

Communauté Eloqua



L'AUFO

- Association loi 1901 indépendante
- Pour les utilisateurs de solutions ORACLE
- Depuis 1994
- Des utilisateurs fonctionnels et techniques

Des communautés :

- Eloqua, EPM Cloud, ERP Cloud, HCM, NetSuite, PeopleSoft
- Création en 2022 : OTM, OCI
- Création en 2023 : Siebel, Hyperion

Des groupes de travail :

- E-invoicing, On Premise, RGPD, Secteur Public

Des utilisateurs de tous secteurs d'activité :

- Agro alimentaire, Assurance, Banque, Energie, IT, Industrie, Pharmacie, Services, Telecom,

Bénéfices adhérents

- Partage des bonnes pratiques et d'expériences
- Renfort/Création d'un réseau relationnel
- Découverte détaillée des solutions sous un angle utilisateur
- Expression des besoins d'utilisateurs français auprès d'Oracle
- Représentation auprès des instances internationales

Activités

- Portail utilisateurs : actualités, événements, forum, espace emploi, annuaire adhérents
- Rencontres entre utilisateurs et avec l'éco-système
→ en 2022 : 42 (présentiel/hybride/distanciel)
→ depuis le début de l'année : déjà 4 webinars et 1 événement hybride organisés et de nombreux autres événements à venir !
- Journée Utilisateurs annuelle
- Trophées Oracle des Clubs Utilisateurs



Création en 2021



2 à 3 rencontres par an



1 pilote : Aurélie Prou
Expert Marketing Automation /
Digital Product Owner Eloqua



Communauté ELOQUA

La communauté ELOQUA est **un espace libre et indépendant** pour

- Echanger entre utilisateurs
- Partager les cas d'usages et les bonnes pratiques
- Bénéficier d'un accès privilégié aux experts Oracle et de l'écosystème

Au-delà de la présentation des nouvelles fonctionnalités lors des releases et des roadmaps, plusieurs sujets peuvent être abordés au sein de cette Communauté tels que :

- Omnicanalité
- Intégration de CRM
- Customer Data Platform
- Expérience Client
- Intelligence Artificielle
- Référentiel client
-et tout autre sujet proposé par les membres de la communauté

Communauté Eloqua

Multicanalités

Jeudi 2 février 2023

Etat de l'art de l'Omnicanalité par Aurélie Prou, Expert Marketing Automation / Digital Product Owner Eloqua, SmartSkills

Canal SMS par Julie Warin, Solution specialist, Oracle

- Présentation
- Nouvelles fonctionnalités et démo
- Questions-Réponses

Canal EMAIL

- Fonctionnalités AI et démo par Julie Warin, Solution specialist, Oracle
- Fonctionnalité Smart Content et démo par Jean-Philippe Schlosser, Directeur Associé, e-Frontech
- Questions-Réponses

Canal PRINT

- Démo fonctionnelle par Frédéric Eugène-L'Exact, Directeur Innovation et Expérience Client, Groupe La Poste et Jean-Philippe Schlosser, Directeur Associé, e-Frontech
- Questions-Réponses

Communauté Eloqua

Multicanalités

Jeudi 2 février 2023

Etat de l'art de l'Omnicanalité

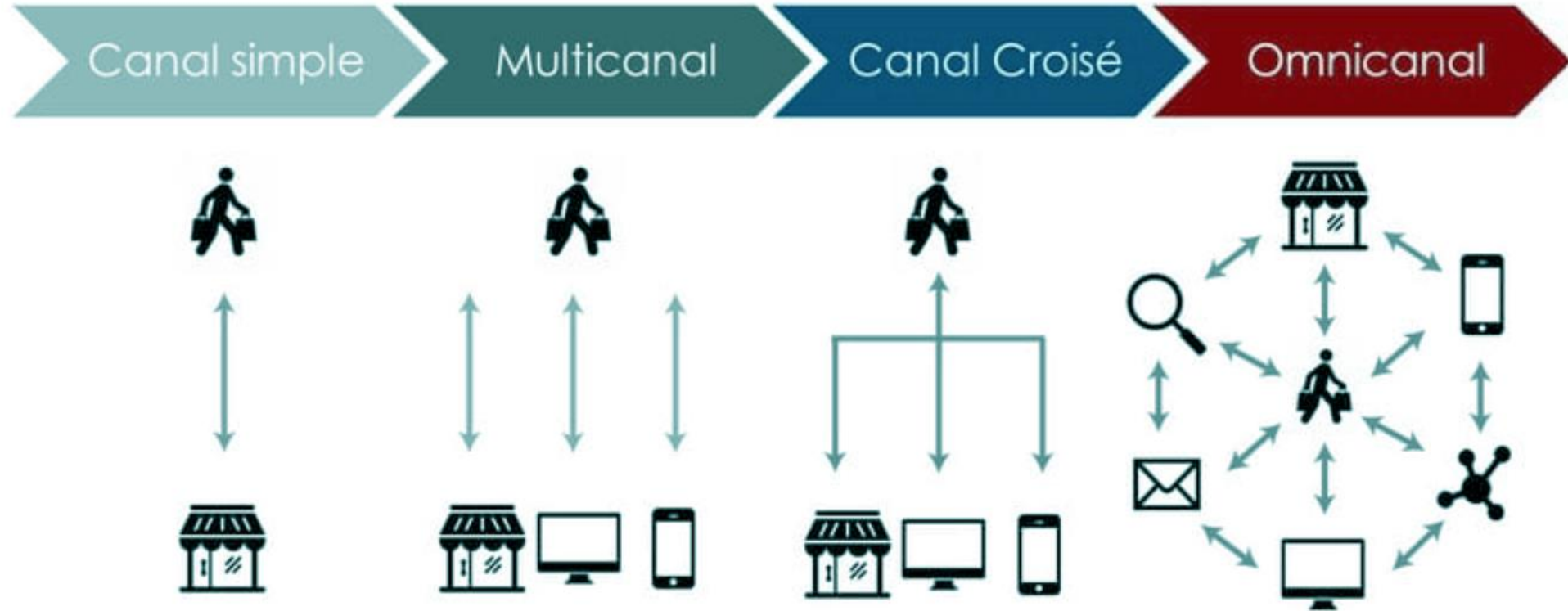
par Aurélie Prou, SmartSkills



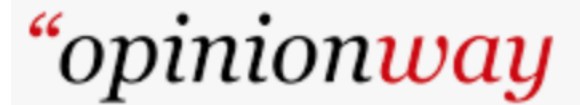
L'omnicanalité : une expérience client qui interagit avec plusieurs canaux



L'omnicanalité : un objectif encore difficile à atteindre..



Ce que dit la dernière étude en date :

The logo for OpinionWay, featuring the word "opinion" in a black serif font and "way" in a red sans-serif font, with a red quotation mark at the beginning.

Baromètre OpinionWay pour MV Group sur l'omnicanalité:

L'étude a été réalisée par OpinionWay auprès de 237 décisionnaires ou co-décisionnaires du budget marketing digital ou communication digitale d'une PME ou ETI entre le 23 août et le 10 septembre 2021.

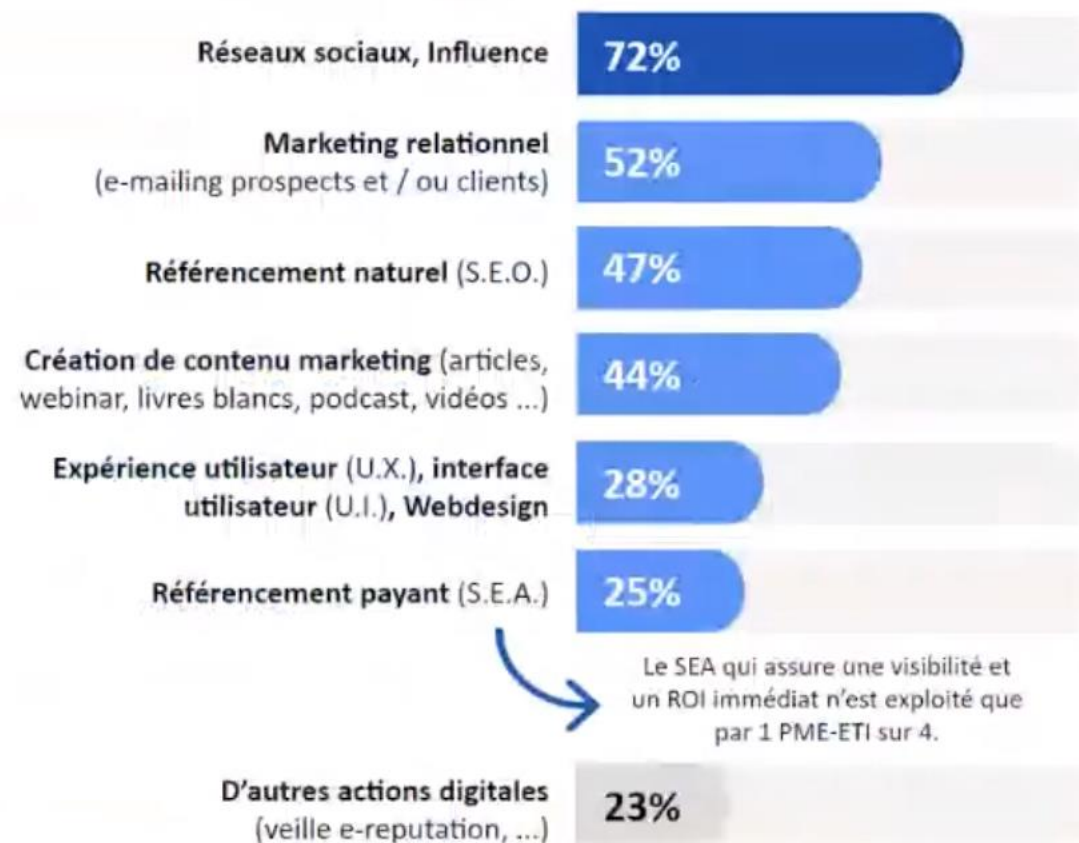
Les sondés exercent dans des entreprises des 3 secteurs d'activité (commerce, industrie / BTP, services) qui sont basées dans toute la France.

Source: MV Group

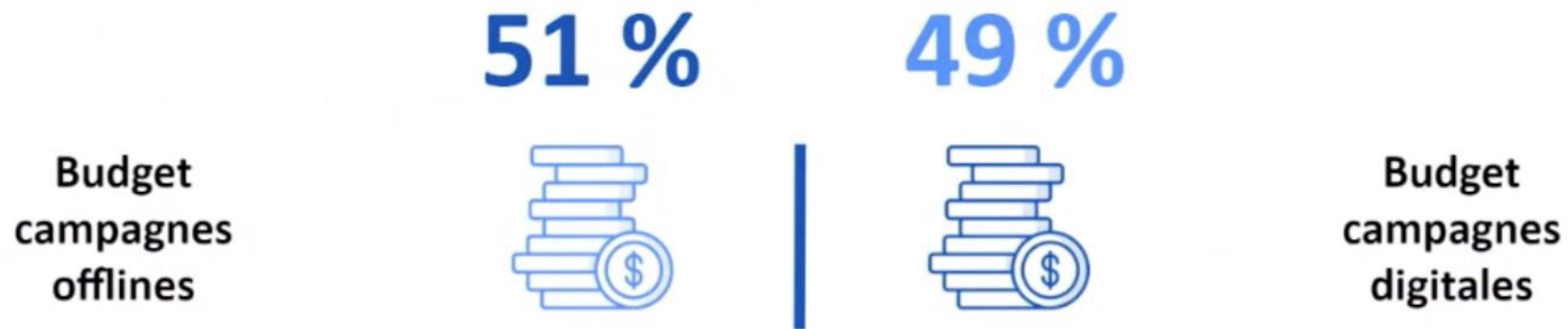
Ce que dit la dernière étude en date :

INVESTISSEMENTS

Les PME-ETI accélèrent leur présence sur les réseaux sociaux et exploitent massivement le marketing relationnel, le SEO et la création de contenus



Une complémentarité entre les deux leviers On et off line



**Une répartition équitable entre
budget et online en 2020**

Les entreprises vont continuer d'augmenter leurs investissements de manière équilibrée sur les 12 prochains mois :

Les PME-ETI confortées par les performances obtenues reconduisent (7 sur 10) ou augmentent (près de 2 sur 10) leurs investissements en 2021 et 2022

Campagnes
offlines

78%

19%

Campagnes
digitales

71%

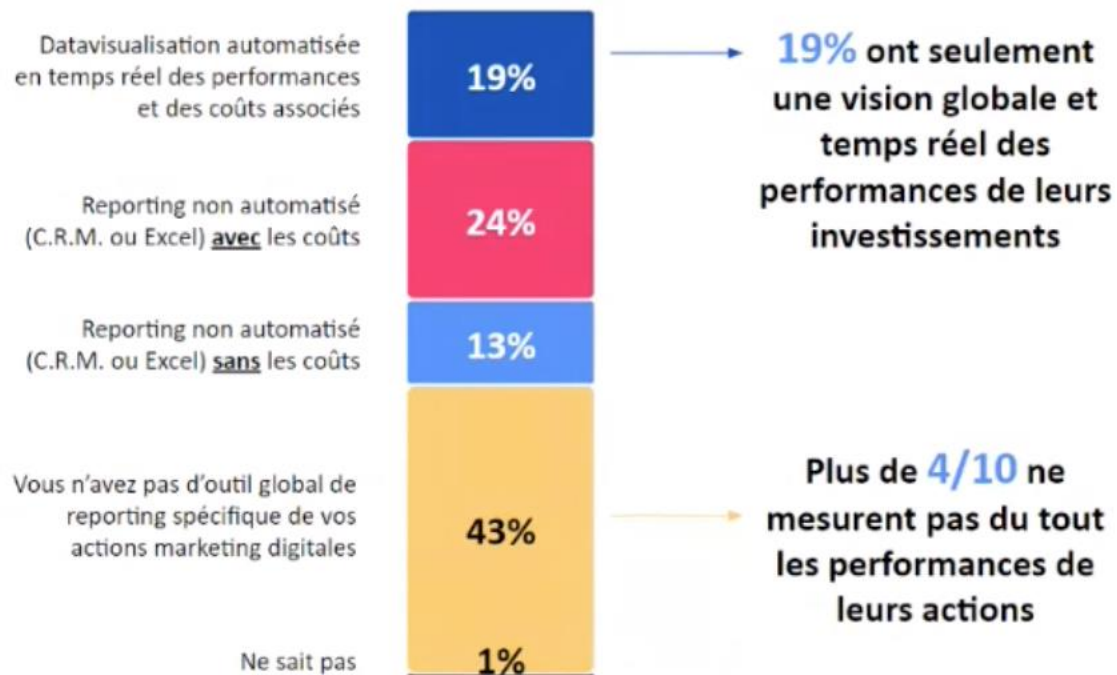
28%



Comment mesurez vous la performance de vos investissements?

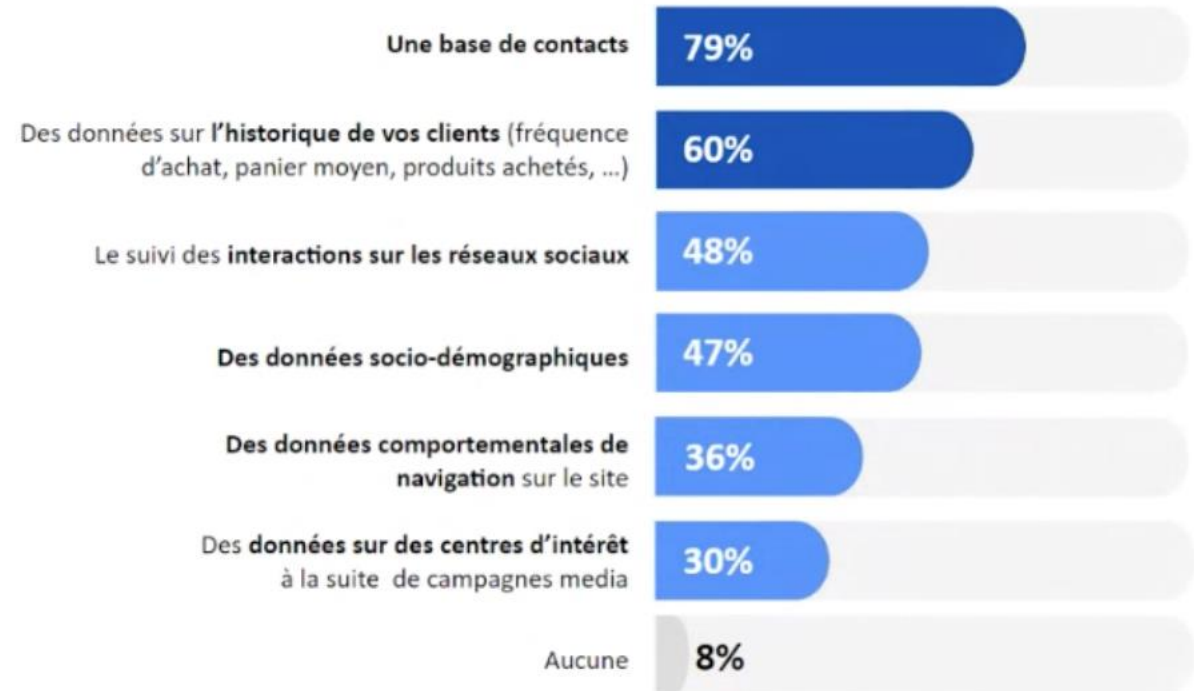
MESURE

Seules 2 PME-ETI sur 10 ont grâce à la datavisualisation une vision globale automatisée et en temps réel des performances de leurs investissements



Quelles sont les données clients dont disposent les entreprises?

Plus de 9 PME-ETI sur 10 disposent de données clients / prospects le plus souvent une base de contacts (8 sur 10) ou des données d'historique d'achat (6 sur 10)



Quelles sont vos actions pour mettre en œuvre la connaissance client?

CONNAISSANCE CLIENT

La connaissance client est le plus souvent alimentée par un programme de fidélité et une collecte des données clients

Programme de fidélité	50%
Collecte des données issues de sources multiples	50%
Rassembler les données et former un profil client 360 (R.C.U., C.D.P., datalake)	21%
Segmentations R.F.M. / P.M.G. / comportementales / scoring	8%
D'autres actions	4%
Aucune de ces actions	6%

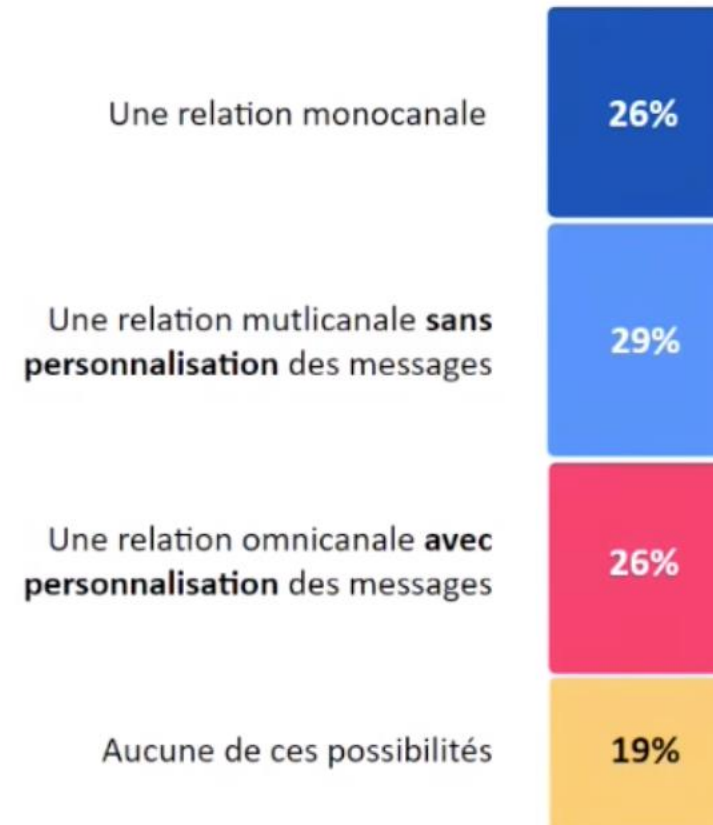
Quelles sont les actions opérationnelles mises en œuvre par votre entreprise pour améliorer l'expérience client?

Pour améliorer l'expérience client, les PME-ETI ont le plus souvent recours à la personnalisation de leur site (44 %)



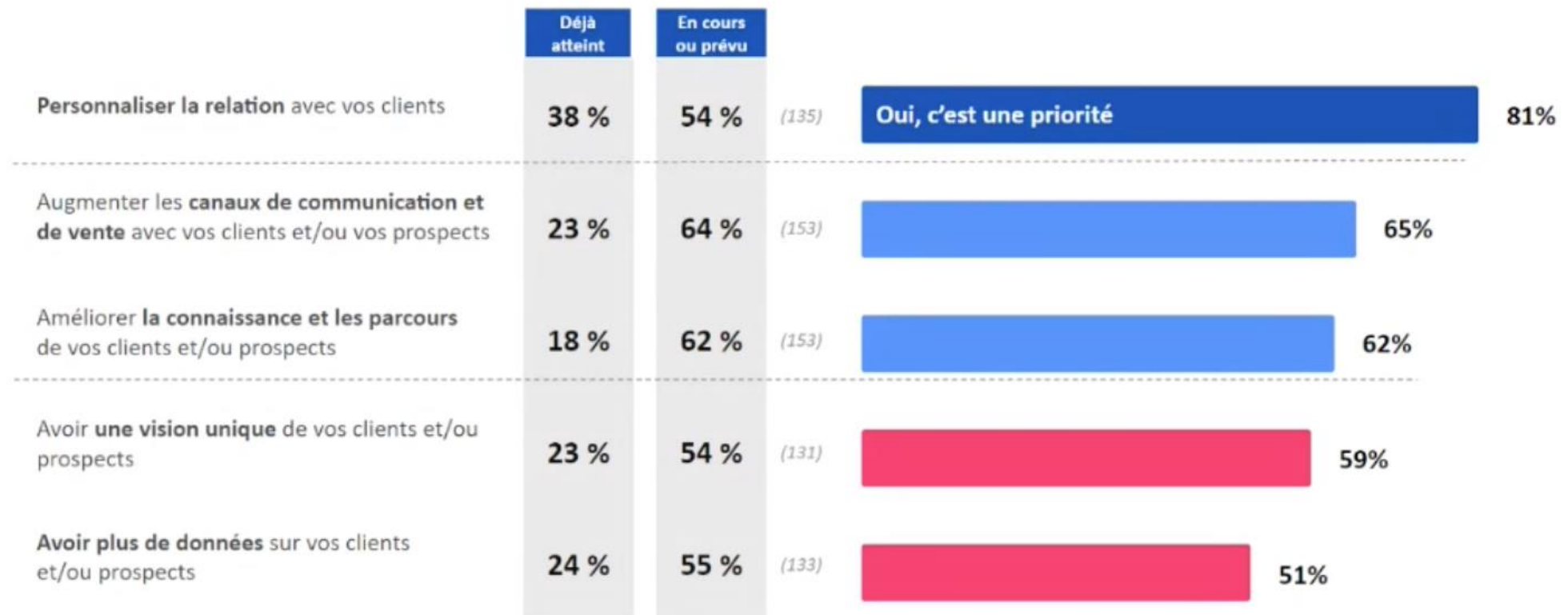
Les actions déployées ce jour vous permettent t'elles de déployer une stratégie omnicanale?

Seules 26% des PME-ETI ont mis en place une relation omnicanale personnalisée (message, canal, device) gage d'une bonne expérience client



Quelles sont les actions prioritaires sur les 12 prochains mois?

Top 3 priorités des PME-ETI



Comment se donner les moyens de mettre en place une stratégie omnicanale?

Ne se fait pas du jour au lendemain, mais S'ANTICIPE!

Il faut repenser son organisation, pour placer le CLIENT AU CENTRE DE LA REFLEXION..

- **ETAPE 1 : Centraliser l'information**
 - Indispensable de réunir l'ensemble des informations client en un seul et même endroit
 - Pour proposer une expérience d'achat unifiée entre tous les canaux
- **ETAPE 2 : Améliorer le confort client**
 - Identifier les freins à l'achat grâce à l'étude des personas
 - Valoriser les services qui répondent à ces bloquants
 - Identifier les parcours d'achat des clients idéaux
- **ETAPE 3 : Augmenter les points de contact :**
 - Cartographiez les parcours d'achat suivis par vos clients pour identifier les canaux et contenus pertinents à adresser
 - Mettre en place le lead scoring pour autonomiser les parcours
 - Décrire la road map des campagnes de nurturing de demain



Communauté Eloqua

Multicanalités

Jeudi 2 février 2023

Des questions ?



Communauté Eloqua

Multicanalités

Jeudi 2 février 2023

Canal SMS & EMAIL - Fonctionnalités AI et démo

par Julie Warin, Oracle

ORACLE



ORACLE

Oracle Eloqua

Zoom sur les canaux activables nativement

Julie Warin - Solution specialist @Oracle

02 Février 2023

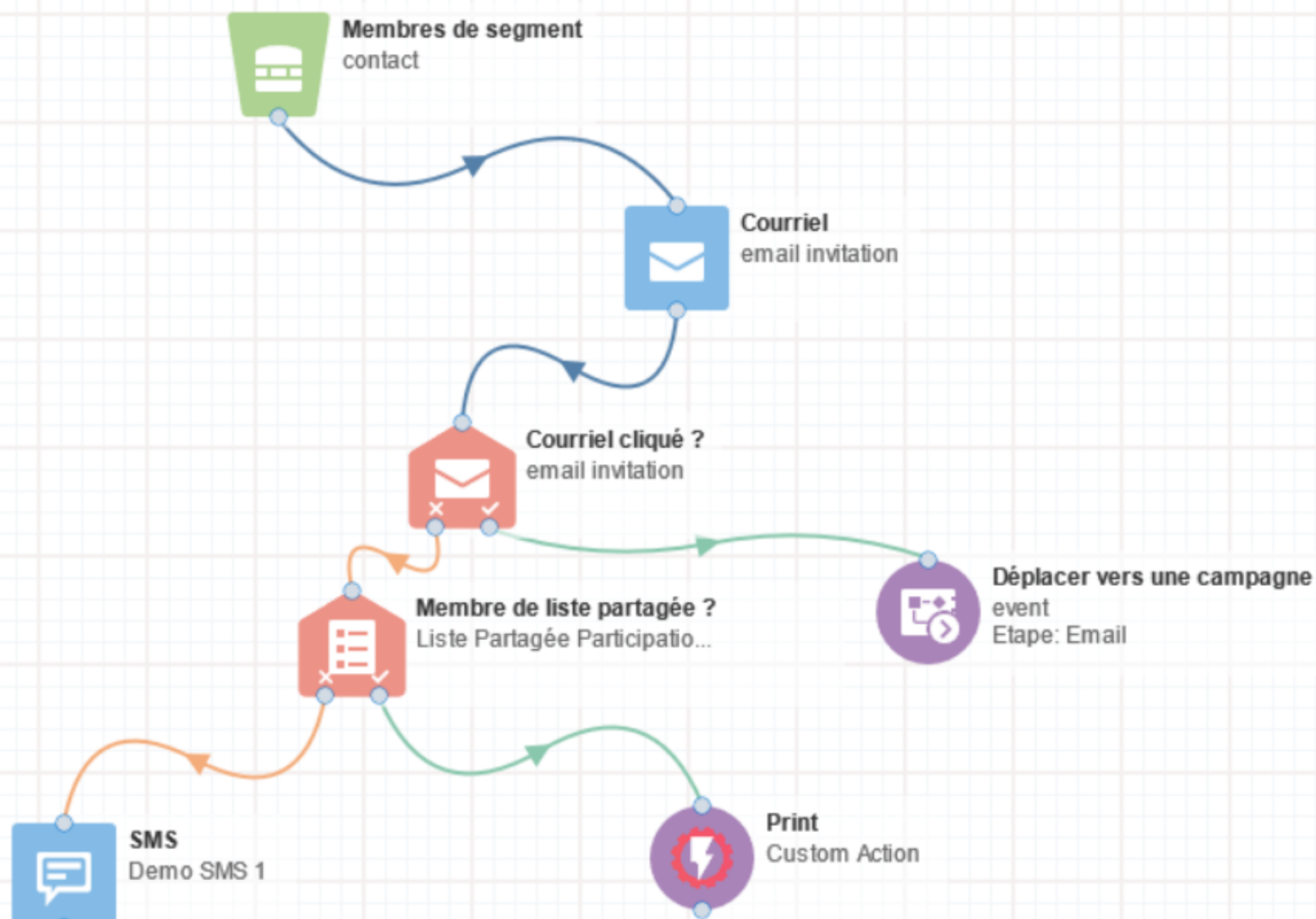
Safe harbor statement



The following is intended to outline our general product direction. It is intended for information purposes only, and may not be incorporated into any contract. It is not a commitment to deliver any material, code, or functionality, and should not be relied upon in making purchasing decisions. The development, release, timing, and pricing of any features or functionality described for Oracle's products may change and remains at the sole discretion of Oracle Corporation.

Etapes de la campagne

- Membres de segment
- GoToWebinar Attended Feeder
- Page de destination (génération de...
- SMS
- Courriel
- Formulaire (génération de rapports ...
- Courriel cliqué ?
- Comparer des champs d'objet pers...
- Comparer des champs de contact
- Membre de liste partagée ?
- Membre de filtre partagé ?
- Courriel ouvert ?
- Courriel envoyé ?
- Site Web visité ?
- Formulaire soumis ?
- Ajouter à la campagne
- Ajouter au générateur de program...
- Ajouter à la liste partagée
- Déplacer vers une campagne
- Déplacer vers un générateur de...



«

Etapes de la campagne

- Membres de segment
- GoToWebinar Attended Feeder
- Page de destination
- SMS
- Courriel
- Formulaire (générateur de contenu)
- Courriel cliqué ?
- Comparer des champs d'objet personnalisés
- Comparer des champs de contact
- Membre de liste partagée ?
- Membre de filtre partagé ?
- Courriel ouvert ?
- Courriel envoyé ?
- Site Web visité ?
- Formulaire soumis ?
- Ajouter à la campagne
- Ajouter au générateur de programme
- Ajouter à la liste partagée
- Déplacer vers une campagne
- Déplacer vers un générateur de contenu

1. Canal SMS

SMS
Demo SMS 1

Membres de segment

Draft Promotionnel Marketer Initiated

Message sortant

Créez vos SMS avec ELOQUA

&

Jeu de caractères: GSM Nombre de caractères: 25 Utilisation par destinataire: 1

Annuler OK

Print
Custom Action

Le SMS avec Oracle Eloqua

Simplification de la gestion des campagnes

Elimine la complexité

⇒ une gestion centralisée sur la plateforme Eloqua un contrat unique

Améliore l'engagement des clients et prospects

⇒ des messages promotionnels et transactionnels

Launchpad

Accéder aux assets SMS

SMS

More

Create SMS

Q

Favorites

Codes

Type

Status

Modified on

Modified by

Created on

Created by

Last 7 days

82,212

Outbound messages

6,392

Inbound messages

17%

Delivery rate

851

+17%

Total opt-in

92

-17%

Total opt-out

Analytics

View reports

All Files

All

158 items

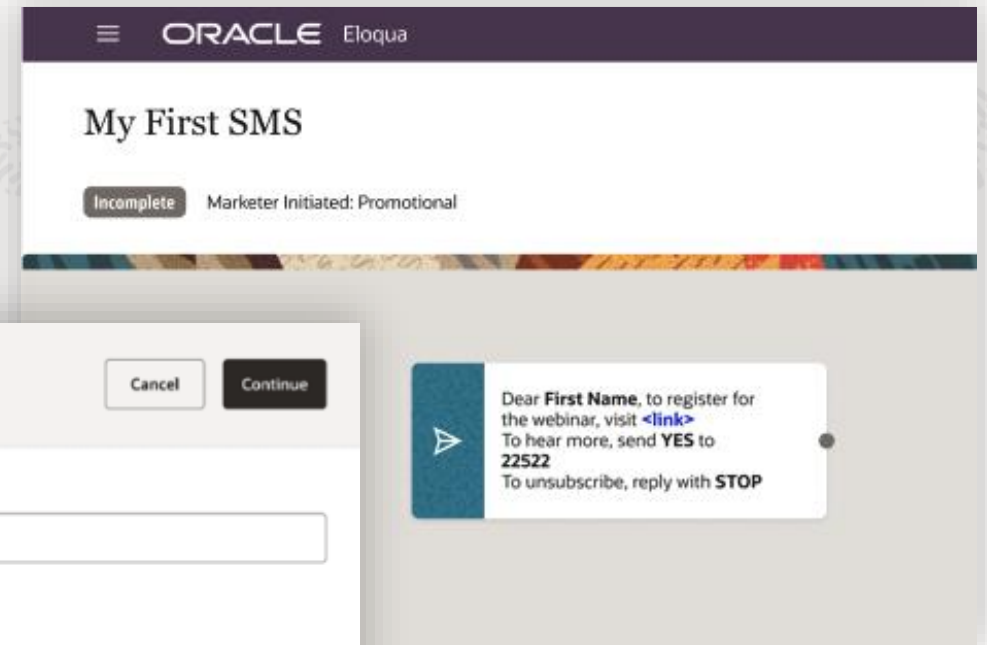
New Folder

Column

	Name	Codes	Type	Status	Delivery %	Modified On	Modified By	Created On	Created By
☐	☐ <input type="heart"/> <input type="folder"/> Thanigaivel Ganesan					Aug 14, 2020 08:29 AM	Thanigaivel Ganesan	Aug 14, 2020 08:29 AM	Thanigaivel Gane
☐	☐ <input type="heart"/> <input type="folder"/> Abhinav Srivatsava					Aug 11, 2020 11:22 AM	Abhinav Srivatsava	Aug 11, 2020 11:22 AM	Abhinav Srivatsa
☐	☐ <input checked="" type="heart"/> <input type="folder"/> Stuart Evans					Aug 9, 2020 06:32 PM	Stuart Evans	Aug 9, 2020 06:32 PM	Stuart Evans
☐	☐ <input type="heart"/> <input type="folder"/> Product Launch	101010, 212121, 414141	Promotional	Draft	59	Aug 1, 2020 10:01 AM	Thanigaivel Ganesan	Aug 1, 2020 10:01 AM	Thanigaivel Gane
☐	☐ <input checked="" type="heart"/> <input type="folder"/> How-to Tutorials	101010, 212121, 9901...	Transactional	Draft	86	Jul 28, 2020 09:23 AM	Abhinav Srivatsava	Jul 28, 2020 09:23 AM	Abhinav Srivatsa
☐	☐ <input type="heart"/> <input type="folder"/> Scholarship Discount	313131, 990148811812	Transactional	Active	19	Jul 22, 2020 04:39 PM	Stuart Evans	Jul 22, 2020 04:39 PM	Stuart Evans
☐	☐ <input type="heart"/> <input type="folder"/> Transaction Complete	212121, 414141	Promotional	Active	76	Jun 19, 2020 11:46 AM	Thanigaivel Ganesan	Jun 19, 2020 11:46 AM	Thanigaivel Gane
☐	☐ <input type="heart"/> <input type="folder"/> Demo Reel	908908	Promotional	Draft		Jun 15, 2020 11:08 AM	Thanigaivel Ganesan	Jun 15, 2020 11:08 AM	Thanigaivel Gane
☐	☐ <input checked="" type="heart"/> <input type="folder"/> Winter Clearance for the ye...	212121	Transactional	Draft		Jun 11, 2020 09:29 AM	Abhinav Srivatsava	Jun 11, 2020 09:29 AM	Abhinav Srivatsa
☐	☐ <input type="heart"/> <input type="folder"/> Scholarship Discount	7897897890	Transactional	Active	86	Jun 9, 2020 4:11 PM	Stuart Evans	Jun 9, 2020 4:11 PM	Stuart Evans
☐	☐ <input type="heart"/> <input type="folder"/> Transaction Complete	212121, 9889877777, 9...	Promotional	Active	59	May 25, 2020 8:23 AM	Thanigaivel Ganesan	May 25, 2020 8:23 AM	Thanigaivel Gane
☐	☐ <input type="heart"/> <input type="folder"/> Transaction Complete	92929, 888999	Promotional	Active	86	May 11, 2020 10:53 AM	Thanigaivel Ganesan	May 11, 2020 10:53 AM	Thanigaivel Gane
☐	☐ <input type="heart"/> <input type="folder"/> Product Launch	110110, 333123, 555500	Promotional	Draft		May 9, 2020 09:12 AM	Thanigaivel Ganesan	May 9, 2020 09:12 AM	Thanigaivel Gane
☐	☐ <input checked="" type="heart"/> <input type="folder"/> How-to Tutorials	222111, 442244	Transactional	Draft	19	May 2, 2020 02:17 PM	Abhinav Srivatsava	May 2, 2020 02:17 PM	Abhinav Srivatsa

Editeur SMS

Choisir le type de message en fonction de l'objectif fixé



SettingsCancelContinue

Name

Type
Marketer Initiated
Used for sending marketing and sales messages. They are delivered only to opt-in and non-DND numbers.

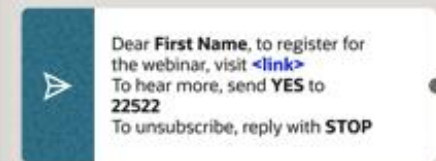
Purpose
☒ Promotional
☐ Transactional

Codes

Approved DLT Template

Use the approved DLT template to send SMS to India mobile phone number.

Message preview
Dear %CustomerName%, Your product subscription expiring in next 10 days %Date%. Please click on following URL %Hyperlink% to renew avail %Discount%.



Editeur SMS

Personnaliser les messages

The screenshot shows the Oracle Eloqua 'My First SMS' editor. The interface includes a top navigation bar with the Oracle Eloqua logo and various tool icons. The main content area is titled 'My First SMS' and shows a 'Draft' status with 'Marketer Initiated: Promotional'. A central 'Outbound Message' dialog box is open, displaying a message template: 'Dear **First Name** Reply **START**'. Below the template, a note states: 'Your message is personalized. Character set, Character count and SMS message charges are determined for each recipient at Campaign launch.' The dialog has 'Cancel' and 'OK' buttons. On the right side, there is a sidebar with tabs for 'Field Merge', 'Hyperlinks', and 'Keyword'. The 'Keyword' tab is active, showing a search bar and a list of keywords: 'START Opt-in', 'Subscribe Opt-in', 'Yes Opt-in', 'No Opt-out', 'STOP Opt-out', 'Unsubscribe Opt-out', 'NEWYEAR2021 Custom', 'DISCOUNT15 Custom', and 'HELP Help'. Each keyword has a corresponding status icon (checkmark or circle).

Intégrer le canal SMS aux campagnes

DRAFT Demo SMS Campaign

File ▾ Actions ▾ Options ▾

Campaign Steps

🔍 sms

Audience

Assets

SMS ★

Decisions

Clicked SMS? ★

Actions

SMS
DEMO SMS

Clicked SMS?
DEMO SMS

Step name:

SMS

Choose an sms or create a new one:

DEMO SMS

Phone Number Sending Options Scheduling Routing

Send SMS messages to this Phone number

☒ Mobile Phone (C_MobilePhone)

☐ Business Phone (C_BusPhone)

Analyser

Operational Reports

Close

Date Range

Last 1 week

162,319

Sends

160,482

Delivered

201,213

Clickthrough

2,129

Replied

29,123

Failed

23

Unsubscribed

Sends

Clickthrough

Replied

Failed

Unsubscribed

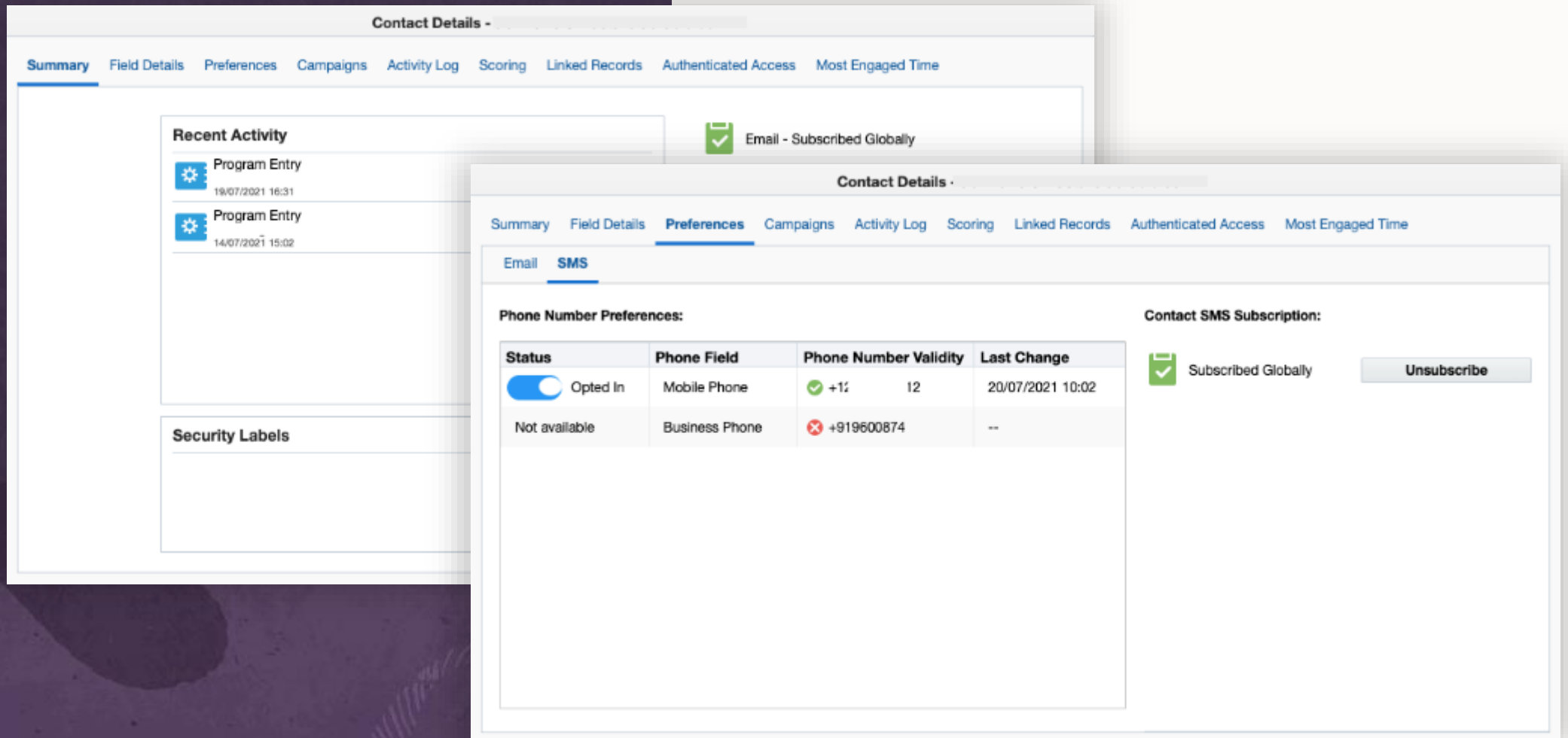
162,319 items

Q

Search

Send Date	Code	Country	Phone Number	Email	First Name	Last Name	Send Type	Status	Type
Aug 1, 2020 12:34 PM	414141		+174172738172	francis.nucorn@nucom.com	Francis	Nucorn	Live	Delivered	Contact
Aug 1, 2020 12:34 PM	919191		+19679336959	alicacia.gallardo@nucom.com	Alicacia	Gallardo	Test	Delivered	Contact
Aug 1, 2020 12:34 PM	331331		+445863815409	paula.miliken@nucom.com	Paula	Miliken	Test	Delivered	Contact
Aug 1, 2020 12:34 PM	212121		+444115829820	andrew.green@nucom.com	Andrew	Green	Live	Delivered	Contact
Aug 1, 2020 12:34 PM	101010		+912774009184	adrian.gupta@nucom.com	Adrian	Gupta	Live	Delivered	Contact
Aug 1, 2020 12:34 PM	414141		+174172738172	francis.nucorn@nucom.com	Francis	Nucorn	Live	Delivered	Contact
Aug 1, 2020 12:34 PM	919191		+19679336959	alicacia.gallardo@nucom.com	Alicacia	Gallardo	Test	Delivered	Contact
Aug 1, 2020 12:34 PM	331331		+445863815409	paula.miliken@nucom.com	Paula	Miliken	Test	Delivered	Contact
Aug 1, 2020 12:34 PM	212121		+444115829820	andrew.green@nucom.com	Andrew	Green	Live	Delivered	Contact
Aug 1, 2020 12:34 PM	101010		+912774009184	adrian.gupta@nucom.com	Adrian	Gupta	Live	Delivered	Contact
Aug 1, 2020 12:34 PM	414141		+174172738172	francis.nucorn@nucom.com	Francis	Nucorn	Live	Delivered	Contact
Aug 1, 2020 12:34 PM	919191		+19679336959	alicacia.gallardo@nucom.com	Alicacia	Gallardo	Test	Delivered	Contact
Aug 1, 2020 12:34 PM	331331		+445863815409	paula.miliken@nucom.com	Paula	Miliken	Test	Delivered	Contact
Aug 1, 2020 12:34 PM	212121		+444115829820	andrew.green@nucom.com	Andrew	Green	Live	Delivered	Contact
Aug 1, 2020 12:34 PM	101010		+912774009184	adrian.gupta@nucom.com	Adrian	Gupta	Live	Delivered	Contact

Gérer la preference des contacts



Contact Details -

Summary | Field Details | Preferences | Campaigns | Activity Log | Scoring | Linked Records | Authenticated Access | Most Engaged Time

Recent Activity

- Program Entry
19/07/2021 16:31
- Program Entry
14/07/2021 15:02

Security Labels

Contact Details -

Summary | Field Details | **Preferences** | Campaigns | Activity Log | Scoring | Linked Records | Authenticated Access | Most Engaged Time

Email | **SMS**

Phone Number Preferences:

Status	Phone Field	Phone Number Validity	Last Change
☒ Opted In	Mobile Phone	✓ +1 12	20/07/2021 10:02
Not available	Business Phone	✗ +919600874	--

Contact SMS Subscription:

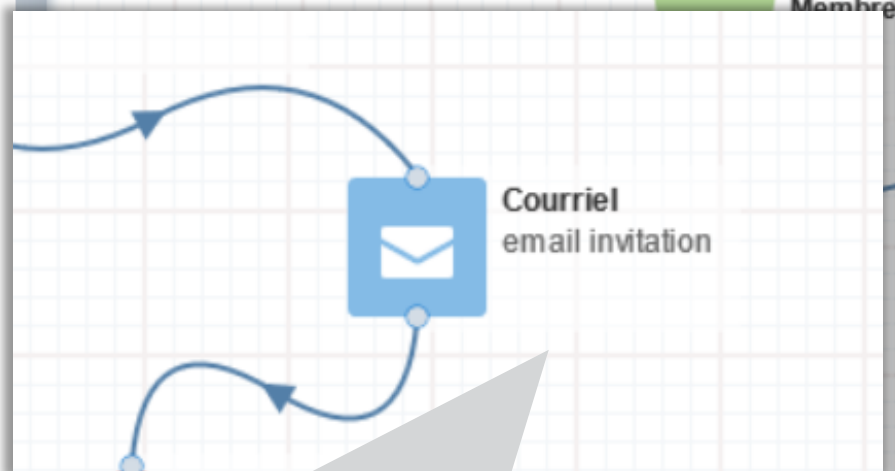
☒ Subscribed Globally

Etapes de la campagne

- Membres de segment
- GoToWebinar Attended Feeder
- Page de destination (génération de...)
- SMS
- Courriel
- Formulaire (génération de rapports ...)
- Courriel cliqué ?
- Comparer des champs d'objet pers...
- Comparer des champs de contact
- Membre de liste partagée ?
- Membre d...

2. Canal e-mail

- Site web
- Formulaire soumis ?
- Ajouter à la campagne
- Ajouter au générateur de program...
- Ajouter à la liste partagée
- Déplacer vers une campagne
- Déplacer vers un représentant de...



Bonjour **FirstName**,

Nous faisons suite à votre intérêt pour l'ingénierie de chantiers BTP.

Aujourd'hui 83% des clients Cool Lift se déclarent "satisfaits" d'une approche Levage dédiée à leur métier. Ils "appécient le niveau de technologie proposé et les services associés. Ces chiffres sont extraits du baromètre "Qualité Client" réalisé semestriellement avec l'institut ifop.

Pourquoi ne pas vous aussi profiter des avantages de Cool Lift ?

Et comme nous sommes confiants de la valeur ajoutée de notre solution, nous vous proposons d'essayer sans vous engager ! Je vous propose **60 jours d'essais gratuits**. Vous testez librement et décidez à l'issu des 2 mois de déploiement.

Téléchargez votre "voucher" 60 jours d'essai.

Je suis à votre disposition pour toute information relative à vos enjeux "ingénierie de levage", n'hésitez pas à me solliciter.

Laura Dupont
Expert Commercial
Cool Lift

Laura Dupont
Expert Commercial Cool Lift
laura.dupont@coollift.fr
Tél : 06 12 02 03 05

SMS
Demo SMS 1

Custom Action

L'e-mail marketing

Un canal toujours efficace

≈ **4 milliards** d'utilisateurs

Source: Oberlo

92% des adultes en ligne utilisent l'e-Mail

Source: Pew Research

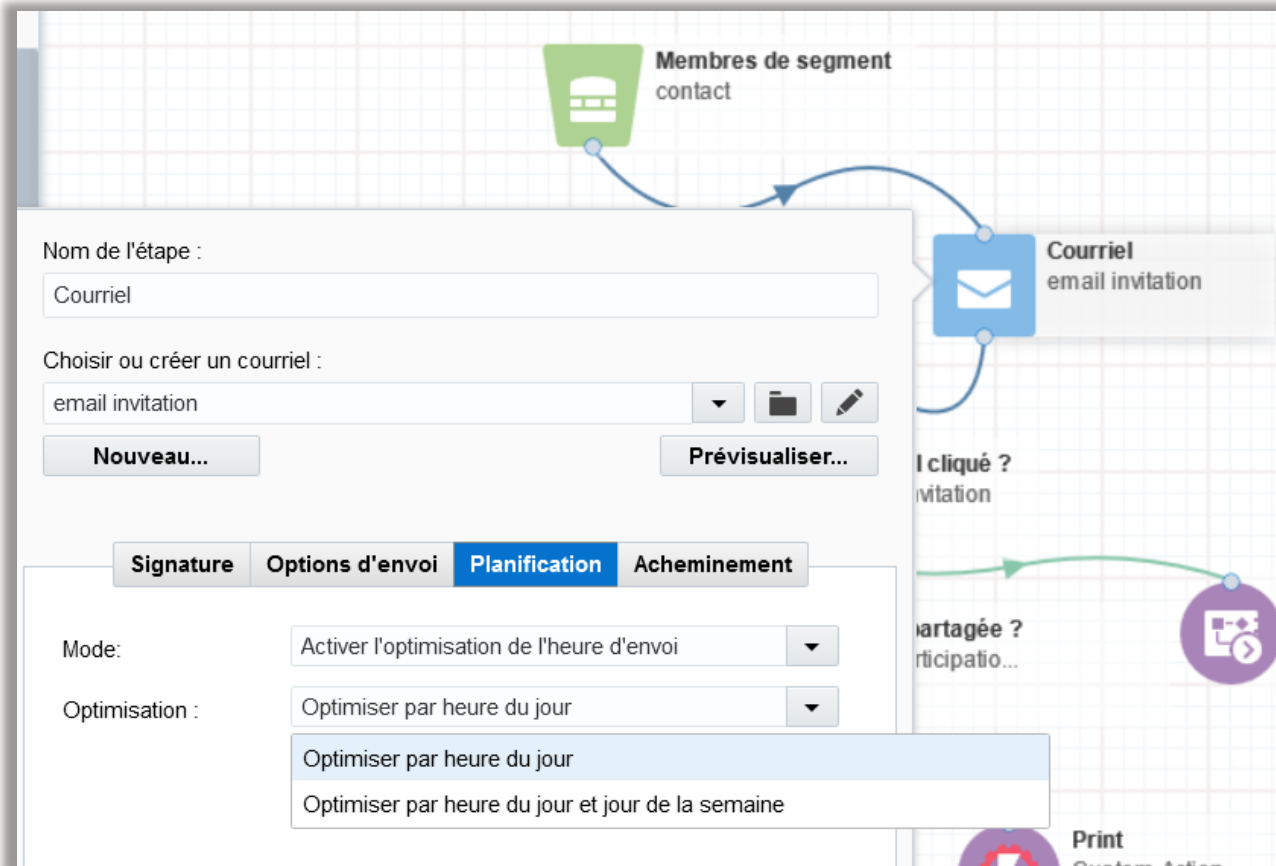
40X plus efficace que les réseaux sociaux pour acquérir de nouveaux clients

Source: McKinsey



Optimiser vos e-mails avec Oracle Eloqua

Advanced Intelligence – Send Time Optimisation



Principales capacités

- L'AI Eloqua détermine le moment idéal pour envoyer un email à chaque contact.
- Les emails peuvent être envoyés à un moment spécifique de la journée et un jour précis
- Simple à utiliser

Bénéfices

- Amélioration de l'engagement sur vos emails : open /click
- Amélioration de l'engagement sur vos emails.



Optimiser vos e-mails avec Oracle Eloqua

Advanced Intelligence – Subject Line Optimisation

Principales capacités

- Prédit si la ligne d'objet d'un email va performer au dessus ou au dessous de la moyenne pour une instance Eloqua.

Bénéfices

- Amélioration du taux d'ouverture des emails

The screenshot shows the 'BROUILLON email invitation' interface. On the left, the 'Paramètres des courriels' sidebar is visible, with 'Paramètres généraux' expanded. It shows 'Groupe de courriels' set to '3 - Offres bien-être', 'Ligne d'objet' as 'Invitation au salon', 'Nom de l'expéditeur' as 'EloquaSCMEA', and 'Adresse électronique de l'expéditeur' as 'MarketingCloud@oracle.com'. A red 'x' is visible under 'au' in the subject line. A modal window titled 'INSIGHT' is overlaid on the right, displaying 'En dessous de la moyenne' with a red progress bar and the text 'Performance prévue de la ligne d'objet'. An 'OK' button is at the bottom right of the modal.

Merci!



Communauté Eloqua

Multicanalités

Jeudi 2 février 2023

Des questions ?

ORACLE

Communauté Eloqua

Multicanalités

Jeudi 2 février 2023

Fonctionnalité Smart Content et démo

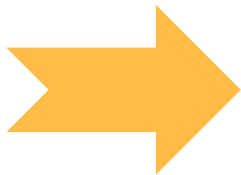
par Jean-Philippe Schlosser, eFrontech



Pourquoi Smart Content ?



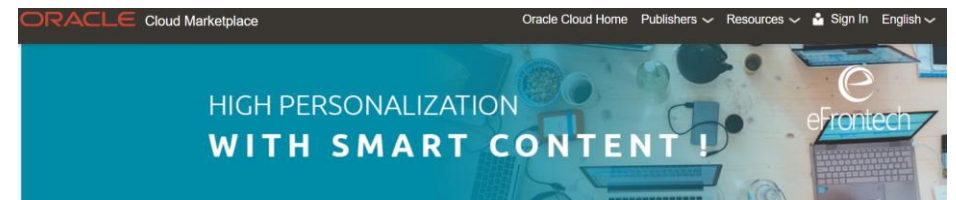
Faire de l'hyperpersonalisation des eMails et landing pages
Eloqua exploitant des données de custom objects (CDO) et en les restituant sous forme de tableau



Permet de couvrir des uses case avancés.

SMART
CONTENT
by eFrontech

Disponible sur Oracle Cloud Market place



Exemples de uses case

Logistique

- Relance sur un ou plusieurs contrats arrivant à expiration
- Récapitulatifs de places à un événement

Leasing automobile

- Communication sur une liste de véhicules à destination d'un gestionnaire de flotte

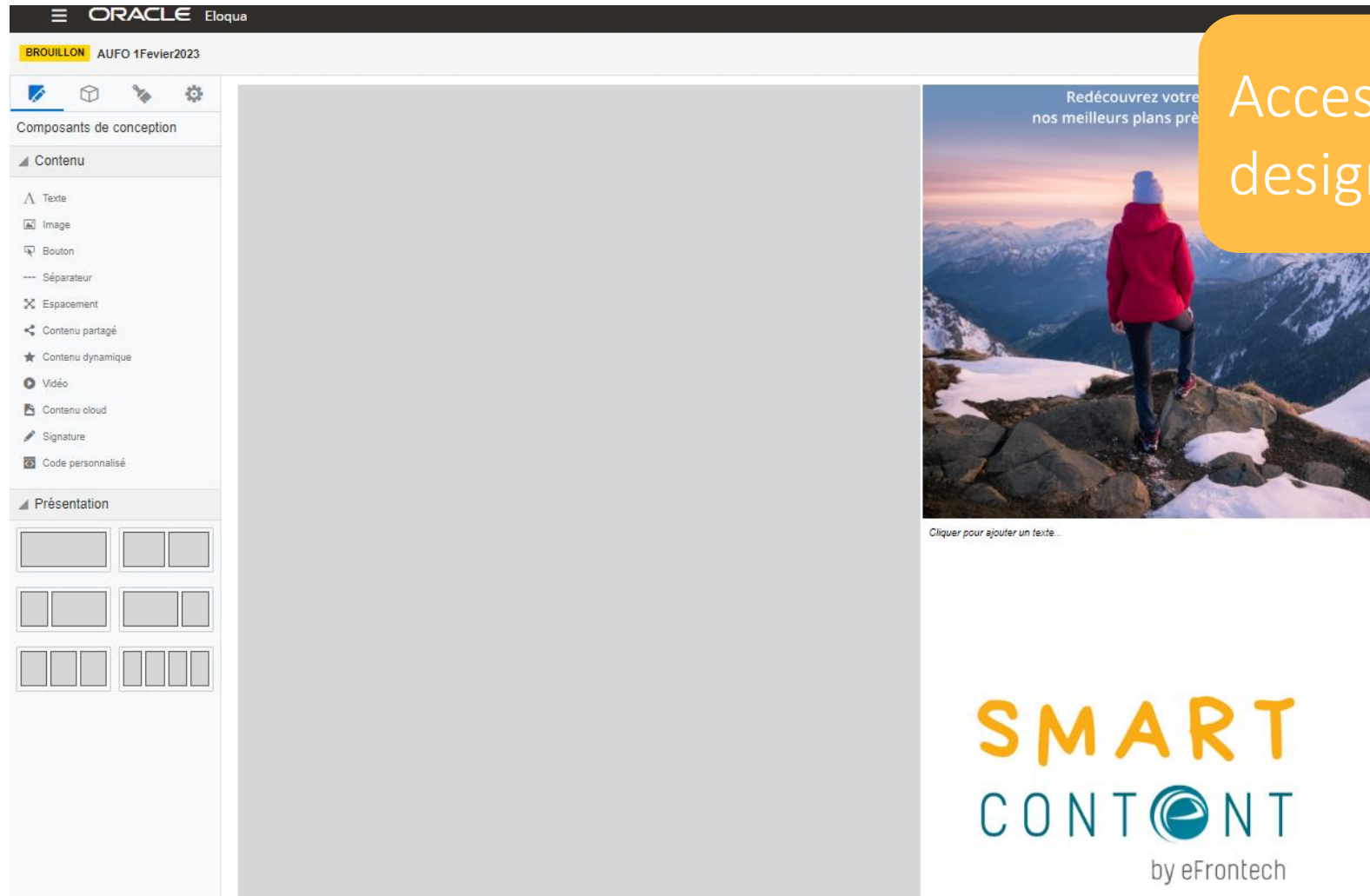
Loisir

- Relance de paniers abandonnés
- Présentation d'une liste d'offres promotionnelles

⇒ Toute liste / tableau s'appuyant sur des données de custom objet.

=> A permis de centraliser l'information qui était envoyée dans plusieurs eMail

Quelques fonctionnalités



Accessible depuis l'eMail designer d'Eloqua

Quelques fonctionnalités



Configuration de contenu cloud

Select Custom Object

Historique de consultation Web

Custom Object should be stand alone ☐

Mapped To
Contact

Map CustomObject Field with Parent Field

Custom Field **	Parent Field **
email	Email Address

** To select or change custom field, must select Custom Object
** To select or change parent field, must select Mapped To

Next

Configuration de contenu cloud

Utilisation de custom object
rattaché à un client / contact ou en
stand alone

Select Your Filter (Optional Step)

Select Custom Field

Date	within the last (days)	3	+
Promo	=	Y	-

Previous

Next

Définition du filtre à
appliquer sur le custom
object

Quelques fonctionnalités



Configuration de contenu cloud

Build Your Table

Select columns that you want to insert in email

Url Image	Precise Column Name	Yes	+
Destination	Precise Column Name	Precise Image Display	-

Previous Next

Définition des champs à utiliser en colonnes (possibilité de mettre des images)

Configuration de contenu cloud

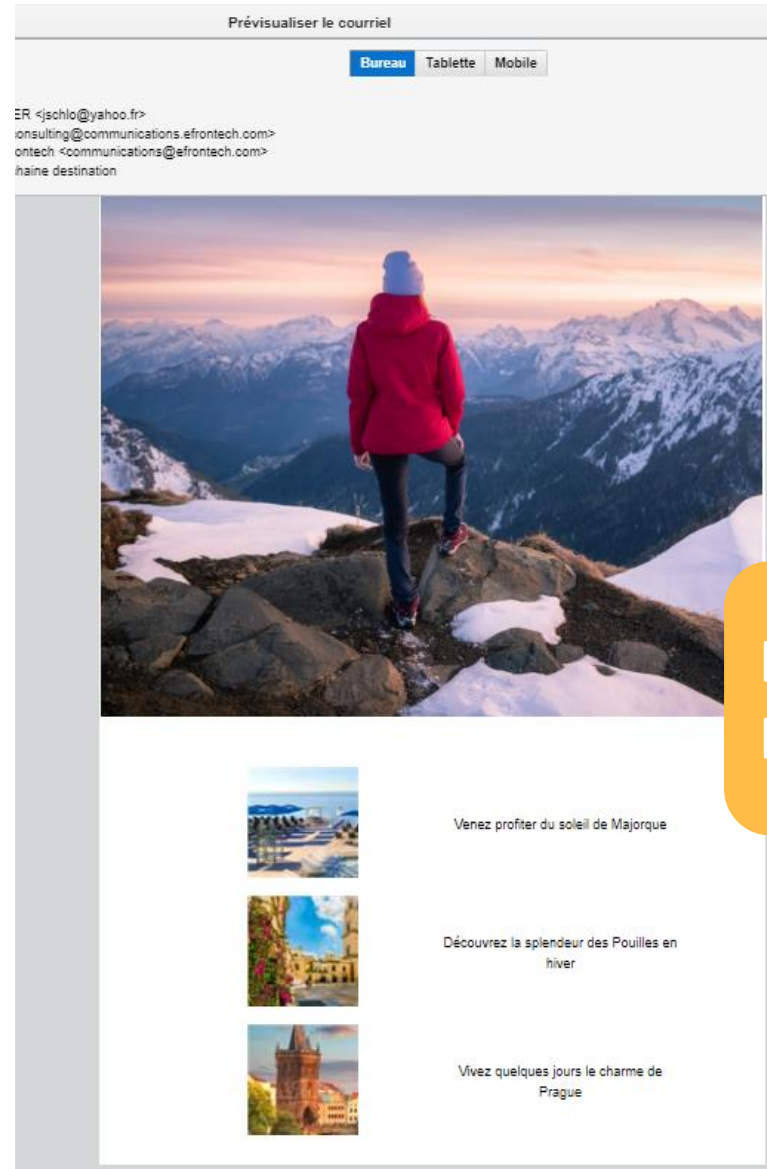
Design Your Table

Font Family: Arial	Alignment: Center	Border: No
Font Size: 25	Background Title Color:	Background Text Color: FFFFFF
Header Color: FEFEFE	Text Color: 000000	Border Line Color: BF3019

Previous Submit

Définition de la mise en forme

Quelques fonctionnalités



Disponible dans le mode
Preview d'Eloqua

Communauté Eloqua

Multicanalités

Jeudi 2 février 2023

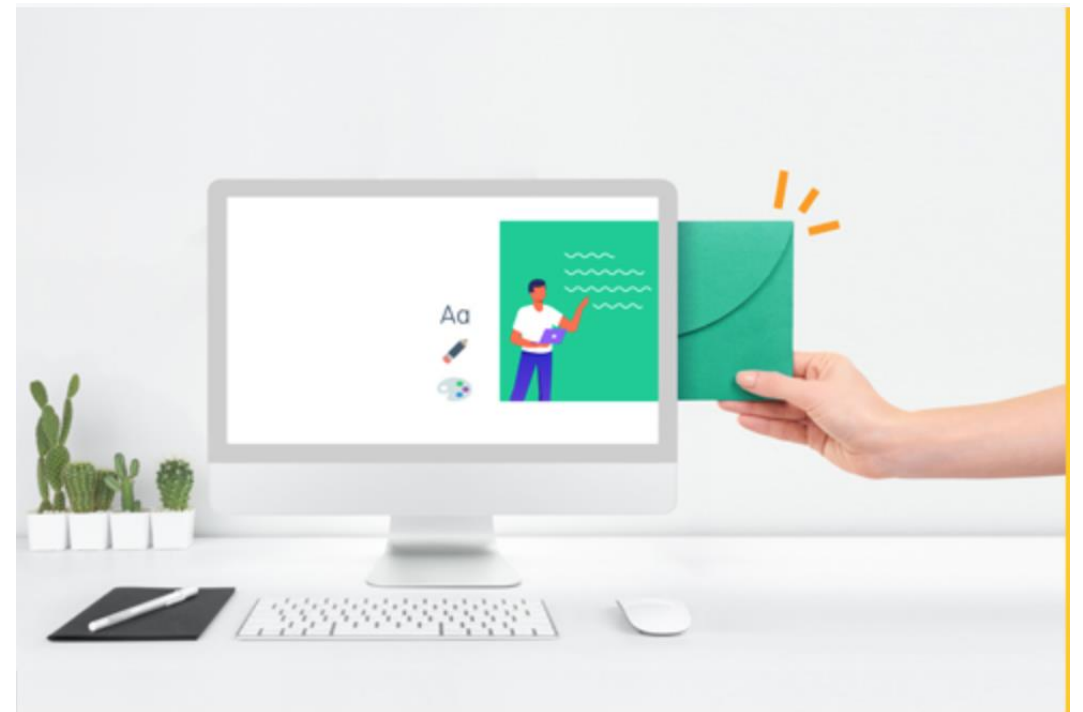
Des questions ?



Démo

Connecteur Print La Poste

& e-Frontech



CAP de ré-enchanter
votre relation client ?

Cap mailing

La solution simple,
impactante et responsable



Problème : une avalanche de sollicitations

Chaque minute dans le monde, une avalanche de sollicitations se déverse: 38 millions de messages, 18 millions de sms, 187 millions de courriels

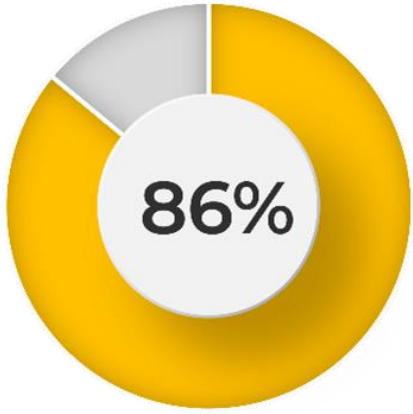
Chaque heure, s'échangent 10 milliards de mails dans le monde, ce qui a pour conséquence que 1/3 du temps passé pour un salarié d'entreprise sert à traiter ses e-mails.

Il n'y a plus assez de temps d'attention pour traiter toutes ces sollicitations dont le rythme a été accéléré par les outils numériques.



Notre conviction: **capter l'attention au domicile** est la nouvelle quête!





des projets d'achat sont débattus et décidés à domicile

La prise de décision d'un achat est faite au domicile et avec ses proches

Dans toutes les étapes de la vie d'un projet, les recommandations des proches, l'échange sur les besoins, les envies des différentes personnes du foyer participent à la prise de décision finale.



Étude sur le domicile, iligo pour La Poste Solutions Business, juin 2021
Étude menée sur 2000 Français de 18 ans ou plus responsables des achats importants

L'équation gagnante en **omnicanal**



Capter
l'attention



Être
Mémorable

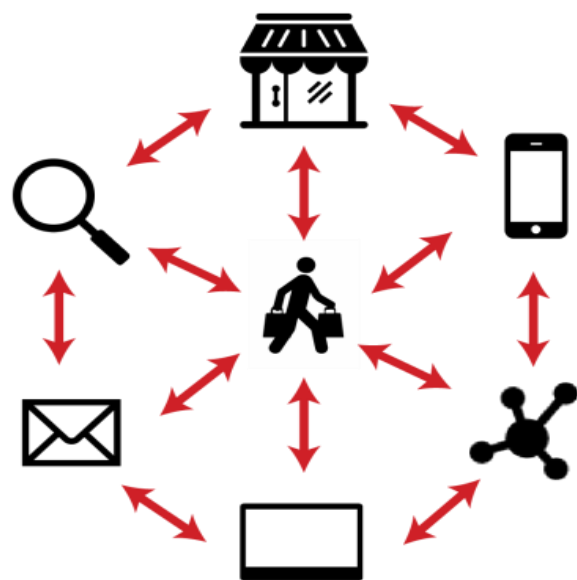


Favoriser
l'engagement

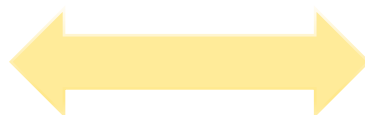
Le challenge: créer des scénarisations **intégrant tous les avantages du print**



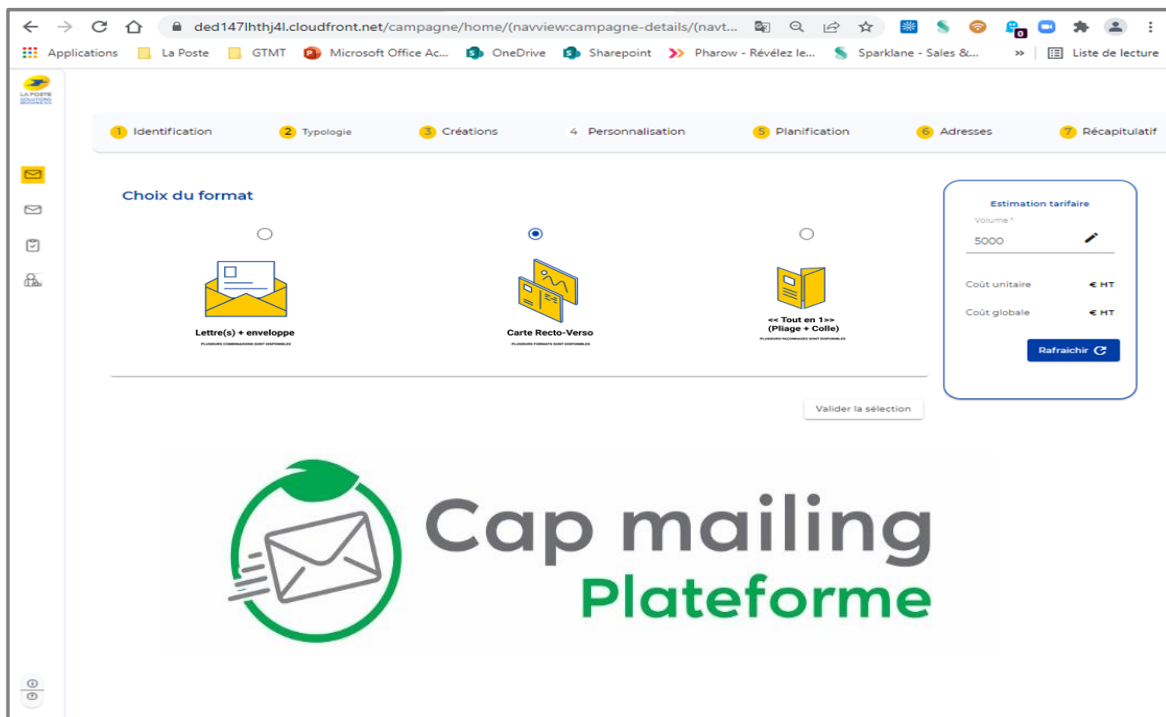
Cap Mailing Plateforme : Le chaînon manquant entre Marketing Automation et univers « Print »



**SCENARISATION
OMNISCANALE**



UNIVERS PRINT



**Simplifiez
et
optimisez
votre
communication
courrier**

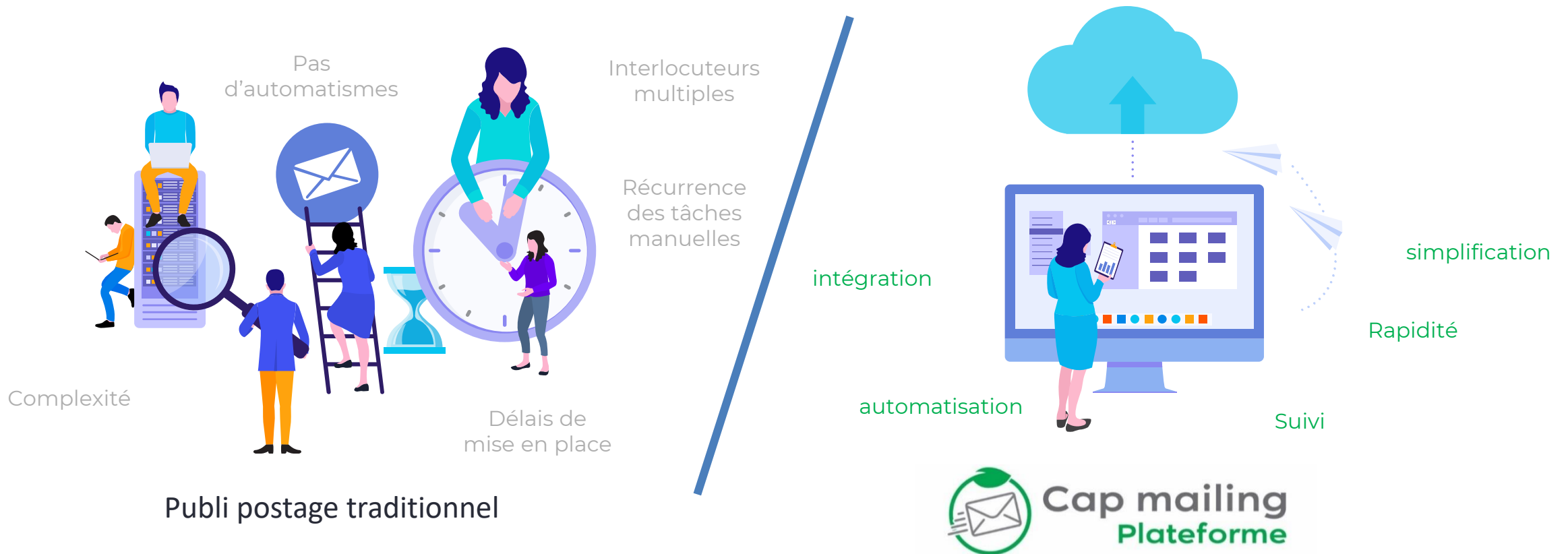
La Poste a créé Cap mailing plateforme



Cap Mailing Plateforme est la **solution d'envoi et de pilotage de vos campagnes de courrier marketing** avec La Poste, directement **depuis votre outil de Gestion de Campagne**

Ce module permet de **créer, de déployer et de piloter des campagnes de courrier en quelques clics** pour une expérience client facilitée de bout en bout (ciblage, contenu, personnalisation, impression, distribution) et des campagnes vraiment omni-canales et mesurables.

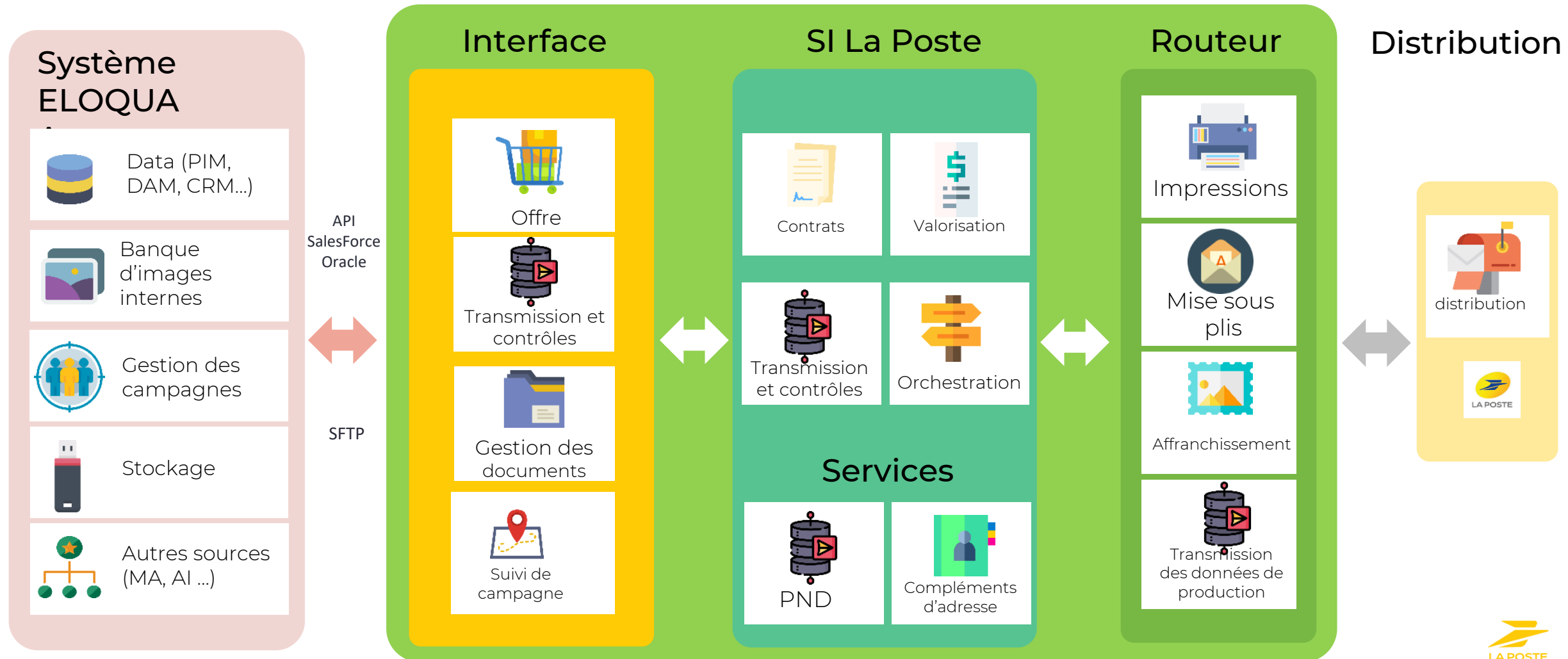
Cap Mailing Plateforme permet de combiner la simplicité de l'email et l'impact du courrier



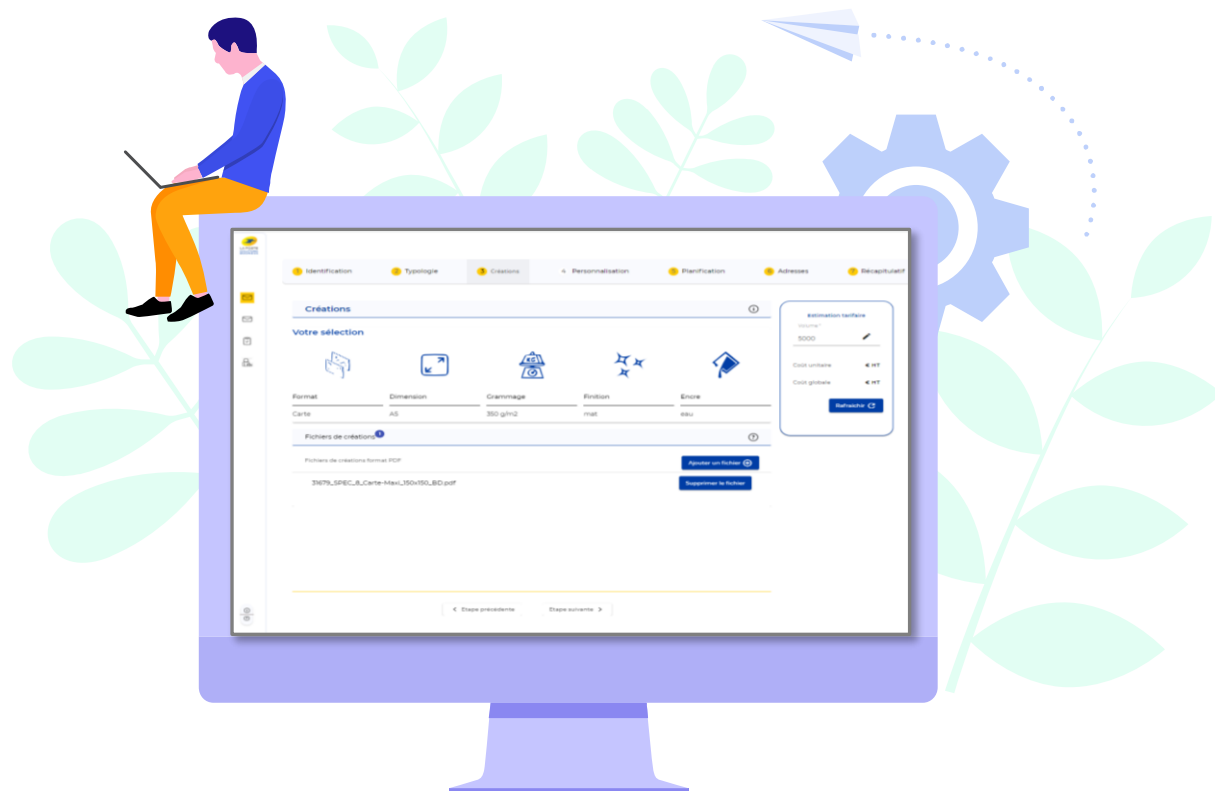
Demo



Principes de la solution



Les avantages d'utiliser Cap mailing Plateforme dans l'environnement Eloqua



- **Connexion rapide et facile à vos outils de gestion de campagnes.**
- **Gestion intégrale de vos campagnes courrier marketing depuis votre OGC**
- **Rapidité de mise en place de vos campagnes**
- **Économies de ressources**
- **Coût maîtrisé**
- **Suivi permanent de vos campagnes**
- **Une solution qui répond à vos problématiques de communication RSE**

Communauté Eloqua

Multicanalités

Jeudi 2 février 2023

Des questions ?





<https://clubutilisateursoracle.org/>



delegation@clubutilisateursoracle.org



@ClubUtilisateursOracleFrance



@ClubAUFO

*Rejoignez la
communauté
des utilisateurs
Oracle !*



CLUB UTILISATEURS
DE SOLUTIONS ORACLE