



מארק הארד, נשיא משותף, אורקל

לדברי אליסון והרד, יש להציע מגוון פתרונות רחב יותר מכל מתחרה, אף מאלה שהקדימו אותה בתחום. רק אורקל מציעה ללקוחותיה ולשותפיה פתרונות ענן בשלושת התחומים: תוכנה כשירות SaaS, תשתיות כשירות IaaS וגם פלטפורמה כשירות

ברשתות ופלטפורמות חברתיות. בנוסף, הוא עוזר למשווקים לפרסם תכנים, ליצור מגע עם משתמשים אוהדים ולבצע שינויים בהתאמה אישית במראה ובהרגשה של המותג שלהם.

Oracle Social Engagement & Monitoring Cloud Service, מאפשר לארגונים לנתח אינטראקציות מדיה חברתית, ובה בעת לחזק את שירות הלקוחות ואת קבוצות המכירה כדי שיוכלו ליצור קשר יעיל יותר עם לקוחות קיימים ופוטנציאליים. הוא מעניק לארגונים את הכלים להבין את הלקוחות ולנקוט בפעולות המתאימות באמצעות היכולת לנטר, להקשיב, ללמוד ולהגיב לאיתותים ולמגמות ברחבי הרשת החברתית.

עוד מודול הוא Oracle Social Sites, המספק למותגים ולסוכנויות חוויית עריכה עשירה ורבת עוצמת אותה יכולים למנף משתמשי קצה בכדי לפתח ולהפעיל באופן דינמי אתרים חברתיים. מודול נוסף הוא Oracle Data and Insights - שירות המציע לארגונים מידע עסקי חיצוני, הדרכה ותובנות על מגזרי תעשייה במשק וגופים עסקיים מוכרים כמו במאגרי חברת המידע דן אנד ברדסטריט.

## המורכבות בחיפוש תשובות לשאלות שיווקיות

בהרצאתו, הדגים אליסון הלכה למעשה את מורכבות חיפוש התשובות לשאלות שיווקיות, כמו איזו מוצר אהוד, על ידי מי באוכלוסייה ומי יהיה הממליץ הנכון עליו, כך שהחברה תדע לפנות אליו. אליסון הודיע בדרמטיות, כי בעוד שבועיים הוא "מתפטר" מתפקידו ועובר להיות מנהל המותג של רכב היוקרה לקסוס של היצרנית היפנית הגדולה בעולם, טויוטה.

כדי לנתח את מחשבותיהם של רוכשי רכב פוטנציאליים, אליסון פנה לים הנתונים של תנועת הציוצים במאגרי טוויטר - תוך כדי שהתחבר אליהם דרך API שפתחה הרשת החברתית לעולם - בתקופה של שבועיים ימים במהלך המשחקים האולימפיים שנערכו הקיץ בלונדון. ים נתונים זה כלל לא פחות מ-5 מיליארד ציוצים, לדברי אליסון, אותם יצרו 100 מיליון מצייצים עם 27 מיליארד קשרים, 2.7 מיליארד אזכורים ו-890 מיליון "תיוגי טוויטר".

כמו שאליסון אמר, שאלות פשוטות מאוד של מנהלי השיווק מצריכות ניתוח מורכב מאוד כדי לספק תשובות טובות ובזמן אמת. מבנה הציוצים, לכאורה פשוט, הוא רצף של טקסט במימד אחד, אך ניתוחו מורכב כשמחפשים מגמות וסנטימנטים בטקסט הלא מובנה הזה. את ניתוחים הנתונים הזה ביצע אליסון בזמן אמת על מכונות Exadata and Exalogic של אורקל.

## תוכניות שותפי הענן החדשות

בכנס הוקדש לראשונה מסלול יומי לשותפים בלבד, בנוסף לכנס החד יומי השנתי ביום שלפני פתיחת הכנס. חשיבותם של השותפים עולה אם כך בעיניה של צמרת אורקל, ובעיקר אצל לארי אליסון, המייסד והמנכ"ל זה 35 שנים, ומארק הרד, הנשיא זה כשנתיים. במרכז הכנס השנה עמדה המדיניות של אורקל לעבור עם כל מוצרי התוכנה והחומרה שלה לעידן הענן.



"עם הענן של אורקל אנו מכריזים על הדמנות חדשה וחסרת תקים לשותפיו", אמר ג'רסאן אלטהוף, סגן נשיא בכיר לערוצים וקשרים בינלאומיים באורקל. "עם היכולת ליישם, לפתח או למכור את הענן של אורקל - שותפים יכולים לספק שירותים ופתרונות מובילים חדשים, כדי להגיע לשוק מהר יותר וביעילות רבה יותר, להגדיל את מספר ההזדמנויות העסקיות שלהם וכן את הרווחים מאורקל". כך, חלה עלייה במכירות החומרה של השותפים בלא פחות מ-187%



אורקל רוצה להרחיב את רשת השותפים העולמית שלה, OPN. זאת, במטרה להגדיל המכירות ונתח שוק כשהיא עוברת לעידן הענן, במהלכו הם ימכרו את מוצריה להפעלה במתקן on premise (כרגיל) או בענן (ציבורי או פרטי, או הברידי) או בשניהם גם יחד בגמישות מעבר לפי העומסים

PaaS. בנוסף, היא מציעה שלוש דרכי מימוש: ענן פרטי, ענן ציבורי וענן היברידי. שלושתן יוצעו בשלמותם על תשתיות אורקל: חומרת אקסה דטה X3, Exalogic Elastic Cloud-1 ותוכנת בסיסי הנתונים וכל היישומים שלה. אורקל תפעל עם לקוחותיה ושותפיה בהקמת עננים פרטיים במתקני הלקוח, על ידם וגם בעצמה, ותנהל אותם עבור הלקוח על ידי צוותים שלה. זאת, לצד העננים הציבוריים שלה המספקים את היישומים שלה כשירות. עם הצעה רחבה שכזאת, גם אורקל יודעת שהיא חייבת ללכת ללקוחות עם שותפים. נכון שכבר היום חלק גדול של הכנסותיה