

Avec Data Cloud, Oracle propose du DaaS aux divisions métiers

Si la firme de Redwood Shores entend bien [devenir le leader dans le SaaS](#), elle est dans une phase de consolidation de ses différentes acquisitions. Ainsi, elle vient de lancer un service baptisé **Data Cloud**, une offre de Data as a Service (DaaS) qui s'adresse à la fois aux divisions marketing et aux responsables des médias sociaux au sein des entreprises.

Cette plateforme fusionne des solutions de différentes sociétés acquises par Oracle. Au premier rang, on retrouve **BlueKai** rachetée par Oracle en février 2014. Cette société propose une plateforme de traitement de données marketing. Dans le même domaine, le catalogue de la société dirigée par Larry Ellison s'est étoffé depuis quelques années avec **Eloqua** qui automatise les campagnes marketing BtoB, Compendium sur les contenus marketing et **Responsys** qui se focalise sur la gestion des campagnes BtoC.

L'offre à destination des **divisions marketing** est basée sur un abonnement et donne un accès à un vaste jeu de données anonymisées clients. L'autre offre, **DaaS for Social**, fournit « *une catégorisation et un enrichissement des données non structurées issues des médias sociaux et de l'entreprise, d'offrir une connaissance fine des clients, des concurrents et des tendances du marché* », souligne un communiqué du groupe. Cette solution repose sur l'analyse quotidienne de 700 millions de messages sur les médias sociaux, 40 millions de sites et **1 milliard de profils**.

Des scénarios variés pour le DaaS

Robert Mahowald, vice président, SaaS & Cloud Software chez IDC considère que « *la Data as a Service est un service qui émerge auprès des entreprises. Elles ont besoin d'informations à l'intérieur et à l'extérieur en temps réel pour prendre des décisions rapidement* ». Les premiers bénéficiaires attendus sont auprès des divisions marketing pour lancer des campagnes. Mais pas uniquement comme l'a souligné **Thomas Kurian**. [Dans un webcast](#), le vice-président exécutif du développement produit chez Oracle estime que « *les entreprises peuvent se servir des données pour connaître la réputation de certains partenaires auprès des utilisateurs pour améliorer sa chaîne logistique* ».

Avec Data Cloud, Oracle entend bien concurrencer Salesforce.com et son offre Data.com ou les acteurs du cloud public comme Amazon (Redshift) ou Google (Dataflow) qui disposent eux aussi d'une offre similaire. **La guerre sur les données ne fait que commencer** et Oracle affûte ses armes pour mener la bataille.

A lire aussi :

[Base de données : Oracle veut unifier les langages de requêtes autour de SQL](#)

[Critical Patch : Oracle corrige massivement, rassure sur Java 7 et Windows XP](#)