

✓ Objectifs et principes	✓ Aspects juridiques et financiers d'un projet Open Data
✓ Bénéfices d'une démarche Open Data	<input type="checkbox"/> Facteurs de succès d'un projet Open Data
✓ Quelles données diffuser : freins, bénéfices et méthodologie	<input type="checkbox"/> Stratégie, organisation, moyens, ... d'un projet Open Data

ANALYSER LE SUCCES D'UN PROJET OPEN DATA D'UN CAS CONCRET

DOLMEN 4 MARKETING LOCAL

Objectif :

- Faire ressortir le succès d'un projet Open Data
- Mettre en place une stratégie, une organisation, des moyens,

Contenu :

Startup. Dolmen lève 9 millions d'euros pour convertir les commerçants au marketing local ([ouest-France Actu](#))



David Godest, dirigeant de Dolmen à Saint-Grégoire.

Cas réel publié par Ouest-France

Dolmen, start-up Rennaise spécialisée dans le marketing client local et digital, annonce une levée de fonds de 9 millions d'euros auprès de Mediapost, Salesforce Ventures et ses partenaires financiers historiques. Elle servira notamment à l'expansion en Europe.

Leader dans le commerce digital, **Dolmen**, depuis Saint-Grégoire, près de Rennes, digitalise et démocratise la relation client de proximité en la rendant accessible à tous avec plus de 100 personnes. Pour cette deuxième levée, l'arrivée à son capital de deux poids lourds des secteurs de la communication de proximité et des technologies témoignent de l'importance accordée au local par ces acteurs.

✓ Objectifs et principes	✓ Aspects juridiques et financiers d'un projet Open Data
✓ Bénéfices d'une démarche Open Data	<input type="checkbox"/> Facteurs de succès d'un projet Open Data
✓ Quelles données diffuser : freins, bénéfices et méthodologie	<input type="checkbox"/> Stratégie, organisation, moyens, ... d'un projet Open Data

« La dimension locale s'inscrit parmi les nouvelles attentes des consommateurs. Ces derniers confirment leur intérêt pour une consommation de proximité, plus humaine et plus authentique », analyse David Godest, CEO de Dolmen. « À l'heure du digital, les marques et les acteurs de la distribution peuvent utiliser la plate-forme Dolmen pour repenser leurs interactions avec leurs clients à une échelle locale en complément de leurs actions marketing ».



Les Bureaux de Dolmen près de Saint-Grégoire.

Pour accompagner les distributeurs et commerçants, Dolmen développe depuis plusieurs années une plate-forme permettant la mise en place d'actions marketing autour de trois piliers : l'acquisition, la gestion et l'activation de données consommateurs, dans le respect des réglementations sur les données personnelles.

Le choix de Mediapost et Salesforce Ventures¹

Cet investissement de Mediapost et Salesforce Ventures fait sens pour Dolmen. À la faveur de cette prise de participation, Mediapost, filiale du Groupe La Poste, va profiter du savoir-faire technologique de Dolmen. Pour sa part Salesforce, numéro 1 mondial du CRM, va ajouter une dimension locale à sa plate-forme.

« Après un partenariat commercial couronné de succès en 2018 avec la distribution de la solution Rosetta Powered by Dolmen, investir de façon significative dans cette pépite technologique nous a semblé évident. Par sa maîtrise des problématiques relatives au commerce local et sa plateforme technologique, cette jeune entreprise dynamique nous permet d'apporter davantage à nos clients et de renforcer notre position d'acteur central de la communication de proximité » observe Adèle Albano, directrice générale de Mediapost.

« Nous sommes ravis de renforcer notre collaboration avec Dolmen. La force de leurs solutions réside dans la capacité d'intégrer des campagnes marketing locales à des campagnes plus globales gérées au sein de Salesforce même » affirme Olivier Derrien, directeur général France de Salesforce.

¹ Sociétés à définir dans l'exercice par vos soins

✓ Objectifs et principes	✓ Aspects juridiques et financiers d'un projet Open Data
✓ Bénéfices d'une démarche Open Data	<input type="checkbox"/> Facteurs de succès d'un projet Open Data
✓ Quelles données diffuser : freins, bénéfices et méthodologie	<input type="checkbox"/> Stratégie, organisation, moyens, ... d'un projet Open Data



L'équipe de Dolmen.

« Nous continuons d'investir en France, et cet investissement dans Dolmen fait partie des 2,2 milliards de dollars prévus pour les cinq prochaines années. Après avoir développé conjointement Dolmen Connect, nous sommes ravis d'aller encore plus loin avec Dolmen pour accélérer sa croissance et son innovation », ajoute-t-il.

Dolmen compte capitaliser sur cette levée de fonds pour accélérer son expansion en Europe. En s'appuyant sur ces deux partenaires commerciaux, désormais actionnaires, Dolmen pourra élargir son offre aux magasins en réseaux, succursalistes ou indépendants, ainsi qu'aux commerçants de proximité.

« C'est une nouvelle page qui s'écrit pour Dolmen et l'ensemble de nos collaborateurs. Nous allons pouvoir affirmer davantage notre proposition de valeur : l'alliance de la performance commerciale, des valeurs éthiques et de l'approche locale. Un parti-pris avant-gardiste dont nous récoltons les fruits aujourd'hui », conclut David Godest.

A FAIRE POUR DÉMARRER LA RÉFLEXION PROJET OPEN DATA :

1. Quelle a été le rôle de l'Open Data dans cette affaire même si cela n'a pas été abordé par le journaliste ?
2. Quelles ont été les étapes de M. David GODEST pour conclure à une start-up ?
3. Quelle structure ou organisation a été mise en place ?
4. Pour qu'une telle aventure fonctionne, que faut-il comme moyen ?

NOW, WHAT'S YOUR PROJECT ?