

MODULE 5 : Innovations marketing & commerciales B2B

Hubert KRATIOFF

Professeur intéressant d'économie digitale et numérique



Hubert Kratiroff est un évangéliste technologique (technology evangelist) et CDO (Chief Digital Officer). Après une carrière en marketing (chef de produit, puis responsable marketing et finalement directeur marketing Europe) puis en informatique (DG et codeur d'une SSII de logiciels hospitaliers pour la gestion du dossier patient : Gesmedic), il maintenant spécialiste en marketing digital, communication numérique et économie digitale.

Hubert Kratiroff est un full stack marketer : capable d'analyser une situation, de définir une stratégie et de l'appliquer grâce à la maîtrise des outils de programmation. Inventeur de la méthode XP et adepte de SCRUM, LEAN & AGILE qu'il utilise en informatique depuis 1996, il les importe dans le management des équipes marketing. Enfin il est signataire du Modern Marketing Manifesto et milite pour un data driven marketing et pour l'AdTech.



DURÉE : 2 jours

OBJECTIFS ATTENDUS :

Pendant deux journées consécutives nous proposons une immersion dans un nouvel univers où tout est possible, tout arrive, vite, et même le pire... la survie dépend de la capacité d'adaptation, du pivot, de la rapidité de la réaction.

- Objectif 1 : immersion digitale et culture digitale
- Objectif 2 : vitesse des écosystèmes et champs des possibilités
- Objectif 3 : adaptations, pivots et anticipations

CONTENU DETAILLÉ :

- Séance 1 : Un nouvel écosystème à analyser
VUCA et MoMaMa
Les nouveaux outils d'études, d'enquêtes, d'analyse, de curation
Nouvelles attentes utilisateurs (clients, partenaires, consommateurs)
Les nouvelles prétentions des concurrents
- Séance 2 : Des innovations techniques à maîtriser
BlockChain (contrat ou rémunération de tiers)
Les datas (collecte et nouveaux services optimisés grâce aux datas)
L'IOT et ses utilisations (beacon et capteurs)
L'IA et ses utilisations (chatbot)

- Séance 3 : Les nouvelles conditions commerciales à intégrer
 - La construction de plateformes
 - Le social selling
 - La satisfaction de l'écosystème complet
 - L'intermédiation ou la désintermédiation par le digital
- Contenu **Atelier N°1 : Sale-Lab**

Le laboratoire de vente est un atelier de composition des meilleures offres accompagnées des outils de vente et du PITCH parfait au Codir Engie Réseaux
- Contenu **Atelier N°2 : Start-Lab**

Laboratoire de conception d'une startup pour remplacer (fictivement !) un de métiers de Engie Réseaux. C'est un exercice d'auto-uberisation avec un PITCH aux investisseurs (toujours fictifs !).

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

- Méthode 1 : expérience phygitale
 - Méthode 2 : laboratoire de vente et de conception
 - Méthode 3 : démonstration des outils digitaux utilisés par les GAFA
 - Méthode 4 : mise en pratique en atelier par groupe
-

BIBLIOGRAPHIE :

Hubert Kratiroff intervient en cours et en conférences sur les sujets du marketing, du management et du digital. Il est expert APM en trade marketing et digital marketing. Il est auteur de « Fonction chef de produit marketing » et « marketing moderne » chez Dunod et « Stratégie marketing » chez Éditions d'Organisation. Il est professeur de marketing et d'économie digitale à GEM, HEC, EM-Paris, CNAM et EM-Montréal. Il est diplômé de l'ESLSCA (1985), de ASHRIDGE (MBA 1995), du CNAM (DESS de mercatique interprofessionnel 2001) et de quelques MOOC (Coursera, HubSpot, EdEx...).

[linkedin.com/in/kratiroff](https://www.linkedin.com/in/kratiroff) twitter.com/kratiroff hubert@kratiroff.com

- « Fonction chef de produit marketing » et « marketing moderne » chez Dunod
- « Stratégie marketing » chez Éditions d'Organisation