



Marketing Cloud Engagement for Industries



salesforce.org

Salesforce.org en diens logo zijn geregistreerde handelsmerken van Salesforce.com, inc. Andere namen die hierin worden gebruikt, zijn handelsmerken van Salesforce.com of de respectieve eigenaars.

Inhoudsopgave

Documentatie voor Marketing Cloud Engagement for Industries.....	1
Algemene informatie.....	1
Aan de slag met Marketing Cloud Engagement for Industries.....	1
Werken met e-mailsjablonen.....	3
Marketing Cloud-bedrijfseenheden in gebruik nemen.....	4
Licentie-informatie over Marketing Cloud Engagement for Industries.....	13
Marketing Cloud Engagement for Industries en vertalingen.....	14
Probleemoplossing Marketing Cloud Engagement for Industries.....	16
Integratie.....	18
Uw Salesforce-gegevens synchroniseren met Marketing Cloud.....	18

Documentatie voor Marketing Cloud Engagement for Industries

Algemene informatie

Aan de slag met Marketing Cloud Engagement for Industries

Leer hoe u Marketing Cloud Engagement for Industries installeert en gebruikt. Verzend gepersonaliseerde e-mails naar doelgroepen en maak geautomatiseerde e-mailcampagnes.

Overzicht

Marketing Cloud Engagement for Industries bestaat uit een reeks marketingtools voor dienstverlening die u helpen om op elke gewenste schaal met ondersteuners, contactpersonen en klanten in contact te komen en met hen te communiceren. Til uw berichtgeving naar een hoger niveau met gepersonaliseerde e-mails, segmentering van doelgroepen en geautomatiseerde e-mailcampagnes.

De eerste stap is om Marketing Cloud te verbinden met uw Salesforce CRM. Om u te helpen, hebben we een pagina Aan de slag gemaakt, zodat u snel kunt beginnen met Marketing Cloud. De pagina Aan de slag helpt u bij het maken van verbinding en biedt toegang tot een set gespecialiseerde activa, zoals e-mails en journey's.

Randvoorwaarden

Voordat u Marketing Cloud Engagement for Industries installeert, hebt u de vereiste licenties nodig. Neem contact op met uw accountmanager of ga rechtstreeks naar [uw Salesforce-accounts](#) om uw abonnementen te beheren.

Houd u vervolgens aan de volgende voorwaarden om Marketing Cloud te verbinden met uw Salesforce CRM.

Lightning Experience moet zijn ingeschakeld

Salesforce Lightning is de laatste nieuwe Salesforce-gebruikersomgeving en is een vereiste voor Marketing Cloud Engagement for Industries. Als uw organisatie nog geen Lightning Experience gebruikt, leest u hierover meer in [Overstappen naar Lightning Experience](#).

'Mijn domein' moet zijn ingeschakeld

'Mijn domein' helpt u uw gegevens te beveiligen doordat een klantspecifieke domeinnaam wordt toegevoegd aan de URL's van uw Salesforce-organisatie. Het is bovendien een vereiste voor Marketing Cloud Engagement for Industries. Als u 'Mijn domein' nog niet hebt uitgerold in uw organisatie, leest u hierover meer in [Mijn domein instellen](#).

Het pakket Marketing Cloud Engagement for Industries installeren

Ga als volgt te werk om Marketing Cloud Engagement for Industries te installeren:

1. Ga naar de [pagina met het installatieprogramma voor Marketing Cloud Engagement for Industries](#).
2. Klik op **Log in** om de validatie voorafgaande aan de installatie te starten en selecteer uw organisatietype.
3. Voer uw inloggegevens in.
4. Klik op **Toestaan**.
5. Klik op **Installeren**. U krijgt een bevestiging te zien wanneer de installatie is voltooid.

De app Marketing Cloud Engagement for Industries starten

Ga als volgt te werk om de app Marketing Cloud Engagement for Industries te starten en Marketing Cloud te verbinden met Salesforce CRM:

1. Log in bij Salesforce.
2. Open App Launcher en zoek naar Marketing Cloud Engagement for Industries.
3. Selecteer **Marketing Cloud Engagement for Industries**.
4. Volg de instructies op de pagina 'Aan de slag'.

U bent nu klaar om Marketing Cloud te verbinden met Salesforce!

Activa geïmplementeerd

U kunt dergelijke activa gebruiken nadat u de stroom Aan de slag hebt voltooid.

Activa geïmplementeerd	Locatie in Marketing Cloud
E-mails	Content Builder

Activa geïmplementeerd	Locatie in Marketing Cloud	
Journey's	Journey Builder	
Automatiseringen	Automation Studio	
Gegevensextensies	Contact Builder	

Hulp nodig?

Marketing Cloud met Salesforce verbinden kan een complex proces zijn. Word lid van de [Trailblazer-community](#) en vraag om hulp. Dit is een online community waar gebruikers met elkaar in contact komen, ideeën delen en om hulp vragen.

Als u nog steeds problemen ondervindt, neemt u contact op met de ondersteuning van Salesforce.

Zie ook:

- [Trailhead: Marketing Cloud Connect configureren](#)
- [Gids voor het oplossen van problemen in Marketing Cloud](#)

Werken met e-mailsjablonen

Een Elevate-e-mail maken met de knop Nu doneren

Salesforce for Nonprofits-gebruikers combineren de krachten van Marketing Cloud Engagement for Industries en Elevate om voor meer donaties te zorgen. Maak e-mails met een knop Nu doneren waarmee donateurs naar uw [donatiepagina](#) gaan.



Opmerking

Deze optie is alleen beschikbaar voor Salesforce for Nonprofits-gebruikers met een Elevate-licentie.

1. Open het Elevate-e-mailsjabloon.
2. Zoek de knop Nu doneren in de hoofdtekst van de e-mail.
3. Bewerk de volgende URL-secties:
 - a. Vervang **your-subdomain** door de juiste subdomeinnaam.
 - b. Vervang **giving-page-name?** door de naam van uw donatiepagina.
4. Sla uw werk op.

De juiste versie van uw e-mailsjabloon vinden

Versies van e-mailsjablonen worden opgeslagen op basis van de tijdstempel. Voordat u een e-mail bijwerkt, zorgt u ervoor dat u de juiste sjabloon hebt.

1. Ga naar de e-mail die u wilt bijwerken.
2. Zoek in het deelvenster Details de naam van de bronsjabloon.
3. Ga naar de map met e-mailsjablonen en zoek de bronsjabloon.
4. Werk bij wat u bij wilt werken.

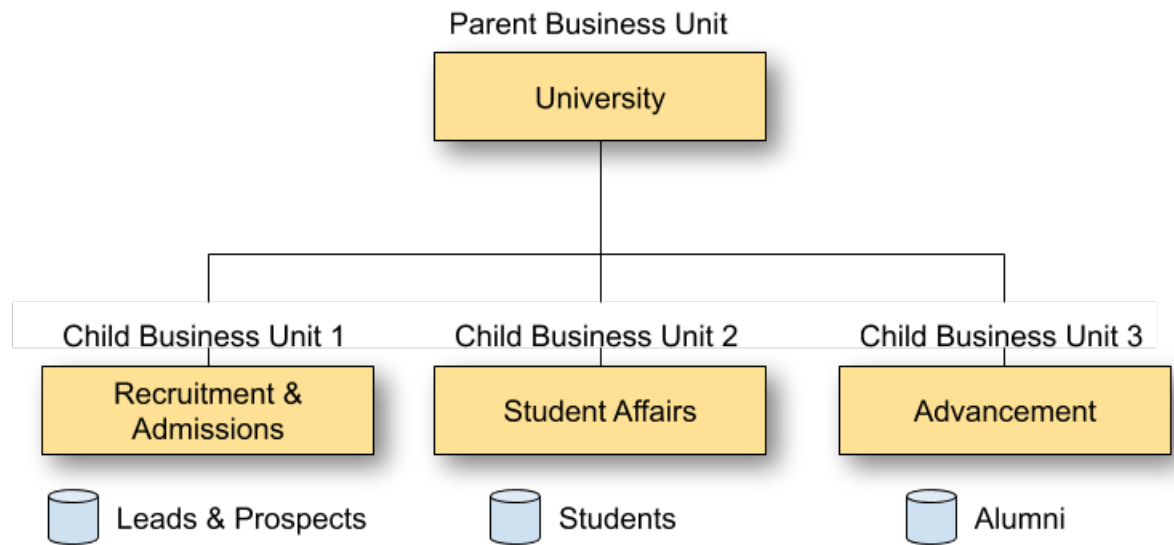
Marketing Cloud-bedrijfseenheden in gebruik nemen

Bedrijfseenheden zijn afzonderlijke werkruimten binnen de Marketing Cloud van een organisatie, waarmee verschillende teams onafhankelijk hun gegevens- en marketingfuncties kunnen beheren. In dit artikel verkennen we verschillende aspecten van deze functie. Ook bespreken we verschillende overwegingen die u in gedachten moet houden als u optimaal gebruik wilt maken van bedrijfseenheden voor marketingfuncties.

Introductie

Bedrijfseenheden in Marketing Cloud zijn afzonderlijke werkruimten binnen een Marketing Cloud-account van een organisatie, waarbinnen afzonderlijke teamleden of afdelingen binnen dezelfde organisatie eenvoudig onafhankelijk hun gegevens en marketingfuncties kunnen beheren en algemene activa (zoals sjablonen met merkvoering) kunnen delen.

Bedrijfseenheden worden in een hiërarchie gemaakt. De belangrijkste bedrijfseenheid bovenaan de hiërarchie heet de **bovenliggende bedrijfseenheid**. De bedrijfseenheden die hieronder worden gemaakt, heten de **onderliggende bedrijfseenheden**. Deze onderliggende eenheden kunnen op hun beurt weer onderliggende knooppunten bevatten, enzovoort.



Hiërarchie met bovenliggende en onderliggende bedrijfseenheden in Marketing Cloud op een universiteit

Vanuit bedrijfs- en marketingperspectief worden bedrijfseenheden doorgaans gemaakt om marketingfuncties van verschillende subdivisies binnen een organisatie te beheren. Laten we bijvoorbeeld eens kijken naar een grote universiteit met verschillende marketingteams onder Werving en toelating, Studentenzaken en Promotie. Elk van deze subdivisies beheert verschillende segmenten van de doelgroep (leads en prospects, studenten, alumni enz.) en wil mogelijk hun eigen marketingteams en gegevens onafhankelijk beheren. In dit geval kan de bovenliggende IT-organisatie die de universiteit beheert onder de bovenliggende eenheid, de bedrijfseenheid Universiteit, voor elk van deze drie subdivisies een eigen bedrijfseenheid maken.

Met het in gebruik nemen van bedrijfseenheden kan de universiteit het volgende:

- De gebruikers van elke afdeling beheren onder één overkoepelend marketingaccount
- Alle drie de afdelingen in staat stellen om de gegevens die zij zelf moeten beheren, te zien en te beheren. U kunt bijvoorbeeld leads en potentiële studenten zichtbaar maken voor de afdeling Werving en toelating, zodat zij hun marketing kunnen richten op deze

doelgroep. Op dezelfde manier kunt u de afdeling Studentzaken toegang geven tot de huidige studenten van de universiteit

- Gebruikers voor elk van deze bedrijfseenheden onafhankelijk van elkaar inrichten. Indien gewenst kunnen specifieke aangepaste gebruikersrollen voor de betreffende bedrijfseenheid worden gemaakt
- Gebruikers toestaan om vanuit verschillende bedrijfseenheden verschillende soorten e-mails te verzenden (wervingsmails vs. e-mails betreffende studentenhuysvesting). Als een marketeer voor beide afdelingen werkt, kan deze voor beide eenheden worden ingericht.
- Gebruikers toestaan om algemene e-mailsjablonen, afbeeldingen en andere activa met alle andere bedrijfseenheden te delen

Een andere gebruikscase voor Marketing Cloud-bedrijfseenheden is de behoefte om verschillende submerken of regionale structuren onder hetzelfde merk te beheren. Dit is niet alleen belangrijk in de detailhandel, maar ook van toepassing voor bepaalde instellingen in het hoger onderwijs en de non-profitsector. Zo kan een non-profit bestaan uit meerdere organisaties die zich onder verschillende merknamen in verschillende regio's bezighouden met verschillende behoeften in de maatschappij. In dit geval helpen bedrijfseenheden om de betreffende marketingteams beter te beheren met flexibiliteit en veiligheid. En dit heeft nog een voordeel: met het gebruik van bedrijfseenheden kunnen abonnees zich afmelden voor één specifiek merk of één specifieke regionale entiteit, in plaats van voor de gehele organisatie.

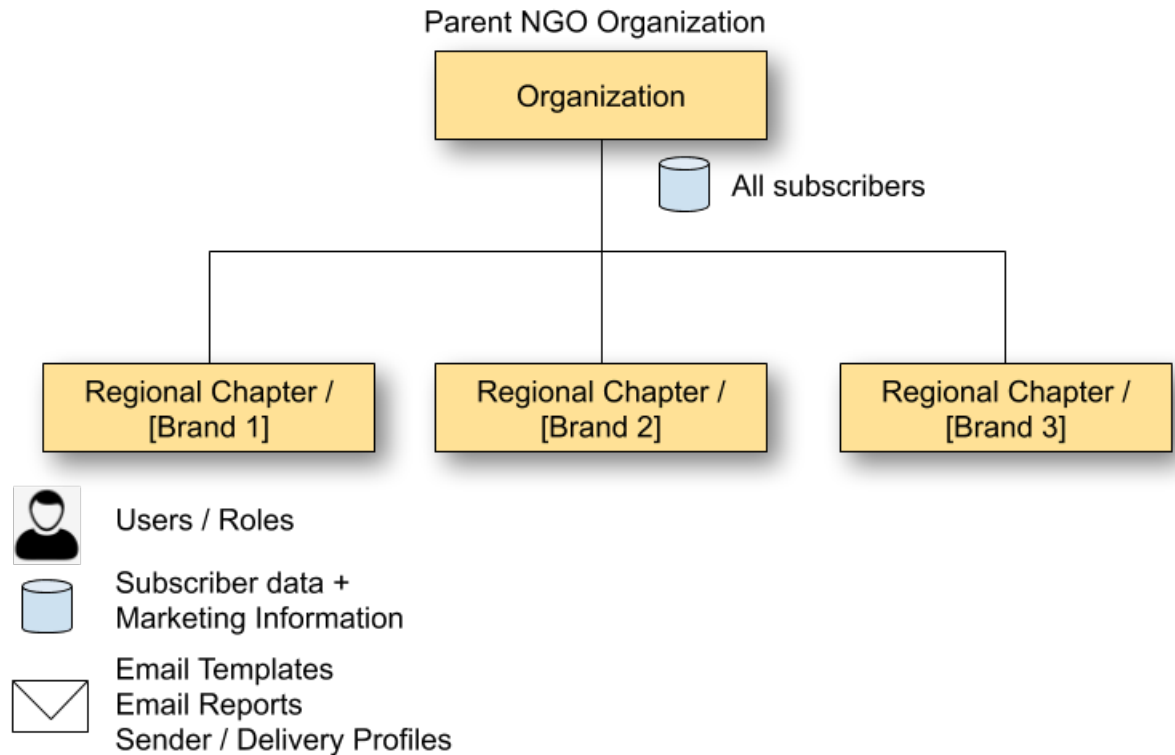
Functies van bedrijfseenheden

Hiërarchie

Voor het instellen van een hiërarchie voor bedrijfseenheden bestaat geen goed of fout. Toch moeten de specifieke gebruikersvereisten en gegevensbehoeften voor subdivisies binnen de organisatie worden beoordeeld om het juiste model te bepalen. Enkele standaardvragen die hierbij aan de orde komen, zijn:

- Zijn er verschillende merken of divisies die vanwege specifieke gegevensbehoeften of processen afzonderlijke werkruimten nodig hebben?
- Zijn er verschillende behoeften voor merkvoering in de verschillende marketingteams?
- Wat zijn de algemene activa en gegevens die moeten worden gedeeld?

Hier leest u enkele standaardvragen die hierbij aan de orde komen. Het is tevens verstandig om te veel niveaus of complexe hiërarchieën te vermijden, aangezien deze lastig te beheren zijn.



Onderliggende bedrijfseenheden onderhouden hun eigen abonnees, gebruikers, rollen en e-mailsjablonen

Scheiding en isolatie van gebruikersomgeving

De gebruikersomgeving kan binnen elke bedrijfseenheid uniek zijn, en gescheiden worden van de gebruikersomgevingen van andere bedrijfseenheden.

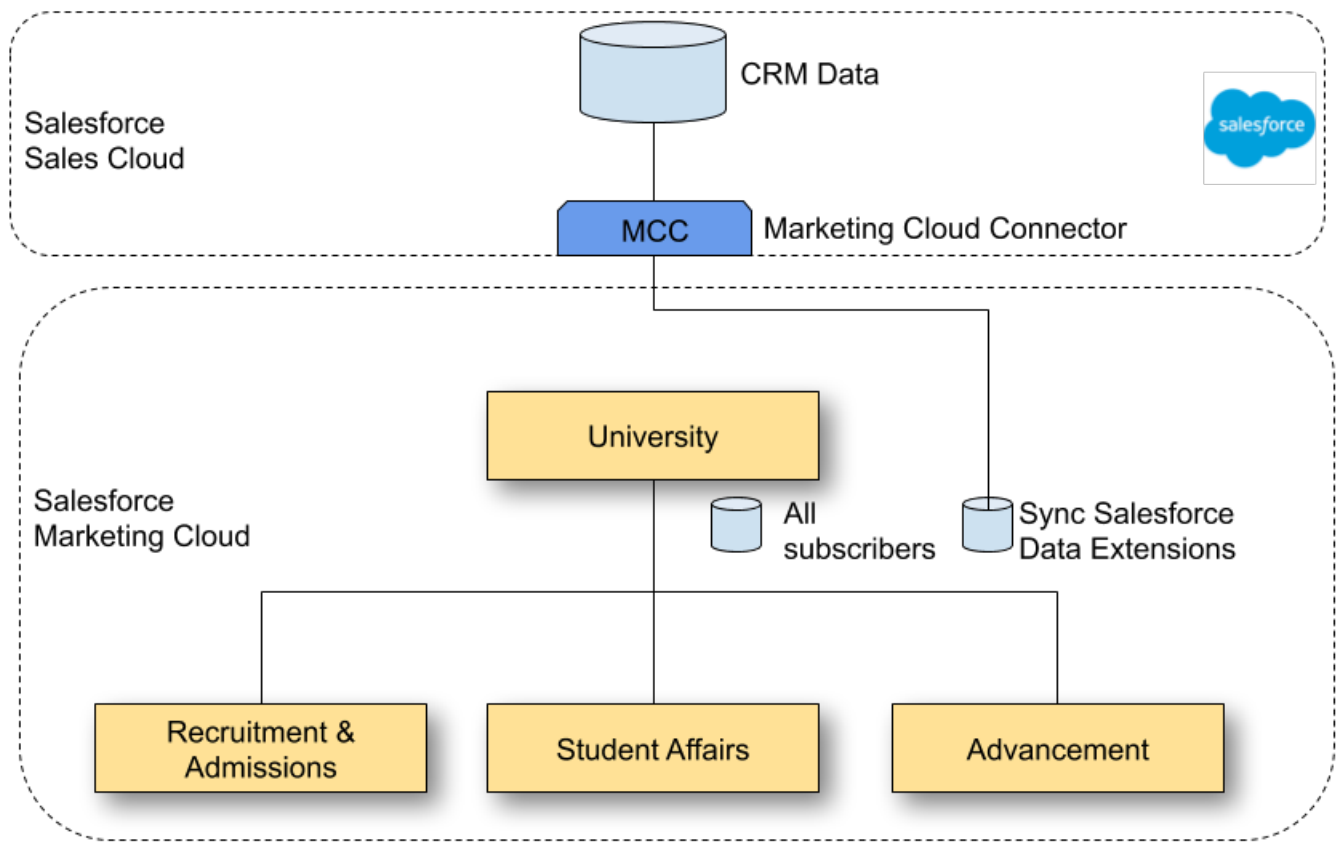
Met bedrijfseenheden kunnen gebruikers de volgende items onafhankelijk beheren:

- Abonneegegevens en de bijbehorende marketinginformatie**
- E-mailsjablonen, afbeeldingen enz.
- Gebruikersrollen (aangepaste rollen kunnen specifiek voor een bedrijfseenheid zijn)
- Afzenderprofielen en Leveringsprofielen
- E-mailrapporten
- Mappenstructuur

**** Opmerking:** In de tabel Alle abonnees op het bovenliggende niveau wordt een volledige lijst bijgehouden van alle abonnees in alle bedrijfseenheden.

Marketing Cloud-connector en gegevens delen

Klanten gebruiken vaak de Marketing Cloud-connector van Salesforce om gegevens te synchroniseren tussen het Salesforce-platform (Sales Cloud, Service Cloud enz.) en Marketing Cloud. Dit helpt hen bij het beheren van alle CRM-gegevens in Sales Cloud tijdens het uitvoeren van marketingcampagnes vanuit Marketing Cloud.



De Marketing Cloud-connector koppelt het Salesforce Core Platform met Marketing Cloud

Bij het installeren en configureren van de Marketing Cloud-connector moet de bovenliggende bedrijfseenheid het **integratiepunt** zijn tussen Marketing Cloud en Salesforce¹. Standaard haalt de Marketing Cloud-connector alle Salesforce CRM-gegevens naar de bovenliggende bedrijfseenheid en slaat hij deze op in de **gesynchroniseerde Salesforce-gegevensextensies**. Houd er rekening mee dat de Marketing Cloud-beheerder de velden kan kiezen die worden gesynchroniseerd voor een bepaald object in CRM, maar dat er maar beperkte filtermogelijkheden zijn². Zodra de gegevens zich in de bovenliggende eenheid bevinden, kan deze eenheid een **query** uitvoeren en **specifieke gegevenssets delen** met elke onderliggende bedrijfseenheid. Dit delen vindt plaats via een **gedeelde gegevensextensiemap**. Dit kan zodanig worden geconfigureerd dat een bepaalde

gedeelde gegevensextensiemap alleen bereikbaar is voor een specifieke onderliggende bedrijfseenheid. Zo hebben andere bedrijfseenheden geen toegang tot deze map, en dus tot deze gegevens. Hierdoor blijft de veiligheid van de gegevens in elke onderliggende bedrijfseenheid gewaarborgd en is deze toegespitst op hun specifieke behoeften.

Omdat de bovenliggende bedrijfseenheid toegang heeft tot alle gegevens voordat deze naar elke onderliggende bedrijfseenheid worden gefilterd, kan de bovenliggende bedrijfseenheid worden gebruikt voor communicatie die namens de volledige organisatie moet worden verzonden.

Als we hiervoor weer het voorbeeld van het hoger onderwijs nemen, zou de bovenliggende bedrijfseenheid, de universiteit, alle relevante studentengegevens uit Salesforce gebruiken. De bovenliggende bedrijfseenheid, de universiteit, kan de gegevens filteren en delen voor elk van de verschillende faculteiten, zodat deze marketingcommunicatie naar de betreffende studenten kunnen sturen. De bedrijfseenheid van de universiteit kan echter ook worden gebruikt om communicatie vanuit de universiteit als geheel naar alle studenten te sturen.

Voetnoten:

¹ De enige uitzondering geldt voor de verbonden Marketing Clouds van een multi-org, m.a.w. een Marketing Cloud-exemplaar dat is gekoppeld aan meerdere exemplaren van Sales/Service Cloud. Meer informatie hierover vindt u [hier](#).

² Filter gebaseerd op een set booleaanse velden/filtergegevens vanaf een ingestelde datum.

Overwegingen

Speciaal IP / omvattend domein

Afhankelijk van het te verzenden volume of de gebruikscase kan één IP-adres worden **gedeeld tussen alle bedrijfseenheden** van een organisatie. Met passende bewaking en het juiste onderhoud biedt het delen van een speciaal IP de organisatie de mogelijkheid om een positieve verzendreputatie te behouden en de merkvoering samen te voegen.

Er zijn gebruikscases denkbaar waarin een bedrijfseenheid zijn eigen speciale IP wil hebben. Doorgaans is dit het geval bij te verzenden volumes vanaf 2,5 miljoen per maand. Het aanvullende speciale IP kan worden gebruikt voor het verzenden van verschillende typen e-mailcommunicaties, zoals transactionele vs. commerciële berichten.

Als de klant heeft gekozen voor Sender Authentication Package, of SAP, als onderdeel van de eerste instelling, kan de hele organisatie **een speciaal omvattend domein delen** tussen alle bedrijfseenheden. Dit domein wordt gebruikt om alle URLs en afbeeldingen samen te brengen, zodat ze het merk van de organisatie weerspiegelen in plaats van het standaard Marketing Cloud-merk. Zo kan de ABC-universiteit, een instelling voor hoger

onderwijs, het domein **communicatie.abcuniv.edu** gebruiken als samenvoegingsdomein. Alle afbeeldings-URL's en koppelingen kunnen onder die URL worden samengevoegd.

Doorgaans wordt voor alle bedrijfseenheden van een organisatie één enkel samenvoegingsdomein gebruikt. Indien nodig is het echter ook mogelijk om afzonderlijke samenvoegingsdomeinen te configureren voor specifieke bedrijfseenheden. Dit is met name van toepassing voor organisaties die bedrijfseenheden willen gebruiken om meerdere merken te beheren.

Afmelden / voorkeurencentrum

Afmeldingen voor e-mails kunnen worden beheerd **op het niveau van de bedrijfseenheid of voor de gehele organisatie**. Bij beheer op het niveau van de bedrijfseenheid wordt een abonnee die zich voor alle e-mails afmeldt, afgemeld voor e-mails van die specifieke bedrijfseenheid. Bij beheer op het niveau van de organisatie of de onderneming wordt een abonnee die zich afmeldt voor e-mails, afgemeld voor **alle e-mails van alle bedrijfseenheden**.

Elke bedrijfseenheid kan zijn eigen voorkeurencentrum hebben, waarin verschillende communicatievoorkeuren kunnen worden bijgehouden. Zo kunnen voorkeuren voor verschillende typen e-mailinhoud die de abonnee wil ontvangen, worden vastgelegd en aangepast volgens diens eigen keuzes. De organisatie kan er ook voor kiezen voorkeuren voor alle bedrijfseenheden op één plek te beheren, met behulp van Cloud-pagina's of andere centra voor aangepaste voorkeuren. Zie ook de opmerking over Cloud-pagina's verderop in dit artikel.

Op het niveau van bedrijfseenheden bestaan **Onderdrukkingslijsten** en **Uitsluitingslijsten**. Hiermee kan elke eenheid beheren wie wel of niet e-mailcommunicaties moet ontvangen. Het is bovendien nog het vermelden waard dat e-mailvaliditeit (d.w.z. harde en soft bounces) worden gevolgd op het niveau van de bovenliggende bedrijfseenheid en vervolgens worden toegepast op alle onderliggende bedrijfseenheden.

Gegevens delen/beveiligen

Binnen een exemplaar kunnen zowel **gegevens als inhoud worden gedeeld** tussen bedrijfseenheden. Zoals eerder vermeld kunnen gegevens uit de bovenliggende bedrijfseenheid naar wens worden gedeeld naar de onderliggende bedrijfseenheden. Maar gegevens kunnen indien nodig **ook tussen onderliggende bedrijfseenheden worden gedeeld**.

Hetzelfde geldt voor inhoud en activa. Inhoud kan vanuit de ene naar een andere bedrijfseenheid worden gedeeld. Dit kan het door de bovenliggende bedrijfseenheid maken en beheren van e-mailsjablonen of logo's voor elke onderliggende bedrijfseenheid zijn, of het delen van afbeeldingen tussen twee of meer onderliggende bedrijfseenheden.

Houd er altijd rekening mee dat zodra gebruikers toegang krijgen tot bepaalde gegevens in een bedrijfseenheid, hun zichtbaarheid niet kan worden beperkt. Als u bijvoorbeeld een gebruiker toegang verleent tot abonneegegevens binnen de bedrijfseenheid, heeft deze toegang tot alle abonneegegevens binnen de eenheid. Hetzelfde geldt voor inhoud: als de gebruiker toegang krijgt tot bepaalde inhoud, dan heeft deze toegang tot alle inhoud. Mappen binnen de bedrijfseenheid helpen om gegevens en inhoud van elkaar te scheiden, maar dienen niet om toegang voor gebruikers binnen de bedrijfseenheid te beperken.

Cloud-pagina's

Met Cloud-pagina's in Marketing Cloud kunnen gebruikers landingspagina's of microsites maken en publiceren. Door gebruik te maken van inhoud die is opgeslagen in Content Builder, blijft alle inhoud binnen alle kanalen consistent en eenvoudig te beheren. Zoals hierboven al vermeld, kunnen Cloud-pagina's onder andere worden gebruikt om aangepaste voorkeurscentra te maken. Voorkeurscentra kunnen op hun beurt gegevens uit Marketing Cloud weergeven op het niveau van onderliggende of bovenliggende bedrijfseenheden en zelfs gegevens ophalen en bijwerken vanuit een verbonden Salesforce-exemplaar, met behulp van AMPscript.

Hoewel de inhoud en activa die voor de pagina worden gebruikt, kunnen worden gedeeld, zijn de gebouwde Cloud-pagina's zelf beperkt tot de bedrijfseenheden waarbinnen ze worden gemaakt en kunnen ze niet binnen verschillende bedrijfseenheden worden gedeeld.

Merkvertegenwoordiging

In de inleiding spraken we kort over de context van het beheren van meerdere merken met behulp van bedrijfseenheden. Verschillende divisies, afdelingen of merken binnen één organisatie kunnen hun marketingfuncties onafhankelijk scheiden en beheren met behulp van bedrijfseenheden. Houd er rekening mee dat het gebruik van bedrijfseenheden slechts de eerste, belangrijke stap is op weg naar marketingbeheer voor meerdere merken. Abonnees herkennen deze merken mogelijk niet, of bouwen er geen band mee op, tenzij de e-mailsjablonen, afbeeldingen en bijbehorende inhoud een goede afspiegeling vormen van de merkidentiteit.

Laten we bijvoorbeeld eens kijken naar een universiteit met drie (3) verschillende faculteiten voor Techniek, Bedrijfskunde en Commercie. Het is goed mogelijk dat deze faculteiten hun eigen marketing en communicatie beheren, met hun eigen specifieke merkvoering en berichten. De doelgroep [de studenten] verschilt enorm tussen elk van deze merken. Daarom moeten de marketingcommunicatie, personalisering en frequentie worden afgestemd op de behoeften van de merkdoelgroep/segmenten. Of een universiteit wil onder een iets andere naam een nieuwe online faculteit oprichten voor volwassen studenten, met een volledig nieuwe set leerervaringen. In dergelijke situaties kan het

concept van bedrijfseenheden effectief worden gebruikt om meerdere communicatie-ervaringen te beheren onder één Marketing Cloud-account.

De bovenliggende bedrijfseenheid vertegenwoordigt in deze situatie doorgaans de moedermaatschappij of de universiteit. Elk uniek merk onder die entiteit kan worden opgenomen in een eigen bedrijfseenheid en onafhankelijk worden beheerd.

Overwegingen:

- Als er algemene merkactiva moeten worden beheerd, bijvoorbeeld e-mailsjablonen of afbeeldingen, is dit mogelijk door deze te delen via Content Builder
- Als abonneegegevens of andere informatie uit verschillende bedrijfseenheden moeten worden gedeeld, kunnen hiervoor de gedeelde mappen in gegevensextensies worden gebruikt
- Elke bedrijfseenheid kan zijn eigen aangepaste abonnementencentrum beheren met de gewenste merkvoering en sjablonen, zodat abonnees hun profiel en abonnement naar behoefte kunnen beheren
- Hoewel sommige groepen zich binnen een instelling als volledig ander merk beschouwen, hoeft dit voor het publiek niet zo te zijn. Houd bij het instellen van nieuwe bedrijfseenheden rekening met zowel de ervaring van uw eindgebruikers als van uw interne publiek.

Gebruikersbasis en -rollen

Een gebruiker die is ingericht in Marketing Cloud kan toegang krijgen tot een of meer bedrijfseenheden. Het instellen van afzonderlijke toegang voor verschillende sets gebruikers kan echter omslachtig en lastig te beheren zijn.

Overwegingen:

- Beperk het aantal gebruikers op het niveau van de bovenliggende bedrijfseenheid tot Marketing Cloud-beheerders, teamleden die toegang nodig hebben tot gegevens op dit bovenliggende niveau (bijvoorbeeld voor centrale marketing) en teams die inhoud maken die over alle bedrijfseenheden wordt gedeeld (bijvoorbeeld merkbeheer)
- Individuele marketeers of technici die voor specifieke afdelingen werken, dienen uitsluitend toegang te krijgen tot de betreffende bedrijfseenheid. Binnen die bedrijfseenheid kunnen zij toegang krijgen tot de benodigde tools en gegevens
- Als een individu, bijvoorbeeld een marketeer, voor meer dan één afdeling werkt, kan deze toegang krijgen tot meer dan één bedrijfseenheid. Dit dient echter uitsluitend in uitzonderlijke gevallen te gebeuren. Het mag niet gebruikelijk worden.
- De rollen dienen binnen elk van deze bedrijfseenheden zoveel mogelijk te worden gestandaardiseerd. Dit is met name een uitdaging als de verschillende bedrijfseenheden

staan voor verschillende entiteiten met hun eigen specifieke organisatiestructuren. Met Marketing Cloud kunnen aangepaste rollen op elk niveau voor bedrijfseenheden worden gemaakt. Bij gebrekkig beheer kan dit echter snel leiden tot een zware last voor beheerders. Het wordt aanbevolen om rollen te standaardiseren voor alle bedrijfseenheden, ondersteund door een bovenliggende entiteit

- Houd er rekening mee dat het maken van aangepaste rollen een handmatig proces is en dat er geen methode is om aangepaste rollen van de ene bedrijfseenheid naar een andere te exporteren. Als een bovenliggende eenheid meerdere onderliggende eenheden heeft en elke onderliggende eenheid aangepaste rollen nodig heeft, kan dit zeer bewerkelijk worden.

Aanvullende gegevens

- [Bedrijfseenheden in Marketing Cloud](#)
- [Gedistribueerde marketing voor Salesforce](#)



Opmerking

Hierbij wil ik Rebecca Schults Robrahn bedanken voor haar bijdrage aan dit artikel. Rebecca is Marketing Cloud-consultant bij Accenture in de VS. Ze werkt met klanten uit het hoger onderwijs uit het hele land om de strategie te bepalen voor hun Marketing Cloud-exemplaar en integraties met andere Salesforce-technologieën, en om deze te implementeren en ondersteunen.

Licentie-informatie over Marketing Cloud Engagement for Industries

Salesforce for Nonprofits voorziet Marketing Cloud Engagement for Industries (MCNGO) van een balans tussen prijs en functies. Het is ons doel om Marketing Cloud aan zoveel mogelijk non-profitorganisaties aan te bieden. De MCNGO-editie sluit nauw aan op functies en functionaliteit in de Marketing Cloud Pro-editie, met de volgende uitzonderingen:

Item	Totaal Pro-editie	Totaal MCNGO-editie
API-aanroepen	2.000.000	100.000
Automatiseringen	15.000	10.000
Contactpersonen	15.000	10.000
Gegevensopslag	15	5
Superberichten	2.500.000	750.000
Gebruikers	15	5



Opmerking

Als u deze limieten wilt verhogen, neem dan contact op met uw Account Executive.

Ga voor meer informatie over Marketing Cloud-edities naar [De juiste Marketing Cloud-editie kiezen](#).

Marketing Cloud Engagement for Industries en vertalingen

Veelgestelde vragen

Hoe vaak worden Salesforce.org-producten gelokaliseerd?

We vertalen bij elke grote seizoensrelease onze productlabels en teksten.

Naar welke talen lokaliseert u?

Salesforce.org vertaalt per pakket en niet per product, waardoor de talen verschillen.

Zie: [Beschikbare talen](#). Salesforce biedt drie niveaus van taalondersteuning: volledig ondersteunde talen, talen voor eindgebruikers en talen voor uitsluitend platforms. Ga voor meer informatie naar [Ondersteunde talen](#) in de Help van Salesforce.

Lokaliseert u productdocumentatie?

We vertalen momenteel documentatie voor de volgende producten: Accounting Subledger, Casebeheer, Education Data Architecture (EDA), Grants Management, Insights Platform Data Integrity, Marketing Cloud voor non-profitorganisaties, Nonprofit Success Pack (NPSP), Outbound Funds Module, Program Management Module (PMM) en Student Success Hub (SSH). Zie [Beschikbare talen](#) voor meer informatie. Zie [Vertaalde documentatie](#) voor een lijst met koppelingen naar documentatie.

Ik heb een fout ontdekt of er ontbreekt iets in een vertaling. Waar kan ik dit melden?

Houd in gedachten dat we vertalingen alleen bijwerken voor grote releases, dus het kan gebeuren dat ze na kleine updates niet meer actueel zijn. Als u een fout wilt melden, kunt u een [case maken](#) met als onderwerp `Set-up` en `beveiliging` en als categorie `Globalisering en vertaling`.

Kan ik vertalingen overschrijven?

Zeker. Met het Vertaalcentrum kunt u vertalingen overschrijven. Zie voor meer informatie [Vertaalcentrum](#) in de Help van Salesforce.

Wat is het verschil tussen een taal en een landinstelling?

In Salesforce ziet u instellingen voor taal en regio. Met regio stelt u de weergavenotatie in voor datum en tijd, adressen, telefoonnummers, en komma's en punten in

cijfers. Met taal stelt u de taal in voor objecten, velden, instellingen en tekst in de gebruikersinterface.

Accepteert u vertalingen uit de community?

Hoewel veel van onze producten open source zijn, accepteren we momenteel geen pull-aanvragen uit GitHub voor vertalingen. Het vertaalproces vereist een onderhoudsniveau dat we niet realistisch en duurzaam kunnen verwachten van bijdragers aan de community. Daarom vertrouwen we voor tijdige vertalingen van hoge kwaliteit op onze eigen vertaalprogramma's.

Beschikbare talen

Salesforce.org biedt vertalingen voor deze talen. Wanneer u tijdens het instellen van gebruikers (of een organisatie) een van deze talen kiest, worden objecten, velden, instellingen en interfacetekst in Marketing Cloud for Nonprofits weergegeven in die taal.

Marketing Cloud Engagement for Nonprofits

Taal	UI	Documentatie
Nederlands	√	√
Engels (VK)	√	√
Frans	√	√
Duits	√	√
Japans	√	
Portugees (Brazilië)	√	√
Spaans	√	



Opmerking

Als uw voorkeurstaal niet wordt ondersteund, kunt u uw organisatie vertalen om de taal in te schakelen voor uw internationale gebruikers. Dit kan door met behulp van het Vertaalcentrum tekstaanpassingen te vertalen en labels en vertalingen uit beheerde pakketten te vervangen. U kunt alles vertalen, van aangepaste keuzelijstwaarden tot aangepaste velden. Ga voor meer informatie naar [Vertaalde talen en vertalers toevoegen](#) en [Aangepaste labels vertalen](#).

Vertaalde documentatie

Gebruik deze koppelingen voor toegang tot de vertaalde documentatie voor elke beschikbare taal.

Marketing Cloud Engagement for Nonprofits

- [Nederlands](#)
- [Engels \(VK\)](#)
- [Frans](#)
- [Duits](#)
- [Portugees \(Brazilië\)](#)

Talen inschakelen

We raden u aan om de volgende stappen uit te voeren als u een taal wilt inschakelen voor gebruik in Marketing Cloud for Nonprofits:

1. Ga, voordat u vertaalde talen gebruikt, naar Set-up en schakel Vertaalcentrum in. Ga voor meer informatie naar [Vertaalcentrum in- en uitschakelen](#).
2. Als u een platformspecifieke taal inschakelt:
 1. Ga vanuit Set-up naar **Platformspecifieke talen inschakelen** en selecteer dit.
 2. Verplaats de gewenste taal naar de lijst met weergegeven talen.
 3. Sla de wijzigingen op.

Probleemoplossing Marketing Cloud Engagement for Industries

Fouten en configuratieproblemen oplossen in Marketing Cloud Engagement for Industries.

Fouten met de pagina Aan de slag oplossen

Als er problemen optreden bij het werken met de pagina Aan de slag van Marketing Cloud Engagement for Industries, controleert u het volgende:

- Hebt u de juiste systeemmachtigingen?
- Hebt u de juiste stappen in het proces uitgevoerd?

De pagina Aan de slag van Marketing Cloud Engagement for Industries is te zien in de module [Marketing Cloud Connect configureren](#) in Trailhead. Om problemen met de pagina Aan de slag op te lossen, volgt u de instructies in de Trailhead-module.

Gegevensextensies synchroniseren

U kunt een gesynchroniseerde gegevensextensie maken tijdens de werkstroom **Aan de slag**, zodat gegevens van CRM naar Marketing Cloud kunnen stromen.

Indien u activa implementeert zonder de gesynchroniseerde gegevensextensies in te stellen, worden activa wel geïmplementeerd, maar SQL-query-automatiseringen niet. Ongeveer 10 minuten na implementatie verschijnt er een foutbericht waaruit blijkt dat er een probleem is met de gegevens.

[Synchroniseer uw Salesforce-gegevens met Marketing Cloud](#) voordat u activa implementeert.

Kleuren van e-mailactiva bijwerken

U kunt activa aanpassen aan de huisstijl van uw organisatie, voordat u deze implementeert op de pagina Aan de slag. Zo kunt u de themakleur voor een e-mailactivum aanpassen, nadat deze is geïmplementeerd:

1. Log in bij Marketing Cloud.
2. Ga naar **Email Studio > E-mail**.
3. Klik op **Inhoud**.
4. Selecteer een activum om te bewerken. Zorg ervoor dat u een activum selecteert met Sjabloon als type en niet E-mail op basis van een sjabloon.
5. Klik op **Bewerken** en daarna op **Inhoud bewerken**.
6. Klik op **Code weergeven**.
7. Zoek de AMPscript-regel waarmee de themakleur wordt ingesteld.

Bijvoorbeeld: `SET @companyColor = TreatAsContent('#000000')`

De kleurcode is hier #000000.

8. Voer een nieuwe kleurcode in.
9. Sla de wijzigingen op.



Opmerking

De nieuwe themakleur is niet zichtbaar wanneer u het activum bekijkt. U ziet de bijgewerkte kleur wanneer u een voorbeeld bekijkt van de e-mail en u deze verzendt.

Voor het bijwerken van bestaande e-mails waar gebruik wordt gemaakt van een sjabloon waarin de themakleur is gewijzigd:

1. Ga naar **Email Studio > E-mail**.
2. Selecteer een e-mail om te bewerken.
3. Klik op **Bewerken** en daarna op **Eigenschappen bewerken**.

4. Zoek het waarschuwingsbericht over het gewijzigde sjabloon en klik op **E-mail nu bijwerken**.
5. Klik op **Volgende** en sla uw wijzigingen op.

Nog steeds hulp nodig?

Word lid van de [Trailblazer-community](#) en vraag om hulp. Dit is een online community waar gebruikers met elkaar in contact komen, ideeën delen en om hulp vragen.

Als u nog steeds problemen ondervindt, neemt u contact op met de ondersteuning van Salesforce.

Zie ook:

- [Trailhead: Marketing Cloud Connect configureren](#)
- [Gids voor het oplossen van problemen in Marketing Cloud](#)

Integratie

Uw Salesforce-gegevens synchroniseren met Marketing Cloud

Voor optimaal gebruik van Marketing Cloud Engagement for Industries kunt u uw CRM-gegevens met Marketing Cloud synchroniseren.

Overzicht

Synchroniseer uw CRM-gegevens met Marketing Cloud om Marketing Cloud Engagement for Industries optimaal te gebruiken.

Hier volgt een samenvatting op hoog niveau van de stappen voor het synchroniseren van gegevens:

1. Maak een gesynchroniseerde gegevensbron om op terugkerende basis automatisch contactpersoonsgegevens uit Salesforce toe te voegen aan Marketing Cloud.
2. Met Automation Studio voert u een gegevensquery uit om uw gegevensextensies herhaaldelijk in te vullen.



Opmerking

Voer deze stappen uit met uw Marketing Cloud-beheerder.

Een gesynchroniseerde gegevensbron maken

Een gesynchroniseerde gegevensbron voegt door u gedefinieerde Salesforce-gegevens toe aan Marketing Cloud. Maak een gesynchroniseerde gegevensbron die nieuwe en bijgewerkte contactpersoongegevens toevoegt uit Salesforce naar Marketing Cloud, zodat u altijd de meest actuele gegevens hebt voor uw marketinghandelingen.

Ga als volgt te werk om een gesynchroniseerde gegevensbron te maken voor contactpersonen:

1. Log in op Marketing Cloud.
2. Klik bij 'Samensteller doelgroep' op **Samensteller contactpersoon**.
3. Klik op **Gegevensbronnen**.
4. Klik op **Gesynchroniseerd**.
5. Klik op de beschikbare gegevensbrontegel.
6. Klik op **+ Nieuw object instellen**.
7. Zoek de contactpersoonstegel en klik op de knop **Synchroniseren** van deze tegel.
8. Selecteer de volgende velden om te synchroniseren. Salesforce for Nonprofits-gebruikers selecteren de volgende velden:
 - a. Voornaam
 - b. Achternaam
 - c. Straat van postadres
 - d. Plaats van postadres
 - e. Staat/provincie van postadres
 - f. Postcode van postadres
 - g. npo02__FirstCloseDate__c
 - h. npo02__LargestAmount__c
 - i. npo02__LastOppAmount__c
 - j. npo02__LastCloseDate__c



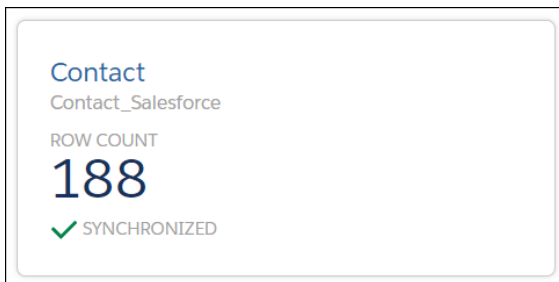
Opmerking

Bepaalde verplichte velden zijn al voor u geselecteerd, zoals Id, Email en HasOptedOutOfEmail.

- k. npo02__NumberOfClosedOpps__c
 - l. npo02__TotalOppAmount__c
9. Klik op **Volgende**.

10. Kies in Records verzamelen hoe u de gesynchroniseerde gegevens wilt filteren. Neem de gebruikslimieten van Marketing Cloud in acht en filter uw gegevens dienovereenkomstig. Neem contact op met uw accountmanager als u vragen hebt of als u het gebruik wilt vergroten. Meer informatie vindt u in [Hoe vind ik mijn Salesforce.org-accountmanager?](#)
11. Kies bij 'Peilingschema' hoe vaak u gegevens wilt synchroniseren. We raden de optie **15 minuten** aan.
12. Klik op **Opslaan en synchroniseren**.
13. Salesforce for Nonprofits-gebruikers moeten stappen 6-12 herhalen voor het object Terugkerende donatie. Synchroniseer het veld Datum van volgende donatie npe03__Next_Payment_Date__c.

Het synchroniseren kan enkele minuten duren, afhankelijk van het aantal records. Het synchronisatieproces is voltooid als u een tegel ziet voor alle gesynchroniseerde entiteiten, met onder andere het aantal rijen en de status Gesynchroniseerd. Dit is een voorbeeld van de tegel voor de gesynchroniseerde entiteit Contactpersoon.



Opmerking

De gegevenssynchronisatie is eenrichtingsverkeer van Salesforce naar Marketing Cloud. Met andere woorden: wijzigingen die u in Marketing Cloud aanbrengt in gegevens van uw contactpersonen, worden niet teruggestuurd naar Salesforce.

Zie ook: [Gesynchroniseerde gegevensbronnen maken in Contact Builder](#)

Gegevensextensies invullen met Automation Studio

Gebruik Automation Studio om uw gegevensextensies automatisch te vernieuwen wanneer uw gegevensbron nieuwe gegevens ontvangt van Salesforce. We hebben een aantal automatiseringen voor u gemaakt, maar u moet ze uitvoeren om de gegevens op te halen. De Salesforce for Nonprofits-automatiseringen zijn:

- Automatisering voor terugkerende donaties
- Automatisering voor algemeen dankwoord

- Automatisering voor dringende oproep
 - Automatisering voor algemene nieuwsbrief aan donateurs
 - Automatisering voor naderende vervaldatum
 - Automatisering voor welkomstreeks
1. Log in op Marketing Cloud.
 2. Klik in Journey Builder op **Automation Studio**.
 3. Ga naar **Mijn automatiseringen**.
 4. Open een automatisering en klik op **Uitvoeren**.
 5. Klik in het volgende venster op **Nu uitvoeren**.
 6. Herhaal dit tot u alle automatiseringen hebt uitgevoerd.



Tip

Plan in dat het proces elke dag of elke week wordt uitgevoerd, afhankelijk van hoe vaak u e-mails verzendt, zodat u altijd over de meest recente gegevens beschikt.