



businessbase

Van contactcenter naar Intelligent Customer Experience

Een praktische migratiegids voor organisaties met
AnywhereNow, Genesys of een ander CCaaS-platform

Executive summary

Veel organisaties hebben hun contactcenter goed op orde. Bereikbaarheid, routing en rapportage werken. Toch ontstaat precies daar een strategische vraag: blijft klant-contact een los operationeel platform, of wordt het onderdeel van een bredere Intelligent Customer Experience-aanpak waarin CRM, klantdata, processen en AI samenkomen? Voor organisaties met AnywhereNow, Genesys of een ander CCaaS-platform is dat hét moment om opnieuw te kijken naar het toekomstige fundament voor service.

Daarom verschuift de aandacht van het afzonderlijke gesprek naar het hele serviceproces. De echte vraag is niet alleen hoe een contact binnenkomt, maar ook welke klantinformatie beschikbaar is, wat er daarna moet gebeuren en hoe medewerkers en AI daarbij samenwerken.

Microsoft Dynamics 365 Contact Center past in die ontwikkeling. Het verbindt klantcontact met CRM, klantdata, processen en AI. Daardoor ontstaat een Intelligent CX-fundament waarin

medewerkers beschikken over de juiste context, klantvragen sneller worden opgepakt en de volledige klantreis beter op elkaar aansluit.

Deze whitepaper helpt je bepalen of een migratie logisch is. We bespreken herkenbare vertrekpunten, belangrijke ontwerpkeuzes, migratiescenario's, governance, de businesscase en de vraag of jouw organisatie er klaar voor is.

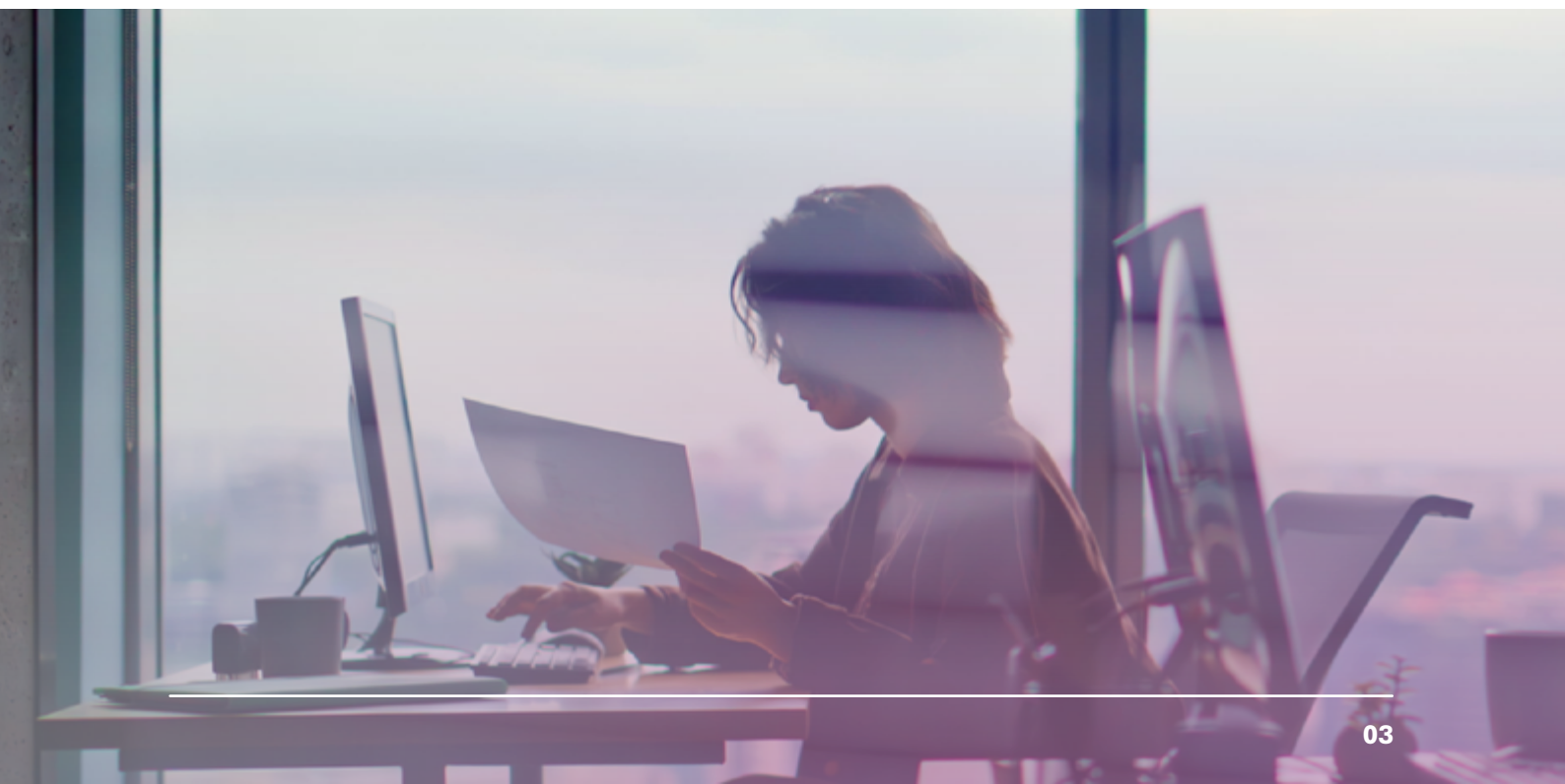


Een migratie is pas waardevol wanneer zij bijdraagt aan een betere klantbeleving. De echte businesscase ontstaat wanneer klantcontact, klantdata, processen en AI samenkomen in één Intelligent CX-aanpak.

Voor wie is deze whitepaper?

Deze whitepaper is bedoeld voor organisaties die al investeren in het Microsoft-platform en zich afvragen of hun huidige contactcenter nog past bij hun ambities voor service, AI en datagedreven klantcontact. Dat kan een omgeving met AnywhereNow of Genesys zijn, maar ook een ander stand-alone CCaaS-platform.

Het vertrekpunt verschilt, maar de belangrijkste afweging blijft hetzelfde: hoe meer klantcontact afhankelijk wordt van data, context, AI en goede samenwerking tussen afdelingen, hoe minder logisch het is om het contactcenter als een los systeem te blijven bekijken.



Inhoud

Waarom stand-alone contactcenters vaker tegen grenzen aanlopen	1
Van contactcenter naar verbonden klantervaring	2
Waarom juist nu Dynamics 365 Contact Center overwegen?	3
Migratiescenario's: AnywhereNow, Genesys en andere CCaaS-platformen	4
AI-agents en CCaaS: van kanaalsturing naar service-orkestratie	5
Wanneer is migratie strategisch logisch?	6
Het doelmodel: architectuur, data en ontwerpprincipes	7
Migratiescope: wat blijft, verandert of verdwijnt?	8
Migratieaanpak: van ambitie naar gecontroleerde livegang	9
Waarde sturen: businesscase en KPI's	10
Governance en adoptie: van project naar operating model	11
Readiness scan: is jouw organisatie klaar voor migratie?	12
Conclusie: de volgende stap naar AI-gedreven service	13

Waarom stand-alone contactcenters vaker tegen grenzen aanlopen

Een traditioneel contactcenter is vooral gebouwd om contacten te ontvangen, te routeren en af te handelen. Dat werkt goed zolang een klantvraag grotendeels binnen één gesprek en één team blijft. In de praktijk loopt een vraag steeds vaker door meerdere kanalen, systemen en afdelingen. Een klant begint bijvoorbeeld in selfservice, spreekt daarna een medewerker, krijgt een case en wacht vervolgens op informatie uit een order- of contractstelsel.

Juist daar wordt de beperking van een losstaand platform zichtbaar. Niet omdat de kanaalafhandeling tekortschiet, maar omdat de verbinding met de rest van de klantketen steeds belangrijker wordt. Extra koppelingen kunnen helpen, maar maken het landschap ook afhankelijker van synchronisatie, integratiebeheer en eenduidige afspraken over data.

Vier structurele verschuivingen

- **Klantverwachting:** van snel antwoord naar herkenning, continuïteit en relevante opvolging
- **Operationeel model:** van kanalen en wachtrijen naar klantprocessen die over teams heen lopen.
- **Data:** van rapportage achteraf naar actuele context tijdens het klantcontact.
- **AI:** van losse ondersteuning naar AI-toepassingen die binnen duidelijke kaders kunnen ondersteunen, adviseren of afgebakende acties voorbereiden.

De grens van integreren

Meer integraties lossen versnippering soms technisch op, maar geven nog geen antwoord op drie fundamentele vragen:

Welke bron is leidend voor klant, case, toestemming, kennis en interactie?

Waar worden beslissingen genomen over routing, prioriteit, opvolging en automatisering?

Wie bewaakt kwaliteit, security en wijzigingen over de hele keten?

Strategisch signaal

Bestaat een groot deel van de vernieuwing uit nieuwe koppelingen tussen contactcenter, CRM, data en procesautomatisering? Dan is het verstandig om niet alleen naar de koppelingen te kijken, maar ook naar het toekomstige zwaartepunt van de servicearchitectuur.

Van contactcenter naar verbonden klantervaring

Een stand-alone CCaaS-platform richt zich vooral op de interactie. Een verbonden serviceplatform kijkt breder en brengt klantcontact, CRM-context, cases, kennis, automatisering, analytics en samenwerking samen in één logisch model. Dat betekent niet dat alle data in hetzelfde systeem moet staan. Wel moeten processen, definities en klantcontext goed op elkaar aansluiten.

Dynamics 365 Contact Center biedt, afhankelijk van inrichting, licenties en beschikbare kanaalconfiguraties, mogelijkheden voor onder meer voice, digitale kanalen, unified routing, IVR, AI-ondersteuning, gesprekssamenvattingen, transcriptie, sentimentanalyse en rapportage.

Via Dataverse en connectoren kan het platform worden gekoppeld aan bestaande data en bedrijfsapplicaties. In bepaalde scenario's kan het ook naast bestaande CRM-oplossingen worden ingezet, mits integratie, datamodel, procesinrichting en beheer goed zijn ontworpen.

Het nieuwe zwaartepunt

- **Uitgangspunt:** niet het kanaal, maar de klantvraag en het proces staan centraal.
- **Context:** medewerkers krijgen relevante informatie in hun werk- en procescontext, in plaats van die zelf bij elkaar te zoeken.
- **AI:** ondersteuning bij selfservice, agentwerk en processtappen wordt onderdeel van het ontwerp.
- **Opvolging:** cases, taken, journeys en automatisering sluiten directer aan op het contactmoment.
- **Sturing:** naast kanaal- en queue-KPI's tellen ook klant-, proces- en uitkomst-KPI's mee.

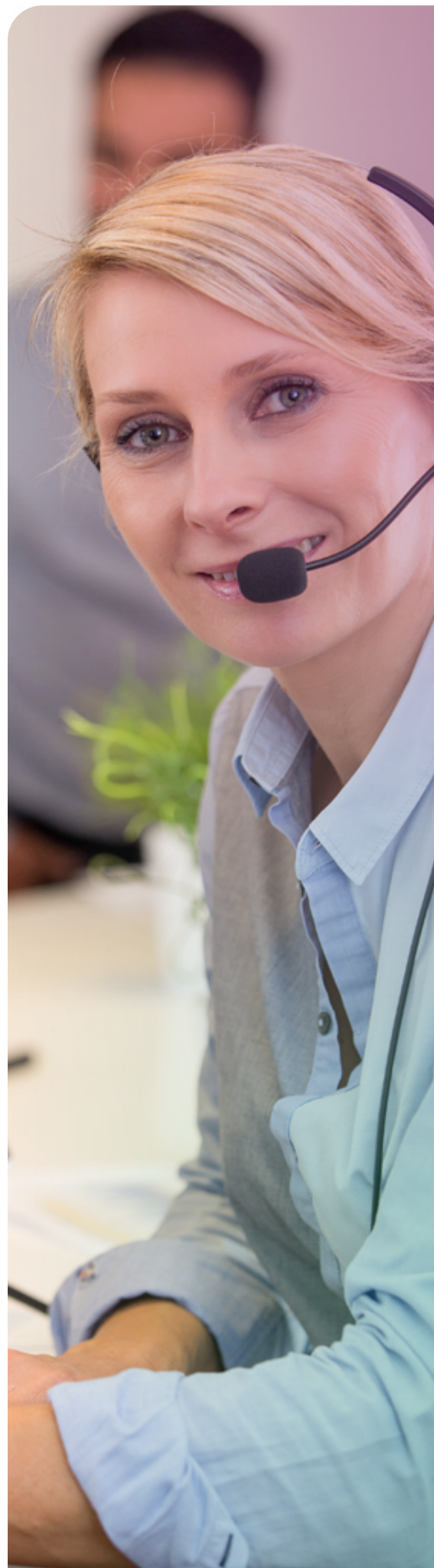
Klantcontact wordt sterker wanneer context, AI, automatisering en opvolging samenkomen.

Dit is geen pleidooi om ieder bestaand platform direct te vervangen. Migreren is pas logisch als het geïntegreerde doelmodel meer oplevert dan de huidige inrichting, contracten, expertise en bewezen processen.

Uit de praktijk: HVC

HVC werkte samen met BusinessBase aan de modernisering van de klantenservice met Microsoft Dynamics 365 Customer Service. De organisatie verzorgt onder meer afvalinzameling en -verwerking voor gemeenten en had te maken met veel gemeentelijke variatie, uiteenlopende informatiebronnen en medewerkers die soms in meerdere systemen moesten zoeken om inwoners goed te helpen. Door klantdata, kennisbank en communicatiekanalen centraler samen te brengen in één omnichannel serviceplatform, ontstaat een betere basis om vragen en meldingen sneller, consistent en efficiënter af te handelen. De case laat zien hoe een geïntegreerd Microsoft-fundament niet alleen het werk van klantenservicemedewerkers vereenvoudigt, maar ook ruimte maakt voor verdere selfservice en digitale interactiekanalen.

LEES MEER



Waarom juist nu Dynamics 365 Contact Center overwegen?

Voor organisaties met een volwassen contactcenter is de vraag meestal niet of de huidige oplossing vandaag nog werkt. Die werkt vaak prima voor bereikbaarheid, routing en kanaalafhandeling. De strategische vraag voor 2026 is scherper: blijft het contactcenter een los operationeel platform, of wordt het onderdeel van het bredere fundament voor klantcontext, processen, data en AI?

Juist daar komt Dynamics 365 Contact Center in beeld. Microsoft positioneert het contactcenter steeds nadrukkelijker als onderdeel van een bredere customer experience-architectuur: verbonden met Dynamics 365 Customer Service, Customer Insights, Copilot Studio, Power Platform, Teams, Copilot en Fabric. De waarde zit daarmee niet alleen in nieuwe contactcenterfunctionaliteit, maar vooral in de mogelijkheid om klantcontact, case-afhandeling, kennis, AI-ondersteuning en datagedreven sturing dichter bij elkaar te brengen.

Van traditioneel CCaaS naar serviceplatform

Traditionele CCaaS-oplossingen zijn primair ontworpen voor het organiseren van interacties: bereikbaarheid, routing, wachtrijen, kanalen, supervisors en operationele rapportage. Dat blijft essentieel. Maar zodra klantvragen afhankelijk worden van actuele klantcontext, casehistorie, kennisartikelen, toestemming, orderinformatie, marketing-segmentatie en AI-ondersteuning, verschuift de kernvraag. Dan gaat het niet meer alleen om welk platform het contact afhandelt, maar om welk platform de serviceketen als geheel kan dragen.

**Alles op één plek:
meer context, minder
schakelen en sneller
werken.**

Dynamics 365 Contact Center vertrekt vanuit dat bredere perspectief. Het contactmoment staat niet los van CRM, cases, kennis, samenwerking en analyse, maar wordt onderdeel van één service- en datamodel. Voor organisaties die al stevig op Microsoft bouwen, kan dat een belangrijk verschil maken: minder losse schakels tussen contactcenter en CRM, meer hergebruik van data en kennis, en een logischer fundament voor AI-agents die niet alleen antwoorden geven, maar ook binnen grenzen processtappen kunnen ondersteunen.

Waarom dit juist nu relevant is

Microsoft investeert zichtbaar in contactcenter en AI voor service.

Dynamics 365 Contact Center wordt door Microsoft gepositioneerd als een contactcenteroplossing waarin Copilot en AI nadrukkelijk onderdeel zijn van kanalen, selfservice, agentondersteuning, routing en operations.

Copilot Studio wordt relevanter voor klantcontact.

AI-agents kunnen worden ontworpen, beheerd en gekoppeld aan contactcenterkanalen en serviceprocessen, in plaats van als losse bot naast het platform te staan.

Het Microsoft-platform versterkt de samenhang.

Customer Service, Customer Insights, Power Platform, Teams, Copilot en Fabric kunnen samen een breder fundament vormen voor klantcontext, procesautomatisering, samenwerking en analyse.

AI wordt onderdeel van governance, niet alleen van innovatie.

Doordat agents, kennis, rechten, data en monitoring dichterbij het serviceplatform komen te liggen, wordt het eenvoudiger om AI-toepassingen gecontroleerd op te schalen.

Wat dit betekent voor Genesys-, AnywhereNow- en andere CCaaS-omgevingen

Voor organisaties met Genesys, AnywhereNow of een vergelijkbaar platform betekent dit niet dat migratie automatisch de beste keuze is. Wel verandert de evaluatie. De vraag wordt niet alleen welke contactcenterfuncties vandaag goed werken, maar ook waar de organisatie morgen klantcontext beheert, AI-agents bouwt, kennis onderhoudt, data ontsluit en serviceprocessen verbetert.

Wat levert dit op voor de gebruiker?

Voor de medewerker zit de waarde vooral in eenvoud en snelheid. In plaats van tijdens een klantgesprek te schakelen tussen contactcenter, CRM, kennisbank, Teams en losse procesapplicaties, komt de relevante klantcontext samen in één werkruimte. De medewerker ziet sneller wie de klant is, welke cases of interacties al lopen, welke kennis beschikbaar is en welke vervolgstap logisch is. Dat vermindert zoektijd, fouten en overdrachten.

Ook onboarding wordt eenvoudiger. Nieuwe medewerkers hoeven minder systemen en uitzonderingen tegelijk te leren, omdat klantinformatie, scripts, kennisartikelen, AI-suggesties en processtappen beter bij elkaar komen. Daardoor kunnen zij sneller zelfstandig waarde toevoegen, terwijl ervaren medewerkers meer ruimte krijgen voor complexere klantvragen. Voor supervisors ontstaat

bovendien een beter beeld van werkvoorraad, kwaliteit en coachingbehoefte, omdat interactie-, agent- en procesdata dichter op elkaar zitten.

Daarmee wordt Dynamics 365 Contact Center vooral relevant voor organisaties die al sterk op Microsoft leunen en klantcontact niet langer als los kanaalplatform willen organiseren. Niet omdat bestaande CCaaS-oplossingen geen waarde hebben, maar omdat de volgende stap in service vaak vraagt om meer samenhang tussen klantbeeld, case-afhandeling, AI, data en processturing. De kernvraag is daarom: helpt ons huidige contactcenter ons om die samenhang te realiseren, of is het tijd om Dynamics 365 Contact Center serieus als toekomstig servicefundament te onderzoeken?



Migratiescenario's: AnywhereNow, Genesys en andere CCaaS-platformen

Niet iedere organisatie begint op hetzelfde punt. Een contactcenter dat sterk op Teams leunt, vraagt om andere keuzes dan een volwassen enterprise CCaaS-omgeving. Toch komen dezelfde vragen steeds terug: welke klantreizen zijn het belangrijkste, waar ontstaat klantcontext, welke processen kunnen eenvoudiger en hoe krijgt AI een verantwoorde rol in de operatie?

Geen platformstrijd, maar een strategische fit-gap

Genesys, AnywhereNow en andere CCaaS-oplossingen hebben ieder hun eigen sterke punten, architectuur en ecosysteem. Een goede migratieanalyse begint daarom niet met de vraag welk platform “beter” is, maar met de vraag welke capabilities in het toekomstige servicefundament thuishoren. Wat blijft waardevol in de huidige inrichting, wat moet opnieuw worden ontworpen en welke afhankelijkheden bepalen tempo, risico en businesscase?

Bij AnywhereNow ligt de aandacht vaak bij Teams-integratie, Dialogue Studio, routing, IVR, CRM-koppelingen en rapportage. De vraag is dan wat behouden kan blijven en wat beter opnieuw kan worden ingericht rond Dynamics 365 en Copilot Studio.

Bij een volwassen Genesys-omgeving is de fit-gap vaak breder, omdat omnichannel-flows, bot- en IVR-configuratie, WEM/WFM, recording, quality, integraties en historische data diep in de dagelijkse operatie kunnen zijn ingebed. Bij andere CCaaS-platformen gaat het vooral om leveranciersspecifieke flows, kanaalproviders, API's, datamodelen en werkafspraken.

Herkenbare migratiescenario's

In de praktijk zien we drie veelvoorkomende aanleidingen:

Een Teams-first contactcenter werkt goed voor bereikbaarheid en adoptie, maar loopt tegen grenzen aan in CRM-context, datagedreven sturing en procesopvolging.

Een volwassen enterprise CCaaS-landschap ondersteunt de operatie goed, terwijl de organisatie tegelijk sterker inzet op Microsoft, CRM en AI.

Een bredere servicetransformatie maakt duidelijk dat klantcontact niet alleen een kanaaloperatie is, maar onderdeel van een groter service-ecosysteem.



Het vertrekpunt bepaalt de nadruk. Bij Teams-first gaat het vooral om samenwerking, agentwerk en CRM-context. Bij enterprise CCaaS staan continuïteit, compliance, integraties en gefaseerde

waardecreatie centraal. Bij een brede servicetransformatie draait het om klantreizen, data, AI-governance en heldere samenwerking tussen mens en AI.

Uit de praktijk: Brand New Day

Bij Brand New Day hielp BusinessBase om groeiambitie te vertalen naar een schaalbaarder klantcontactmodel. De organisatie werkte met meerdere systemen voor marketing, sales en klantcontact, waardoor het lastiger werd om vanuit één samenhangend klantbeeld te werken. In dit traject zette Brand New Day de overstap in van AnywhereNow naar een geïntegreerd klantcontactplatform binnen Microsoft Dynamics 365, met Dynamics 365 Contact Center en Customer Insights als belangrijke onderdelen. Daarmee werd de basis gelegd voor centralere ondersteuning van processen, kanalen en AI-functionaliteit. Marketing, sales en klantenservice kunnen consistentere samenwerking vanuit gedeelde klantcontext. De case maakt concreet waarom organisaties met een bestaand contactcenterplatform Dynamics 365 Contact Center serieus kunnen onderzoeken als volgende stap.

LEES MEER

AI-agents en CCaaS: van kanaalsturing naar service-orkestratie

AI-agents veranderen het contactcenter, maar nemen de basisfuncties niet weg. Bereikbaarheid, routing, quality, compliance en escalatie blijven nodig. CCaaS en AI-agents lossen dus niet hetzelfde probleem op. De meerwaarde ontstaat wanneer ze goed op elkaar aansluiten.

Een klassieke CCaaS-inrichting organiseert vooral kanalen en het werk van medewerkers. Een agentic servicebenadering voegt AI-ondersteuning toe die intent kan helpen herkennen, kennis kan toepassen, vervolgstappen kan voorstellen of, binnen duidelijke rechten en controles, afgebakende procesacties kan uitvoeren.

Kanaal en bereikbaarheid:

voice en digitale interacties betrouwbaar ontvangen, passend bij landen, nummers, talen en servicevensters.

Orkestratie en routing: contacten sturen op basis van context, skills, capaciteit, urgentie en klantwaarde.

AI-agent en selfservice: vragen helpen interpreteren, goedgekeurde kennis toepassen en gecontroleerde acties ondersteunen.

Menselijke agent: waarde toevoegen bij uitzonderingen, complexiteit, empathie en verantwoordelijkheid.

CRM en proces: klantcontext, cases, afspraken en opvolging vanuit één betrouwbaar procesbeeld bewaken.

Van chatbot naar gecontroleerde autonomie

De verstandigste route is niet om direct maximale autonomie na te streven. Begin met afgebakende taken, betrouwbare kennis en duidelijke escalatieregels. Bouw daarna stap voor stap verder.

Assisteren: samenvatten, kennis vinden en reacties voorstellen.

Afhandelen: veelvoorkomende vragen binnen duidelijke grenzen oplossen.

Uitvoeren: gegevens ophalen of een gecontroleerde procesactie starten.

Orkestreren: meerdere systemen en processtappen coördineren, met menselijk toezicht waar dat nodig is.

Ontwerpprincipe

Automatiseer geen proces dat nog onduidelijk, instabiel of onvoldoende beheerst is. Breng eerst proces, data en eigenaarschap op orde en vergroot daarna de autonomie. De mate waarin AI zelfstandig kan ondersteunen of acties kan starten, hangt altijd af van de kwaliteit van data en kennisbronnen, de ingerichte rechtenstructuur, procesafbakening, logging en menselijke controle.

Wanneer is migratie strategisch logisch?

Een migratie verdient serieus onderzoek wanneer meerdere signalen tegelijk zichtbaar zijn. Eén knelpunt is vaak nog met optimalisatie op te lossen. Een combinatie van strategische, operationele en technische problemen wijst eerder op een fundamenteelere keuze.

Denk aan medewerkers die steeds opnieuw informatie moeten opvragen, een groeiend aantal integraties tussen leveranciers en teams, losse AI-pilots zonder gedeeld governance- of datamodel en rapportages die verschillende definities gebruiken. Ook een steeds verder ontwikkeld Microsoft-landschap kan aanleiding zijn om het doelmodel opnieuw te bekijken.

Contractverlengingen, grote upgrades en end-of-life-situaties zijn natuurlijke momenten voor zo'n afweging. Hoe meer signalen samenkomen, hoe belangrijker het is om niet alleen het bestaande landschap te verbeteren, maar ook het toekomstige serviceplatform opnieuw te ontwerpen.

Wanneer juist niet direct migreren?

De huidige oplossing voldoet aantoonbaar en de integraties zijn beheersbaar.

Er is nog geen eigenaar voor het end-to-end serviceproces.

Klant-, case- en kennisdata zijn niet betrouwbaar genoeg voor de beoogde AI-toepassingen.

De businesscase draait alleen om licentieprijs en niet om proceswaarde.

Kritieke capabilities zijn nog niet gevalideerd in een fit-gap of pilot.



Het doelmodel: architectuur, data en ontwerpprincipes

Een goede doelarchitectuur begint bij de gewenste klantervaring en de manier waarop de organisatie wil werken. Niet bij een lijst met productonderdelen. Het ontwerp moet duidelijk maken waar klantcontext ontstaat, waar beslissingen worden genomen, hoe processen worden uitgevoerd en wanneer mens of AI aan zet is.

Zeven ontwerpprincipes

Klant- en casecontext is beschikbaar op het moment van contact.

Kanalen gebruiken waar mogelijk dezelfde routerings- en proceslogica.

AI werkt met goedgekeurde kennis, duidelijke acties en aantoonbare grenzen.

Dataminimalisatie, toestemming, retentie en toegang worden vanaf het begin meegenomen.

Bij menselijke escalatie blijft de context behouden, zodat de klant niet opnieuw hoeft te beginnen.

Configuratie krijgt de voorkeur boven maatwerk, tenzij maatwerk aantoonbaar onderscheidende waarde oplevert.

Observability, kwaliteit en business-KPI's zijn onderdeel van het ontwerp, niet iets voor na livegang.

Logische bouwblokken

In een doelarchitectuur met Dynamics 365 Contact Center ligt het zwaartepunt niet bij één los kanaalplatform, maar bij een samenhangend Microsoft-service-fundament. Dynamics 365 Contact Center verzorgt de contactcenterlaag: voice en

digitale kanalen, IVR, routing, wachtrijen, agentondersteuning en supervisorsturing. Dynamics 365 Customer Service vormt de operationele servicelaag voor klant-profielen, cases, SLA's, kennis en opvolging.

Daaromheen ontstaat een bredere architectuur. Customer Insights kan klantdata, segmentatie en signalen toevoegen aan de servicecontext. Copilot Studio ondersteunt AI-agents en selfservice-scenario's, mits kennis, acties, rechten en escalatie goed zijn ingericht. Power Platform maakt procesautomatisering en apps mogelijk rondom het klantcontact. Teams ondersteunt samenwerking tussen service, backoffice en experts. Dataverse en eventueel Fabric vormen de basis voor data, rapportage, analyse en sturing.

Integraties blijven nodig voor bronnen zoals ERP, orderstatus, identity, WFM/WEM, telefonie, compliance-archieven en sectorspecifieke systemen. Het verschil is dat deze integraties niet langer alleen bedoeld zijn om een contactcenter te voeden, maar om één betrouwbaar serviceproces te ondersteunen. De belangrijkste ontwerp vraag wordt daarmee: welke informatie en proceslogica horen in Dynamics 365, welke bronnen blijven leidend buiten het platform en hoe zorgen we dat medewerkers en AI-agents altijd met dezelfde context werken?

Uit de praktijk: GVB

Voor GVB werkte BusinessBase aan de modernisering van klantcontact met Microsoft-technologie voor contactcenter, omnichannel voice en AI-ondersteuning. De vervoersorganisatie wilde versnippering van systemen verminderen en reizigers sneller, persoonlijker en consistenten helpen. Door klantdata, interacties, telefonie en kennis centraler samen te brengen, hoeven medewerkers minder te schakelen tussen applicaties en kunnen zij reizigers beter ondersteunen. Ook routing en webformulieren zijn logischer ingericht en een centrale kennisbasis kan bijdragen aan vaker first-time-right werken. Deze case laat zien hoe een goed ontworpen CX-fundament de operatie kan vereenvoudigen en ruimte kan maken voor verdere kanaaluitbreiding, marketingkoppelingen en AI-toepassingen.

LEES MEER

Migratieaanpak: van ambitie naar gecontroleerde livegang

Een migratie is meer dan een technische planning. Strategische keuzes, operationele continuïteit, adoptie en waardebesturing moeten vanaf het begin bij elkaar komen.

Een volwassen aanpak bestaat uit zes samenhangende fasen. Eerst worden ambitie, businesscase, KPI-baseline, voorlopige scope en stakeholders scherp gemaakt. Daarna volgt discovery en fit-gap: flows, kanalen, volumes, integraties, data, security en dagelijkse operatie worden gevalideerd.

Op basis daarvan ontstaat een doelontwerp met architectuur, serviceblauwdruk, AI-principes, governance en roadmap. Een pilot toont vervolgens aan of de gekozen klantreis, integraties, routing, agentwerk en rapportage in de praktijk werken.

Daarna volgt de gefaseerde realisatie: configureren, migreren, testen, trainen, overzetten en een rollback voorbereiden. Na livegang begint het optimaliseren. Denk

aan KPI-review, kennis- en promptbeheer, verbeteringen in flows, adoptie en een vaste verbeterbacklog.

Cutoverstrategie

De juiste cutover hangt af van de scope, afhankelijkheden en het operationele risico. Een big bang past alleen als die risico's beperkt zijn. Vaak is fasering verstandiger: per kanaal, team, locatie of klantreis. Tijdelijke co-existentie kan nodig zijn wanneer contracten, nummers, recording, WFM of complexe integraties niet tegelijk kunnen veranderen.

Praktische succesfactor

Leg voor iedere release vooraf vast wanneer deze mag starten, wat als acceptatie geldt, hoe rollback werkt, wie eigenaar is van hypercare en welke technische én businesssignalen op het dashboard komen.



Waarde sturen: businesscase en KPI's

Een sterke businesscase kijkt verder dan licenties en implementatiekosten. De werkelijke waarde zit in betere klantuitkomsten, minder frictie in de operatie, eenvoudiger beheer, lagere integratierisico's en hogere productiviteit van medewerkers en supervisors.

- **Klantwaarde:** minder herhaling, betere bereikbaarheid en consistente opvolging. Denk aan CSAT, FCR, herhaalcontact en kanaaloverstap.
- **Medewerkerwaarde:** minder zoektijd en schermwissels en betere ondersteuning. Meet bijvoorbeeld afhandeltijd, after-call work, adoptie en feedback.
- **Operationele waarde:** minder overdrachten en handmatige stappen. Kijk naar transfer rate, backlog, doorlooptijd en automatiseringsgraad.
- **Technologische waarde:** minder integratiecomplexiteit en snellere wijzigingen. Meet kritieke interfaces, change-doorlooptijd en incidenten.
- **Managementwaarde:** betere samenhang tussen klant-, proces- en kanaaldata. Kijk naar datakwaliteit, rapportagevertraging en eenduidige definities.
- **Risicoreductie:** betere traceerbaarheid, toegang en beheersing van AI. Meet auditbevindingen, policy exceptions en quality sampling.

Businesscaseformule

Als denkkader kun je de totale waarde benaderen als: operationele besparing + vermeden kosten + productiviteitswinst + klantwaarde + risicoreductie – implementatiekosten – transitiekosten – structurele platformkosten. Niet iedere component is direct financieel hard te maken; sommige onderdelen vragen om aannames, bandbreedtes of kwalitatieve onderbouwing.

Maak voor iedere waardedrijver duidelijk wie eigenaar is, wat de baseline en streefwaarde zijn, hoe je meet, wanneer de eerste meting plaatsvindt en van welke randvoorwaarden die waarde afhankelijk is. Zo blijft de migratie bestuurbaar en wordt het geen eenmalig IT-project.

Governance en adoptie: van project naar operating model

De grootste risico's zitten vaak tussen teams in: tussen contactcenter en CRM, IT en operatie, data en legal, of menselijk werk en AI. Juist op die grenzen moet helder zijn wie beslist en wie verantwoordelijk is.

Voorkom een blinde lift-and-shift. Kies per flow bewust wat je behoudt, vereenvoudigt, vervangt of stopt. Toets kritieke klantreizen, volumes en uitzonderingen vroeg in een fit-gap en pilot, zodat capability-gaps niet pas tijdens de livegang zichtbaar worden.

Borg AI-kwaliteit met betrouwbare kennisbronnen, de juiste permissions, fallback, testsets, logging en menselijke escalatie. Betrek medewerkers,

supervisors en beheerders vroeg, train per rol en organiseer een vaste manier om feedback te verwerken.

Leg ook definities, parallelmetingen, rollback, support en communicatie vooraf vast. Dat verkleint de kans op rapportagebreuken en verstoring van de operatie.

Nieuw operating model voor AI

Een AI-agent heeft blijvend beheer nodig. Wijs eigenaarschap toe voor use-cases, kennis, prompts en instructies, acties en connectoren, kwaliteit, security, privacy, monitoring en wijzigingen. Zie een agent niet als een bot die één keer wordt opgeleverd, maar als een digitale ondersteuning die regelmatig wordt gecontroleerd, verbeterd en waar nodig begrensd.



Adoptie per rol

Klantwaarde: minder herhaling, betere bereikbaarheid en consistente opvolging. Denk aan CSAT, FCR, herhaalcontact en kanaaloverstap.

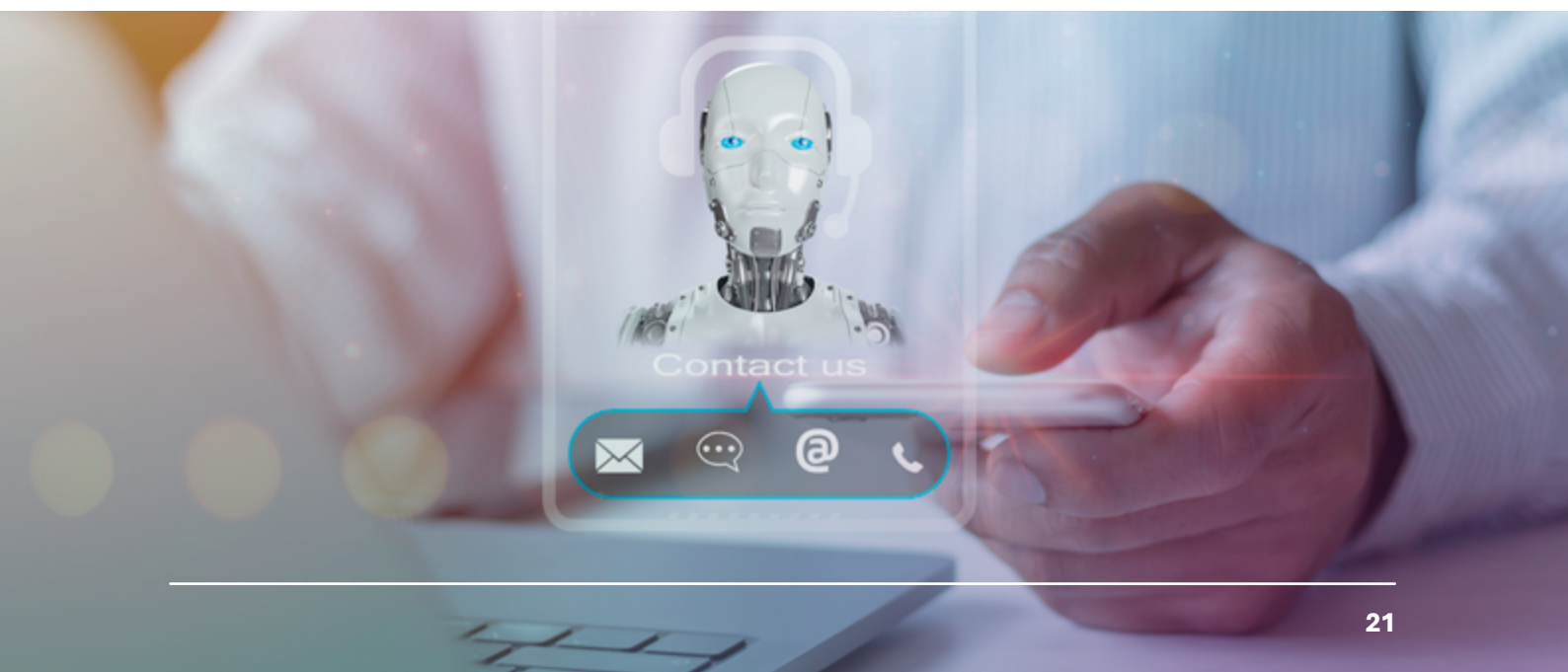
Medewerkerwaarde: minder zoektijd en schermwissels en betere ondersteuning. Meet bijvoorbeeld afhandeltijd, after-call work, adoptie en feedback.

Operationele waarde: minder overdrachten en handmatige stappen. Kijk naar transfer rate, backlog, doorlooptijd en automatiseringsgraad.

Technologische waarde: minder integratiecomplexiteit en snellere wijzigingen. Meet kritieke interfaces, change-doorlooptijd en incidenten.

Managementwaarde: betere samenhang tussen klant-, proces- en kanaaldata. Kijk naar datakwaliteit, rapportagevertraging en eenduidige definities.

Risicoreductie: betere traceerbaarheid, toegang en beheersing van AI. Meet auditbevindingen, policy exceptions en quality sampling.



Readiness scan: is jouw organisatie klaar voor migratie?

De readiness scan helpt om van analyse naar besluitvorming te komen. De uitkomst laat zien of jouw organisatie klaar is voor een pilot, eerst enkele randvoorwaarden moet versterken of nog terug moet naar discovery en keuzes over het operating model. Gebruik de scan in een eerste strategiesessie met CX, operations, IT, data, security en vertegenwoordigers uit de business.

Geef ieder onderdeel een score van 1 tot 5. Een 1 betekent dat inzicht of capaciteit nog ontbreekt; een 5 betekent dat aantoonbaar aan de randvoorwaarde is voldaan. Zie de totaalscore niet als een automatische go/no-go of formeel beoordelingsmodel. De score is vooral bedoeld als gespreksstarter over vertrouwen, risico en de keuzes die vóór een migratiebesluit nodig zijn.

Domein	Beoordelvingsvraag	Score 1 - 5
Strategie	Is duidelijk welk klant- en bedrijfsprobleem de migratie oplost?	
Eigenaarschap	Is er één eigenaar voor de end-to-end service-ervaring?	
Proces	Zijn prioritaire klantreizen, uitzonderingen en volumes beschreven?	
Data	Zijn klant-, case- en kennisdata betrouwbaar en toegankelijk genoeg?	
Architectuur	Zijn doelmodel, integratieprincipes en leidende bronnen bepaald?	
AI	Zijn use-cases, guardrails, escalatie en kwaliteitsmetingen gedefinieerd?	
Compliance	Zijn eisen voor identity, recording, toestemming, retentie en audit duidelijk?	
Operations	Zijn routing, WFM/WEM, quality, rapportage en continuïteit geïnventariseerd?	
Adoptie	Zijn agents, supervisors en beheer betrokken en is training begroot?	
Waarde	Zijn baseline, KPI's, businesscase en benefits owners vastgelegd?	

Van score naar migratiebesluit

40–50: er is een sterke basis voor doelontwerp en een pilot. Gebruik de uitkomst om de eerste klantreis, scope en succescriteria scherp te kiezen.

25–39: de richting is kansrijk, maar enkele randvoorwaarden zijn kwetsbaar. Werk eerst de zwakste punten uit voordat planning en investering worden vastgezet.

10–24: er ontbreekt waarschijnlijk nog voldoende basis voor een verantwoord migratiebesluit. Begin met discovery, eigenaarschap en keuzes over het operating model.

De score geeft richting, maar het echte besluit valt aan de executive tafel. Daar komen ambitie, risico, investering en verandercapaciteit samen.

Vragen voor de executive tafel

- Willen we vooral een contactcenter vervangen of de hele serviceketen opnieuw ontwerpen?
- Welke klantreizen leveren als eerste aantoonbare waarde op?
- Welke context moet een menselijke medewerker of AI-agent altijd hebben?
- Welke capabilities zijn op dag één bedrijfskritisch en welke kunnen later volgen?
- Welke onderdelen van het huidige platform zijn onderscheidend en mogen niet verloren gaan?
- Wie blijft na livegang eigenaar van waarde, kwaliteit en doorontwikkeling?

Conclusie: de volgende stap naar AI-gedreven service

De overstap van AnywhereNow, Genesys of een ander stand-alone contactcenter naar Microsoft Dynamics 365 Contact Center levert vooral waarde op wanneer je verder kijkt dan kanaalfunctionaliteit. De echte kans ligt in het creëren van een Intelligent CX-fundament waarin klantcontact, CRM, data, processen en AI samenwerken om klanten sneller, persoonlijker en consistent te helpen.

De echte kans ligt in een Intelligent CX-fundament waarin klantcontact, data, processen en AI samenwerken.

Dat vraagt om meer dan een functionele vergelijking. Je moet bepalen welke processen eenvoudiger kunnen, welke data

leidend is, waar AI veilig waarde toevoegt, hoe het werk van agents en supervisors verandert en hoe je de resultaten na livegang meet.

De beste migraties kiezen niet voor de grootste scope, maar voor de sterkste samenhang. Ze beginnen met een duidelijke ambitie, toetsen kritieke capabilities, faseren de verandering en regelen governance en adoptie vanaf het eerste ontwerp.

Kort gezegd verschuift het contactcenter van kanalen beheren en gesprekken routeren naar klantvragen begrijpen, mens en AI goed laten samenwerken en de volledige serviceketen slim organiseren.

Klaar voor AI-gedreven klantcontact?

Ontdek het in een migratie-readinesssessie van BusinessBase.

BOEK EEN MIGRATIE-READINESSSESSIE

BusinessBase. Voorsorteren op morgen.

Klaar voor een migratie-readinesssessie?

Wil je weten of jouw huidige contactcenterlandschap klaar is voor AI-gedreven klantcontact?

In een migratie-readinesssessie brengt BusinessBase samen met jou de huidige situatie, belangrijkste klantreizen, AI-kansen, integratierisico's en businesscase in kaart.

Je krijgt een concreet advies over drie mogelijke routes

- Optimaliseren wat goed werkt
- Gefaseerd migreren waar dat waarde oplevert
- of
- Dynamics 365 Contact Center onderzoeken als toekomstig servicefundament.

BOEK EEN MIGRATIE-READINESSSESSIE

BusinessBase B.V. | +31 (0) 30 2415538 | Email : contact@businessbase.com

Niets uit deze uitgave mag middels fotokopie, microfilm of op welke andere vorm van reproductie verveelvoudigd worden zonder de uitdrukkelijke schriftelijke toestemming van BusinessBase B.V.