem' van Salesforce en haar klanten, liefdadigheid en de spannende toekomst van kunstmatige intelligentie in bedrijfssoftware. Als toetje kregen de bezoekers een live-optreden van U2, ten behoeve van een liefdadigheidsstichting, waar zanger Bono de tienduizenden bezoekers gevat toesprak. "Jullie weten heel goed hoe jullie geld moeten verdienen. Maar jullie weten ook hoe je geld moet weggeven."

SUCCESVERHAAL

De *Financial Times* noemde Salesforce onlangs "een van de grootste succesverhalen in de laatste twintig jaar in Silicon Valley". Steeds meer bedrijven laten hun digitale levensader beheren door bedrijven als Salesforce met softwarediensten vanuit de cloud. Ooit was de cloud een oplossing voor start-ups die het zich niet konden veroorloven om een eigen infrastructuur te bouwen en te onderhouden. De migratie naar cloud-diensten is de laatste jaren enorm versneld door de interesse van grote bedrijven. "Het is echt revolutionair", zegt Renzo Taal, directeur Noord-Europa. "We noemen het de democratisering van de IT-technologie. Het is mooi om te werken voor een van de meest innovatieve bedrijven ter wereld met een groei die nooit eerder is vertoond." Bekende Europese klanten: Philips, KLM, Aegon, KPN, Renault, Proximus en AB InBev. Het is een lucratieve business gebleken voor Amazon, Google, Microsoft en pionier Salesforce dat alle inkomsten weer herinvesteert in het bedrijf om voorop te blijven lopen. "We hebben de trend neergezet en willen de voorsprong vasthouden", zegt Taal. Bovengemiddeld veel geld steekt Salesforce bovendien in marketing (de schrijver van dit stuk mocht op kosten van het bedrijf Dreamforce in San Francisco bezoeken).

Simon Mulcahy moet lachen als we hem voorhouden dat hij zich

met zoveel weldaad de marketing-koning van Silicon Valley moet voelen. "Natuurlijk besteden we ongelooflijk veel aan marketing", zegt hij in een gesprek in de kelder van een van de congresshallen. De chief marketing officer zegt dat het allemaal in de diepewortelde filosofie past van de focus op klanten. Salesforce is afhankelijk van het succes van klanten. Mulcahy zegt dat Salesforce zich heeft ontwikkeld van een verkoper van bedrijfssoftware tot een strategische adviseur van bedrijven. "Voorheen legden bedrijven een nieuwe laag technologie over het oude denken. Nu staan we zij aan zij met onze klanten. We helpen grote en kleine bedrijven aan een antwoord op de golf van digitalisering. Ik zal niet claimen dat we de beurskoersen van onze klanten stuwen. Maar we kunnen wél de verkoopresultaten van onze klanten op een detailniveau meten. Bedrijven die wel met ons werken, zie je in hun groei versnellen."

TOMELOOS AMBITIEUS

Salesforce is een bedrijf met een tomeloos ambitieuze oprichter. Marc Benioff zorgde er eigenhandig

met zijn clouddiensten voor dat de cd-rom in de prullenmand kon. Niets is te gek voor deze vijftiger die een succesvolle carrière bij Oracle vaarwel zegde in 1999 om zijn eigen bedrijf uit de grond te stampen. Salesforce en Benioff hebben volgens de Amerikaanse media een onmeetbare invloed op ondernemers in Silicon Valley en ver daarbuiten. Inderdaad komen de bezoekers op Dreamforce overal vandaan. Satya Nadell, de topman van Microsoft, zei ooit bewonderend: "Marc is een larger than life-figuur. Hij voelt de tijdsgeest van de techmassa haarfijn aan als het gaat om dit soort technologiehappenings."

Het evenement is niet alleen bedoeld voor klantenbinding en recruitment. Wall Street komt graag relatief anoniem de temperatuur meten. "Dreamforce is de enige keer dat Wall Street de mogelijkheid heeft om te communiceren met leveranciers en partners", zei Daniel Ives, een analist bij FBR Capital Markets vorig jaar tegen *USA Today*. Benioff sprak ook op deze editie van Dreamforce met aandeelhouders en analisten. Ze ondervroegen hem in een luxehotel over de lichte groei-

BENIOFF WIL DAT SALESFORCE EEN ECOSTEEM IS VOOR DE ZAKELIJKE WERELD. EEN PLEK WAAR KLANTEN, ALS ZE EENMAAL BINNEN ZIJN, BLIJVEN PLAKKEN ZOALS CONSUMENTEN OP FACEBOOK

