



STRATÉGIE

MARKETING

# Des « après-midi + » réussis pour Oracle

L'éditeur a parcouru la France pour présenter aux revendeurs et ISV son programme OPN Quickstart et sa base de données Standard Edition One. Plus de 300 professionnels ont répondu présent.

**P**our séduire les revendeurs, Oracle n'a pas hésité à sortir le grand jeu. Au dernier trimestre 2004, l'éditeur a organisé un tour de France dans six villes françaises, baptisé « Les Après-midi + ». Il y présentait sa nouvelle base de données pour PME, Standard Edition One, ainsi que le nouveau programme partenaires OPN Quickstart. Ce programme propose une adhésion simplifiée et plus abordable pour les revendeurs de Standard Edition One. « Notre but premier, explique Pascal Rawsin, responsable marketing base de données chez Oracle, était de nous faire connaître auprès des revendeurs et des PME, qui nous voient généralement comme un fournisseur de solutions pour grandes entreprises. » Du 13 octobre au 2 décembre, Oracle s'est donc déplacé à Lille, Strasbourg, Lyon, Marseille, Bordeaux et Nantes, en se faisant accompagner de ses grossistes Logix et Distrilogie. Au total, plus de 300 participants se sont déplacés, dont deux tiers de revendeurs et d'ISV et un tiers de clients finals. D'un point de vue quantitatif, Oracle a atteint l'objectif qu'il s'était fixé en octobre dernier. Il a également récolté un franc succès d'un point de vue qualitatif.

de mise en œuvre. « La démonstration d'installation était intéressante et bien menée, estime Marc Bortier, directeur général d'Infico, éditeur et intégrateur d'un PGI pour l'industrie de l'emballage. Elle donnait, en particulier, un aperçu des différentes fonctions comme les mécanismes de sécurité. »

Les présentations étaient suivies d'un cocktail, l'occasion de s'entretenir de manière plus informelle avec les collaborateurs d'Oracle. L'opération de charme était ponctuée, à chaque étape, par un tirage au sort pour gagner un Apple iPod 20 Go. « Dans l'ensemble, ce tour de France a été un succès, résume Pascal Rawsin. 40 % des revendeurs interrogés à l'issue de la manifestation se sont déclarés très motivés par le programme OPN Quickstart. Ce qui est un bon résultat. » Certains n'ont pas hésité à



Pascal Rawsin, responsable marketing chez Oracle : « Nous voulons nous faire connaître des revendeurs et des PME. »

adhérer sur le champ. Le bon déroulement de ce tour de France a incité Oracle à enrichir ces « Après-midi + » d'une série de séminaires web, qui ont rassemblé entre 80 et 100 inscrits par session. ■ Gilbert Kallenborn

Les cinq points clés

- UN NOUVEAU POSITIONNEMENT :** avec Standard Edition One et OPN Quickstart, Oracle veut rompre avec son image de fournisseur grands comptes.
- DES PARTENAIRES GROSSISTES :** l'éditeur s'est appuyé sur Logix et Distrilogie pour organiser son tour de France.
- LA PARTICIPATION :** Oracle a réalisé son objectif en faisant venir 300 personnes sur l'ensemble du tour, dont deux tiers de revendeurs et d'ISV.
- DES REVENDEURS MOTIVÉS :** à l'issue de l'opération, 40 % des revendeurs se sont déclarés très intéressés par le nouveau programme.
- UN TIRAGE AU SORT :** chaque étape se terminait par le tirage au sort d'un Apple iPod 20 GO.

Une démonstration en temps réel

Chaque session débutait par une présentation marketing générale, avant d'entrer dans les détails du programme et du logiciel. « Un certain nombre de revendeurs ont été assez surpris par les prix agressifs et la facilité d'utilisation de notre nouvelle offre PME », poursuit Pascal Rawsin. L'éditeur a pris soin de programmer une session d'installation de Standard Edition One suivie d'un codage en HTML DB, outil de développement associé à la base de données. Réalisée en temps réel, cette démonstration durait à peine quinze minutes et visait à prouver la rapidité

L'AVIS D'UN REVENDEUR



Stéphane Gelas, ingénieur commercial chez Novaxiom.

« Le nouveau positionnement de l'éditeur nous convient »

**Pourquoi avez-vous participé aux « Après-midi + » ?**  
Nous sommes une SSII de 45 personnes, implantée à Villeurbanne. Nos clients sont principalement des PME industrielles, pour qui nous faisons de l'intégration logicielle. Nous étions intéressés par le programme OPN Quickstart. Nous intégrons régulièrement la base d'Oracle, sans pouvoir la revendre. Le client doit l'acquérir lui-même, ou il faut faire intervenir une grande SSII. Ce qui est plutôt gênant.

**Avez-vous trouvé ce que vous cherchiez ?**  
Absolument. Le nouveau positionnement de l'éditeur correspond très bien à notre activité. Jusqu'alors, Oracle était pour nous un fournisseur de bases de données solides, mais chères. La nouvelle tarification, très agressive, change la donne. Et le programme nous permet enfin de fournir la totalité de la prestation commerciale. Nous avons signé le programme dès décembre. Avec un tarif d'adhésion

à 250 €, il n'y a pas beaucoup de risques. Nous avons réalisé notre première commande dès janvier.

**Comment s'est déroulée la manifestation ?**  
Il y avait assez d'interactions durant les présentations. J'ai particulièrement apprécié le cocktail. Il nous permettait de faire part directement aux responsables d'Oracle des contraintes spécifiques de notre activité. Au-delà de cet échange, il y a eu, de la part d'Oracle, un vrai suivi commercial.