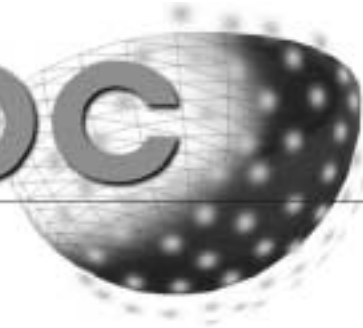


od&bc

oracle developer & business club

Where Oracle-partners meet!



Het eerste lustrum

Vereniging:

od&bc
Opgericht op 29-6-1998

Adresgegevens:

oracle developer & business club
Postbus 10348
1301 AH ALMERE
Tel: 0611124750
Fax: -
Bank: 510666515
KvK: 39068071
E-mail: info@odbclub.org
Web: www.odbclub.org

Bestuur:

Voorzitter: Gerard Jongerhuis
voorzitter@odbclub.org

Secretaris: Daan Koot
secretaris@odbclub.org

Penningmeester: Hans Versluijs
penningmeester@odbclub.org

PR, redactie & sponsors:

Fred van Willigen
fred@odbclub.org

Activiteiten: Jelle Nieuwenhuizen
jelle@odbclub.org

Commissies:

Kascommissie,

Hans Hoppe, Remco Moolenaar

Redactiecommissie,

Walter Sweep, Pim Kamstra,
Marc Berkenbosch

Activiteitencommissie,

Theo Purmer, Remco Moolenaar,
Hans Hoppe, Laurens Hamelink

Secretariaat:

Marga Koopmans
secretariaat@odbclub.org

Logistieke organisatie business-meeting:

Corporate Event Management

Hoofdsponsors:

Compaq, Oracle

De vereniging od&bc bestaat vijf jaar. Dit is een heugelijk feit. Een goede reden om terug te kijken op dit eerste lustrum. Het is ruim vijf jaar geleden als Peter Lammers, toenmalig directeur van Foundation, een sessie organiseert voor de klanten. In deze sessie presenteert Peter zijn visie op de samenwerking tussen Foundation en klanten alsmede de klanten onderling met betrekking tot Oracle technologie. De zaal is enthousiast en ziet de kracht van een vereniging zoals de "oracle developer en business club" (od&bc). Aansluitend (in de volgende weken) wordt een bestuur gekozen voor de vereniging in oprichting.

Het toenmalig bestuur is vastbesloten om de trein goed op de rails te zetten. Ze buigen zich gedurende ruim een half jaar over de strategie, statuten en huishoudelijk reglement. In de zomer van 1997 is het zover; de vereniging gaat van start. Het oprichtingsbestuur heeft zo veel plezier beleefd aan de aanloop periode, dat zij zich allen beschikbaar stellen voor het bestuur van de vereniging en worden verkozen.

De formule is een business club om de business van de leden te stimuleren. Hiervoor starten twee programma's. Ten eerste de business meeting. De business meeting heeft primair tot doel om een platform te creëren waar de leden goed kunnen netwerken. In de business meeting zorgen we dat de bezoekers het volgende krijgen: aantrekkelijk voor privé, aantrekkelijk voor zakelijk (informatie en inspiratie) en een goede locatie om te netwerken.

Ten tweede organiseren we de workshop meeting. De workshop heeft de technet als doelgroep in tegenstelling tot de businessmeeting die bedoeld is voor directie en management. De sessie duren vaak een gehele dag en hebben de doelstelling zo veel mogelijk kennis en ervaring over te dragen. Oracle gaf hieraan veel ondersteuning. Zo werden speciaal voor de od&bc docenten uit Amerika ingevlogen. Na een aantal goede jaren hebben we besloten om met de workshop te stoppen. En zijn voldoende alternatieven voor de workshop, waardoor de vereniging haar energie liever in andere activiteiten steekt.

Nu terugkijkend op de afgelopen vijf jaar, kun je rustig stellen dat de vereniging een succes is. Het ledenaantal is groeiende. Inmiddels hebben we 65 leden. Onze doelstelling is om dit naar minimaal 100 leden uit te breiden. Veel leden geven aan dat zij door de od&bc hun business gestimuleerd zien. Naast de informatie overdracht en inspiratie zijn er nieuwe samenwerkingverbanden ontstaan. Deze samenwerkingsverbanden leggen geen windeieren.

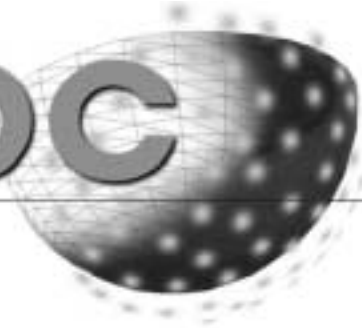
Het succes van de afgelopen vijf jaren willen we niet onopgemerkt laten passeren en we gaan dit daarom vieren met een groot feest op 25 september. Laten we samen een glas heffen op de komende jaren. Graag tot dan!!!

Gerard Jongerhuis, voorzitter

od&bc

oracle developer & business club

Where Oracle-partners meet!



Namens od&bc had Pim Kamstra van Decade Financial Software een gesprek met Michiel Contact, Market Development Manager, Oracle Nederland BV. Nu van het nieuwe fiscale jaar voor Oracle reeds twee maanden verstreken zijn en de job-rotation zijn beslag heeft gekregen is het altijd weer interessant te weten en te horen waar de en mogelijkheden dit biedt voor de od&bc leden.

Eind juli spreek ik met Michiel Contact in de Boardroom van Oracle in De Meern. Tijdens de introductie blijkt dat Michiel zich al velen jaren bezig houdt met het ontginnen van nieuwe markten voor technologisch hoogwaardige oplossingen. Hierbij zijn wij ingegaan op met name de focus van Oracle voor het Midden en Klein Bedrijf (MKB), de noodzakelijke rol van de partner in dit marktsegment en het nieuwe Open Market Model met veel meer mogelijkheden voor Oracle partners. Dus volgens Michiel: 'Tweemaal goed nieuws!'

Kennispartij

In het Open Market Model spelen partners een belangrijke rol in de multichannel strategie van Oracle. Het model biedt partners aanvullende kansen in de markt. OPN Certified Partners en Advantage Partners krijgen vanaf nu de mogelijkheid om nieuwe sales mogelijkheden (opportunity's) op voorhand te registreren. Indien de registratie wordt gehonoreerd, ontvangt de partner tijdens het salesproces ondersteuning van Oracle. Voorwaarde is dat Oracle niet reeds zelf voor deze opportunity aan het werk was. Zelfs wanneer de overeenkomst in overleg met de partner direct door Oracle wordt gesloten, ontvangt de partner een Registered Opportunity Payment (ROP=fee). Opportunity Registratie kan worden toegepast op alle marktsegmenten en alle soorten klanten, ook Named Accounts en Mid Market Accounts van Oracle.

Michiel vult aan: 'Het is nog een leerproces tussen Oracle en de partners om hierin de juiste balans te vinden. Het concept is zeer positief maar vergt zowel van Oracle als van de partner de nodige investering in kennisoverdracht en weten van elkaar wat we doen. Het gaat niet alleen om dat mooie document waarin staat dat we partner zijn van elkaar. Het gaat om het invullen van de wederzijdse verwachtingen. Ik denk dat de

od&bc hierin een belangrijke rol kan spelen namelijk die van "kennispartij". De od&bc kan informatie verstrekken over partner specifieke oplossingen aan andere Oracle Partners en aan Oracle. Tenslotte wil ik nog vermelden dat Oracle haar partners de nodige middelen biedt om bijvoorbeeld haar diensten en producten te positioneren (solutions marketplace) en om marketing en salescycles te ondersteunen met het Oracle Partner Network.

Het gaat erom de match tussen de vraag vanuit de markt zo

***'MKB is gedeeltelijk een
braakliggende markt
met zeer veel kansen'***

goed mogelijk te maken met het aanbod van oplossingen van de verschillende partner(s). Ook op dit vlak heeft Oracle veel te bieden, mits de partner geheel goed kan onderbouwen. Als laatste wil ik over dit onderwerp opmerken dat samenwerking middels het O.M.M. nu echt verankert ligt binnen de Oracle organisatie en partners vele mogelijkheden biedt.'

Praktijkervaring

We stappen over op ons volgende onderwerp en belanden hiermee op een terrein waarin Michiel zich direct 'thuis voelt' en de nodige praktijkervaring van zeer dichtbij heeft mogen ervaren: namelijk het MKB. Vol enthousiasme start Michiel zijn betoog:

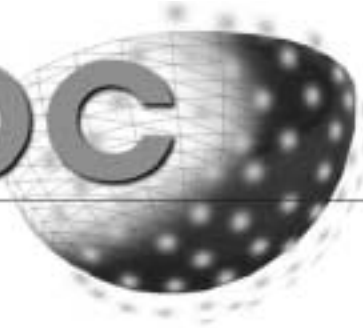
'Ik heb als taak binnen het MKB-segment om samen met partners, Oracle en op Oracle gebaseerde oplossingen te positioneren en veel meer succesvol te maken dan we tot op heden zijn. MKB is nog deels een braakliggende markt met zeer veel kansen.'

Wat verstaat Oracle eigenlijk onder MKB? Volgens Michiel geldt voor Oracle Nederland de volgende afbakening: 'De officieel geldende definitie is: organisaties van 1 tot maximaal 250 medewerkers. Binnen Oracle houden we 50 mede-

od&bc

oracle developer & business club

Where Oracle-partners meet!



werkers als ondergrens aan en praten we over zo'n 15.000 organisaties. En om een idee te geven; het MKB in Nederland besteedt totaal zo'n 1,5 miljard euro aan applicatiesoftware. Als je dat vergelijkt met ruim 8 miljard euro die wereldwijd aan databasesoftware wordt besteed mag je best concluderen dat het een serieus segment is. Aan mij nu de schone taak om in Nederland Oracle en op Oracle gebaseerde oplossingen te positioneren. Nederland kan in september hiervan de eerste resultaten zien. Daarover straks meer.'

ASP-concept

Michiel: 'Het idee is om veel meer aan te sluiten op de behoefte vanuit het MKB-segment. Nu wordt IT binnen MKB geassocieerd met kretes als 'het kost geld' 'een bodemloze put / zwart gat' terwijl het moet gaan om welke voordelen zijn er te behalen en welke kosten kunnen worden bespaard. Met het oog op de toekomst biedt volgens ons het ASP-concept de oplossing. ASP biedt voorspelbare kosten en een betere benutting van de softwareoplossingen, met name opdat het door professionals wordt beheerd. Voor het zover is dient er natuurlijk nog wel het nodige werk verzet te worden. Hierbij denk ik onder andere aan invulling van de juiste infrastructuur (techniek), welke partner biedt welke oplossing zodat we de MKB als het ware een op Oracle gebaseerde menukaart kunnen gaan bieden. Dat wil zeggen dat de klant moet kunnen kiezen voor de best passende (branchespecifieke) oplossingen die uiteraard wel op de gemeenschappelijke Oracle technologie gebaseerd zullen zijn.'

Succesverhalen

Mijn vraag is dan: hoe wil Oracle dit realiseren?

Michiel: 'Het woord ASP is reeds enige malen gevallen. Het is voor Oracle belangrijk om deze (toekomst) visie bij de organisaties neer te leggen en reeds bestaande ASP oplossingen te promoten. In andere gevallen zullen MKB-organisaties kiezen voor een meer traditionele oplossing, waarvan we dan de voordelen uit moeten leggen waarom het goed is dat deze oplossingen op Oracle zijn gebaseerd.

En laten we niet vergeten dat Oracle een respectabel percentage van haar omzet nu reeds uit het MKB segment haalt. We hebben met elkaar de kennis en een breed spectrum aan

oplossingen. De kunst is nu om de kennis en de producten zodanig te 'vermarketen' dat er een aanvaardbare oplossing voor de MKB'er ontstaat. Een programma als ISV-OnLine kan een Oracle partner daarbij helpen. In dit programma wordt onderzocht of de oplossing zodanig aangepast kan worden dat het via ASP/On-line beschikbaar komt. We hebben reeds de eerste voorbeelden waarbij we dit gerealiseerd hebben.

Oracle heeft samen met haar partners een zeer krachtige propositie. Wij hebben immers van alle concurrenten een langere ervaring op onder andere het vlak van applicaties en onze visie op Internet. Verder zouden we in mijn beleving veel meer moeten werken met referenties en succesverhalen van klanten van onze partners. Volgens mij zijn die er voldoende, ook onder de od&bc leden, maar weten wij daar te weinig van. Hier wil ik meer mee gaan doen, aanmelden kan nu!!!'

Campagne

Michiel is volop met de MKB-campagne bezig: 'We gaan na afronding van ons marktonderzoek in samenwerking met MKB Nederland over op het organiseren van tenminste acht congressen, welke wij zullen ondersteunen met behulp van een landelijke MKB-campagne en PR. Per congres verwacht hij circa vierhonderd belangstellenden (op DGA-niveau). Tijdens vervolgsessies (minimaal acht) gaan we dan een verdiepingsslag aanbrenge. Met andere woorden Oracle baant de weg (beeld plus beeldmerk) en de follow-up (verdiepingsslag) moet door de partners invulling krijgen met als doel, bereiken van het gezamenlijk resultaat. Doelstelling is om doormiddel van de congressen Oracle te positioneren als de MKB/ASP-partner. Resultaat moet zijn dat de MKB'er zijn weg makkelijker gaat vinden in de wereld die Oracle heet en dat moet uiteindelijk natuurlijk leiden tot een verhoging van de omzet van ons allemaal.'

Goed nieuws

Hiermee ronden wij ons 'open' gesprek af en trekken de conclusie dat het nieuwe Open Market Model van Oracle en de focus voor MKB inderdaad tweemaal goed nieuws is en zeker veel kansen biedt voor ons als od&bc leden en Oracle partners.