



CLUBS UTILISATEURS
DE SOLUTIONS ORACLE

11^{èmes} TROPHEES ORACLE DES CLUBS UTILISATEURS



SOMMAIRE

❖ PRESENTATION

- Trophées
- Récompenses
- Critères de sélection
- Calendrier
- Jury

❖ DOSSIER DE CANDIDATURE

(Afin de vous aider à compléter votre dossier, nous vous conseillons de consulter les compléments d'informations figurant dans les commentaires en bas de page.)

❖ REGLEMENT

❖ CONTACT



PRESENTATION

- Trophées
- Récompenses
- Critères de sélection
- Calendrier
- Jury

TROPHEES

Les Trophées Oracle des Clubs Utilisateurs ont pour objectif la valorisation des réalisations mises en œuvre par les utilisateurs avec les solutions Oracle, quelles qu'elles soient.

Le thème de cette nouvelle édition des Trophées est
IT, Business | Le cloud transformateur et facilitateur de tous les usages
en cohérence avec le thème de la Journée Utilisateurs 2018.
Cloud, IA : Comment piloter le changement dans un monde disruptif

Le jury étudiera tous les dossiers présentés en relation avec le thème, par exemple :

SaaS, Paas, IaaS

Nouveaux usages, transformation numérique des métiers, transition vers le cloud...

Innovations : IoT, Big Data, AI...

Pré-requis : projet opérationnel au plus tard le 1^{er} Décembre 2017.

TROPHEES

Les candidats seront auditionnés par le jury lors d'une **journée de soutenance** organisée en région parisienne (au mois de mai – date à préciser)

5 gagnants seront désignés parmi les dossiers présentés

Parmi les 5 gagnants :

Le Trophée des Trophées sera désigné par le jury

Le Trophée Coup de Cœur sera désigné par le public présent lors de la cérémonie de remise des Trophées

Le mardi 12 juin à Paris

RECOMPENSES

Pour les 10 premiers dossiers éligibles et présélectionnés par le jury :

- Champagne à partager

Pour chacun des 5 candidats sélectionnés par le jury :

- 1 Trophée, conçu spécialement pour l'événement

Le Trophée Coup de Cœur du Public :

- Déjeuner d'équipe dans l'une des brasseries du Groupe Flo ou équivalent (6 personnes)

Le Trophée des Trophées :

- 1 adhésion de 1 an au Club Oracle de son choix
- Voyage à Oracle Open World 2018 pour 2 personnes :
(incluant pass + transport aérien + hébergement 5 nuits)

CALENDRIER

20 février:

Ouverture de l'appel à candidatures

3 avril :

Clôture de la remise des dossiers

Vérification des critères d'éligibilité

Lecture et analyse des dossiers par les membres du jury

Mai :

**Audition des dossiers sélectionnés par les membres du jury
pour déterminer les 5 dossiers gagnants**

et le Trophée des Trophées

12 juin:

Célébration des projets finalistes

Annnonce des 5 dossiers gagnants

Vote du public et annonce du Trophée Coup de Cœur

Annnonce du Trophée des Trophées

Votre participation implique votre disponibilité pour la soutenance en mai et le 12 juin 2018

JURY

- **3 représentants des Clubs Utilisateurs Francophones Oracle**
 - **Jean-Jacques Camps**, Directeur Global E&C Solutions, Sécurité Informatique, AIR LIQUIDE
 - **Vincent Brillot**, Directeur Informatique, CEVA
 - **Nathalie Feuardent**, Responsable Pôle Décisionnel, INSERM
- **3 représentants des Business Unit Oracle**
- **Le gagnant du Trophée des Trophées 2017 :**
 - **Daniel Sluysmans**, DSI Aéroport de Liège
- **1 représentant Ecole de management et Systèmes d'information**
- **1 représentant Start Up**

Les candidats ne peuvent faire partie ou être partenaire des sociétés membres du jury



DOSSIER DE CANDIDATURE GROUPE PLG



DOSSIER DE CANDIDATURE

- **Fiche signalétique d'inscription**
- **Votre projet**
- **Contexte**
- **Objectifs du projet**
- **Descriptif du projet**
- **Résultats obtenus**
- **Innovation du projet**
- **Prochaines étapes**

FICHE SIGNALETIQUE

▪ L'organisation

Nom de l'organisation : GROUPE PLG

Secteur d'activité : Distribution B2B de produits d'hygiène

Chiffre d'affaires 2017 : 310 M€

Nombre de salariés : 1 300

▪ La réalisation :

Son nom : OCTOPUS

Date de mise en production : 12/9/2017

▪ Le(s) porteur(s) du projet au sein de l'organisation:

| | | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|--|------------------------------------|
| Nom : PEZZETTA | Prénom : Olivier | Nom : LICCIARDI | Prénom : Marc |
| Fonction : Responsable E-Commerce | E-mail : o.pezzetta@groupeplg.com | Fonction : Directeur Marketing et E-Commerce | E-mail : m.licciardi@groupeplg.com |
| Téléphone Fixe : 01 34 82 77 49 | Téléphone Mobile : 06 85 52 79 06 | Téléphone Fixe : 01 34 82 77 76 | Téléphone Mobile : 06 08 76 19 22 |

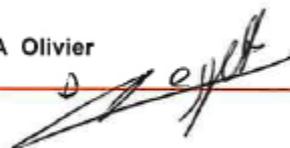
▪ Les partenaires : KISS THE BRIDE (Agence big data et intégrateur partenaire gold d'ORACLE)

| | | | |
|--|---|---------------------------------|---|
| Nom : PEREZ | Prénom : Laetitia | Nom : COLINET | Prénom : Audrey |
| Fonction : Responsable pôle Marketing & Technology | E-mail : Laetitia.perez@kissthebride.fr | Fonction : Campaign Manager | E-mail : Audrey.colinet@kissthebride.fr |
| Téléphone Fixe : 04 26 23 06 02 | Téléphone Mobile : 06 35 23 09 82 | Téléphone Fixe : 04 26 23 06 28 | Téléphone Mobile |

Je présente mon projet aux Trophées des Clubs Utilisateurs Oracle 2018 et confirme avoir pris connaissance du règlement et l'accepter sans réserve (voir en fin de dossier)

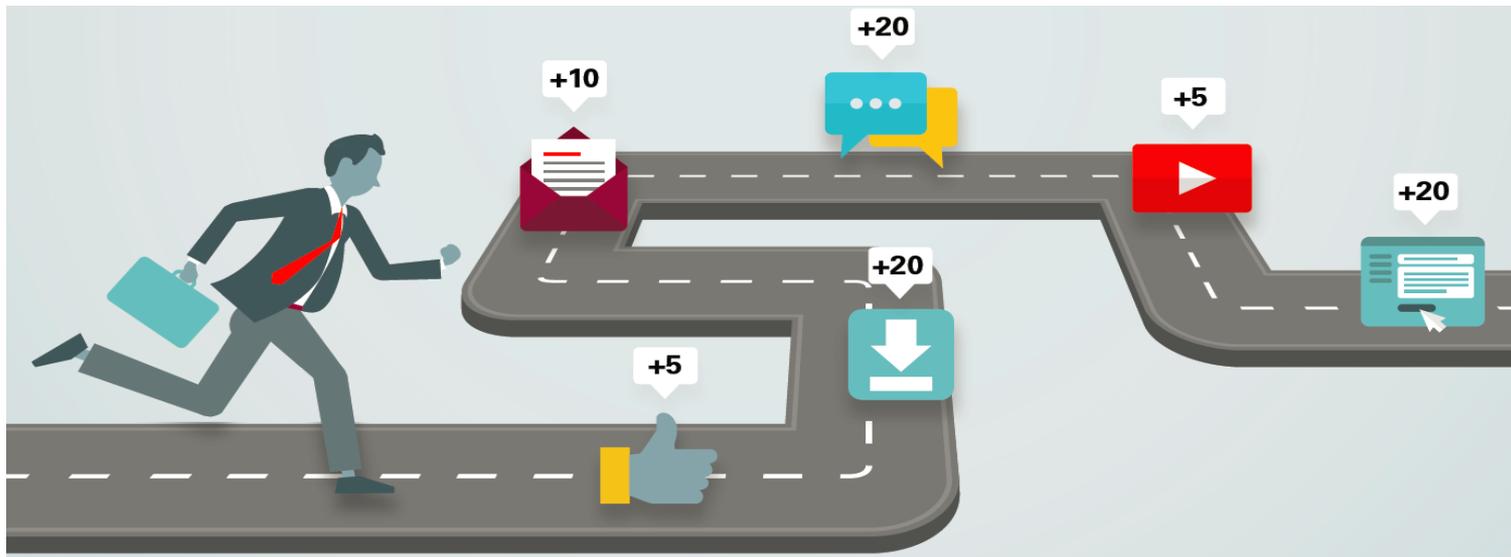
Date : 23/3/18

Signature : PEZZETTA Olivier



VOTRE REALISATION EN QUELQUES MOTS

*OCTOPUS est la solution de marketing automation (ELOQUA d'ORACLE)
du Groupe PLG qui permet une communication ciblée aux clients selon
l'avancement dans leurs cycles de vie commerciale.*



CONTEXTE L'ORGANISATION

Le groupe **PLG**, plus **gros distributeur** de produits d'hygiène professionnelle français avec :

- Avec plus de **20 000 références** articles comme les essuie-mains, produits désinfectants, gants, balais, sacs à déchets...
- Stockés dans **13 plateformes** logistiques (capacité de stockage : 70 000 palettes)

Produits vendus à **100 000 clients B2B** :

- Restaurants, Hôtels, Café
- Collectivités (enseignement, administrations, ...)
- Hôpitaux, Ehpad
- Entreprises de propreté
- Industries...

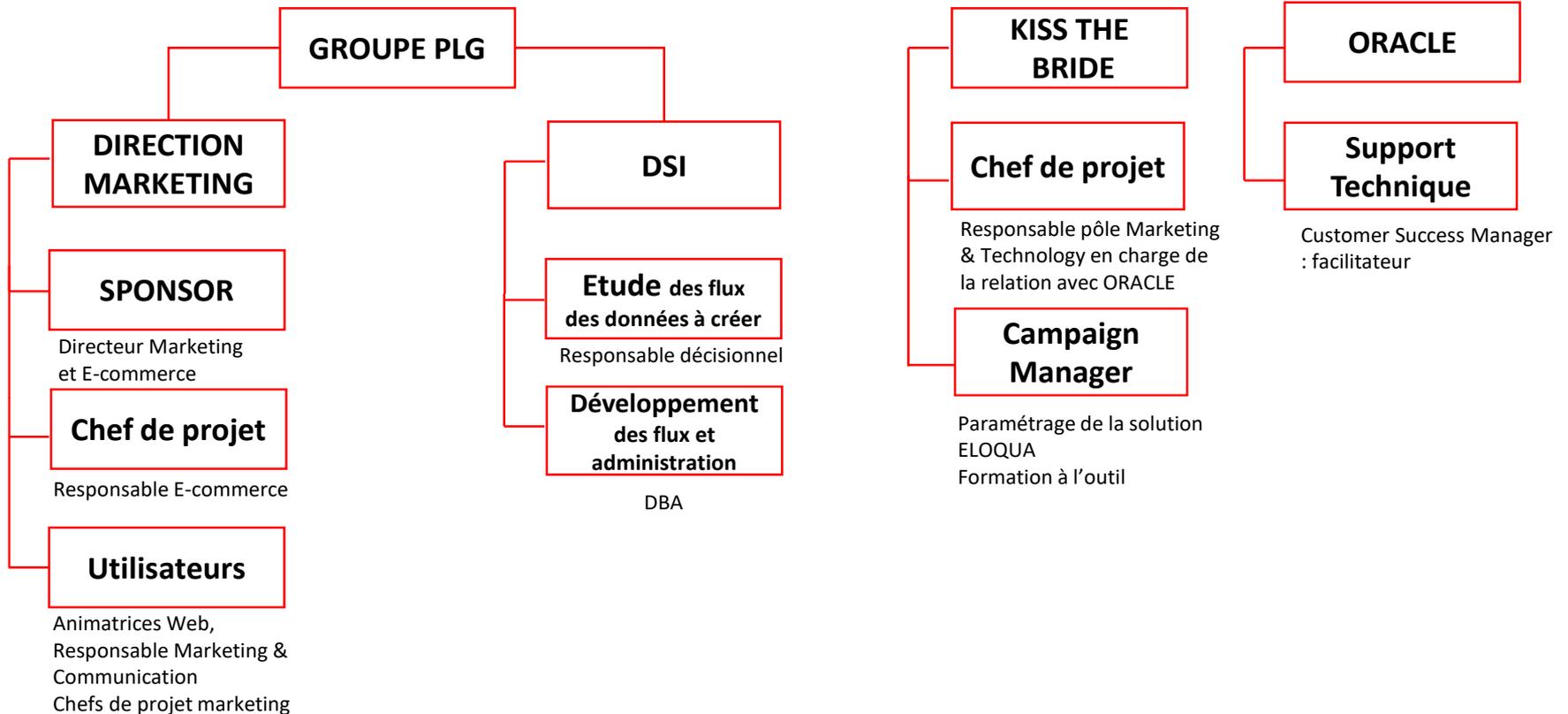
Les relations avec les clients sont **multi-canal**

- 400 commerciaux itinérants visitent les clients sur toute la France (CRM)
- 100 assistantes commerciales répondent aux questions et saisissent les commandes (ERP INFOR M3, téléphone, fax, email)
- 75 techniciens SAV interviennent sur les systèmes de dosage des lessives... (mob app)
- Toutes les informations personnalisées sont disponibles sur le WebShop sécurisé (web, emails)

VOTRE REALISATION

1. Environnement humain de mise en œuvre :

- Projet initié par le marketing E-Commerce avec l'aide de la DSI PLG et de l'intégrateur (KISS THE BRIDE)
- L'équipe projet était constituée par :



VOTRE REALISATION

- Les étapes de réalisation

Etape 1



Etape 2



Etape 3



Etape 4

Méthode agile sur la compréhension du besoin, personae, schéma de données, modification du flux de données hebdomadaire entre décisionnel et ELOQUA.

Conception des premières campagnes de communications email à destination des clients et en interne

Formation de l'équipe projet à l'utilisation de la solution

Accompagnement de KISS THE BRIDE sur la 1^{ère} campagne d'IP Warming

Etape 5



Etape 6



Etape 7

Réalisation des autres campagnes par les animatrices web de PLG avec les conseils de KISS THE BRIDE

Ajustement du flux de données pour prendre en compte les enseignements des premières campagnes et résultats.

Déploiement sur des utilisateurs non prioritaires (RH, marketing régional...)

VOTRE REALISATION

OPPORTUNITES

- Le Groupe PLG vend des produits d'hygiène à plus de 100 000 clients, mais toutes les adresses emails des clients ne sont pas connues. **Donc, ces clients ne reçoivent pas tous les communications du Groupe PLG.**
- La mise en place de la solution de marketing automation (ELOQUA) a été l'occasion de **lancer un vaste projet interne de collecte d'emails : nommé « mission @ »**. Tous les nouveaux emails collectés ont été **immédiatement inclus** dans le programme **OCTOPUS** (ELOQUA).
 - Les taux de retours ont été excellents : **plus de 40% de taux d'ouverture** des emails (contre 20% en benchmark PLG)

DIFFICULTES

- Le Groupe PLG n'ayant pas de solution de marketing automation auparavant. **Le périmètre initial s'est voulu volontairement restreint pour bénéficier des premiers retours d'expérience** pour faire évoluer le périmètre global.
- En conséquence, quelques mois après le lancement d'OCTOPUS, des **évolutions** dans les tables, filtres, templates, flux de données... **ont été programmées**. Ces évolutions étaient prévues (budget et planning) mais **conduisent le Groupe PLG à avancer par étape successives vers un marketing automation plus complet.**

RESULTATS OBTENUS

- La mise en place de la solution de marketing automation ELOQUA a permis :

- **Augmentation du nombre de clients commandant par le site web**

www.groupeplg.com

- **Augmentation du CA global** des clients stimulés : en €, en nombre d'articles différents achetés (profondeur de gamme +47%), en fréquence d'achat

- **Rétention de clients sur le déclin**

- Augmentation du nombre de visiteurs sur le site internet : **+18%**

- **Nouveaux KPI** : pression commerciale, nombre d'emails ayant interagis, CA Additionnel ELOQUA...

- Collecter les emails manquants des clients : 25% avant, **75% aujourd'hui**

- Communication digitale avec ces clients, qui sont demandeurs (**taux d'ouverture élevé à 40%**)

- **Communication différenciée** selon l'état de la relation client et du segment de clientèle

- **Réactivité dans la communication** selon la variation des KPI : délais dernière connexion, dernière commande, CA par famille

- **Qualité de la BDD clients** : Identification des emails faux (hard bounces) à corriger pour poursuivre la relation commerciale

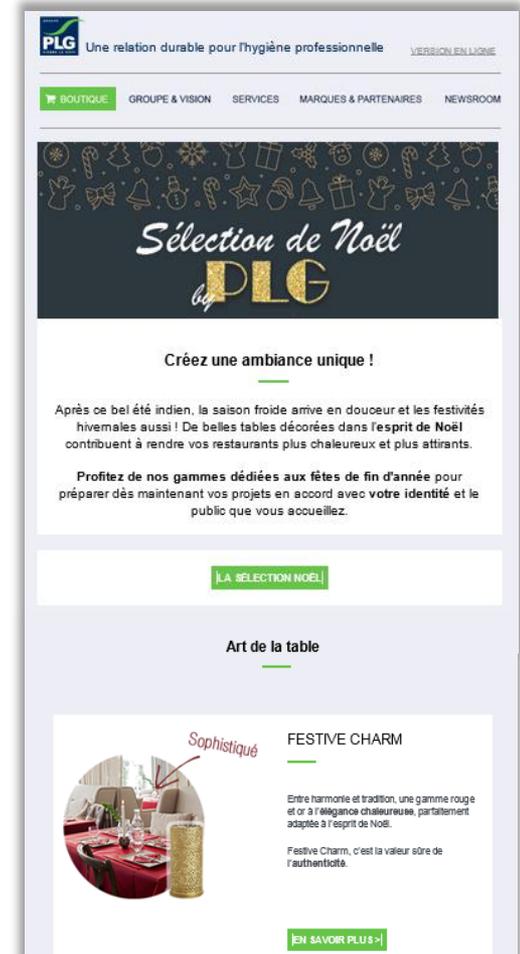
- Et alerte sur les changements d'interlocuteurs chez les clients

Globalement, sans la mise en place de cette solution, le taux d'attrition aurait été plus élevé !

INNOVATION DE LA REALISATION

Décrivez la Créativité de la solution mise en œuvre :

- Réalisation de templates graphiques pour les différentes communications emails :

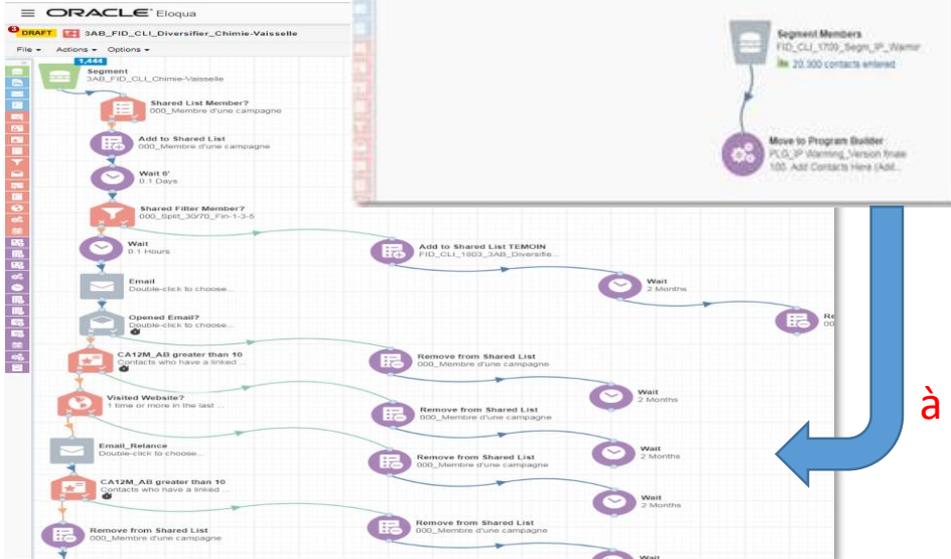


INNOVATION DE LA REALISATION

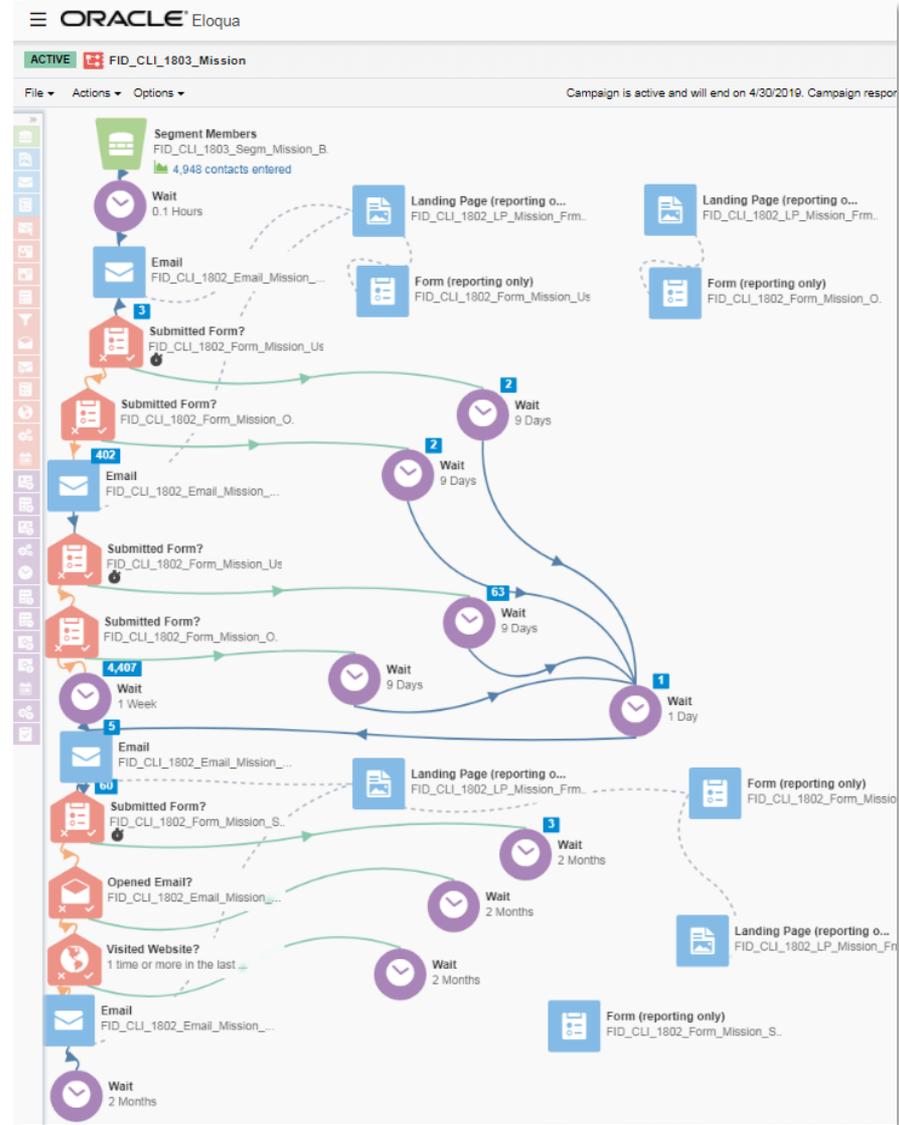
Décrivez la Créativité de la solution mise en œuvre

- Les possibilités des scénarii ont été exploitées pour personnaliser au mieux la communication aux clients, selon :
 - Les segments clients
 - L'état d'avancement dans le cycle de vie
 - Campagne très simple à très sophistiquée en 6 mois d'utilisation

• 1^{ère} campagne



à



PROCHAINES ETAPES

- **Quel futur ?**

Segmentation plus approfondie
pour les campagnes réactives à
l'état d'avancement du client
dans le cycle de vie

Accès au module
« **PROFILER d'ORACLE** » pour
des commerciaux « testeurs »

Construction de **modèles de
scoring selon l'engagement**
des clients pour **déclencher
des scénarii de communication**

Déploiement du module
« **ENGAGE d'ORACLE** »
pour permettre aux grands comptes
d'utiliser les templates OCTOPUS
dans les communications aux clients
/ prospects

**Personnalisation du site
internet** avec des contenus et des
bannières dynamiques.

**Recommandations articles en
temps réel**

Ensemble des **stimulations** et
résultats des actions menées sur
les clients seront **interfacées avec
le CRM** (qui est en cours de
déploiement)

Devenir la référence pour les autres filiales du groupe BUNZL
(holding du Groupe PLG, leader mondial de l'hygiène avec 9 Mds\$ CA mondial)
et **capitaliser sur l'expérience acquise sur le marketing automation**

Le marketing automation n'est qu'une étape dans la transformation digitale
du Groupe PLG dans l'optimisation de la relation avec ses clients.

PROCHAINES ETAPES

- Quels enseignements tirer de cette réalisation ?

Projet mené **en mode projet** entre le **marketing, DSI** et **prestataire** avec **une mise en production très rapide** (*moins de 6 mois*)

Projet fédérateur « **Customer Centric** » et générateur de CA additionnel

L'importance de la connaissance des aspects **Marketing** par l'intégrateur technique (KISS THE BRIDE)

La pertinence dans le choix d'un partenaire avec solution complète **cloud marketing** (ORACLE) pour encore plus d'intégration des solutions entre elles.



REGLEMENT

REGLEMENT

Art 1 : Objet et règlement

Le concours Trophées est organisé par les Clubs Utilisateurs Francophones et Oracle France. Il est destiné à valoriser les réalisations mises en œuvre par les utilisateurs avec les solutions Oracle.

Le règlement composé de 12 articles sera adressé par courrier électronique à toute personne en faisant la demande.

Art 2 : Les candidats

La participation aux Trophées Oracle est réservée aux entreprises, administrations, associations utilisatrices pour leur propre compte des solutions Oracle (Progiciels, logiciels applicatifs, outils de développement, Bases de Données, Middleware, Serveurs et Systèmes de stockage, que l'hébergement soit interne ou via une offre cloud

Les partenaires (SSII, éditeurs de logiciels, revendeurs, etc....) peuvent accompagner leurs clients pour présenter un dossier mais ne peuvent proposer un dossier pour leur propre compte.

Les entreprises et organisations représentées par un membre du jury ou travaillant en partenariat avec la société de l'un des membres du jury ne peuvent pas concourir.

Art 3 : Critères d'éligibilité

Les participants doivent compléter le présent dossier de candidature et le retourner avant la date limite à la délégation générale des clubs utilisateurs : delegation@clubutilisateursoracle.org

Les participants peuvent si ils le souhaitent, compléter leur dossier par tous documents jugés utiles (fichiers Acrobat, Word, PowerPoint,) d'une taille maximale de 1Mo.

Seuls les projets opérationnels au plus tard le 1er décembre 2017 seront recevables

Art. 4 : Clause de confidentialité

Toutes les personnes : organisateurs – partenaires – membres du jury – qui auront eu connaissance des dossiers de candidature sont tenues à une stricte confidentialité en particulier quant au contenu des projets.

La communication prévue dans le cadre du concours ne divulguera aucune information confidentielle.

REGLEMENT

Art. 5 : Composition et délibération du jury

Le jury privilégiera des réalisations concrètes, originales et créatrices de valeur .

Le jury sera composé de professionnels représentatifs de différents secteurs d'activités et représentatifs de la gamme Oracle.

Art. 6 : Désignation des lauréats

La liste des candidats nominés arrêtée par le jury est soumise au vote confidentiel des membres du jury.

Les résultats sont tenus confidentiels jusqu'à la cérémonie de remise des prix. Le cas échéant, le jury se réserve le droit de ne pas attribuer le nombre de Trophées annoncés.

Les Trophées et le Trophée des Trophées seront désignés par le jury lors de la journée de soutenance prévue en région parisienne.

Le Trophée Coup de cœur du public sera décerné par le public lors de la cérémonie de remise des Trophées, organisée le mardi 12 juin 2018 à Paris. Il sera choisi parmi les projets désignés gagnants par le Jury.

Art 7 : Communication

Ces Trophées Oracle bénéficient d'une communication particulière visant à valoriser l'ensemble des candidats et mettre en avant les dossiers sélectionnés et les dossiers gagnants: sites web des clubs utilisateurs et Oracle, relations presse, captation son et/ou image pour la réalisation d'un témoignage écrit et/ou vidéo, affichettes, réseaux sociaux...

Votre participation implique votre accord sans réserve pour nous autoriser à citer le nom de votre organisation, afficher votre logo, présenter un résumé de votre réalisation et communiquer sur votre participation via les différents supports de communication dont ceux-ci cités ci-dessus.

En présentant son projet dans le cadre de ce concours, chaque candidat reconnaît être informé de la communication prévue et accepter la communication des éléments nécessaires ainsi que la captation d'image et/ou enregistrement sonore, dans le contexte décrit ci-dessus. Cet accord est donné sans réserve et sans aucune contre partie financière.

Art. 8 : Obligations

Les candidats acceptent expressément l'intégralité du présent règlement.

Les candidats s'engagent à participer à la journée de soutenance organisée en Région Parisienne et être présents lors de la cérémonie d'annonce des gagnants et de remise des Trophées le mardi 12 juin à Paris.

REGLEMENT

Art. 9 : Récompenses

Les Trophées constituent une récompense honorifique et ne peuvent être échangés contre aucun autre avantage quelle que soit sa forme.

Les candidats sélectionnés recevront un cadeau à partager

Les gagnants des 5 Trophées recevront un Trophée réalisé spécifiquement pour cette édition.

Le gagnant du Trophée Coup de Cœur du Public, sélectionné par le public présent le 12 juin parmi les 5 gagnants, recevra un bon pour un déjeuner d'équipe (6 personnes) dans une brasserie du Groupe Flo

Le gagnant du Trophée des Trophées, sélectionné par le Jury parmi les 5 gagnants, bénéficiera d'un voyage pour 2 personnes à Oracle Open World 2018 incluant le transport Paris/San Francisco + l'hébergement pour 5 nuits à San Francisco + 2 pass et bénéficiera de l'adhésion au Club Utilisateurs Oracle de son choix pour l'année 2018

Art. 10 : Responsabilité

Les organisateurs ne pourront, en aucun cas, être tenus pour responsable si le concours des Trophées devait être reporté, interrompu ou annulé pour des raisons indépendantes de leur volonté.

Art.11 : Informatique et liberté

Conformément aux dispositions de l'article 26 de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, les participants (candidats et jury) bénéficient d'un droit d'accès, de rectification des données les concernant et peuvent demander que leurs coordonnées soient radiées et ne soient pas communiquées à des tiers.

Art. 12 : Acceptation du règlement

Le simple fait de participer entraîne l'acceptation pleine et entière du présent règlement.



CONTACTS

CONTACTS

Pour toute information complémentaire :

Délégation Générale des Clubs Utilisateurs Oracle
delegation@clubutilisateursoracle.org

Patricia Azzaro / Sabine Grosdidier / Margaux Sancy

01 41 18 85 60

patricia@fgcom.fr / sabineg@fgcom.fr / margauxs@fgcom.fr