

# Marketing : Tibco engage son avenir dans l'expérience client

Dans sa présentation du [premier jour](#), Vivek Ranadivé, CEO de Tibco, indiquait dans sa vision de la civilisation 3.0 que les sociétés allaient devenir des médias sociaux. Il prenait comme exemple « les billets pour un match de basket [NDLR, le CEO est le propriétaire de l'équipe de Sacramento], les places de cinéma ou les billets d'avion sont un inventaire périssable pour les entreprises, la valeur ajoutée s'effectue sur les médias sociaux et sur la façon dont les firmes vont pouvoir interagir avec les clients ». Traditionnellement présent dans la « plomberie » de l'infrastructure IT, Tibco se découvre de nouveaux horizons et notamment celui de la relation client. Ou plutôt de **l'engagement client**.

## Une plateforme complète pour interagir avec le client

A l'occasion de sa conférence annuelle, l'éditeur a présenté sa plateforme nommée **Engage** qui s'adresse au secteur de la distribution, et vise à aider les acteurs de ce secteur à capter la clientèle à travers les outils développés par Tibco. Cette plateforme en mode **SaaS** intègre des analyses en temps réel des réseaux sociaux et des événements (via le CEP, *Complex Event Processing*), de la géolocalisation (à travers la triangulation dans une zone donnée ou via du Wi-Fi pour plus de proximité) et de la gestion des programmes de fidélisation (via Loyalty Platform, rachetée il y a deux ans).

The screenshot displays the Tibco Engage web interface. At the top, there is a navigation bar with the Tibco Engage logo and menu items: HOME, TARGET, ENGAGE (highlighted), MEASURE, and COLLABORATE. The user name 'Leandro' is visible on the right. Below the navigation bar, there is a section for 'Mall-to-Store Engagement' with a description: 'An enrolled member who enters a mall will receive a notification that there is a new collection'. To the right, there is a 'SCHEDULE:' section with 'Start Date' and 'End Date' both set to 'Thu 10/30/2014'. There are 'Live' dropdown, 'Save', and 'Cancel' buttons. The main content area is divided into three columns: TARGET, TRIGGER, and RESPOND. The TARGET column shows 'All users that has interest in Balenciaga collection' with a count of 25,438. The TRIGGER column shows a 'Geofence' event 'Entered in Valley Fair Mall' with a total of 13,932 users and 336 users in the past 24 hours. The RESPOND column shows a 'Message' with 13,392 messages delivered via the 'Blooms App'.

Une démonstration a été faite sur la scène du Marriott par Wen Miao, vice-président Global Client Technical Services (Global CTS) et à la tête de la division Engage Cloud business. Une cliente a été **géolocalisée dans un point de vente** et **invitée via un SMS** à réaliser un selfie pour le publier sur le compte Twitter du commerçant et bénéficier en retour d'un coupon de réduction sur ses centres d'intérêt liés à sa carte de fidélité. Cet exemple montre selon Wen Miao, que « *la relation entre l'entreprise et le client va au-delà de la simple relation transactionnelle* ».

## Une plateforme enrichie

Cette plateforme a été lancée début septembre, mais elle s'enrichit pour fournir aux spécialistes du marketing des capacités de personnalisation des messages, des offres plus poussées sur les interactions avec les clients, la gestion des inventaires ou des données externes. Sur la partie géolocalisation, Engage a passé un partenariat avec [Gimbal](#), un spécialiste des solutions **Beacon**, permettant **la micro-localisation** au sein des magasins. Patiemment, Tibco se construit donc un avenir dans l'expérience client et vient concurrencer directement des acteurs bien établis dans ce domaine comme **Adobe, Oracle ou même Salesforce.com**.

L'éditeur de Palo Alto entend bien se démarquer de ses compétiteurs à travers l'ouverture de sa plateforme et une intégration plus étroite avec des applications tierces comme le CRM. Il mise aussi sur la simplicité de son **portail à destination des personnes du marketing** pour créer leur campagne. Cette démarche s'inscrit dans la stratégie de simplification affichée par Tibco lors de son évènement et par la volonté « *d'aller de plus en plus à la rencontre des métiers* », a expliqué Matt Quinn, directeur technique de Tibco. Ce sujet de l'engagement client intéresse les entreprises françaises, nous ont assuré les responsables de la filiale hexagonale, sans pour autant lever le voile sur l'identité de leur prospect.

### A lire aussi :

[Brian Gentile, Jaspersoft : « Tibco va préserver notre modèle open source »](#)

[Peter Lee, Tibco : « mettre le big data au service du Complex Event Processing »](#)